



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

∞∞∞∞

تم رفع هذه الرسالة بواسطة /صفاء محمود عبد الشافي

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون

أدنى مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





Univerzita Ain Šams
Fakulta Al-Alsun
Katedra Slovanických jazyků
Oddělení českého jazyka

**Neologismy v českých časopisech pro ženy a problematika jejich
překladu do arabštiny**

(Jazyková studie)

Magisterská práce

Amany Melegy Rapie Hamed

Vedoucí práce

Prof. PhDr. Amr Ahmed Shatury Saber

Dr. Abla Abdel Samii Farag

Káhira 2022

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala svému vedoucímu magisterské práce panu prof. PhDr. Amru Shaturymu za jeho průběžné konzultace při vypracování své magisterské práce, odborné vedení, individuální přístup, podporu, návrhy na zlepšení práce a především trpělivý přístup a čas, který mi věnoval při zpracování práce. Bez jeho cenných rad a připomínek by tato práce nevznikla.

Chtěla bych také poděkovat paní Dr. Ablě Abdelsamiové za její užitečné rady a průběžné konzultace při vypracování mé magisterské práce.

Dále děkuji své lektorce českého jazyka paní Mgr. Haně Reinerové za její cenné rady, ochotu mi pomoci a poradit a za gramatické a stylistické úpravy a důležité připomínky, které mi velmi pomohly při závěrečné korektuře mé magisterské práce.

Děkuji také své kamarádce Mgr. Denise Šimíčkové, PhD. za její čas a za velmi podnětné připomínky, návrhy na zlepšení práce a cenné rady při kontrolě magisterské práce.

Velký dík patří mým rodičům a sourozencům za nekonečnou trpělivost, oporu a za psychickou podporu a dodávání optimismu v důležitých chvílích.

Nakonec chci vyjádřit poděkování všem svým českým kamarádům a kamarádkám za jejich cenné rady a poskytování pomoci při zpracování práce. Zvláštní dík patří Kamile Urbanové, Zdeně Blaškové a Aleně Chrastové.

ÚVOD

Předkládaná magisterská práce se zabývá neologismy v publicistickém odvětví, zejména v časopisech pro ženy. S nově vzniklými lexémy (neboli neologismy) se v dnešní době setkáváme poměrně často – v běžné komunikaci mezi ženami, přáteli, v médiích, ve škole apod. Vyskytují se a uplatňují s největší pravděpodobností ve všech vrstvách národního jazyka. Vezměme si například *beauty - supertrendy - primer - hashtag - facebook*.

Každý den dochází ke vzniku nových lexémů. Nikdo nedokáže ani odhadnout, kolik vzniká nových výrazů v češtině. Podle slovníku neologismů *Nová slova v češtině* od Olgy Martinové, který zachycuje novotvary z let 1996-2002, přispějeme do českého lexika asi tisíci slovy ročně. Velký příliv neologismů zaznamenáváme zvláště po politických událostech v listopadu roku 1989, které zajistily přísun nových slov do češtiny. A tak se Češi na začátku 80. a 90. let začali setkávat s novotvory, ať už šlo o veřejnou komunikaci, politický život, či oblasti techniky. Historie neologismů v České republice se ale neváže jenom k devadesátým létům, nové výrazy jsou zaznamenány už od 14. století.

Jazyk je dynamický systém, který se neustále vyvíjí. Proto je dobré se v nově vzniklých lexémech orientovat a rozumět jim. Myslím si, že neologismům lépe rozumí mladší generace. Je to způsobeno tím, že generace starších lidí si hůře zvyká na nové výrazy v jazyce, často jim nemusí úplně porozumět nebo je mohou dokonce odmítat.

Neologismy ale nevznikají pouze v současnosti. K jejich vytváření docházelo v každé době, protože jsou pro češtinu důležité z hlediska obohacování slovní zásoby. Lidé měli odjakživa potřebu pojmenovávat

nové věci, myšlenky a jevy. Novotvary užívají básníci nebo novináři pro působivé vyjádření, slouží i k pojmenování nově vzniklého výrobku a nesmíme také zapomínat, že neologismy ukazují i zásadní posuny ve společnosti.

Důvod vzniku neologismů je tedy zřejmý. Utvářejí se kvůli potřebám společnosti a jejímu vývoji. Lexémy, které byly kdysi klasifikovány jako nové, jsou dnes již zcela běžné. V každém období se v jazyce objevují jiné neologismy, které se postupem času začlení do běžné lexikální zásoby (popř. zaniknou).

Téma této práce jsem si vybrala zvláště kvůli tomu, že ženy přinaší do češtiny poměrně velkou část neologismů. Proto bych se ráda této problematice věnovala hlouběji. Mohu také říct, že ženské časopisy představují specifický žánr časopisecké produkce, který užívá jazyk jako nástroj k neobyčejně sugestivnímu působení na psychiku.

Od doby minulého režimu, kdy byl jediným časopisem určený dospívající generaci týdeník *Mladý svět*, se mnohé změnilo. V 90. letech se nabídka časopisů pro dospívající značně rozšířila a diferencovala. Vyhranily se časopisy určené ryze ženám. Mohu také říct, že v dnešní době elektronických médií je tento typ média stále oblíbený a prodáváný, proto považuji za přínosné podívat se na jazyk, kterým se tato média prezentují.

CÍL A METODOLOGIE PRÁCE

Jelikož ženy přináší do češtiny poměrně velkou část neologismů, ráda bych se této problematice věnovala hlouběji.

Cílem mé magisterské práce je analyzovat reprezentativní materiál neologismů vyskytujících se v českých časopisech pro ženy v roce 2014. Abych dokázala, že se neologismy vyskytují ve všech oblastech lidského života, byly vybírány z různých specializovaných příloh jako např. *móda, krása, životní styl, cvičení, trendy, ze života hvězd, láska a vztahy, recepty, celebrity, víkend, bydlení* atd.

Cílem je také pojednat o problematice překladu neologismů uplatňujících se v ženských časopisech do spisovné arabštiny a nalézt arabské ekvivalenty lexikálních neologismů na různých arabských webových stránkách.

Magisterskou práci jsem rozdělila na dvě hlavní části: teoretickou a praktickou.

Teoretická část obsahuje dvě kapitoly (jde o 1 a 2 kapitolu):

V první kapitole představuji na základě použité literatury základní pojmy a teoretické přístupy v oblasti neologismů. Nejprve se zaměřím na vymezení pojmu neologismus z různých pohledů a pokusím se o jeho vysvětlení. Při vymezení pojmu neologismus jsem vycházela z několika publikací od různých lingvistů, abych získala ucelenější a obsáhlejší informace o dané problematice. Dále se věnuji způsobům tvoření nových pojmenování neologismů, jejich příčin a dělení, historii, důležitosti jejich zkoumání a také jejich společným rysům. Zjišťuji, že neologismy v češtině se dlouhodobě zabývá Olga Martincová (*Problematika*

neologismů v současné spisovné češtině, 1983), pod jejímž vedením vznikly už dva slovníky neologismů – *Nová slova v češtině 1, 2* (1998, 2004) a sborník *Neologizmy v dnešní češtině* (2005). Ve druhé kapitole se stručně zaměřím na publicistický styl, typ média časopisů, ženy v médiích, historii vzniku ženských časopisů v českých zemích, charakteristiku a společné rysy ženských časopisů a kritéria jejich rozdělení. Zaměřím se také na žánry a jazyk žen v ženských časopisech. Vycházela jsem zde z několika různých zdrojů. Na závěr teoretické části pojednávám také o profilech čtyř zkoumaných ženských časopisů: *Blesk pro ženy*, *Marianne*, *Elle* a *Svět ženy*. Také zde jsem vycházela z několika různých zdrojů. V teoretické části práce jsem použila metodu studijní.

Praktická část obsahuje dvě kapitoly (jde o 3 a 4 kapitolu):

Ve třetí kapitole se pak snažím aplikovat různé teoretické přístupy při tvorbě neologismů na vybraný slovní materiál. Jedná se o nejčastější procesy vzniku neologismů v českých časopisech pro ženy. Tedy o to, jakým způsobem se do nich dostávají neologismy: z hlediska slovotvorného jde o tvoření nových slov odvozováním, skládáním, zkracováním, univerbizací, kalky, neologickými víceslovnými pojmenováními, přejímáním slov z cizích jazyků, dále sémantickým tvořením a naposled slangy. Neologismy v této práci jsou pečlivě vybrány ze čtyř výše uvedených různých časopisů pro ženy. Novotvary jsou dále v této části konfrontovány se slovníky (*Nová slova v češtině 1, 2*, *Akademický slovník cizích slov*, a *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*).

V úvodní části poslední (4.) kapitoly jsem se stručně zaměřím na nejzásadnější teoretické názory týkající se problematiky překladatelství.

Budu se věnovat teorii překladu a mluvit o klasifikaci a druzích překladu ve spisovné češtině, s jakými problémy se budeme setkávat během práce na překladu těchto neologismů do arabštiny a jak budeme tyto problémy řešit. V této části se také zaměřím na nalezení arabských ekvivalentů k českým neologismům a představení rozličných způsobů překládání těchto nových výrazů do arabštiny, a to na základě různých arabských webových stránek. V praktické části práce jsem použila metodu excerpční, statistickou, analytickou a komparativní.

Jako přílohu k své práci jsem vypracovala *abecední slovník neologismů*.

CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉ PRÁCE

Předkládaná magisterská práce se zakládá na neologismech především z odvětví ženské publicistiky, jak již samotný název napovídá. Četba časopisů patří mezi oblíbené volnočasové aktivity dnešních žen. Ženské časopisy mají velký vliv nejen na chování a názory žen, ale také na jejich vyjadřování. Snaží se na ně zapůsobit nejenom tématicky, ale také pomocí jazykových prostředků. Činí tak svou slovní zásobou, používáním slov přejatých z cizích jazyků a neologismů. Ženské časopisy se snaží kopírovat celospolečenský trend, přejímají mnoho cizích slov převážně z angličtiny. Používají je i ve spojení s českými slovy, čímž vznikají nové složené výrazy. Vytváří také mnoho nových pojmenování, často přenášením významu slova. A používání neologismů je právě doménou dnešních pubescentů.

Práce zkoumá z jazykového hlediska celkem čtyři časopisy pro ženy: *Blesk pro ženy*, *Svět ženy*, *Elle*, *Marianne*.

Časopisy byly zvoleny s ohledem na tři základní kritéria:

- Jejich čtenosti mezi ženami (vybrány byly takové ženské časopisy, které patří k nejčtenějším a nejprodávanějším).
- Tématické pestrosti (při výběru těchto časopisů byly upřednostněny takové, jež jsou zaměřeny na složky zábavné a relaxační, vaření, zdraví, módní trendy, účesy, dámské oblečení, krásu, lásku a vztahy, kreativní práce, design a bytovou kulturu apod.).
- Zaměření na cílovou skupinu (časopisy jsou orientované na mladší čtenářky, jejichž věk se pohybuje mezi 15 a 20 lety a mezi 20 a 45 let lety).

Tyto časopisy mají svou elektronickou podobu na internetu a nabízí čtenářkám na svých webových stránkách kategorie *móda, krása, životní styl, cvičení, trendy, ze života hvězd, láska a vztahy, recepty, celebrity, víkend, bydlení, zdraví, soutěže, psychologie* a mnohé další oblasti, ve kterých lze naléznout spoustu článků, rad a inspirace (např. www.bleskprozeny.cz, www.svetzeny.cz, www.marianne.cz a www.elle.cz). Články jsou zde mnohem aktuálnější, ale také stručnější. Pro excerpci jsem zvolila uvedené internetové portály z roku 2014 a z jednotlivých zvolených článků byly čerpány neologismy.

Jakým kritériem jsem se řídila při určování neologismů?

Pracovala jsem s elektronickým neologickým archivem Neomat (www.neologismy.cz), který tvoří významnou část materiálových sbírek oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český. Cílená excerpce neologismů zde probíhá pod vedením Ivony Tintěrové a první záznamy v neologické excerpční databázi pocházejí z listopadu 1991. Do podoby soustavně budovaného neologického archivu se excerpce postupně formovala v rámci grantu *Popis nové slovní zásoby s využitím počítačové techniky* (1994–1996), a to v úzké souvislosti s probíhajícím výzkumem neologické slovní zásoby a s přípravou speciálního slovníku neologismů. Neologická databáze byla dále budována v průběhu následných grantových projektů *Systémotvorné procesy neologizmů v současné češtině* (1998–2000) a *Internacionalizmy v nové slovní zásobě češtiny* (2001–2003). V takto zaměřené excerpci se pokračovalo až do r. 2005. Na základě tohoto neologického materiálu vznikly slovníky *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 1* (1998) a *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2* (2004) a rovněž při tvorbě

sborníku *Neologizmy v dnešní češtině* (2005). Druhá část elektronického archivu Neomat, zahrnující excerpci od r. 2005, je koncipována širěji, jako archiv lexikální dynamiky (registrující i nové slovesné vazby, posuny ve stylovém hodnocení slov ap.). Zpřístupňování neologického archivu probíhalo po etapách: v roce 2011 bylo zveřejněno 132 000 hesel, v roce 2013 bylo zveřejněno 202 340 hesel. Od září roku 2015 je neologický archiv Neomat plně zpřístupněn jak laické, tak odborné veřejnosti. Aktualizace probíhá v pravidelných týdenních intervalech. .

Neologismy z časopisů jsou také porovnány se slovníky: *Slovník spisovné češtiny* (SSČ) z roku 2001 a 2011, *Akademický slovník cizích slov* z roku 2005 a *Slovník spisovného jazyka českého* (SSJČ), který je dostupný online na internetu. Zřídil ho Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR v roce 2011, a je tedy nejnovějším dostupným zdrojem spisovných českých slov. Některé novotvary se objevily v *Neomatu* a některé se mi nepodařilo zařadit do žádného. Do zkoumané práce jsem nezařazovala starší hesla z roku 1991 až do roku 2004, která se do slovní zásoby začlenila natolik, že je jejich zařazení mezi neologismy sporné, a hesla, která se objevují v výše uvedených výkladových slovnících češtiny SSČ a SSJČ .

Neologismy můžeme rozdělit do dvou skupin:

- Neologismy nacházející se již v uvedeném elektronickém neologickém archivu *Neomat* (www.neologismy.cz) a které se datují od roku 2005 až do roku 2014.
- Nové neologismy: pokud se dané slovo ani v *Neomatu* ani ve výše uvedených slovnících nevyskytuje, je dané lexikální slovo považováno za nový neologismus.

