

Irena Stramljič Breznik

Filozofska fakulteta, Maribor

Slovenska slengovska frazeologija danes

Prispevek aktualizira in vzpostavlja kontinuiteto raziskovanja slovenske slengovske frazeologije, saj je zadnja pomembnejša tovrstna raziskava nastala pred petindvajsetimi leti. Medtem se je pojavil splet kot nova oblika medija, ki omogoča še hitrejše širjenje in spreminjanje slenga na zanj osrednjih prvinah, tj. disfemizmu, medjezikovnosti in besedni igri. Medmrežje kot nov prenosnik zaradi množične dostopnosti slengovske jezikovne prvine pomika iz zaprtih in pogosto obrobnih družbenih komunikacijskih položajev v javne in množične, saj so našli svoje mesto celo v oglaševanju.

The paper reprises and highlights the re-emerging study of Slovene slang phraseology, which had been taken up the last time a quarter century ago. In the meantime, the Internet has appeared as a new medium that fosters even more rapid dissemination of information and change in slang in its fundamental elements, i.e., dysphemism, interlinguism, and punning. The Internet because of its mass accessibility as a new carrier of information moves formerly closed and marginal social communication situations into the broad public and mass-communicative sphere, as these elements have even found their way into advertising.

1 Opredelitev slenga v slovenističnem jezikoslovju

1.0 Sodobne sociolingvistične raziskave danes zelo intenzivno raziskujejo sociolekte – govorice družbenih skupin, ki jezikovno odražajo nenehno težnjo po priznavanju lastne specifične perspektive in sistema družbenih vrednot. Na oblikovanje sociolektov vpliva mnogo dejavnikov, kot so spol, življenjski stil ali družbeni sloj. Sleng je opredeljen kot izrazit sociolekt starostnih in ožje interesno povezanih skupin.

1.1 O slengu je v okviru zvrstnosti pisal že Jože Toporišič v posameznih člankih (Toporišič 1967, 1982), Slovenskem knjižnem jeziku 3 (Toporišič 1974), v vseh izdajah slovnice (Toporišič 1976; 1984; 1991a; 2000), v monografiji *Družbenost slovenskega jezika* (Toporišič 1991b) in *Enciklopediji slovenskega jezika* (Toporišič 1992). Z vidika aktualnosti se je smiselno ustaviti zlasti pri njegovi opredelitvi slenga v zadnji izdaji slovnice, ki je praktično identična opredelitvi iz Enciklopedije. Sleng je (Toporišič 1992: 278; 2000: 25–26) »ena izmed interesnih govoric iz podzvrstnega snopa socialnih zvrsti. Za sleng je značilna nenavadnost (nekonvencionalnost) izražanja, zlasti v poimenovanju predmetnosti, ki jo mladostnik ves čas skuša zajeti z za slengovsko skupnost aktualne strani. Ta aktualnost se razodeva v močni spolni zainteresiranosti in zavzetosti oz. upiranju večji urejenosti, v preziranju družbene, starostne, izobrazbene slojevitosti, v podiranju tabujev in svetega, vzvišenega, sploh pa poze, nepristnosti, skrivanja čustev, moraliziranja, ko-

pičenja dobrin, karierizma itn. Življenje je temu občutju bolj igra kot trda resničnost, kakor da se da vse uravnati na pravo, boljše od sedanjega, medtem ko sta razumskost in načrtovanje potisnjena v ozadje, v ospredju pa je čustvo, čutnost. V izražanju se kaže v večno novih poimenovanjih vsega erotičnega in seksualnega (npr. izrazi za *dekle*, za *ljubiti*, za *spolne organe*), za to, kar telo sprejema vase, za duševna stanja in značajske lastnosti ljudi, za čustvovanja, za družbeno uveljavljanje, pri čemer je vse to rado hipertrofirano, objestno, včasih pa tudi litotizirano, pritišano. To, kar je »in«, pa se zelo hitro menjava, saj je treba ves čas biti čim manj odvisen tudi od svojega lastnega izročila.«

1.2 Natančnejša raziskovalna pozornost je bila usmerjena na prepoznavanje specifičnih govoric, imenovanih interesne govorice, šele v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja, in to v članku Velimira Gjurina (Gjurin 1974: 65–81) *Interesne govorice sleng, žargon, argo*. Sleng mu je (prav tam) »neformalna varianta občevalnega jezika, ki jo označuje poseben slovar, sestojec bodisi iz novih izrazov ali pa iz starih z novim ali drugače zaobrnjenim pomenom. Za sleng je tipična ekspresivnost ali celo afekta-cija. Poraja ga predvsem hotenje, povedati kaj na nov, ne nujno dober, a presenetljiv način; zato toliko sinonimnih slengizmov, zato se mnogi zdijo ubesedeno veselje nad igrivim jezikovnim ustvarjanjem, zato mnogi kmalu pridejo iz mode in iz rabe ter, spodrinjeni od novih, utonejo v pozabo. Obstoj slenga omogoča največja človekova nagnjenost k posnemanju in pripadanju grupi.«

1.3 Slednjič je z vidika mnogoobraznosti jezika posebno pozornost posvetil slengu v okviru pojma ekscesni sociolekt, kamor vključuje še žargon in latovščino, tudi A. Skubic (2005: 213–232). Bistvene značilnosti takega sociolekta so velika egocentričnost, izrazito čustveno vrednotenje, velika subjektivnost, kar se na jezikovni ravni kaže v hoteni in zavestni releksikalizaciji, tj. pomenskem prevrednotenju, izjemni pomenski širini ali delni sinonimiji s tradicionalnimi pomeni besed, v vključevanju tujejezičnih prvin in prvin različnih zvrsti znotraj istega jezika. Primarno gre za govorjeni jezik, zato je poln diskurzivnih zaznamovalcev (členkov, medmetov, izpraznjenih glagolskih oblik tipa *veš*, *mislim*, *a ne ...*).

1.4 S tem se tehtnejše jezikoslovno razpravljanje o slengu, podprto z empiričnimi zgledi (Toporišič, Gjurin 1981: 370–380), tudi konča. Vendar so jezikovne značilnosti in posebnosti slenga očitno zelo vznemirjale tudi nosilce te zvrsti jezika, saj je o njihovem slengu v zadnjem desetletju nastalo več dijaških raziskovalnih nalog, v katerih je pogosto slovarsko urejenih veliko slengizmov. Težnja uslovarjanja slenga, ki se je v slovenistiki ustavila na poljudno oblikovanih zbirkah slengovskih besed v raziskovalnih nalogah ali na spletnih straneh, je v tujih leksikografijah marsikje dobila svoj uresničen slovarski projekt. Kot ponazoritev omenimo samo dva sodobnejša, za angleščino (Spears 2000) in nemščino (Wippermann 2000). Bistvena pobuda za izdajo obeh slovarjev je brisanje mej v družbi, na katero imajo odločilen vpliv mediji in globalizacija, in s tem posledično brisanje mej tudi v jeziku, saj se jezik sodobne generacije oblikuje preko globalno povezujočih stilov, scen, blagovnih znamk in mode. Novonastali slengovski izrazi tako odsevajo trenutno stanje in scenske obrede mladostniške kulture, povezane z novimi glasbenimi smermi, zabavnimi in uličnimi športi, ki se izjemno hitro širijo prek spleta in klepetalnic. Temeljna prvina slenga še zmeraj ostaja želja po alternativni izrazitvi z modno norimi besedami, metaforami,

besednimi igrami t. i. tabuiziranih tem s pridihom nevljudnosti, žaljivosti, prostaškosti, grobosti in celo brutalnosti. Sestavljalce obeh slovarjev je vodila predstava o jeziku kot tekoči reki, ki na poti sicer tudi odlaga marsikatero svoje sestavine, toda pričujoča slovarja zgolj sledita toku, ki vodi naprej.

2 Dosedanje raziskave slovenske slengovske frazeologije

2.0 Kljub dejstvu, da je frazeologija v slovenistiki relativno mlada veda, ki se sistematično loteva osrednjega predmeta svojega raziskovanja šele od sedemdesetih let 20. stoletja, je zanimivo, da se prav hitro pojavi tudi temeljna razprava o slengovski frazeologiji.

2.1 Seveda ne preseneča, da se je odločil o tej specifični jezikovni pojavnosti pisati Velimir Gjurin (1982: 128–136), če upoštevamo splošno znano prepričanje, da sleng ne gradi samo na svoji tipični leksiki, ampak tudi na frazeologiji, avtor pa se je v svojem prvem članku natančneje posvetil samo leksiki z vidika besedotvornih lastnosti in medzvrstnega leksikalnega prepletanja, medtem ko se je frazeologije le dotaknil. Glede na pred četrto stoletja zbrano gradivo je mogoče oceniti, da marsikaj tam zapisanega danes ne živi več, saj je ena bistvenih lastnosti slenga neprestana jezikovna inovacija in iskanje vedno nove, sveže ter aktualne izrazitve.

2.2 Gjurinova opredelitev frazeološke enote izhaja iz Toporišičevega (Toporišič 1973/74: 273–279) poimenovanja (frazeologem) in pojmovanja (frazeologem je stalna besedna zveza, ki ni narejena sproti v govoru, ampak vzeta že gotova iz spomina) frazeologije. Glede na sedanje aktualno terminološko stanje uporabljamo izraz frazem, poleg že omenjene reproduciranosti pa se med definicijske lastnosti (Kržišnik 1994) tudi slengovskih frazemov uvrščajo še najmanj dvobesednost, ki vključuje tudi tip minimalnih frazemov, tj. takih s strukturo glagola in predložnega prostega morfema ali glagola in zaimenskega prostega morfema v klitični obliki (Kržišnik 2005), neizpeljivost pomena iz pomena sestavin, stalnost in ekspresivnost, ki je sploh imantna lastnost vsega frazeološkega in slengovskega.

3 Viri za raziskovanje slengovske frazeologije

3.0 Pri raziskovanju slengovske frazeologije ni mogoče spregledati pomembne ugotovitve Velimira Gjurina (1974), da sleng sam v sebi ni enovit, marveč obstajajo njegove posebne vrste, povezane s skupinami ljudi, ki jih vzdržujejo, čeprav je krog uporabnikov relativno zaprt in njegova stabilnost majhna. Tako loči: (1) družinski sleng, ki načeloma ne prekorači družinsko-rodbinskega kroga; (2) otroški se mu zdi sporen, ker pri jeziku otrok še ni mogoče zaslediti slengovskih nagibov, niti še ni ustrezno razvita zavest o jeziku in njegovih možnostih; (3) mladostniški sleng se razvija najintenzivneje in vključuje podskupine najstniškega (dijaškega), študentskega in slenge pouličnih band; (4) splošni sleng pozna večina uporabnikov, čeprav ni nujno, da ga uporablja; (5) publicistični se zaradi pogoste rabe rad klišeizira; in še (6) sleng člankarjev v zabavnorevialnem, bulvarnem tisku. Slednjič je danes mogoče govoriti tudi o internetnem slengu, ki se je razvil pri sporazumevanju po elektronski pošti, klepetalnicah, tudi SMS-sporočilih, in vključuje precej kratke, poleg angleških veliko tudi že poslovenjenih ali celo kombiniranih.

3.1 Glede na prenosnik je sleng tipičen za govorjeni jezik, zato bi v skladu s tem lahko ločili: (1) Primarne vire, kamor se uvrščajo avtentično govorjena besedila. (2) Sekundarne vire, kjer gre že za zapisana besedila. V okviru slednjih pa bi lahko podrobneje ločili dva tipa. Na eni strani so zapisana besedila kot rezultat pisnega komuniciranja med člani skupine, ki uporabljajo sleng. V to skupino se uvrščajo besedila spletnih klepetalnic in danes vse bolj aktualnih blogov in različnih forumov, kjer se v pisni jezik močno vpletajo prvine govorjenega. Na drugi strani pa gre za besedila, ki so bolj ali manj veren prenos ali posnemanje govorjenega slengovskega jezika, in to v specifičnih revijah, leposlovju in filmih.

3.2 Gradivo tega prispevka se osredinja na t. i. mladostniški in splošni sleng, saj je razumevanje slenga specifičnih skupin opazovalcu od zunaj težko razumljivo. Uporablja vse omenjene vire,¹ in sicer zapise pogovorov v gostilni (marec 2006), pogovor s srednješolci (marec 2006), paberkovalne izpise slengovske frazeologije iz nekaterih obstoječih blogov in forumov² (npr. izsek iz bloga: *Sej to smo ga s frendicam sam ene parkrat, k smo šle pit po šoli in je v bližin sam Mercator, kuple pa smo Dobrovoljčka, rdeč vin, k je pač najcnej, č nimaš velik keša sabo. No sej za pit je še kr, sam pol maš pa full mačaka, č ne kr tigra, k je res cenjen vin.*), iz revij Antena, Frka (od januarja do marca 2006) in Cool (od julija do septembra 2005). Zgled iz Antene: */.../ vedela je, da sem zahrbtnen, ne pa tudi, da sem podlasica in brezjajčnej, da sem jebena mehkužna mevža; vprašala me je, kako naj ima otroka s takim razmazanim sluzavcem, kot sem jaz, ki ne zna reči niti preprostega ne v življenju ..., kako naj se da dol z nekom, ki nima v sebi niti pljunka živalskega instinkta.*), iz romana Janje Vidmar Zoo (2005: 9: *Mogoče bi postala prednica samostana, ko je ne bi pri triindvajsetih podrl Vekoslav s svojim slavnim luzerskim pogledom. Vedno se je kurila na zgube.*) in iz filma Tu pa tam Mitje Okorna (2005: *Pizda, mi psihiro to, ko smo res eni opuški brez keša. Tip nas bo vse skiltiral, če mu keša ne vrnemo.*). Kot kontrolno gradivo je bil vključen še nabor frazemov, ki jih v SSKJ ni.³

Viri so praktično najnovejši, saj zajemamo trenutno in aktualno stanje v slengovski frazeologiji, v kateri iščemo zlasti novo in sveže, saj je slengu inovacija temeljno gonilo. Zbrano gradivo pokriva tudi tematsko dovolj širok izbor, povezan s tistimi življenjskimi področji, kot so alkohol, droga, spolnost, ki jih dominantna kultura potiska v ozadje.

4 Brez olepševanja in jezikovnih zavor

4.0 Evfemizem je po Slovarju slovenskega knjižnega jezika definiran kot beseda, pomen ali zveza, s katero se izognemo neprijetnemu, včasih tudi neprimernemu izrazu. V Toporišičevi Enciklopediji slovenskega jezika (1992: 163) najdemo razlago za

¹ Pri zbiranju gradiva so se aktivno in z zanimanjem vključili študentje 4. letnika enopredmetene študijske skupine Slovenski jezik s književnostjo na Oddelku za slovanske jezike in književnosti takrat še Pedagoške fakultete v okviru diplomskega seminarja v študijskem letu 2005/2006 pod mentorstvom izr. prof. dr. Irene Stramljič Breznik.

² Vsa navajana besedila so prenesena iz virov v svoji izvorni obliki, tudi s tipkarskimi in drugimi napakami.

³ To gradivo so zbirali študentje 3. letnika ljubljanske slovenistike pri predmetu SKJ III v študijskem letu 2005/06 pod mentorstvom red. prof. dr. Erike Kržišnik.

olepševalen kot tak, ki negativne, manj razveseljive ali za koga kvarne pojave označuje z izrazi za (bolj) pozitivno. Bistvena lastnosti slenga je, povedati naravnost, brez olepševanja, z veliko mero subjektivnosti, zato je zanj tipična uporaba disfemizma kot izraza oz. besedne zveze, ki učinkuje v popolnem nasprotju z evfemizmom tako, da uporabi samosvojo izrazitev, temelječo na perspektivi grobega in negativnega po načelu »mi nismo fini« (Skubic 2005: 204). Tudi sicer je uporaba vulgarizmov, kletvic in prostaških izrazov izjemno velika. Za ponazoritev le tri zglede iz blogov na temo, kaj pomeni biti huda punca (*Mislam da je na začetku važn da je **punca huda**... se pravi da ima **hudo rit** kar pomeni da **ni ploh** in da je ravno prav zaobljena in napeta in da spredaj **ni** ravno **ploh**, da ima nekaj za pokazati... in sploh ni res kar folk govori da jim je pomembna notranjost ker itaq da ne boš (tip) z eno k je **grda k smrt** pa ma dobro notranjost (prjazna,...) ampak da se boš prej **dal dol** z eno k je res huda pa tud če je **notranjost čist u pizdi**), kakšno je stanje po drogiranju (/.../ **me je toook u bad fuknl** pa **ful** sm se potila, kr z mene je tekl... js sam tist whadafak, **se mi bo sfukal**.) in mnenje o najaktualnejšem slovenskem morilcu Silvu Plutu (**Modelu se je strgal**, obrnu se je na najbližjo osebo (po vsej vrjetnosti t.i. Ljubica), **nanjo je "fuknu" vse svoje skrbi in grehe** in tako končal z umorom le te. Rabu je tud zadovoljstvo ki jo je na njej izrazu seveda spolno). Tako izražanje brez zavor pa ne zbujata nelagodnosti in občutka neprimernosti niti v revijah, npr. v Anteni (*Najprej: malo smo **ga usrali**, ker smo napisali ...– Jest vem, da **sem zafukana** in da **ni simpl** in ja, ti moji pogovori in kaj vse analiziram. – In ti ne boš tega **zafukal**. – Če si preveč dober, zmeraj **najebeš**. Tako je tudi pri ženskah. – **Ko te jebe**. Znajdi se. – **Ma jebeš vse! Jebe**, slab tajming. – Nismo tukaj, da bi razvajali, ampak zato, da **jebemo v rit**).**

4.1 Že iz navedenih izsekov je razvidno, da se v slengu zelo pogosto govori o spolnosti, in to na precej grob način zlasti z vidika ženskega spola (*načrt nategni in zavrži, spraviti v horizontalo, razširiti kateri nože, dati se dol, položiti/podreti jo, napumpati jo*), o trajajočih (*srti ga s tipom, biti v koga, biti udarjen na koga*) ali končanih ljubezenskih razmerjih (*dati komu dvojko, dati na hladno*, ki ima lahko tudi pomen 'pristati v zaporu').

4.2 Pomembni temi sta opijanje in drogiranje, ki razpolagata z množico frazemov, ki kažejo celo odtenke posameznih stanj. Pri uživanju alkohola je izražena namera opijanja (*iti se ga vsut, dati si ga v glavo*), stanje (*biti pribit, biti tok prbasan, biti pilot*). Zelo važna je mera opitosti, ki je lahko zelo velika (*pijan kot žival, pijan ko drvo, biti našvasan, biti fajn utrgan/naložen/nasekan, biti nabliskan, biti koma pijan, biti v iber skurjeni, biti nasekan ko krava, biti vžgan/pijan ko mina/ko mati Marija/mati zemlja, vreči se v totalo, vkresati se ga, nalodati se ga, nabutati se ga do mrtvega*) ali majhna (*biti alkoholno prestrašen*), sposobnost popiti velike količine alkohola (*zelo teči po gurglu, biti vileda*). Tudi za kajenje obstajajo določene zveze (*vreči enega na pljuča, nahraniti raka, enega dehniti/puhniti*).

Izjemno veliko tem na spletnih blogih je namenjenih uživanju drog, pri čemer obstaja cel niz izrazov za posamezno od oblik (*kaditi mikija, kaditi bor, biti na bakli, biti od bakle zadet* 'kaditi marihuano oz. biti drogiran z njo', *rolati/frkati jolo* 'marihuano', *biti na horsu* 'biti na heroinu', Posebno mesto imajo izrazi za drogiranje (*harati jo, narolati jo, zapržiti si ga, dehati ga, pohati ga*) in stanje drogiranosti oz. občutja (*biti na flešu/spidu, pasti v filing, biti zabakan, biti poknjen (po glavi), biti*

nakriziran). Težnja po zaprtosti komunikacije na omejen ožji krog, ki od pripadnikov zahteva stalen trud za izražanje pripadnosti s sledenjem vedno novih izrazov in poznavanjem njihovih specifičnih pomenov, se kaže tudi v številnih poimenovanjih za vrsto droge, kot so *doint*, *dola*, *dolica*, *petarda*, *raketa*, *špinel*, *kalambaster*, *bakla*, *ganda*, *ekolog*, *fleš* 'ekstazij', *wooly*, *heft*, *trava*, *ganja*, *šit*, *skuna*, *skank*, *domačica*, *zelišče*, *zeleno* 'marihuana'.

4.4 Kot kaže, je za govorce slenga važna lestvica določanja pozitivne (*en tip*; *težek frajer*; *oštar dasa*; *kajla*, *ki zažiga* 'čudovit človek, ki navdušuje', *biti kdo legenda/car*; *biti alfa samica*) ali negativne osebnosti (*bedna truba*; *bolan zahojenec*; *brezvezna riba* 'bedak, ki ga je nemogoče prenašati', *biti mutibarič/fukič/pametnjakovič/smotkovič/kjavetina* 'nesramno dekle ali fant', *mentalno indiferentni pojebek* 'umski nadpovprečnež') ter vrednotenje obnašanja pripadnikov skupine (*kurčiti se na koga* 'razburjati se na koga', *iti komu kaj na pizdo* 'motiti koga kaj', *pičiti asa* 'delati se pomembnega', *bluziti v tri dni* 'prazno govoriti', *film počí/se strga komu* 'kdo neobvladljivo izbruhne'). Posebej pogosto je izražanje indiferentnosti ali vseenosti kot splošnega odnosa do tradicionalnih vrednot (*ne jebati žive sile*, *jebe se komu*, *fučka se komu*, *komu dol visi*, *komu kaj po jajcih binglja*, *dati kaj/koga na ignor*, *biti kaj pičkin dim*, pogosta je kletvica *me čist boli k****). Zapis vulgarizmov z narekovaji ali le s prvo črko (kot v tem primeru) pa je prej izjema kot pravilo. Po drugi strani pa je opazen pravi repertoar frazeoloških sredstev za izražanje navdušenja nad včasih popolnoma banalnimi stvarmi (*biti kaj češko/svetovno/tabolše/bombastično/kul/ful kul*). Zbrani zgledi potrjujejo splošno znan pojav t. i. ekscesnih sociolektov, ki težijo k širjenju pomenskosti leksemov glede na pomenskost istih v knjižnem jeziku.

5 Med- in znotrajjezikovno prepletanje

5.0 Z izrazoma lahko razložimo t. i. releksikalizacijo, tj. hoteno zamenjavo in mešanje leksemov na ravni domače – tuje oz. knjižno – neknjižno, staro – novo (Skubic 2005: 214), kar je ob veliki vulgarizaciji najopaznejši element slenga. Le-ta se zato čuti utesnjenega v družbeno predpisanih in dogovorjenih oblikah sporazumevanja, nad katerimi bdijo strokovniki in institucije, kot lepo kaže naslednji komentar iz Antene (XLII/2), 16. 1. 2006: *Drža strokovnajkov in institucij dela jeziku medvedjo uslugo, ker mu ne dopusti dovolj hitrega razvoja*.

5.1 Že navedeni zgledi dovolj prepričljivo kažejo, da je zelo pogosta oblika slengovskega sporazumevanja pogovorni jezik s primesmi narečja, ki je dosledno zapisan v fonetični obliki, stava ločil je nepomembna (*drgač mam 4 frende k so na horsu in mam du nih isti odnos k du ustalih k sam pohajo al pa še to ne... men so kot ljudje uredi, ne težim jim in se ne silm z neko pomojčjo, vejo d mi loh rečejo pa jim bom z veseljom pomagala c bojo kdaj rabl drgač pa mi je brezveze igrt neko rešitlco sveta pa se u use utikat pa jim neko pomoč ponujat*). Sicer pa najdemo tudi bloge, pisane bližje knjižnemu jeziku, s tipično knjižno frazeologijo (*Tako spijem dve mali Zagorki in najprej me čisto sramežljivo, potem pa prav konkretno uhvati in migam kot na baterije. Pini in Rado sta spila celo steklenico (pol litra) viskija in sta fajn utrgana, ampak Rado vseeno stoji na mestu kot lipov bog*.) ali pa je kakšna sestavina frazema zamenjana z narečno (*Prekipeva od energije, ob bazenih ogromno ljudi, vreme toplo,*

sonce sije z vseh štirih strani, ugotovimo pa tudi, da je od našega hotela do centra zelo blizu, vendar smo sinoči dejansko hodilo "okoli riti v aržet"; aržet nar. 'žep'.)

5.2 Dolgoletno sobivanje v bivši Jugoslaviji je pustilo določene sledi t. i. »srbohrvaščine«, katere prvine ali kar celi frazemi se še zmeraj pojavljajo v slengovski frazeologiji, čeprav v znatno manjšem obsegu kot nekoč (*dati čez že svašta* 'marsikaj preizkusiti, doživeti', *pušiti/pržiti travo* 'drogirati se', *ne guši* 'ne obremenjuj, nadleguj', *ne šljivi* 'ne sperenevedaj se' *od šuba* 'takoj', *ni frke* 'ni problema/panike', *zapaliti se za nekoga* 'zaljubiti se', *imeti mutna posla* 'opravljati nečedne posle', *biti komu na gustu* 'biti v neprijetnem, zapletenem položaju', *do daske* 'do konca', *pričati priču* 'govoriti nepomembne stvari'.

5.3 Vpliv nemščine je opazno manjši in se omejuje na vključevanje prilagojenih leksemov iz pogovornega jezika ali narečja (*biti kaj ziher* 'biti kaj stoodstotno, zagotovo', *iti na en špacirgang* 'sprehajati se', *imeti koga na ketni* 's kom ravnati gospodovalno', *ne me fopat/fojtrat* 'ne govori nemogočih stvari', *ne se špo/angat* 'ne naprezaj, ne trudi se', *imeti zegn* 'imeti srečo', *zašauflati ga* 'udariti koga ali vreči na cesto', *špila, špila* 'vse je v redu' kot odgovor na vprašanje Kako gre?

5.4 Toliko večji vpliv ima danes angleščina kot jezik globalizacije. Njene leksikalne prvine ali kar celi frazemi radi nastopajo ne samo v slengovski, ampak tudi v knjižni frazeologiji, kar v zgodovini jezika ni nič novega in je pogosto eden od virov frazeološkega bogatenja (Kržišnik 2003: 206). Prvine angleščine so zapisane citatno (*biti v slow-poziciji/slow varianti* 'biti zadrogiran', *biti full happy* 'biti zelo srečen'; *imeti se full, cool* 'dobro se počutiti', *ne biti mad* 'ne biti jezen', *by the way* 'mimogrede') ali prilagojeno (*biti v movingu* 'biti kaj zelo zmedeno, kaotično', *biti kaj fensi* – (*fancy* 'fantastičen, razkošen, moden'), *biti kaj frikasto* – (*freaky* 'čudasha, čudno'); *izi si ga čili*; *izi si ga teji* 'ne obremenjuj se' – (*easy* 'lahko, preprosto')⁴. Sicer pa včasih nastopa tudi mešanica angleško-nemško-hrvaško-srbsko-slovenskih prvin (*full firbec mantrati koga* 'biti kdo zelo radoveden'; *biti full gužva* 'biti velika gneča'; *biti full bad volje* 'biti zelo slabe volje'. Zanimiv je primer, ki se že na ravni besedne igre spogleduje z enakoglasnostjo angleškega in slovenskega izraza in omogoča slovensko opomenjanje (*šat ap, maš bič; shut up, bitch*) 'utihni, izgini, vlačuga' oz. 'utihni, imaš bič?'.

6 Metafora in besedna igra

6.0 Bistvena prvina slengovskega izražanja, kot je že bilo poudarjeno, je v iskanju novih in presenetljivih metafor, ki načeloma ustaljeno metaforično perspektivo o določeni pojavnosti obrne na glavo, in uživanje v besednih igrah, v katerih je rima pomembna prvina oblikovanja.

6.1 Najprej nekaj novejših primer *raztegovati komu živce kot bungy jumping* 'zelo živcirati koga', *vlačiti se kot mokra vileda* 'težko hoditi, verjetno zaradi velike količine alkohola', *pasati kaj skupaj kot ata na mamo* 'ujemati se kaj zelo dobro', *režati se kot odbit* 'zelo se režati', *biti firgan ko marela* 'ne spomniti se takoj česa', *imeti srce*

⁴ Slengovski izraz *izi* je prodril celo v mobilno telefonijo IziMobil in razvil celo besedno družino: *iziračun*, *izistanje*, *iziodzivnik*, *izinakup*, *izitefon*, *izicene*, *izistoritve* ...

kot avtobus 'biti pretirano širokosrčen do nasprotnega spola', *migati ko na baterije* 'plesati enakomerno, v istem ritmu', *biti pribit kot kanta* 'zelo pijan'.

6.2 Uporaba novih metafor se nanaša na uživanje alkohola (*uničevati vino*, *dati se v rožice*), drogiranje (*dušiti ga*), trdno spanje (*ne kazati znakov življenja*), stanje pubertete (*hormoni se zgodijo komu*), navdušenje, vznemirjenje (*trgati gate komu kaj*), izostajanje pri pouku (*pokuriti ure*), biti neaktiven pri delu/pouku (*poslati možgane na pašo*), zmotno mišljenje ali govorjenje (*brcati v temo*), dobro obvladovanje česa (*obvladati v nulo*), zavračanje sogovornika (*ne nakladaj mi bučk*), izražanje naravnost (*spustiti čelno*), izražanje dejstva, da je kdo le eden v veliki množici spolnih partnerjev (*spadati v čigav jagodni izbor*), izražanje dejstva, da ima kdo veliko partneric (*pripisati komu veliko ženskih skalpov*), poslušanje (*vreči v uho*), ubijanje (*butniti koga dol*).

6.3 Zanimive so prenovitve ustaljenih frazemov, pri katerih gre za: (a) zamenjavo sestavine, npr. *iti kaj gobam* *žvižgat* namesto *rakom*, *dati koga na škorenj* namesto *čevelj*, *jezik se frcla* komu namesto *zapleta*, *biti kaj pisano na srce* namesto *kožo*, *bit član zelenjavne mafije* 'drogeraš' namesto *zelene družčine* 'lovec', *spustiti komu kajlo* namesto *dati/zabiti*, *pustiti času cajt* namesto *čas*; (b) dodajanje novih sestavin, npr. *zasmrčati kot polh (brez grehov)*; (c) prenovitve pregovorov: *Vsake oči imajo svojega malarja – Vsake brbončice imajo svoje pivo*; *Kdor ne dela, naj ne je – Kdor ne dela, naj vsaj je*.

6.4 Besedne igre se pogosto kažejo v črkovnem preoblikovanju posameznih besed, pri čemer je odločilnega pomena zgolj zvočnost (*Ni problema – Ni emblema*; *Ne mi sitnarit – Ne mi žnjarit*), rima (*Plastično fanatastično, Fensi šmensi, Juhu bruhi na trebuhu* 'bruhati') ali posnemanje kakšnega tujega jezika (*Kako se reče bankomatu po madžarsko? Serekeš* (< *serje keš*), *Kako se reče radiu po madžarsko? Derekišta* (< *dere (se) kišta*), *Kako se reče najhitrejšemu Italijanu? Petardo Mauriti* (< *petardo ima v riti*).⁵

6.5 Sicer pa so pogosto v rabi tipični rimani slogani – po definiciji izpostavljene ali za samostojno nastopanje osamosvojene stavčne in nestavčne povedi, ki na najkrajši možen način ubesedujejo in tako vzbujajo pozornost za oglaševano (Korošec 2005: 134), – zgolj kot iskrive domislice v govoru (*Želja po pljugi vodi proti trugi* 'droga ubija', *Če že morm umret, raj umrem zadet*, *Čokolada za vsakega gada*, *Pivo pravo je gorivo*, *Zaradi preveč popitega piva maček najhuje miga*, *Prek vode do svobode*, *Ura dan nam fura*). Včasih se z njimi lahko izraža tudi šaljiv⁶ (*Daj mi en goli zis* 'cigareto gauloise'), podcenjevalen (*Jugo nije za dugo*, *Kia pride* 'blagovni znamki avtomobila Jugo in Kia pride') ali naklonjen odnos do posameznih blagovnih znamk (*Megan me gane* 'znamka avtomobila Megane'). Nesporno dejstvo pa je, da prvine slenga prodirajo kot oglaševalna strategija tudi v množične medije. Naslednji primeri so iz

⁵ Kot zanimivost naj omenimo vsaj še dva duhovito ustvarjena nova izraza, ki ne zadevata sicer neposredne frazeološke problematike: *kosveča* (razlaga v blogu: tale beseda je moj izum, opisuje pa obrok, ki si ga privoščiš med kosilom in večerjo, torej kos(ilo)-večer(ja), ponavadi pa si ga privoščiš med serijo nočnih, ko ga jem okoli pete popoldan); in že v SMS-sporočilih uporabljena kombinacija besed in števil *sk8park* 'skejtpark'.

⁶ Obstaja npr. celo šaljiv odgovor natakari in vprašanje: *Kaj boste? Empar šnopsa, štiri šefle, pa rešilca!*

revije Antena in pomenijo oglaševalne slogane za različne blagovne znamke vode (*V plastenki Oda – zamagovalna koda; Radenska flaša, zmaga je naša; Hladna Zala, se je žeja predala; Bistra, celo za dva ministra; Če je žejen far, po vodo Spar; Voda Joli ob svinjski bržoli*), slanih palčk (*Palčke Kraš za vampek naš; Palčke Soletti v vsaki četi; Palčke Lumpi na vsaki pumpi; Palčke Lorenz za vsak škorenjc; Palčke Bobi v vsaki sobi*), bonbonov (*Sladka je Rikola boljša kot firnikola; Krašev mentol te prinese okol; Orbitov bonbon je slajši kot kondom; Herba gre vse do Socerba; Halsov cukar za smrad je ruker*) in piva (*Ščijem Laško, pijem Union* 'pravijo pivci ljubljanskega piva (Union), Štajerci (Laško) pa obratno v smislu, da vsaka pokrajina hvali svojo blagovno znamko piva').

7 Sklepne ugotovitve

Posledica družbene slojevitosti so različni sociolekti, ki jih je mogoče deliti na kultivirane, obrobne in ekscesne. V slednjo skupino se uvršča tudi sleng kot govorica največkrat starostno in ožje interesno povezanih skupin, zaznamovanih z veliko ego-centričnostjo, izrazitim čustvenim, subjektivnim vrednotenjem in odklanjanjem tradicionalnih vrednot in tradicionalnega jezikovnega izražanja. Zato ni presenetljivo, da sleng ustvarja tudi svoja frazeološka sredstva, katerih temeljne inovacije izhajajo iz perspektive grobega, negativnega in direktnega brez olepševanja, združenega z vključevanjem jezikovnih prvin drugih socialnih zvrsti ali poseganjem po tujejezičnih prvinah. Vse to pa se prepleta z oblikovanjem svežih metafor in besednih iger v težnji, neprestano iskati nove in še neopažene povezave, zaradi česar je tudi slengovska frazeologija ena najbolj inovativnih in spremenljivih prvin izražanja. Čeprav bi se zdelo, da je sleng načeloma omejen na posamezne zaprte družbene skupine, danes lahko ugotavljamo dvoje. Zaradi spletnih povezav tovrstna komunikacija postaja dostopna vsakomur, ki ga to količjak zanimala, in zato poznavanje slengovskih leksikalnih in frazeoloških prvin na splošno narašča. To pa posledično izkorišča tudi sodobno oglaševanje, ki je prepoznalo večjo ekonomsko učinkovitost tudi v iskanju komercialno zanimivega jezikovnega stila s prvinami slenga, kombiniranega s strategijo uporabe že znanega besedilnega vzorca (mali oglas), kot npr. naslednji Mobitelov oglas za Študentski paket: *Zapiram dejavnost. Šuhe z okovano kapico in prosto mesto redarja v fensi lokalu odstopim vsaj za eno leto. Primerno za pavzerja starejšega letnika. Pogoj: preizkus iz agresije in test iz samoobvladovanja. Kliči 031 371 926, šifra »Nežna dušca«. Študentski paket 31. in vsi nadaljnji SMS-I: –50 % = 8 SIT na sporočilo.*

Literatura

- Gjurin, V. 1974. Interesne govorice sleng, žargon, argo. *Slavistična revija* 22/1. 65–81.
- – 1982. Slovenski slengovski frazeologemi kot besedne igre. Gadányi, K. (ur.): *Nemzetközi szlavisztikai napok*. Szombathely. 128–136.
- Korošec, T. 2005. *Jezik in stil oglaševanja*. Ljubljana.
- Kržišnik, E. 1994. *Slovenski glagolski frazemi (ob primeru frazemov govorjenja)*. Doktorska disertacija. Ljubljana.

- – 2003. Novosti v slovenski frazeologiji. Gajda, S. (ur.), Vidovič Muha, A. (ur.): *Współczesna polska i słoweńska sytuacja językowa/Sodobni jezikovni položaj na Poljskem in v Sloveniji*. Opole. 191–208.
- – 2005. A type of minimal phraseological units characteristic of Slovene. *Linguistica*, 159–172.
- Skubic, A. E. 2005. *Obrazi jezika*. Ljubljana.
- Spears, A. R. 2000. *NTC's dictionary of American slang and colloquial expressions*. Chicago.
- Toporišič, J. 1967. Zvrsti slovenskega jezika. *Jezikovni pogovori II*. Ljubljana.
- – 1982. Ob pravopisni debati. *Spoznajanja in pripombe javne razprave o Načrtu pravil za novi slovenski pravopis*. Ljubljana.
- – 1973/74. K izrazju in tipologiji slovenske frazeologije. *Jezik in slovstvo*. 273–279.
- – 1974. *Slovenski knjižni jezik 3*. Maribor.
- – 1976. *Slovenska slovnica*. Maribor.
- – 1984. *Slovenska slovnica*. Maribor.
- – 1991a. *Slovenska slovnica*. Maribor.
- – 1991b. Poimenovalja in poimenovanja za pojave zvrstnosti slovenskega jezika. *Družbenost slovenskega jezika*. Ljubljana.
- – 1992. *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana. 278.
- – 2000. *Slovenska slovnica*. Četrta, prenovljena in razširjena izdaja. Maribor.
- Wippermann, P. (ur.) 2000. *Wörterbuch der Szenensprachen*. Mannheim.

Viri

- Antena*. XLII/januar–marec (2006).
- Cool: revija za mlade*. IX/julij–september (2005).
- Frka*. V/januar–marec (2006).
- Slovar slovenskega knjižnega jezika z Odzadnjim slovarjem slovenskega jezika in Besediščem slovenskega jezika z oblikoslovnimi podatki: Elektronska izdaja na plošči CD-ROM*. Ljubljana 1998.
- Toporišič, J. (ur.), Gjurin, V. (ur.). 1981. *Slovenska zvrstna besedila*. Ljubljana, 370–380.
- Vidmar, J. 2005. *Zoo*. Celovec.
- Spletni viri:
- <http://www.delo.si/blog/Volkec/>
- <http://www.zadnjajaliga.net/blog/>
- <http://www.vrta.net/blog/>
- <http://www.anvip.com/fhome.asp>
- <http://www.razprave.com/>
- <http://www.sb-ms.si/forumi/>
- <http://www.ljubezen.info/>
- <http://bluefire.blog.volja.net>

Prispelo marca 2007, sprejeto aprila 2007
 Received March 2007, accepted April 2007

Slovenska slengovska frazeologija danes

Posledica družbene slojevitosti so različni sociolekti, ki jih je mogoče deliti na kultivirane, obrobne in ekscesne. V slednjo skupino se uvršča tudi sleng kot govorica največkrat starostno in ožje interesno povezanih skupin, zaznamovanih z veliko ego-centričnostjo, izrazitim čustvenim, subjektivnim vrednotenjem in odklanjanjem tradicionalnih vrednot in tradicionalnega jezikovnega izražanja. Zato ni presenetljivo, da sleng ustvarja tudi svoja frazeološka sredstva, katerih temeljne inovacije izhajajo iz perspektive grobega, negativnega in direktnega brez olepševanja, združenega z vključevanjem jezikovnih prvin drugih socialnih zvrsti ali poseganjem po tujejezičnih prvinah. Vse to pa se prepleta z oblikovanjem svežih metafor in besednih iger v težnji neprestano iskati nove in še neopažene povezave, zaradi česar je tudi slengovska frazeologija ena najbolj inovativnih in spremenljivih prvin izražanja. Čeprav bi se zdelo, da je sleng načeloma omejen na posamezne zaprte družbene skupine, danes lahko ugotavljamo dvojje. Zaradi spletnih povezav tovrstna komunikacija postaja dostopna vsakomur, ki ga to količkar zanima, zato poznavanje slengovskih leksikalnih in frazeoloških prvin na splošno narašča. To pa posledično izkorišča tudi sodobno oglaševanje, ki je prepoznalo večjo ekonomsko učinkovitost tudi v iskanju komercialno zanimivega jezikovnega stila s prvinami slenga, kombiniranega s strategijo uporabe že znanega besedilnega vzorca.

Slovene Slang Phraseology Today

As a result of social stratification there are various sociolects, which may be divided into cultured, marginal, and extreme. The last group includes slang as a communicative strategy, which is usually limited to a particular age group and a narrowly defined group united by common interest marked by a high degree of egocentrism, highly emotive expression, subjective valuation and rejection of traditional values and traditional manners of expression. Thus it is not surprising that slang generates its own phraseological material that is based on innovations originating from the perspective of crude, negative and direct communication without pretense to civility, which are in turn unified by the inclusion of linguistic elements from other social strata and the borrowing of foreign elements. This is all imbricated with the formation of new metaphors and wordplay with a tendency towards the continual pursuit of new and as-yet-unnoticed connections, which make slang phraseology one of the most innovative and mutable means of expression. Although it would seem that slang is in principle limited to individual closed social groups, we can now conclude two things: because of the interconnectedness of web-based communication, this type of language is accessible to anyone who has any interest in it. Therefore, the knowledge of slang lexical and phraseological elements has generally expanded. Consequently, contemporary advertising language exploits this language, as this sector recognizes its economic advantage in its quest for a commercially effective communicative style with elements of slang combined with a strategy of using already familiar textual prototypes.