

*Сафіуліна Ю.С. (Прага, Чеська Республіка)*

### **Adaptace anglicismů v současné české ekonomické terminologii**

*Стаття присвячена проблемам адаптації англіцизмів у сучасній чеській економічній термінології. Розглянуто різні позиції дослідників на етапи засвоєння іношомовної лексики та проведений аналіз типів адаптації (фонетично-графічна, семантична, морфологічна, словотвірна), приклади яких було ексцерповано із найновіших словників.*

**Ключові слова:** економічна термінологія, англіцизм, адаптація, етапи адаптації, типи адаптації.

*Статья посвящена проблемам адаптации англицизмов в современной чешской экономической терминологии. Рассмотрены различные позиций исследователей на этапы освоения иноязычной лексики и проведен анализ типов адаптации (фонетическо-графическая, семантическая, морфологическая, словообразовательная), примеры которых были выписаны из новейших словарей.*

**Ключевые слова:** экономическая терминология, англицизм, адаптация, этапы адаптации, типы адаптации.

*The article is devoted to the problems of adaptation of anglicisms in modern Czech economical terminology. Moreover, I made the analysis of different positions of researchers on the stages of learning foreign vocabulary and considered types of adaptation (phonetic, graphic, semantic, morphological, derivational), examples of which were sifted out from the newest dictionaries.*

**Key words:** economical terminology, Anglicism, adaptation, adaptation stages, types of adaptation.

Problematika adaptace anglicismů v současné české ekonomické terminologii je v dnešní době často diskutována. Rádi bychom se v naší práci podívali na současný stav adaptace anglicismů podrobněji. Materiál byl získán excerpací současných českých publicistických textů a slovníkových příruček (uvedených v seznamu).

Přejímání cizích slov je přirozený proces vývoje jazyka. Anglicismy se začaly přejímat do češtiny po druhé světové válce a opět s velkou silou v současné době, zejména po roce 1989. Tento fakt souvisí mj. s rychlým ekonomickým vývojem Spojených států amerických, který vedl ve 20. století k rozmachu angličtiny jako globálního jazyka, jazyka světového byznysu, vědy a s tím, že od roku 2004 je Česká republika plnoprávným členem Evropské unie. „Důvodem přejímání cizích slov je především ta skutečnost, že se šíří nové věci a pojmy a s nimi se přejímá i jejich pojmenování. Jen zřídka se stává, že při zavádění nové věci je hned po ruce vhodný domácí protějšek. Pro některé cizí výrazy se po určité době podaří přece jen nalézt český ekvivalent, ale není to

pravidlem. Naději na úspěch mají spíše náhrady jednoslovné, ovšem pouze ty, které jsou jazykově ústrojně“ [13, 98].

Problémy současné české ekonomické terminologii se zabývají I. Bozděchová, O. Martincová, B. Poštolková, V. Schmiedtová, D. Svobodová, F. Daneš, A. Polívková, J. Hůrková, J. Gazda aj.

Adaptace cizojazyčných lexikálních jednotek představuje proces probíhající na úrovních: ortografické, fonetické, morfologické, sémantické, slovtvorné. Pokusíme se analyzovat adaptaci přejímek podle těchto úrovní – srovnáme jednotlivé stupně jejich asimilace v určitém časovém úseku.

Přejatý termín nikdy nezůstává ojedinelým pojmem a stejně jako jakékoliv cizí slovo se stává součástí jazykového systému přejímajícího jazyka. Dochází k postupné adaptaci výrazu. Od jednotlivého užití v řeči po plné začlenění do lexikální zásoby prochází výraz několika fázemi adaptace. Různí autoři popisují tento proces různě. Tak například Věra Schmiedtová píše, že je do jazyka nejprve přejato slovo v původním pravopise, pak začne podléhat adaptačním vlivům. Autorka uvádí následující fáze adaptačního procesu:

- 1) Přejetí slova do češtiny a vymezení jeho sémantiky.
- 2) Slovo hledá své české kategorie – slovní druh, u podstatného jména – rod.
- 3) Začíná se počesťovat psaní.
- 4) Slovo se začne deklinovat nebo konjugovat, derivuje se, nejdříve se tvoří adjektivum. Často dochází k tvoření hybridních tvarů.
- 5) Začne sloužit jako základ pro několikakomponentové slovo [10, 325].

Nemůžeme tvrdit, že všechna pojmenování procházejí všemi fázemi adaptace v přesném pořadí. Některá dokonce určitou fází nikdy neprojdou. Typy adaptace se překrývají, vzájemně se doplňují, a tím urychlují proces adaptace cizích slov.

Diana Svobodová třídí kompozita z hlediska formálního přizpůsobení do těchto skupin:

1. Složeniny původní, ortograficky a morfologicky neadaptované (z hlediska potřeby gramatické a syntaktické shody jsou vždy přiřazována k některému z gramatických rodů): *cash & carry* (ž.), *cash flow* (ž.), *copyright* (m., stř.), *know-how* (m., stř.), *blue chips* (m. mn.), *headhunters* (m. mn.);

2. Složeniny morfologicky adaptované s původním pravopisem (patří skloňovatelná substantiva se zachováním původní grafické podoby s připojením českých deklinačních koncovek): *headhunter*, *businessman*, *selfmademan*, *brainstorming*, *goodwill*, *headhunting*, *homebanking*, *leadership*, *teamwork*;

3. Ortograficky a morfologicky adaptované složeniny (pravopisně adaptovány a jsou v češtině jako složeniny skloňovatelné): *byznysmen*, *kreditkarta*, *krosček*;

4. Hybridní složeniny (pravopisná adaptace proběhla pouze částečně a jeden z komponentů zůstal neadaptován): *faxtelefon*, *Novashopping*, *spolumanažer* [11, 126].

Proces formálního osvojení cizího slova je spojen v první řadě s fonetickými

a grafickými aspekty. Při **fonetické a grafické adaptaci** anglických ekonomických termínů vzniká problém způsobený tím, že se mluvená podoba angličtiny liší od její psané podoby.

Fonetická rovina českého jazyka je odlišná od fonetické roviny anglického jazyka, což ovlivňuje průběh procesu asimilace cizojazyčného elementu v systému přejímajícího jazyka. Přejatá ekonomická terminologie se přizpůsobuje foneticko-grafickým zvyklostem češtiny. Dochází k tomu, že mluvčí nahrazují cizí zvuky hláskami vlastního jazyka. Ty zvukové jevy, které čeština nemá, jsou zaměňovány nejbližšími českými hláskami.

Jiří Rejzek píše, že se většina anglicismů v češtině – zpravidla po určité době fungování v původní grafické podobě – pravopisně adaptuje. Dále naznačuje dva způsoby vzniku nové pravopisné podoby: a) základem je původní grafická podoba, které se přizpůsobí výslovnost (*basketbal, overal, tramvaj, bungalov* ap.), b) základem je výslovnost, které se přizpůsobí grafická podoba (*byznys, džus, ofsajd, víkend* ap.). Přičemž druhý způsob autor považuje za mnohem obvyklejší [9, 127].

Proces grafické adaptace vede k tomu, že v současném jazyce vedle sebe fungují dublety jednoho lexému. Jeden s počestěným pravopisem a druhý zůstává ve stejné grafické podobě, která existuje v anglickém jazyce: *leader - lídr, marketing - marketink, briefing - brífink, cash - keš, damping - dumping, clearing - clíring, manager - manažer*. Tyto dvojice většinou mají různou frekvenci a distribuci.

Přejatá slova, která se často užívají, se pak začínají psát pravopisem počestěným. Slova méně užívaná, zejména úzce odborná, se zpravidla píšou pravopisem původním, ale postupně se některé termíny mohou přizpůsobit (*branding, summit, leasing, merchandising*). J. Rejzek uvádí příklad i opačné tendence, když formální vývoj nesměřuje jednoznačně pouze k počestěování, o tom svědčí oživení podoby *manager* vedle *manažer* [9, 128].

Stejně jako v angličtině se v češtině objevují složená slova ve třech grafických podobách: psané zvlášť (*blue chip, high touch*), se spojovníkem (*know-how, duty-free, just-in-time*) nebo dohromady (*cheerleaders, offshore*).

Pod pojmem **sémantická adaptace** rozumíme sémantický rozvoj výpůjček během jejich fungování v jazyce. Přejaté termíny se stávají nedílnou součástí lexikálně-sémantického systému jazyka. Působí na lexikální jednotky jazyka, tvoří sémantické vazby. Sémantické osvojení je zásadním předpokladem úplné integrace výpůjčky v přejímajícím jazyce. Nositel přejímajícího jazyka musí rozumět významu daného slova, a to je jedna z podmínek přejímání. Přejaté slovo se často používá v konkrétnějším významu než v originálním jazyce.

Většina převzatých termínů je jednoznačná v jednom terminologickém systému: *merchandising, makroanalytik, makromarket, benchmarking, leasing, rating*,

*fundraiser, valorizace*. Sémantická charakteristika přejatého slova se může v průběhu času v přejímajícím jazyce dále rozšiřovat, získávat další významy. Výsledkem jejich sémantického rozvoje je polysémie, víceznačnost termínů:

*Dealing* - 1. prodávání, distribuce určitého zboží; 2. finanční, obchodní transakce; 3. oddělení podniku zabývající se finančními, obchodními transakcemi [5, 82].

*Branding* - 1. budování, posilování, propagace obchodní značky; 2. opatrování reklamních předmětů znakem, logem obchodní značky [5, 62].

*Management* - 1. teorie a praxe řízení podniku; 2. skupina řídicích pracovníků v podniku; 3. veda o řízení [6, 43].

Mezi domácími a přejatými termíny mohou vznikat synonymní dvojice: *řízení - management, smlouva - kontrakt, směnitelnost - konvertibilita, účtenka - šek, zboží - komodita, zisk - profit, výrobce - producent, vyvážet - exportovat, vývoz - export, dovoz - import, dovézet - importovat, nájem - renting, podnik - firma, podnikatel - byznysmen*.

Postupně se termín začleňuje do struktury přejímajícího jazyka a vytváří v něm slovní spojení: *leasing - operativní leasing, zpětný leasing, finanční leasing, leasingová společnost, leasingová smlouva, leasingový postup, leasing nemovitostí, leasingový model, leasingová splátka; marketing - marketingové služby, marketingové informace, marketingové komunikace, marketingový program, marketingová strategie, marketingový výzkum, marketingové prostředí, marketingová organizace, marketingová taktika, marketingový management, cílený marketing*.

Přejaté slovo, které již v jazyce zdomácnělo, může svůj význam dále měnit. V současném českém jazyce můžeme pozorovat proces determinologizace, když se termíny přesouvají z oblasti odborné do oblasti méně odborné. Vezmeme například termín *know-how*:

*Jenže menší západní značky často nemají dostatečné finance a know-how na to, aby na čínský trh vstoupily ve velkém stylu, takže prodej podílů pro ně bude jedinou možnou jízdou do asijské budoucnosti.*

(<http://www.ceskapozice.cz/magazin/moda-luxus/cinsky-najezd-na-evropske-luxusni-znacky?showcomments=1>).

*Výslovná úprava ochrany know-how není v českém právu zakotvena.*

(<http://pravnicadce.ihned.cz/c1-14010730-prehled-prava-dusevniho-vlastnictvi-a-jeho-pravni-ochrany-v-ceske-republice>).

*Novými poznatky a inovacemi vznikla biomimetická péče o pokožku Biomimetic Skin Solutions se systémovým procesovým know-how pěstování kožních buněk z oblasti popáleninové medicíny.*

(<http://www.marionnaud.cz/novinky.php?sprava=341>).

Rozšířeným jevem je reterminologizace – proces využití termínu v jiném oboru na základě přenesení jeho významu. Vhodnými příklady na proces reterminologizace

jsou termíny: fyzikální – dynamika (*dynamika trhu, dynamika cen, dynamika kurzu*), lékařské – šok (*ekonomický šok, burzovní šok, tržní šok*), deprese (*ekonomická deprese, Velká deprese*), kolaps (*kolaps trhu, kolapsu finančního systému*).

Osvojení anglicismů na **morfologické úrovni** znamená přizpůsobení přejímky gramatickým normám přejímajícího jazyka a umožňuje integraci přejatých lexikálních jednotek do morfologického systému češtiny. Slovo nemůže být použité v jazyce mimo gramatické kategorie, proto jsou cizojazyčné termíny přiřazeny k určitému paradigmatu a morfologickým nebo syntaktickým způsobem vyjadřují rod, číslo a pád. Morfologická adaptace nutně nevyžaduje přizpůsobení fonetické a grafické.

Ivana Bozděchová zdůrazňuje, že morfologická adaptace se týká především jmen (substantiv a adjektiv), přejímání sloves je vesměs proces slovotvorný. Morfologicky se snáze adaptují anglická jména, která se ve výslovnosti zakončením shodují s českými typy. Naopak nesklonná zůstávají především jména s odlišným zakončením: *cash on delivery* (ž.), *cash & carry* (ž.), *summary* (stř.), *just-in-time* (m., stř.), *duty-free* (m., stř.) [2, 274].

Během procesu adaptace anglického slova v českém jazykovém systému, z hlediska potřeby gramatické a syntaktické shody, musí dojít k jeho zařazení do jednoho ze tří existujících gramatických rodů, které se v češtině rozlišují podle koncovek. V anglickém jazyce mají substantiva pouze přirozený rod, gramatická kategorie rodu se rozlišuje podle významu – u osob podle pohlaví mužský a ženský rod, jména označující předměty a jevy jsou považována za neutera. Proto při přiřazení rodu je často uplatněn princip analogie.

Většina anglicismů v české ekonomické terminologii má mužský rod, protože končí v nom. sg. tvrdou souhláskou: mužský rod životný - *bookmaker, headhunter, businessman, salesman, manager, selfmademan*; mužský rod neživotný – *brainstorming, freshop, goodwill, leadership, teamwork, telebanking, teleshopping, workshop, headhunting, homebanking, hypermarket, intershop*. K ženskému rodu náležejí především anglická substantiva se sufixem *-ation*, mají počestěnou variantu *-ace*: *privatizace - privatization, customizace - customization, deflace - deflation, devalvace - devaluation, inflace - inflation, valorizace - valorization*.

U některých substantiv pozorujeme kolísání v rodě. Příčinou může být buď nízká frekvence použití slova, nebo jeho neúplná adaptace v přijímacím jazyce. Kolísání v rodě se hlavně týká nesklonných substantiv: *know-how* (m., ž., stř.), *offshore* (m., stř.), *just-in-time* (m., stř.), *duty-free* (m., stř.), *last minute* (m., stř.), *last moment* (m., stř.).

Převzaté termíny gramatické číslo většinou nemění. Formy plurálu termínů přejatých z anglického jazyka jsou v češtině tvořeny pomocí českých koncovek: *makroanalytici, takémanažeři, holdingy, gigamarkety, brokerky, brand manažerky*. U některých podstatných jmen dochází k osvojení plurálových forem anglických

termínů v češtině jako forem singulárových. Jsou přejímány v původní anglické formě množného čísla s koncovkou *-s*: *blue chips, headhunters, investor relations, public relations, futures, options, promotions, skills* a další. „Obvykle jsou užívány jako nesklonná substantiva v množném čísle, přiřazovaná z důvodu potřeby gramatické a syntaktické shody k některému ze tří gramatických rodů na základě rodu českého ekvivalentu, nebo přirozeného rodu daného substantiva“ [12, 55]. V některých případech je k původní anglické plurálové koncovce *-s* připojena ještě obdobná koncovka česká: *futures - futuresy*. V češtině tyto tvary mají funkci singuláru a v plurálu jsou k nim připojovány české plurálové koncovky. Jsou chápány v češtině jako nesprávně tvořené a ojediněle.

V českém jazyce se podstatné jméno skloňuje. Na rozdíl od angličtiny je čeština flektivní jazyk. „Gramatické zvláštnosti se při skloňování objevují pouze u některých cizích substantiv, cizí adjektiva a slovesa se zpravidla morfologicky i syntakticky přizpůsobují českému systému“ [1, 188]. Substantiva se obvykle skloňují podle konkrétního vzoru. Například, *leasing* se v češtině skloňuje jako podstatné jméno mužského neživotného rodu, podle vzoru „hrad“: *leasing, leasingu, leasingu, leasing, leasingu, leasingem, leasingy, leasingů, leasingům, leasingy, leasingách/leasingích, leasingy*.

Existuje taky skupina nesklonných substantiv: *public affairs, public relations, offshore, just-in-time, high touch, duty-free*. Zůstávají nesklonná, protože jejich zakončení brání v začlenění k některému z deklinačních typů [9, 29]. Ale díky tomu, že český jazyk je flektivní, můžeme předpokládat, že se za nějakou dobu výše uvedené termíny budou skloňovat.

**Slovotvorná adaptace** anglicizmů souvisí s graficko-fonetickou a morfologickou adaptací. Čím více se slovo adaptuje v přejímajícím jazyce, tím větší je jeho slovotvorná aktivita. Přejaté anglické slovo se stává motivujícím slovem pro vznik dalších pojmenování. Slovo tvorbou představuje důležitý proces obohacování slovní zásoby. Jejím prostřednictvím se od přejatých termínů odvozují pomocí slovotvorných formantů další deriváty, které jsou významově příbuzné a vytváří se terminologické slovotvorné hnízdo. „Nejčastější bývá derivace, kompozice a zkratkové tvoření u podstatných jmen, derivace a konverze u přídavných jmen a derivace u sloves“ [2, 275]. Slovo tvorné formanty zařazují přejatá slova do struktury českého jazyka a pomáhají vytvářet gramatické vztahy mezi termíny v odborném textu.

Nejproduktivnějším slovotvorným způsobem tvoření českých ekonomických termínů je odvozování na základě přejatých substantiv pomocí sufixace. Od morfologicky adaptovaných termínů se pomocí přípon odvozují substantiva *-ář* (*marketinkář*), *-er* (*outsourcer, šéfmanažer*), *-or* (*privatizátor*), *-ství*/*-ctví* (*bankovníctví, líderovství, byznysmanství*), *-ing*/*-ink* (*outsourcing, clearing/klířink*,

marketing/ marketink, briefing/brífink), adjektiva -ový (*brandingový, headhuntingový, outsourcingový, directmarketingový, e-bankingový, leasingový*), -ský/-cký (*konzultanský, šéfmanažerský, manažerský, privatizátorský, farmaekonomický*) a -ní (*kastomizační, privatizační*), slovesa (jsou tvořena bez výjimky sufixem -ovat) (*brandovat, lobbovat, outsorcovat, exportovat, leasingovat, lídrovat, importovat, kastomizovat*). Substantiva ženského rodu se v české ekonomické terminologii tvoří pomocí přípony -ka a jsou odvozené od substantiv mužského rodu: *manažer - manažerka, broker - brokerka, makléř - makléřka, marketér - marketérka, šéfmanažer - šéfmanažerka*.

Dalším způsobem je prefixace. Předpony mohou významně ovlivnit sémantiku původního slova. Tak například některé předpony mohou přidat nově utvořenému termínu opačný význam: *subleasing, zaleasingovat, reexportovat, destabilizovat, poloprivatizace - poloprivatizovaný - poloprivatizovat, reprivatizace - reprivatizační - reprivatizovat, pseudoprivatizace - pseudoprivatizační - pseudoprivatizátor - pseudoprivatizovaný - pseudoprivatizovat*.

Specifickou skupinu tvoří přejímané zkratky a zkratková slova, které se v angličtině většinou vyslovují hláskováním. Většinou se používají v odborných a vědeckých textech, protože jsou srozumitelné jen užšímu okruhu odborníků: *PR manažer, PR akce - public relations, s.d.r. - special drawing rights; tqm - total quality management; dms - decision-making software; mbo - management by objectives; wcu - world currency unit*.

Závěrem chceme konstatovat, že analýza formální adaptace ekonomických termínů ukázala nejednoduchý proces začleňování přejímek do češtiny. Anglicizmy se adaptují různými způsoby. Fáze jejich adaptace záleží na tom, jak dlouho cizí termín funguje v přijímajícím jazyce. Nově přejatá slova často mají dublety, nemohou se skloňovat, jejich proces adaptace stále trvá. Slovo adaptované dříve má svou graficko-fonetickou podobu, je zařazené do gramatického systému jazyka, stává se motivujícím slovem pro vznik dalších pojmenování. Anglicizmy hrají kladnou a důležitou roli při formování současného českého ekonomického terminologického systému a tvoří jeho neoddelitelnou součást.

## LITERATURA:

1. *Bozděchová I.* Poznámky k manažerské „hantýrce“ // Termina 94, Sborník z mezinárodní konference o odborné terminologii a stylu. – Liberec, 1995. – S. 183–191;
2. *Bozděchová I.* Vliv angličtiny na češtinu // F. Daneš a kol., Český jazyk na přelomu tisíciletí. – Praha: Academia, 1997. S. 271 – 279;
3. *Daneš F.* Situace a celkový stav dnešní češtiny // F. Daneš a kol. Český jazyk na přelomu tisíciletí. – Praha: Academia, 1997. - S. 12 – 24;
4. *Kraus J. a kol.* Nový akademický slovník cizích slov A-Ž. – 1. vydání. – Praha: Academia, 2005;
5. *Martincová O. a kol.* Nová slova v češtině. Slovník neologizmů. – Praha: Academia, 2004;
6. *Pestová S., Rotport M.* Slovník ekonomických pojmů. – Praha: Fortuna, 2004; 7.

Polívková A., Hůrková J. Leasing, leasingovat // Naše řeč. – 76. – 1993. – S. 107 – 108; **8.** Poštolková B. a kol. O české terminologii. – Praha: Academia, 1983; **9.** Rejzek J. K formální adaptaci anglicizmů // Naše řeč. – 76. – 1993. – S. 26-30; **10.** Schmieďtová V. Adaptace některých typů nově přejatých slov, převážně anglicizmů, v současné češtině // Slavia. – 62/1. – Praha, 1993. – S. 323-329; **11.** Svobodová D. Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace // Naše řeč. – 82. – 1999. – S. 122 – 126; **12.** Svobodová D. Anglicismy přejímané do češtiny v původní plurálové formě // Naše řeč. – 83. – 2000. – S. 55; **13.** Svobodová I. Je čeština v zajištění cizích slov? // S. Čmejrková a kol. Čeština, jak ji znáte i neznáte. – Praha: Academia, 1996. – S. 97 – 101.

**Синевиц А. (Мінськ, Республіка Білорусь)**

**Некоторые теоретические аспекты лингвистического анализа терминов в структуре трактата Псевдо-Дионисия Ареопажита «О БОЖЕСТВЕННЫХ ИМЕНАХ»**

*Стаття присвячена розгляду лінгвістичного аспекту в загальній теорії термінології. Основна увага приділяється семантичним процесам (полісемія, омонімія, синонімія, антонімія) та дослідженню джерел формування термінів як окремої лексичної категорії.*

**Ключові слова:** термін, лексична категорія, семантичний аспект, полісемія, омонімія, синонімія, антонімія, запозичення, калькування.

*Статья посвящена рассмотрению лингвистического аспекта в общей теории терминологии. Основное внимание уделяется семантическим процессам (полисемия, омонимия, синонимия, антонимия) и исследованию источников формирования терминов как отдельной лексической категории.*

**Ключевые слова:** термин, лексическая категория, семантический аспект, полисемия, омонимия, синонимия, антонимия, заимствование, калькирование.

*The article is devoted to analysis of linguistic aspect in the general theory of terminology. The focus is on semantic processes (polysemy, homonymy, synonymy, antonymy) and on the study of sources of term's appearance as a separate lexical category.*

**Key words:** term, lexical category, the semantic aspect, polysemy, homonymy, synonymy, antonymy, borrowing, loan.

Так как одной из задач общей теории терминологии является «изучение формирования и употребления специальных слов» [8, 11], в данной работе производится теоретический анализ функционирования, образования и использования терминов, являющихся значительной частью отдельного тематического пласта специальной богословской лексики в структуре трактата Псевдо-Дионисия Ареопажита «О Божественных именах».