

V príspevku sa pokusíme stručne naznačiť komunikačno-pragmatickú dimenziu neuzualných slov vyskytujúcich sa v hovorených komunikatoch. Chceme odpovedať najmä na tieto otázky o fungovaní okazionalizmov: 1) kto ich tvorí (autor), 2) kedy a kde vznikajú (typy komunikácie, komunikačné situácie), 3) prečo vznikajú (na základe akých komunikačných potrieb). Podrobnejšia analýza zozbieraných okazionalizmov z hľadiska semanticko-formálneho vzťahu slovo tvornej motivácie (Furdík, 1996) bude predmetom našich neskorších uvah.

Zachytené okazionalizmy členíme podľa troch komunikačných faktorov: vek autora, prostredie komunikácie a vzťah medzi komunikačnými partnermi. Podľa veku autora osobitne skúmame detské okazionalizmy a okazionalizmy tvorené dospelými používateľmi jazyka. Pre obmedzený rozsah príspevku sa budeme venovať iba druhej skupine.

Okazionalizmy tvorené dospelými používateľmi jazyka členíme podľa prostredia na okazionalizmy vznikajúce v súkromnom a vo verejnom komunikačnom prostredí. Kritériom na vymedzenie súkromnosti, resp. verejnosti komunikačného prostredia je druh vzťahu medzi komunikantmi.

Súkromné komunikačné prostredie je prostredím s blízkym, dôverným vzťahom komunikantov. Ide o komunikáciu v rodine a medzi priateľmi.

V materiáli sú výrazne zastúpené študentské okazionalizmy, ktoré sme získali najmä z prostredia vysokoškolského internátu. V tomto prípade fungujúce ako miesto priateľskej komunikácie. Z komunikačných motívov sa tu pri okazionalnej slovo tvorbě azda najviac prejavuje zmysel pre recesiu (*sadisti* – pracovníci sadu, *tmony* – častice, ktoré prenašajú tmu [asociácia s fotónmi], *tybličko* – tvoje jablčko, *nočník* – nočný stolík) a snaha o napadnosť vyjadrenia, ktorá vo svojej realizácii niekedy pripomína alebo využíva slangovú lexiku (*mercik* – mercedes, *okultak*, *okultačik* – okultista, *pokosnelo*, *okosilo sa* – ochladilo sa, *kofeinka* – kava, *hrčibudka* – rádio, *pemaščokareň* – peňaženka a i.).

Nielen u študentov, ale aj u iných používateľov jazyka oboch pohlaví, rôznych profesijných skupín a rozličného veku sa pri istej komunikačnej potrebe objavuje tendencia utvárať neuzualné, nekonvenčné slova. Vynímkom nie je ani komunikácia v rodine. Spontánnosť ako podstatná vlastnosť súkromnej komunikácie a vedomie, že komunikačne je „všetko dovolené“ (t.j. využívanie prostriedkov zo všetkých variet národného jazyka), predstavujú živnú pôdu pre slovo tvorne experimentovanie.

Okazionalizmy sa niekedy stávajú súčasťou rodinného kódu (o osobitnom kóde paru píše Leisi, 1990), t.j. spôsobu vyjadrovania typického pre konkrétnu rodinu. Spontánne vzniknuté príležitostné výrazy začnú za istých okolností členovia rodiny reprodukovать. Tieto novotvary sa potom stávajú súčasťou spoločného skusenostného komplexu v komunikačnej kompetencii rodinných príslušníkov (termíny spoločný skusenostný komplex, komunikačná kompe-

tencia podľa Kořenský a kol., 1987). Ako súčasť rodinného kódu funguje napr. okazionalizmus *hadžadžo*, ktorý je mimo konkrétnej rodiny nezrozumiteľný. Má význam „jedlo pripravené z rôznych zvyškov“ a bol motivovaný výpoveďou *Nahadz, čo maší!* Podobne citoslovce *hu-hu* začalo v rodine označovať citronádu po reakcii návštevníka na príliš kyslý citrónový nápoj – *Hu-hu!* Takisto je v istej rodine jasné, že *buldogy* sú papuče stareho otca, *kolodomky* sú papuče, ktoré sa nosia „okolo domu“ a že zrazenina *samupore* znamená „idem sama umyť poháre“. Uvedené okazionalizmy teda strácajú vlastnosť nereprodukovateľnosti, ale zachovávajú si svojly „okazionalnosť“ najmä viazanosťou na jedinečný kontext a jedinečných komunikantov.

Výraznou komunikačnou funkciou okazionalizmov je vyjadrovanie emocionálneho stavu autora alebo jeho citového vzťahu k adresatovi, prípadne vyvolanie emocionálnej reakcie komunikačného partnera. Rôznymi expresívnymi formami sa nimi zhmotňujú tak kladne, ako aj záporné emócie (*zbožňovadlo*, *fučko* – dieťa, *trepadlo*, *tvrdohlavka* – laskave hodnotenie nositeľov inak záporných vlastností, *nervolezec* – ten, kto lezie na nervy, *nadavky* – *izergľoš* [podľa literárnej postavy Izergil], *prasopes* [zlý človek] a i.). Niekedy autor tvorí okazionalizmy ako súčasť svojej komunikačnej stratégie z ohľadu na recipienta. Chce napr. zámerne zjemniť vyjadrenie alebo zmierniť napätú situáciu v rozhovore.

Syntaktickou i semantickou skratkou sú okazionalizmy utvorené s cieľom pomenovať jav výstižnejšie ako to robí uzualná lexikálna jednotka, pričom to, čo má byť pomenovaním zdôraznené, je výsledkom výlučne subjektívneho rozhodnutia produktora. Na ilustráciu niekoľko príkladov v kontexte.

*Ak sa mi plaší nepodari vyčistiť budem ho musieť vziať do škvrnarne* (čistiarne) – *Odlož krem* (aby stuhol) *do stuhovačky* (chladničky) – *Nič sa mi nechce a ešte musím ísť do receptarne* (lekárne) – *Ty si riadny pudlik* *Správaš sa úplne pudovo vôbec nerozmyšľaš* – *Čo maš počutiny?* (zdalo sa, že niekto klope, ale za dverami nestál nik) – *Ta mrkva je len pre tvoje drtinočky* (zuby) – *Vieš ja som taky nikotínek* (fajčiar) –

Pri vzniku týchto okazionalizmov možno zohral rolu aj efekt predtým povedaného alebo mysleného (na plašti mám škvrnny – *škvrnareň*, chcem, aby krém stuhol *stuhovačka*, potrebujem lieky na recept – *receptareň*).

Podobne ako deti aj dospelí bez väčších zábran tvoria neuzualne dejové slova (*ovocinovať* – jesť ovocie, *orieškovať sa* – jesť oriešky, *patdesiatnikovať* – oslavovať päťdesiatiny, *popolnikovať* – odklepávať popol z cigarety do popolníka, *erikovať sa* – lyžovať sa na vrchu Erika, *vymechanicťovať* – vyčistiť s mechanickou metlou a i.). Kým u detí je tento spôsob okazionalnej slovo tvornej vyrazom dynamickosti psychickej štruktúry, u dospelých komunikantov ho považujeme primárne za realizáciu uspornosti.

V neposlednom rade sa okazionalizmy tvoria v súkromnej komunikácii na zaplnenie prázdnych miest v uzualnom inventári komunikantov. Ide najmä