

Vvrk? Leoprđ? WTF?!

Hana Loudová

Následující řádky budou věnovány slovo tvorné tematice, a to konkrétně zkratkám, užívaným původně v internetovém prostředí (chaty, fóra). Tyto zkratky se postupně dostávají do povědomí uživatelů jazyka, v menší míře i do repertoáru mluvených jazykových prostředků a v současné době i do jazyka reklamy.

Česká lingvistika rozeznává pět základních způsobů tvoření nových slov: odvozování, skládání, zkracování, přejímání slov z jiných jazyků a tvorbu nových slov. Blíže se zaměříme na třetí typ, tedy zkracování. Ke zkracování slov dochází kvůli jazykové ekonomii výhradně v psaném jazyce. Prakticky se jedná o jev, kdy je pro konkrétní často používaný výraz vytvořena a používána jednotná zkratka. Rozlišujeme několik základních typů zkratk: zkrácená slova (*např.*), iniciálové zkratky (ČSÚ), zkratková slova (Čedok) a iniciálová zkratková slova (HAMU). Náležitosti užití, tvoření a skloňování jednotlivých typů a množství běžně užívaných zkratk i s vysvětlením jejich vzniku, lze jednoduše dohledat v dostupných kodifikačních slovnících (například Slovník spisovného jazyka českého) nebo v Internetové jazykové příručce.

V prostředí internetu se vyvinula samostatná skupina zkratk, jimž se prozatím žádná z uvedených příruček nevěnuje, a to zejména z toho důvodu, že se jedná o jevy relativně nové a proměnlivé. Jednotným znakem všech zkratk obecně, a tedy i těch užívaných na internetu, je psanost. Populární internetové zkratky a další jim podobné používá ve své nové reklamní kampani firma Kofola. Reklama pracuje s tím, že se plyšová zvířátka dorozumívají pomocí na první poslech nesrozumitelných slov, která lze při opakovaném zhlédnutí identifikovat buď jako lexémy běžně užívané na internetu, nebo jako běžná slova nesystémově zkrácená tak, aby byl vytvořen dojem pseudoekonomické internetové komunikace. V rámci kampaně se objevují tři základní typy zkratk. Prvním jsou zkratky převzaté z internetové komunikace. Jedná se buď o iniciálové zkratky anglického původu (*omg, wtf, lol*), nebo iniciálové zkratky domácího původu (*njn, hh, jj*). Druhým typem jsou zkratky tvořené vynecháním samohlásek (*kfl, plch, flšk, vvrk, rštnk, mkn, trčk, bkn*). Podobný typ zkratk není v češtině příliš častý, avšak existující, příkladem mohou být lexémy *plk., mld.,* či *vs.*, v nichž jsou redukovány samohlásky i některé další souhlásky. Třetí typ je nejproblematičtější, neboť není tvořen systémově. Částečně se jedná o stejný princip jako u předchozího typu, avšak zde jsou bez jasné příčiny zachovány některé samohlásky (*mlna, leoprđ, odbr*).

Je nutné zmínit, že Kofola zcela zásadně posouvá význam a užití zkratk tím, že výrazy vytvořené výhradně pro potřeby psané komunikace přesouvá do komunikace mluvené. Snaží se tím pravděpodobně přiblížit cílové skupině (mládeži) která již v jisté míře v mluvených projevech některé vžité internetové zkratky používá (*wtf, omg, lol*). V běžné komunikaci se však jedná výhradně o zkratky vzniklé v anglofonním prostředí, které v proudu řeči nezpůsobují českým mluvčím výslovnostní potíže. Zkratky vytvářené Kofolou sice částečně splňují systémové náležitosti tvoření zkratk, ale zcela pomíjí fakt, že zkratky jsou standardně tvořeny výhradně pro potřebu zjednodušení psané komunikace. Tyto zkratky komunikaci nezjednodušují a navíc jsou použity v mluveném projevu. Slova jako *vvrk* nebo *leoprđ* možná mohou někomu připadat „in“ právě proto, že se grafickou podobou přibližují k internetovým zkratkám, nejsou však systémově funkční. Místo jednoduššího porozumění textu a zkrácení času komunikace, musí příjemce výrok vyslechnout několikrát, aby pochopil jeho význam. Žádné ze zkrácených slov není užíváno masově nebo alespoň v hojně míře, a tudíž zde chybí potřeba jednotného zkracování. Ani šíření zkratky proto nemůže být masové, a tedy se pravděpodobně bude setkávat s nepochopením.

Pokud by měl snad někdo pocit, že je v dnešním jazyce vynechávání samohlásek běžné, nebo jsou obraty jako *jj* a *hh* užívány v běžném dialogu, byl by na omylu. S nepochopením by se jistě setkal i ten, který by se snažil systém „superekonomizace“ jazyka aplikovat v praxi, neboť by tím ztěžoval pochopení všem, kteří by

byli ochotni mu naslouchat. Jistě by bylo možno argumentovat tím, že jazyk spěje k zjednodušení, ale zkracování slov na nejmenší možné celky jistě není tou správnou cestou k jazykové ekonomii. V tomto případě se nejspíš projevívá jako převažující komunikační funkce jazyka, která jasně vymezuje jako hlavní kritérium komunikace srozumitelnost.