

Jazyková prezentácia hodnôt

Jozef Sipko, Filozofická fakulta PU, sipkojoz@unipo.sk

Kľúčové slová: jazyk, kultúra, hodnoty, národ, prezentácia, lingvokulturoológia, konotácie.

Ключевые слова: язык, культура, ценности, народ, презентация, лингвокультурология, конотации

1. Úvod

Koniec XX. a začiatok XXI. storočia priniesol do vedeckých filologických hľadání viditeľné zmeny, v rámci ktorých sa jazyk skúma v tesnom prepojení s konkrétnou etnokultúrou, pričom sa považuje za jej priamu a najdôležitejšiu súčasť. V tejto súvislosti sa zdôrazňuje nevyhnutnosť rozšíriť najmä poznatky o najdôležitejších ukazovateľoch nositeľa jazyka, o jeho histórii, mentalite, hodnotovej orientácii, umení, folklóre, náboženstve, filozofii, o jeho osobnostiach, o jeho prezentácii v medzinárodnom kontexte a pod., a ako sa tieto poznatky odrážajú v jazyku.

Uvedené hľadania filológov sa realizujú vznikom nových hraničných vied ako je etnopsycholingvistika, etnolingvistika, kognitívna lingvistika a najmä **lingvokulturoológia**, v ktorej sa evidujú v prvom rade kultúrno-historické hodnoty vo verbalizovaných formách, pre ktoré rôzni autori používajú vlastné termíny. Zdá sa, že pre tieto jednotky je vhodný termín **lingvokulturéma** (Vorobjov, 1997), keďže vyjadruje prepojenie dvoch základných komponentov uvedeného výskumu – **jazyka a kultúry**. Lingvokulturéma predstavuje jednotu jazykového a mimojazykového, je to jednota formy jazykového znaku, jeho obsahu a etnokultúrneho zmyslu, prostredníctvom ktorého odhaľujeme hlboký význam, konkrétne etnokultúrne súvislosti a **konotácie** jednotlivých jazykových jednotiek. Dá sa povedať aj tak, že **v lingvokulturoológii skúmame fakty kultúry prostredníctvom jazyka**. Z toho vyplýva zásadný predpoklad čo najobjektívnejšieho poznania kultúry, jej zložiek, entokultúrnej hierarchie a hodnotových priorít. Hoci sa prvýkrát slovo *kultúra* objavilo v Nemecku v r. 1793, jazyk ako jej zásadnú prezentáciu si viacerí bádatelia všimli už dávno. V istom zmysle každý jazykový jav, či jazyková jednotka predstavuje vlastnú kultúru, vlastnosti národa, ktorými sa odlišuje od iných etníc a iné, často neopakovateľné vlastnosti, ktoré sú v jazyku predstavené neraz bezekvivalentnými jednotkami. Etnokultúrna špecifika jazyka je teda zásadným objektom výskumu v rámci lingvokulturoológie.

2. Univerzálne hodnoty v jazyku

Na uvedenom pozadí možno hovoriť o **hodnotovo-zmyslovom priestranstve jazyka** (Aliferenko: 2010, s. 9), prostredníctvom ktorého **človek** hľadá jemu a jeho kultúre vlastné **hodnoty**. K individualizovaným etnokultúrnym hodnotám sa najčastejšie zaraďujú:

1. **vitálne** – život, ochrana života (*bioetika*), zdravie, kvalita života, prírodné prostredie, zmysel života.,
2. **sociálne** – sociálne postavenie, štatút, vzťah k práci, bohatstvo, chudoba, zamestnanie, rodina, znášanlivosť.,
3. **politické** – sloboda slova, občianske slobody, úroveň zákonov, ich dodržiavanie, politická tolerancia, politické súperenie, politický systém.,
4. **mravné** – dobro, láska, pravda priateľstvo, vzťah k povinnostiam, česť, poriadkumilovnosť, žičlivosť, dobrosrdečnosť, obetavosť.,
5. **náboženské** – Boh, Božie zákony, viera, spása, Ježiš, Syn Boží, Matka Božia, odpúšťanie, desatoro, Levoča, Lurdy, Litmanová, Medžugorje.,

6. **estetické** – *krása, ideál, životný štýl, harmónia, umelecký vkus, umelecká tvorba, umelecký štýl.*

Tieto bázové hodnoty je možné detailizovať a nachádzať v nich aktuálne dobové priority. Jednou zo základných tém súčasnosti je **ochrana života** od jeho počatia. Výsledkom tejto priority je okrem iného vznik **bioetiky**, ako humanitnej vednej disciplíny, ktorá zásadné otázky ochrany života rozpracováva z rôznych aspektov. V posledných desaťročiach do **vitálnych** hodnôt výrazne zasahujú otázky **ekologické** s rozsiahlym systémom riešenia vzťahu človeka a prírody. Príroda ako základné východisko života je stále častejšie predmetom hodnotenia a zápasu o jej kvalitu, ktorá by zodpovedala zdravému spôsobu života. V jazykových realizáciách sa ekologické snaženia prezentujú prostredníctvom jazykových jednotiek *zelení, hnutie zelených, greenpeas*, ktoré sa obsahovo detailizuje do ďalších podôb s etnokultúrnymi špecifikami. V poslednom období v slovenskom prostredí jedným z jazykových kódov *hnutia zelených* je neologizmus *zonácia* Vysokých Tatier, v rámci ktorého naše veľhory sa už nevnímajú ako najvýraznejší prírodný symbol Slovenska, ale skôr ako veľké ohrozenie tohto symbolu v dôsledku rôznych finančných a materiálnych záujmov novej vrstvy zbohatlíkov.

Aktualizáciu **sociálnych** hodnôt je možné prezentovať v súčasnosti v prvom rade na dôsledkoch finančnej a hospodárskej krízy, ktorá vo svete aj na Slovensku vyvoláva mnohé asociácie s veľkou *nezamestnanosťou* v období predmníchovského Československa. Nová podoba sociálnych vzťahov sa zakotvila po zásadných spoločensko-ekonomických a politických reformách v posledných dvoch desaťročiach. V jazykovom povedomí sa aktivizujú výrazy *hladová dolina, miera nezamestnanosti, minimálna mzda, sociálne dávky, prepúšťanie, úrady práce, miliónárska daň, sociálne istoty, prijateľné ceny, dane, sociálne napätie, štrajky*, čím sa potvrdzuje zložitost ľudskej interakcie ako dôsledok na jednej strane *ľudskej solidarity* v podobe existencie celého radu *charitatívnych organizácií* a nimi organizovaných podujatí a na strane druhej *ľudského egoizmu a veľkej sociálnej diferenciácie*. Na Slovensku ale aj za jeho hranicami čoraz častejšie evidujeme problém *sociálne neprispôsobivých občanov, bezdomovcov* ako reálny obraz sociálneho dna, proti ktorému stoja hodnoty v podobe života *veľkopodnikateľov (oligarchov v Rusku), privatizérov, celebrit, hviezd*.

Politické hodnoty sa prezentujú cez prizmu súperenia *pravice a ľavice* a ich najostrejšiu podobu evidujeme v predvolebných a volebných kampaniach. Slovenskou zvláštnosťou sú reminiscencie s nedávnou prednovembrovou aj ponovembrovou dobou, pričom v popredí sú opozície *západná demokracia – NATO, Shengen, Európska únia, Brusel, a orientácia na Východ*, kde je zahrnuté *Rusko, ale aj Čína – závislosť na rope a plyne, širokoroschodná, nedodržiavanie ľudských práv, dalajláma*, čo slúži na vyvolávanie negatívnych konotácií so sovietskou minulosťou. Do tohto politického hľadania hodnôt vstupujú mnohé etnokultúrne špecifiká z minulosti a súčasnosti, ktoré vytvárajú istý hodnotový komplex s protikladnou interpretáciou ako *mečiarizmus, maďarská karta, autonómia, Gabčíkovo – Nagymaros, Trianon, Benešove dekréty, jazykový zákon, dvojité občianstvo, Slotakia* (okazionálne pomenovania Slovenska v Maďarsku).

Mravné hodnoty sa analyzujú často na pozadí politicko-spoločenského diania, hodnotí sa činnosť známych osobností prostredníctvom ich prezentácie v médiách najmä z pozície ich *dôveryhodnosti, ich podielu na rôznych kauzách, vzájomného obviňovania v klamstve* („Klamete“ – častá replika v televíznych debatách). Verejnosť si na istej úrovni uvedomuje rôzne podoby *pop-kultúry, trillerov, televíznych show*. Pod rúškom *slobody slova* sa rozširuje model „morálky“, ktorú cítiaci a citliví ľudia nazývajú *kultúrou smrti*. Zdá sa, že práve prezentácia mravných hodnôt zaznamenala v posledných rokoch najväčší posun. Analytici upozorňujú na to, že procesy pomenované *finančnou krízou* vo svojej podstate

zakrývajú výrazný úpadok práve mravných hodnôt, teda ľudských hodnôt samotného človeka našej doby.

Do života našej generácie vstupuje nová podoba **náboženských** hodnôt. Na jednej strane sa hovorí o *vojne civilizácií*, pod čím sa v posledných rokoch rozumie napätie medzi **kresťanským** a **islamským** svetom, frekventované sú výrazy *náboženský fundamentalizmus a radikalizmus*, otvorené sú otázky *vnútorného života cirkvi*, jej pomerne pravidelnej kritiky zo strany médií, namiesto pôvodných bázových hodnotových pojmov *viera, Boh, odpúšťanie* frekventovanejšími sa stávajú druhoradé výrazy ako sú *odlúčenie cirkvi od štátu, výhrada vo svedomí, zmluva s Vatikánom, reštitúcia cirkevných majetkov, ekumenické hnutie, eutanázia*. Z oficiálnych pozícií proklamované náboženské hodnoty sa stávajú predmetom zápasu o pravý výklad viery. Je paradoxom, dejinným aj súčasným, že hodnoty ponúkané náboženskými systémami, sú zdrojom zrejme najväčšej intolerancie, napätí a tragédií.

Umenie ako hlavný reprezentant hľadania a prezentácie **estetických** hodnôt je výrazne poznamenané *avantgardnými postupmi*, ktoré sa často veľmi vzdávajú od klasických foriem. Najmä mládež podlieha novým hudobným žánrom, čoho výrazom toho sú rôzne *technoparty, megakoncerty*, do nášho života vstúpili formy, ktoré verejnosť ťažko identifikuje ako estetické/neestetické. *Superstár, let's Dance* sa často hodnotia ako *subkultúra*, ktorá umeleckú a kultúrnu klasiku vytláča na okraj.

Bázové ľudské hodnoty sa aplikujú pri osvojovaní si svojho najbližšieho okolia a najmä **prírody**, v ktorej človek žije a vyvíja svoje aktivity počas celej svojej existencie. Konkrétne prírodné prostredie sa výraznou mierou podieľa na spôsobe života, teda na kulturalizácii ľudského kolektívu. Prírodný faktor v každej etnokultúre je nesporný, keďže príroda je tým najtesnejším spôsobom osudovo spojená s formovaním národných hodnôt. Tento fakt presvedčivo ilustruje *Ruský asociatívny slovník (RAS)* (Karaulov a kol., 2002). Niektoré reakcie hovoria o dominantnej pozícii prírodných reálií v danej kultúre. Pri stimul *rieka* v ruštine evidujeme jednoznačnú prevahu *Volgy* ako prvotnej reakcie pri mnohých etnokultúrnych obrazoch Ruska:

RIEKA: *Volga* 36, *Oka*, *Kama*, *Dnepr*, *Tobol*, *Dnestr*, *Don*, *Jenisej*, *Istra*, *Kl'azma* a t. d'.

Do *Ruského asociatívneho slovníka* je názov tejto rieky zaradený aj ako stimul:

VOLGA: *rieka* 34, **matička** 12, *auto* 10, *matka*, *čierna* 4, *Volga – matka rodná, kolíska moja...*

Ilustrované reakcie hovoria o istej posvätnosti rieky *Volgy* v ruskej kultúre. Spája sa s materinským obrazom, o ktorom sa spieva v známych melódiách (*Volga, Volga – mať rodnaja*), je tu asociácia so známou značkou osobného auta (analógia so slovenskou značkou *Tatra*), ktorá vyvoláva aj negatívne spomienky (*čierne Volgy* boli v sovietskych časoch symbolom štátnej bezpečnosti) a v pamäti Rusov je zafixovaný obraz *Volgy* z ruskej literatúry (*O, Volga, kolybel' moja – O Volga, kolíska moja – začiatok slávnej básne N. A. Nekrasova Na Volge*).

Mnohé prírodné objekty sú výrazne prepojené na národnú kultúru. Aj cudzinci evidujú, že ruským stromom je *breza – berjoza*. V ruskom jazykovom povedomí je tento etnokultúrny fakt presvedčivo ilustrovaný v konkrétnych reakciách. *Breza – berjoza* je v istom zmysle stotožnená s ľudskými vlastnosťami, s citovými zážitkami a postojmi, čo je bohato prezentované v ruskom folklóre, v ruskom umení a v ruskej literatúre:

BREZA: *biela* 16, *štíhla* 7, **ruská** 6, **vlast'**, **Rusko**, **Rus**, **Sibír**, *pekne, rozprávková, šťastie, osamelá, plačúca, nádherná, mladá*.

Analogickú etnokultúrnu hodnotu v ruskej kultúre má *medveď*, ktorý sa stotožňuje s Ruskom, je jeho dominantným zoomorfným symbolom. Tento fakt sa využíva aj v súčasnej politike. Najsilnejšia politická strana Jednotné Rusko (Jedinaja Rossija) má emblém, na ktorom je zobrazený medveď na pozadí mapy celého Ruska. V súčasnej tlači predstaviteľov tejto strany nazývajú *medveďmi*. Ruský *medveď* má svoje meno – *Miša, Miška, Ivan Ivanovič, Toptygin*,

čím sa zdôrazňuje jeho partnerské postavenie vo vzťahu k ruskému človeku. Je častou postavou ruských ľudových rozprávok, ich filmových adaptácií, výtvarného umenia. Známý obraz Šiškina *Ráno v sosnovom lese* je v Treťjakovskej galérii. Počas letných olympijských hier v r. 1980 v Moskve hlavným maskotom bol *olympijský medveďík – olympijskij medvežonok – olympijskij Miška*, o ktorom bola zložená takisto populárna skladba. Reakcie na tento stimul potvrdzujú jeho poľudštený obraz v RAS:

MEDVEĎ: hnedý 12, biely 9, veľký, silný, dievčatko, Ivanovič, z rozprávky, aj Mašenka, Miša, pivo s vodkou, veselil sa.

Na Slovensku má každý región, ba každá dedina vlastný modifikovaný prírodný symbol, najčastejšie spojený s hornatým profilom našej krajiny. Mnohé športové správy začínajú typickou vetou: *pod Dubňom..., pod Zoborom..., pod Tatrami*. Najznámejšie slovenské piesne sú motivované horami:

Nad Tatrou sa blýska, Na Kráľovej holi, Tam pod Kriváňom, Hore háj, dolu háj, Poľana, Poľana.,

3. Jazykové kódy národných hodnôt

Národné hodnoty sa vytvárajú v priebehu dejín každého etnika. Ich jazykové kódy sa dlhodobo formujú a prezentujú v mnohorakých podobách, o ktoré sa národné spoločenstvo opiera, hľadá v nich oporu, ponaučenie a mravnú posilu najmä v zložitých obdobiach svojho vývoja. Dominantnou prírodnou hodnotou Slovenska sú *Tatry*. V prvom rade predstavujú symbol jeho **svojbytnosti**, ktorý sa využíval najmä v období slovenského národného obrodenia v slovenskej literatúre. Ešte aj dnes evidujeme také názvy ako *Tatra, Tatrabanka*. Najvýraznejším dôkazom sú úvodné slová v našej hymne *Nad Tatrou sa blýska..., Tatry* zosobňujú istý ľudský ideál našej krajiny ako *hrdosť, silu, krásu, slobodu* v prepojení na obraz *orla a sokola (zleteli orly z Tatry..., sokolovia Tatier), chlapi ako jedle*. Istým symbolom **národnej hrdosti** je najmä *Kriváň*, na ktorý sa každoročne koncom augusta organizuje národný výstup za spevu hymnických piesní.

Ilustrácie zo súčasnej publicistiky nás presvedčajú o tom, že v centre záujmu lingvokulturologie je **zmysel a hodnota**, ktoré sú vyjadrené v konkrétnej forme jazykovej komunikácie, pri použití ktorých má autor určitý **zámer**. Komunikácia je plnohodnotná iba v tom prípade, keď autorský zámer je v plnej miere prístupný prijímateľovi. Pritom dôležitým predpokladom komunikačnej harmónie sú kulturologické **vedomosti, individuálna pamäť a jazykové povedomie**. Z toho vyplýva, že iba jazykové kompetencie pri rovnocennej komunikácii sú nedostatočné. Práve zvýšená miera medzinárodných kontaktov a medzinárodnej komunikácie v posledných desaťročiach vyvolala aj vyššie spomínanú zmenu paradigmy vo výskume jazyka. Pri kontakte s cudzou kultúrou si viac uvedomujeme lingvokultúrny základ v komunikácii. Skráteno možno povedať, že **predmetom lingvokulturologie je prezentácia faktov kultúry v jazyku** (Aliferenko: 2010, s. 16). Každá etnokultúra sa prezentuje vlastnými bázovými lingvokulturémami, ktoré vyjadrujú napríklad

štátnu moc: *Biely dom, Kremel', Hrad, Elizejský palác, Bundestag, Buckighamský palác.,*

identifikáciu priestoru, regiónu: *krajina pod Tatrami, krásavica na Dunaji, pod Dubňom (Žilina), pod Zoborom (Nitra), na Hornej Nitre (Prievidza), pod hradom Matúša Čáka (Trenčín), mesto na Volge (Volgograd), Benátky severu (Sankt Peterburg), Matka miest ruských (Kyjev) a pod.,*

historické udalosti: *do roka a do dňa, noc dlhých nožov, krištáľová noc, defenestrácia, storočná vojna, prízrak komunizmu, železná opona, Drang nach Osten, Kulikovská bitka, Moháčska katastrofa, inkvizícia, križiacke výpravy, veľká trojka, Deň víťazstva, blitzkrieg, bitka o Britániu, Pražská jar, socializmus s ľudskou tvárou, normalizácia, nežná revolúcia.,*

literárne reálie: *Mor ho! Kocúrkovo, Živý bič, Mŕtvi nespievajú, Vojna a mier, Odviate vetrom, Zločin a trest, Mŕtve duše, chlestadkovčina, čičíkovčina, prerúbať okno do Európy, Chrám matky Božej v Paríži., Ťapakovci...*

osobnosti: *Spartak, Cyril a Metód, Boleslav Chrabrý, Jaroslav Múdry, Viliam Dobyvateľ, Matúš Čák Trenčiansky, kráľ Matej, Juraj Dóža, Ján Jiskra, mních Cyprián – slovenský Leonardo, bernolákovci, stúrovci, P. J. Šafárik, M. R. Štefánik, tatíček Masaryk, Chruščov, Brežnev, Gorbačov, Gándhi, Nelson Mandela, Kennedy.,*

aktuálne konotačné slová: *nástenka, nástenkový tender, emisie, privatizácia, tunelovanie.*

V tomto výpočte možno pokračovať, no dôležitým faktorom je **tvorivá intuícia autora** – spisovateľa, novinára, politika, verejného činiteľa, historika a ďalších, akou formou uvedené etnokultúrne zdroje využívajú. 4. júla 2010 bol odhalený pamätník Cyrila a Metóda na Námestí. L. Kossutha v Komárne, keď predstavenstvo mesta dlho nenašlo miesto pre toto súsošie. Keďže kruhový objazd na spomínanom námestí je majetkom Slovenskej správy ciest, Cyril a Metód boli umiestnení v jeho strede. Počas slávnosti v oficiálnych vystúpeniach zazneli viaceré hodnotové etnokultúrne výroky, ktoré boli jasným odkazom pre maďarskú stranu:

Pápež vyhlásil Cyrila a Metóda za spolupatrónov Európy., Na naše územie priniesli najcennejšie kresťanské hodnoty., Ako naši apoštoli sú Ježišovými učeníkmi., Cez brod na Dunaji prišli na naše územie takmer 150 rokov skôr, ako uhorský kráľ Svätý Štefan, pre ktorého sochu v Komárne mestské predstavenstvo našlo.,

Na slávnosti boli v pozícii oponentov aj ľudia, ktorí požadujú maďarskú autonómiu na južnom Slovensku. Typickým a mnohovravným bol ich plagát:

Vítame slovenských turistov v našom meste.

4. Jazykový systém a prezentácia hodnôt

Možnosti jazykového systému pri vyjadrovaní a prezentácii etnokultúrnych hodnôt sú teoreticky neobmedzené. Limity lingvokultúrneho potenciálu jazyka sú dané ľudskými komunikačnými schopnosťami. V prvom rade tým, ako významní predstavitelia národa dokážu jazykovo fixovať vlastné hodnoty a ako ostaní príslušníci národa si ich dokážu osvojiť. Je známe, že také heroizované postavy ako *Achilles* sa stali známymi vďaka veľkým literárnym textom, v tomto prípade Homérovým dielam *Illias* a *Odysea*. Osobitne sa tieto možnosti realizujú v jazykovej **novotvorbe, pri alúziách, kalambúroch, parafrázach, okazionalizmoch, konotačných slovách, exotizmoch** a pod. Jazyk je z tohto pohľadu zrkadlom a archívom etnokultúry. V rámci lingvokulturológie sa zdá dôležitým empirický výskum, na základe ktorého je možné vytvárať **objektívnu hierarchiu** lingvokultúr v jednotlivých jazykoch, ich hodnotovú pozíciu. Naše dlhoročné výskumy potvrdzujú, že napríklad v ruskej kultúre dominujú lingvokultúremy z ruskej literatúry a v ich rámci dominantnú pozíciu majú **puškinizmy**. V tejto súvislosti je pochopiteľný zmysel známej ruskej lingvokultúremy: *Puškin, eto naše vsjo. – Puškin, to je naše všetko.*

Hodnotový potenciál kultúry sa presadzuje viacerými spôsobmi, v súčasnosti sa do popredia dostáva najmä **dialogická forma** komunikácie (Maslova, 2004, s. 14), v rámci ktorej sa jednotlivé etnokultúry „zhodnocujú“ počas ich porovnávania s druhými enokultúrami. Nie náhodou v posledných rokoch sú organizované medzinárodné vedecké podujatia pod názvom *dialóg kultúr*, na ktorých sa kultúrne osobitosti skúmajú ako neopakovateľné a jedinečné, pričom sa súčasne hľadajú etnokultúrne ekvivalenty práve prostredníctvom jazykovej realizácie kultúrnych hodnôt.

Keď pozorne analyzujeme procesy realizácie vyššie uvedených hodnôt v ľudskom spoločenstve, tak okrem iného si všimneme veľké **axiologické** rozpätie v ponímaní toho, čo je *dobro* a čo je *zlo*. Tento ľudský hodnotový antagonizmus je v pozadí reálneho stavu našej civilizácie. Jedným z vonkajších ukazovateľov je napríklad televízne spravodajstvo, v rámci

ktorého z 18-20 informácií sú často takmer všetky s negatívnym obsahom. Vytvára sa masmediálny obraz sveta plného násilia, agresivity, nešťastí, prírodných katastrof a zla. Pravidelné obrazy negatívnych hodnôt vytvárajú v človeku návyk k tomu, aby anomálie prijímal ako normu (Arutunova, 1988)

V reálnom bytí súčasného človeka sa spomínané hodnoty prelínajú, politika s náboženstvom aj s ekologickým hnutím, sociálne otázky s politickými a vitálnymi hodnotami, nad všetkým akoby dominoval **konzumný prístup** k všetkým základným otázkam ľudského bytia, kde proklamovaným kritériom ľudského napredovania sú prevažne materiálne ukazovatele ako *rast HDP, priemerná mzda, západné štandardy, vývoz, dovoz, počet osobných áut na počet obyvateľov, kurz eura, dolára, miera materiálnej spotreby, dopredaj, výhodný nákup, zľavy*. Hodnotový pojem *globalizácia* má svoju konkretizáciu v pojme *westernizácia*, v rámci ktorej podstatná časť súčasnej civilizácie sa snaží dosiahnuť materiálne parametre Západu. Triezvo mysliaci ľudia si však kladú zásadnú otázku: *Môže naša Zem so svojimi zdrojmi zabezpečiť spomínanú podobu materiálnej a najmä energetickej spotreby?* Na pozadí takto položenej otázky je zrejmé, že vo vyššie uvedenom zmyslovo-hodnotovom priestore jazyka sa úzko prelínajú univerzálne a etnokultúrne hodnoty, spoločenské s individuálnymi, štátne s regionálnymi, ekonomické s politickými. Hodnotové hľadania človeka sa realizujú na všetkých úrovniach. Do nášho života prenikajú **hodnoty všel'udské**, ktoré sa kódujú v jazykových formách, v lingvokultúrnych, pochádzajúcich z univerzálnych kultúrnych zdrojov, akými sú najmä pre Európu:

1. antická kultúra (*jablko sváru, kocky sú hodené, trójsky kôň, achillova päta, Všetky cesty vedú do Ríma, Slovenský Rím (Trnava), Atény nad Torysou, (Prešov), maratón.*),
2. Biblia (*Na počiatku bolo slovo, chlieb náš každodenný, Ježiš, Babylon, Šalamún, Dávid, Od Pontia do Piláta, žalmy, proroci*),
3. diela svetovej literatúry (*byť či nebyť, don Quijot, boj s vernými mlynmi, Robinson, traja mušketieri, Sherlock Holmes*),
4. umelecké diela (*Mono Liza, Dávid, Pieta, Únos Sabíniek, Zrodenie Európy, Guernica, Bohatieri, Diana, ikona Matky Božej Kazanskej, Trojica*),
5. architektonické objekty (*Eiffelova veža, sedem divov sveta, new yorské dvojčiky, pyramídy, babylonská veža, Koloseum, Nový Jeruzalem, Mekka, Chrám svätého Víta, Limes romanus, čínsky múr, drevené kostoly*),
6. názvy historických udalostí (*založenie Ríma, víťazstvo Grékov pri Maratóne, Waterloo, prechod cez Alpy – Hannibala, Suvorova, gladiátorské zápasy, spartská výchova, víťazstvo nad fašizmom, založenie OSN*),
7. názvy vedeckých reálií (*veľký tresk, Archimedov zákon, zostrojenie párneho stroja, teória relativity, rozbitie atómového jadra, sputnik, pristátie na Mesiaci – Malý krok pre človeka, veľký krok pre ľudstvo*).

5. Metaforizácia a aktualizácia hodnôt

Podobné lingvokulturémy vďaka svojej svetovej známosti sa stávajú **metaforami**. Napríklad svojim spôsobom špekulatívne a podvodné finančné operácie sa nazývajú *pyramídy*, niečo nezvyčajné sa niekedy nazýva *ôsmi div sveta*, v tomto obsahovom duchu sa organizujú rôzne ankety pod názvom: *mojich sedem divov sveta*, centrum vzácnej hodnoty sa nazýva *Mekka* (kultúry, literatúry, módy, futbalu, hokeja), veľký kresťanský náboženský komplex na juh od Moskvy sa nazýva *Nový Jeruzalem*. Viaceré vyššie uvedené názvy kultúrno-historických hodnôt sa prenášajú do iných textov, napríklad jedna z najznámejších piesní svetoznámej švédskej skupiny ABBA sa nazýva *Waterloo*. Svojho času v Čechách aj na Slovensku bola populárna pieseň, v ktorej sa spievalo: *Chrám Svätého Víta, je muziky chrám*, na počesť víťazstva Grékov na Peržanmi pri *Maratóne* v r. 490 pred n. l. sa najdlhšia bežecká disciplína nazýva *maratón* (aj zábavná rozhlasová relácia). Výrazná ľudská múdrosť

sa spája s menom *Šalamún*, symbolom nečakaného úspechu je *víťazstvo Dávida nad Goliášom*. Najväčšie športové podujatie sa nazýva *olympijské hry*, titul *cisár* je odvodený od mena *Caesar* a titul *kráľ* v slovanských jazykoch od franského panovníka *Karola Veľkého*.

Mnohé všeobecno-kultúrne lingvokulturémy pôvodne vznikli v konkrétnom etnickom prostredí, ktoré v dlhodobom vývoji svojim kultúrnym vplyvom prekročilo vlastné hranice a z ktorého sa kultúrne hodnoty čerpajú aj po zániku pôvodnej etnickej štátnosti. Aramejský, latinský, starogrécky a iné jazyky obohacovali ostatné kultúry ešte dlhé stáročia po zániku alebo asimilácii nositeľov týchto jazykov. Hoci uznávame vyššie uvedené všeludské hodnoty, v konečnom dôsledku aj ony vznikli v pôvodnom etnokultúrnom prostredí.

Lingvokulturémy z univerzálnych kultúrnych zdrojov majú svoje ustálené a pevne zafixované verbalizované formy v súčasných jazykoch. Ich komunikačná realizácia v konkrétnom jazyku je často neopakovateľná a ťažko preložiteľná. Známa lingvokulturéma *kocky sú hodené*, ktorá pochádza z obdobia občianskych vojen v Antickom Ríme v I. storočí p. n. l., hovorí o osudovom rozhodnutí, po ktorom cesta naspäť je nemožná. Takáto situácia nastala v r. 1992 pri spore o vodné dielo Gabčíkovo – Nagymaros, keď sa rozhodovalo o tom, či slovenská strana má právo prehradiť koryto Dunaja, alebo nie. Na brehu Dunaja boli pripravené stovky nákladných aut s kamennými kvádrami – *kockami* a šoféri čakali na rozhodujúci príkaz, ako kedysi rímski legionári čakali na príkaz od Caesara, či majú *prekročiť rieku Rubikon*, čím začali občiansku vojnu. Šoféri príkaz dostali, Dunaj nakoniec bol prehradený, slovenská strana vyhrala aj spor na medzinárodnom súde v Haagu. Vtedy sme zaznamenali výstižný titulok:

Kocky sú hodené (NS. 1992. č. 52).

Bolo to doslovné a zároveň obrazné pomenovanie rozhodného riešenia zložitej situácie. Tá istá lingvokulturéma ma v ruštine podobu *žrebij brošen – žreb je hodený*, ktorá zobrazuje zvyk starých Rimanov hádzať kocky nielen v rámci hry, ale aj ako *žreb* (Spomeňme si na príbeh v Novom Zákone, kde sa cituje žalm o tom, že o *Ježišov odev rímski vojaci hodili žreb*). Pri preklade ilustrovaného slovenského titulku z r. 1992 do ruštiny strácame doslovnosť alebo obraznosť. Jedna z možností vychádza z kombinácie slovenskej a ruskej formy uvedenej starorímskej lingvokulturémy:

Kamennij žrebij brošen – Kamenný žreb je hodený.

V žiadnom prípade však tento variant nenahradí spomínanú pohotovosť slovenského novinára.

6. Záver – človek je v centre filologických hľadání

Jazyková prezentácia individuálnych, etnokultúrnych a všeludských hodnôt sa zákonite dostáva do centra pozornosti filológov, keďže aj oni si čoraz viac uvedomujú prepojenie človeka, jeho konania a komunikácie s bazovými hodnotovými východiskami, od ktorých je človek závislý. Je zrejmé, že v súčasnosti sa mení vedecko-výskumná filologická paradigma a čoraz väčšia pozornosť filológov sa sústreďuje na **antropocentrizmus jazyka** (Maslova, 2004, s. 5). Predchádzajúce výskumné lingvistické paradigmy historicko-porovnávacia a systémovo-štruktúrna skúmali jazyk ako objekt sám o sebe, človek ako nositeľ jazyka sa nachádzal na okraji záujmu jazykovedcov a iba sporadicky sa skúmali bohaté súvislosti medzi jazykom, človekom a jeho kultúrou. Antropocentrický pohľad na jazyk sa preorientoval na hľadanie a odhaľovanie súvislosti pri vzájomnej väzbe „jazyk v človeku a človeka v jazyku“. V tomto zmysle sa človek skúma ako **jazyková osobnosť** (jazykovaja ličnosť) (Karaulov, 1987) vo viacerých podobách:

1. človek fyzický
2. človek sociálny
3. človek intelektuálny
4. človek emocionálny

5. človek hovoriaci

(Maslova, 2004, s. 6).

Posledne menovaná podoba človeka je bezprostredne spojená s jeho hlavným komunikačným nástrojom – s jazykom. V jazyku a prostredníctvom jazyka sa človek realizuje ako fyzická, sociálna, intelektuálna a emocionálna osobnosť po celé svoje dejiny a po celý svoj život aj ako jednotlivec. V jazyku sa kóduje a dekoduje jeho kultúrna realizácia, jeho kognitívne schopnosti a vlastne celý zložitý proces humanizácie človeka.

Literatúra

ARUŤUNOVA, N. D. Tipy jazykových značeníj: Ocenka. Sobytiye. Fakt. Moskva: Nauka, 1988.

ALIFERENKO, N. F. Lingvokulturologija. Cennostno-smyslovoje prostranstvo jazyka. Moskva: Izdatel'stvo „Flinta“, Izdatel'stvo „Nauka“, 2010.

GAČEV, G. Nacionalnyje obrazy mira. Kosmo. Psycho. Logos. Moskva: Progress, Kul'tura, 1995.

GUDKOV, D. Teorija i praktika mežkul'turnoj kommunikaciji. Moskva: Gnozis, 2003.

GUMILOV, L. N. Etnosfera: Istorija ľudej i istorija prirody. Moskva: Ekopros, 1993.

CHROLENKO, A. T. Osnovy lingvokulturologiji. Moskva: „Flinta“, „Nauka“, 2005.

HOMOLÁČ, J. Transtextovost a její typy. In: Slovo a slovesnost. 1994, č. 1, s. 18-33.

KARAULOV, J. N. Russkij asociativnyj slovar. Tom I Ot stimula k reakcijam. Tom II Ot reakcii k stimulam. Moskva: AST. Astrel, 2002

KARAULOV, J. N. Russkij jazyk i jazykovaja ličnosť. Moskva: Nauka, 1987.

MASLOVA, V. A. Lingvokulturologija. Moskva: Academia, 2004.

VOROBJOV, V. V. Lingvokulturologija: Teorija i metody. Moskva: Izd-vo RUDN, 1997.

Абстракт

В предлагаемой статье автор обращает внимание на человеческие ценности и их презентацию в соответствующих языковых формах. Данные ценности представлены в определенной структуре и иерархии и наглядно иллюстрируются в конкретных языковых единицах. Тем самым автор подчеркивает важную позицию новой исследовательской парадигмы в филологических науках, что было вызвано повышенной мерой межкультурной коммуникации в последние десятилетия. На этом фоне закономерно стали развиваться новые филологические науки. В первую очередь это относится к лингвокультурологии. Именно ценностно-смысловое пространство языка находится в ее центре.

„Táto štúdia, bola vytvorená realizáciou projektu *Vybudovanie lingvokulturologického a prekladateľsko-tlmočnického centra*, na základe podpory operačného programu Výskum a vývoj financovaného z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.“