

Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Katedra Anglistiky a amerikanistiky

Přejímání anglických ekonomických výrazů do českého jazyka

(Bakalářská práce)

Autor: Sandra Koniariková (Angličtina se zaměřením na aplikovanou ekonomii)

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Jaroslav Macháček, CSc.

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla úplný seznam citované a použité literatury.

V Olomouci dne 5.5.2010

.....

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu práce Prof. PhDr. Jaroslavu Macháčkovi, CSc. za cenné připomínky, hodnotné rady a čas, který mi věnoval.

Obsah

1. Úvod	2
2. Slovní zásoba a způsoby jejího rozšiřování	3
2.1. Způsoby a postupy tvoření slov	4
2.1.1. Odvozování	4
2.1.2. Skládání	8
2.1.3. Tvoření zkratk a zkratkových slov	9
2.1.4. Přejímání slov z cizích jazyků	9
1. Kalkování	11
2. Dvojí přejetí	11
3. Česká slova v cizích jazycích	11
4. Anglicismy	12
Anglická gramatika v češtině	12
3. Praktická část – práce s magazíny, časopisy a novinami	14
3.1. Ekonomické výrazy v novinách a přílohách určených pro širokou veřejnost	14
3.2. Ekonomické výrazy v odborných magazínech a časopisech	18
3.3. Přejaté ekonomické výrazy dle slovních druhů	22
3.4. Ekonomické výrazy v původním anglickém znění, s českým ekvivalentem, výrazy obohacené o předpony, přípony, koncovky	23
3.4.1. Ekonomické výrazy v původním anglickém znění	23
3.4.2. Ekonomické výrazy používané jak v anglickém znění, tak s českým ekvivalentem	24
3.4.3. Ekonomické výrazy obohacené o předpony, přípony a koncovky	26
3.4.4. Anglické ekonomické výrazy v Českém národním korpusu	27
3.4.5. Dotazník	31
Otázka č.1	32
3.5. Seznam nalezených přejatých ekonomických výrazů a jejich konfrontace s ekonomickými slovníky	35
4. Závěr	44
5. Shrnutí	47
6. Bibliografie	50
7. Anotace	53

1. Úvod

Úvodem mé bakalářské práce bych ráda ve stručnosti vystihla její obsah a přibližný směr, jakým se práce a mé snažení bude ubírat.

V souvislosti se studovaným oborem a zájmem o lexikologii – ačkoliv nejsem studentkou čisté a klasické anglické filologie, i přesto jsem se rozhodla věnovat práci lexikologickému tématu. Abych ale neodbočila od svého zaměření ve studiu, rozhodla jsem se zkoumat přejímání cizích, přesněji anglických ekonomických výrazů do českého jazyka, jejich počešťování, přidávání předpon, přípon či koncovek, chování v české větě apod.

Práci bych rozdělila na dvě základní části. V té první - teoretické, se budu zabývat obecně způsoby tvoření slov v českém jazyce a v tomto případě se zaměřím na přípony či předpony, které jsou do našeho jazyka právě z cizích jazyků přejímány.

V druhé části – praktické, se zaměřím na cizí ekonomické výrazy v časopisech, magazínech nebo přílohách a to jak odborných, tak i neoborných, které jsou určeny pro širší veřejnost, např. časopisy vydávané VŠE pro studentskou obec. V této části také výrazy rozčlením do několika skupin dle různých kritérií, dle českého přepisu, zdali je výraz ponechán v původním jazyce nebo naopak zdali je k němu přidružena předpona, přípona, koncovka a zdali se dodržuje skloňování tak typické pro náš mateřský jazyk.

Jelikož nemám přesně dané literatury a zdroje, ze kterých by se daly výrazy čerpat, veškerá má práce bude postavena na daných časopisech s ekonomickým zaměřením. Velkou většinu materiálů jsem získala díky přátelům, kteří na ekonomických školách studují, nebo lidem, kteří v ekonomických, např. finančních sektorech přímo pracují.

Abych práci oživila, rozhodla jsem se také vytvořit dotazník, které rozešlu či osobně položím různým skupinám subjektů – např. hotely, banky, sportovní zařízení atp.

Ke konci mé práce vyvodím závěry a shrnu, jaké výrazy byly nejfrekventovanější, zdali jsou podle mého výzkumu společností přijímány a zdali se do mluveného či psaného projevu začleňují.

2. Slovní zásoba a způsoby jejího rozšiřování

„Slovní zásoba představuje seskupení všech slov a slovních spojení, která se vyskytují v jednom konkrétním jazyce nebo která v daném jazyce zná jeden konkrétní jedinec (individuální slovní zásoba)“.¹

Rozlišujeme aktivní a pasivní slovní zásobu. Do aktivní složky patří ta slova, která člověk užívá při ústním i psaném projevu. Slovům z pasivní slovní zásoby člověk rozumí, ale sám je běžně dostatečně nevyužívá. Počet slov ve slovní zásobě se liší mezi jazyky i mezi lidmi. „V češtině tvoří aktivní slovní zásobu u dospělého člověka asi 3000 – 10 000 slov. Pasivní slovní zásoba je obvykle 3–6x vyšší, pasivní slovník středoškolsky vzdělaného uživatele češtiny zahrnuje asi 50 000 slov.“²

Slovní zásobu obohacujeme různými způsoby. Abychom se mohli dostat k samotnému přejímání slov z cizích jazyků, uvedu nejdříve trochu obecněji kapitulu tvoření slov, zaměřím také na předpony, přípony či zkratková slova z cizích jazyků, které v češtině objevují a možná si je ani neuvědomujeme.

Jen pro připomenutí, disciplína, která se zabývá slovní zásobou, se nazývá lexikologie. „Dovoluje nám nahlížet jak na slovní zásobu doby současné, tak na zásobu historickou – ta napomáhá při odkrývání a odhalování jejího vývoje. Můžeme tak podrobit detailnějšímu zkoumání i slovní zásoby z určitých období, např. husitství, doba Národního obrození, apod. Dále se tato věda zaměřuje nejen na vytváření nových slov, jak jsem již zmínila výše, ale také na tzv. *reprodukcii slov*, kdy se slovo opakuje, postupně se k němu přidává další slova a tímto způsobem se pak dostávají do povědomí širší veřejnosti. Je třeba říci, že tento jev je v současné době velmi běžný a také jedna z nejčastějších možností, jak získávat nová slovní spojení.“³

V mnoha případech se potřeba nových slovních pojmů či pojmenování zúží pouze na přenesení významu. Takto se ale netvoří zbrusu nová slova, ale jen nové významy slov, která jsou již v jazyce zavedená. V každém jazyce si také každý z nás vytváří svá vlastní pojmenování na základě domácí nebo zdomácnělé slovní zásoby (např. v rodině).

¹ Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 13-14.

² Novotný, J. a kolektiv: *Mluvnice češtiny pro střední školy*. Fortuna Praha, 1992, ISBN 80-85298-32-5. str. 103-104.

³ Dokulil, M. a kolektiv: *Mluvnice češtiny (1)*. Academia Praha, 1986, str. 193.

Ale k vytváření skutečných nových slov dochází jen velmi vzácně. Je daleko obvyklejší, že slova, která už v jazyce existují, svým způsobem „přetváříme“. Tvořením nových slov tedy myslíme nejen onen prvotní proces, ale také proces rozšiřování a obměňování slovních spojení.

2.1. Způsoby a postupy tvoření slov

Tvoření slov je jedinečný způsob, jak vytvářet nová pojmenování a je to také jeden z velmi důležitých způsobů rozvíjení, rozšiřování a obohacování slovní. Způsoby a postupy se dají rozdělit do několika základních skupin a to: odvozování, skládání a zkracování. Já osobně bych ale ráda přidala skupinu další a to právě přejímání slovní zásoby z cizích jazyků, jelikož to je bod, na který se budu ve výčtu těchto skupin zaměřovat nejvíce.

2.1.1. Odvozování

Odvozování slov neboli derivace je bezpochyby nejzákladnějším a současně také nejrozšířenějším způsobem utvoření slov. Dokulil říká, že: „*Odvozování znamená vytváření slova na základě jediného výchozího pojmenování.*“⁴ Jelikož odvozování slov je poměrně složitou záležitostí a dá se dále dělit do početných skupin a podskupin, připadá mi důležité zmínit pouze fakt, že změna slov při odvozování probíhá většinou přidáním předpony – prefixu, nebo přípony – sufixu.

Jak už jsem naznačila výše, chtěla bych se zaměřit především na předpony a přípony přejaté z cizích jazyků. „U odvozování slov mluvíme o tzv. předponách pravých – tj. ty, které nejsou předložkami, a předponách předložkových.“⁵

⁴ Dokulil, M. a kolektiv: *Mluvnice češtiny (1)*. Academia Praha, 1986, str. 198

⁵ Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 144-145.

► PŘEDPONY

Předpony pravé

Pokud se zaměříme na předpony pravé, najdeme zde hned několik cizích předpon. „Často bývají přejaty celé předponové odvozeniny, v českém kontextu jsou však u nich předpony vydělitelné“⁶. Jsme schopni je rozdělit do několika skupin a to s významem označujícím:⁷

- DŮRAZ

arci – tato předpona se spojuje pouze a výlučně s podstatnými jmény a označuje něco vyššího, předního či vynikajícího, v názvech věcí se ale vyskytuje velmi zřídka, např. *arcidílo*. V dnešní době ale takováto spojení nevidáme a v paměti nám spíše utkví tato předložka ve spojení s církevními a šlechtickými tituly; *arcibiskup*, *arcivévoda* apod.

ultra – předpona se nejčastěji spojuje s podstatnými a přídavnými jmény. V názvech směrů a jejich stoupenců vyjadřuje přehánění (*ultralevičák*). Pouze pojmový význam má pak v termínech např. *ultrazvuk*, *ultrazářen*.

super – většinou označuje zesílení kvality, např. *superkritika*.

- NEPRAVOST

pseudo – předpona pseudo má význam něčeho nepravého, napodobeného, v silnějším kontextu dokonce lživého. Jako příklady lze uvést slova jako *pseudobásník*, *pseudovědec*, *pseudověda*.

Předpony předložkové

Také u předpon předložkových najdeme zástupce předpon přejatých z cizích jazyků vyjadřující:

- **PODRŘÍZENOST**: **sub** – předpona, jež významově odpovídá slovům pod, dole či nižší. V dnešní době hojně užívaná předpona. (*subdodavatel*, *subskupina*)

⁶ Dokulil, M. a kolektiv: *Mluvnice češtiny (1)*. Academia Praha, 1986, str. 314

⁷ Předpony společně s významy přejaty z: Dokulil, M. a kolektiv: *Mluvnice češtiny (1)*. Academia Praha, 1986, str. 314-315.

⁷ Předpony společně s významy přejaty z: Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 146-147.

- POSTAVENÍ ZA: **meta** – tato předpona v sobě nese význam značící něco za, nějaký přesah původního výrazu. (metafyzika, metajazyk)
- VÝZNAM „BÝVALÝ“: **ex** – v současnosti velmi produktivní přípona, která se objevuje i ve slovníku každého z nás. Lze ji interpretovat dvěma významy. Pokud se objevuje u sloves, nese význam *ven, ze nebo vzhůru*, v případě druhém, kdy se sloučí se jménem, vysvětlujeme ji jako něco *bývalého, dávno neexistujícího* (ex-přítel, excísař).
- ZÁSTUPCE OSOB: **pro** – často používaná předpona, která označuje *zástupce osob*. Nejvíce se s ní setkáváme např. ve spojení s osobami pracujícími ve vysokoškolské sféře – proděkan, prorektor apod.
- POSTAVENÍ VESPOD: **infra** – tato předposlední předpona zastupuje význam *pod, nízko či dole* a setkáváme se s ní nejčastěji ve spojení s podstatnými nebo přídavnými jmény – infrazáření, infrazvuk.
- OPAČNÁ VĚC, TO, CO JE PROTI: **anti** – antimilitarista
kontra – kontrarozvědka, kontrabas

► **PŘÍPONY**

Co se týče druhé skupiny, tedy přípon, jsou skupiny přípon přejaté z cizích jazyků velmi početné – tedy alespoň v porovnání s předchozí skupinou předpon. Ve skupině předpon přejatých z cizích jazyků bývají tyto předpony většinou přejaty i se slovesy a dalšími odvozeninami. Ve většině případů se jedná o slovesa s koncovkou *-ovat*. Nejčastěji přejímanými a stále produktivními příponami jsou tyto:⁸

Z LATINY:

- -ant – demonstrant, jubilant
- -ent – student, asistent
- -or – revizor, redaktor – další možná varianta – átor – propagátor
- -ista – komponista

Z FRANCOUZŠTINY:

- -ér - režisér, komandér

Z ANGLIČTINY:

- -er – boxer

⁸ Přípony přejaty z: Dokulil, M. a kolektiv: Mluvnice češtiny (1). Academia Praha, 1986, str. 244,256,260,265,295,300.

Tabulka č.1 Tabulka produktivity přípon

		velmi produktivní	středně a málo prod.	neprodukt.
mužský rod	(domáci)	-č, -nik	-ák, -áček, -l	-(e)c, -ik
	(cizí)	-or	-ěr	
ženský rod		-čk(a), -k(a)	-nic(e)	
střední rod		-dl(o), -tk(o)	-iv(o)	-lo, -iště

9

„Jak je zřejmé i z přiložené tabulky, mezi nejproduktivnější patří předpona přejatá z latiny; **-or**. Mnohem častější jsou ale varianty **-tor** a **-átor** u názvů vztahujícím se určitým způsobem k ženskému rodu končící na **-ce**. Jako příklady lze uvést: projekce-projektor; inkubace-inkubátor.

Předpona **-er** z jazyka anglického a názvy z ní složené často označují osoby, činitele děje.

Výraznou skupinu také představují názvy zakončené na **-át**. Jak se dá předpokládat, přípona je také z latiny, avšak tentokrát odvozena od latinského *-átum*. V dnešní češtině se tento typ osamostatnil a nahlíží se na něj spíše jako na skupinu slov mezinárodního charakteru.(např. exponát).

Další velmi produktivní příponou je **-ik**, která se nachází jak v řečtině, tak latině. Množství slov s touto příponou v současném českém jazyce neustále stoupá. Názvy se přejímají již „hotové“, ale do systému jsou zařazeny jako odvozená, proto se v češtině mohou i tvořit. Základním kamenem jsou podstatná jména ženského rodu: metoda/metodik; balada/baladik. Tento typ koncovky zahrnuje výhradně pojmenování a označení osob, povětšinou zástupce specializovaných oborů jako je historik, medik, psychoanalytik apod.

Velmi početné číslo zaujímají názvy s příponou **-ist(a)**, který je zmíněna výše. Zpravidla označují zastánce či příslušníky různých směrů pojmenovaných podstatným jménem končící na **-ismus**. Ale i názvy s příponou **-it(a)** jsou velmi hojně užívané. (banalita, specialita, produktivita) Zajímavé je, že některé tyto přejaté přípony mají v české jazyce protějšky s „domácí“ příponou. Posudme sami – specialita/speciálnost, produktivita, produktivnost.

⁹ Tabulka produktivity přípon : Dokulil, M. a kolektiv: Mluvnice češtiny (1). Academia Praha, 1986, str. 247

Ve slovech se uplatňují ale i další přípony. Z angličtiny je to např. **-ink/ing**, zejména u označení sportovních činností - *trénink, kempink/camping*.¹⁰

V dnešní češtině se nepřejímají pouze koncovky, ale mnohdy adaptujeme celá slova bez ohledu na český pravopis.

Adaptace cizích přídavných jmen

U tohoto tématu bych se ráda zastavila pouze krátce. Je zajímavé, že přijímáme cizí přídavná jména a počešťujeme je domácími příponami, aniž bychom si to hlouběji uvědomovali.

„Jednou z takovýchto předpon je předpona **-ní**, např. u adjektiv *apartní, korektní* atp. Nežřídka se také před touto zdomácnělou příponou vyskytuje přípona cizí. Nejznámějšími případy, kdy se v počeštěných adjektivech objevují morfémy charakteristické pro cizí adjektiva, jsou kupříkladu **-ál-** (**-uál-**, **-iál-**) ve slovech *centrální, oficiální, speciální, -ant-*, *elegantní, riskantní*, či do třetice **-ív-/iv-** ve slovech *aktivní, pozitivní*.

Další velmi známou adaptační příponou je **-(i)ck(ý)**, kterou počešťujeme vesměs jen určitá přídavná jména a to ty, která mají v řečtině příponu **-ikos**, v latině **-icus**, v angličtině **-ic(al)** či v němčině **-isch**. Porovnejme např. *autentický/autentic/autentisch, typický/typical/typisch*.¹¹

2.1.2. Skládání

Dle Dokulila, „*skládání patří k základním způsobům tvoření slov, kdy se většinou ze dvou až tří slovotvorných základů vytváří nová pojmenování*.“¹² Charakteristický je spíše pro odborné texty; vědecké, populárně naučné a také pro básnický styl, v němž jsou ale složená slova řídce užívaná. Do této kapitoly by se daly řadit kalky. Význam a vliv kalkování na mateřský jazyk ale představím v následující části kapitoly.

¹⁰ Dokulil, M. a kolektiv: Mluvnice češtiny (1). Academia Praha, 1986, str. 295, 356, 360, 365

¹¹ Dokulil, M. a kolektiv: Mluvnice češtiny (1). Academia Praha, 1986, str. 385-386

¹² Dokulil, M. a kolektiv: Mluvnice češtiny (1). Academia Praha, 1986, str. 451

2.1.3. Tvoření zkratk a zkratkových slov

„Zkratky a zkratková slova, ve kterých se slova redukují na písmena nebo slabiky (tzv. krácení mechanické), jsou především prostředkem jazykové úspornosti. Vždy platí, že zkratka a plná podoba výrazu mají stejný význam. Zkratky jsou přítomné ve všech kulturních jazycích a proto ani u nich se nevyhneme přejímání, zkratky jako UNESCO, USA, NATO, sci-fi, někdy ale zkratky překládáme (OSN). „¹³ Zkratky převzaté z cizích jazyků je vhodné až na některé výjimky (např. BBC – [bí-bí-sí]) hláskovat česky, tedy USA – [u-es-a, nikoli jú-es-ej ani usa].

2.1.4. Přejímání slov z cizích jazyků

Položme si otázku, proč jsou vlastně cizí slova přijímána? Odpovědi se zdají být jednoduché. Společnost se dynamicky rozvíjí a vzniká tedy potřeba pojmenovat nové jevy. Přijímání tzv. *mezinárodních slov* umožňuje lepší komunikaci a porozumění mezi jednotlivými státy.

Jazyk je tvořen nejenom ze slov nových z vlastních „domácích“ zdrojů, ale také přejímá slova z jiných jazyků. Přejímání se řadí na nejvyšší příčky v obohacování slovní zásoby a jako tento zdroj existuje již od dob nejstarších. „Od latiny, kdy přicházela do češtiny také slova z řečtiny, je druhým významným zdrojem jazyk našeho souseda a to němčina. Z latiny se přejímala hlavně slova z *oblasti školství a vzdělání a z oblasti náboženské*: škola, tabule, apoštol, fara, biskup, mše atp. Z německého jazyka se přebírala slova, která souvisela s *feudálním řádem*: rytíř, hrabě, šlechta či oř.

Větší množství cizích slov zaznamenala čeština v období humanismu, kdy se opět objevila slova latinská, a to nejčastěji *odborné lékařské názvy*: puls, pilule. Ale příliv slov byl zaznamenán také z románských jazyků, španělštiny a francouzštiny a to především *vojenské termíny*: generál, armáda, soldát atd. Němčina naopak poskytla *řemeslnické názvy*: handlovat, hoblík.

¹³ Hauser, P.: Nauka o slovní zásobě. SPN v Praze, 1980, str. 156

Velmi významné obohacení slovní zásoby přišlo v období Národního obrození. Přejímání bylo úmyslem a mělo pomoci vybudovat české odborné názvosloví humanitních a přírodovědných oborů a mělo také přispět k vytvoření novočeského básnického jazyka.

V období po druhé světové válce se přestala přejímat slova z němčiny, dále při „budování socialismu“ se do slovní zásoby přejímala slova z ruštiny.“¹⁴

V dnešní době tvoří velkou část přejatých slov slova mezinárodní, která jsou rozšířená v řadě evropských zemí, ale nejenom v nich. Můžeme si uvést příklady jako telefon, televize, mobilní telefon. V určitých odvětvích lze pozorovat jev, kdy se z daného jazyka objevuje slov více, např. *ve sportovní oblasti* jsou to převážně slova anglická: tenis, sport, trénink, gól, *filmové a televizní odvětví*: happy end, dabovat, silněji dnes v *populární hudbě*: hit, a v *oblasti výpočetní techniky*, ať v pracovní nebo slangové podobě, v *kulturní oblasti* jsou to naopak slova francouzská: fejeton, žánr, esej.

„Určitá slova se přizpůsobila češtině takovým způsobem, že si jejich cizí původ zpravidla ani neuvědomujeme. Označují se proto jako slova zdomácnělá (klobouk z tureckého kalpak, košile z latinského casula, plech z německého blech a jiné).

Za některá přejatá slova, zejména tzv. slova mezinárodní, neexistují v češtině domácí náhrady (prezident, motor, kino, molekula, technika). V minulosti byly snahy o vytváření českých názvů častější. Některé z nich mezinárodní název zcela zatlačil (dálnice - autostráda, letadlo - aeroplán), jiné žijí jako pojmenování synonymní (rozhlas - rádio, historie - dějepis), některé se neujaly vůbec.“¹⁵

Lingvistí, ale nejenom oni, přejímání a adaptaci cizích výrazů kritizují z důvodu ztráty jedinečného českého jazyka či národní identity. Proto bych zde ráda uveřejnila názor pana Lubomíra Ptáčka, který píše články pro internetový server Britské listy.

„Řekl bych, že schopnost jazyka přejímat cizí slova svědčí naopak o jeho vyspělosti. Případný český ekvivalent obvykle nebývá ekvivalentem stoprocentním. Téměř vždy lze nalézt určitý významový posun, zvláště, když se ono cizí slovo v češtině nějaký čas zabydlí. Jazyk se přejímáním cizích slov obohacuje přinejmenším o synonyma, častěji však o slova významově podobná.

To, že v češtině takové slovo dříve nebylo, neznamená, že se čeština hodí leda do kuchyně.

¹⁴ Hauser, P.: Nauka o slovní zásobě. SPN v Praze, 1980, str. 165-166

¹⁵ Hauser, P.: Nauka o slovní zásobě. SPN v Praze, 1980, str. 166

*Je dobré v takové ponižující chvíli si uvědomit, že angličtina má nejméně třetinu slovní zásoby románského původu a maďarština stejný díl původu slovanského. Nezbyvá než zopakovat pravdu starých lingvistů, že "bujný oř je mluva naše."*¹⁶

1. Kalkování

Cizí slova jsou zdrojem obohacování slovní zásoby tím, že se překládají doslova - kalkují. Tato slova jsou často kritizována, neboť jsou vnímána jako slova poměrně nezvyklá. Laicky se dá říci, že se cizí slova napodobují a slovo od slova překládají. Pokud vezmeme v potaz snad nejfrekventovanější příklad slova a to mrakodrap, v angličtině zní „sky-scrapec (sky-nebe, scrapec-škrábač a scrape-škrábat“¹⁷). „Kalkování se objevuje také již v raném období a opět je hlavním jazykem latina, řečtina (*zeměpis/geographia, životopis/biographia*) a dále němčina (*samozřejmý/selbstverständlich, strojvedoucí/Maschinenführer*).“¹⁸

2. Dvojitý přejetí

Tento případ obohacování slovní zásoby je poměrně řídké užíván. Zjednodušeně řečeno – za jedno slovo cizí, které čeština přijme, má pak dvě slova s rozdílným významem a formou. „Kupříkladu latinské slovo *camera* bylo nejdříve přejato jako *komora* a pak znovu v podobě *kamera*.“¹⁹

3. Česká slova v cizích jazycích

Jak je vidět i z výše popsaných odstavců, čeština přejala a stále přebírá neuvěřitelné množství cizích slov. Na druhé straně českých slov se přejalo do cizích jazyků opravdu pomálu. „Nejvíce slov bylo přejato do německého jazyka: např. *smetana, skopec* či *pečet*.“

¹⁶ Ptáček, L.: *Ještě něco k té češtině*. Britské listy, 13.březen 2000, online <http://www.blisty.cz/files/isarc/0003/200003131.html>

¹⁷ Rejzek, J.: *Český etymologický slovník*. Leda, Voznice 2004, str. 393

¹⁸ Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 167

¹⁹ Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 167

Co je i pro mě osobně zajímavé, je skutečnost, že označení cizí měny dolar bylo přejato z českého slova tolar, které je úpravou původního německého názvu Joachimstaler, jak byly nazvány peníze ražené v Jáchymově.“²⁰ V neposlední řadě a zřejmě také nejznámějším slovem je neologismus Karla Čapka, ROBOT, který se stal mezinárodním slovem.

4. Anglicismy

Angličtina zažívá již několik desítek let obrovský vzestup. Jakožto mezinárodní jazyk je velmi důležitý při komunikaci mezi státy, obchodování se zahraničními firmami, ale i zaměstnavatelé stále častěji vyžadují znalost anglického jazyka. „*Anglické výrazy byly zaznamenány již začátkem minulého století, kdy se do slovní zásoby dostala především slovíčka z oblasti sportu (football, hockey, volleyball) a hudby (jazz, blues). Jiná anglická slova byla v této době opravdu vzácnosti. Velký přelom ale nadešel po listopadu roku 1989, kdy si lidé začali uvědomovat prestiž tohoto jazyka i v našem prostředí a jak důležitý pro komunikaci v mezinárodním měřítku vlastně je.*“²¹

Neuvěřitelné množství slov, které k nám z anglického jazyka proudí, sebou nese ale také určité problémy. Přejaté výrazy se totiž úplně neztotožňují s českou gramatikou. „Na jedné straně můžeme mluvit o skloňování anglických výrazů, na druhé pak o převzetí anglické gramatiky do českého sousloví, kde je ale užití jednoznačně nesprávné. V prvním případě u slova neproběhl stupeň přejímání a tak si takovéto slovo ponechá původní pravidla i výslovnost.

Je ale faktem, že v mnohých případech stupeň přejímání proběhl a např. určení rodu je tak tvrdým oříškem. Kupříkladu u počestlého slova *esej* je určován rod mužský (vydal známý esej) i ženský (napsal samostatnou esej).“²²

Anglická gramatika v češtině

Čeština kromě jednotlivých anglických výrazů přejímá také anglickou gramatiku. Přejímání cizích slovních konstrukcí, slovosledu a „zapomínání“ dané slovo skloňovat, je záležitostí, která se stala terčem kritiky nemalého počtu jazykovědců.

²⁰ Hauser, P.: Nauka o slovní zásobě. SPN v Praze, 1980, str. 167

²¹ Schmidtová, V.: *Anglicismy*. Rádio Praha, Český Rozhlas, 10. srpna 2002, <http://www.radio.cz/cz/clanek/31147>

²² Truksová, D.: *Anglicismy v češtině*. On-line magazín Jazyky.Studium.Práce, 9. července 2009, <http://www.jazyky.com/content/view/632/47/>

Bohatým zdrojem těchto „nešvarů“ jsou reklamy. K problematice skloňování můžeme uvést příklady jako „v KIK, v Ikea“ (namísto v KIKu, v Ikee). Zářným příkladem přejímání slovních konstrukcí jsou jména obrovských halových prostor pro desetitisíce lidí, tzv. arén. *O2 aréna (Sazka aréna), Tipsport aréna*, ale i obchodních domů - *Olomouc City*, ale i výrazy z televizních reklam, „*Hamé hlídky*“ (*hlídky Hamé*), a mnohé další lidé používají bez zaváhání.

Dalším problémem je snaha využít anglickou schopnost „zhustit“ do věty vedlejší co nejvíce podstatných jmen. K tomu však čeština není naprosto přizpůsobena. Porovnejme dvě věty a zamysleme se, která zní lépe a logičtěji - „*Možnost pojistit si schopnost splácet půjčku.*“ A na druhé straně „*Možnost pojištění schopnosti splácení půjčky.*“

Na co nás upozorňovali i v překladatelských seminářích, je nadměrné užívání trpného rodu. Zaprvé je nadbytečný počet pasiv v textu rušivým elementem, za druhé trpný rod působí neosobně a neodkazuje přímo na určitou osobu.

Existuje však mnoho výrazů, které češtině pomáhají překonat nedostatek domácích výrazů, např. v technických oblastech. Jsou tematické oblasti, kam anglicismy pronikají velmi hojně, a to je především *obchod a ekonomika*, výrazně jsou zastoupeny také v oblasti *techniky a průmyslu*, což se pokusím dokázat právě díky ekonomickým magazínům a časopisům.

Zde uvádím přehled přejatých anglicismů vyskytujících se v oblastech, které budu zkoumat. Jsem si jista, že v mnoha termínech se budou nalezené výrazy shodovat s uvedenými výrazy. Výrazy níže slouží jako příklad, nejsou plným výčtem.²³

Oblast ekonomická:

- broker, byznys/byznsy, dealer, dumping, job/džob, holding, konkurz, know-how, monitorovat, tendr, boom, medvědí trh (bear market), marketing, teamwork, workshop, management, trust, lobby, koncern/koncern, rating

Oblast bankovníctví:

- cheque/check/šek, credit card, cash, homebanking, telebanking, spořicí účet (saving account), PIN/pinkarta, revolvingový vklad, leasing, sales manager

²³ Viereck, W. a kolektiv: *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. Deutscher Taschenbuch Verlag, Mnichov 2002, ISBN 80-7106-569-2, str. 274

3. Praktická část – práce s magazíny, časopisy a novinami

Nejprve představím pár základních kritérií, dle kterých budu členit nalezené ekonomické termíny.

První skupinou je členění podle odbornosti využitých materiálů, zaměřím se tedy na **noviny, či speciální přílohy, které vycházejí k novinám a jsou určeny pro širokou veřejnost** a tudíž předpokládám menší počet netradičních anglických ekonomických výrazů a dále pak na **časopisy odborné**, kde by měla být, podle mých osobních očekávání, větší šance nalézt odbornější výrazy.

Druhým kritériem, které mě bude zajímat je, jaké **slovní druhy se vyskytují v nalezených výrazech** nejčastěji. Dle mých prvotních očekávání předpokládám vyšší počet podstatných jmen, dále by mohly následovat přídavná jména a na pomyslnou třetí příčku bych přiřadila slovesa.

Zatřetí se budu zabývat tím, v jaké míře jsou **přejaté termíny počestěny** – zdali se vůbec počestují, zaměřím se na český přepis, ekvivalenty, předpony, přípony, koncovky.

V neposlední řadě budu nalezené **ekonomické výrazy konzultovat s odbornými slovníky** anglicko-českých a česko-anglických ekonomických výrazů.

3.1. **Ekonomické výrazy v novinách a přílohách určených pro širokou veřejnost**

Mé zkoumání probíhalo celkem v 15-ti novinách od třech různých vydavatelů (*úplný seznam k dispozici na str. 51-52*). a přílohách o průměrném počtu 25 stran na jedny noviny/ přílohu.. Všechny pochází z minulého roku, jsou tedy vydány v roce 2009, v rozmezí od dubna 2009 do listopadu téhož roku. Předem upozorňuji, že hledání probíhalo pouze v sekcích zaměřených na ekonomii (články, rozhovory s finančními poradci, předními ekonomy, apod.), nejsou zahrnuty např. reklamy, inzeráty, nabídka zaměstnání či jiné sekce novin – kultura, sport atd. Pro představu uvádím charakteristiku těchto materiálů tak, jak je vidí a prezentují sami vydavatelé.

E15 – Mladá Fronta

E15 – celým oficiálním názvem „15 minut pro ekonomiku & byznys“, vychází od roku 2007 každý všední den a to ve volné distribuci na propagačních stojanech v Praze, Brně a Ostravě. Mladá Fronta charakterizuje tento ekonomický deník takto:

“V deníku Mladá fronta E15 naleznete aktuální i komentované zpravodajství z domácího i zahraničního byznysu a finanční sféry. Našimi klíčovými tématy jsou ekonomika, obchod, vývoj akciových a devizových trhů, politicko-ekonomické souvislosti, historie a trendy vývoje mnoha ekonomických ukazatelů.”²⁴

Podniky a trhy – Hospodářské noviny

„Prestížní deník s důrazem na ekonomiku“²⁵, tak se charakterizují Hospodářské noviny, pod kterými tato část deníku vychází. Část Podniky a trhy je věnována ekonomickému sektoru, součástí jsou rozhovory se znalci financí, bankovníctví apod. Mimo ekonomie jsou poslední čtyři stránky věnovány kultuře a sportu.

Studentský list

„Studentský list (SL) je nezávislý měsíčník studentů Vysoké školy ekonomické v Praze. Vydává ho občanské sdružení Studentský list, jehož členové jsou redaktory Studentského listu a studenty Vysoké školy ekonomické. Studentský list založili v roce 1999 studenti vedlejší specializace Ekonomická žurnalistika.”²⁶ Velmi povedený a čtivý měsíčník obohacený o vtipné ekonomické komiksy.

Celkem v pěti případech – a to v případě E15, (*seznam k dispozici na str.52*) jsem nenašla ani jeden ekonomický termín, jak přejatý, tak kupříkladu počestělý. Na vyhledání mi tedy zbylo deset novin a příloh. Pokud spočítám všechny nalezené výrazy, konečný počet se zastaví na čísle 41. V praxi to znamená v průměru 4,1 ekonomického výrazu na jedny noviny/ přílohu.

²⁴ Mladá Fronta. [online]. 2007 [cit. 2010-04-11]. Produkty Mladé Fronty. Dostupné z WWW: <<http://www.mf.cz/produkty/>>.

²⁵ Hospodářské noviny [online]. 2009 [cit. 2010-04-11]. Podniky a trhy. Dostupné z WWW: <<http://hn.ihned.cz/podniky-a-trhy/>>.

²⁶ HAVLÍČKOVÁ, Lenka, et al. Studentský list [online]. 1999 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.ilist.cz/>>.

V tabulce č. 2 uvádím výrazy, které se objevily dvakrát a více a to sestupně od výrazu s nejvyšším zastoupením. Ve vedlejším grafu č.1 je možné si prohlédnout grafické znázornění a celkové počty nalezených termínů.

TABULKA č.2 – Pořadí nejčastějších výrazů

MANAŽER/ MANAŽERKA/ MANAŽEŘI
BYZNYS
MANAGEMENT
BYZNYSMEN/ BYZNYSMENI
LEASING
LEASINGOVÉ SPOLEČNOSTI
EXPORT
CASH FLOW
DEVELOPER/ DEVELOPEŘI

GRAF č.1



V tabulce č. 3 jsou uvedeny ostatní výrazy, jejichž výskyt byl ojedinělý, neobjevily se tedy více než jednou. Zároveň jsem vybrala výrazy, které jsou zajímavé např. složením anglické a české části nebo výrazy, které nemusí být známé široké veřejnosti, a přidala k nim krátký komentář.

TABULKA č.3 – Výrazy, které se objevily pouze jednou

ASSESSMENT CENTRUM	KOUČINK	ORGANIZACE TEAMBUILDINGOVÝCH AKCÍ
BROKER	LOBBISMUS	OUTSOURCING
BUSINESS	LOBBISTÉ	SELFMADEMAN
COLD CALLING	LOBBY	SENIORNÍ MANAGER
EXPORTÉR	MANAŽERSKÉ SCHOPNOSTI	
FIRMA Z OFFSHORE DESTINACE	MARKETING	
FREE MARKET GUY	MARKETINGOVÁ MANAŽERKA	
IMPORTÉR	OBCHODOVAT NA FOREXU	
KORPORACE	OBLAST PR	

Assesment centrum – originálně se používá a také velmi často přejímá *Assesment center*, zde je pěkný příklad výrazu, který je složen z jednoho anglického a druhého českého slova

Free market guy – zajímavé slovní spojení, kdy o sobě ředitel firmy mluví jako o zastánci volného tržního hospodářství.

Obchodovat na Forexu – Forex je zkratka pro forexový trh neboli nám lépe známý trh měnový, u neodborných časopisů jedno ze slov, které nemusí být známo široké veřejnosti.

Selfmademan – jedno ze slov nalezených v rozhovoru s výkonným ředitelem firmy, který si rád ve firmě zařizuje téměř vše sám a činnosti firmy kontroluje všechny osobně. Původní význam ale zahrnuje člověka, který se sám vypracuje od nuly např. k vysokému postu ve firmě. Zde jde tedy o rozšiřování významu.

Seniorní manager – další velice zajímavé slovní spojení. V anglickém jazyce existuje slovní spojení „senior executive/ manager“, které představuje vysoce postaveného úředníka. V tomto případě se jedná o „otrocký převod“ z anglického originálu s tím rozdílem, že je ponechán výraz „senior“, ze kterého je utvořeno počeštěné přídavné jméno, tím pádem výraz ztrácí svůj původní smysl a mohl by působit poněkud zmatečně. Ovšem na druhé straně výraz „manager“ je ponechám v původním znění, není počeštěn (manažer).

Cold calling – téměř neznámý výraz, který se v dnešní době používá pro nevyžádané telefonické hovory, při kterých volající nabízí nějaký produkt či službu.

Outsourcing - používání externích služeb, např. využívání externích pracovníků z jiné firmy

Ostatní výrazy jsou uvedeny na str. 36-43 po konzultaci s odbornými slovníky.

Závěrem je potřeba říci, že mé očekávání se naplnilo a jak je vidět také z grafu č.1, první místa co do početnosti ekonomických výrazů opravdu obsadila slova obecně používaná a široké veřejnosti známá. Pro mě překvapujícím skutečností je zjištění, že anglický výraz „business“ se vyskytl v novinách pouze jednou a to ve Studentském listu VŠE narozdíl od počeštěného „byznys“.

3.2. Ekonomické výrazy v odborných magazínech a časopisech

Mé zkoumání probíhalo celkem v 10-ti časopisech a průměrném počtu stran 55 na jeden časopis/magazín – viz. *úplný seznam časopisů na str.52*. Časopisy pocházejí z roku 2008 a 2009 – nejstarší číslo z července 2008 a naopak nejnovější z listopadu 2009. Jelikož jsou to odborné magazíny, hledání probíhalo v celém časopise kromě již zmíněných reklam a grafů v cizích jazycích.

Ve všech magazínech či časopisech jsem našla alespoň jeden ekonomický termín. Celkový počet nalezených termínů je 67, což znamená v průměru 6,7 výrazů připadajících na jeden magazín. Opět si dovoluji uvést charakteristiku od vydavatelů magazínů.

Economix

Magazín pro studenty VŠE v Praze. Oproti měsíčníku *Studentský list* je *Economix* více odborný, zabývá se např. bankovníctvím, financemi, investováním apod.

FINMAG

„Vydavatelem magazínu FINMAG je společnost Partners, která se věnuje finančnímu poradenství. Finanční trh stále těží z informační asymetrie - klienti finančních institucí často nemají dostatek informací, podle nichž by mohli posoudit výhodnost či nevýhodnost doporučovaných finančních produktů či správnost doporučení finančních poradců. Proto vznikl finanční magazín FINMAG a paralelně s ním i web Finmag.cz.“²⁷

PLUS

Magazín česko-německé obchodní komory, v němž poskytuje důležité informace o ekonomikách obou zemí a o bilaterálních hospodářských vztazích. V šesti vydáních ročně informuje dvojjazyčně o vybraných ekonomických tématech a branžích obou zemí.

Lobby

„List za liberální bezbariérový byznys. Lobby Česká republika bylo založeno v roce 1999 za účelem vydávání časopisu Lobby, který má za cíl prosazovat zájmy podnikatelů a manažerů a usilovat o zlepšování podnikatelského prostředí.“²⁸

FONDSHOP

„Časopis si klade za hlavní cíl průběžně a nezávisle informovat své čtenáře o situaci a investičních možnostech dostupných na tuzemských i zahraničních trzích. Přináší pravidelné informace o aktuálním dění z oblasti moderního investování pro soukromé i firemní investory. Je unikátním a specializovaným zdrojem informací pro správné rozhodování a výběr investičních produktů a svojí periodicitou umožňuje investorům průběžně sledovat aktuální vývoj jejich majetku.“²⁹

²⁷ Partners. *Finmag* [online]. c2007 [cit. 2010-04-26]. O nás / Finmag. Dostupné z WWW: <<http://www.finmag.cz/o-nas/>>.

²⁸ Lobby Česká republika. *Lobby.cz* [online]. c2008-04-10 [cit. 2010-04-26]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.lobby.cz/o-spolecnosti-8414.html>>.

²⁹ MONECO, s.r.o. *Stránky časopisu FONDSHOP* [online]. c2010 [cit. 2010-04-26]. Profil časopisu. Dostupné z WWW: <<http://www.fondshop.cz/index.asp?page=31>>.

EURO

„Týdeník *EURO* je primárním zdrojem zasvěcených informací ze světa byznysu. Přináší komplexní pohled na rozhodující události a trendy v ekonomice, obchodu, politice a sociálním vývoji.“³⁰

Top finance

Speciál měsíčníku Bankovníctví a týdeníku Ekonom. Nabízí detailní přehled finančního a kapitálového trhu v ČR v určitém roce. (2008)

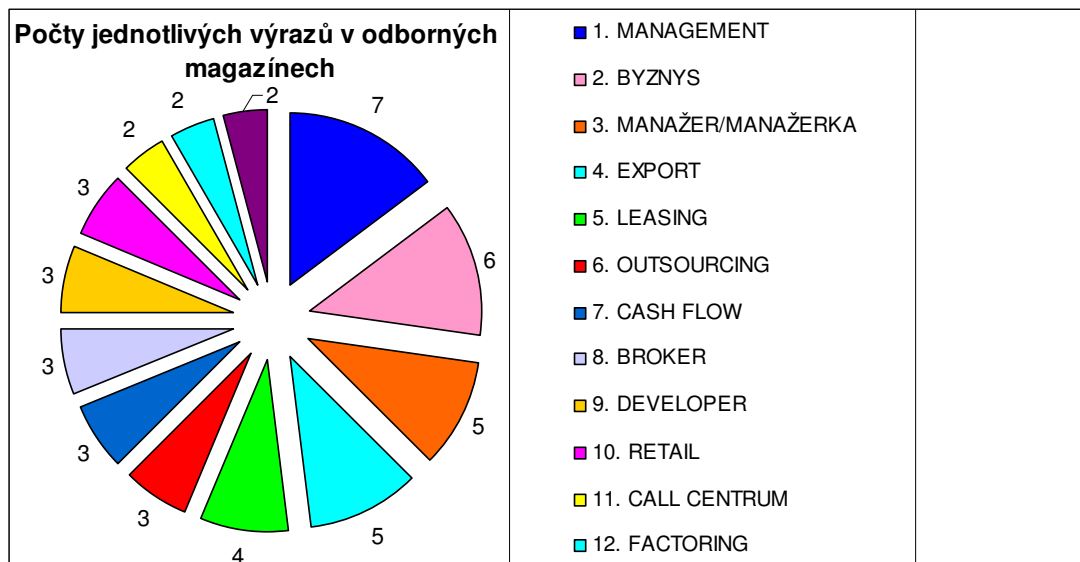
V tabulce č.4 jsou seřazeny výrazy sestupně od nejpočetnějšího k nejméně zastoupenému – aby mohl být výraz zařazen do tabulky, musel se objevit, stejně tak jako v předchozím případě, minimálně dvakrát. Do jednotlivých výrazů jsem započítávala např. i adjektiva či slovesa se stejným základem (leasing / leasingová společnost atd.). V následujícím grafu č. 2 jsou k dispozici pro detailnější přehled číselné hodnoty jednotlivých nalezených termínů.

TABULKA č. 4 Počty ekonomických výrazů seřazených sestupně

1. MANAGEMENT (waste,risk)	8. BROKER (net broker,online broker)
2. BYZNYS	9. DEVELOPER (developerská společnost)
3. MANAŽER (account,senior,asset,manažerka)	10. RETAIL (retailové banky, financování)
4. EXPORT (exportér,exportní politika/agentura)	11. CALL CENTRUM
5. LEASING (leasingová společnost/financování)	12. FACTORING (factoringová společnost)
6. OUTSOURCING (outsourcingování, outsourcingový)	13. CONTROLLING (controllingové akce)
7. CASH FLOW	

³⁰ EURONEWS, a.s. *EURO* [online]. c2010 [cit. 2010-04-26]. Produkty - týdeník EURO. Dostupné z WWW: <<http://www.euro.cz/id/gpu8lf8apw/detail.jsp?id=76558>>.

GRAF č. 2 Počty jednotlivých výrazů v odborných magazínech



V odborných časopisech jsem narazila také na výrazy s cizími předponami, na které jsem upozornila již v teoretické části. Proto jsem se rozhodla zařadit také tabulku s těmito termíny.

TABULKA č. 5 Výrazy s cizími předponami

CO-BRANDOVANÁ KARTA
PRO-EXPORTNÍ POLITIKA
SUBDODÁVKA
REFINANCOVÁNÍ
PROINFLAČNÍ VLIV

Další problémem, který jsem také v teoretické části zmínila, je problém špatného pořádku slov v určitých výrazech – Sazka aréna, Olomouc City (*viz str. 13.*). V tabulce č.6 uvádím termíny, které jsem při hledání zaznamenala.

TABULKA č. 6 Výrazy, kde byl přejat anglický pořádek slov

RWE ENERGIE
ALLIANZ POJIŠŤOVNA
CUBI-Q SYSTÉM
MANAGEMENT TRAINEE PROGRAM
RISK-BASED SYSTÉM
PR-SDĚLENÍ

Jelikož nalezených výrazů v odborných magazínech a časopisech bylo velké množství, vybírám opět pár nejzajímavějších, seřazených abecedně, celkový výčet a vysvětlení pojmů se nachází na str.36-43.

Nevšední termíny nalezené v odborných ekonomických magazínech:

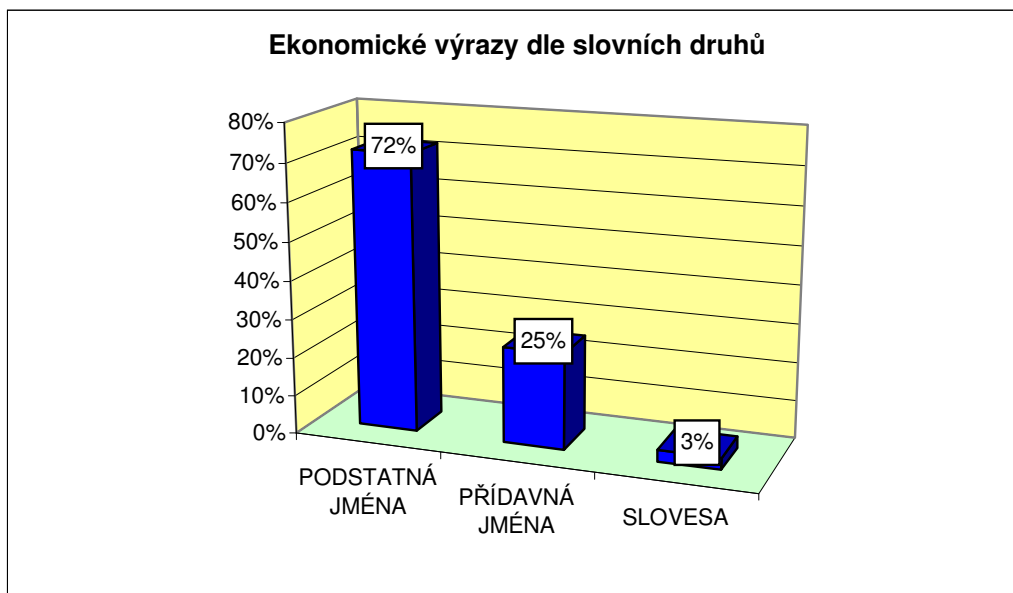
Account manažer, asset manažer, black list, co-brandovaná karta, chief marketing officer, corporate communications manažerka, credit crunch, decoupling, head-hunting, impakt faktor, job hopper, outplacement, outsourcing, stakeholdeři, treasuries.

3.3. Přejaté ekonomické výrazy dle slovních druhů

Jak jsem již naznačila v úvodu praktické části, budu se zabývat také tím, jaké slovní druhy se vyskytují v nalezených výrazech nejčastěji. Zmínila jsem, že očekávám nejvyšší počet podstatných jmen, dále jmen přídavných a nakonec sloves. V následující kapitole se tedy budu snažit zjistit, zdali budou mé předpoklady správné.

Tentokrát průzkum zahrnuje veškeré materiály dohromady – tedy odborné magazíny a časopisy i noviny a přílohy určené pro širokou veřejnost. Celkový počet časopisů, ve kterých jsem průzkum prováděla, je 25 kusů (jak jsem uvedla výše, v 5-ti magazínech jsem nenašla jediný ekonomický výraz – *seznam k dispozici na str.52*). Celkový počet zkoumaných slov je 103. Protože se ale některé výrazy z odborných a neoborných časopisů shodují a byly by tak zařazeny dvakrát, je potřeba tyto výrazy od celkového čísla odečíst a vyjde nám konečný počet 83. V grafu č. 3 můžeme vidět konečný výsledek bádání vyjádřený v procentuálních hodnotách.

GRAF č.3 Ekonomické výrazy dle slovních druhů



3.4. Ekonomické výrazy v původním anglickém znění, s českým ekvivalentem, výrazy obohacené o předpony, přípony, koncovky

V této kapitole se budu věnovat přejatým výrazům použitým v magazínech a novinách v původním anglickém znění, výrazům, u nichž se v českém jazyce používá jak anglický originál, tak český ekvivalent, dále pak zachovaným anglickým výrazům obohaceným o předpony, přípony, koncovky. Na konci kapitoly je umístěn k nahlédnutí graf, ze kterého lze vyčíst, jak je jedna či druhá skupina zastoupena v mém průzkumu. Opět připomínám, že vycházím jak z materiálů odborných, tak těch určených pro širší veřejnost.

3.4.1. Ekonomické výrazy v původním anglickém znění

Ze začátku je třeba upřesnit, že většina výrazů zastupuje ve větě podmět a stojí na začátku věty, není tudíž důvod přidávat koncovky či přípony. Často také stojí výrazy na konci věty, kde v mnoha případech zastupují předmět a skloňování by zde bylo na místě. Menší část výrazů se vyskytuje uprostřed věty, kde by skloňování bylo také vhodné a pro český jazyk typické, přesto jsou ale výrazy ponechány v původním znění.

Možným důvodem, proč toto autoři článků či rozhovorů učinili, je, že občasný střet anglického výrazu a českých koncovek působí velmi nepřírozně. Druhým důvodem – a to se týká především rozhovorů s finančními poradci, manažery, řediteli různorodých společností, ekonomy či bankéři, je doslovný přepis rozhovoru, jelikož právě výše jmenované osoby využívají anglické termíny velmi frekventovaně, setkávají se s nimi obvykle v pracovním prostředí (komunikace se zahraničními klienty, smlouvy apod.) a jejich počesťování by tak na jejich úrovni mohlo působit trochu neprofesionálně.

Z celkového počtu přejetých ekonomických výrazů – 83, se přesně 37 výrazů ponechalo v anglickém originále. V některých případech a to hlavně u popisu pracovního místa či funkce, se chová výraz jako přívlastek. Pro lepší představu uvádím níže několik výrazů zasazených do původních vět přesně tak, jak byly publikovány ve zmíněných magazínech.

(...) „Setkání mělo pevný program, která byl rozhodně velice zajímavý. Například došlo na setkání vrcholných managerů a expertů, vystoupení Boba Robbinse, což je chief executive officer firmy Tesco pro střední a východní Evropu.“ (...) ³¹

(...) „Tři ze studentů se zaměří na market research a nábor studentů na zahraniční praxe na VŠE a UK.“ (...) ³²

(...) „Původní nápad pochází z Velké Británie, kde job centers funguje již řadu let a je zaměřena na komplexní pracovní poradenství jak směrem ke kandidátovi, tak směrem k propagaci firmy.“ (...) ³³

3.4.2. Ekonomické výrazy používané jak v anglickém znění, tak s českým ekvivalentem

Termíny, které mají český ekvivalent, ale paralelně s nimi se využívá také anglický výraz, jsou ve většině případů velmi dobře známy nejen odborníkům, ale také veřejnosti. Proto je možné tyto „dvojice“ zaměnit beze strachu ze záměny významu či strachu z nepochopení významu slova. Níže uvádím tabulku nalezených výrazů a troufám si tvrdit, že jsou to zároveň výrazy nejčastější a běžně užívané v každodenním životě.

³¹ ŠTÍPEK, Vladimír, et al. *Economix*. Praha : Ekonom, 2009. AIESEC, s. str.17.

³² ŠTÍPEK, Vladimír, et al. *Economix*. Praha : Ekonom, 2009. Retail summit, s. str.23

³³ SMĚTÁK, Karel, et al. *Lobby*. Praha : Lobby Česká republika, s.r.o., září 2009. Pracovní trh v novém kabátě, s. str.22. ISSN 1212-4524.

TABULKA č. 7 Originální výrazy a jejich české přepisy

BUSINESS	BYZNYŠ
BUSINESSMAN	BYZNYŠMEN
MANAGER	MANAŽER
EXPORTER	EXPORTÉR
CORPORATION	KORPORACE
OUTSOURCING	OUTSOURCOVÁNÍ

V tabulce vidíme šest dvojic, tedy dvanáct výrazů. Dle mého názoru, prvních pět z nich využíváme v českém jazyce nejhojněji. Výraz OUTSOURCING/OUTSOURCOVÁNÍ není běžný, ale v posledních letech se rychle dostává do povědomí lidí. K výrazu „BUSINESSMAN“ by se mohl přidat i výraz „BUSINESSWOMAN“, ale tento výraz nalezneme v textech opravdu zcela vzácně, častěji se setkáme s výrazem „BYZNYŠMENKA“, který je ale také spíše ojedinělý.

K výrazu „MANAGER“ bych ráda podotkla, že jsem se častokrát v magazínech setkala s různými obměnami tohoto výrazu, lépe řečeno napůl českým a napůl anglickým výrazem. Kupříkladu anglický termín „SENIOR MANAGER“ jsem našla jednou jako „SENIORNÍ MANAGER“, podruhé jako „SENIOR MANAŽER“. Osobně jsem toho názoru, že pokud chceme přejímat, tak buď celý výraz anebo najdeme-li v mateřském jazyce významově odpovídající slovo, kterému daný termín plně odpovídá, pak ho nahradit právě tímto ekvivalentem.

Poslední výrazem, ke kterému mám malý komentář, je „EXPORTER vs. EXPORTÉR“. Člověk si může klást otázku, proč do této skupiny nezařadit dvojici „IMPORTER vs. IMPORTÉR“. Dle mého názoru je výraz EXPORTÉR, česky také VÝVOZCE, daleko více užívaný, pro výraz IMPORTER používáme v českém jazyce spíše DOVOZCE nežli IMPORTÉR.

3.4.3. Ekonomické výrazy obohacené o předpony, přípony a koncovky

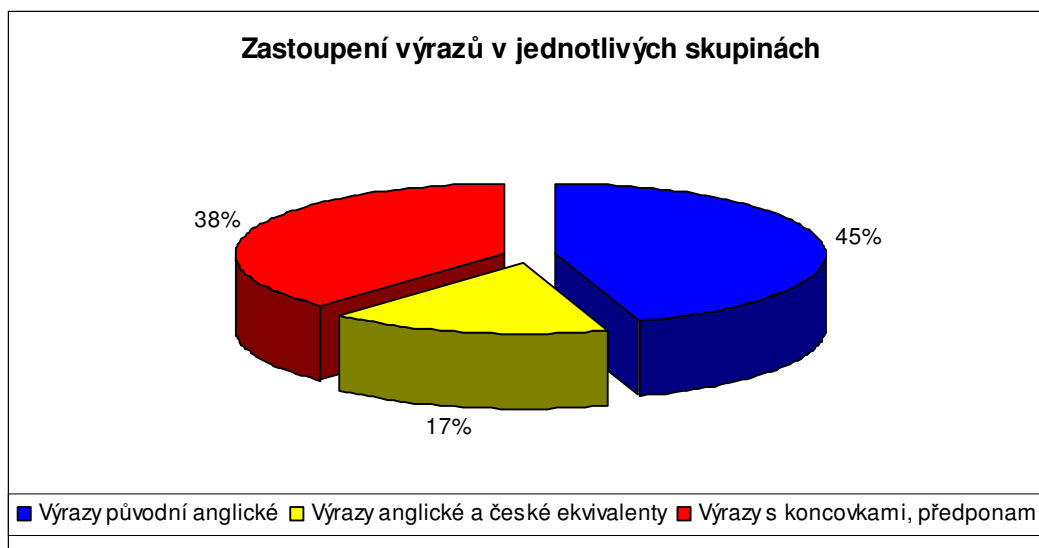
Ekonomické termíny s předponami, příponami a koncovkami byly v textech velmi časté i když je s podivem, že původních anglických výrazů bylo přece jen o něco více – zřejmě za toto může velké množství termínů nalezených v odborných magazínech.

Ve článcích jsem zaznamenala zhruba pět typů koncovek a přípon, které se vyskytovaly nejčastěji. Přípony *-ový, -ová, -ové*, dále pak *-ský, -ská, -ské*, a *-ní* indikují přídavná jména (developerská společnost, factoringová společnost), koncovka *-i* indikuje množné číslo mužské životné (developeři, businessmani), přípona *-ka* signalizuje ženský rod. V tabulce č. 8 můžeme vidět nejvíce využívané koncovky seřazené sestupně od nejvíce zastoupených po ty nejméně zastoupené.

TABULKA Č. 8 Nejvíce zastoupené přípony a koncovky

- OVÝ/ - OVÁ/ - OVÉ	16
- I	7
- NÍ	5
- KA	2
- SKÝ/ - SKÁ/ - SKÉ	2

GRAF č. 4. Zastoupení výrazů v jednotlivých skupinách



3.4.4. Anglické ekonomické výrazy v Českém národním korpusu

Dalším mým krokem ve zkoumání ekonomických výrazů je hledání v Českém národním korpusu (ČNK) jakožto souborech textů z různých zdrojů, které jsou rozděleny nejenom podle zaměření, ale také podle jednotlivých roků vydání materiálů a jejich žánrové vyváženosti.

Cože je tedy ve zkratce korpus? „*Korpus je soubor počítačově uložených textů (v případě mluveného jazyka - přepisů záznamu mluvy), který primárně slouží k jazykovému výzkumu. K práci s korpusy slouží speciální vyhledávací program. S jeho pomocí je možné vyhledávat slova a slovní spojení v kontextu a zjistit jejich frekvenci v korpusu i původní textový zdroj. Umožňuje i další zpracování nalezeného (např. abecední třídění apod.). U některých korpusů lze vyhledávat i podle slovních druhů.*“³⁴

„Český národní korpus (ČNK) je akademický projekt zaměřený na budování rozsáhlého počítačového korpusu především psané češtiny. Pracuje na něm **Ústav Českého národního korpusu** na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK).

Od svého založení roku 1994 má ÚČNK na starosti budování ČNK, jeho rozvoj a rovněž činnosti související, zvláště v oblasti výuky a pěstování oboru korpusová lingvistika.“³⁵

Jak jsem již zmínila, ČNK je rozdělený do několika částí dle let a žánrů. Mým cílem je vybrat si několik typů korpusů a vyhledat v nich některá ze slov, které jsem zmínila v tabulce č.2 a v tabulce č.4 v předchozích kapitolách – tedy ze slov, jejichž počet výskytů byl v magazínech a časopisech nejvyšší.

První srovnání proběhlo mezi dvěma korpusy, které se liší časovou přímkou.

„*První korpus, nazvaný SYN2000, obsahuje 100 milionů textových slov. Veřejnosti byl představen v říjnu roku 2000. Tento korpus je vytvořený z celých textů, které do něj byly zařazeny na základě výzkumů recepce psaného jazyka tak, aby pokrývaly co nejširší žánrové rozvrstvení češtiny. Najdeme zde tedy převážně texty, které vznikly v letech 1990 až 1999.*

³⁴ Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). Český národní korpus [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. Co je korpus?. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/>>.

³⁵ Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). Český národní korpus [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. Co je korpus?. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/>>.

Do korpusu jsou ovšem zařazena i významná díla české literatury, která vznikla před rokem 1990 (například Krakatit K. Čapka, nebo Zbabělci J. Škvoreckého). Pro tyto starší texty platí zásada, že autor textu musí být narozený po roce 1880.³⁶

„Druhým korpusem je SYN2005 - synchronní reprezentativní korpus současné psané češtiny, obsahující 100 milionů textových slov. Tuto základní charakteristiku má tedy shodnou se svým předchůdcem SYN2000. Kromě těchto shodných rysů však mezi oběma korpusy najdeme také velké množství rozdílů, které je nutné brát v úvahu mimo jiné také při srovnávání jakýchkoli údajů mezi oběma korpusy.“³⁷

Výsledky mého zkoumání předkládám v tabulce uvedené níže. Pro hledání jsem zvolila celkem 10 výrazů, které se objevily v předchozích tabulkách (kromě výrazu *marketing*, který jsem ale zvolila, jelikož se hojně využívá, ačkoliv není v tabulkách zaznamenán). Stejný počet textových slov, tedy 100 milionů, by měl vést k důvěryhodnému výsledku. Jak už bylo řečeno, novější korpus je několika maličkostmi odlišný od svého předchůdce.

TABULKA č. 9 Porovnání korpusů SYN2000 a SYN2005

	1990-1999 počet tokenů	2000-2004 počet tokenů
EXPORT	1834	734
MANAGEMENT	1711	1718
BYZNYS	522	577
MARKETING	564	738
LEASING	427	603
BUSINESS	253	316
CASH FLOW	56	86
BYZNYSMEN	44	52
CALL CENTRUM	0	28
BUSINESSMAN	7	2

³⁶ Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). *Český národní korpus* [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. SYN2000. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/syn2000.php>>.

³⁷ Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). *Český národní korpus* [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. SYN2005. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/syn2005.php>>.

Jak je vidět z tabulky č. 9, většina výrazů v pravém sloupci se oproti sloupci levému – tedy reprezentující léta 1990-1999, o pár čísel navýšil. Žlutě vyznačená čísla u výrazů EXPORT a BUSINESSMAN značí naopak snížení. U většiny výrazů se jedná o navýšení čísla o pár desítek, maximálně však o necelých 200 nálezu. Z tabulky by se tedy dalo odvodit, že s přibývajícimi léty přibývaly pomalu ale jistě i přeжатé ekonomické výrazy. Jak jsem ale již zmínila, v korpusu SYN2005, tedy korpusu, reprezentující léta 2000-2004, je oproti jeho předchůdci pár rozdílů. Ten nejmarkantnější, který je podstatný i pro mou práci, je skladba využitých textů.

SYN2000	SYN2005
40 %	15 % beletrie
27 %	25 % odborná literatura
33 %	60 % publicistika

Zatímco rozdělení odborné literatury podle jejího tematického zaměření se změnilo jen málo, složení publicistiky se změnilo naopak velmi výrazně. Pro nás zřejmě nejpodstatnější část – a to odborná literatura – se změnila pouze o 2%. Lze ale také předpokládat, že menší část výrazů nalezených v ČNK se dá zařadit právě do stylu publicistiky a z toho lze také vyvodit závěr, kdy lze předpokládat, že navýšení počtu nalezených výrazů není způsobeno časovými obdobími, mezi kterými jsem ekonomické výrazy hledala, ale spíše nárůstem textů v publicistice, který vzrostl až o 27%.

Hledání výrazů v mluvené řeči, přepisu mluvené řeči v ČNK

Abych udělala rozbor celistvý, rozhodla jsem se, čistě ze své osobní zvědavosti, zkusit vyhledat zmíněné ekonomické výrazy také v mluvené řeči. K tomuto jsem opět využila služeb Českého národního korpusu, konkrétně pak korpusu s názvem ORAL2008.

„Korpus ORAL2008 zachycuje mluvu ve výhradně neformálních situacích. Jde však o první mluvený korpus ÚČNK, který je plně vyvážený v základních sociolingvistických kategoriích mluvčích (pohlaví, věková skupina, výše dosaženého vzdělání a oblast pobytu v dětství). Korpus je sestaven z přepisů 297 nahrávek, které byly v letech 2002-2007 pořizeny na různých místech po celém území Čech (tj. ne Česka). Zachycují autentickou mluvenou češtinu v přirozeném prostředí na území tradičně vymezeném jako oblast českých nářečí v užším smyslu.

*Všem nahrávkám je společné to, že byly pořízeny výhradně v neformálních situacích, mluvčí se vzájemně znali a měli k sobě přátelský vztah. Mluvčí nebyli předem informováni o účelu nahrávání, ten jim byl sdělen až po ukončení nahrávání. Nahrávky pro ORAL2008 představují 6 883 minut, tj. necelých 115 hodin, a v jejich rámci byly zaznamenány projevy 995 mluvčích. Celý korpus zahrnuje 1 000 097 slov.*³⁸

TABULKA č.10 Slova alespoň s jedním nálezem v mluveném korpusu ORAL2008

MANAGEMENT	9
MARKETING	4
BYZNYSMEN	2
BUSINESSMAN	1
EXPORT	1

Jak je zřejmé z přiložené tabulky, v mluvené – neformální, řeči, lépe řečeno v jejím přepisu, jsem narazila pouze na pět výrazů. Opět se nejpočetnějším výrazem stal MANAGEMENT i když samozřejmě v porovnání se slovní zásobou korpusu je počet jeho nálezů mizivý. Zajímavý komentář bych ráda uvedla k výrazům BYZNYSMEN a BUSINESSMAN. V případě prvního výrazu byl použit při rozhovoru dvou středoškolských studentů, zatímco druhý výraz byl použit mužem ve věku 35 let ve středních Čechách. Dalo by se tedy spekulovat o tom, dle jakého kritéria byly výrazy přepsány. Pro rozhovor dvou mladých studentů byl zvolen přepis počestělý, pro muže středního věku výraz původní anglický.

³⁸ Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). *Český národní korpus* [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. Korpus ORAL2008. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/ORAL2008.php>>.

3.4.5. Dotazník

Materiál k bakalářské práci Přejímání anglických ekonomických výrazů do češtiny

1. Setkáváte se při své práci s anglickým jazykem? Pokud ano, tak při jakých příležitostech?
2. Využíváte někdy služeb překladatelů (popř. překladatelských agentur), tlumočnicků? Pokud ANO/NE, z jakého důvodu?
3. Setkal jste se někdy např. při komunikaci s tuzemskými či zahraničními klienty s výrazy „byznys (business), management, cash flow, marketing, businessman v česky psaném textu? Příp. uveďte jiné.
4. Používáte sám/sama někdy výše uvedené výrazy? Pokud ano, pak spíše v mluveném projevu či projevu psaném?
5. Objevují se anglické ekonomické termíny např. ve Vašich smlouvách se zaměstnanci, či klienty, ve firemních letáčcích a nabídkách? Pokud ANO/NE, proč?
6. Vnímáte přejímání anglických ekonomických výrazů do českého jazyka jako narušení struktury českého jazyka? Vadí vám odborné výrazy např. ve specializovaných ekonomických časopisech?
7. Co si představíte pod pojmem *chief executive officer* ve větě – Tomáš Javůrek, chief executive officer firmy Tesco pro západní Evropu?
8. Můžete přeložit či vysvětlit význam těchto anglických ekonomických výrazů?
 - business
 - management
 - marketing
 - teambuildingová akce
 - cold calling
9. Proč se, dle Vašeho subjektivního názoru, přejímá tolik ekonomických výrazů z anglického jazyka i v případech, kdy mají v jazyce českém plnovýznamové slovo, které je schopno jej zastoupit?

Dotazník jsem osobně položila celkem ve 12 společnostech/ firmách v okrese Trutnov, Dvůr Králové a Olomouc osobám ve věkovém rozmezí 45-60 let.

Šlo konkrétně o dva hotely – jeden menší s počtem zaměstnanců do 10 lidí, jeden větší s počtem zaměstnanců do 25 lidí, tři banky, dvě pojišťovny, dvě směnárny, dvě redakce deníků a jednoho provozovatele sportovních zařízení. Mým cílem bylo zjistit, zdali se i „starší generace“, která pracuje v těchto sektorech, setkává s anglickými ekonomickými výrazy. Musím velmi kladně ohodnotit vstřícnost a ochotu jednotlivých dotazovaných, kteří k dotazníku přistoupili zodpovědně..

Otázka č.1

Ve všech případech se dotazovaní shodli, že se s anglickým jazykem setkávají – i když někteří zřídka (inzertní oddělení deníku). Ve všech případech se s jazykem setkávají při komunikaci s hosty, klienty či zahraničními odděleními svých poboček.

Otázka č.2

Kromě bank, hotelů a pojišťoven nevyužívá služeb překladatelských agentur či tlumočnicků nikdo. Banky a pojišťovny využívají hlavně tlumočnických služeb a to v případě obchodních jednání se zahraničním zastoupením. Hotely naopak využívají služeb překladatelských agentur kvůli přesnému překladu např. jídelních lístků či hotelových prospektů a vizitek.

Otázka č.3

Všichni dotazovaní odpověděli, že se s těmito výrazy „samozřejmě setkávají“. Nikdo však neuvedl jiný anglický ekonomický termín.

Otázka č.4

Dotazovaní výrazy používají, především pak v mluveném projevu. Zástupci hotelů a bank ale připomněli, že se s těmito výrazy setkávají v obchodní korespondenci a to hlavně v emailech.

Otázka č.5

U této otázky se dotazovaní shodli, že ve smlouvách se zaměstnanci tyto výrazy rozhodně nevyužívají, jelikož se jedná o „českou smlouvu a tak nejsou tyto výrazy potřeba.“ Provozovatel sportovních zařízení přiznal, že jsou tyto výrazy občas součástí letáčku či pozvánek na mezinárodní soutěže, či schůze při jednání s provozovateli sportovišť ze zahraničí.

Otázka č.6

Ve specializovaných časopisech nevdí anglické ekonomické výrazy žádnému dotazovanému. Dotazovaní uvedli, že nevnímají přejímání výrazů jako narušení struktury českého jazyka, ale spíše jako „jakousi nutnost v rámci mezinárodní komunikace.“

Otázka č.7

U otázky č. 7 nastal první menší problém. Zástupci bank a pojišťoven výraz přeložili správně jako „výkonný ředitel“, další zástupci hotelů a směnárny, přeložili výraz jako „vedoucí kanceláře, šéf kanceláře, nejvyšší ředitel“ u zástupců deníků a provozovatele sportovních zařízení jsem se setkala s výrazem „velký šéf, vysoce postavený úředník“.

Otázka č.8

K mému velkému překvapení nedělaly uvedené výrazy – až na jednu výjimku, dotazovaným žádný problém. Byli schopni uvést jak např. český ekvivalent, tak výraz celkem přesně vysvětlit. Níže uvádím ekvivalenty, které osoby uvedly – ekvivalenty se samozřejmě opakovaly.

Business – obchod, „kšeft“, podnikání

Management – vedení, vedení např. určitého oddělení (pro styk s veřejností – uvedly deníky)

Marketing – propagace služeb/ produktu, vyhodnocení trhu/průzkum trhu, propagace – „to, co se dostane k lidem, aby něco zakoupili nebo využili služeb“

Teambuildingová akce – firemní zábavná akce, firemní školení k poznání kolektivu, akce ke tmelení a utužování kolektivu – většinou zábavnou formou (sport).

Cold calling – odměřené jednání, nějaká telefonická služba

Výraz *Cold calling* činil problém všem, sedm dotazovaných si netrouflo odhadnout, o co by se mohlo jednat.. Jak je řečeno i ve výčtu slov na str. 36-43, *jedná se o nevyžádané telefonické hovory, při kterých volající nabízí nějaký produkt či službu*. Po objasnění významu termínu se někteří „chytili za hlavu“ s tím, že tuto činnost znají velmi dobře, jelikož ji mají jejich kolegové v popisu práce, ale nikdy neslyšeli takovýto anglický výraz. (Mou osobu potěšilo, že si jej dokonce zapsali do svých poznámkových bloků.)

Otázka č.9

Odpovědi na otázku se také shodovali a to v tom, že vše je ovlivněno celkovou globalizací, vstupem do Evropské unie, vstupem zahraničního kapitálu do českých firem. Dále se objevil názor, že lidé na vyšších postech mají tyto termíny „zajeté“, hlavně ti, kteří mají zahraniční partnery a zastoupení. Velmi pěkný a, dle mého názoru, pravdivý názor, uvedl provozovatel sportovních zařízení. Dovolím si ho citovat přesně tak, jak byl vysloven: *„Podle mého názoru, čím dál tím více lidí je „cizojazyčně“ vybaveno. Ke své práci angličtinu potřebují a používání anglických výrazů je jaksi „světové“. Nemyslím si ovšem, že by to bylo na škodu. I ti, co jazykově vybaveni nejsou – jako moje generace, si tím rozšiřují slovní zásobu a i tak trochu rozhled.“*

Závěrem bych chtěla říci, že dotazník dopadl nad má očekávání velmi úspěšně, a podotknout, že nejenom mladší generace vnímá anglické výrazy, ale také ta starší, hlavně v případech, kdy lidé pracují na postu, kde je jazyková průprava téměř nezbytností. Dotazník mě utvrdil v tom, že lidé pracující v sektoru bankovníctví, hotelnictví, směnárny atp. jsou si vědomi přejatých výrazů a většinou také znají jejich významy.

3.5. *Seznam nalezených přejatých ekonomických výrazů a jejich konfrontace s ekonomickými slovníky*

Slovníky, které budu konfrontovat, jsou celkem tři. Pro lepší přehlednost je seřadím pod zkratky S1,2 a 3, přičemž každá ze zkratek bude zastupovat jeden slovník.

Zkratky a slovníky k nim přiřazené:

S1: ADAM, J.H. *Anglicko-český ekonomický slovník*. Voznice 64, 263 01 : LEDA, s.r.o., 1989. 803s. ISBN 80-85927-70-5.

S2: STRAKOVÁ, Marcela; BÜRGER, Josef; HRDÝ, Milan. *Anglicko-český hospodářský slovník*. 1. vydání. Plzeň : FRAUS, 2000. 769s. ISBN 80-7238-046X.

S3: DĚDEK, Oldřich. *Stručný anglicko-český slovník ekonomických termínů a zkratk*. 1. vydání. Praha 3 : Management Press, Ringier ČR, a.s., 1996. 137s. ISBN 80-85943-15-8.

V případě, že ekonomický výraz nelze najít v uvedených slovnících, využívám dále ještě elektronický slovník *PC Translator 2009 od firmy LAVASOFT*, ve kterém jsou zařazeny speciální slovníky, např. ekonomický, právní, lékařský apod. V případě využití bude tento slovník označen jako **S4**.

Pokud není výraz nalezen ani v knižním ani v elektronickém slovníku a je obecně známý, je definice sepsána za pomoci mých vlastních slov nebo se snažím najít výraz podobný, který je ve slovníku k dispozici. Pokud se jedná o výraz méně známý, je uveden odkaz na zdroj definice výrazu.

- **Account manažer**

S1: *Management accountant*: provozní účetní, osoba, která vedení podniku předává informace potřebné k řízení všech forem výdajů (s8)

S2: nejbližší významem: *accountant*: účetní

- při využití internetového vyhledávače Google se jeví tento výraz jako velmi početný, ale ani tak není vysvětlen jeho primární význam.

- **Assessment centrum**

S1: *Assessment center*: manažerské metody konkurzního řízení, způsob výběru nových zaměstnanců, který sestává z řady testů, cvičení a pohovorů, týkajících se všech kandidátů, obvykle v několika setkáních po dobu několika dnů, kdy je pak možno vybrat nejvhodnější osoby.(s38)

S4: *Assessment center*: atestační oddělení podniku/ firmy

- **Asset manažer**

S2: *Asset accountant*: investiční účetní (s58)

Asset management: hospodaření s investičním majetkem, správa investičního majetku(s58)

- **Black list**

S1: *Blacklist*: černá listina, tajný seznam nepoctivých nebo nedůvěryhodných osob nebo organizací, s nimiž mají obchodníci jednat opatrně nebo nejednat vůbec. (s73)

S2: *Blacklist*: černá listina (s85)

- **Broker**

S1: V širším slova smyslu zvláštní druh agenta, který je pověřen vyřizováním koupě nebo prodeje zboží nebo služeb pro svého představeného, obvykle za provizi. Broker se nestává majitelem zboží a nemůže jednat vlastním jménem, jen jménem svého představeného. Broker provozuje speciální druh obchodů, např. devizové, akcie a jiné cenné papíry atd. (s88-89)

S2: dohodce, makléř, burzovní jednatel (s93)

S3: burzovní makléř (s18)

- **Business/ Byznys**

S1: *1) podnik* (osoba, firma, společnost nebo jiná organizace, která zhotovuje nebo vyrábí produkt, kupuje a prodává zboží nebo zajišťuje nějakou službu, obvykle za účelem zisku.

2) obchod, obchodování – Business is good. Obchody jsou dobře. (s94)

S3: firma, obchod či podnik (s19)

- **Businessman/ Byznysmen**

S1: *obchodník, podnikatel*, člověk, který pracuje nebo je zaměstnán v obchodě, zvl. ten, kdo vlastní velký nebo významný podnik nebo v něm má významné postavení.(s95)

S2: *obchodník, podnikatel* (s100)

- **Call centrum**

- útvar či oddělení poskytující informace po telefonu

- **Cash flow**

S1: *hotovostní tok*, peněžní příjmy minus peněžní výdaje (s111)

S2: *hotovostní tok, peněžní tok* (s112)

- **Co-brandovaná karta**

S4: *Co-branded card*: karta vydaná bankou společně s obchodní společností nesoucí loga obou organizací. Společná karta slouží zákazníkům daného obchodníka, poskytovateli služeb nebo jiné komerční organizaci.³⁹

- v počestělé verzi existuje i výraz *kobrandovaná karta*

- **Cold calling**

S1: *Cold call*: nesjednaná obchodní návštěva (s133)

S2: *Cold call*: nesjednaná obchodní návštěva (s132)

- v dnešní době se používá hlavně pro nevyžádané telefonické hovory, při kterých volající nabízí nějaký produkt či službu

- **Core-business**

S2: hlavní činnost, např. při podnikání (s163)

³⁹ Česká spořitelna, a.s.. *Česká spořitelna* online. c2009, Slovník kartové terminologie. Dostupné z WWW:http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/sc_1507.xml#k.

- **Controlling**

S2: řízení, kontrola (s160)

S4: řízení, regulování, dohlázení

- **Controllingové akce** – kontrolní, regulační postupy např. ve firmě/podniku

- **Credit crunch** – snížená úvěrová schopnost bank

- **Developer**

S2: stavební podnikatel, projektant, vývojář (s207)

S4: vývojář, vývojový pracovník

- **Developerská společnost**

S2: Development office: vývojová kancelář (s207)

- **Engineeringová firma**

S2: Engineering copany: strojírenský podnik (s241)

- **Export**

S1: export, vývoz – *Goods for export. Zboží pro vývoz.*

- **Exportér**

S1: vývozce, ten, kdo vyváží, zvl. obchodník nebo vývozní zástupce, který má speciální znalosti a vliv na trhu, kde se zboží vyrábí; vyřizuje také veškeré celní a dopravní formality typické pro zahraniční obchod. (s247)

- **Exportní agentura** – agentura, která zprostředkovává vývoz zboží

- **Factoring**

S1: faktorování: dohoda mezi dodavatelem a speciálním peněžním ústavem – factoring company, který financuje splátkové obchody; dodavatel prodá faktorovi právo inkasovat částky splatné v budoucnosti. Tak dodavatel dostane platbu okamžitě, přičemž faktor přejímá plnou odpovědnost za inkaso účtů a nese všechny ztráty vyplývající ze špatných pohledávek. (s251)

S2: faktoring, odkoupení pohledávek (s263)

- **Factoringová společnost – správný český překlad: faktorová společnost**, přejímá – u tzv. pravého faktoringu, úvěrové riziko při nezaplacení odběratelem a sama proplatí pohledávku dodavateli⁴⁰

⁴⁰ Centrum pro rozvoj ekonomického vzdělání. Ceed online. c2009. Faktoring. Dostupné z WWW: <http://www.ceed.cz/bankovnictvi/730faktoring.htm>.

- **Freemarket guy**
- zastánce volného trhu, tedy trhu bez vládních zásahů a kontrol, takže kupující a prodávající mohou určovat tržní cenu podle nabídky a poptávky. (S1, s386)

- **Forex (obchodovat na Forexu) – zkratka pro Foreign Exchange Market**

S1: Foreign exchange market: devizový trh (s386)

- **Head-hunting**

S1: headhunt: hovorově lanařit, lovit mozky, vyhledávat pro organizaci vedoucí pracovníky, tj. velmi kvalifikované zaměstnance (s300)

headhunter: lanař (soukromá zprostředkovatelská práce, osoba, která nepoctivě přesvědčuje zaměstnance, aby rozvázal pracovní poměr a nastoupil u ní) (s300)

- **Hedgeové fondy**

S1: hedge fund/mutual fund: společný investiční fond (Otevřená investiční společnost, v USA společný název pro jakoukoli investiční společnost. Cílem každého fondu je investovat peníze osob s podobnými potřebami a zájmy.(s410)

S4: investiční fond

- **Chief executive officer**

S1: výkonný ředitel, odpovídající za řádný chod a prosperitu podniku (s125) BrA

S2: výkonný ředitel BrA, generální ředitel, ředitel společnosti

- **Chief marketing officer**

- ředitel marketingového oddělení

- **Importér/ importovat**

S1: importer: dovozce, kdo dováží zboží ze zahraničí (s310)/ import: dovážet zboží z jiné země, obvykle za účelem prodeje (s309)

- **Impakt faktor – činitel vlivu/ dopadu**

S1: impact: dopad, účinek, který má určitá inzerce nebo reklamní kampaň na poptávku veřejnosti po určitém výrobku. (s309)

S4: ukazatel průměrné citovanosti

- ve skutečnosti se jedná opravdu o ukazatele průměrné citovanosti, který vyhodnocuje americký institut pro vědecké časopisy a vypočítává se na základě citovanosti v průběhu tří let.

- **Job**

S1: práce (kus práce, zadaný úkol), zaměstnání, pracovní místo

S2: práce, zaměstnání, povolání

- **Job center**

S1: BrA, zprostředkovatelna práce: státní služba fungující téměř ve všech městech Británie, kromě zprostředkování práce zajišťuje i školení a rekvalifikační kursy. (s345)

S4: u nás také označení pro úřad práce

- **Job hopper**

S2: fluktuant: člověk, který často neodůvodněně mění zaměstnání (s357)

S4: job hopping: fluktuace

- **Know-how**

S1: odborné znalosti/ schopnosti, odbornost, zručnost, speciální znalost nebo dovednost toho, jak dělat něco obtížného (s351)

S2: znalost technické dokumentace, duševní vlastnictví, apod. (s362)

- **Korporace**

S1: právnícká osoba, sdružení, společnost, skupina osob, které vytvořili sdružení, jež má podle práva separátní existenci, nebo právní osobu zcela odlišnou od osob, které ji tvoří. Právo umožňuje nepřetržitou existenci, i když se členové – akcionáři – mohou měnit. Má jméno a může vyjádřit svou vůli označením psaných dokladů razítkem. (s164)

S2: podnik, akciová obchodní společnost AmA. (s163)

- **Koučink**

- forma spolupráce, kdy si na základě inspirativního rozhovoru s koučem manažer nebo specialista hledá svá vlastní alternativní řešení dohodnutých cílů při rozvoji ve svém profesním i osobním životě⁴¹

- **Leasing**

S1: lease: smlouva o pronájmu, písemná dohoda, dle které jedna strana poskytuje druhé straně právo užívat majetek, obvykle na stanovená počet let, za jednorázovou peněžní částku nazývanou premie nebo za řadu pravidelných plateb nazývaných nájemné. (s357)

S4: leasing: pronájem. pronajímání strojů a zařízení

⁴¹ Touchdown CR, s.r.o. Touchdown CR online. c2009. Koučing. Dostupné z WWW: <<http://www.touchdown.cz/Koucing.aspx>>.

- **Lobby**

S2: *nátlaková skupina, skupinový nátlak* (s383)

S4: nátlaková skupina (zákulisní, politická), ovlivňovat poslance v parlamentu

- **Lobbismus**

S2: lobbyism: zákulisní ovlivňování parlamentních zástupců (s383)

- **Management**

S1: 1) *správní rada společnosti*, 2) *vedení, řízení* (skupina osob, které řídí podnik, včetně ředitelů a vysokých manažerů), 3) *řídící orgán organizace* (skupina osob buď jmenovaných nebo zvolených k řízení záležitostí organizace) (s380)

S2: *vedení, řízení, správa podniku* (s395)

- **Management Trainee Program**

S2: *management training*: zaškolení vedoucích pracovníků (s396)

- **Manager/manažer/-ka/manažerské schopnosti**

S1: *manažer, vedoucí, provozní ředitel*, osoba řídící část nebo veškerou práci jiných zaměstnanců v obchodě, průmyslovém podniku nebo jiné organizaci (**s381**)

S2: *vedoucí, ředitel, správce pobočky* (s396)

- **Marketing**

S1: 1) *nákupy* (kupování zboží na trh) 2) *aktivita propagující určitý výrobek reklamou, stimulováním prodeje, cenovou politikou, prováděním průzkumu trhu a rozvojem a testováním nových produktů* 3) *odbyt zboží od výrobce ke spotřebiteli* (s388)

S2: *odbyt zboží od výrobce ke spotřebiteli* (**s401**)

- **Marketingová manažerka**

- člověk, který se stará o propagaci výrobků/ služeb firmy/ podniku na trhu

- **Market research**

S1: *průzkum trhu*, zjišťování, jaký druh zboží spotřebitelé chtějí, kolik chtějí utratit a jak je přesvědčit ke koupi. Tyto informace používají výrobci před výrobou nového produktu a před jeho uvedením na trh. (s389)

S2: *marketingový průzkum, marketingový výzkum* (s401)

- **Net banking – Internet banking**

- *Internetbanking* představuje službu přímého bankovníctví, která umožňuje klientům obsluhovat účty prostřednictvím internetového prohlížeče.

- **Net broker**

- **viz. Broker**, dohodce, makléř, burzovní jednatel, který obchoduje přes internet na světových akciových trzích.

- **Offshore destinace(firma z offshore destinace)**

S1: zahraniční, - týkající se obchodu, společností a bank na některém samosprávném ostrově, který je daňovým rájem, např. na Normanských ostrovech, na ostrově Man, na Bahamách atp. (s425)

S2: daňová oáza, zahraniční (o bankách a ostrovech) (s446)

- **Online broker – viz. Net broker**

- **Outplacement**

S1: 1) pomoc zaměstnavatele propuštěným, at' radou nebo hledáním nového místa, 2) delokalizovaný systém práce umožňující využití moderní informační technologie (s434)

S4: převedení do jiného zaměstnání

- **Outsourcing/ Outsourcování**

S2: používání externích služeb (s458)

S4: nákup služeb mimo podnik

- **Outsourcingový partner**

- obchodní partner, u kterého firma/podnik kupuje služby

- **Part-time job**

S1: zaměstnání na částečný pracovní úvazek (s344)

S2: práce na zkrácený úvazek (s466)

- **PR oddělení/ PR sdělení**

S1: public relations: styk s veřejností, vytváření a uchovávání atraktivní pověsti osoby nebo organizace v očích veřejnosti (s482)

S2: public relations department: oddělení pro styk s veřejností

- **Pro-exportní politika**

- použití peněz daňových poplatníků s cílem pomoci vybraným firmám s prodejem zboží v zahraničí. Konkrétní podobou bývá exportní dotace, pojištění exportu, zvýhodněné úvěry, intervenování do měnového kurzu.

- **Rating**

S1: 1) tarifování, kalkulace pojistného – měření rizika ztráty používané při určování pojistného, 2) měření rizikovosti bank (s489)

S2: Stanovení sazeb, odhad platební schopnosti (s531)

- **Retail/ Retailové banky, financování**

S1: *maloobchod, prodej v drobném* (spotřebitelům, zvl. v obchodech, na trzích a zásilkovou službou) (s505)

S2: *maloobchod, maloprodej* (s559)

- **Risk-based systém** – systém založený na hodnocení a řešení rizik

- **Selfmademan**

S1: *self-made-man*: člověk, který vlastním úsilím dosáhl v určitém oboru významného postavení (zpravidla bez finančních a vzdělanostních předpokladů) (s523)

- rozšíření významu: člověk, který sám dohlíží na veškeré činnosti chodu podniku/firmy

- **Senior manažer**

S2: *hlavní řídicí pracovník*

S4: *hlavní vedoucí*

- **Seniorní manažer** – nepřesný překlad originálu „Senior manager“ – viz. Senior manažer

- **Spotový trh**

S1: *spot market*: hotovostní trh, obchodování na komoditní burze s podmínkou, že kupující platí hotově ihned nebo brzy po převzetí dokladů, které jej opravňují k vlastnictví zboží (s386)

S4: promptní (pohotový) trh

- **Stakeholder**

S1: 1) *depozitář peněz*, ten u kterého jsou složeny peníze, které předal kupující při převodu vlastnictví pozemku a budovy, **2)** *podskupina organizace složená z lidí, kteří mají společné zájmy v projektu nebo v dané aktivitě*. (s545)

- **Treasuries** – americké vládní dluhopisy

- **Teambuildingové akce**

- aktivity na podporu tvorby či rozvoje týmu, stmelování týmu nebo budování týmové spolupráce apod. Je to soubor různých aktivit často probíhajících v přírodě. Aktivity jsou koncipovány tak, aby zlepšily týmový výkon a spolupráci mezi zaměstnanci firmy.⁴²

⁴² Wikipedia, Wikipedia online. c2010. Teambuildingová akce. Dostupné z WWW: <<http://www.cs.wikipedia.org/>>

4. Závěr

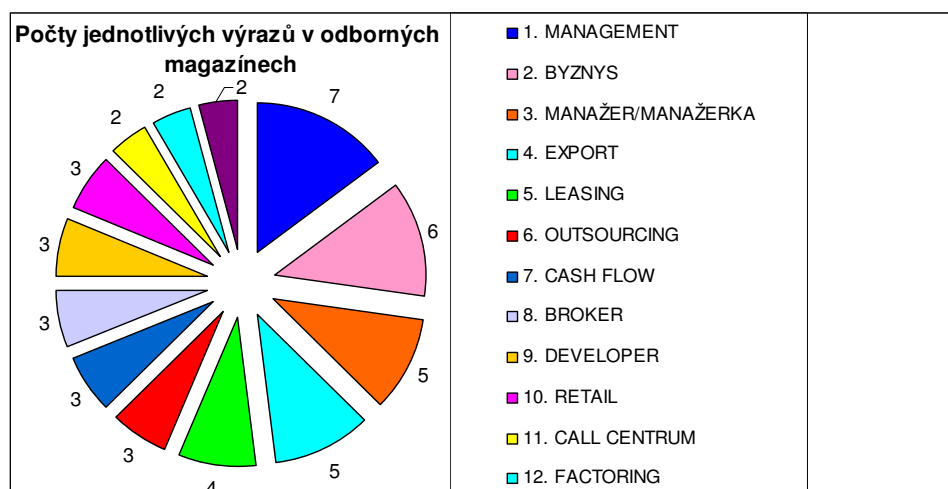
Dříve než dojdeme k úplným závěrům této práce, ráda bych zmínila, dle mého názoru, pár důležitých bodů. Zaprvé, veškeré uvedené ekonomické výrazy, které byly přejaté z anglického jazyka, byly nalezeny v magazínech, časopisech, či přílohách ve vytištěné formě – průzkum probíhal pouze a jenom v nich, internet jsem nevyužila. Dále je potřeba říci, že se jedná o magazíny vydávané v České republice, výrazy se tedy vyskytovaly v česky psaném textu, krom jedné výjimky a to časopisu PLUS – časopisu česko-německé obchodní komory, kde se jedná spíše o výrazy ponechané v přeloženém českém textu. Třetím bodem, který bych ráda zmínila, je ten, že tuto práci nelze považovat za statisticky přesný průzkum, jelikož do zkoumání bylo zapojeno pětadvacet časopisů, a proto by tedy výsledky, kterých jsem právě vyhledáváním výrazů v těchto časopisech dosáhla a jsou zřejmé z grafů, mohly sloužit jako základ pro další a přesnější výzkum. Čtvrtou a snad poslední poznámkou je připomínka k dotazníkům, kde nejsou záměrně uvedeny jména společností, v kterých byl dotazník položen, jelikož velká většina z nich si toto nepřála a tak jsou v zájmu zachování anonymity uveřejněny pouze sektory, v kterých se dotazník zodpovídal.

Jak už bylo uvedeno, průzkum probíhal jak v odborných magazínech, tak v novinách určených pro širší a spíše laickou veřejnost - i v podobě ekonomických příloh novin jako jsou např. Mladá Fronta či Hospodářské noviny.

V první sekci – v ekonomických neoborných magazínech bylo nalezeno celkem 41 výrazů, z nichž nejpočetnější byly výrazy *Manažer/ Manažeři/ Manažerka* – celkem 4, následuje výraz *Byznys* – celkem 3, a dále pak ostatní termíny; *Management, Byznysmen(i), Leasing, Leasingové společnosti, Export a Cash flow*. Číselné hodnoty lze také vyčíst z grafu na následující straně. Zároveň zastoupení specifických a ryze odborných termínů bylo velmi nízké, dá se říci, že podle původních předpokladů.



Druhá sekce – tedy odborné ekonomické magazíny byla na termíny téměř dvakrát tak bohatší, celkový počet výrazů je 67. Nejvíce byl zastoupení termín *Management* – celkem 7 výrazů, dále termín *Byznys* – 6 výrazů, a na pomyslném třetím místě *Manažer/ Manažerka* a *Export* se shodným počtem 5. Lze konstatovat, že v odborných magazínech se podle očekávání objevilo daleko více odbornějších výrazů, mnohdy se mi zdálo, že by si zasloužily český ekvivalent alespoň v závorce, ale jelikož se jedná o magazíny pro osoby v tomto oboru vzdělané, znalost takovýchto výrazů se u nich předpokládá.



Dalším poznatkem, který plyne z průzkumu v ekonomických magazínech, je, který slovní druh se, dle výsledků, nejvíce přejímá. Podle předpokladů jsou to v 72% podstatná jména, s 25% přídavná jména a s pouhými 3% slovesa.

Jak je vidět, vliv anglického jazyka je velmi intenzivní a to proto, že slouží k porozumění výrazů používaných v mezinárodní komunikaci. Z hlediska mého průzkumu se přece jenom nejčastěji přejímají anglické ekonomické výrazy v původním anglickém znění, velmi často se k nim ale připojují koncovky, přípony, zřídka už ale předpony a pokud se tak stane, jedná se v drtivé většině o předponu cizího původu. Dalším, ale víceméně doplňkovým zdrojem pro mé bádání, byly výrazy v Českém národním korpusu (ČNK). Opět se potvrdily přechodí výsledky a výrazy s nejvyšším počtem zastoupení v ČNK byly výrazy *Byznys*, *Management* a v tomto případě *Export*, který nahradil v seznamu vyhledávání výraz *Manažer/ Manažerka*.

Učinila jsem také pokus, kdy jsem vyhledávala v korpusu mluvené řeči, lépe řečeno v přepisu mluvené řeči, ale protože tento korpus není obsáhlý, nad výsledky musím, jak se říká lidově, „přimhouřit oko“. I přesto se opět nejvíce objevovaným výrazem stal *Management*.

Další součástí mého průzkumu byl dotazník položený různým sektorům, které by se mohly s přejatými anglickými ekonomickými výrazy setkat. Je potřeba říci, že dotazník dopadl nad má očekávání velmi úspěšně, hlavně z důvodu, kdy jsem si záměrně vybrala osoby starší generace; věková hranice se pohybovala mezi 45-60lety. Ukázalo se, že i osoby v této věkové hranici se při své práci s výrazy setkávají, či je dokonce sami využívají. Pro zadané výrazy byly schopny najít české ekvivalenty nebo je velmi výstižně vysvětlit. Samy pak některé výrazy používají především pak v mluveném projevu. Zároveň se všichni dotazovaní vzácně shodli, že používání anglických ekonomických termínů např. v magazínech, jim nevadí a jako narušení struktury českého jazyka toto nevnímají. Proč se tedy přejímá tolik ekonomických výrazů z anglického jazyka i v případech, kdy mají v jazyce český ekvivalent? Většina odpovědí byla také shodná a to, že je vše ovlivněno celkovou globalizací, vstupem ČR do Evropské unie či vstupem zahraničního kapitálu do českých firem a zastoupení firem nebo jejich poboček v zahraničí.

Závěrem bych tedy shrnula celou práci tak, že využívání a přejímání anglických ekonomických výrazů je téměř nutností při dnešní potřebě mezinárodní komunikace a není se tedy čemu divit, že se do našeho mateřského jazyka dostává stále více a více výrazů. Osobně si myslím, že v budoucnu tomu nebude jinak. Zároveň ale doufám, že již několikrát zmíněné české ekvivalenty budou i nadále nacházet svá uplatnění

a že i za několik generací budou všudypřítomné a využívané – alespoň v té míře, v jaké se využívají dnes.

5. Shrnutí

This bachelor thesis deals with taking over English economic terms into Czech language, especially how often these terms occur in Czech magazines, newspapers or journals and if they are taken originally or somehow changed with prefixes, suffixes or endings or the last possibility, if there are Czech terms in language, which have the same meaning as the original ones, so that both of them are used in Czech language.

Basically, the thesis is divided into two parts – theoretical and practical. The first part is devoted to lexicon and is fragmented according to the major methods of word-formation.

The first one, derivation, is the basic and currently the most widespread method of word-formation. Because derivation is quite difficult matter in Czech language, the most important thing to mention, in my humble opinion, is that changes are usually caused by adding prefixes or suffixes. Above all, I targeted prefixes and suffixes taken from foreign languages. In derivation method we can talk about, so called, “real prefixes” or “prepositional prefixes” and then they are, one by one, listed and explained in their meanings. Suffixes are split into group of language they are taken from (French, Latin, English) and secondly according to productivity in the Czech language.

The second method is composition, but this way of word-formation does not bring completely new words, in the sense of economic terms, so only definition and explanation what composition is, is mentioned there.

Abbreviation, the third way of word-formation is also explained, many abbreviations are taken into Czech, so there is only one specific criterion. For these abbreviations is suitable to spell them in Czech, but there are exceptions, of course (e.g. BBC).

The last and the most important method is taking over words from foreign languages. In this paragraph languages are described from which was the majority of words taken in historical development as well as areas from which were words according to the historical development taken (e.g. education, religion, sport etc.) To taking over belong calques, and so called “double taking”, Czech words in foreign languages and what I was interested most – anglicisms. I explained, in what period of time, concretely in year 1989, has this “boom” started and why and tried to explain specific problems connected with Czech and English grammar.

Noticeable problem is somehow taking over of English grammar into Czech and forgetting to decline words what usually does not fit to our native grammar very well.

The second part of thesis, as I mentioned above, is practical and has five subcategories. In the first one I confronted 15 printed copies of three economic journals and newspapers designed for the general public, listed and introduced them in a few sentences. Then we can see the results in graph as well as in chart added. As an interesting thing, there is a chart of terms that appeared only once and the some difficult ones are explained below this chart.

The second part is, I could say, in the same direction, the only difference is that technical newspapers and magazines are targeted. As in the previous case, the results are designed into graph and ordered in a chart. There are two special charts added, one with prefixes taken from foreign languages and the second one is list of word, where English grammar is taken into the Czech.

The third part deals with question what part of speech is the most taken one, or more precisely, what part of speech of economic terms was the most common in my research. The final results can be seen in graph again.

The next chapter focuses on how often are these terms taken as original English word without any changes, how many of them are modified with prefixes, suffixes or endings and how many of them have the Czech equivalent with the same or very similar meaning that is used normally in accord with the original one.

However, just for my personal interest, I searched through the Czech National Corpus to find out what English economic terms were present in different periods of time. Much more important was my own questionnaire, where I put nine questions to different sectors of services connected with economy – e.g. banks, hotels, exchanges, editor's office of magazines etc.

In the last part I confronted four special dictionaries together with English economic terms found. Various definitions of terms are listed and terms themselves are fully explained.

There are four very important points I must mention. All the terms found and listed were found in printed material, no Internet was used. All material – magazines, journals, newspaper used are published in the Czech Republic except the PLUS Magazine which is magazine of Czech-German Chamber of Commerce, so in this case it handles with terms left in translated Czech text. The very next point is that number of examples dealt with is not statistically sufficient and that is why the results are rather only a foundation for a more throughout research.

The last notice is to questionnaire. There are no proper names of companies stated where the questionnaire was put, because the majority of them did not wish to make it public, so in terms of preserving anonymity, there are only sectors noted.

6. Bibliografie

Knižní zdroje:

HAUSER, P.: *Nauka o slovní zásobě*. SPN v Praze, 1980, str. 192

NOVOTNÝ, J. a kolektiv: *Mluvnice češtiny pro střední školy*. Fortuna Praha, 1992, ISBN 80-85298-32-5. str.170

DOKULIL, M. a kolektiv: *Mluvnice češtiny (I)*. Academia Praha, 1986, str. 566

ADAM, J.H. *Anglicko-český ekonomický slovník*. Voznice 64, 263 01 : LEDA, s.r.o., 1989. 803s. ISBN 80-85927-70-5.

STRAKOVÁ, Marcela; BÜRGER, Josef; HRDÝ, Milan. *Anglicko-český hospodářský slovník*. 1. vydání. Plzeň : FRAUS, 2000. 769s. ISBN 80-7238-046X.

DĚDEK, Oldřich. *Stručný anglicko-český slovník ekonomických termínů a zkratek*. 1. vydání. Praha 3 : Management Press, Ringier ČR, a.s., 1996. 137s. ISBN 80-85943-15-8.

Internetové zdroje:

Ptáček, L.: *Ještě něco k té češtině*. Britské listy, 13.březen 2000, online

<http://www.blisty.cz/files/isarc/0003/200003131.html>

Schmidtová, V.: *Anglicismy*. Rádio Praha, Český Rozhlas, 10.srpna 2002,

<http://www.radio.cz/cz/clanek/31147>

Truksová, D.: *Anglicismy v češtině*. On-line magazín Jazyky.Studium.Práce, 9.července 2009, <http://www.jazyky.com/content/view/632/47/>

Mladá Fronta. [online]. 2007 [cit. 2010-04-11]. Produkty Mladé Fronty. Dostupné z WWW: <<http://www.mf.cz/produkty/>>.

Hospodářské noviny [online]. 2009 [cit. 2010-04-11]. Podniky a trhy. Dostupné z WWW: <<http://hn.ihned.cz/podniky-a-trhy/>>.

HAVLÍČKOVÁ, Lenka, et al. *Studentský list* [online]. 1999 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.ilist.cz/>>.

Partners. *Finmag* [online]. c2007 [cit. 2010-04-26]. O nás / Finmag. Dostupné z WWW: <<http://www.finmag.cz/o-nas/>>.

Lobby Česká republika. *Lobby.cz* [online]. c2008-04-10 [cit. 2010-04-26]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.lobby.cz/o-spolecnosti-8414.html>>.

MONECO, s.r.o. *Stránky časopisu FONDSHOP* [online]. c2010 [cit. 2010-04-26]. Profil časopisu. Dostupné z WWW: <<http://www.fondshop.cz/index.asp?page=31>>.

EURONEWS, a.s. *EURO* [online]. c2010 [cit. 2010-04-26]. Produkty - týdeník EURO. Dostupné z WWW: <<http://www.euro.cz/id/gpu8lf8apw/detail.jsp?id=76558>>.

Ústav Českého národního korpusu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). *Český národní korpus* [online]. c2009 [cit. 2010-04-25]. Dostupné z WWW: <<http://ucnk.ff.cuni.cz/>>.

Česká spořitelna, a.s.. *Česká spořitelna* online. c2009, Slovník kartové terminologie. Dostupné z WWW: http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/sc_1507.xml#k.

Centrum pro rozvoj ekonomického vzdělání. Ceed online. c2009. Faktoring. Dostupné z WWW: <http://www.ceed.cz/bankovnictvi/730faktoring.htm>.

Touchdown CR, s.r.o. Touchdown CR online. c2009. Koučing. Dostupné z WWW: <<http://www.touchdown.cz/Koucing.aspx>>.

Wikipedia, Wikipedia online. c2010. Teambuildingová akce. Dostupné z WWW: <<http://www.cs.wikipedia.org/>>

Zdroje využité pro průzkum:

Noviny a přílohy pro širší veřejnost:

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 1.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 2.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 3.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 8.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 9.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 10.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 16.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 17.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 22.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 28.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 3.11. 2009.

STUDENTSKÝ LIST – nezávislý měsíčník studentů Vysoké školy ekonomické v Praze.

Studentský list, o.s. Praha. duben 2009

PODNIKY A TRHY. *Hospodářské noviny.* Praha. 30.10. 2009.

PODNIKY A TRHY. *Hospodářské noviny*. Praha. 4.11. 2009.

PODNIKY A TRHY. *Hospodářské noviny*. Praha. 6.11. 2009.

Odborné magazíny:

FINMAG Finanční magazín. *Partners*. Praha. září 2008. ISSN – 1802-9620.

FINMAG Finanční magazín. *Partners*. Praha. prosinec 2008. ISSN – 1802-9620.

FINMAG Finanční magazín. *Partners*. Praha. květen 2009. ISSN – 1802-9620.

FINMAG Finanční magazín. *Partners*. Praha. srpen 2009. ISSN – 1802-9620.

ECONOMIX, magazín pro studenty VŠE, *EKONOM, sdružení studentů ekonomie*. Praha. březen 2009.

FONDSHOP. *Moneco, s.r.o.*. Brno. listopad 2009.

TOP finance. Příloha měsíčníku bankovníctví a týdeníku ekonom. Praha. květen 2009.

EURO. *Euronews, a.s.* Praha. říjen 2009. ISSN – 1212-3129.

PLUS. *DTIHK-ČNOPK*. Praha. srpen 2009.

LOBBY. *Lobby česká republika, s.r.o.* Praha. září 2009. ISSN – 1212-4524

Žádné výrazy nebyly nalezeny v číslech:

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 2.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 3.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 8.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 9.7. 2009.

E15, deník pro ekonomiku a byznys. *Mladá Fronta, a.s.* Praha. 22.7. 2009.

7. Anotace

Příjmení a jméno autora	Sandra Koniariková
Název katedry a fakulty	Katedra anglistiky a amerikanistiky, FF UP
Název bakalářské práce	Přejímání anglických ekonomických výrazů do českého jazyka
Vedoucí práce	Prof. PhDr. Jaroslav Macháček, CSc.
Počet stran	56
Počet příloh	1 CD
Rok obhajoby	2010
Klíčová slova	Přejímání do českého jazyka, anglické ekonomické výrazy, tvorba nových slov
Jazyk práce	čeština
Charakteristika	Tato bakalářská práce se zabývá přejímáním anglických ekonomických výrazů do češtiny. V teoretické části jsou shrnuty způsoby tvoření nových slov. Praktická část se zaměřuje na zkoumání a dále porovnání nalezených výrazů.
Author	Sandra Koniariková
Department	Katedra anglistiky a amerikanistiky, FF UP
Title	Taking over of English economic terms into Czech language
Supervisor	Prof. PhDr. Jaroslav Macháček, CSc.
Number of pages	56
Number of appendices	1 CD
Year of presentation	2010
Key words	Taking over into Czech language, English economic terms, word-formation
Language	Czech
Characteristics	This bachelor thesis deals with taking over of English economic terms into Czech. In the theoretical part the methods of word-formation are summarized. The practical part focuses on research and then comparing the terms found.