

Robert Adam

6. ledna 2012

Tváře namažeme sanskrýnem ... a budeme světoví!



V současné době se čeština – tak jako i jiné jazyky globalizující se euroatlantické civilizace – nachází pod výrazným vlivem angličtiny. Nejpatrnější je tento vliv v oblasti slovní zásoby. Projevuje se nejen přímým přejímáním slov, ale i méně nápadnými způsoby, mezi něž patří tzv. neosémantizace: to je proces, při němž výrazy, které už v češtině fungují, nabudou nových významů.

Např. *resort* je podle Nového akademického slovníku cizích slov (NASCS) z roku 2005 „obor úřední činnosti; úřad“, avšak z anglicizované profesní mluvy pracovníků v oblasti cestovního ruchu se šíří do veřejné komunikace i nesouvisející význam „letovisko“. U spousty výrazů jsou takovéto významové posuny zatím nejspíš jen příležitostné. Např. bývalý předseda vlády M. Topolánek v projevu citovaném sdělovacími prostředky řekl, že Evropská unie má na čemsi *vitální zájem*. *Vitální* znamená v češtině jednak „plný elánu, temperamentně se projevující“, jednak (v odborném stylu) „související s životní schopností“, avšak premiér toto slovo použil po vzoru anglického *vital* ve významu „životně důležitý“.

K novým slovům, jež se v současné době dostávají do češtiny z angličtiny, případně přes angličtinu, patří v první řadě termíny z mnoha různých oblastí vědy, techniky, umění, hospodářského života atd. Tomuto procesu se nelze divit – vždyť angličtina je dnes jazykem světové vědy a nejdůležitějším světovým dorozumivacím kódem vůbec – a nelze ho ani rozumně odmítat. Internacionalizovanost odborné terminologie je jev přirozený, ba výhodný. Vedle oficiální, standardizované terminologie jsou anglicismů plné i nejrůznější slangy a profesní mluvy: tak jako vědci, i profesní a zájmové skupiny jsou v kontaktu s globalizovaným komunikačním prostředím a s anglickými texty a nasávají z nich výrazy označující předměty, jevy a činnosti spjaté s příslušnou oblastí. Jenže v současnosti jsme zároveň svědky terminologizace a slangizace veřejné komunikace: terminologické, profesní a zájmové anglicismy opouštějí komunikaci v omezených společenstvích a sublimují do zpravodajství, publicistiky, do osvětových textů a reklamy. Uživatelé slangů přestávají rozlišovat, v jaké komunikační situaci nebo sféře se nacházejí a ke komu mluví, nové specializované výrazy se zabydlují ve veřejné komunikaci a my laici si s nimi musíme nějak poradit.

Kdysi jsem se studenty rozebíral texty z kulturní dvoustrany radničního zpravodaje. V pozvánce na hudební festival se tam psalo o tom, kteří interpreti vystoupí na které *stage/stagi/stage*, zkratka *stejdži*, a když jsme to opravovali na *scénu*, jedna studentka protestovala, že příznivci dotyčného žánru by scéna nikdy nefekli. Jak studentka, tak autorka textu podlehly představě, že když noviny píší o prostředí, v němž existuje slang, mají psát v tom slangu. To je ovšem představa naprosto pomýlená: veřejná oficiální sdělení by měla být **realizována spisovnou češtinou**, neboť ta je v českých zemích – pořád ještě – nejrozšířenějším, nejsrozumitelnějším a nejlépe přijímaným jazykovým útvarům. Ve veřejné komunikaci je třeba mít na mysli potřeby adresátů, tedy široké veřejnosti, a jim vycházet vstříc; je to důležitější než být ve výběru slov věrný zvyklostem popisovaného prostředí.



Jako další příklad nepatřičného užívání anglických výrazů ve funkci termínů mohu uvést citát z knížky *Rodiče a já*. Jde o osvětovou publikaci sestavenou z textů lékařů a dalších odborníků, která je rozdávána na matrice s rodným listem; je tedy zjevně určena laickému publiku. Uvádí se v ní mj.: „*Ochranná opalovací kosmetiku, tzv. sunscreeny, doporučujeme používat až u dětí od 6 měsíců věku.*“ Ochranná opalovací kosmetika je označení výstižné, přesné a pro oficiální komunikaci vhodné, k nedorozumění nemůže dojít. Proč tedy ten *sunscreen*? Čeští rodiče samozřejmě neříkají malým dětem *ted' ti namažu tvářičky sanskrýnem*, funkci přiblížit výrazovou polohu textu perspektivě adresátů tedy *sunscreen* nemá. Jeho výhodou by mohla být krátkost, ale tuto výhodu ruší nutnost užití dvou synonymních pojmenování vedle sebe. Bez uvedení českého ekvivalentu by byl totiž tento výraz pro naprostou většinu adresátů textu nesrozumitelný, protože se v češtině zkratka neužívá. S největší pravděpodobností má *sunscreen* v textu funkci signalizovat odbornost, vytvořit v mysli adresátů představu, že autor je odborník s mezinárodním rozhledem.

Je-li takový anglický termín kratší než jeho český ekvivalent, nepomůže domácímu výrazu ani jeho dlouhodobé běžné užívání: kdežto dřív se při volbách vždy mluvilo o *průzkumech ve volebních místnostech*, v červnu 2010 hned několik redaktorů a moderátorů Českého rozhlasu 1 užívalo (bez vysvětlení jeho významu) výrazu *exit poll*, aniž by jim došlo, že mu mnoho posluchačů nebude rozumět.

Nobilitační, prestižní funkci mají i anglická pojmenování pracovních pozic, která se začala objevovat v českých pracovních inzerátech už v 90. letech. Hybridní názvy jako *vedoucí úseku non-food* můžeme vnímat jako komické, avšak úsměv nám ztuhne na rtech, když zjistíme, že mnozí zaměstnanci se s hybridními nebo zcela anglickými názvy pracovních pozic, které zastávají, ztotožňují a uvádějí ve formulářích do kolonek „povolání“ např. *junior event manager* nebo *sales and marketing specialist*.

Anglicizace české slovní zásoby se uplatňuje i v oblasti zkratk. K některým českým názvům mezinárodních nebo mezinárodně se prezentujících akcí a institucí jsou přidávány i zkratky jejich anglických ekvivalentů; k pojmenovávanému předmětu se tak odkazuje českým pojmenováním a vedle toho zkratkou, která s ním nesouvisí. Příklad: radniční noviny jedné z pražských městských částí upozorňují občany, které památky budou otevřeny během *Dnů evropského dědictví (EHD)*. Jinou možností je přesadit zkratku běžně užívanou v angličtině prostě do českého textu a spolehnout se na to, že adresáti ji pochopí. Tak např. Český rozhlas 1 informoval ve zprávách, že *herec Dennis Hopper zemřel ve svém domě v el ej*.



[Angličtina na počítači](#)

Revoluční výuka angličtiny na doma. Vyzkoušejte zdarma demoverzi!

www.landi.cz/Verze2011

[TELEVIZE](#)

Novou můžete mít doma už dnes. Chcete ji doručit, nebo vyzvednout?

www.Datart.cz

[Ga-ga bubu-lulú dábdáb](#)

Nerozumíte řeči svého dítěte? Použijte Pampers online slovník!

www.Pampers.cz

AdChoices

[Autoškola Student | Praha](#)

Řidičský výcvik, školení řidičů, výuka v cizím jazyce, kondiční jízdy

www.autoskolastudent.cz

AdChoices

Jak se tedy zdá, prisuzuje řada rodilých Čechů včetně tvůrců veřejných sdělení angličtině vyšší prestiž než svému národnímu jazyku. Vedle zvýšeného užívání anglických slov může mít takový postoj i podobu upřednostňování angličtiny jako komunikačního kódu mezi Čechy. Příkladem buďtež jazykově hybridní letáky nelegálně nalepené na chodnících v rámci volební kampaně Strany zelených v roce 2010: *Zelení is not dead / Greens up / Volte 20*. Protože politické strany mají zpravidla své marketingové strategie pečlivě propracovány, lze se obávat, že tato bizarní makarónština byla zacílena na nějakou relevantní sociální skupinu, která ji přijímá – buď jako „hustou“, respektive „cool“, nebo dokonce jako normální.

Snahu vyšperkovat veřejnou oficiální komunikaci anglickými slangovými výrazy a termíny přejatými z angličtiny bychom mohli přiléhavě označit jako snobizaci vyjadřování. Jenomže snobizace je bohužel anglicismus...