

Orgoňová, Oľga

Lingvokulturní dimenze slangu slovenské mládeže 20 let po

In: *Středoevropský areál ve vnitřních souvislostech : (česko-slovensko-maďarské reflexe)*. Pospíšil, Ivo (editor); Šaur, Josef (editor). 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010, pp. [19]-27

ISBN 978-80-210-5300-7

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/133512>

Access Date: 28. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

Ol'ga Orgoňová

Lingvokulturní dimenze slangu slovenské mládeže 20 let po

Slang se v české a slovenské strukturalistické tradici vnímá zpravidla jako osobitá (nespisovná) lexikální vrstva národního jazyka spjatá se specifickou sociálně vyhraněnou komunitou uživatelů. Na přesnější rozhled si připomeňme několik autorských postřehů za poslední čtvrtinu století. Slang jsou „*specifické lexikální nebo frazeologické vrstvy užívané (původně) jako výrazová aktualizace v určitém zájmovém nebo profesním prostředí*“ (Chloupek, 1986, s. 11); „...*slangová vyjádření vznikají jako synonyma k vyjádření běžným, úředním, racionálním apod., jinak řečeno konotují kvality mimořádnosti, neoficiálnosti, emocionálnosti, vtipu...*“ (op. cit., s. 46). J. Mistrík (1993, s. 385) nazývá slangem vrstvu zvláštních nespisovných výrazů národního jazyka, jejich použití vidí v soukromém a neoficiálním prostředí ohraničené a homogenní skupiny lidí spjatých stejnou činností či zájmy. V druhém citovaném pramenu přispívá k (dichotomické) klasifikaci slangu, přičemž ho rozvrstvuejme jednak hodnotově na „nižší“ (nazývá ho *sedlácký*) a „vyšší“ (*nesedlácký*), jednak odlišuje specifické horizontální slangy vymezených skupin (například mládežnický slang, vojenský slang) oproti všeobecnému celonárodnímu synkretickému slangu. V posledním citovaném díle J. Mistríka (v Lingvistickém slovníku) se pozornost věnuje také výrazové exkluzivnosti slangizmů, a tak se přibližuje k Chloupkovému konstatování o mimořádnosti těchto „synonym“ běžných neutrálních pojmenování (porov. J. Mistrík, 2002, s. 184).

Vedle těchto systémově strukturních „lexikologických“ (či lexikografických?) náhledů na slang se po roce 1990 vzhledem k zesíleným signálům komunikačně pragmatického obratu v naší lingvistice (posouvajícími pozornost od zkoumání

systému *langue* ke zkoumání řečové praxe *parole*) více zvažuje také sociolog-vistická a komunikační dimenze slangu jako útvaru, který má přirozené místo v běžně mluvené komunikaci sociálně diferencované společnosti. J. Nekvapil například odlišuje vedle lexikografického a slovtvorného zkoumání slangizmů i komunikační pohled na slang a v devadesátých letech považuje právě tuto poslední strategii za prioritní (Nekvapil, 1997, s. 88). V slovenském kontextu se tento posun objevuje v pracích J. Bosáka. J. Bosák (2005, s. 24–25) věnuje pozornost slangu v rámci zkoumání dynamiky substandardů ve slovenštině. Jasně podotýká, že jazyk reflektuje mimojazykovou situaci a ta se od výrazných společenských, ekonomických či politických změn v slovanských zemích už i po necelém desetiletí zřetelně projevuje jako tendence k internacionalizaci společenství a jejich kulturních jazyků. Jazyk vnímá J. Bosák tedy nejen jako vnitřně uspořádanou strukturu, ale jako fenomén na pozadí jazykové situace ukotvené v konkrétním prostoru, čase a společnosti. Za produktivní cestu k vystižení dynamiky národního jazyka¹ považuje důkladnější zkoumání jeho semivariet typických pro řeč ohraničených societ uživatelů v graduální škále (nikoliv v ostré dichotomii) mezi spisovností a nespisovností. Konkrétně jde o následující sociolekty: slang(y), profesní mluvu a argot. Zvláště cenné je zdánlivě zanedbatelné konstatování na konci studie, že aparát nekodifikovaných semivariet neznamená automaticky, že půjde nutně o nespisovné prostředky, pokud neochraňují integritu jazykového systému. Prostředkem slangu jako zvláštního sociolektu přitom připisuje jako dominantní znaky přeexponovanou expresivnost, deformovanou výrazovou strukturu a pózování prostřednictvím gest/hravost (jako odraz pragmatického sklonu uživatelů k exkluzivní kreaci).

V aktuálním kontextu lingvistických bádání navazujeme na komunikačně pragmatické výzkumné paradigma řečové komunikace, která zdánlivě „ztrácí“ systémové vnitřně jazykové opory. Inspirujeme se tezemi J. Kořenského, že „*jazyk není apriorní systém (znaků, jednotek, pravidel atd.), jazyk je kontinuální výsledek her*“ (Kořenský, 2004, s. 67). Jak dále uvažuje J. Kořenský (op. cit.), totiž jednotky jsou jen nanejvýš vysoce pravděpodobné normy či konvence, pravidla jsou jen vysoce pravděpodobné taktické prvky. Je pravda, že i pohled na samotné vyšší zmíněné jednotky se modifikuje: jednotky (v našem případě zejména lexikální slangizmy) už nestačí sledovat ve vztahu k jiným jednotkám stejného (sub)systému, ale i vzhledem na jejich místo v konceptuálním systému konkrétního jazyka, na jeho místo v jazykovém obrazu světa² (Vaňková, 2005, s. 30). Dominantním předmětem

¹ Každý akt řeči je dynamický faktor a je signálem přirozeného života komunikačního nástroje. Statika, stabilita, pravidelnost je jen zvláštní hraniční případ dynamiky, tedy zkoumat jazyk znamená pohlížet na něj přes materializovanou řeč ukotvenou v komplexu faktorů (zejména dialogické, interaktivní) komunikace. Porov. také Kořenský, 2004, s. 67.

² Základ, centrum jazykového obrazu světa ovšem tvoří právě sféra každodenně prožívaného, přirozeného světa: který je antropocentrický a etnocentrický – a odpovídá praktické

Lingvokulturní dimenze slangu

teoretického zájmu se stávají normy přirozené verbální interakce jako „činu“, tedy normy řečového chování vytvářené aktuální, probíhající (řečovou) hrou, jejichmi strategiemi a taktikami. Tyto normy jsou spoluvytvářené a průběžně aktualizované v konkrétních kulturních a společenských kontextech, které do určité míry předurčují hodnotu nástrojů řečové komunikace, kritéria jejich vhodnosti/nevhodnosti, přiměřenosti/nepřiměřenosti, neutrálnosti/příznakovosti. Inspirace k tomuto aspektu výzkumu nabízí etnověda, vědní disciplína, která se programově zabývá studiem principů klasifikace a konceptualizace, pomocí nichž lidé v jednotlivých kulturách popisují a interpretují svět. Úzce souvisí s etnosémantikou, která studuje významy pojmů a kategorií v kognitivních systémech rozličných kultur s cílem zjistit, jaký význam připisují příslušníci dané kultury světu, jenž je obklopuje (Plichtová, 2001, s. 10–11). Konečně interakce zahrnuje ale kromě jednotek, normotvorného kontextu a adresáta i tvůrce. Ten má své záměry a jejich naplňování je věcí volby adekvátního komunikačního kódu a strategie.

V zájmu vyprofilování lingvokulturní dimenze slangu současné mládeže na Slovensku si přiblížíme kontext aktuální kultury, ve které probíhá sledovaná komunikace. Vycházíme z pojetí kultury jako sociálně odevzdaného poznání vlastního určité skupině (Peoples – Bailey, 1988, s. 19; podle E. Mistríka, 1999, s. 24). E. Mistrík pak zpřesňuje: „... *človek určitým spôsobom koná, aktívne prejavuje seba a aktívne zasahuje do svojho okolia. V tejto svojej činnosti uplatňuje svoje schopnosti, zručnosti a vedomosti a uskutočňuje ju na základe určitých potrieb, noriem, hodnôt. V každej činnosti sa však schopnosti i zručnosti človeka menia, zdokonaľujú. Nadobúda aj nové vedomosti o sebe i o svete. Výsledkom činnosti sú preto nové potreby človeka, ktoré sa tak neustále menia, prípadne sa rozširujú, posúvajú do iných oblastí. Nová potreba si žiada nové uspokojenie, a teda novú aktivitu, nový čin. Výsledkom je vždy určitý produkt (materiálny alebo duchovný) – ten v sebe nesie stopy svojho tvorca, stopy predošlej aktivity, ktorá produkt vytvorila.*“ (E. Mistrík, 1999, s. 24). Kultura je tedy trojjediným systémem. Je činnostním systémem, tj. vzniká v aktivitě konkrétní společnosti; je kognitivním systémem, čili soustřeďuje v sobě a odevzdává dále informace o světě, a je znakovým systémem, tedy dává podklad na tvorbu (v našem případě) jazykového obrazu světa, tedy obrazu fixovaného v jazykovém kódu. Je zřejmé, že kultura není homogenní, člení se na určité vzájemně konfigurované (kooperativní či kompetitivní) vrstvy, a to konkrétně dominantní, konzervativní, alternativní a marginální subkultury. Pokud se vrátíme k objektu našeho výzkumu, kterým je slang mládeže na Slovensku, mů-

kému zacházení se světem. Pokud se tedy hovoří o jazykovém obrazu světa, máme na mysli nejčastěji toto „centrum“ tvořené komunikací subjektivně orientovanou (prototypovou sférou je běžná každodenní komunikace – a pak též umělecké texty, které ji reflektují, modifikují a využívají prototypů v ní fixovaných), méně už sféru objektivního zacházení s jazykem (odborný styl, administrativní styl apod.). Specifický je pak obraz světa utvářený texty publicistickými a reklamními. (Vaňková, 2005, s. 53)

žeme si vymezit prototypický „akční rádius“ naší sledované society jako prostor v průniku mezi dominantní kulturou (její části vymezovanou explicitně jako „kultura mládeže“)³ a alternativní kulturou (v jejím rámci například rockovou subkulturou, subkulturou punku a skinheadů, subkulturou graffiti, ale v hraniční pozici inovací v kultuře stojí už jen generační konflikt rodičů a dětí, periferní i marginální kulturou (vzhledem ke skupině mladých narkomanů).

Namísto toho, abychom dále akademicky rozvíjeli teoretickou stratifikaci kultury, nahlédneme do registru výrazů či textových segmentů mladých Slováků 20 let po odklonu od idey všestranného formování harmonické (socialistické) osobnosti. Všimneme si, jak mladého člověka pluralitního režimu a kosmopolitní (trochu konzumní) doby reflektuje živá řeč vysokoškolské a středoškolské mládeže, jak je „posametový“ mládežník ukotvený v komunikátech o mladých a pro mladé na internetu či v ikonizované podobě v beletrii.⁴ Prototypickou částí semivariety slangu jako (neformální, neoficiální, ačkoliv často veřejné) řeči mládeže je vše, co odráží vnímání pro ni reprezentativních hodnot – módu, hudbu, internet, oblíbenou módní literaturu animé či sci-fi, oblíbené fastfoodové jídlo, jednoduše „coolový“ způsob života zčásti nepochopený, nedoceňovaný až zatracovaný rodiči, ale o to více protěžovaný jejich dětmi.⁵ To, že zobrazování světa v každé době má silný antro-

³ Tato subkultura se pojí s dětmi rodičů standardní a elitní skupiny dominantní kultury a orientuje se na všeobecně uznávané hodnoty, často nabízené prostřednictvím masmédií. Důležité místo v této kultuře má film, hudba a masmédiá. K literárním zdrojům kulturních podnětů patří módní a hudební časopisy, dobrodružná literatura a literatura sci-fi. Privilegované místo v této subkultuře je vyhrazeno zábavě.

⁴ Živými informátory jsou v tomto případě jednak studenti slovakistiky na Filozofické fakultě UK v Bratislavě a též středoškoláci (teenageři) v okruhu vlastních dcer autorky; dobrým internetovým zdrojem je stránka <http://slovník.dovrecka.sk/slangovy-slovník> anebo <http://inland.sk/testy/pohoda--mrte--lace-rozumiete-mladym-davacom.html>; jako reprezentativní beletristický ilustrační dokument posloužila kniha Pavla „Hiraxa“ Baričáka *Kým nás láska nerozdelí* (2008).

⁵ Na ukázkou zevšeobecňujícího náčrtu profilu dnešní mládeže použijme úryvek od výše citovaného P. „Hiraxa“ Baričáka: „*Mladí túžili dostať všetko to, čo im rodičia chceli dať na výmenu za prázdne sľuby a poloklamstvá, chceli všetko to, čo sa im zakazovalo. A tak množstvo tých mladých ľudí pri odchode z domu každému rodičovi slušne nakrmlili uši, aby to mali čo najrýchlejšie z krku. Ale v duchu už pripíjali poldecákom vodky do hluku a vravy kamošov a kamošiek. Áno, na prahu piatkového odchodu z domu padali vety, ktoré fotrovcov uspokojia aspoň na pár hodín, čo nebudú svoju ratolest' vidieť: „Neboj sa, nebudem piť. A ani fajčiť! Ja a cigareta? V žiadnom prípade, oci! Môžem dnes prísť až o druhú? Sex? Neblbni, na to som ešte mladý...“*

A potom... Radosť miešajúca sa so smútkom transformujúca sa cez alkohol, cigarety, zeleninu, haš, koks, pedro, éčko, háčko, kolesá, pervitín a iné formy obľobákov ľudskej mysle. Všetky tieto “zakázané” urýchľovače a katalyzátory dávajú tomu tú správnu rýchlosť, spúšťajú tínedžerskú nespútanosť a otvárajú trysky nepredvídaného výronu nespoznávaných a panenských emócií. (Baričák, 2008, s. 77)

Lingvokulturní dimenze slangu

centrický základ, dobře ukazuje i fakt, jak důsledně je pokryta pojmenovací potřeba v případě označování osob v kontinuitě se změnami potřeb sledované kultury. Tedy o jakých dětech je řeč? O dětech mnohých kladných i záporných tváří, mnohých sklonů, diferencovaných aktualizovanými zájmy, různých dispozic, stoupenců alternativních koníčků: jsou to *vymakaní dávači* (šikovní a bystří lidé), *kockáči* (moudří, inteligentní lidé, občas až nesympatické „pojiždné encyklopedie“, kteří se dráždivě hodně učí a mnoho vědí) i *tupelovia* alias *vymleté boty* či *vytretí idioti* (opak bystrých dávačů), jsou mezi nimi *winneri* (vítězové, úspěšní lidé) i *lúzeri* (nemehla, nešikovné) či *socky* (problémové případy), někdy zdatní *namotávači* (co dokáží lidi přelstít, podvést) či *džoukeri*, případně *haluzáci* (vtipálkové), ba i *lopkari* (zloději). Najdou se *metrosexuáli* (kteří úzkostlivě dbají o svůj zevnějšek – draze, značkově a kvalitně se oblékají) i jinak přitažlivé osoby – *nabúhanci* (svalovci), *kobry* a *čajky* (pěkná děvčata) či *sexoši/sexice* (sexuálně přitažliví lidé obou pohlaví). I tací *magori/zmrdi* (všeobecně negativní *týpkovia*) jako „zápečníci“, kteří nikam nechodí, mají svůj novodobý slangový protějšek – *noliferi*. Jsou to *čisté diagnózy*. Trochu vzdálenější od prototypických všeobecně známých a běžných typů osob jsou milovníci alternativních kultur, jako například hudební fanouškové *metláci* či *metalisti* (stoupeneci hudby heavy metal), *rockeri* či *rokáči* (stoupeneci rocku), *bitmeni* (milovníci beatu), *hoperi* (stoupeneci hip hopu) či *raperi* (interpreti rapu), milovníci sportů jako *snowboardáci* (milovníci snowboardingu) nebo *skejteri* (jezdci na skate-boardu), pouliční umělci *writeri* či *graffitáci*. Ulice je ale dnes především domovem *bezďákov* (bezdomovců), ačkoliv je sotva možné je vnímat jako součást alternativní kultury, to je už přestup na periférii. Na periférii jsou vzhledem na prototyp reprezentantů kultury jednoznačně situováni příslušníci marginálních kultur jako reprezentanti negativních deviací kultury: *feťáci* či *fetoši* (narkomani), například *húličí* (co kouří marihuanu) či jiní *závisláci*, ale ani (sexuální) *úchyli/úchyláci*, ani *emáči* (mladí lidé holdující emocionálním excesem) nejsou společensky velmi uznáváni. Chování a dynamická interakce uvnitř této society se už ale většinou nedá zachytit izolovanými slovy. To, zda *sú kompletní* („mají všech pět pohromadě“), *o čom točia* (vyprávějí), kdy *sú v poho* (v pohodě), případně *na totálku happy* (absolutně šťastní) či naopak, z čeho *sú broken* („hotoví“) a kdy *majú depku* (deprese), z čeho se dokáží *slušne vysmažiť* (nadržovat), či *sú zalovení* („prachatí“), na koho *robí idiotské fejsy* (grimasy) – to vše je věcí širších textových jednotek, které specifikují statické obrazy, ale naznačují i jejich dynamickou kontinuitu.

Obraz prototypického jídelničku moderní dynamické „globalizující se“ slovenské mládeže je možné jednoslovně zastřešit konceptem amerického importu – *rychlóžerstva*, čili fastfoodu – zařízení rychlého stravování a jeho nabídkou. Každému je zřejmé, že na Slovensku je řeč o *rychlóvkách* (jídelnách s rychlým občerstvením), čili *emcěčkach* či *mekáčoch* (zařízeních sítě McDonald's) anebo *kafeččkach* (zařízeních sítě KFC). Praktická jsou stravovací zařízení *nonstopky* (s ne-

přetržitým provozem) a svou stálou klientelu mají frekventované *kravárne* (kde se podává a konzumuje jídlo z hovězího masa). Menu v prototypickém zařízení zahrnuje neodmyslitelné *hambáče* (hamburgery), případně *ričáky* (richmany – bagety plněné sýrem, šunkou, případně dressingem). V rychlých „neznačkových“ *soletkách*, tedy bufetech *na stojáka* (kde se konzumuje jídlo vstoje) jsou oblíbené i *zapekačky* (v toustovači nahřívané plněné bagety). Milovníci exotiky neváhají sem tam zavítat také do podniku s asijskými specialitami a dát si *sušku* (rybí sushi). Je pravda, že nejen jídlem je mladý člověk živěný. Není možné zapomínat na kulturu *pubov* (hospod) – *čapák* (čepované pivo) *so zápražkou* (s rumem) vše správi.

K *imidžu* mladého Slováka patří, samozřejmě také reprezentativní *oblečko* (oděv) jako další neodmyslitelný koncept prototypické kultury mládeže. Důležitý je *look* (vzhled) od (někdy *dreadatej*) hlavy po paty. Ve jméně toho je *v poho* občas *pretiahnuť kreditky*. Když začneme „od paty“, teda od *šusov* (bot), nabízí se hned škála *ultimátnych šusov* (tedy skvělých bot), samozřejmě značkových: *konversky* (tenisky značky Converse; kvalitní značkové plátěnky), *dišička* (sportovní tenisky vhodné pro hopery či skejtery značky DC, frekventované také jako běžná vycházková obuv), klasickou kulturní „ikonu“ představují *najky* (tenisky značky Nike) či jiné tradiční sportovní značky *adidy/adidasky*, *pumy* atd. Je pravda, že výlučně dívčí obuv je pestřejší a sezónně diferencovaná – od nadčasových vzdušných letních *žabiek* (všeobecně známého druhu „šlapek“) či decentnějších *balerínok* (bot bez podpatku podobajících se baletním cvičkám) a je tak možné dospět až k zimním *mušketierkam* (vysokým botám nad kolena). Do (zejména letních) bot (šusov) je vhodné obout si *kotníkové ponožky*, v chladnějším počasí se děvčatům hodí *štucky* (návleky k sukni). Jak je to se spodním prádlem mladých lidí? Jejich *spod'are* jsou různé, jsou věci vkusu: jako dívčí spodní kalhotky se nosí *tangáče* (tango kalhotky s „úsporným“ střihem zadního dílu), *stringy* (kalhotky s prostým proužkem místo zadního dílu), někdo dává přednost sportovnímu vzhledu *pantov* či do pasu vytáhnutých *jazzpantov*. Jako *sexi* vrchní díl dámského spodního prádla je (namísto půlstoletí starých *bardotiek*) v oblíbě *pushupka/pušapka* (podprsenka vytvářející svým střihem efekt zvětšení objemu prsou) či kosmeticky ještě dokonalejší *vario pushupka/pušapka* (podprsenka, u které se dá dekolt tvarovat pomocí šňůrek). Někdy stačí děvčatům i „obyčejná“ podprsenka, ale s *transparentnými ramienkami* či s transparentním zadním zapínacím pásem. Mladí muži dnes nosí s oblibou místo slipů *boxerky*, občas i pánské *tangáče*. Plážovým hitem děvčat se staly v rámci dvojdílných plavek *tankiny* (vrchní díl plavek, který vypadá jako tílko). A co dále? V oblíbě je štíhlá móda, tomu odpovídá *slimfit* (oblečení úzkého střihu, například košile či tričko) a *skinny* (rifle úzkého tvaru, tzv. „roury“). Je jisté, že i móda je plná kontrastů – vedle štíhlé linie se pěstuje pohodlná móda s ležérními kusy oděvů: staronovými *pumpkami* (volnými nohavicemi pod kolena se staženými okraji), *trigovicami* (volnými pohodlnými tričky). Mladíci nosí *begy* (pánské široké kalhoty se sníženým rozkrokem, které se nosí spuštěné nízko na boky).

Lingvokulturní dimenze slangu

Také dámská móda pamatuje na bokové stříhy kalhot, *bedráčov*. Čím jiným synekdochicky završit obraz odívání mládeže, než typickým „kostkovaným oboupohlavním“ šátkem ovinutým okolo krku *arafatkou* (dnes různých barev, původně převážně modrobílé barvy) a v případě mladých slečen s *vitonkou* (kabelkou značky Louis Vuiton) na rameni.

V rámci zobrazování konceptů dominantní kultury snad není možné vynechat už jen fenomén internetu a s ním spojených aktivit. Mládež totiž dnes přehnaně hodně *kompí* (tráví čas na počítači – „kompe“), přičemž prostřednictvím PC vstupuje na *net/sít'* a tu používá zejména jako nástroj komunikace například v sociálních sítích, kde *facebookuje*, *skypuje*, *icquje* či *boomuje*, případně (anonymně) četuje na různých stránkách *pokecov* pod *nickom* (krycím jménem, přezdívkou). Ti, kteří si ale pletou elektronickou komunikaci s bezuzdným nadáváním, mohou mít problém: administrátoři četovacích místností totiž nesnášenlivce nedodržujících netiketu mohou *kicknúť* („vykopnout“ z četovací místnosti), *vysockovat'* (vyhodit) či úplně jim *zabanovat' účet* (zablokovat je, tedy úplně vyloučit). Mládež vyhledává na netu přes *gúgel'* (google) i herní aktivity v rámci různých *erpégéčiek* („RPG“ – role playing game, čili v internetových elektronických hrách). Ve virtuálním světě mladí lidé *expia* (tj. získávají zkušenosti) a zruční *skilleri* („namakaní“ počítačovní hráči) suverénně *fajtujú* (bojují) a neváhají ani *zakilovat'* (zabít), například *bangnúť* (zastřelit) své virtuální elektronické nepřátele. *Drtit'/gamiť* (hrát) různé *gamesky* (hry), jako *strategie* (strategické hry) či jiné *onlinovky* (on-line hry hrané na internetu) je dnes slovem *cool* a není problém *uploudnúť si onlinovku* (okopírovat si software – počítačový program) do vlastního *písička/péčéčka*. Když mají už i *počítačovní závisláci* dost *parenia* (zábavy, her), nic jim nebrání *offnúť sa* („odpojit se“ z počítače) a jít si *zresetovat'* (vyčistit) mozek na čistý vzduch, ven.

O volnočasových aktivitách a zájmech mladých by se daly skládat koncepty donekonečna. Už jen zábava evokuje heterogenní sféry činnosti (kino, film, literatura), nemluvě o *žúrkach* (večírkách), *stretkách v puboch* (setkáních v hospodách) či koníčcích alternativních subkultur (mezi ně jsou zahrnuty sportovní aktivity – například *snowboarding*, umělecké aktivity – *graffity*, hudební orientace – *heavy metal*, *hard rock*,..., taneční styly – *hip hop*, *punkácke pogovanie*; názorová seskupení vyznavačů určitých životních stylů – mezi nimi hnutí *skinheadov* atd. To je ale už příslib na další (volné) pokračování tohoto námětu.

Místo čistě lingvistického závěru transdisciplinární (osobitně antropocentrický či etnocentrický kulturně lingvistický) dovětek vyplývající z pozorování života mladých a z interakce s částí z nich. Při hledání metodologie zkoumání slangu v 3. tisíciletí se dostáváme k poznání, že uspokojivě vysvětlit řeč (ale i komunikaci) mladých lidí je možné jen důvěrným poznáním jejich výseku reality a aktivním vstupem do interakce s tímto světem v roli (věcně) „nerušivých“ spoluaktérů (rodíčů, učitelů, generačně posunutých partnerů, nikoliv soupeřů). Efektivní završení

kooperatívni interakcie s popsaným svetom mladých síce nie je obsažená v tomto parciálnom náhľade do problematiky, ale je evidentne súčasťou a smyslom oných rečových (i mimojazykových) hier „starých“ s „mladými“, ktorá by mala viesť nejen k dôverynému kognitívnemu spracovaniu noriem a prejavov chovania (i rečového „konaní“) mladých a pochopeniu rozmeru jejich „nadindividuálnych“ sociokultúrnych a etnokultúrnych identít, ale následne i k aktualizácii noriem interakcie „starých“ s „mladými“ vo jménu vzájomného *tučného rešpektu*.

Príspevok vznikol v rámci grantového projektu VEGA 1/0658/08 *Racionalita a iracionalita v štýle*.

Literatura:

- Chloupek, J.: Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti. Brno: Univerzita J. E. Purkyně v Brně 1986. 132 s.
- Košenský, J.: Člověk, řeč, poznání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci 2004. 116 s.
- Mítrík, E. a kol.: Kultúra a multikultúrna výchova. Bratislava: Iris 1999.
- Mítrík, J.: Encyklopédia jazykovedy. Bratislava: Obzor 1993. s. 385.
- Mítrík, J.: Lingvistický slovník. Bratislava: SPN 2002. s. 184.
- Mítrík, J.: Štylistika. Bratislava: SPN 1997. 600 s. 348 s.
- Nekvapil, J.: On the Communicative Approach to the Study of Slang. In: Kis, T. (editor): *A szlengkutatók útjai és lehetőségei*. Debrecen: Kossuth Egyetemi Kiadó 1997, s. 81–90.
- Plichtová, J.: Diskurzívne verzus tradičné chápanie mysle. Predslov. In: Harré, Rom – Gillet, Grant R.: *Diskurz a myseľ. Úvod do diskurzívnej psychológie*. Bratislava: Iris 2001, s. 7–25.
- Sedláčková, Z.: Chcem byť „INdividuálny“, a preto používam slang. Prednesené na medzinárodnej konferencii *Setkání mladých lingvistů* v Olomouci 11.–13. 5. 2009. V tlači.
- Sedláčková, Z.: Vôbec nie som vulgárny, to len používam slang. Prednesené na medzinárodnej konferencii *XIX. Kolokvium mladých jazykovedcov* v Modre – Harmónii 18.–20. 11. 2009. V tlači.
- Slangy a sociální dialekty. Čestina doma a ve světě. Ročník VIII. 1995. s. 137–204.
- Vaňková, I. a kol.: Co na srdci, to na jazyku. Praha: Karolinum 2005. 344 s.

Příloha:

Minitest porozumění mládeže v slovenštině:

1. Čo znamená *lognúť sa* na internet?
2. Čo sa rozumie pod *čistým failom*?

Lingvokulturní dimenze slangu

3. K akej subkultúre sa tínedžer hlási, keď ide za svojimi *fellaz*?
4. Akým synonymom by sa dal označiť ten, čo je *skaprený*?
5. Kto je to *cépečkár*?
6. Čo urobí dieťa, keď sa rozhodne *vypimpovať* svoje známky?
7. Akú činnosť označuje sloveso *kemrit*?
8. Na čo si pýtajú mladí peniaze, ak si chcú kúpiť *merch*?
9. Čo robia mladí, keď *roflia*?
10. Akým výrazom mladí označujú marihuanu?
(blíže: viz <http://inland.sk/testy/pohoda>)

Vyhodnotenie: Zvládli ste to aspoň na 80%? Ak ste *nepajchlovali*, máte silné základy a široký rozhľad mixnutý slušnou dávkou intuície, takže mladí vás obyčajne nemajú za úplných *trotlov*. Už im teda celkom rozumiete, teraz ich skúste pochopiť.

