MASARYKOVA
UNIVERZITA

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ

Diplomová práce

BC. KATEŘINA PROCHÁZKOVÁ

Vedoucí práce: PhDr. Ivana Kolářová, CSc.

Katedra českého jazyka a literatury

Brno 2025

MUNI
PED

Bibliografický záznam

Autor: Bc. Kateřina Procházková
Pedagogická fakulta
Masarykova univerzita
Katedra českého jazyka a literatury

Název práce: Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ

Studijní program: PdF N-OV2 Učitelství občanské výchovy pro základní školy

Studijní obor: PdF NCJ2vp Učitelství českého jazyka a literatury pro základní školy

Vedoucí práce: PhDr. Ivana Kolářová, CSc.

Rok: 2025

Počet stran: 87

Klíčová slova: slovní zásoba, základní škola, anglicismus, přejímání slov

Bibliographic record

Author: Bc. Kateřina Procházková
Faculty of Education
Masaryk University
Department of Czech Language and Literature

Title of Thesis: The occurrence of Anglicisms in the vocabulary of the pupils of the lower-secondary level

Degree Programme: PdF N-OV2 Lower Secondary School Teacher Training in Civics

Field of Study: PdF NCJ2vp Lower Secondary School Teacher Training in Czech Language and Literature

Supervisor: PhDr. Ivana Kolářová, CSc.

Year: 2025

Number of Pages: 87

Keywords: vocabulary, primary school, anglicism, loanwords

Anotace

Cílem diplomové práce „*Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ*“ je zjistit, jak žáci vyššího stupně rozumí přejatým slovům z anglického jazyka. Práce je rozdělena do dvou hlavních částí, teoretické a praktické. Teoretická část seznamuje se základními pojmy souvisejícími s danou tematikou. Praktická část se zabývá interpretací a analýzou dat získaných z výzkumného šetření, konkrétněji dotazníku, jehož cílem bylo zjistit, jak žáci anglicismům rozumí, zda je aktivně používají a jaký postoj k jejich používání zaujímají.

Abstract

The aim of this diploma thesis „*The occurrence of anglicisms in the vocabulary of the pupils 2nd grade of primary school*“ is to find out how pupils of the higher grade of primary school understand the adopted words from the English language. The thesis is divided into two main parts, theoretical and practical. The theoretical part introduces the basic concepts related to the topic. The practical part deals with the interpretation and analysis of the data obtained from the research survey, more specifically the questionnaire, which aimed to find out how students understand English words, whether they use them actively and what attitude they have towards their use.

„Přijde jim cool, když mohou čilovat bez rodičů a postovat na sítích. Přitom se nesoustřeďují, ale fokusují a někdy přitom overthinkujou, když mají random nápady atd.“ (Klégr & Bozděchová, 2024, s. 29)

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, s využitím pouze citovaných pramenů, dalších informací a zdrojů v souladu s Disciplinárním řádem pro studenty Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity a se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

V Brně 20. dubna 2025

……
Bc. Kateřina Procházková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především paní doktorce Kolářové za cenné rady, vstřícný přístup a profesionální vedení při psaní mé diplomové práce. Dále bych rovněž ráda poděkovala respondentům, kteří mi poskytli odpovědi a informace, díky nimž jsem mohla svou práci zdárně dokončit. V neposlední řadě též děkuji své rodině a blízkým za veškerou jejich podporu, kterou mi projevovali nejen při psaní diplomové práce, ale i v průběhu celého mého studia.

Obsah

Seznam grafů 15

Seznam tabulek 16

Seznam pojmů a zkratek 17

Seznam příloh 18

1 Úvod 19

TEORETICKÁ ČÁST 21

2 Slovní zásoba 22

2.1 Obohacování slovní zásoby ... 25

2.1.1 Kalkování ... 27

2.1.2 Přejímky ... 28

2.1.3 Zdomácnělá slova ... 28

2.1.4 Hybridní slova ... 29

3 Přejímání slov 30

4 Anglicismy 33

4.1 Vliv angličtiny jakožto globálního jazyka ... 33

4.1.1 Důvody přejímání slov z angličtiny ... 34

4.2 Historický vývoj anglicismů ... 35

4.3 Formální adaptace anglicismů ... 37

4.3.1 Ortograficko-ortoepická adaptace ... 38

4.3.2 Morfologická adaptace ... 39

4.4 Nejfrekventovanější oblasti výskytu anglicismů ... 39

4.5 Purismus ... 40

5 Anglicismy a jejich vliv na jazykovou komunikaci žáků 42

5.1 Anglicismy v internetovém prostředí ... 42

5.2 Anglicismy v oblasti reklamy ... 43

5.3 Anglicismy v časopisech pro mládež 44
5.4 Anglicismy v obsahu televizního vysílání 45

PRAKTICKÁ ČÁST **46**

6 Úvod k výzkumnému šetření **47**

7 Výzkumné šetření **48**
7.1 Cíle výzkumného šetření 48
7.2 Hypotézy k výzkumnému šetření 49
7.3 Interpretace výzkumného šetření 49
7.4 Závěr výzkumného šetření 72

8 Závěr **74**

Použité zdroje **77**

Příloha A Dotazník **81**

Seznam grafů

Graf 1 - Rozlišení respondentů podle navštěvovaného ročníku (v procentech) 50
Graf 2- Rozdělení respondentů podle pohlaví (v procentech) 51
Graf 3 - Počet správných odpovědí podle jednotlivých ročníků 62
Graf 4 - Počet správných odpovědí podle pohlaví jednotlivých respondentů 63
Graf 5 - Počet správných odpovědí podle jednotlivých ročníků 64
Graf 6 - Počet správných odpovědí podle pohlaví žáků..... 65
Graf 7 – Osobní postoje žáků k používání anglicismů v češtině 71

Seznam tabulek

Tab. 1 - *Merch* 53
Tab. 2 - *Swajpnout* 54
Tab. 3 - *Like* 55
Tab. 4 - *Stories* 56
Tab. 5 - *Streamer* 57
Tab. 6 - *Challenge* 58
Tab. 7 - *Prank* 59
Tab. 8 - *Joke* 60
Tab. 9 - *Chillovat* 61
Tab. 10 - *Followers* 62

Seznam pojmů a zkratek

[ALS]	–	Amyotrofická laterální skleróza
[AMU]	–	Akademie múzických umění
[ČEDOK]	–	Česká dopravní kancelář
[ČJL]	–	Český jazyk a literatura
[ČR]	–	Česká republika
[RVP ZV]	–	Rámcový vzdělávací program
[SECHEZA]	–	Severočeské chemické závody
[ŠVP]	–	Školní vzdělávací program
[USA]	–	United States of America
[ZŠ]	–	Základní škola

Seznam příloh

Přílohy v textu

Příloha A Dotazník 81

1 Úvod

Anglicismy se objevují v české slovní zásobě již od 19. století, avšak největšího rozmachu se dočkaly hlavně po roce 1989. Mezi prvními lidmi, kteří se věnovali studiu anglicismů, byl již v 1. polovině 20. století i český jazykovědec Vilém Mathesius. V 90. letech minulého století J. Warmbrunn, německý filolog, provedl výzkum, kde představil více než 3 000 anglicismů. Z toho vyplývá, že české lexikum je stále intenzivněji ovlivňováno výrazy pocházejícími z angličtiny. Setkáváme se s nimi především na internetu, v televizi, ale i v běžném životě. Může se ovšem vyskytnout problém, že ne všichni lidé z populace mohou anglickým slovům zcela rozumět. Do této kategorie bychom mohli zařadit například občany důchodového věku, jelikož na tuto skupinu „poangličťování“ nemělo až tak velký vliv jako na současnou mladou generaci, která je ve vyšší míře ovlivněna rozvojem moderních komunikačních technologií.

Diplomová práce se zabývá anglicismy a jejich užíváním v komunikaci žáků druhého stupně ZŠ. Hlavním cílem práce je zjistit, jak žáci rozumějí nejnovějším anglicismům a která vybraná slova používají ve své komunikaci, a také prokázat, že žáci vyšších stupňů základní školy je aktivně používají. Veškeré informace jsou čerpány z uvedené literatury, dále z vyplněných dotazníků žáky druhého stupně základní školy a také částečně z učitelských praxí.

Z velké části se diplomová práce věnuje problematice anglicismů, respektive jejich přejímání, tvoření a užívání. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část je rozčleněna do čtyř kapitol. První kapitola nese název Slovní zásoba a vysvětluje její současné pojetí, kritéria třídění a možnosti jejího rozšiřování. Druhá kapitola je pojmenována Přejímání slov a svým obsahem navazuje na první kapitolu, kterou určitým způsobem rozvíjí. Třetí kapitola se přímo věnuje anglicismům a jejich charakteristice. Poslední kapitola teoretické části je pak zaměřena na oblasti výskytu anglicismů.

Praktická část této diplomové práce se zaměřuje na porozumění anglicismům z pohledu žáků druhého stupně ZŠ. Stěžejním nástrojem pro výzkum se stal online dotazník rozeslaný na různé základní školy v Jihomoravském a Zlínském kraji. Cílem bylo zjistit, které anglické výrazy žáci znají a používají především na sociálních sítích či na různých internetových platformách. Celkem bylo vráceno 227 vyplněných dotazníků.

Diplomová práce svou tematikou navazuje na prováděné předešlé výzkumy, od kterých se však liší v aktualizaci anglicismů podle současné doby. Vzhledem k budoucímu učitelskému povolání je výzkum v diplomové práci zaměřen na populaci žáků navštěvující vyšší stupeň základní školy: podrobnější poznání jejich vyjadřování může učiteli usnadnit bližší porozumění.

TEORETICKÁ ČÁST

2 Slovní zásoba

Slovní zásoba je základem každého jazyka. Struktura slovní zásoby reflektuje sociální, ekonomické, kulturní a technologické proměny v dané společnosti, čímž definuje ústřední charakter konkrétní společnosti.

V celé řadě jazyků, tj. i v češtině probíhají nepřetržitě změny. Tento proces můžeme v současnosti rovněž nazvat globalizací jazyka. „Jedná se o jev velmi složitý a dynamický, který má stránky jak pozitivní, tak i negativní. Na jedné straně jde o vzájemné ovlivňování jazyků působením vnějších vlivů globalizujícího se světa jako jeden z projevů snah najít možný univerzální dorozumívací prostředek, na druhé straně se však vědomě užívají regionální jazyky z důvodu vnitřní potřeby identifikace“ (Svobodová, 2007, s. 8).

Slovní zásoba člověka se vyvíjí již od brzkého věku dítěte. Osvojení řeči je přitom jedna z nejpřirozenějších a nejtěžších dovedností v lidském životě. Postupem času se slovní zásoba člověka zdokonaluje a rozšiřuje. Nejprve dítě imituje pouhé zvuky, poté hlásky, slova, a nakonec tvoří i samostatné věty. Ovšem každé dítě je jedinečné, tudíž i individuální slovní zásoba různých dětí se odlišuje. Zároveň však zde hrají roli i okolní faktory včetně samotných rodičů dítěte, kteří mohou do určité míry slovní zásobu svého potomka ovlivňovat například tím, jak často k němu mluví či jaká slova v komunikaci používají.

Slovní zásobou a jejím užíváním se zabývá lexikologie, která je jednou ze dvou hlavních složek tvořících jazykovědu. Druhým odvětvím jazykovědy je gramatika (Hauser, 1986, s. 8).

Lexikologie neboli nauka o slovní zásobě zkoumá formu, obsah a funkce tzv. pojmenovávacích jednotek a jejich vztahy. Z této oblasti se rovněž vymezují hlavní pojmy, jako například slovo, význam slova, sousloví apod. V jazykovědě jsou uplatňovány dva základní bádací postupy. Postup sémaziologický vychází od pojmenovávací jednotky a její formy. Cílem tohoto postupu je zjištění skutečnosti a významu jednotky. Oproti tomu postup onomaziologický vychází od skutečnosti a jeho cílem je zkoumání jednotlivých jevů a jejich pojmenovávacích prostředků (Hauser, 1986).

Slovní zásoba obsahuje veškerá slova, která se vyskytují v daném jazyce. Platí, že čím je jazyk bohatší, tím větší je jeho lexikum. U jazyků, ve kterých převažuje skládání a odvozování jako nejčastější způsob obohacování slovní zásoby, bývá slovní zásoba pestřejší než u jazyků, ve kterých je nejrozšířenějším způsobem obohacování lexika přenášením významu slov (Hauser, 1986, s. 13).

Základní jednotka slovní zásoby je tvořena významem a hláskovou stavbou. Každé slovo je charakteristické svou samostatností, která se projevuje v možnosti přemístitelnosti slova ve větě či přemístitelnosti slova do jiné věty (Hauser, 1986, s. 11). V tomto smyslu na slovo nebo i na víceslovný lexém pohlížíme jako na součást znakového systému (Čermák, 2010, s. 25). Rozlišujeme slova (pojmenování) značková/nemotivovaná (*pes, chleba, židle*) a slova popisná/motivovaná, která svou podobou a významem napovídají, jak byla utvořena. K těmto pojmenováním můžeme zařadit slova odvozená (*psinec, chlebový, židlička*) a také slova zvukomalebná neboli onomatopoická (*buch, cvak*). Samotná hranice mezi pojmenováními popisnými a značkovými však není jasně vymezena (Sgall, 2004, s. 46).

Důležitou roli ve slovní zásobě mají slovníky. Ty zachycují slovní zásobu (lexikon) všech lexikálních jednotek (jednovýznamových i vícevýznamových/polysémních) a ustálených slovních spojení. Počet lexikálních jednotek není v žádném jazyce přesně zjistitelný, jelikož se slovní zásoba nepřetržitě mění a rozšiřuje. Naukou o slovnících se zabývá věda zvaná lexikografie (Karlík a kol., 2012). Určitou představu o slovní zásobě předkládají tzv. výkladové slovníky. Nejrozsáhlejším slovníkem češtiny je *Příruční slovník jazyka českého*, který zachycuje bezmála 250 000 slov. Ve skutečnosti je však české lexikum obsáhlejší (Čechová et al., 2011, s. 81).

Slovní zásobu můžeme rozdělit do několika částí podle různých kritérií. Například podle užívání dělíme slovní zásobu na pasivní a aktivní. Pasivní slovní zásoba je tvořena slovy, která člověk zná a rozumí jim, ale aktivně je nepoužívá. Aktivní slovní zásoba je tvořena slovy, která člověk běžně používá jak při komunikaci písemné, tak i komunikaci ústní. Pasivní slovní zásoba se vymezuje z pohledu recipienta, čtenáře či posluchače. Naopak aktivní slovní zásoba se vymezuje z pohledu samotného autora projevu, mluvčího či pisatele. V případě, kdy se potřebujeme dorozumět, by nám měla stačit znalost přibližně 1 500 slov. Avšak při běžné komunikaci používáme zhruba 3 000–10 000 slov (Čechová et al., 2011).

Důležitou součástí slovní zásoby je její jádro (též základní slovní fond), které má několik charakteristických znaků:

1. Původ a trvalost – Historický základ jádra tvoří stará slova, která jsou součástí jazyka dlouhá časová období, často po celá staletí. Díky jejich setrvačnosti se udržuje jistá kontinuita dorozumívání v určitém jazyce napříč generacemi. Do této kategorie řadíme:

   a) slova prajazyková – *matka, dům, moře, víno…*
   b) slova praslovanská či západoslovanská – *řeka, kůň, mír, nevěsta…*

c) slova pračeská – *hejno, stín, povaha, hebký…*
d) slova přejatá z jiných jazyků ve staré době a zdomácnělá – *růže, škola, kostel, páv…*
e) slova přejatá později a později vzniklá – *časopis, elektřina, automobil, republika…*

2. Strukturu – Jádro slovní zásoby tvoří v hojné míře slova značková/nemotivovaná, která jsou základem pro tvoření slov dalších. Tato slova se nazývají kořenná – *les, pes, voda, město*…

3. Význam – Co se týká významového hlediska, tak jádro slovní zásoby tvoří ta slova, která jsou úzce spjata se společenským životem a pojmenovávají:

a) obydlí, jeho části a zařízení – *komín, židle, lavice*…
b) zvířata domácí a divoká – *pes, jelen, myš*…
c) části těla (lidského i zvířecího) – *hlava, tlapa, ucho*…
d) přírodní skutečnosti – *slunce, voda, oheň*…
e) rostliny a jejich části – *pšenice, smrk, list*…
f) nejdůležitější děje – *jít, slyšet, mluvit*… a mnoho dalších.

4. Užívání – Slova, která jsou součástí jádra slovní zásoby, jsou nepostradatelná pro běžnou komunikaci. Jejich frekvence užívání je velmi vysoká (cca 90 %), avšak jejich samotný počet je poměrně nízký (Hauser, 1986, s. 14–15).

Slovní zásobu lze také rozdělit na spisovnou a nespisovnou. „Spisovná čeština, jakkoliv jde o termín ryze tradiční, není pregnantně definována“ (Svobodová, 2014, s. 42). Spisovná čeština není nijak sociálně ani územně omezena, její prostředky se dělí podle toho, zda jsou hovorové, neutrální, či knižní. Nespisovná čeština je omezena sociálně i územně a zahrnuje obecnou češtinu, dialekty, argot a slang (Čechová et al., 2011).

Část slovní zásoby se vyznačuje tzv. příznakem expresivnosti. Expresivní slovo se odlišuje od slova neutrálního tím, že mimo významu pojmového obsahuje také složku vyjadřující citový a volní vztah mluvčího k sdělované skutečnosti. Expresivních slov jsou tři druhy:

a) slovo s trvale expresivním charakterem (i bez kontextu), přičemž expresivita daného slova obvykle souvisí s hláskovou nebo slovotvornou podobou, např. *děťátko, barabizna, hňup…*
b) slovo expresivní jen v přeneseném lexikalizovaném významu, např. *slon* ve významu neobratný a mohutný člověk

c) slovo expresivitou vzniklou v důsledku jeho zařazení do stylově, citově či jinak odlišného kontextu, např. *I pravil jsem: To se vr!; V našem městě jsou dva bijáky a v obou se hraje skvostně.* (K. Poláček – Bylo nás pět)

Do systémově zakotveného významu slova se promítá pouze expresivita uvedená ad a), b) (Karlík a kol., 2012, s. 95). Expresivně zabarvená slova se dělí podle záporného a kladného hodnotícího příznaku. Mezi slova kladně zabarvená patří následující skupiny:

- familiární slova (slova užívaná v rámci důvěrného styku osob sobě blízkých), např. *miláček, kočička*
- hypokoristika (domácké obměny vlastních či obecně příbuzenských jmen), např. *Mančinka, Pepek, synátor*
- dětská slova (užívaná dětmi nebo dospělými v dialogu s dětmi), např. *papat, hačat*
- eufeminismy/meliorativa (zjemňující slova nahrazující primární pojmenování nějaké nepříjemné či společensky nevhodné skutečnosti s cílem zastřít nepříjemnost dané skutečnosti, např. *zesnout* místo *zemřít, zapáchat* místo *smrdět* (Karlík a kol., 2012, s. 95–96).

Mezi slova záporně zabarvená patří následující skupiny:

- hanlivá slova/pejorativa např. *špicl* (do této skupiny se řadí i slova zveličelá/augmentativa, např. *psisko*); zveličelá slova však ve vymezených kontextech nemusí nutně vyjadřovat záporný hodnotící příznak, např. *Podívej se na to milé psisko*.
- slova zhrubělá, např. *tlama, žrát*
- slova vulgární, např. *prase, hajzl* (ve funkci nadávky)
- dysfemismy (výrazy, které zveličují nepříjemnost skutečnosti), např. *chcípnout* místo *zemřít* (Karlík a kol., 2012, s. 96).

2.1 Obohacování slovní zásoby

Slovní zásoba prochází nepřetržitým vývojem. Vznikají nová slova a stará slova zanikají (Hauser, 2001, s. 38).

Slovní zásoba je obohacována různými způsoby – tvořením nových slov, přejímáním slov z cizích jazyků či z různých útvarů jazyka národního nebo tvořením víceslovných pojmenování (Čechová et al., 2011). „Tvořením slov rozumíme jednak proces, činnost vytváření slov na základě slov v jazyce už existujících způsoby, postupy a prostředky, které jazyk k tomuto cíli má,

a to nejen vlastní vytváření, produkci nových slov/neologismů[1], ale především reprodukci, opakování slovotvorných postupů, jimiž slovo bylo, nebo přesněji, jimiž se jeví utvořeno, jednak však také výsledný stav těchto procesů, ozřejměnou utvářenost slovotvorně motivovaných slov neboli jejich slovotvornou stavbu“ (Čechová et al., 2011, s. 96).

Nová slova mohou být vytvořena ze slov, která již existují, a to odvozováním, skládáním nebo zkracováním. Nejčastějším typem tvoření nových slov v češtině je odvozování (Čechová et al., 2011). Odvozování je jeden z nejpřirozenějších způsobů tvorby nových pojmenování. Nová pojmenování odvozujeme různými způsoby, například přidáním předpony, přípony, koncovky nebo jejich kombinací (*před-škol-ák, po-nič-ená, od-soud-it, u-breč-ený, za-kop-at, za-bal-ený, o-hrad-it, po-klid-ný, vy-jas-nit*). Odvozováním přirozeně tvoříme nové výrazy, které právě díky předponám a příponám mají bohatou strukturu, kterou naopak u jazyků s menším počtem odvozenin postrádáme. Slovní zásoba češtiny a jazyků s početným repertoárem slovotvorných prostředků má bohatou strukturu, zatímco jazyky jako angličtina či francouzština mají větší počet neodvozených (značkových) pojmenování, a proto je jejich slovní zásoba slaběji strukturovaná (Sgall, 2004, s. 47).

Dalším způsobem obohacování slovní zásoby je skládání slov. Slova vzniklá skládáním – složeniny můžeme rozdělit do dvou skupin. Do první skupiny řadíme tzv. složeniny nevlastní (spřežky). Spřežky vznikají spojením dvou nebo více slov v jejich původním tvaru (*kolem jdoucí → kolemjdoucí*). Druhou skupinou jsou složeniny vlastní. Složeniny vlastní se vyznačují tím, že alespoň jeden slovotvorný základ je obměněn (*plynoměr, velkoměsto*). Vlastní složeniny se liší od nevlastních tím, že je nemůžeme rozdělit na dvě různá samostatná slova. Při skládání (*mikrovlnná, elektrospotřebič*) a odvozování (*nadace, houslista*) se uplatňuje způsob spojování prvků z různých jazyků v jednom slově. Tomuto jevu říkáme tzv. hybridnost, výsledné slovo se pak nazývá hybrid (Čechová et. al., 2011, s. 83).

Vedle odvozování a skládání se v češtině uplatňuje stále ve větší míře také zkracování. Zkracování je takový způsob tvoření slov, ve kterém se nová slova tvoří z částí (začátky či konce) slov, které jsou spojeny v několikaslovné pojmenování. Rozlišujeme zkratky iniciálové (např. *USA – United States of America, ČR – Česká republika*), zkratky iniciálové hláskové, které se tvoří z počátečních hlásek (např. *AMU – Akademie múzických umění*), zkratky slabičné a skupinové, které vychází ze slabik nebo skupin písmen na začátcích slov (např. *Secheza – Severočeské chemické závody*). Poslední skupinou jsou

[1] Neologismy jsou relativně nová slova, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech mluvčích, nebo jsou alespoň ještě jako nová pociťována (Karlík a kol., 2012, s. 95).

zkratky smíšené, které jsou tvořeny buď z počátečních písmen slov nebo z větší skupiny písmen (např. *Čedok – Česká dopravní kancelář*). Zkratky si buďto zanechávají svou grafickou podobu, nebo se začleňují do jazyka jako tzv. zkratková slova. Zkratková slova jsou slova nebo tedy zkratky, které se začleňují do českého lexika jako běžná slova (např. *půjdeme do Čedoku*) (Čechová et al., 2011).

Důležitým způsobem obohacování českého lexika je mimo jiné i tvorba sousloví. Sousloví jsou víceslovná pojmenování, která jsou popisná a přesná (např. *zdravotní pojištění, cenová hladina*). Sousloví jsou vhodná zejména pro sloh odborný a publicistický. V současné době se produktivita víceslovných pojmenování zvyšuje (Čechová et al., 2011, s. 82).

Tvořit nová slova můžeme rovněž pomocí změny slovního druhu. Nejčastěji takovým způsobem vznikají přídavná jména, která byla původně spojením jména přídavného a jména podstatného. Tento jev se nazývá tzv. substantivizace adjektiv. Výsledkem je adjektivum, které převezme význam celého původního slovního spojení (např. *sekaná* ← *sekaná pečeně*) (Čechová et al., 2011).

Dalším způsobem obohacování českého lexika je tzv. univerbizace. Je to proces tvoření nových slov odvozováním od sousloví. Takto vzniklá slova jsou obvykle součástí hovorové či obecné češtiny (např. *věžák* ← *věžový dům, nákladák* ← *nákladní automobil, osobák* ← *osobní vlak* či *osobní rekord*) (Čechová et al., 2011, s. 83).

Ve většině případů se potřeba nového pojmenování uspokojuje také přenesením pojmenování již existujícího na nový pojem. Děje se tomu tak na základě souvislosti (Čechová et al., 2011, s. 82). Do této skupiny řadíme metaforu a metonymii. Metafora je pojmenování, které vzniklo přenesením pojmenování na základě vnější podobnosti. V případě, kdy se metafora stane běžným prostředkem pojmenování, jde o tzv. metaforu lexikalizovanou. Metafora je hojně užívána například v cukrářské terminologii – *rakvička, košíček* aj. Naopak metonymie je pojmenování vzniklé přenesením pojmenování na základě věcné, vnitřní souvislosti. Metonymií vznikly například názvy fyzikálních jednotek ze jmen slavných fyziků – *newton, volt* aj (Čechová et al., 2011, s. 64–65).

2.1.1 Kalkování

Kalkování je způsob, kterým můžeme rozšiřovat slovní zásobu. Princip kalkování spočívá v přejetí slova či slovního spojení z původního jazyka do jiného jazyka jeho doslovným překladem. Jinými slovy lze říci, že cílový jazyk imituje

strukturu přejímaného slova, přičemž využije svých vlastních lexikálních prostředků (Karlíková, 2017). „Kalky se objevují již v raném období, např. „*podstata*“ za latinské „*substantia*“ (Hauser, 1986, s. 166).

Ojedinělé jsou i případy dvojího přejetí jednoho slova v rámci různých časových obdobích, tzn. že za jedno cizí slovo má pak čeština dvě slova rozdílného významu a formy. Jako příklad zde uvádíme slovo *camera*, které bylo přejato do českého jazyka jako *komora* a poté později i jako *kamera*.

Kalky mohou být různé:

a) slovotvorné (tyto kalky vznikají překladem slovotvorných částí, např. *subiscribere* → *podepsat*)
b) frazeologické (frazeologické kalky vznikají překladem struktury daného frazému, např. *im Bilde sein* → *být v obraze*)
c) sémantické (sémantické kalky vznikají připojením významu podle cizího vzoru, např. slovo *zámek* → zařízení sloužící k zamykání, dostalo další význam „*palác*“ pod vlivem německého slova *Schloss*, které disponuje oběma významy) (Karlík a kol., 2012, s. 101).

2.1.2 Přejímky

„Přejímání slov z cizích jazyků je jedním z nejproduktivnějších způsobů obohacování současné české slovní zásoby. V souvislosti s progresivním vývojem různých vědních oborů, umění, sportu, obchodních styků a dalších oblastí se stává pro češtinu i pro mnohé další jazyky nezbytností rozšiřovat slovní zásobu o mnoho nových lexikálních prvků z cizích jazyků“ (Svobodová, 2007, s. 6). Hojné množství těchto jazykových prostředků v současnosti získává mezinárodní charakter a srozumitelnost nejen pro odborníky z různých vybraných oblastí, ale také i pro běžné uživatele. *Nový akademický slovník češtiny* charakterizuje přejímku neboli výpůjčku jako slovo vzniklé z jazykového kontaktu dvou nebo více jazyků, při kterém došlo k replice či replikám jazykového materiálu nebo jazykových vzorů výchozího/modelového jazyka v jazyce cílovém/přijímajícím, do jehož systému je přejatý materiál nebo vzor integrován.

2.1.3 Zdomácnělá slova

Zdomácnělá slova jsou výrazy, u kterých si již neuvědomujeme jejich cizí původ, jako například *růže, chvíle, hřbitov* nebo *pošta*. Původní charakter zmíněných výrazů se postupem času vytratil a slova se tak stala přirozenou součástí

našeho jazyka. Ovšem proces „zdomácnění“ nebyl nikterak náhlý. Existuje totiž plynulý přechod, kdy si cizí původ těchto slov uvědomujeme. Děje se tomu tak převážně v případech, kdy se setkáváme s jejich podobami v jazycích, ze kterých byla slova přejata (Sgall, 2004. s. 55).

2.1.4 Hybridní slova

„Při odvozování či skládání se uplatňuje tzv. hybridnost, tj. spojování, spřahování prvků z různých jazyků v jednom slově.“ Vzniklý výraz se pak nazývá hybrid. Tento postup byl v minulých letech poněkud odmítán a opomíjen. Nicméně v současném spisovném jazyce se již úspěšně prosadil (Čechová, 2011. s. 83). Zmíněný „trend“ zavádění hybridních slov je stále na vzestupu, což je často zapříčiněno i jejich hojným používáním především v oblasti publicistiky (Svobodová, 1999).

V častých případech se jedná o vytváření nového domácího slova za využití abstrahované cizí složky, např. *motosoučástka, fotosoutěž, maxisukně*... Hybridní slova někdy mívají i slangový charakter, např. *slibotechna.* Ovšem mohou být i termíny (odbornými názvy), např. *supravodivý* (Karlík a kol., 2012, s. 101).

3 Přejímání slov

Jedním z nejčastějších způsobů obohacování/rozšiřování slovní zásoby je přejímání slov, frazémů a slovních spojení. K přejímání slov do spisovné češtiny může docházet z jiných útvarů daného jazyka (dialektů, interdialektů), poloútvarů (slangu, profesní mluvy) nebo z jazyků cizích. Nynější kulturní život, ekonomická situace, rozvoj vědy a techniky, sportu, umění či změny ve společnosti vyžadují stupňující se potřebu komunikace na mezinárodní úrovni. Mnohá přejatá slova dříve užívaná pouze odborníky ze specifických oblastí jsou dnes známá i běžným uživatelům jazyka. Kromě potřeby přejímat slova vyvolává jazykový vývoj rovněž i potřebu tvorby neologismů (Svobodová, 2007).

V současné době je čeština nejvíce ovlivněna angličtinou. Přejatým slovům z angličtiny říkáme anglicismy. Mravinacová (2005) vyvrací fakt, že by přejímky z jiného než z anglického jazyka mohly být tak početné jako právě anglicismy. „Z hlediska původu lexikálních přejímek se v mnoha případech stává, že výrazy přejaté prostřednictvím angličtiny mohou být i jiného než anglického původu (vzhledem k rozrůzněnosti anglické slovní zásoby, která je do značné míry románského a obecně řeckolatinského původu). Pak se jedná spíše o internacionalismy“ (Svobodová, 2007, s. 7).

Německý badatel W. Moser zavádí pojem „xenizmus“ pro jazykové i nejazykové prvky, které odchýlením od normy platné v určitém prostředí nebo míšením norem naznačují cizost, eventuálně pseudocizost. F. Daneš pak Moserovu definici xenizmu rozšiřuje. Ve svém článku *Xenizmy v češtině* chápe xenizmus jako výsledek mezijazykové interference, která je zpravidla podmíněna kontakty mezi lidmi, kulturami i jazyky (Slezáková, 2006).

Při přejímání cizích slov, hlavně anglicismů, zaujímají mluvčí češtiny aktivní roli. Nejsou jen pasivními příjemci, nýbrž musí být schopni přizpůsobit cizí slova českému jazykovému systému. Tento proces vyžaduje kreativitu, zejména ve slovotvorbě, kde si mluvčí vybírají vhodné prostředky (např. předpony, přípony nebo koncovky), aby nové slovo odpovídalo pravidlům češtiny. Volba těchto jazykových prvků se řídí autorovými záměry v komunikaci, stylem sdělení nebo pragmatickými potřebami. Všechny tyto faktory ovlivňují, jakým způsobem se cizí slova v českém jazyce uchytí (Klégr & Bozděchová, 2024, s. 167).

Čechová (2011, s. 83–84) připomíná také pojmenování přenesená z exotických krajin, která se k nám dostala s novým neznámým zbožím. Mezi takové zboží patřilo třeba koření (*zázvor, šafrán*), dále zelenina, léčivé rostliny, ovoce (*datle, pomeranč, petržel*) či tkaniny (*hedvábí, aksamit*). Rovněž i poutní

mniši a misionáři přicházející k nám do země s sebou přinášeli církevní a náboženské názvosloví (*oltář, mše, církev*). Tento proces ovšem fungoval i opačně, tudíž čeští cestovatelé s poznáním cizokrajných částí světa přinášeli nová pojmenování pocházející z různých exotických a orientálních jazyků (*jasmín, samuraj, jantar, achát, fjord, jurta, totem, tajga* a mnoho dalších).

Na celý proces přejímání slov působí několik faktorů. K nim řadíme například dobu, ve které se dané cizí slovo dostalo do jazyka. Každý běžně používá slova jako *škola, kostel* nebo *košile.* Ovšem málokoho napadne, že i tato zmíněná slova čeština kdysi přejala odjinud. Jedná se totiž o staré výpůjčky se základem většinou v latině nebo němčině. Když se podíváme do *Slovníku spisovné češtiny*, zjistíme například, že celou jednu třetinu slov začínajících na písmeno „h" tvoří přejaté výrazy – *heřmánek, hedvábí, hák* atd. Tato slova v našem jazyce již zdomácněla. Naopak například slovo *handicap* je poměrně nové. Toto slovo se rozšířilo teprve po první světové válce a stále ještě můžeme vnímat jeho „cizost". B. Havránek (1938) upozorňuje na vnímání cizích slov a zastává názor, že je zapotřebí rozlišovat mezi cizími slovy, která skutečně považujeme za slova pocházející z jiného/cizího jazyka, a slovy, která se již do češtiny adaptovala a jsou plnohodnotnou součástí českého lexika.

Přejímání slov provází češtinu již od jejích počátků. V průběhu času a vývoje se měnily jednotlivé zdroje přejímání. Ve středověku byla hlavním zdrojem přejímání latina, jakožto jazyk středověké diplomacie, bohoslužeb i vědy. Po latině následovala němčina a zhruba od 17. století přibyly jazyky románské, především francouzština a španělština. Na základě přejímek z těchto jazyků se vyvinula vojenská terminologie – např. *armáda, admirál, kapitán* apod. Nesmíme opomenout ani italštinu, odkud známe termíny převážně z oblasti módy, obchodu a hudby. V době národního obrození se začaly využívat pro přejímání jazyky slovanské. Z polštiny například pochází slova jako *vzor* či *postřehnout*, z ruštiny pak slova *něžný* či *příroda*. Od 18. století se zároveň projevily snahy o nahrazování slov cizích slovy domácími jejich doslovným překladem. Tudíž jsme například místo slova *elektromotor* použili slovo *elektrobudič*. Bohužel se však doslovné české ekvivalenty v praxi příliš neosvědčily. Na konci 19. století se začala hojně přejímat slova z angličtiny a francouzštiny, především z oblasti sportovní terminologie, módy, ale také i konverzační výrazy (Čmejrková et al., 1996, s. 97–98).

Čeština však nesloužila pouze k přejímání slov z cizích jazyků, ba naopak sama obohacovala také i jiné jazyky. Nejčastěji z češtiny přejímala slovenština, jakožto nejbližší slovanský jazyk, ruština, polština, ale rovněž i němčina, která přijala z češtiny zejména výrazy z potravinářské oblasti (*koláč,*

švestka…). Čeština obohatila svět i některými internacionalismy. Mezi ty nejznámější patří například slovo *pistole* označující původní husitskou zbraň nebo slovo *robot*, jehož autorem je Josef Čapek. Slovo *robot* poprvé použil bratr Josefa Čapka, Karel, ve své hře RUR (Čechová, 2011, s. 85).

4 Anglicismy

Anglická slova jsou součástí české slovní zásoby již delší dobu. *Nový akademický slovník cizích slov* (2005) definuje anglicismus jako *jazykový prostředek převzatý z angličtiny do jiného jazyka nebo podle angličtiny v něm vytvořený*. V praxi to může znamenat v podstatě jakékoli převzaté slovo z angličtiny do konkrétního jazyka.

Přibližně začala první anglická slova pronikat do češtiny v 19. století. S největší pravděpodobností tento fakt souvisel s tím, že Anglie byla jakýmsi průmyslovým vzorem Evropě. Výrazněji se vliv angličtiny začal projevovat po první světové válce, ovšem to netrvalo dlouho a po druhé světové válce došlo k ústupu anglického vlivu. Opětovně se anglicismy šířily výrazněji až v 60. letech 19. století. Největšího rozmachu se pak dočkaly po roce 1989, kdy se otevřely hranice na Západ, přičemž do tohoto roku se anglicismy uplatňovaly zejména v oblastech módy, sportu, techniky a hudby (Nekula, 2005).

Anglická slova pronikala do našeho jazyka na základě kontaktů obou jazyků, a především zvýšené prestiže anglického jazyka. Lidé je tedy užívali záměrně. Přejímání anglických slov do českého lexika závisí na historickém vývoji vzájemných vztahů mezi anglicky mluvícími zeměmi a naší zemí.

V posledních letech se anglicismy stále více objevují zejména v publicistickém stylu. Jedná se především o výrazy z oblasti ekonomiky, sportu, výpočetní techniky, módy, hudby a filmového průmyslu. „U většiny z nich dochází k větší či menší formální pravopisné a morfologické adaptaci, jiné si naopak zachovávají původní formu i pravopis a zůstávají nesklonné“ (Svobodová, 1996).

4.1 Vliv angličtiny jakožto globálního jazyka

Během 90. let 20. století došlo k zásadním změnám ve světové lingvistice ve vlivu cizích jazyků na češtinu. Posílen byl především vliv angličtiny jako světového jazyka. Významnou roli zde hrál internet, který přispěl k rozvoji nových jazykových variet. Rovněž se šířila i akademická literatura o angličtině jakožto globálním jazyce. Zatímco předešlé výzkumy byly omezené a zaměřené převážně na psaný jazyk, v 90. letech se tento důraz přesunul k mluvené řeči. Aby angličtina získala status globálního jazyka, který má zvláštní postavení, musela plnit jednu funkci uznávanou v mnoha zemích. U globálního jazyka nejde jen o samotný počet rodilých mluvčích, ale o to, že samotný

jazyk je používán v zemích, ve kterých nemá mnoho rodilých mluvčích. Angličtina tuto funkci plní nejen v zemích, kde slouží jako jazyk mateřský (např. Velká Británie, USA či Kanada), ale také v mnoha jiných státech po celém světě. K tomu, aby se tedy jazyk stal globálním jazykem, musí být přijat a aktivně používán v komunitách, které nemají rodilé mluvčí tohoto jazyka (Crystal, 2012).

Existují dva způsoby, jak dosáhnout globálního statusu jazyka. První způsob je, že jazyk získá status úředního jazyka v zemi, tzn. používá se v oblastech, jako je státní správa, soudy, média a vzdělávání. V těchto zemích se obyvatelé musí naučit jazyk co nejdříve. Někdy se tento jazyk označuje také jako „druhý jazyk" vedle jazyka mateřského. Angličtina má takový status ve více než 70 zemích (např. Ghana, Indie či Singapur). Druhým způsobem, jakým jazyk může získat globální status, je jeho prioritní postavení v určitém státě. Jazyk se stává hlavním vyučovaným jazykem na školách a zároveň se stává i dostupným pro dospělé, kteří se ho v minulosti nenaučili. Názorným příkladem může být ruština v zemích bývalého Sovětského svazu (Crystal, 2012, s. 3–5).

Je zřejmé, že v současné době se čeština, respektive český komunikační prostor anglicizuje. Klégr & Bozděchová (2024, s. 30) zmiňují názor R. Adama, bohemisty a anglicisty, který konstatuje, že jazyková loajalita Čechů k mateřskému jazyku je poměrně nízká a že početné množství rodilých Čechů přikládá vyšší prestiž angličtině na úkor vlastního národního jazyka.

4.1.1 Důvody přejímání slov z angličtiny

Jedním z důvodů přejímání slov z anglického jazyka je skutečnost, že nevznikají česká slova označující některé speciální jevy, a proto se ujímají v českém lexiku anglicismy. Dříve například čeština stačila vytvářet české ekvivalenty sportů, jako je *kopaná* místo *fotbalu*, *odbíjená* místo *volejbalu* či *košíková* místo *basketbalu*. Nelze přehlédnout, že v dnešní době tyto české ekvivalenty již nevznikají a dáváme přednost anglickým pojmenováním (např. *softbal* nebo *windsurfing)*. Nepochybně bychom mohli uvádět i další doklady nejen ze sportovní oblasti. Je nutné upozornit na to, že vliv angličtiny se neprojevuje pouze prostřednictvím slov a slovních spojení, nýbrž je viditelný i v oblasti rytmické a intonační. Tento vliv je způsobený poslechem anglické, potažmo americké hudby a samozřejmě i sledovaností filmů či seriálů v angličtině (Čmejrková et al, 1996).

Neméně důležitým důvodem sociálního charakteru, díky němuž přejímáme anglicismy, je zisk jisté prestiže a exkluzivity (Klégr & Bozděchová, 2024). Havlík (2019) uvádí například anglicismus *timing* nahrazující české

slovo *načasování*. V souvislosti s tím, že pro daný výraz existuje české pojmenování, získává zmíněný anglicismus charakter „módního výrazu“. Havlík (2019) zdůrazňuje, že prestiž vybraných anglicismů vyplývá ze spojení pojmenovávací funkce s funkcí sociální.

4.2 Historický vývoj anglicismů

Lze konstatovat, že dlouhodobé vzájemné styky etnik a národů byly vždy doprovázeny i jazykovými kontakty různé úrovně intenzity. V rámci těchto styků docházelo k přímému či zprostředkovanému přejímání jazykových forem a jednotek z jednoho jazyka do druhého (Svobodová, 2007, s. 10–11).

Nelze opomenout, že kontakty českých zemí s anglofonními zeměmi sahají až do středověku. Jako příklad lze uvést rok 1201, kdy se Robert Angličan, notář Přemysla I. Otakara, stal moravským biskupem a zakladatelem kláštera Velehrad. Zajímavým z historického pohledu je i politický život pozdních Přemyslovců, zejména Václava II., který nechal přenést do Prahy části ostatků Thomase z Canterbury. Je důležité si uvědomit, že vliv na historický vývoj anglicismů měla i tzv. „Stoletá válka“. Jednalo se o konflikt mezi Anglií a Francií mezi léty 1337–1453. Příčinou tohoto konfliktu byl spor o nadvládu ve Flandrech. Záminkou k této válce se stalo odmítnutí nástupnictví anglického krále Eduarda III. na francouzský trůn. Lucemburkové, za jejichž vlády v tomto období naše země stály formálně na straně Francie, usilovali o aktivní zapojení, nikoli o pouhou pasivní roli spojenců. Působili jako vyjednavači a prostředníci mezi Francií a jejími protivníky, čímž usilovali o posílení své diplomatické pozice a zachování rovnováhy mezi stranami. Dokonce v této válce, respektive v bitvě u Kresčaku, která se odehrála v první etapě války, české země přišly o svého krále Jana Lucemburského. Dalším podstatným mezníkem je rok 1382, kdy se české země spojily s Anglií v rámci příbuzenských vztahů, a to díky sňatku Anny Lucemburské, sestry Václava IV., s Richardem II. V té době pro české země měla největší význam zejména Oxfordská univerzita, především John Viklef, s jehož dílem se u nás seznámil Jan Hus prostřednictvím českých studentů, kteří na Oxfordu studovali. V roce 1415 se do Prahy dostal jeden Viklefův žák, jmenovitě Petr Payne, přezdívaný též jako „Engliš“. Engliš působil na Karlově univerzitě a také zastupoval husity na basilejském koncilu konaném v roce 1433. O dvě století později byl v Anglii hoštěn Jan Ámos Komenský, který zde obdržel nabídku na pozici rektora místní Harvardovy univerzity (Viereck et al., 2004, s. 259).

Převážná část anglicismů se do češtiny dostala ve 20. století. To ovšem neznamená, že dříve se čeština anglicismy neobohacovala. Jako názorný příklad bychom zde uvedli Karla Havlíčka Borovského, který užíval výrazu *bil* (z angl. *bill* = návrh zákonů). Výraz můžeme najít v Borovského *Pražských novinách*, přesněji ve zpravodajství z Velké Británie. Tento výraz Josef Jungmann chybně považoval za germanismus. V 19. století se začínají objevovat další anglicismy, například slovo *manšestr*. Na počátku 20. století se objevují anglicismy, jako *tramvaj (tramway), klub (club), svetr (sweater)* či *kovbojka (cowboy)*. Tyto výrazy svědčí o tom, že znalost anglické výslovnosti nebyla příliš rozšířena. Anglická výpůjčka se řídila často podle českého čtení psané podoby slova v původním jazyce a teprve poté dostala psanou podobu v jazyce českém (Viereck et al., 2004, s. 263).

České obyvatelstvo se seznamovalo s anglickou kulturou prostřednictvím literatury psané v angličtině, která se k nám dostávala zprostředkovaně buďto v českých překladech nebo německých verzích. Od 40. let 19. století se prosazoval na našem území i vliv Spojených států amerických, a to převážně v oblasti kulturní, sociální a hospodářské. Významnější role USA byla zapříčiněna především migrací. Na našem území byla v roce 1848 poražena revoluce a byl nastolen Bachův absolutismus, který vyvolal patřičné ekonomické a politické změny. Kvůli nim se řada českých osobností rozhodla pro emigraci právě do USA. Mezi nejznámější vystěhovalce patřil Josef Václav Sládek či Vojtěch Náprstek a řada dalších osobností (Viereck et al., 2004).

Po první světové válce se vliv angličtiny prosazoval výrazněji, ovšem po druhé světové válce a po roce 1948 byl opět oslaben z důvodu tehdejší situace, která bránila rozvoji kultury právě s anglosaskými zeměmi. Vliv angličtiny začal sílit opět v 60. letech a největší zlom nastal po roce 1989, kdy přejaté výrazy společně s neologismy potvrdily orientaci společenského života na nové oblasti, například na filozofii, západní ekonomiku, politiku atd. (Daneš, 1997, s. 273).

Právě tato vlna přetrvává ve své podstatě dodnes a je zapříčiněna razantním postavením angličtiny jakožto světového, odborného i prestižního jazyka. Po grafické stránce jsou slova anglického původu dosti rozrůzněná a v častých případech i nedostatečně zakotvená obzvláště ve spisovném lexiku. Převažují zejména anglicismy ze sportovní oblasti (*krosček, out, play off, smeč*), dále z oblasti ekonomické (*diskont, cash flow*), z oblasti informačních technologií (*server, internet, skener*), také z oblasti moderní hudby (*house, pop music*) či oblasti masmédií (*talkshow, prime time, newsroom*) (Svobodová, 2007, s. 16).

4.3 Formální adaptace anglicismů

Proces adaptace anglicismů je procesem progresivním, který převážně u nových přejímek v českém jazyce stále probíhá. Na procesu adaptace se podílí mnoho faktorů. Nejdůležitějšími jsou stáří přejetí, rozdíly v morfologické oblasti, vztah psané a mluvené podoby přejímaného slova, ustálenost lexikálního významu, frekvence užití a mnoho dalších (Svobodová, 2007). Platí, že čím je frekvence užití slova vyšší, tím rychlejší je jeho adaptace.

Čeština tedy slova cizího původu postupně adaptuje a zařazuje je do českého systému. Přejaté slovo nejprve hledá v novém jazyce své kategorie, respektive slovní druh a v případě podstatného jména i rod. Jako příklad si zde uvedeme slovo *image/imidž*, které se píše v obou podobách. Toto slovo se užívá v češtině ve všech rodech:

- své intelektuální *imidž*
- svou pozitivní *image*
- svému šaškovskému *image*

U tohoto slova převažuje původní pravopis nad počeštěným. Adaptační proces probíhá odlišně u slov abstraktních a konkrétních. U konkrétních slov probíhá adaptace rychleji. Jako příklad zde uvedeme upřednostňovanou česky psanou variantu slova *džus* namísto anglického *juice*. Oproti tomu například u abstraktního slova *jazz* zcela převládá jeho původní anglicky psaná varianta (Schmiedtová, 2010, s. 155–156).

Jedním z hlavních problémů, na který narážíme při přejímání anglických slov do češtiny, je rozdíl mezi grafickou a zvukovou podobou přejatého slova. „O pravopise přejatých slov rozhoduje míra zdomácnění a výsledná spisovná podoba přejatého výrazu je souhrou mnoha faktorů“ (Minářová & Tušková et al., 2015, s. 71).

Podoby (grafická a zvuková) se shodují jen u malého počtu slov (např. *film, set, fit* aj.). Nabízí se zásadní otázka, zda přejatá slova „počešťovat“, anebo zachovat jejich původní podobu. Samotný anglicismus může působit v textu cizorodě a pro čtenáře neznalého anglického jazyka může být dokonce foneticky neprůhledný. Ovšem D. Svobodová (2007, s. 30) píše, že „Formální adaptace v současné době přejímaných anglicismů (chápaných mnohdy jako internacionalismy) a dalších cizojazyčných prvků má tu výhodu, že časem jim začne rozumět většina uživatelů češtiny, tedy i těch, kteří neumějí anglicky.“ Naopak zastánci původního pravopisu nesouhlasí s počeštěním, jelikož by anglicismus ztratil svoji internacionálnost (třebaže někdy jen zdánlivou) (Rejzek, 1993).

„Většina anglicismů se tedy v češtině, zpravidla po určité době fungování v původní grafické podobě pravopisně adaptuje. Nová pravopisná podoba vzniká v zásadě dvojím způsobem:

a) základem je původní grafická podoba, které se přizpůsobí výslovnost (*basketbal, overal, tramvaj, bungalov* aj.)
b) základem je výslovnost, které se přizpůsobí grafická podoba (*byznys, džus, ofsajd, víkend* aj.), což je způsob mnohem obvyklejší.

Dochází samozřejmě i k různým nepravidelnostem, které svědčí o individuálnosti celého procesu (*biftek, kraul, kečup, džungle*) apod.“ (Rejzek, 1993, s. 26–30). „V průběhu adaptace vedle sebe v určitém okamžiku existují dvě i tři (výjimečně čtyři) varianty jednoho výrazu. Tyto varianty mají různou frekvenci a distribuci, přičemž za kodifikovanou variantu považujeme tu, která je uvedena v *Pravidlech českého pravopisu*“ (Minářová & Tušková et al., 2015, s. 72).

Adaptace obecně má jednu podstatnou výhodu: slovu začne rozumět každý český mluvčí. Proces adaptace má tu nevýhodu, že slovo ztrácí mezinárodní srozumitelnost (Schmiedtová, 2010, s. 156).

4.3.1 Ortograficko-ortoepická adaptace

Přejímaná slova do českého jazyka z jazyků cizích se většinou přizpůsobují českému jazyku v ortoepické (zvukové) rovině a také v rovině ortografické (grafické/pravopisné). Jak adaptace ortografická, tak adaptace ortoepická se navzájem ovlivňují (Svobodová, 2007). F. Daneš (2002, s. 32) podává přehled možných pravopisně-výslovnostních kombinací anglicismů v češtině, které dělí do následujících pěti skupin:

1. anglická výslovnost a anglický pravopis přizpůsobený českému hláskovému systému – např. *dream* [drím], *movie* [múví]
2. anglická výslovnost a český pravopis – např. *džem* [jam], *sprej* [spray]
3. anglická výslovnost a anglický i český (dubletní) pravopis - např. *skate/skejt* [skejt], *byte/bajt* [bajt]
4. česká výslovnost podle pravopisu a anglický pravopis – např. *basketball* [basketbal], *radar* [radar] (anglicky [báskitból], [rejdár])
5. česká výslovnost podle anglického pravopisu a český pravopis - např. *volejbal* [volejbal] (anglicky *volleyball* [valiból]).

4.3.2 Morfologická adaptace

Morfologickou adaptací rozumíme proces, při kterém se forma přejatých slov upravuje tak, aby mohla být začleněna do skloňovacích a časovacích systémů (Svobodová, 2007). Morfologickou adaptaci lze považovat za jeden z hlavních způsobů počešťování přejatých slov a jejich inkorporace do českého gramatického systému. Tato adaptace se týká z většinové části podstatných jmen (substantiv). V případě morfologické adaptace přídavných jmen (adjektiv) a sloves (verb) se využívá slovotvorných sufixů (přípon), které umožňují českou deklinaci a konjugaci (Viereck et al., 2004, s. 270).

Morfologická adaptace si klade za cíl přiřazovat přejaté lexémy k deklinačním typům. Přejatá substantiva si osvojují gramatický rod, včetně rozlišení životnosti a neživotnosti podle zakončení v základním tvaru. Tento proces vede k tomu, že u některých substantiv může docházet ke kolísání rodu. Adaptace morfologická nevyžaduje adaptaci grafickou a zvukovou a naopak. Snáze se morfologicky adaptují anglická jména, která mají ve výslovnosti stejné zakončení jako jejich české ekvivalenty, například *software* [softver]. Oproti tomu nesklonná zůstávají především ta jména, která mají v češtině neobvyklé zakončení, například *summary* [sameri]. Taková obecná tendence je uplatňována v součinnosti se zbývajícími faktory počešťování. Z toho důvodu dochází k nepravidelnostem a rozrůznění, např. *feature* [fíčr]. Nesklonná zůstávají vícečlenná substantiva, která obsahují složky s různou slovnědruhovou charakteristikou (*fast-back, drop-in*) (Daneš, 1997).

4.4 Nejfrekventovanější oblasti výskytu anglicismů

V posledních desetiletích se anglicismy stále více uplatňují v různých oblastech lidské činnosti, což reflektuje nejen globalizaci, ale také rychlý technologický a kulturní vývoj. Angličtina se stala univerzálním jazykem v mnoha profesních sférách.

Viereck et al. (2002, s. 274–275) uvádí následující oblasti výskytu anglicismů:

- Oblast ekonomická – *job, teamwork, holding, know-how…*
- Oblast bankovnictví – *credit card, cash, homebanking…*
- Oblast obchodu a služeb – *second hand, leasing, made in…*
- Oblast automobilismu a dopravy – *airbag, off-road, truck…*
- Oblast módy a kosmetiky – *body, outfit, peeling, herbalife…*
- Oblast stravování – *light, ice-tea, fast-food, hamburger…*
- Oblast telekomunikací, internetu a komputerových technologií a her – *joystick, hacker, reset, freeware, chat/chatovat…*
- Oblast publicistiky a politiky – *boom, summit, feature, top ten…*
- Oblast reklamy – *poster, billboard, ideamaker, spot…*
- Oblast filmu, televize a médií – *casting, happy end, sitcom…*
- Oblast hudby – *blues, mainstream, bigband, comeback, remix…*
- Oblast literatury a umění – *thriller, ghost-writer, paperback…*
- Oblast označení sociálních jevů a skupin – *greenpeace, hippies, babysitting, squatter, freak…*
- Oblast konzumace drog – *dealer, joint, speed, crack, clean…*
- Oblast sportu – *couch, hattrick, play-off, power-play, buli…*

Některé anglicismy nelze jednoznačně zařadit pouze k jedné oblasti, protože jejich užívání je flexibilní.

4.5 Purismus

Pojem purismus je možné definovat jako snahu o zavádění domácích pojmenování namísto pojmenování přejatých. Cílem purismu je tedy dosáhnout „čistoty jazyka“. Puristické příčiny nemusí být pouze jazykové, ale zpravidla častější jsou národnostní a politické. Purismus se neomezuje pouze na určitá historická období či národy a jazyky. Avšak v některých vybraných obdobích mohou být puristické snahy rozšířenější, například v době národního obrození, kdy se národní jazyk snažil uchránit před cizími vlivy, které by mohly ohrozit jeho identitu nebo srozumitelnost. V době národního obrození byl český jazyk pod silným vlivem němčiny, zřejmě proto se puristé vymezovali proti germanismům[2]. Nicméně některé germanismy přežívají v češtině dodnes, zejména v mluvě postarších generací nebo v citově zabarvené řeči. Jedná se například o slova *fabrika, fofrovat, vercajk, piglovat, kumšt*. V současnosti vliv němčiny není v takové míře patrný a převažuje vliv angličtiny. Angličtina

[2] Slova původem z němčiny.

v dnešní době však neovlivňuje jen češtinu, nýbrž jí podléhají i ostatní jazyky, především francouzština, španělština či ruština (Čmejrková et al, 1996, s. 87).

Pozoruhodný může být výskyt původem arabských slov v českém lexiku, například *alkohol, kmín, nafta, vata, zázvor, amulet* a mnoho dalších (Čmejrková et al, 1996, s. 88).

5 Anglicismy a jejich vliv na jazykovou komunikaci žáků

Žáci se slovní zásobě věnují již na prvním stupni základní školy, kde získávají základní informace týkající se tohoto tématu. Seznamují se s tím, co je to vlastně slovo, jak se tvoří či z čeho se skládá. Dále se žáci poprvé setkávají s termíny, jako synonymum, antonymum a homonymum. Avšak s problematikou obohacování slovní zásoby ve výuce českého jazyka se mohou žáci setkat až na druhém stupni základní školy. Podle Rámcového vzdělávacího programu pro základní školy[3] (2023) patří k učivu českého jazyka téma slovní zásoba a její jednotky, slohové rozvrstvení slovní zásoby, význam slova, homonyma, synonyma, obohacování slovní zásoby, způsoby tvoření slov. Z očekávaných výstupů z oblasti jazykové výchovy na druhém stupni základní školy se téma anglicismů promítá ve výstupu ČJL-9-2-01 *(žák) spisovně vyslovuje česká a běžně užívaná cizí slova,* dále také ve výstupu ČJL-9-2-02 *(žák) rozlišuje a příklady v textu dokládá nejdůležitější způsoby obohacování slovní zásoby a zásady tvoření českých slov, rozpoznává přenesená pojmenování, zvláště ve frazémech* (RVP ZV, 2023, s. 24).

Téma obohacování slovní zásoby bývá zahrnuto ve školních vzdělávacích programech napříč téměř všemi ročníky vyššího stupně základní školy. Názorným příkladem může být například školní vzdělávací program (2024) Základní školy Morkovice. U tohoto školního vzdělávacího programu se způsoby obohacování slovní zásoby vyskytují v sedmém ročníku, kde se od žáků očekává, že poznají způsoby obohacování slovní zásoby. Téma se opět dále rozvíjí v osmém ročníku, kde má být žák schopný rozlišit a příklady v textu doložit nejdůležitější způsoby obohacování slovní zásoby. Dále má žák umět vysvětlit, jak se do češtiny dostávají nová slova. Rovněž by žák měl být schopen vyhledat v textu přejatá slova a rozpoznat, jak se tato slova liší ve výslovnosti a v pravopise od „slov domácích“ (ŠVP ZŠ Morkovice, 2024).

5.1 Anglicismy v internetovém prostředí

V současné digitální éře hraje internet zásadní roli ve způsobu, jakým lidé komunikují, pracují a tráví volný čas. V souvislosti s jeho globálním rozšířením

[3] Rámcový vzdělávací program pro základní školy (státní úroveň) je společně se školním vzdělávacím programem (školní úroveň) součástí kurikulárních dokumentů, což jsou veřejné dokumenty přístupné pro pedagogickou i nepedagogickou veřejnost (RVP ZV, 2023).

se stále více projevuje vliv anglického jazyka. Tento fenomén vede k rostoucímu používání anglicismů, tedy slov a výrazů převzatých z angličtiny. Anglicismy jsou v online prostředí všudypřítomné a postihují všechny oblasti počínaje odbornou terminologií po běžnou konverzaci na sociálních sítích. Popularita přejatých slov z angličtiny souvisí nejen s globální dominancí tohoto jazyka, ale i rychlostí, díky níž internet umožňuje šíření nových výrazů. V digitálním prostředí se zároveň většina technických pojmů a softwarových nástrojů poprvé objevuje právě v angličtině, což vede k pronikání těchto výrazů do jiných jazyků.

Jak jsme již nastínili výše, anglicismy se neomezují jen na termíny z oblasti informačních technologií, ale běžně se objevují v každodenní komunikaci uživatelů internetu, zejména tedy na sociálních sítích, v online diskuzích nebo například při používání moderních aplikací. Často se užívají výrazy, jako *„like“*, *„post“*, *„scrollovat“* a *„streamovat“*. Všechny tyto zmíněné výrazy byly zaznamenány při sledování žákovské diskuze nad platformou Instagram. Četné používání těchto anglicismů odráží specifické činnosti, které jsou spjaty se sociálními sítěmi, kde angličtina dominuje. Výraz *„like“* slouží k označení příspěvku jako oblíbeného. Výraz „*post*“ označuje zveřejněný příspěvek. Výraz *„scrollovat“* znamená procházet obsah sociální sítě na obrazovce pohybem nahoru a dolů. Výraz *„streamovat“* znamená činnost přehrávání multimediálního obsahu v reálném čase. Všechna tato slova se díky jejich častému užívání na internetu přirozeně stala součástí všední komunikace i v češtině. Je důležité zmínit, že některé anglicismy se udržují právě díky tomu, že odkazují na specifické technologické funkce, pro jejichž označení neexistuje český ekvivalent.

5.2 Anglicismy v oblasti reklamy

Anglicismy mají významný vliv na současný jazyk a marketingovou komunikaci, a tudíž se velmi často užívají v oblasti reklamy. Tento vliv je zapříčiněn zejména obecnou globalizací a silným vlivem anglicky mluvících zemí na reklamní trendy. Angličtina je obecně vnímána jako moderní a dynamický jazyk, což z ní činí atraktivní nástroj pro vytváření reklamních sdělení a sloganů všeho druhu, tj. v tisku, na billboardech, v televizi, v rozhlase… Výrazy cizího původu jsou jedním ze stěžejních prostředků, díky kterému můžeme dosáhnout primárního cíle, tedy zaujmout příjemce do takové míry, aby si například koupil propagované zboží (Svobodová, 2007). S. Čmejrková (2000, s. 87)

dokonce tvrdí, že zapojení nejrůznějších jazykových kódů, mimo jiné i cizojazyčných, je jednou ze základních vlastností, kterou reklamní text disponuje.

Cizojazyčné přejímky, převážně tedy anglicismy, se poměrně pravidelně vyskytují zejména v kratších reklamních sloganech. Cílem používání anglicismů v reklamních sloganech je aktualizace sdělení a zároveň jazyková hra, kdy anglicismy plní funkci atraktivity, zábavnosti a přispívají i k estetickému vnímání sdělení (Svobodová, 2007). S. Čmejrková (2000, s. 79–84) například uvádí tyto příklady reklamních sloganů*: BESTstarostně spolu.; Aby Váš motor skvěle SHELL; VANISH. Skvrn a špíny se zbavíš*. Můžeme pozorovat, že slova ve sloganech spolu vytváří rým, který si příjemce může snadno zapamatovat.

5.3 Anglicismy v časopisech pro mládež

V současné době ve výskytu anglicismů vede internetové prostředí. Nicméně dříve anglicismy dominovaly v časopisech pro mladistvé. Jedním z nejpopulárnějších teenagerovských časopisů byl časopis *Bravo*. Původně časopis vznikl v Německu v 50. letech 20. století. Jeho majitelem byl Peter Boenisch, německý novinář a editor. Boenisch byl označen deníkem *The Times* za jednoho z nejúspěšnějších poválečných novinářů. Nejdříve se časopis zaměřoval na oblast filmu a na osobnosti s filmem spojené, tedy populární herečky a herce. Později se obsah časopisu obohatil také o oblast hudby. Přibyla také rubrika zvaná „Láska, sex a trápení“. V této rubrice byly otištěny dotazy čtenářů týkající se jejich milostných vztahů, na které zprvu odpovídala pod pseudonymem Dr. Christoph Vollmer spisovatelka Marie Louise Fisherová, autorka zamilovaných románů. Později se této role zhostili profesionální lékaři. Tato rubrika byla velmi oblíbená hned z několika důvodů. V 50. letech minulého století byla stěžejním zdrojem informací o intimních tématech, která v té době byla poněkud tabu. Existovaly sice sexuologické učebnice a do výuky na školách byla zařazena sexuální výuka, avšak vše bylo poněkud zastaralé a mnozí dospívající se ostýchali tázat svých rodičů na otázky spojené s intimností. V 60. až 80. letech se začal časopis šířit i za hranice Německa, nejprve v originální německé verzi a později i v jazykových mutacích (Hlavatá, 2013).

První český výtisk časopisu *Bravo* vyšel 26. října 1991. Ani v české verzi nesměla chybět nejoblíbenější rubrika o lásce a sexu. Na anonymní intimní dotazy odpovídali čeští sexuologové Pavel Zemek, Pavla Zemková a Hana Fifková. S prvním číslem časopisu začaly vznikat i obdobné časopisy s podobným zaměřením (např. časopis *Popcorn*, *Top Dívky*…). Obsahem časopisů byly módní rubriky, horoskopy, hudební hitparády, ale i křížovky či seznamky.

Nicméně s rozmachem internetu i kvůli konkurenci obdobných časopisů došlo k úpadku *Brava* v rámci českého trhu, a tak po téměř 25 letech přestal časopis *Bravo* vycházet (Štefek, 2016).

Právě časopisy pro mladistvé byly v dřívější době nositeli specifické slovní zásoby, především anglicismů. Zaměřovaly se na významné osobnosti, pro které se užívalo označení „*stars*" a s nimiž bývaly spojovány výrazy, jako *song, hit, idol, cool*. Anglicismy se nevyhnuly ani sexuální rubrice. Zde se ve velké míře uchytily například anglicismy *fuck, flirt, sexy, hot, single, boyfriend, girlfriend* a mnoho dalších (Dostálová, 2012).

5.4 Anglicismy v obsahu televizního vysílání

A. Dostálová ve své práci uvádí, že náležitou roli ve vývoji anglicismů hrály v dřívějších letech i soukromé televizní stanice, především stanice *MTV* a *Disney Channel*. Zejména stanice *Disney Channel* se vyznačuje charakteristickým americkým stylem. Zaměřuje se hlavně na seriály pro mládež, ale produkuje i filmy. V seriálech se objevují teenageři s dokonalým vzhledem a reprezentativní slovní zásobou typickou právě pro americké dospívající. Tato slovní zásoba se promítá i do českého dabingu, odkud čeští dospívající přebírají užité výrazy (např. *wow, cool, ok*…). Stanice *MTV* se specializuje převážně na hudební průmysl, s nímž jsou spojovány například anglicismy *hit, top chart, single* či *playlist*. Stanice vysílá i reality shows, často v původním znění s českými titulky. Reality show nejen že zprostředkovává životní styl americké mládeže, ale také jejich slovník, který obsahuje často i vulgarismy nepokryté cenzurou. Ovšem vyjma různých reality shows se v nejrůznějších pořadech vysílaných touto stanicí často objevuje aktuální anglický slang zahrnující například slova jako *crush, awesome, lit* nebo *vibe.* Tyto výrazy se pak přirozeně objevují i v řeči české mládeže. Díky svému zaměření na mladé diváky a propojení s globální popkulturou se tato stanice vedle *Disney Channelu* stala jedním z hlavních prostředků šíření anglicismů.

V současnosti hraje nejvýznamnější roli v rozvoji anglicismů pravděpodobně streamovací platforma *Netflix*. Tato platforma nabízí globální obsah, přičemž většina seriálů a filmů je původně v angličtině. Ačkoliv se některé seriály a filmy dabují a titulkují do češtiny, jazyková struktura, potažmo slovní zásoba často zůstává pod silným vlivem angličtiny. Mladí diváci si pak snadno osvojují anglické výrazy, které následně přenášejí do své každodenní komunikace.

PRAKTICKÁ ČÁST

6 Úvod k výzkumnému šetření

V současnosti můžeme slýchat v žákovské mluvě čím dál více slovních výrazů přejatých z cizích jazyků. Nynější sílící záliba v používání anglických výrazů v komunikaci sloužila jako inspirace k napsání diplomové práce *Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ.* Téma anglicismů bylo zvoleno z důvodu korespondence tohoto tématu se studovaným oborem. Rovněž byly inspirací sociální sítě a různé komunikační prostředky užívané současnou mládeží, kde se používání anglicismů objevuje v čím dál větší míře. U sociálních sítí a celkově internetu současná mládež tráví poměrně velký podíl svého volného času. I z tohoto důvodu se práce zaměřuje na to, zda žáci vybraná slova znají, rozumí jim a používají je ve správném významu během komunikace.

Praktická část svým obsahem navazuje na teoretickou část. Pro výzkumné šetření byl zvolen kvantitativní výzkum, konkrétně metoda dotazníkového šetření. Výzkum byl realizovaný na různých základních školách ve Zlínském a Jihomoravském kraji.

7 Výzkumné šetření

Při výzkumném šetření jsme využili kvantitativní výzkum, tj. výzkum sloužící ke zjišťování množství, rozsahu nebo frekvence výskytu jevů a jejich míry či intenzity. Výsledné údaje plynoucí z kvantitativního výzkumu mohou poté dále sloužit k matematickému zpracování. Klady kvantitativního výzkumu můžeme spatřit v jednoznačném a jasném vyjádření zjištěných údajů v číselné podobě (Gavora, 2010, s. 35).

K výzkumnému šetření jsme zvolili metodu dotazníkové šetření. „Dotazník je soustava předem připravených a pečlivě formulovaných otázek, které jsou promyšleně seřazeny a na které dotazovaná osoba (respondent) odpovídá písemně“ (Chráska, 2016, s. 158). Občas se ve stejném významu užívá rovněž termín anketa. Avšak ve většině případů se pojmy dotazník a anketa odlišují. Za anketu se považuje spíše takové šetření, do kterého se účastníci sami spontánně zapojují (Chráska, 2016).

Neodmyslitelnou výhodou využití dotazníku je jeho nízká časová náročnost a možnost jeho rozšíření online formou, díky níž se pak dostane k velkému počtu lidí, což umožňuje získat data od reprezentativního vzorku populace při zachování anonymity respondentů.

Pomocí dotazníku jsme zkoumali, jak žáci rozumějí vybraným anglicismům a zda jsou schopni přeložit je do českého jazyka. Dále jsme zjišťovali, zdali žáci mají, či nemají s anglicismy zkušenost, případně jaká slova znají, aktivně používají a jaký mají názor na přejímání slov z angličtiny.

7.1 Cíle výzkumného šetření

Hlavním cílem práce bylo zjistit znalost a aktivní užívání přejatých slov z anglického jazyka u žáků navštěvujících vyšší stupeň základní školy. Dále jsme si stanovili i dílčí cíle:

1. Zjistit, zda žáci dokážou nahradit anglicismus českým ekvivalentem.
2. Zjistit, jaké anglicismy žáci používají.
3. Zjistit osobní postoje žáků na používání anglicismů v českém lexiku.

7.2 Hypotézy k výzkumnému šetření

V rámci výzkumu jsme si rovněž stanovili hypotézy, jejichž pravdivost či nepravdivost díky provedenému výzkumu buďto vyvrátíme, nebo potvrdíme.

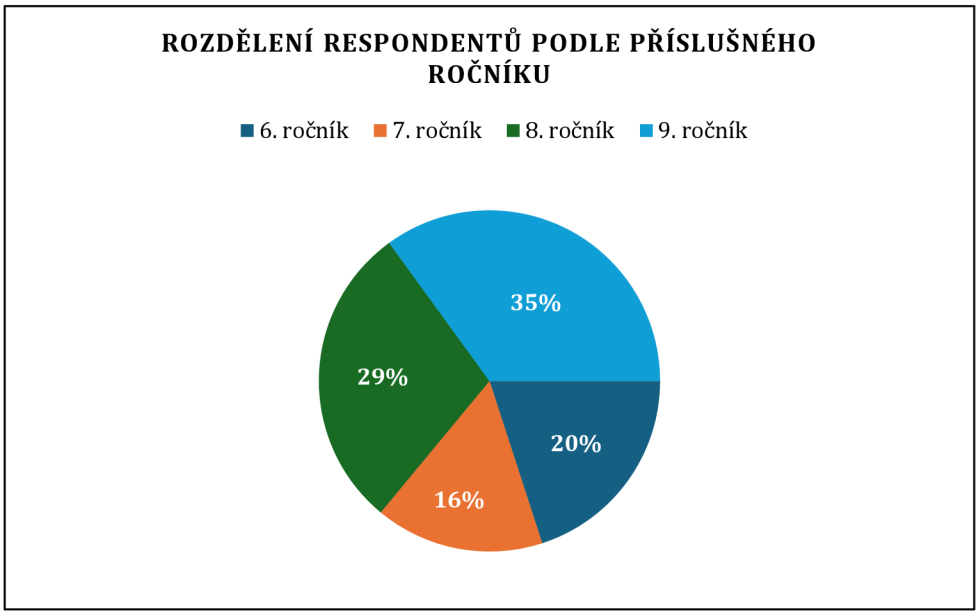
1. Žáci navštěvující vyšší ročníky druhého stupně základní školy znají anglicismy lépe než žáci navštěvující nižší ročníky druhého stupně základní školy.
2. Žáci vyššího stupně základní školy mají spíše kladný vztah k používání anglicismů v českém jazyce.

7.3 Interpretace výzkumného šetření

Tato podkapitola je věnována výsledkům, ke kterým jsme dospěli po realizaci výzkumného šetření. Pro lepší přehlednost jsou výsledky zpracovány do grafů a tabulek, ke kterým jsou doplněny komentáře.

Otázka první
Který ročník navštěvuješ?

Jako první dotazník zjišťoval informace o respondentech v obecné rovině. Záměrem první otázky bylo roztřízení jednotlivých respondentů dle příslušného ročníku.



Graf 1 - Rozlišení respondentů podle navštěvovaného ročníku (v procentech)

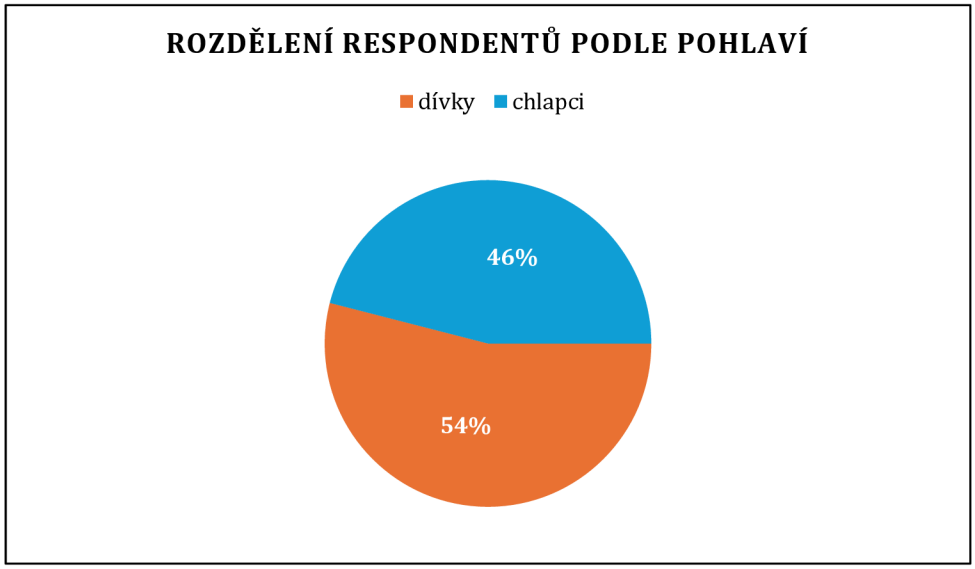
Graf znázorňuje rozložení odpovědí na první dotazovanou otázku:

- 6. ročník (20 %) – Celkem bylo vráceno 45 dotazníků od žáků šestého ročníku. Tito žáci tvoří téměř pětinu z celkového počtu respondentů.
- 7. ročník (16 %) – Žáci sedmého ročníku odevzdali celkem 37 dotazníků, což představuje cca šestinu z celkového počtu respondentů.
- 8. ročník (29 %) – S počtem 66 dotazníků přispěli do výzkumu žáci osmého ročníku. Počet představuje přibližně čtvrtinu z celkového počtu respondentů.
- 9. ročník (35 %) – Žáci devátého ročníku konkrétně odevzdali 79 dotazníků. Počet odevzdaných dotazníků představuje zhruba třetinu z celkového počtu respondentů.

Nejvíce odpovědí tedy bylo získáno od žáků vyšších ročníků. Oproti tomu mladší ročníky byly zastoupeny v menším měřítku.

Otázka druhá
Pohlaví jednotlivých respondentů

Cílem druhé otázky bylo rozdělit respondenty podle příslušného pohlaví na dívky a chlapce. Důvodem zařazení této otázky byl předpoklad, že některé vybrané anglicismy více používají dívky a jiné naopak zase chlapci. Proto bylo nezbytně nutné kategorizovat respondenty na základě jejich pohlaví. Jak již bylo zmíněno, celkem se vrátilo 227 dotazníků – 123 od dívek a 104 od chlapců.



Graf 2- Rozdělení respondentů podle pohlaví (v procentech)

Otázka třetí
Co tě napadne při prvním pohledu na následující slova? Zkus pro tato slova vymyslet český překlad.

U této otázky měli žáci napsat, co se jim vybaví při prvotním pohledu na dané anglicismy. Otázka obsahovala celkem 10 výrazů přejatých z angličtiny. Zvolené výrazy byly zařazeny do dotazníku záměrně. Po dvouletém pozorování jsme zjistili, že právě ty patří k výrazům, které se nejčastěji vyskytují na sociálních sítích, platformě YouTube, resp. v celém internetovém prostředí. Rovněž jsme se zaměřili na to, jaké anglicismy žáci používají ve své komunikaci v rámci učitelských praxí. Do této otázky jsme zařadili následující sledované anglicismy: *merch, swajpnout, like, stories, streamer, challenge, prank, joke, chillovat* a *followers.*

1) Merch

Slovo *merch* pojmenovává nějaké „propagační zboží“ (např. hudebních skupin, sportovních klubů či jednotlivců → v současné době převážně youtuberů a influencerů). *Online slovník cizích slov* (© 2005-2025) uvádí, že samotné slovo *merch* vzniklo z anglického slova *merchandising*, což znamená reklamní předměty či celkovou obchodní politiku.

Z odpovědí vyplynulo, že slovo *merch* většina respondentů zná či přibližně ví, co znamená. Ukázalo se, že slovo nejlépe znají žáci vyšších ročníků, převážně osmého a devátého, což je pravděpodobně zapříčiněno tím, že užívání sociálních sítí je podmíněno minimální věkovou hranicí (13 let).

Za správné odpovědi lze uznat *oblečení, produkt známé osobnosti, logo, mikina, tričko*.

Tab. 1 - *Merch*

Odpověď	Počet respondentů
oblečení	121
sociální sítě	36
Instagram	27
nevím	13
produkt známé osoby	11
logo	6
hodnocení	5
mikina	2
slang	2
tričko	2
brand	1
naše třída	1

2) Swajpnout

Slovo *swajpnout* je opět spojeno s tematikou sociálních sítí, především platformy Instagram, ale v současné době i platformy TikTok. Funkce „swipe up" znamená „přetáhnutí/potáhnutí prstem z jedné části obrazovky do druhé". Na Instagramu je tímto výrazem pojmenována funkce, která umožňuje uživateli sítě přidat do svého příběhu odkaz, díky němuž bude sledující přesměrován na jinou webovou stránku dle výběru a záměru uživatele. Nejčastěji uživatelé takto přesměrovávají své sledující na e-shopy či weby, se kterými spolupracují.

Správný význam tohoto výrazu znalo opět více žáků, kteří navštěvovali vyšší ročníky, tedy žáci osmého a devátého ročníku, což je nepochybně opět zapříčiněno frekventovanějším užíváním sociálních sítí touto věkovou skupinou.

Za správně odpovědi lze uznat *posunout, přeskočit, přejetí prstem nahoru, jít na další, posun dolů, přetáhnout, přejít na další stránku, projíždět, přejíždět prstem po obrazovce, pohyb prstu, přepnout, pokračovat*.

Tab. 2 - *Swajpnout*

Odpověď	Počet respondentů
posunout	37
přeskočit	28
Instagram	27
přejetí prstem nahoru	23
jít na další	20
nevím	16
sociální sítě	14
posun dolů	12
přetáhnout	8
TikTok	8
přejít na další stránku	7
něco sklouznout nebo sjet	5
projíždět	5
přejíždět prstem po obrazovce	5
pohyb prstu	4
přepnout	3
pokračovat	2
houpat	1
nepoužívám	1
risk	1

3) Like/Lajk

Online slovník cizích slov (© 2005-2025) definuje význam slova *like* jako „mít rád/líbit se“. Toto slovo bylo zařazeno do výzkumu záměrně, a to z toho důvodu, že je extrémně populární v mluveném i psaném projevu mladých lidí. Popularitu tohoto slova dokázalo i přímé pozorování žákovské komunikace během učitelských praxí. Oblíbenost výrazu *like* zřejmě souvisí s vlivem sociálních sítí, na kterých mladiství tráví velké množství času. Samotné sociální platformy šíření tohoto slova podporují. Na Instagramu nebo TikToku je *like* základní funkcí a odtud pak přirozeně plyne užívání tohoto výrazu v každodenní komunikaci. Někteří žáci používají i počeštěnou variantu – *lajk*.

Za správné odpovědi lze uznat *označení „to se mi líbí“, dám srdíčko nebo palec nahoru příspěvku, který se mi líbí, někomu dát palec nahoru, srdíčko, když se mi něco líbí, mít rád, pozitivní ohodnocení, reakce na něco, co se nám líbí, kladné hodnocení,* 👍, *osrdíčkovat nějaké video nebo fotografii, mám to rád, označit jako oblíbené, oblíbit.*

Z výzkumu vyplynulo, že většina žáků slovo *like* zná a aktivně používá. Na rozdíl od výrazů *merch* a *swajpnout* v užívání *like* nebyly nějaké výraznější rozdíly mezi ročníky. Uznávali jsme i odpovědi jako *srdíčko*, jelikož například na platformě Instagram či TikTok je funkce *like* skryta právě pod symbolem srdce. Oproti tomu na Facebooku se funkce skrývá zase pod symbolem *palce nahoru*, který se v dotazníku dokonce objevil i jako emoji.[4]

Tab. 3 - *Like*

Odpověď	Počet respondentů
označení „to se mi líbí“	92
dám srdíčko nebo palec nahoru příspěvku, který se mi líbí	40
někomu dát palec nahoru	37
srdíčko	14
když se mi něco líbí	9
nevím	7
mít rád	5
super	4
super věc	3
pozitivní ohodnocení	3
reakce na něco, co se nám líbí	2
like na TikToku	1
kladné hodnocení	1
👍	1
okomentování věci	1
osrdíčkovat nějaké video nebo fotografii	1
hodnocení	1
vzhlédnutí	1
mám to rád	1
označit jako oblíbené	1
oblíbit	1
dobrý	1

[4] Emoji představují malé obrázky, které vyjadřují emoce, předměty nebo činnosti. Často se používají v elektronické komunikaci za účelem dodat sdělení větší výraznost.

4) Stories

Online slovník cizích slov (© 2005-2025) definuje *stories* jako „příběhy/historky/vyprávění“. V současné době jsou tzv. *stories* součástí například sociální sítě Instagram nebo Facebook. Jedná se o funkci umožňující sdílení textových sdělení, fotografií nebo videí, která jsou dostupná jen po omezený časový úsek, tradičně 24 hodin. To znamená, že po uplynutí časového intervalu příběhy zmizí. Příběhy se dají různě upravovat. Na fotografie či videa lze aplikovat různé vylepšující filtry, doplnit polohu nebo aktuální počasí či přidat hashtag[5] a libovolnou hudbu. Business účty[6] s více než 10 000 sledujícími mají o jednu funkci navíc, která umožňuje rozšířit příběh o další informace, jako je odkaz například na webové stránky nebo e-shop (Online marketingový slovník, © 2009–2024).

Za správné odpovědi lze uznat *příběhy na sociálních sítích, příspěvky nahrané na 24 hodin, sdílení fotografie nebo videa.*

Tab. 4 - *Stories*

Odpověď	Počet respondentů
příběh/y na soc. sítích	156
nevím	13
příspěvek nahraný na 24 hodin	12
příspěvek	10
příspěvek jiného uživatele	10
fotografie	9
videa	7
Instagram	3
sdílení fotografie nebo videa	2
sociální sítě	2
část dne nějakého influencera	1
historky	1
podívat se na video	1

[5] Hashtag [hešteg] je slovo nebo fráze, kterému předchází znak mřížky (#). Nejčastěji se používá na sociálních sítích k označení tématu, námětu konverzace nebo k zařazení příspěvku do určité kategorie. Hashtagy usnadňují vyhledávání, spojují osoby se stejnými zájmy a vytvářejí trendy.

[6] Business účty na sociálních sítích jsou speciálně vytvořené profily pro firmy, značky nebo organizace. Na rozdíl od osobních profilů, které slouží především k osobní komunikaci, jsou business účty navrženy tak, aby umožnily efektivní prezentaci a propagaci podnikání prostřednictvím sociálních sítí.

5) Streamer

Slovenský marketingový slovník Visibility (© Visibility) charakterizuje *streamera* jako „osobu, která vysílá živě svůj obsah prostřednictvím nějaké internetové platformy“. Během vysílání mohou diváci se *streamerem* přímo komunikovat v reálném čase. Nejužívanějšími platformami jsou Twitch, YouTube nebo TikTok. Vysílaný obsah může být velmi různorodý. Od hraní videoher, což je jeden z nejpopulárnějších typů obsahu, přes různé diskuse po fitness cvičení a mnoho dalších. Lidé sledují *streamery* z nejrůznějších důvodů. Někteří se chtějí dozvědět více informací o nových hrách či zálibách. Jiní zase sledovanost *streamerů* berou jako možnost zábavy a odpočinku. Pro mnohé diváky je atraktivní i interakce v reálném čase a možnost debaty se samotným *streamerem* prostřednictvím chatu. Sledující se *streamerem* tak vytváří svoji komunitu. Zároveň diváci mohou svého oblíbeného *streamera* podpořit, nejčastěji formou daru či předplatného.

Streamování je stále populárnějším a rostoucím fenoménem překonávající tradiční formy zábavy. V dnešní době se tento fenomén stává důležitou součástí digitální kultury. *Streameři* nejenže baví komunitu svých sledujících, ale také vzdělávají a spojují osoby z odlišných částí světa.

Za správné odpovědi lze uznat *živé vysílání v online světě, osoba/člověk, který vysílá živě, vysílatel, člověk, který streamuje.*

Tab. 5 - *Streamer*

Odpověď	Počet respondentů
živé natáčení v online světě	110
osoba/člověk, která/který vysílá živě	92
vysílatel	5
nevím	5
Instagram	3
sociální sítě	3
člověk, který streamuje	3
stuha	2
youtuber	2
čávo na internetu	1
videohovor	1

6) Challenge

Online slovník cizích slov (© 2005-2025) charakterizuje výraz *challenge* jako „výzva“ či „těžký úkol“. Cílem výzvy je prověření schopností, odvahy a vytrvalosti jedince. Slovo *challenge* je bohatě užíváno na sociálních sítích, kde představuje nejrůznější virální[7] výzvy.

V minulých letech byla poměrně populární *Ice Bucket Challenge*. Cílem této výzvy bylo zvýšit povědomí o nemoci ALS (amyotrofická laterální skleróza) a také získat finanční prostředky na její výzkum. Tato výzva spočívala v tom, že dotyčný se musel polít kbelíkem ledové vody, nebo dotyčného mohl polít někdo jiný. Šok z ledové vody měl symbolizovat pocity lidí s ALS. Celý proces musel být natočen na video, které poté bylo umístěno na sociální síť. V případě, kdy dotyčný výzvu splnil, dále nominoval do této výzvy další tři osoby. Nominovaní měli na splnění výzvy 24 hodin. V případě nesplnění výzvy měli účastníci darovat charitativní finanční dar. Výzvy se účastnily miliony lidí po celém světě, včetně celebrit, sportovců i politiků. Kampaň byla v závěru velmi úspěšná a její cíl byl naplněný (© 2025 The International Alliance of ALS/MND Associations).

Za správné odpovědi lze uznat *výzva, úkol, soutěž, hra, úkolová hra.*

Tab. 6 - *Challenge*

Odpověď	Počet respondentů
výzva	99
úkol	46
soutěž	21
hra	13
nevím	12
zkouška	6
sociální sítě	6
Instagram	5
něco udělat	5
hra	5
činnost na internetu	3
Internet	3
odveta	1
úkolová hra	1
kvíz	1

[7] Virální je přídavné jméno, které se často používá v souvislosti s rychlým až masivním šířením něčeho – informace, myšlenky nebo obsahu na internetu.

7) Prank

Výraz *prank* znamená „žert“ či „vtípek“, který bývá v častých případech proveden někomu jinému s cílem pobavit. Zpravidla se jedná o naplánovaný čin za účelem někoho překvapit, rozesmát nebo pobláznit (© 2025 Dictionary.com, LLC).

Za správné odpovědi lze uznat *vtip, žert/žertík, vtípek, napálit někoho, srandičky, někoho nachytat, udělat si z někoho srandu, fyzický vtip.*

Tab. 7 - *Prank*

Odpověď	Počet respondentů
vtip	79
udělat si z někoho srandu/legraci	46
žert/žertík	35
vtípek	18
nevím	14
sociální sítě	6
Instagram	6
napálit někoho	5
naschvál	4
zlomyslný trik	3
kanadský žertík	2
fyzický vtip	2
srandičky	2
někoho nachytat	2
někoho vyděsit	1
lest	1
lumpárna	1

8) Joke

Joke v překladu znamená „vtip/žert“. Obyčejně se jedná o psaný či mluvený vtip s cílem pobavit a rozesmát čtenáře/posluchače nejčastěji prostřednictvím slovní hříčky, historky nebo ironie. *Joke* se nepatrně liší od *pranku*, hlavně tím, že *prank* zahrnuje nějakou fyzickou aktivitu a jeho záměrem je často pobavit nejen jednu osobu („oběť“), ale i okolní přihlížející. *Joke* obsahuje převážně bezprostřední humor zaměřený pouze na jednu osobu. Nicméně stěžejní cíl má *prank* i j*oke* společný → pobavit.

Za správné odpovědi lze uznat *vtip, sranda, vtípek, žert, dělat si z někoho srandu, někoho napálit.*

Tab. 8 - *Joke*

Odpověď	Počet respondentů
vtip	125
sranda	52
vtípek	18
nevím	12
žert	5
legrace	4
dělat si z někoho srandu	4
sociální sítě	2
lhaní	2
nepravda	1
urážka	1
někoho napálit	1

9) Chillovat

Výraz *chillovat* původně pochází z anglického „*chill-out*“, což znamená „relaxovat, odpočívat, uvolnit se, být v klidu“. V češtině se výraz používá převážně v hovorové řeči a mnohdy označuje „trávení času v pohodě, bez stresu“ buďto o samotě, nebo i ve společnosti přátel.

Během pozorování jsme v několika případech postřehli, že žáci používají slovo *chillovat* ve spojitosti s platformou *Netflix*. Přesněji užívají označení *Netflix&Chill*, což znamená ničím nerušené sledování filmů a seriálů prostřednictvím této platformy.

Za správné odpovědi lze uznat *odpočívat/odpočinek, relaxovat/relax, nic nedělat, být v klidu, mít klid, mít pohodu, oddychovat, nic nedělat, flákat se.*

Tab. 9 - *Chillovat*

Odpověď	Počet respondentů
odpočívat/odpočinek	148
relaxovat/relax	23
nevím	14
nic nedělat	11
mít klid	7
mít pohodu	4
být v klidu	4
užívat si	4
oddychovat	3
ležet, nic nedělat	2
leháro	1
flákat se	1
chytit	1
uklidnit se	1
jíst	1
být pálivý	1
spokojenost	1

10) Followers

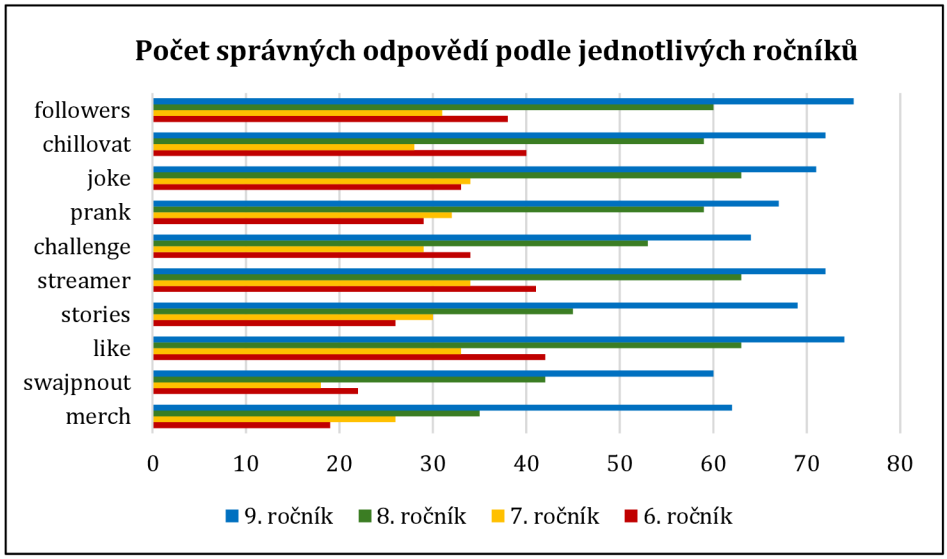
Online slovník cizích slov (© 2005-2025) definuje výraz *followers* jako „následovatelé, stoupenci či přívrženci“. Ve volnějším překladu také „sledující“.

Výraz se používá především na sociálních sítích, kde označuje osoby sledující obsah, který jiný uživatel sdílí. Záměrem jednotlivých tvůrců je získat co největší počet *followerů*, protože platí pravidlo – čím vyšší počet *followerů*, tím úspěšnější tvůrce. Tvůrci na sociálních sítích se obecně snaží svou tvorbu rozšířit mezi co nejvíce uživatelů, aby si získali jejich náklonnost. Ovšem přízeň si získají jen díky uživatelské interakci, která je založena na aktivním zapojování sledujících, kteří například označují příspěvky jako „To se mi líbí“ nebo je přímo sdílejí.

Za správné odpovědi lze uznat *sledující na sociálních sítích, někoho sledovat na sociálních sítích, odběratelé, sledovatelé, fanoušci.*

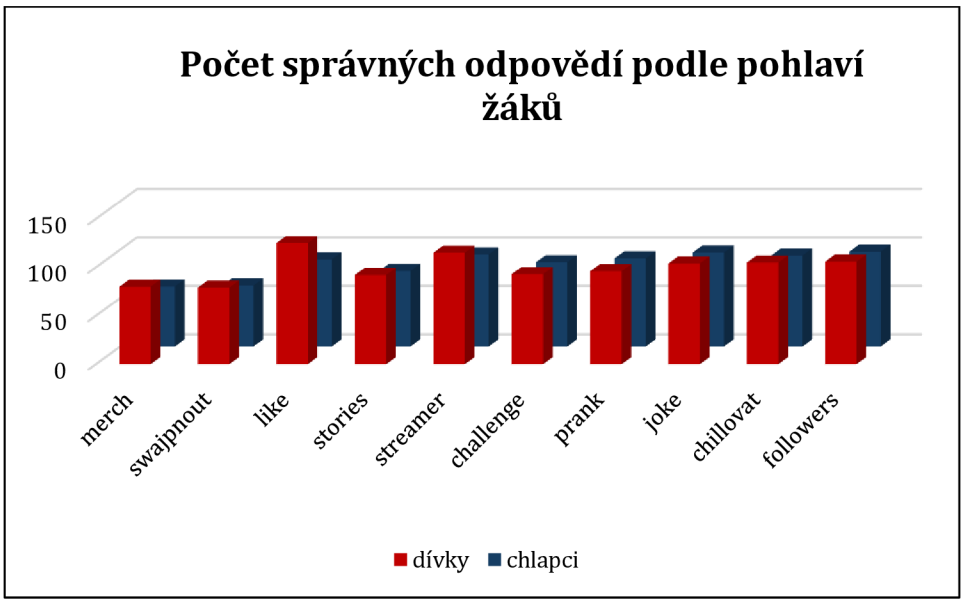
Tab. 10 - *Followers*

Odpověď	Počet respondentů
sledující na soc. sítích	146
někoho sledovat na soc. sítích	20
odběratelé	18
sledovatelé	12
nevím	11
fanoušci	8
sledovanost	4
sociální sítě	3
lidé	2
komentující	1
kult	1
Internet	1



Graf 3 - Počet správných odpovědí podle jednotlivých ročníků

Ze shrnujícího grafu vyplývá, že alespoň polovina žáků z každého ročníku se ve vybraných anglicismech orientovala. Nejúspěšnější v odpovědích byli žáci devátého a osmého ročníku, což bylo nepochybně zapříčiněno tím, že poměrná většina anglicismů vycházela z prostředí sociálních sítí, které jsou věkově omezeny.



Graf 4 - Počet správných odpovědí podle pohlaví jednotlivých respondentů

Z grafu vyplývá, že správné odpovědi podle pohlaví žáků byly ve své podstatě vyrovnané. Musíme brát v potaz, že respondentek bylo o 19 více nežli respondentů.

U tohoto úkolu nepochybně záleží také na zvolených slovech. Můžeme se domnívat, že pokud by se ve výzkumu vyskytovaly spíše anglicismy spojené s herním prostředím (např. *healovat, enemák, campni to, hitnout*…), byli by chlapci ve svých odpovědích úspěšnější.

Otázka čtvrtá
Pokus se nahradit zvýrazněná slova ve větách českými výrazy:

Cílem čtvrté otázky bylo zjistit, zda žáci rozumí vybraným anglicismům v kontextu vět. Jejich úkolem bylo nahradit anglické výrazy v českých větách českými ekvivalenty. Bylo možné předpokládat, že přejatým slovům užitým v kontextu žáci porozumí lépe.

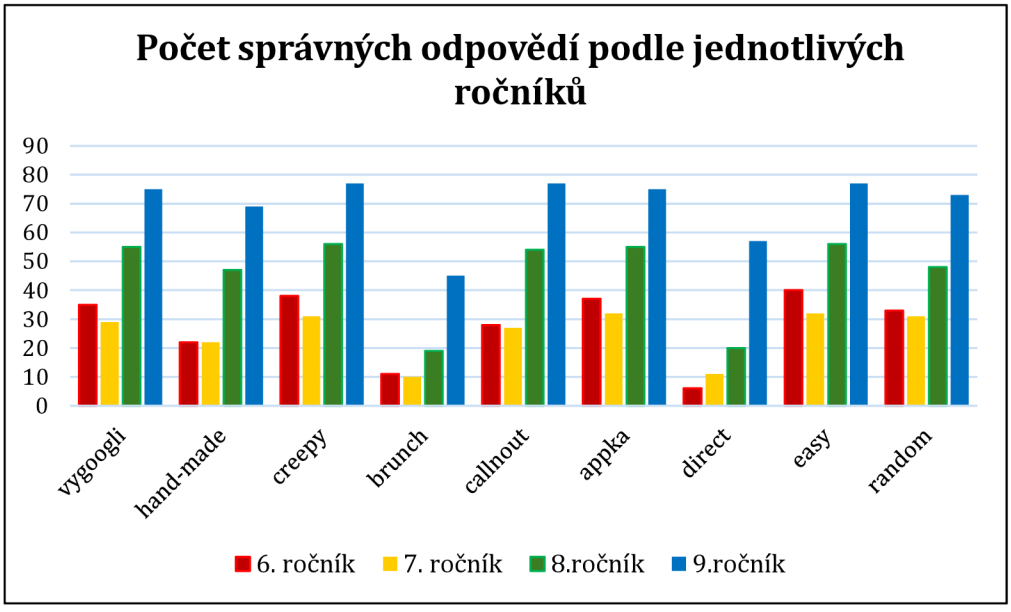
Jednalo se o následující věty:

- A: Víš, kdo to byl Jiří Wolker? B: Nevím, **vygoogli** si to.
- Chtěla bych mamince k narozeninám dát nějaký **hand-made** dárek. Nenapadá tě něco?
- Viděl jsi už ten nový horor? Je docela **creepy.**
- Nezajdeme v sobotu na **brunch**?

- Můžeš mi prosím zítra **callnout**? Domluvíme se na podrobnostech.
- Páni, ta nová **appka** je už ke stažení!
- Pošli mi to do **directu** prosím.
- To zvládnu taky, je to docela **easy**.
- Objevil jsem to úplně **random**.

Vyznačené výrazy lze přeložit:

- vygoogli si to = vyhledej si to/najdi si to na internetu/v Google prohlížeči
- hand-made = ručně vyrobený
- creepy = děsivý, strašidelný, nahánějící hrůzu
- brunch = pozdní snídaně a oběd v jednom
- callnout = zavolat (mobilním telefonem)
- appka = aplikace
- directu = zpráva zaslaná přímo do soukromého chatu
- easy = jednoduchý
- random = náhodný/ě, nahodilý/ě, namátkový/ě



Graf 5 - Počet správných odpovědí podle jednotlivých ročníků

Z grafu je patrné, že počet správných odpovědí roste s věkem žáků. Z grafu rovněž můžeme vyčíst, že jednotlivé ročníky znají některé anglicismy více (nejvyšší sloupec) a některé jim dělají větší potíže (nejnižší sloupec).

Žáci šestého ročníku znají nejvíce anglicismy *easy, creepy* a *appka*. Nejméně znají anglicismy *direct, brunch* a *hand-made.*

Žáci sedmého ročníku znají nejvíce anglicismy *easy, appka* a *creepy.* Nejméně znají anglicismy *brunch, direct* a *hand-made.*

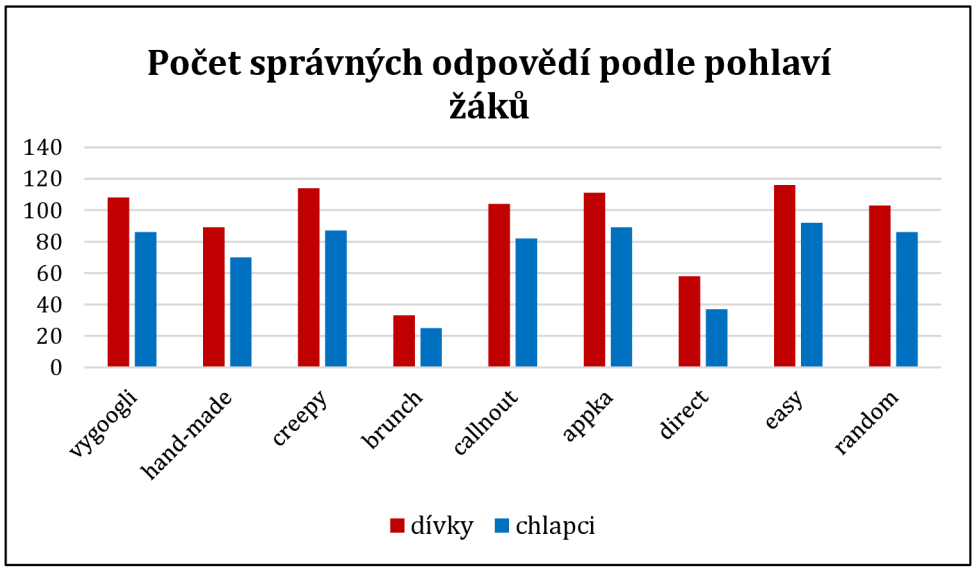
Žáci osmého ročníku znají nejvíce anglicismy *easy, creepy, appka* a *vygoogli*. Nejméně znají anglicismy *brunch, direct* a *hand-made.*

Žáci devátého ročníku znají nejvíce anglicismy *easy, callnout* a *creepy.* Nejméně znají anglicismy *brunch, direct* a *hand-made.*

Z tohoto cvičení vyplývá, že žákům dělala největší potíž slova *hand-made, brunch* a *direct*. Předpokládáme, že jde o výrazy anglického původu v českém lexiku spíše nové a méně často užívané.

Bylo zřejmé, že žáci znají anglicismy převážně z online prostoru. Dokázali nahradit anglicismus vhodným českým synonymem a jejich odpovědi se navzájem výrazněji nelišili.

Výzkum ukázal, že ve srovnání s ostatními ročníky znají a umějí anglicismy nejlépe používat žáci devátého ročníku. Důvodem je nepochybně vliv sociálních sítích, dále intenzivní kontakt s angličtinou ve školním prostředí a snaha zapadnout mezi vrstevníky.



Graf 6 - Počet správných odpovědí podle pohlaví žáků

Analyzovali jsme odpovědi také z hlediska pohlaví žáků. Graf nám ukazuje, že dívky odpovídaly o něco lépe nežli chlapci.

Dívky znají nejvíce anglicismy *easy, creepy, appka* a *vygoogli*. Nejméně znají anglicismy *brunch, direct,* a *hand-made*.

Chlapci znají nejvíce anglicismy *easy, appka, vygoogli* a *creepy*. Nejméně znají anglicismy *brunch, direct* a *hand-made*.

Pokud bereme v úvahu fakt, že výzkumu se zúčastnilo více respondentek (přesněji o 19 víc) nežli respondentů, lze celkově konstatovat, že počty správných odpovědí byly u obou pohlaví vyrovnané.

Otázka pátá
Která další přejatá slova z angličtiny znáš? (Vypiš prosím pouze ta slova, která se nevyskytovala v předchozích částech dotazníku.)

Z dalších výrazů anglického původu žáci nejčastěji uváděli:

různé anglické zkratky:

- AFK (Away From Keyboard) – uživatel není dostupný u žádného zařízení pro okamžitou odpověď
- BF (BoyFriend) – přítel
- BTW (By The Way) – mimochodem…
- DM (Direct Message) – přímá soukromá zpráva
- FF (For Fun) – pro zábavu
- FR (For Real) – vážně, opravdu, určitě
- GG (Good Game) – Dobrá hra!
- GF (GirlFriend) – přítelkyně
- GH (Good Half) – dobrý poločas (v online hře)
- GL (Good Luck) – Hodně štěstí.
- HB (Happy Birthday) – Vše nejlepší k narozeninám.
- IDC (I Don't Care) – Je mi to fuk/jedno.
- IDK (I Don't Know) – Já nevím.
- LOL (Lots Of Laugh) - Hlasitě se smát.
- NGL (Not Gonna Lie) – Nebudu lhát.
- OK – vyjádření souhlasu/vše v pořádku/dobře/ujednáno
- OMFG (Oh My F*cking God) – Ó, můj zku*vený Bože!
- OMG (Oh My God) – Ó, můj Bože!
- SRRY (Sorry) – promiň, omlouvám se
- TBH (To Be Honest) – Abych byl/a upřímný/á.
- WASSUP (What's up) – Jak je? Co je? Co se děje?
- WOW – vyjádření údivu
- WP (Well Played) – Dobře zahráno. /Hráli jste dobře.
- WTF (What The Fuck) – Co to sakra má být?

výrazy sloužící k hodnocení nějaké věci či osoby:

- Angry – naštvaný, rozzlobený
- Basic – jednoduchý, nezajímavý
- Cool – skvělý, stylový
- Crazy – šílený, bláznivý
- Cringe – trapný
- Cute – roztomilý
- Enemák – nepřítel
- Fake – falešný, umělý, nepravý
- Free – svobodný, volný
- Good – dobrý, příjemný, fajn
- Gyat(t) – vyjadřuje obdiv (wow) anebo vyjadřuje frustraci (sakra), také jako synonymum pro rozměrné hýždě nebo člověka s nimi
- Happy – šťastný
- Hot – sexy, svůdný, rajcovní
- Lit – skvělý, výborný, zajímavý
- Loser – neschopný člověk
- Mid – průměrný
- Nice – pěkný, hezký, dobrý
- Ohio – divný, bizarní
- Rizz – charisma (ve smyslu osobního kouzla)
- Scary – strašidelný, děsivý, hrozivý
- Sigma – pohodový (jedinec, kterému je jedno, co si o něm ostatní myslí) – považován za „nezávislého frajera“
- Slay – v něčem vynikat, být originální
- Smash – krásný (ve významu fyzické přitažlivosti)
- Spicy – sexy, svůdný, rajcovní (podobně jako hot)
- Spooky – strašidelný, děsivý
- Sus – zvláštní, podezřelé
- Toxic – jedovatý, toxický
- Trash – odpad

anglicismy spojené s prostředím sociálních sítí:

- Chat – komunikace prostřednictvím komunikační sítě
- Glow up – pozitivní změna
- Hater – osoba vyjadřující nenávist či kritiku na veřejných fórech
- Online – stav připojení
- Postnout – publikovat příspěvek na sociální síti
- Repost – sdílený příspěvek jiného uživatele soc. sítě na vlastním účtu
- Screenshot – snímek/fotografie obrazovky/displeje

- Scrollovat – projíždět nové příspěvky na soc. sítích
- Selfie – fotografie, na níž zachycujeme sami sebe
- Spam – nevyžádaná pošta
- Stalker – člověk, který pronásleduje jinou osobu (v tomto smyslu například někdo, kdo nesleduje určitý profil na soc. síti, ale pravidelně ho navštěvuje a sleduje příběhy na tomto profilu zveřejněné)

a další:

- Boomer – starší člověk (neznalý moderních technologií)
- Brain rot – bezmyšlenkovitá konzumace vtipných nebo nesmyslných příspěvků na sociálních sítích
- Bruh – kámoš
- Bullshit – lživá, nepravdivá informace
- Cash – peníze
- Crush – idol, platonická láska
- Doomer – člověk – nihilista (přibližně 30 let starý)
- Fail – selhat
- Farmit – opakující se činnost, kdy hráč získává buďto nějaké věci z truhly/boxu nebo zkušenostní body
- Feelovat – něco pocitově prožívat
- Felit – poflakovat se
- Flexit – machrovat, vychloubat se
- Healovat – léčit (ve hře, healer doplňuje „hápéčka“ – health pointy)
- Helpnout – pomoci
- Hitnout – trefit (ve hře)
- Imagine – představ si
- Legit – doopravdy
- Love – peníze
- More – více
- Peace – mír
- Scam – podvod
- Shit – nadávka
- Skipnout – přeskočit
- Skibidi – špatný (někdy se však používá zcela bezvýznamně jako tzv. výplňkové slovo)
- Snap – fotografie sdílená přes aplikaci Snapchat
- Vibe – atmosféra
- What/Wut – co? (při údivu)
- Yappovat – kecat
- Yep – jo/jasně

- Zchecknout – zkontrolovat, podívat se
- Zoomer – člověk narozený mezi lety 1995 až 2010 (znalý moderních technologií)

Otázka šestá
Zde prosím napiš, jaké anglicismy používáš nejvíce během komunikace.

Předposlední otázka navazovala zčásti na otázku předchozí. Žáci měli za úkol napsat anglicismy, které **skutečně** používají během komunikace. Některé z nich se objevily i v předešlé otázce.

- Angry – naštvaný, rozzlobený
- Appka – aplikace
- Basic – jednoduchý, nezajímavý
- Boomer – starší člověk (neznalý moderní technologie)
- Bro – kámoš, brácha
- BTW (By The Way) – mimochodem…
- Callnout – zavolat
- Cash – peníze
- Cool – skvělý, stylový
- Crazy – šílený, bláznivý
- Creepy – strašidelný
- Cringe – trapný
- Cute – roztomilý
- Easy – jednoduchý
- Fake – falešný, umělý, nepravý -
- Feelovat – něco pocitově prožívat
- FF (For Fun) – pro zábavu
- Flexit – machrovat, vychloubat se
- Follow – odběr (na soc. síti)
- FR (For Real) – vážně, opravdu, určitě
- GG (Good Game) – Dobrá hra!
- Googlit – hledat (na Googlu/internetu)
- Gyat(t) – vyjadřuje obdiv (wow) anebo vyjadřuje frustraci (sakra), také jako synonymum pro rozměrné hýždě nebo člověka s nimi
- Happy – šťastný
- Help – pomoc
- Challenge – výzva
- Chillovat – relaxovat, odpočívat
- IDC (I Don't Care) – Je mi to fuk/jedno.

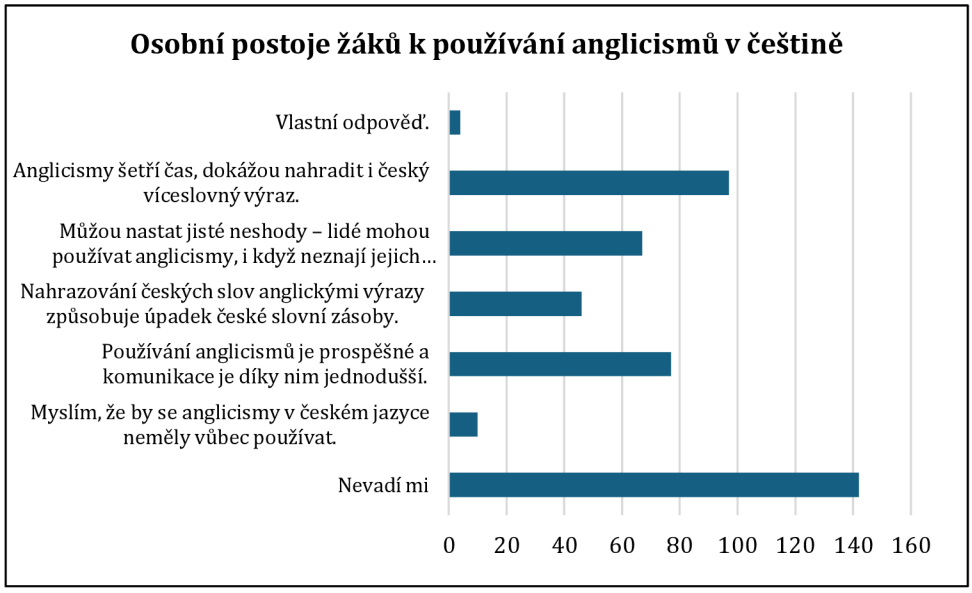
- IDK (I Don't Know) – Já nevím.
- Joke – vtip
- Like – to se mi líbí
- LOL (Lots Of Laugh) - Hlasitě se smát.
- Loser– neschopný člověk
- Nice– pěkný, hezký, dobrý
- No – ne
- Ohio – divný, bizarní
- OK – vyjádření souhlasu/vše v pořádku/dobře/ujednáno
- OMG (Oh My God) – Ó, můj Bože!
- Prank – vtip/žert, který je předem připravený
- Random – nádodný/ě
- Rizz – charisma (ve smyslu osobního kouzla)
- Screenshot – snímek/fotografie obrazovky/displeje
- Scrollovat – projíždět nové příspěvky na soc. sítích
- Sendni mi to – pošli mi to
- Shit – nadávka
- Sigma – pohodový (jedinec, kterému je jedno, co si o něm, kdo myslí) – považován za „nezávislého frajera"
- Skibidi -– špatný (někdy se však používá zcela bezvýznamně jako výplňkové slovo)
- Skipnout – přeskočit
- Slay – v něčem vynikat, být originální
- Slidenout – vyhnout se něčemu
- Smash – krásný (ve významu fyzické přitažlivosti)
- Sorry – promiň, omlouvám se
- Spoiler – někdo prozradí část děje nebo konec knihy, filmu, seriálu
- Spooky – strašidelný, děsivý
- Stories – příběhy
- Sus – zvláštní, podezřelé
- Trash – odpad
- Wassup (What's up) – Jak je? Co je? Co se děje?
- Wow – vyjádření údivu
- WTF - (What The Fuck) – Co to sakra má být?
- Yappovat – kecat
- Yep – jo/jasně
- Zoomer – člověk narozený mezi lety 1995 až 2010 (znalý moderních technologií)

Cca 11 % respondentů na otázku neodpovědělo, nebo odpovědělo slovem nevím.

Otázka sedmá
Jaký je tvůj názor na používání anglicismů v češtině? (Můžeš zvolit více odpovědí.)

Poslední otázka se zaměřovala na zjištění osobního postoje žáků k používání anglicismů v češtině. Vycházeli jsme z předpokladu, že valné většině žáků používání anglicismů vadit nebude, jelikož je často užívají ve své mluvě.

Žákům jsme dali na výběr ze sedmi možností, přičemž mohli zvolit i více než jednu odpověď. Přibližně 2 % žáků se k otázce nevyjádřilo.



Graf 7 – Osobní postoje žáků k používání anglicismů v češtině

Z výzkumu vyplynulo, že většině žáků používání anglicismů nevadí. Dokonce žáci vnímají používání anglicismů jako pozitivní z důvodu šetření času, čemuž odpovídá i časté využívání nejrůznějších anglických zkratek, které žáci uváděli v předchozích částech dotazníku.

Žáci měli možnost v rámci této otázky napsat svůj vlastní názor na vybranou problematiku, čehož využili celkem 4 žáci z celkového počtu 227.

Žákyně osmého ročníku uvedla, že používání anglicismů v komunikaci je spojeno s přirozeným vývojem jazyka. Ke svému názoru dodává i to,

že ve své mluvě nepoužívá pouze anglicismy, ale i slova přejatá z jiných cizích jazyků.

Žákyně devátého ročníku uvedla, že používání anglicismů je v pořádku jen mezi náctiletými. Používání anglicismů v mluvě dospělých žákyně považuje za trapné.

Žák osmého ročníku uvedl, že používání anglicismů je velmi užitečné. Jako pozitivum používání anglicismů vnímá i to, že si může během komunikace procvičit různá anglická slovíčka.

Žákyně osmého ročníku uvedla, že anglicismy v komunikaci používá zcela automaticky a vůbec nad jejich užitím nepřemýšlí. Přijde jí to jako přirozené a dodává, že většina lidí v jejím věku to má podobně.

Z výzkumu dále vyplynulo, že někteří žáci si zároveň uvědomují i negativní aspekty používání anglicismů v češtině. Celkem 67 žáků uvedlo, že při používání anglicismů mohou nastat určité neshody z důvodu nedostatečné znalosti jejich významu. Přibližně pětina žáků vyjádřila názor, že nahrazování českých slov anglickými výrazy může způsobit úpadek českého lexika. Skupina deseti respondentů se vyjádřila zcela proti používání anglicismů v českém jazyce. Tito žáci zastávají názor, že anglicismy by se v češtině neměly vůbec používat.

7.4 Závěr výzkumného šetření

Cílem našeho výzkumu bylo zjistit, do jaké míry žáci vyššího stupně základní školy znají a aktivně používají slova přejatá z anglického jazyka.

Výzkum nám ukázal, že většina žáků rozumí anglicismům a běžně je zařazuje do své každodenní komunikace, především v neformálním prostředí.

Výsledky rovněž naznačují, že žáci často používají anglicismy i v případech, kdy v českém lexiku existuje odpovídající ekvivalent, a to především pod vlivem sociálních sítí či z důvodu vnímání anglických výrazů jako modernějších a stručnějších.

Před realizací výzkumného šetření jsme si stanovili i několik dílčích cílů. Prvním z nich bylo zjistit, zda jsou žáci schopni nahradit vybrané anglicismy českými ekvivalenty. Výzkum ukázal, že žáci vyšších ročníků dokážou nahradit anglické výrazy českými lépe než žáci nižších ročníků. Starší žáci byli ve výzkumu úspěšnější z několika důvodů: žáci vyšších ročníků více využívají sociální sítě, které jsou přístupné až od 13 let a které jsou v současné době

nejspíše stěžejním prostorem, kde se můžeme setkat s anglicismy. Dalším důvodem větší úspěšnosti starších žáků je zřejmě i pokročilejší znalost samotného anglického jazyka.

Druhým cílem výzkumného šetření bylo zjistit, které typy anglicismů žáci používají. Ukázalo se, že žáci používají širokou škálu anglicismů, přičemž výrazné oblibě se těší zejména anglické zkratky.

Třetím cílem bylo poznat osobní postoje žáků k používání anglicismů v češtině. Více než 60 % respondentů uvedlo, že jim používání anglicismů nevadí, naopak v některých případech raději použijí výstižnější a úspornější anglicismus místo českého ekvivalentu. Ačkoliv většina respondentů neměla s používáním anglicismů problém, přesto se objevilo několik jedinců (cca 4 %), kteří používání anglicismů v české slovní zásobě nepodpořili. Nejčastějším argumentem těchto respondentů byla skutečnost, že žijeme v Česku, tudíž bychom měli používat výhradně česká slova.

Celkově lze konstatovat, že anglicismy mají v jazyce žáků významné postavení, a to nejen v běžné komunikaci, ale i v jejich vnímání jazykové reality. Výsledky výzkumu potvrzují, že přejatá slova jsou nedílnou součástí současného jazykového projevu mladé generace.

8 Závěr

Postupné obohacování české slovní zásoby o přejatá slova z anglického jazyka je přirozenou součástí jazykového vývoje a komunikace. Vzhledem ke svému globálnímu postavení angličtina v různých oblastech nahrazuje česká slova, což usnadňuje mezinárodní komunikaci a propojení s ostatními jazyky. Ačkoli se vliv angličtiny na češtinu zintenzivnil zejména v posledních desetiletích, její postavení jako mezinárodního jazyka je nepopíratelné.

Anglicismy v češtině často využíváme v situacích, kde český ekvivalent není běžně zažitý nebo se nám jeví jako méně výstižný. To však neznamená, že by český jazyk neměl dostatečně bohatou slovní zásobu. Čeština naopak obsahuje četné vyjadřovací prostředky, které by v jiných jazycích bylo obtížné přesně vystihnout.

Používání výrazů přejatých z angličtiny přináší jak spoustu pozitiv, tak i negativ. Na jedné straně může angličtina urychlit komunikaci a usnadnit porozumění v mezinárodním kontextu, na straně druhé může vést k nadměrnému nahrazovaní českých výrazů tam, kde to není úplně nutné. Nadbytečné užívání anglicismů může způsobit neporozumění mezi různými skupinami mluvčích a oslabovat tradiční českou slovní zásobu.

Diplomová práce se zaměřila na zkoumání vlivu anglicismů na žáky vyšších ročníků základních škol. Ti jsou v současné době nejvíce ovlivněni rozvojem digitálních médií a sociálních sítí.

Hlavním cílem práce bylo zjistit, do jaké míry žáci anglicismům rozumí, jaké mají s jejich používáním zkušenosti a jak je začleňují do své běžné komunikace.

Teoretická část práce se primárně věnovala možnostem rozšiřování české slovní zásoby, dále adaptaci anglických slov do češtiny a oblastem jejich výskytu. Na teoretickou část navázala část praktická, která se zabývala analýzou porozumění anglicismům mezi žáky 6. až 9. ročníku základní školy. Mimo spontánní odpovědi žáků jsme se zaměřili i na to, jak žáci vnímají anglicismy v rozličných kontextech a jak se jejich subjektivní názory na tuto problematiku liší nebo shodují.

Výzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření. Šetření proběhlo na několika základních školách sídlících ve Zlínském a Jihomoravském kraji. Výzkumu se celkem účastnilo 227 respondentů vyššího stupně základní školy.

Z výzkumu vyplynulo, že tendence přejímání slov z anglického jazyka není na ústupu, naopak stále roste. Nepřetržitě přibývají nová pojmenování

mající cizojazyčný původ. Proudění anglicismů do českého jazyka nelze zabránit, ale můžeme se individuálně pokusit redukovat používání anglických výrazů u označení, u kterých to není zcela nutné.

Ve vzdělávacím procesu na pozici učitele lze do určité míry ovlivnit používání anglicismů, obzvláště v rámci výuky českého jazyka a komunikační výchovy. Úkolem pedagogů je vést žáky k uvědomělému používání slov a ke schopnosti rozlišovat mezi situacemi, kdy je vhodné upřednostnit český ekvivalent, a kdy je naopak anglicismus přirozenou součástí komunikace. Rozvoj kritického myšlení u žáků je nedílnou součástí učitelské profese. Díky němu mohou žáci uvědoměle používat slova a reflektovat jazykovou skutečnost. K tomuto záměru by například mohla být efektivní cvičení zaměřená na analýzy reklamních a mediálních textů.

Čeština je jazyk bohatý a rozmanitý, proto je eminentní přednášet žákům české alternativy a rozvíjet tak jejich povědomí o pestrosti českého lexika.

Použité zdroje

TIŠTĚNÉ ZDROJE

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

CRYSTAL, David. *English as a global language*. 2nd ed. Canto classics. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. ISBN 978-1-107-61180-1.

ČECHOVÁ, Marie. *Čeština – řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN – pedagogické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7235-413-9

ČERMÁK, František. *Lexikon a sémantika*. Praha: Lidové noviny, 2010. ISBN 978-80-7422-020-3.

ČMEJRKOVÁ, Světla. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia, 1996. ISBN 80-200-0589-7.

ČMEJRKOVÁ, Světla. *Reklama v češtině, čeština v reklamě*. Praha: Leda, 2000. ISBN 80-85927-75-6.

DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0617-6.

DANEŠ, František. Xenizmy v dnešní češtině. In: *Čeština – univerzália a specifika* 4. (s. 29–35) Praha: Nakladatelství LN, 2002.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0.

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

HAUSER, Přemysl. *Slovník jazykovědné terminologie k učebnicím českého jazyka pro základní školy*. Brno: Nová škola, 2001. ISBN 80-7289-032-8.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5326-3.

KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; RUSÍNOVÁ, Zdenka a GREPL, Miroslav. *Příruční mluvnice češtiny.* Vyd. 2., opr. [sic?]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

KLÉGR, Aleš a BOZDĚCHOVÁ, Ivana. *Lexikální anglicismy v češtině*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2024.
ISBN 978-80-246-5797-4.

KRAUS, Jiří a kol. (2005). *Nový akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia.

MINÁŘOVÁ, Eva a TUŠKOVÁ, Jana Marie. *Čeština v pohybu: kapitoly ke zkoumání jejího stavu a proměn*. Brno: Masarykova univerzita, 2015.
ISBN 9788021080904.

MRAVINACOVÁ, Jitka. Přejímání cizích lexémů. In MARTINCOVÁ, Olga. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, 2005, s. 187-211. ISBN 80-86496-21-x.

NEKULA, Marek. Anglicismy v češtině. In: Viereck, W., Viereck, K., & Ramisch, H. (2005) *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. (s. 259–275). Praha: Nakladatelství Lidové noviny.

PETRÁČKOVÁ, Věra a KRAUS, Jiří. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0524-2.

SGALL, Petr a PANEVOVÁ, Jarmila. *Jak psát a jak nepsat česky*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0871-5.

SCHMIEDTOVÁ, Věra. *Čeština, jak ji neznáte.* Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2010. ISBN 978-80-7106-990-4.

SVOBODOVÁ, Diana. *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. V Ostravě: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta, 2007.
ISBN 978-80-7368-308-5

SVOBODOVÁ, Jana. *Čeština na rozcestí.* Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2014. ISBN 978-80-7464-646-1.

VIERECK, Wolfgang; RAMISCH, Heinrich a VIERECK, Karin. *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2004.
ISBN 8071065692.

WARMBRUNN, Jürgen. Englische lexikalische Entlehnungen im Wortschatz der tschechischen Gegenwartssprache. MUnster: Hamburg: LIT, 1994.
ISBN 3-89473-753-0.

INTERNETOVÉ ZDROJE

DOSTÁLOVÁ, Alena. (2012). *Analýza anglicismů užívaných v časopisech pro mládež a jejich místo ve slovní zásobě žáků 2. stupně základních škol*. [Diplomová práce, Masarykova univerzita]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/urpi9/Diplomova_prace.pdf

HAVLÍK, Martin. Módní a nezbytné anglicismy ve vztahu k sociálním oblastem a k jejich výslovnosti a pravopisu. *Časopis pro moderní filologii*. 2019, 101(2), s. 135–149.

HAVRÁNEK, Bohuslav. Cizí jazyk a „cizí" slova. *Slovo a slovesnost*. 1938, 4(4), s. 255-256.

HLAVATÁ, Klára. (2013). *Časopis Bravo, historie a vývoj periodika pro mládež.* [Bakalářská práce, Univerzita Palackého v Olomouci]. Dostupné z: https://theses.cz/id/psyxz1/BDP_Hlavat_asopis_Bravo_historie_a_vvoj_periodika_pro_mld.pdf

KARLÍKOVÁ, Helena. (2017): KALK. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – *Nový encyklopedický slovník češtiny*. URL: https://www.czechency.org/slovnik/KALK

MŠMT (2023). *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Dostupné z: https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavacici-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvp-zv/

Online marketingový slovník. (© 2009–2024). Dostupné z: https://idea-lab.cz/

Online slovenský marketingový slovník Visibility. Dostupné z: https://visibility.sk/blog/slovnik/streamer/

REJZEK, Jiří. *K formální adaptaci anglicismů.* Naše řeč, 1993, roč. 76, s. 26–30. Dostupné z: http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7106

SLEZÁKOVÁ, Markéta. Wow! To sem teda nečekala! Oops! To sem nechtěla! O cizích slovech, ale nejen o nich. *Naše řeč*. 2006, 89(2), s. 57–72. Dostupné z: http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7879

SVOBODOVÁ, Diana. Anglické výrazy v českém publicistickém stylu. *Naše řeč.* 1996, 79(2), s. 99–102. http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7305

SVOBODOVÁ, Diana. Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. *Naše řeč.* 1999, 82(3), s. 122-126. Dostupné z: http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7515

ŠTEFEK, Jiří. *Před 60 lety vyšlo první číslo legendárního časopisu Bravo.* 2016. Dostupné z: https://www.reflex.cz/clanek/kultura/74376/pred-60-lety-vyslo-prvni-cislo-legendarniho-casopisu-bravo.html

The International Alliance of ALS/MND Associations. (© 2025) *Ice Bucket Chellenge.* Dostupné z: https://www.als-mnd.org/members-area/ice-bucket-challenge/.

Základní škola Morkovice. (2024). *Školní vzdělávací program (verze 15). Základní škola Morkovice.* Dostupné z: https://www.zsmorkovice.cz/sites/default/files/2024-09/svp2024.pdf

Příloha A Dotazník

DOTAZNÍK

Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ

Vážení žáci,

mé jméno je Kateřina Procházková a jsem studentkou navazujícího magisterského studia na Pedagogické fakultě Masarykovy univerzity v Brně. Studuji kombinaci oborů Učitelství českého jazyka a literatury a Učitelství občanské výchovy pro 2. stupeň ZŠ. V rámci své diplomové práce, která nese název *Výskyt anglicismů ve slovní zásobě u žáků 2. stupně ZŠ*, se na Vás obracím s prosbou o vyplnění dotazníku na již zmíněné téma. Dotazník je zcela anonymní, tudíž nikde neuvádíte své jméno.

Předem bych Vám ráda poděkovala za Váš čas a vyplnění dotazníku, který bude sloužit pouze pro výzkumné účely.

Bc. Kateřina Procházková

Dotazník je určen žákům navštěvujícím 2. stupeň ZŠ.

OBECNÉ INFORMACE

1. Který ročník základní školy navštěvuješ?

☐ 6. ročník

☐ 7. ročník

☐ 8. ročník

☐ 9. ročník

2. Jsem:

☐ Dívka

☐ Chlapec

HLAVNÍ ČÁST

3. Co tě napadne při prvním pohledu na následující slova? Zkus pro tato slova vymyslet český překlad.

1) Merch
2) Swajpnout
3) Like
4) Stories
5) Streamer
6) Challenge
7) Prank
8) Joke
9) Chillovat
10) Followers

4. Pokus se nahradit zvýrazněná slova ve větách českými výrazy:

- Víš, kdo to byl Jiří Wolker? B: Nevím, **vygoogli** si to.

  _____

- Chtěla bych mamince k narozeninám dát nějaký **hand-made** dárek. Nenapadá tě něco?

  _____

- Viděl jsi už ten nový horor? Je docela **creepy**.

  _____

- Nezajdeme v sobotu na **brunch**?

  _____

- Můžeš mi prosím zítra **callnout**? Domluvíme se na podrobnostech.

  _____

- Páni, ta nová **appka** je už ke stažení!

  _____

- Pošli mi to do **directu** prosím.

  _____

- To zvládnu taky, je to docela **easy**.

  _____

- Objevil jsem to úplně **random**.

  _____

VLASTNÍ ZKUŠENOST S ANGLICISMY

V této části dotazníku je mým zájmem zjistit, jakou máš vlastní zkušenost s anglicismy.

5. Která další přejatá slova z angličtiny znáš? (Vypiš prosím pouze ta slova, která se nevyskytovala v předchozích částech dotazníku.)

_____

_____

_____

6. Zde prosím napiš, jaké anglicismy používáš nejvíce během komunikace.

_____

_____

_____

7. Jaký je tvůj názor na používání anglicismů v češtině? (Můžeš zvolit více odpovědí.)

☐ Nevadí mi.

☐ Myslím, že by se anglicismy v českém jazyce neměly vůbec používat.

☐ Používání anglicismů je prospěšné a komunikace je díky nim jednodušší.

☐ Nahrazování českých slov anglickými výrazy způsobuje úpadek české slovní zásoby.

☐ Můžou nastat jisté neshody – lidé mohou používat anglicismy, i když neznají jejich přesný význam.

☐ Anglicismy šetří čas, dokážou nahradit i český víceslovný výraz.

☐ Vlastní odpověď.

Děkuji za Váš čas, který jste strávili vyplněním tohoto dotazníku!