

# *Univerbizované názvy jevů prezentovaných v médiích a v publicistických textech*

IVANA KOLÁŘOVÁ

(Brno)

## 1. Jazykové prostředky mediálních textů a jeho vliv na prostředky jiných oblastí

Jazyk médií a publicistických textů v širokém slova smyslu na jedné straně odrazí vývojové tendence v užívání jazykových prostředků gramatických i lexikálních a slovtvorných, na straně druhé mediální a publicistické projevy svou autoritou výrazně ovlivňují způsoby vyjadřování většiny čtenářů/posluchačů od dětského věku a proměny jazyka a užívání jazykových prostředků i v textech jiných stylových oblastí (Čechová, Krčmová, Minářová 2008: 248–249). Můžeme tedy předpokládat, že působí též na rozvoj komunikačních kompetencí (Bína 2008, Strejčková 2008).

Mediální, publicistické projevy jsou projevy veřejnými, předpokládáme tedy, že základem psaného i mluveného vyjadřování v médiích by měl být jazyk spisovný (též Becka 1992: 31–36). Současně však jazyk a řeč médií přejímají živé jazykové prostředky z úzu každodenní komunikace a je zřejmé, že právě vlivem médií začínají být původně hovorové, nebo i obecněčeské a slangové výrazy (srov. též Čechová, Krčmová, Minářová 2008: 261) užívány v textech evidentně spisovných s vyšší vyjadřovací funkcí – v textech zpravodajských, v publicistických<sup>1</sup> textech s odbornou tematikou a pronikají např. do literatury faktu či do textů populárněnaучných.

---

1 Pojmy *publicistické texty* a *mediální texty* nebudeme pro potřeby této stati rozlišovat, mohou být tedy užity i jako synonymní.

### 1.1. Odras současných slovotvorných postupů v mediálních a publicistických textech

Zaměřme-li se na pronikání slovotvorných tendencí a slovotvorných prostředků do mediálních textů, je zřejmé, že se v nich odráží mj. také postup pro současnou češtinu typický – univerbizace – tvoření jednoslovných názvů z původních sousloví nebo ustálených spojení slov (Helcl 1963: 29; Karlík, Nekula, Pleskalová a kol.: 505–506).<sup>2</sup> Dosavadní výzkumy univerbizátů dokázaly, že většina z nich převládá právě právě v textech publicistických<sup>3</sup>, a to i psaných. Další oblast jejich výskytu je umělecká literatura, někdy pronikají i do literatury faktu a textů odborných.

Univerbizace patří k nejvíce produktivním slovotvorným postupům v současnosti, především univerbizace derivační (někteří autoři hovoří o resuffixaci, neboť univerbizáty bývají tvořeny nejčastěji od již odvozených slov, u nichž původní sufix odpadá, srov. např. Stašková, 2008). Méně časté jsou univerbizace konverzní a univerbizace eliptická (Szczepańska hovoří o substantivizaci, neboť nejčastěji jsou univerbizáty vzniklé elipsou substantivizovanými adjektivy, srov. Szczepańska 1994: 17–18; Sochová 1966: 82–83; Orloš 2008: 360–361).

### 1.2. Univerbizáty a jejich konkurence s názvy víceslovnými

Výraz považujeme za univerbizát tehdy, konkuruje-li skutečně užívanému víceslovnému pojmenování (Jedlička, 1978: 170; Szczepańska 1994: 11). Dosavadní výzkumy ukázaly, že většině univerbizátů, které jsme zkoumali<sup>4</sup>, odpovídá sousloví 'adjektivní atribut + substantivum' (cca 80 %) a slovnědruhovou platnost základového slova (při výzkumech většího množství univerbizátů se ukázalo, že většina z nich – opět kolem 80 % – je odvozena od adjektivních slovotvorných základů).

Ze slovotvorných postupů jednoznačně převládá derivace sufixální, popř. konverze (oba slovotvorné postupy pokrývají více než 90 % ze zkoumaných univerbizátů), méně než 10 % vzniklo v důsledku elipsy nebo přechodem ze sousloví ve složeninu, ze sufixů se nejčastěji uplatňují *-ák* a *-ka* (ve více než 75 %).

2 Isačenko nazývá tento proces kondenzací (Isačenko 1958: 146–150).

3 Sledovali jsme univerbizované výrazy v textech zahrnutých do Českého národního korpusu SYN, obsahujícího korpusy SYN2000, SYN2005 a SYN2006PUB (blíže o nich viz <http://www.korpus.cz/struktura.php>). Ukázalo se, že většina sledovaných univerbizátů má nejvyšší výskyt v textech publicistických, zejména univerbizáty s vyšší frekvencí.

4 Detailně jsme zkoumali a třídili podle různých hledisek více než 500 univerbizátů pro potřeby připravované publikace Kapitoly z české gramatiky.

Všechny statistické údaje zde v části 1.2. se týkají tohoto výzkumu.

Výzkumy univerbizátů též ukazují potřeby sledovat nejen jejich stylové zabarvení, ale současně styl textů, v nichž se příslušný univerbizát v médiích vyskytuje, a souvysyt těchto univerbizátů s výrazy jiného stylového zabarvení. Všimát si budeme též případné homonymie univerbizátu s jinými výrazy.

## 2. Univerbizáty v mediálních textech a jejich třídění

Zaměříme se na univerbizované názvy jevů, které souvisejí s médii – s prací v médiích a s prací v oblastech v médiích často prezentovaných (film, hudba, zpravodajství, žurnalistika):

- názvy osob – pracovníků v médiích, popř. pracovníků v oblastech prezentovaných v médiích (u filmu, v hudbě...), umělců;
- názvy akcí prezentovaných v médiích a souvisejících s prací v médiích;
- uměleckých děl – filmů, skladeb, her.

Univerbizáty rozdělujeme do jednotlivých skupin:

- podle jejich významu (podle skutečnosti, kterou označují);
- podle základového slova, od něhož je univerbizát vytvořen, podle slovtvorného prostředku (zpravidla sufixu) a slovtvorného postupu.

Všimáme si též podoby sousloví, kterému univerbizát konkuruje, a frekvence univerbizátů a jejího poměru k frekvenci konkurujícího sousloví. Při sledování výskytu jednotlivých univerbizátů v konkrétních textech půjde především o hodnocení stylové charakteristiky jazykových prostředků v těchto textech a její srovnání se stylovou hodnotou univerbizátu.

### 2.1. Názvy osob

Sledujeme univerbizované názvy:

- povolání uplatňovaných v oblastech preferovaných médii (kultura, film, hudba, výtvarné umění) nebo přímo při práci v médiích: *bigbiták, dětěpák, folkař/folkač, popík, pomocňák, vážňák, zprávař*;
- typů (převážně filmových, divadelních) postav jako objektů sledovaných v médiích: *klad'as, animák, záporňák*.

#### 2.1.1. Univerbizáty se sufixem -ák<sup>5</sup>

---

5 Není-li uvedeno jinak, řadíme univerbizáty v rámci významové skupiny vždy podle jejich nejvyšší frekvence.

Univerbizáty s tímto sufixem v názvech osob převažují, označují:

a) umělce podle zaměření (zejména hudebního):

*bigbíták* 3/10/45 (bigbítová kapela – 10/16/100, bigbítová skupina – 7/3/42, bigbítová legenda – 0/2/13, bigbítový veterán – 0/0/3, bigbítový hráč – 0/0/2, bigbítový kytarista – 0/0/2, bigbítový muzikant – 1/0/1, bigbítový zpěvák – 0/0/1, bigbítový idol – 0/0/1)

*vážňák* 1/1/2 (skladatel vážné hudby – 11/16/66, interpret vážné hudby – 7/4/36, autor vážné hudby – 2/0/12, osobnost vážné hudby – 0/0/11)

b) typy (filmových) postav:

*animák* 6/0/16 (animovaná postava – 7/4/36, animovaná figurka – 3/1/10, animovaný hrdina – 2/2/19, herec – 0/2/2, figura – 1/0/1)

*zápornák* 0/0/9 (záporný hrdina – 17/11/49, záporná postava – 22/28/95)

c) povolání – technické profese v médiích

*dětěpák* 3/0/0 (DTP-tvůrce – 4/0/0, DTP-pracovník – 2/0/1, operátor DTP – 1/0/0, DTP operátor 0/1/0, DTP-výrobce – 1/0/0)

*pomocňák* – 0/0/1 (pomocný režisér – 25/20/54)

## 2.1.2. Univerbizáty s dalšími sufixy

### 2.1.2.1. Univerbizáty se sufixem *-ar*

Označují:

a) umělce/interprety a tvůrce podle zaměření (zejména hudebního):

*folkař* 89/27/420 (folkový zpěvák – 41/24/155, folkový písničkář – 18/12/138, folkový hudebník – 3/3/29), jeho slovtvornou variantou je univerbizát *folkáč*

b) žurnalistické profese:

*zprávař* 2/7/9 (hlasatel zpráv – 1/4/8)

### 2.1.2.2. Univerbizát se sufixem *-áč*

Označuje umělce/interpreta podle zaměření (zejména hudebního):

*folkáč* 3/6/50 (folkový zpěvák – 41/24/155, folkový písničkář – 18/12/138, folkový hudebník – 3/3/29) – varianta slova *folkař*

### 2.1.2.3. Univerbizáty se sufixem *-as*

Označuje typ filmové postavy:

*kladás* 17/12/58 (kladný hrdina – 60/56/166, kladná postava – 17/18/54)

### 2.1.2.4. Univerbizáty se sufixem *-ík*

Označuje umělce/interpreta, tvůrce podle zaměření (zejména hudebního):

*popík* 2/3/5 (popový hudebník – 0/0/2, popový kytarista – 0/0/1, popový zpěvák – 13/32/82)

### 2.1.3. Hodnocení výskytu univerbizátů

Mezi názvy osob převládají univerbizáty konkurující sousloví 'adjektivní atribut + substantivum', pouze slovo *dětěpák* odpovídá sousloví 'zkratka + substantivum' a *zprávař* sousloví 'substantivum + neshodný genitivní atribut'.

Zpravidla je výrazně vyšší frekvence sousloví než frekvence univerbizátu, pouze frekvence slov *folkař* a *zprávař* je vyšší než frekvence jim odpovídajících sousloví a poměr frekvencí silně expresivního slova *folkač* a příslušných sousloví je v novějších SYN2005 a SYN2006PUB cca 1:3.

Frekvence univerbizátů bývá často výrazně nejvyšší v korpusu nejnovějších publicistických textů SYN2006PUB, což dokládá nejen významovou a věcnou souvislost těchto výrazů s mediálními jevy, ale též jejich vázanost na mediální psané texty.

Většina univerbizátů v 2.1 je tvořena slovtvornými prostředky uplatňujícími se v obecné češtině nebo ve slangu (Hubáček 2007: 3-4). Jejich nízký výskyt v psaných textech souvisí s jejich stylovým zabarvením: s výjimkou slov *folkař* a *zprávař* jde o výrazy substandardní se značným stupněm expresivity, která souvisí nejen se sufixem, ale též s kombinací sufixů *-as*, *-ák* s palatální kmenovou souhláskou (*pomocňák*, *vážňák*, *záporňák*, *bigbíták*, *kladás*).

### 2.1.4. Výskyt univerbizátů v kontextu

Spíše standardní stylovou hodnotu slova *folkař* a *zprávař* potvrzuje jejich výskyt v textech různých stylových zabarvení. Najdeme je:

– v textu s výrazy spíše neutrálními:

Především však vymyslel styl „skiffle“, jenž inspiroval tisíce mladých muzikantů včetně Johna Lennona a změnil dobové hudební scény. Songy amerických **folkařů** smísil s odkazem na anglické meziválečné music hally. (publicistický text)<sup>6</sup>

– v textu s výrazy hovorovými (*ostrílení folkaři*, *utká se mezi sebou*), až expresivními *bigbítáky*:

Na pódiu se mezi sebou utká pět hudebních skupin a šest sólistů. Mezi dvaadvaceti účinkujícími nebudou chybět vedle finalistů i ostrílení **folkaři** – například Fleret, Nadoraz, Vladimír Mišík a Ivan Hlas. (publicistický text)

6 Všechny citované doklady pocházejí z Českého národního korpusu SYN (o něm blíže v poznámce 3). Uvádíme u nich vždy stylovou oblast, do níž jsou tvůrci korpusu zařazeny.

Kapela se rozpadla, někteří muzikanti emigrovali, Burian zůstal sám s druhým kytaristou a zpěvákem Milanem Okřínem. Hráli spolu v duu, jako kdyby měli za zády basu a bicí. „Pořád jsme se považovali za bigbítáky, nikdy jsme se necítili jako **folkari**. V té době nám psal texty Drahoš Čadek.“ (publicistický text)

Na vypracování jednotlivých reportáží se budou podílet pokud možno ti nejlepší specializovaní novináři – nejenom komentátoři, ale také tzv. „**zprávaři**“, to znamená novináři, kteří se pohybují na místech událostí a mohou mít tzv. inside informace, které do normálního zpravodajství nelze použít. (publicistický text)

Chystáme ryze zlínské zpravodajství s týmem **zprávařů**, který bude přinášet nejčerstvější novinky nejen z jejich kraje, ale hlavně z jejich města, čtvrti či ulice. (publicistický text)

Není překvapivý výskyt univerbizátů *folkáč*, *animák*, *bigbíták* v textech s výrazy expresivními (*motalo se kolem*, *festák*), někdy pejorativně zabarvenými (*škrob*, *nalití blbí šťastní malí kluci*):

Není tedy divu, že když vydali první desku, motalo se kolem toho **folkáčů** jak na Zahradě. (publicistický text)

Nejsem škrob, a přece se mi nechce dávat za **folkáče** tolik. Tak jedu místo na festák do lesa. (publicistický text)

Hraní vsedě a skromně obsazení napovídá, že jde napul o hru: hrajeme bigbít, ale trochu si taky hrajeme na **bigbítáky**, však je znáte, výlučnost, světabol, nesoudnost a ty konce. “Nalití blbí šťastní mladí kluci,” jak říká opera SSSS, anebo taky “nejlepší kapela na světě, na penále”. (publicistický text)

Ovšem může se to brzy změnit, bodově rozdíl v první trojce se totiž smrskly na pouhé dva hlasy. Ve 242. Zlatáčích začal řídit další **animák**. (publicistický text)

Ovšem i slova *folkáč* a *animák* najdeme v textech s výrazy pouze hovorovými. A překvapivě se téměř výhradně v takových textech, tj. bez výraznějšího citového zabarvení, bez expresivních výrazů, nachází také slova *bigbíták* a *vážňák* i jediný doklad univerbizátu *pomocňák*:

Přesto mi to nedá a zkusím to dál. O to více obdivuji lidi, kterým se to daří. Hodně jsem se potýkal s myšlenkami, zdali **folkáčům** patří jejich solidní peníze. Dnes vím, že to byla obyčejná závist. (publicistický text)

Mně zase jel vlak, tak jsme se vydali pěšky na nádraží, kde bydleli i bydlí budejovičtí **folkáci**. (publicistický text)

Space Jam – přátelé králíka Bugse musejí vyhrát intergalaktický zápas, jinak padnou do zajetí kosmických příšerek. Film kombinující herce a „**animáky**“. (publicistický text – úryvek z televizního programu)<sup>7</sup>

7 V podobně znějící větě se v jiném textu programu objevuje sousloví „animované postavičky“, srov.: *Space Jam – přátelé králíka Bugse musejí vyhrát intergalaktický zápas, jinak je zajmou zlé*

Než se dostane k tvorbě svého dalšího avantgardního díla, není na škodu něco se přiučit u konkurence. Na rozdíl od svých "hrajících" kolegů Radim zůstal věrný režii a dělá Věře Chytilové **pomocníka**. Není to právě nejděčnější funkce, ale on své hlavní poslání býtí hromosvodem režiserčinyh tvůrčích muk stoicky ustojí. (publicistický text)

Za rázně vykročení přes hranice žánru považuje spolupráci s AG Flekem a Vlastou Redlem, dále s Emilem Viklickým a Jiřím Stivínem a taky s "važňákama", jak sám říká. Sam nikdy netoužil zviditelňovat se. (publicistický text)<sup>8</sup>

Ukazuje se tedy, že zejména u výrazně substandardních univerbizovaných názvů osob jejich expresivita a příslušnost spíše do oblasti slangové často nekoresponduje s užitím v textu s výrazy stylově méně příznakovými a nepříznakovými.

## 2.2. Názvy akcí

### 2.2.1. Univerbizáty se sufixem *-ka*

#### 2.2.1.1. Akce prezentující média

*filmovka* 0/0/41 (letní filmová škola – 148/91/691)

#### 2.2.1.2 Akce prezentující média i prezentované v médiích

*zahajovačka* 18/1/0 (zahajovací koncert – 99/45/579, zahajovací akce – 6/5/13, zahajovací slavnost – 1/3/10)

*předváděčka* 31/29/53 (předváděcí akce – 38/21/118, předváděcí den – 6/3/40, předváděcí představení – 1/2/2)

#### 2.2.1.3. Akce charakterizující práci v médiích časově (*nočka*) nebo podle práce s technickým zařízením (*kamerovka*)

*kamerovka* 1/2/3 (kamerová zkouška – 21/31/93)

*nočka* 1/1/1 (noční směna – 110/139/382, noční natáčení – 4/2/15)

### 2.2.2. Hodnocení výskytu univerbizátů

Všechny univerbizované názvy akcí jsou tvořeny od plného adjektivního kmene (s výjimkou slov *nočka*, tvořeného od redukovaného kmene) a konkurují souslovím 'adjektivní atribut + substantivum'. Zatímco názvy osob jsou odvozeny převážně od adjektiv desubstantivních, názvy akcí jsou tvořeny od adjektiv desubstantivních (*kamerovka*, *filmovka*, *nočka*) i deverbativních (*předváděčka*, *zahajovačka*).

---

*příšerky – příběh kombinující herce a animované postavičky. (publicistický text)*

<sup>8</sup> Slovo „važňák“ je ve všech textech z Českého národního korpusu užitó v uvozovkách.

Frekvence univerbizovaných názvů akcí je (podobně jako frekvence univerbizátů označujících osoby) většinou mnohonásobně nižší než frekvence odpovídajících sousloví s výjimkou názvu *predváděčka*, který má v SYN2006PUB přibližně poloviční výskyt ve srovnání se souslovím a v SYN2005 dokonce výskyt vyšší.

### 2.2.3. Výskyt univerbizátů v kontextu

Doklady opět ukazují výskyt těchto univerbizátů v textech s různě stylově zabarvenými výrazy. *Kamerovka* a *filmovka* se objevuje v publicistických textech s hovorovými výrazy (*brejlatej klučina, přešlapoval z nohy na nohu, vymáčknout ze sebe všechno, čertili se*), *filmovka* i v textech s výrazy spisovnými neutrálními:

Tam za mnou přišel brejlatej klučina, přešlapoval z nohy na nohu a řekl, že je Saša Gedeon. A to už jsem věděl, kdo to je. Řekl mi, že hledá hlavní roli do svého filmu. Pak mi poslal torzo scénáře. Já jsem měl strach z **kamerovek**, protože nemám rád ty konkurzy, kde se čeká na chodbě a lidi chodí po jednom a snaží se ze sebe vymáčknout všechno, co v nich je, protože se snaží zaujmout. (publicistický text)

ČTK: **Filmovku** podpoří Uherské Hradiště - Konání letní filmové školy ve městě budou dál podporovat radní v Uherském Hradišti. (publicistický text)

„Díky za ně“, vzkázali z **filmovky** a čertili se, že akce, o kterých nikdo v republice neví, dostávají třikrát větší dotace. (publicistický text)

Pestry je výskyt slova *zahajovačka*: převážná část dokladů pochází z internetových textů Clavis:

– s výrazy hovorovými:

Pár z nich vede nebo pomáhá s oddíly, zbytek se sporadicky zúčastňuje nebo podílí na přípravě nějakých akcí. Na **zahajovačce** padly hlasy, že tato skupina by měla postupně „zpasivnět“ a přenechat prostor mladším. (Clavis)<sup>9</sup>

Dopisoval jsem si zažitky a postřehy z několika posledních akcí a přitom jsem ji prolístoval zpátky. A narazil jsem i na to, co jsem si napsal večer 7. září po **zahajovačce** 11. oddílového roku. Kdybych mohl vidět, co nás všechno letos čeká. (Clavis)

– se slovy výrazně expresivními (*spacáky, vlčáci, vyměkli jsme, tadydá*), někdy v nich však nechybějí ani gramatické tvary, které bychom chápali spíše jako knižní (*je vybaleno*):

---

9 Kódy identifikující texty v ČNK řadí internetové texty Clavis do literatury faktu.



## Univerbizované názvy jevů prezentovaných v médiích

IVANA KOLÁŘOVÁ

Zatímco většina roverského kmene se ještě choulila ve spacácích kdesi v okolí Stražného vrchu a Parádnice, vlčáci se chystali na sraz **zahajovačky**, já jsem poněkud nervózně pospíchala na Smíchovské nádraží. (Clavis)

Jak si sedne na židli, napíchne se na napínaček, lekne se a nadskočí – a přilepí se na mucholapku. Tadydydá. Vyměkli jsme? Alík: Vrátila jsem se ze **zahajovačky**. Vybaleno už je, a tak trochu uklízím v pokoji. (Clavis)

### 2.3. Názvy uměleckých děl

Názvy uměleckých děl prezentovaných v médiích tvoří nejpočetnější skupinu a také skupinu nejvíce různorodou. Najdeme mezi nimi:

- názvy filmů
- názvy divadelních her
- názvy hudebních děl

#### 2.3.1. Názvy filmů

Označují filmy podle:

- délky,
- tvůrce
- žánru
- předpokládaného působení na diváka

##### 2.3.1.1. Názvy filmů se sufixem *-ák*

Jde o univerbizované názvy:

a) podle délky filmu:

*celovečeraák* 17/9/21 (celovečerní film – 305/254/1357)

b) podle tvůrce:

*absolventák* – 1/0/0 (absolventský film – 31/7/90)

c) podle žánru, obsahu:

*akčňák* 3/2/18 (akční film – 808/261/2545, akční pořad – 0/1/4) a varianta *akčák* 0/0/1, variantou je též *akčňárna*<sup>10</sup>. (srov. 2.3.1.2)

*animák* 1/1/4 (animovaný film – 612/277/3087)

*porňák* 0/1/0 (pornografický film – 45/20/139, pornografický snímek – 2/3/31), variantami jsou slova *pornáč* (srov. 2.3.1.2), *pornofilm* a *pornosnímek* (srov. 2.3.1.3)

*dokumenták* – 3 doklady na internetu (dokumentární film – 765/360/2211)

d) podle předpokládaného působení na diváka / subjektivního hodnocení diváky:

10 Slova *akčárna* a *akčňárna* někdy též označují „akční počítačové hry“.

*doják* 9/12/15 (dojemný snímek – 1/2/11, dojemný film – 4/3/5, dojemná komedie – 1/0/3, dojemné drama – 0/0/2, dojemná hra – 0/1/0, dojímavý film – 0/0/1, dojímavé drama – 0/0/1, dojímavý snímek – 0/0/1)

*drasťák* – 316 (drastický film – 1/0/8, drastický snímek – 3/1/6, drastická scéna – 10/6/38)

### 2.3.1.2. Názvy filmů s jinými sufixy

#### a) názvy filmů podle délky:

– se sufixem *-as*

*krat'as* 7/3/15 (krátký film – 421/166/1437, krátký snímek – 31/11/89, krátkometrážní film – 13/19/101, krátkometrážní snímek – 10/8/67)

#### b) názvy filmů podle žánru:

– se sufixem *-ka*:

*kriminálka* 19/22/56 (kriminální film – 266/47/622, kriminální příběh – 41/20/244)

– se sufixem *-árna*:

*akčňárna* 0/1/0 (akční film – 808/261/2545, akční pořad – 0/1/4, akční kniha – 0/0/1)

– se sufixem *-áč*:

*pornáč* 0/3/1 (pornografický film – 45/20/139, pornografický snímek – 2/3/31); jde o variantu univerbizátu *porňák*

#### c) názvy filmů podle účelu:

– se sufixem *-ka*:

*oddechovka* 2/2/9 (oddechový film – 2/0/7, oddechový pořad – 1/1/3)

### 2.3.1.3. Názvy filmů tvořené přechodem sousloví ve složeninu

Jde o názvy filmů podle žánru:

*pornofilm* 64/100/287 (pornografický film – 45/20/139)

*pornosnímek* 4/11/36 (pornografický snímek – 2/3/31)

*krimifilm* 182/9/248 (kriminální film – 266/47/622)

*krimipříběh* 14/2/24 (kriminální příběh – 41/20/244)

### 2.3.1.4. Hodnocení výskytu univerbizovaných názvů filmu

Univerbizované názvy filmů odpovídají souslovím 'adjektivní atribut + substantivum', atributem je adjektivum desubstantivní odvozené od substantiva domácího (*oddechový*) a často od substantiva přejatého (*dokumentární, kriminální, absolventský, akční, pornografický*), adjektivum deverbativní (*animovaný, dojemný/dojímavý*), složené (*celovečerní*) nebo původní neodvozené (*krátký*)

### 2.3.1.5. Výskyt univerbizovaných názvů filmů v různých kontextech

Převažují opět názvy substandardní s vysokým stupněm expresivity – zejména slova s příponou *-áč* a *ta*, v nichž se přípony *-ák*, *-as*, *-árna* připojují k slovtvornému základu končícímu palatální souhláskou. Univerbizáty se sufixem *-ka* se projevují jako méně expresivní, tj. jako spíše hovorové. Za spíše stylově neutrální můžeme považovat univerbizáty složené – *krimifilm*, *krimipříběh*, *pornofilm*, *pornosnímek*, jimž konkurují zkrácené (zřejmě hovorové nebo slangové) podoby *porno-*, *krimi*<sup>11</sup>.

U univerbizátů, které považujeme za spisovné, převažují výrazy se složkou *porno-* nad odpovídajícím souslovím, naopak týmž souslovím konkurující univerbizáty se sufixy *-áč* a *-ák* se vyskytují ojediněle. I další univerbizáty jsou buď ojediněle (*absolventák*, *akčák*, *akčňárna*, *dokumenták*, *porňák*), nebo zřídka se vyskytující (*kratas*, *animák*, *celovečerák*, *akčňák*), nízký ve srovnání s odpovídajícím souslovím je i výskyt slova *kriminálka*.

Podobně jako u názvů osob a akcí je také u univerbizovaných názvů filmů zřejmě, že jejich stylově zabarvení často nekoresponduje s kontexty, v nichž se vyskytují: např. výrazy *celovečerák*, *absolventák* se objevují v textech zachycujících subjektivní postoje s výrazy hovorovými (*čerstvý maturant*, *ono to nebylo tři dny...*), bez výrazněji expresivních jazykových prostředků:

Oba polodokumenty šly do kin v roce 1963 pod názvem Konkurz. Byl to v tom roce můj druhý film, protože pár měsíců před ním měl premiéru můj první *celovečerák*. (publicistický text)  
Vyhráli jsme festival v Tokiu a dostali od Japonců peníze na první *celovečerák* – Indiánské léto. Natočili jsme ho díky Milošovi – ne proto, že stál za kamerou – ale protože mne učil vědět, co vlastně chci. (publicistický text)

Wolfgang Petersen (...) si v Hamburku jako čerstvý maturant vyzkoušel divadelní režii a po absolvování hereckého kurzu studoval divadelní vědu a později v Berlíně film. Jeho „*absolventák*“ *Zabiju tě, Wolfe* převzala televize, kde sbíral i první profesionální zkušenosti. (publicistický text)

Barva hercova hlasu se třeba podobá originálu, ale výraz postavy na rozdíl od původní verze zůstává v jediné přímocharé rovině: jako by dejme tomu medvídek Balů nebyl střídava něžný, smutný, krutý – jako by šlo „jen o *animák*“. (publicistický text)

– v textech s výrazy hovorovými, až slangovými (*pachtit se*, *makat*):

Můj syn produkoval dva mé filmy a pak měl pocit, že by měl taky něco natočit. Ale místo toho, aby se pachtil za *celovečerákem*, naučil se čínsky, žil čas v Číně a natočil o ní dokument. (publicistický text)

11 Negativní vyznění slov *pornofilm*, *pornosnímek* souvisí s charakterem označovaného objektu. Zkrácenými podobami *porno*, *krimi* zabývat nebudeme, k univerbizátům je neradíme.

## Stylistyka XIX

Až do roku 1991 jsem opravdu makal víc než deset hodin denně. Dělal jsem třeba tři **celovečeračky** najednou a ještě hrál. (publicistický text)

Pozoruhodný je z tohoto hlediska výskyt slova *krat'as* – bez kontextu působí jako výrazně expresivní, vyskytuje se:

– v textech s dalšími expresivou (*hmožděj, lopotěj, kupa šrotu...*) a s gramatickými tvary obecněčeskými

...konečně jsem odvezl knížky do antikvariátu, celkem to hodilo jen dvě stovky, ale lepší než kdyby se povalovaly ve sklepe. Jirka sestřihal ten **krat'as** z fabriky, udělal to úplně geniálně, celou dobu se tam všichni hmožděj a lopotěj, a nakonec je z toho kupa šrotu. (umělecký text)

– v textech pouze hovorových a neutrálních.

V sekcích „officina veneziana“ a „corte fortissimo“ se mají objevit nejlepší **krat'asy** (jejich organizátorka, Polka z Benátek Malgorzata Fudalová, akvírovala letos v Krakově, a snad i u Čestmíra Kopeckého v Praze). (publicistický text)

Podobně v textech hovorově zabarvených najdeme výrazy *akčňák, akčňárna*:

Po výmluvném argumentu následovala nabídka na akční film Krvavý sport. Po několika dalších „**akčňácích**“ se dostal do povědomí diváků. (publicistický text)

Nejvýraznějším dílem přehlídky byla v premiéře uvedena Noční múra Petry Hauerové – razantní laserový **akčňák**. (publicistický text)

Nastražené pasti revolučních pokřitelů časoprostoru, jak psal J. Křesadlo, jsou všude kolem nás a mají ještě záruční lhůtu. Dusno lze léčit snad jen nějakou tou **akčňárnou** nebo scifárnou. Ostatně o literatuře sci-fi jsem ještě nepsal. (publicistický text)

Výrazně (spíše negativně) expresivní slova *porňák, pornáč* se vyskytla častěji v textech z umělecké literatury se slovy expresivními (popř. až vulgárními). Rozdíl je mezi zabarvením textů s nimi a se složenými slovy *pornosnímek, pornofilm*:

Všichni do jednoho uvádějí, že tráví mnoho času před videem, kde sledují, jak říkají, **akčňáky** a **pornáče**. Knihy nečtou vůbec. (publicistický text)

Zahihňala se. „Copak k tomu potřebuješ **pornáče**? To jsem netušila“. (umělecký text)

Podle jejich přání soudím, že by klidně dokázala dělat režisérku **pornofilmů**. (publicistický text)

### 2.3.2. Názvy her

Tyto názvy tvoří menší skupinu ve srovnání s názvy filmů. Označují hry:

– podle počtu jednání

– podle žánru

– odvozené od názvu hry nebo příjmení autora

Všechny názvy her jsou tvořeny sufixem *-ka* od adjektivního derivačního základu.

#### 2.3.2.1. Názvy her podle délky / počtu jednání

*tříaktovka* 1/1/1 (tříaktová opera – 1/1/4, tříaktová hra – 0/3/2, tříaktové dílo – 0/0/1, tříaktový muzikál – 0/1/0, tříaktová tragédie – 0/1/0, tříaktová fraška – 0/0/1)

*jednoaktovka* 86/59/269 (jednoaktová hra – 13/5/68, jednoaktová opera – 12/8/52, jednoaktová komedie – 1/11/3, jednoaktová veselohra – 0/8/0, jednoaktový balet – 0/0/7, jednoaktová smutnohra – 2/0/0, jednoaktová fraška – 0/0/2, jednoaktová hříčka – 1/1/1, jednoaktová předehra – 1/0/0, jednoaktové představení – 1/0/0, jednoaktová groteska – 0/0/1, jednoaktová humoreska – 0/0/1, jednoaktový muzikál – 0/0/1, jednoaktová satira – 0/0/1)

#### 2.3.2.2. Názvy her podle žánru

*konverzačka* 27/28/76 (konverzační hra – 7/7/16, konverzační fraška – 0/0/2, konverzační komedie – 63/20/252, konverzační veselohra – 3/3/6)

#### 2.3.2.3. Názvy her odvozené od vlastních jmen

a) názvy her odvozené od slova (adjektiva) v názvu hry:

*Prodanka* – 565 odkazů v internetových textech (*Prodaná nevěsta* – 241/179/1065)

b) názvy her odvozené od z příjmení autora:

*werichovka* 0/0/1 (*werichovská* pohádka – 0/0/4, *werichovský* příběh – 0/0/1, *werichovské* představení – 0/0/1, *werichovská* komedie – 0/0/1)

#### 2.3.2.4. Hodnocení výskytu univerbizovaných názvů her

Jsou tvořeny od plného kmene adjektiv desubstantivních odvozených od substantiv pojmenovávajících žánr (*konverzačka*) nebo od adjektiv složených (*jednoaktový*, *tříaktový*).

Názvy *jednoaktovka* a *konverzačka* mají frekvenci převyšující výskyt sousloví, v ostatních případech však jde o názvy vyskytující se ojedinele, popř. byly nalezeny pouze na internetu.

#### 2.3.2.5. Výskyt univerbizovaných názvů her v konkrétních kontextech

Názvy her se vyskytují téměř v publicistických textech bez výrazů stylově příznakových, popř. je najdeme v textech s výrazy hovorovými:

Dnes je celá Praha vzhůru, rád ten žánr ale neměl, nebyla to operetní klasika. Pak přišel na nápad psát divadelní hry pro ochotníky: jedno obsazení, pár kulis, malá výprava. Krásně se tím dalších dvacet let živil, až do smrti. Napsal těch **tříaktovek** asi třicet. (publicistický text)

Budoucí nejlepší režisér Provázků neměl tehdy šanci v žádném z etablovaných divadélek, kde se uplatnili jen průměrní a bezvýznamní. Napsal jsem pro nás kabaretní hru a přidal k ní **jednoaktovku** Slawomira Mrożka, autora, který se tenkrát u nás vůbec ještě nehrál, ale protože jsme nenašli sál a stále jen zkoušeli v klubu přírodovědecké fakulty, nakonec jsme všechno vzdali. (publicistický text)

Rajmontova inscenace Školy pomluv od irského dramatika 18. století R. B. Sheridana nese všechny znaky klasicky pojeté kostýmní **konverzačky**. Komédie o síle slova mocnějšího než sama realita v sobě ukrývá silný nadčasový potenciál. (publicistický text)

V mnichovském Státním divadle jsem viděl inscenaci své hry Na dotek, která byla zrežirována zcela odlišně, než bych to kdy udělal já. Zatímco mě pojetí vyznává velice temně, tahle inscenace byla taková lehká **konverzačka**. (publicistický text)

### 2.3.3. Názvy skladeb a písní

Tyto univerbizáty tvoří skupinu nejpočetnější, téměř homogenní po stránce slovtvorné (všechny jsou tvořeny sufixem *-ka*, pouze *doják* sufixem *-ák*), ale velmi různorodou významově. Pojmenovávají skladby podle:

- žánru
- počtu interpretů
- nástroje
- předpokládaného působení na posluchače

#### 2.3.3.1. Univerbizované názvy skladeb podle žánru

*lidovka* 89/77/557 (lidová píseň – 335/338/1378, lidová hudba – 238/148/779, lidová písnička – 93/71/385, lidová skladba – 11/1/13)

*swingovka* 5/2/22 (swingová skladba – 3/1/18, swingová píseň – 2/0/8, swingová písnička – 0/0/12)

*countryovka* 2/0/8 (country hudba – 74/26/530, country písnička – 2/7/26, country píseň – 4/3/23, country hit – 2/2/13, country opera – 0/2/7, country balada – 1/0/2; countryová hudba – 5/4/18, countryová píseň – 1/1/6, countryový hit – 2/1/5, countryová balada – 1/1/5, countryová muzika – 2/0/4, countryový evergreen – 1/0/2, countryový muzikál – 1/0/1, countryová písnička – 1/0/1, countryová skladba – 0/0/1, countryový valčík – 0/0/1)

*punkovka* – 1/0/2 (punková skladba – 2/0/3, punková píseň – 0/2/4, punková písnička – 0/1/5, punková deska – 0/0/2)

*soulovka* – 1/0/3 (soulová píseň – 4/1/10, soulová písnička – 0/2/4, soulová skladba – 3/1/5)

#### 2.3.3.2. Univerbizované názvy skladeb podle počtu interpretů

*sólovka* 7/6/31 (sólová deska – 103/53/336, sólová skladba – 12/8/28, sólová nahrávka – 7/6/26, sólová píseň – 2/7/18, sólová písnička – 0/3/7)

2.3.3.3. Univerbizované názvy skladeb podle nástroje realizace

*kytarovka* 10/15/38 (kytarová píseň – 0/2/6, kytarová písnička – 0/3/10, kytarová deska – 1/0/8, kytarová nahrávka – 1/1/2, kytarová skladba – 0/3/23)

2.3.3.4. Univerbizované názvy skladeb podle účelu

*festivalovka* 3/1/2 (festivalové vystoupení – 11/11/58, festivalová nahrávka – 1/0/0, festivalová show – 1/0/4)

*pódiovka* 0/0/1 (pódiová skladba – 6/5/63, pódiové vystoupení – 8/7/35)

2.3.3.5. Univerbizované názvy skladeb podle působení/vyznění

Univerbizát se sufixem *-ák*

*doják* 6/4/8 (dojemná píseň – 0/3/5, dojemná skladba – 0/0/2, dojemný hit – 1/0/1, dojemná hudba – 0/1/0, dojmavá píseň – 0/2/0, dojmavý hudba – 0/1/1, dojmavý hit – 1/0/0)

2.3.3.6. Hodnocení výskytu univerbizovaných názvů skladeb

Názvy skladeb můžeme hodnotit jako substandardní, ovšem s nižším stupněm expresivity.

Odpovídají výhradně souslovím 'adjektivní atribut + substantivum', atributem je desubstantivní adjektivum, pouze univerbizát *doják* je odvozen od adjektiva deverbativního. Základové adjektivum je jen výjimečně domácího původu (*lidový*), zpravidla je odvozeno od substantiva původu cizího a zdomácnělého (*kytara, festival, film, sólo*), popř. od substantiv nesoucích stále výrazný příznak cizosti (*swing, punk, country, soul*), v jednom případě jde o adjektivum nesklonné.

Frekvence většiny těchto názvů je velmi nízká, výjimkou jsou slova *lidovka, sólovka*, která však konkurují souslovím s několikanásobně vyšší frekvencí (jen *lidovka* má srovnatelnou frekvenci s odpovídajícími souslovími v korpusu SYN2006PUB), pouze univerbizát *kytarovka*, má frekvenci vyšší než příslušné sousloví. Výrazy *soulovka* a *punkovka* s nízkou frekvencí současně konkurují i souslovím zřídka se vyskytujícími.

2.3.3.7. Výskyt univerbizovaných názvů skladeb v konkrétních kontextech

Většinu univerbizovaných názvů skladeb bychom řadili mezi výrazy hovorové, spíše s nižším stupněm expresivity. Těto jejich charakteristice odpovídá také výskyt, převládající v publicistických textech:

– s výrazy spisovnými neutrálními:

Vzniká dokument o vstupu spolku do elitní kategorie **kytarovek** (kam ho ostatně řadili experti už po vydání *Pigment*). (publicistický text)

– častěji s výrazy hovorovými (*nejhranější, automaticky se počítá, prostinké, kupa zajímavých nápadů, vystríhl s orchestrem, vjelo do nožek*):

Prostá **kytarovka** - Nohavica, jaký byl - se okamžitě stala nejhranější písní několika rádií. Jestliže Jarek doopravdy opouští pozici osamocенého folkového písničkáře, pak tím, že struktura jeho nových písní jakoby už automaticky počítá "pomocníky". (publicistický text)

Pochválit přes zmiňovaný nedostatek stylu je třeba i melodie Aurisu: obsahují kupu zajímavých nápadů, občas z nich srší swing a i ty nejvíc prostinké **countryovky** (Sazka, Město) mají jiskru. (publicistický text)

V půl deváté opravdu přišel Karel Gott a z pódia vystríhl s orchestrem Felixe Slováčka nikoli žádný ze svých hitů, ale celkem neznámou **swingovku**. (publicistický text)

Když jsem slyšela ten rokenrol, tak mi to vjelo do nožek, že se nedalo jinak. Rozjela jsem to se Sedláčkem a přidala **sólovku**. (publicistický text)

Překvapivě se některé z názvů skladeb často objevují v textech sice bez výrazněji expresivních výrazů, ale příslušnou skladbu spíše negativně hodnotících (*unylá kytarovka, Šmajdák*):

Je to trochu laciné. Po začátcích v podobě unylé **kytarovky**, podivném mezidobí, které mu nikdo nerozuměl, a vrcholu v podobě geniálních a progresivních nahrávek Primal Scream oznámili, že budou hrát jako předkapela Rolling Stones. (publicistický text)

Ze Šmajdaku jsme udělali **countryovku**, říká Vladimír Mišík, trochu jme si pohráli. (publicistický text)

#### 2.4. Homonymie univerbizátů s jinými výrazy

Více než 90 % univerbizátů z naší stati (srov. 3. *Závěr*) konkuruje sousloví 'adjektivní atribut + substantivum'. Není tedy překvapující, že jedno adjektivum může být součástí více sousloví a stát se tak základovým slovem pro homonymní univerbizáty (srov. Horalík 1967: 140–141), které nacházíme i mezi našimi příklady:

*animák*: 1. animovaná postava, animovaný herec; 2. animovaný film

*kratas*: 1. krátký / krátkometrážní film / snímek; 2. krátký úder / prohoz (zejména v tenisu), krátký spoj / krátké spojení (fyzika)

*absolventák*: 1. absolventský film; 2. absolventský ples / večírek

*kriminálka*: 1. kriminální film, kriminální příběh; 2. kriminální oddělení

*lidovka*: 1. lidová píseň, lidová hudba, lidová skladba; 2. pl. lidovky – Lidové noviny.



### 3. Závěr

Na začátku dílčí kapitoly 1.2 jsme stručně shrnuli výsledky dosavadních výzkumů univerbizátů s různými významy. Ukázalo se, že také univerbizáty pojmenovávající různé skutečnosti související s médii, především s oblastmi preferovanými médii a prezentovanými v médiích, tvoří skupinu různorodou významově, stylově, frekvenčně, ale poměrně kompaktní z hlediska slovtvorných postupů a prostředků.

**A.** Více než 90 % univerbizátů, kterými se zabýváme v této stati, je tvořeno sufixační derivací, zbývající vznikly přechodem sousloví ve složeninu.

**B.** Více než 90 % univerbizátů z naší stati odpovídá sousloví 'adjektivní atribut + substantivum';

**C.** Více než 75 % všech univerbizátů z naší stati je tvořeno sufixy *-ka* a *-ák*, sufix *-ka* (cca 43 % ze všech univerbizátů, 47–48 % z derivovaných univerbizátů) převažuje nad sufixem *-ák* (cca 33 % ze všech univerbizátů, 36 % z derivovaných univerbizátů).

Také u názvů jevů souvisejících s médii se tedy potvrdily obecné tendence projevující se v tvoření univerbizátů v češtině.

Stylové zabarvení se pohybuje od stylově neutrálního – standardního přes substandardní s nižší expresivitou (tj. spíše hovorové) až k substandardnímu s expresivitou výraznou, popř. vyznívajícímu až mírně vulgárně. Pozornost však zaslouží výskyt v konkrétních textech: ukazuje se, že i substandardní univerbizáty s vysokou expresivitou se běžně objevují v textech bez dalších expresivních výrazů, tj. v textech s prvky pouze hovorovými, popř. neutrálními (někdy nechybějí ani výrazy knižní). Jednoznačná převaha výskytu v publicistických textech nad výskytem v textech jiných stylových oblastí jen potvrzuje spojení těchto výraz nejen s jevy, které jsou médii prezentovány, ale také s jazykem mediálních projevů.

### Literatura

- Bína D., 2008, *Texty a textová gramotnost v prostředí masmédií*. – Jaklová A., ed., *Člověk – jazyk – Text*, České Budějovice: Jihočeská univerzita, s. 187–190.
- Čechová M., Krčmová M., Minářová E., 2008, *Současná stylistika*, Praha: ISV.
- Čermák F., Blatná R. a kol., 2005, *Jak využívat Český národní korpus*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny.

- Dokulil M., 1967, *Tvoření slov v češtině 2. Odvozování podstatných jmen*. Praha: Academia.
- Helcl M., 1963, *Univerbizace a její podíl při růstu dnešní slovní zásoby*. „Slovo a slovesnost“ 24, s. 29-37.
- Horálik J., 1967, *O univerbizaci a homonymii z hlediska principu ekonomie*. „Československá rusistika“ 12, s. 140-142.
- Hubáček J., 2007, *Malý slovník českých slangů*, Ostrava: Profil.
- Išačenko, V., 1958, *Obecné zákonitosti a národní specifčnost ve vývoji slovní zásoby slovanských jazyků. – K historickosrovnávacímu studiu slovanských jazyků*, Praha: SPN, s. 143-151.
- Karlík P., Nekula M., Pleskalová J. a kol., 2002, *Encyklopedický slovník češtiny*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Karlík P., Nekula M., Rusínová Z. a kol., 1996, *Průruční mluvnice češtiny*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Koček J., Koprivová M., Kučera K. a kol., 2000, *Český národní korpus. Úvod a příručka uživatele*, Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy.
- Orloš T. Z., 2008, *O czeskich nazwach kulinarnych*. „Bohemistyka“ VIII, s. 359-362.
- Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, 2005, Praha: Academia.
- Slovník spisovného jazyka českého I–VIII*, 1989, Praha: Academia.
- Sochová Z., 1966, *K slovo tvorné a stylo tvorné charakteristice mluveného jazyka*. „Naše řeč“ 49, s. 81-87.
- Štašková N., 2008, *Zpětné tvoření v češtině a paralelní postupy v angličtině*. „Naše řeč“ 91, s. 80-95.
- Strejčková D., 2008, *Návrh výzkumu účinnosti modelů mediální výchovy jako průřezového tématu RVP ZV ve výuce českého jazyka na 2. stupni základních škol. – Inovace ve vyučování jazyka a literatury*, Prešov: Prešovská univerzita, s. 279-291.
- Szczeptańska E., 1994, *Uniwerbizacja w języku czeskim i polskim*. Kraków: Universitas.
- Štícha F., 2003, *Česko-německá srovnávací gramatika*, Praha: Argo.
- Štícha F.; Klímová J., 2006, *K možnostem a mezím sufixální derivace substantiv. – Štícha F., ed., Možnosti a meze české gramatiky*, Praha: Academia, s. 127-138.

Doklady jsou citovány z Českého národního korpusu, srov.  
<http://www.korpus.cz/stryktura.php>

### *Univerbizates in Media and Journalistic Texts*

Univerbization (or condensing) – fusing of multiverbal lexemes into one-word lexemes – is a word-forming process that is frequently used not only in contemporary spoken Czech

## *Univerbizované názvy jevů prezentovaných v médiích*

IVANA KOLÁŘOVÁ

texts, but also in the written texts. Linguistic research in the last 40–50 years proved that “univerbizates” are used in the journalistic and media texts very often.

The aim of the paper is to present univerbizates naming phenomena of the media and phenomena that are described in the media texts – names of persons (professions, performers), of actions and operations, names of films, plays or songs and compositions. The Czech national corpus has been used for this purpose.

Results of the research are as follows - more than 90 % univerbizates are formed by suffixation, of which nearly 75% – with the use of the *-ak* or *-ka* suffixes. They occur in various literary and colloquial texts.

**Keywords:** *univerbizates, one-word lexeme, word-forming, suffix, media texts, journalistic texts, Czech national corpus.*

