

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
HUMANITARINIS FAKULTETAS  
LIETUVIŲ KALBOTYROS IR KOMUNIKACIJOS KATEDRA

**Audronė Vyšniauskaitė**

Lietuvių kalbotyros specialybės neakivaizdinio skyriaus  
II kurso studentė

**MADINGI DABARTINĖS LIETUVIŲ KALBOS REIŠKINIAI**  
Magistro darbas

Darbo vadovas  
prof. habil. dr. Kazimieras Romualdas Župerka

Šiauliai, 2009

## TURINYS

IVADAS.....	3
1. TEORINIAI MADINGŲ KALBOS REIŠKINIŲ TYRIMO ASPEKTAI.....	7
1.1. Madingo kalbos reiškinio apibrėžimas.....	8
1.2. Madingų kalbos reiškinių kilmė ir vartosenos ypatumai.....	11
1.3. Madingų kalbos reiškinių rūšys sąsajos įvairiais kalbos elementais.....	14
1.4. Žiniasklaidos įtaka madingiems reiškiniams.....	18
2. MADINGŲ DABARTINĖS LIETUVIŲ KALBOS REIŠKINIŲ ANALIZĖ.....	20
2.1. Madingi leksikos reiškiniai.....	21
2.1.1. Lietuviškoji leksika.....	21
2.1.2. Lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai.....	23
2.1.3. Skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai.....	25
2.2. Madingi frazeologizmai ir kiti stabilūs žodžių junginiai.....	30
2.3. Madingi sintaksės lygmens reiškiniai.....	33
2.4. Madingų kalbos reiškinių komentarai nelingvistiniuose tekstuose.....	36
IŠVADOS.....	39
ŠALTINIŲ SĄRAŠAS IR SUTRUMPINIMAI.....	41
LITERATŪRA.....	42
MAGISTRO DARBO SANTRAUKA.....	44
PRIEDAS. Madingų kalbos reiškinių pavyzdžių sąrašas.....	46

## ĮVADAS

Dabartinės kalbos tyrėjus domina, kodėl visuomenė labiau linkusi vartoti vienus ir atsisako kitų kalbos reiškinių bei koku pagrindu formuojasi tie naujieji. Vienių kalbos reiškinių dominavimas ir dinamika kitų atžvilgiu vadinama *kalbos mada*.

Tarptautinių žodžių žodynas pateikia tokias sąvokos *mada* reikšmes: 1. „drabužių, buities reikmenų ir pan. atžvilgiu vieno ar kito skonio viešpatavimas tam tikru laiku tam tikroje aplinkoje“; 2. „įpratimas, palinkimas, paprotys“ (Tarptautinių žodžių žodynas 2008, 468).

Taigi galima teigti, kad *kalbos mada* – tai tam tikrų kalbos reiškinių neilgalais suintensyvėjimas tam tikru laiku ir tam tikroje aplinkoje.

**Darbo objektas** – madingi dabartinės lietuvių kalbos reiškiniai 2007–2009 m. spaudoje, televizijoje ir reklamoje.

**Darbo tikslas** – aptarti madingus dabartinės lietuvių kalbos reiškinis, vartojamus 2007–2009 m. žiniasklaidoje ir reklamoje.

### **Keliami šie darbo uždaviniai:**

1. Apžvelgti mokslines publikacijas madingų kalbos reiškinių tyrinėjimo tema.
2. Pririnkti madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių pavyzdžių iš 2007–2009 m. spaudos, televizijos ir reklamos rašytinių ir sakytinių šaltinių.
3. Surinktus pavyzdžius suklasifikuoti pagal kalbos lygmenis: leksiką, frazeologiją ir sintaksę.
4. Aptarti jų struktūrą, vartojimo aplinkybes ir perspektyvas.
5. Pateikti išsamias išvadas.
6. Prie darbo (priede) pridėti visus abėcėlės tvarka išdėstytus nagrinėtus pavyzdžius.

**Darbo aktualumas ir naujumas.** Madingų kalbos reiškinių tyrimas – nauja ir mažai tyrinėta tema.

Minėtas tyrimo objektas buvo įdomus ne tik lietuvių kalbininkams Gintautui Akelaičiui, Zinai Bareikytei, Loretai Vaicekauskienei, kurie bandė įvardyti šiuos kalbos reiškinis, bet ir latvių kalbininkams Janiui Rozenbergui (Jānis Rozenbergs), Rasmai Miltiniai (Miltiņa).

Madingų kalbos reiškinių atsiradimo priežastis ir funkcionalumą nagrinėjo Janina Švambarytė, Rita Miliūnaitė, Jurgita Girčienė, Aldonas Pupkis, Antanas Smetona ir latvių kalbininkas J. Rozenbergas. Urvelis Weinreichas gilinasi į skolinių vartosenos problemas, nevengdamas ir kalbos madingumo aspekto.

Šių reiškinių sąsajų su skoliniais, kitomis kalbomis ir kitais kalbos elementais ieškojo L. Vaicekauskienė, Dalia Blažinskaitė, A. Pupkis, Jonas Klimavičius, latvių lingvistės Larisa Iljinska ir Daina Nitinia (Nītiņa).

A. Pupkis, Aurelija Leonavičienė, R. Miliūnaitė ir Teodoras Četrauskas atskirai nagrinėjo svarbią žiniasklaidos įtaką formuojantis šiuolaikinei kalbos madai.

Asta Kupčinskaitė-Ryklienė, J. Klimavičius ir Vilmantas Vilkončius daugiau dėmesio skyrė jau nusistovėjusiems, tačiau vis dar giliai įleidusiems šaknis kalbos štampams ir trafaretams grožinės literatūros kritikoje, vertimuose bei internetinėje reklamoje.

Kaip matyti, lietuvių ir latvių kalbininkų publikacijose iškeliami įvairūs madingų kalbos reiškinių tyrimo aspektai ir kryptys, bet patys reiškiniai nėra išsamiau, nuosekliau tyrinėti. Šiame magistro darbe jie ne tik sisteminami, pateikiama nemažai naujų pastebėjimų.

Šią temą galima laikyti visada nauja ir neišsemiama, nes kalba – nuolat kintantis ir atsinaujinantis komunikacijos procesas, tačiau, kaip minėta, pasirinkto tyrimo pagrindinis uždavinys – iš rašytinių ir sakytinių šaltinių surinkti konkrečiu laikotarpiu (t. y. 2007-2009 m.) madingus kalbos reiškinius ir juos aptarti. Tokiu būdu atsiskleis šiandieninės kalbos vartojimo tendencijos, būdingos leksikai, sintaksei ir kt. kalbos lygmenims.

Remiantis atliktu tyrimu, bus galima prognozuoti tolesnes lietuvių kalbos perspektyvas: vartotinių ir nevartotinių skolinių kiekio kitimą, naujadarų atsiradimą, klišių ir trafaretų paplitimą, naujųjų ir senųjų frazeologizmų evoliuciją ir pan.

Taip pat šis tyrimas galėtų būti aktualus ir kitų mokslo sričių specialistams: sociologams, edukologams, kultūrologams. Kalbos vartotojų siekis neatsilikti nuo kalbos mados parodo, kokiems prioritetams visuomenė teikia pirmenybę.

Sociologai pagal dažnai ir plačiai vartojamus žodžius galėtų nustatyti, kokioms socialinėms grupėms kalbėtojai save priskiria.

Edukologai pagal madingų kalbos reiškinių vartojimą iširtų dabartinį visuomenės profesinio išsilavinimo bei apskritai išsimokslinimo lygį.

Kultūrologai pagal naujažodžių ir skolinių vartojimą sužinotų apie šiuo metu vykstančių kultūrinių mainų tarp lietuvių ir kitų tautų intensyvumą.

**Analizės metodika.** Madingų kalbos reiškinių pavyzdžiai buvo renkami keliais būdais:

1. sakytinio šaltinio – televizijos;
2. rašytinių šaltinių: spauda, reklama (ne tik iš spaudos, bet ir skelbimų viešosiose vietose);
3. mokslininkų surinktų žodžių sąrašų: L. Vaicekauskienės monografijoje *Naujieji lietuvių kalbos svetimžodžiai* pateikto „Naujųjų svetimžodžių sąvado“ ir V. Vilkončiaus

knygoje *Vertimas į lietuvių kalbą: trafareto antplūdis* išspausdinto „Dažniau pasitaikančių vertimo šampų ir klaidų žodynėlio“.

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad L. Vaicekauskienės pateikti pavyzdžiai rinkti nuo 1993 m., todėl buvo pasinaudota tik tiriamuoju laikotarpiu vartojamais žodžiais.

Kalbos reiškinių madingumas nustatytas pagal šiuos kriterijus:

1. *Dažnumas ir populiarumas*. Reiškinyms paplitęs daugelio visuomenės socialinių sluoksnių kalboje. Jo vartojimo dažnumas kalbėtojo pasirenkamas subjektyviai, tačiau taip pat ir nulemtas visuomenės įpročio.

2. *Naujumas*. Tai gali būti naujadaras; svetimžodis; žodis, pradėtas vartoti neįprasta ar perkeltine reikšme; netradicinė sintaksinė konstrukcija; perfrazuotas frazeologizmas ar netikėtai išpopuliarėjusi žymaus žmogaus pasakyta frazė. Visus šiuos išvardytus kalbos reiškinius turi jungti viena bendra savybė – vartosenos naujumas.

3. *Konkurencija*. Kalbos reiškinyms laikomas madingu tik tuo atveju, jei kalboje jam galima rasti vieną ar kelis vartosenos pakaitalus (pvz., *imidžas – įvaizdis*).

Kaip minėta, madingų kalbos reiškinių esama visuose kalbos lygmenyse, tačiau šiame darbe aptariami trys iš jų: leksika, frazeologija ir sintaksė.

Pavyzdžiai skirstomi ir nagrinėjami, remiantis leksikologijos ir sintaksės teorine medžiaga.

Tyrimas atliekamas aprašomuoju metodu, t. y. surinkti madingų kalbos reiškinių pavyzdžiai apdorojami, aptariant jų kilmę, struktūrą, vartosenos ypatumus ir pan.

**Darbo struktūra.** Darbas susideda iš dviejų pagrindinių dalių.

Pirmojoje dalyje aptariami teoriniai madingų kalbos reiškinių tyrimo aspektai:

1. Madingo kalbos reiškinio apibrėžimas.
2. Madingų kalbos reiškinių kilmė ir vartosenos ypatumai.
3. Madingų kalbos reiškinių rūšys, sąsajos su įvairiais kalbos elementais.
4. Žiniasklaidos įtaka madingiems reiškiniams.

Antrojoje dalyje pateikiama madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių analizė:

1. Madingi leksikos reiškiniai: lietuviškoji leksika, lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai, skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai.
2. Madingi frazeologizmai ir kiti stabilūs žodžių junginiai.
3. Madingi sintaksės lygmens kalbos reiškiniai.
4. Madingų kalbos reiškinių komentarai nelingvistiniuose tekstuose.

Pabaigoje pateikiamos išsamios išvados, darbo santrauka, šaltinių ir naudotos literatūros sąrašai.

**Darbo aprobacija.** Darbo tema skaitytas pranešimas *Madingi žodžiai dabartinėje lietuvių kalbos vartosenoje* bakalaurantų ir magistrantų mokslinių darbų konferencijoje „Studentų darbai – 2009“, skirtoje profesoriui Vytautui Sirtautui atminti. Šio pranešimo tezės išspausdintos minėtos konferencijos programoje.

**Darbe vartojamos sąvokos:**

*Abstraktas* – žodis, reiškiantis nekonkrečią sąvoką, veiksmažodį ar ypatybę.

*Frazeologizmas* – tai ekspresyvūs ir vaizdingi pastovios leksinės ir gramatinės sandaros, vientisos reikšmės žodžių junginiai, kurie turi apibrėžtą leksinę aplinką ir nekuriami bendravimo procese, o vartojami iš atminties.

*Kalbėtojas* – tiriamosios sakininės ir rašytinės kalbos subjektas.

*Kalbos ekonomija* – taupus žodžių vartojimas sakytiniame ar rašytiniame tekste.

*Kalbos mada* – tai tam tikrų kalbos reiškinių neilgalaikis suintensyvėjimas tam tikru laiku ir tam tikroje aplinkoje.

*Kalbos sfera* – sakininė arba rašytinė kalba.

*Lietuviškoji leksika* – veldinių, darinių ir teiktinų skolinių visuma.

*Lietuviškasis sinonimas* – lietuviškosios leksikos žodis, išstumtas iš vartosenos madingo, bet nebūtinai teiktino, jo sinonimo.

*Madingi kalbos reiškiniai* – tai kalbos reiškiniai, suintensyvėję tam tikru laiku ir tam tikroje aplinkoje.

*Naujadaras* – naujai sudarytas žodis.

*Profesinė kalba* – tai įvairių sričių specialistų kalba tiriamojoje aplinkoje.

*Rašytinė kalba* – šiame darbe tirti tekstai arba jų fragmentai, rasti spaudoje, rašytinėje reklamoje.

*Sakininė kalba* – šiame darbe tirti tekstai arba jų fragmentai, rasti spaudoje.

*Stabilus žodžių junginys* – žodžių junginys, kuris yra ganėtinai sustabarėjęs, visuotinai paplitęs, atkuriamas iš atminties, o jo trūkstamos grandys nesunkiai atspėjamos.

*Vertalas* – pažodžiui iš kitos kalbos verstas žodis arba žodžių junginys.

# 1. TEORINIAI MADINGŲ KALBOS REIŠKINIŲ TYRINĖJIMO ASPEKTAI

Kalba – tai pirmiausiai mažiausio visuomenės vieneto – žmogaus – komunikavimo su kitu žmogumi priemonė, kurią kiekvienas vartoja subjektyviai, atsižvelgdamas į daugybę įvairiausių faktorių. Taigi galima kalbos reiškinius laikyti ir socialiniais, ir psichologiniais, ir kultūriniais.

Kadangi kalba – daugiaubriaunis reiškinys, jis tiriamas pagal visiems reiškiniams taikomus bendrus tyrimo principus:

1. apibrėžimas;
2. atsiradimo priežastys;
3. funkcijos;
4. vartojimo sfera;
5. rūšys arba variantai;
6. vartojimo ateityje perspektyvos.

Vienas iš svarbiausių principų – apibrėžimas. Jis reikalingas tam, kad tiriamasis reiškinys būtų atpažįstamas ir išskiriamas iš kitų reiškinių tarpo.

Kalbant apie madingus kalbos reiškinius, visą dėmesį reikėtų sutelkti į vartojimo sferą, kadangi ji lemia šių reiškinių atsiradimo priežastis ir funkcijas. Nustačius, kurioje sferoje reiškinys vartojamas, galima pasakyti, kodėl atsirado toje sferoje ir kokias funkcijas joje atlieka.

Rūšys arba variantai priklauso nuo atsiradimo priežasčių ir vartojimo sferų. Svarbu nustatyti, kokie socialiniai vienetai madingus kalbos reiškinius kuria (pvz.: žiniasklaida, kritikai, vertėjai) ir kokiais tikslais juos vartoja.

Madingų kalbos reiškinių vartojimo perspektyvas apibrėžia jau pati jų sąvoka, kuri reiškia, kad tai laikino, tačiau vis tiek priklausančio nuo vartojimo sferų, gyvavimo reiškiniai.

Taigi vadovaujantis šiais principais, bus apžvelgiami teoriniai madingų kalbos reiškinių tyrinėjimo aspektai.

## 1.1. Madingo kalbos reiškinio apibrėžimas

Įvade apibendrintai teigiama, kad *kalbos mada* – tai tam tikrų kalbos reiškinų neilgalaikis suintensyvėjimas tam tikru laiku ir tam tikroje aplinkoje.

Kalbos reiškiniai – abstrakti sąvoka, kuri įvardija įvairius lingvistikos mokslo sričių tyrimo objektus: žodį, stabilų žodžių junginį ir pan.

Madingi kalbos reiškiniai nustatomi pagal minėtus kriterijus: *dažnumą* ir *populiarumą*, *naujumą*, *konkurenciją*.

Daugumos kalbininkų madingo kalbos reiškinio apibrėžimas analogiškas.

Latvių kalbininkas J. Rozenbergas madingus žodžius įvardija taip: „Madingi žodžiai yra tokie žodžiai, kuriuos tam tikru kalbos raidos laikotarpiu kalbėtojas vartoja dažniausiai. Kai kurie iš jų atlieka specialias stilistines funkcijas – teigiamas ir neigiamas. Madingi žodžiai nėra konkretus leksikos sluoksniu, o palyginti nedidelė dalis aptariamo funkcinio žodyno. Madingų žodžių ir anksčiau buvo, tačiau kito jų leksinė forma, jie buvo įvairiai vadinami (Rozenbergs 2000, 128–129).

Praktinės stilistikos darbuose madingi kalbos reiškiniai paprastai įvardijami žodžiais *klišė*, *kalkė*, *stereotipas*, *šablonas*, *štapas*, *trafaretas*.

Pasakymas *madingi žodžiai* turi atitikmenis kitose kalbose: anglų k. *buzzword*, vokiečių *Modewort*, latvių *modes vārdi*, rusų *модные слова*.

Latvių kalbininkė R. Miltinā nurodo, kad „šiais terminais paprastai vadinami žodžiai (taip pat frazės), kurie tam tikru momentu laikomi populiariais ir moderniais, yra susiję su kuria nors specialia sritimi ir atrodo reikšmingi, imponuojantys“ (Miltinā 2009, 21–22).

Iš lietuvių kalbotyros specialistų konkrečiausią madingo kalbos reiškinio apibrėžimą pateikė G. Akelaitis straipsnyje „Kalbos mada kaip reiškinys“, kuriame jis teigia, kad „*kalbos* (ir *kalbėjimo*) *mos* sąvoka gali kelti abejonių: ji neįprasta ir galbūt nereikalinga, nes nepriklauso didžiosioms kalbos tvarkybos problemoms ir apima tik įvairius paribio atvejus. Iš tiesų tai, ką čia norima pavadinti *kalbos mos* reiškiniumi, stilistikos ir kalbos kultūros darbuose yra dažniausiai įvardijama kaip *klišė*, *kalkė*, *stereotipas*, *šablonas*, *štapas*, *trafaretas*“ (Akelaitis 2003, 121).

Autorius madingus kalbos reiškinus priskiria stilistikos objektui: „*kalbos mada* yra nesisteminis kalbos vartosenos reiškinys – kalbos elemento (žodžio, jo formos, posakio, sintaksinės konstrukcijos) vartojimo nebūdinga reikšmė staigus, paprastai neilgalaikis suintensyvėjimas.

Kalbos mos reiškinų sritys – į bendrinę kalbą pretenduojanti sakytinė kalba ir įvairioms kaitos apraiškoms imliausi publicistinio stiliaus tekstai; veržiasi mos elementai ir



į kitų stilių, ypač į viešųjų kalbų, tekstus. Kalbos mados elementai suvokiami ir kalbos vartotojų: jeigu toks elementas pavartojamas sąmoningai, jis palydimas metakalbiniu komentaru: *kaip dabar madinga sakyti, madingais žodžiais tariant, madingai tariant, madingai pasakytume, toks madingas pasakymas* ir pan., pvz.: *Visą knygos tiražą jau atidavėm knygynams, arba, kaip dabar madinga sakyti, išleidom apyvarton. Įsivyravus rašytojų miestiečių kartai, daug išraiškingų gyvosios kalbos posakių lyg ir ėmė trauktis iš vartosenos, – mados žodžiu tariant, pasidarė neprestižiniai*“ (Akelaitis 2003, 122).

G. Akelaitis madingą kalbos reiškinį priskiria ne tik kalbos kultūros, bet ir stilistikos, morfologijos bei leksikos objektams. Jis teigia, kad „tie elementai, kurie sąmoningai kuriami, kad būtų kartojami, tiesiog eksploatuojami, ryškinant įvairiausias jų prasmes (daugiausia tai perkeltinės reikšmės žodžiai ir posakiai), yra individualiojo stiliaus dalykas – kalbos individualumo išraiškos priemonė. Jeigu jie kito kalbėtojo sąmoningai pavartojami, tai turi stilizavimo arba parodijavimo priemonių paskirtį. O jeigu pasakomi nesąmoningai, iš nesuvokto arba netinkamai suvokto prieraišumo kuriam nors autoritetingam, iškiliam asmeniui, bematant nusirita iki lygio tų elementų, kurie nėra nei kalbančiojo stiliaus vertybė, nei gali savo vartojimu patikti tikram jų autoriui“ (Akelaitis 2003, 122–123).

„Kalbos mados reiškiniai susiję ne su vienu kalbos lygmeniu, nors, savaime suprantama, jų daugiausia yra iš leksikos. Šio lygmens elementai gali būti ir kelios vieno žodžio formos, ir viena forma. Sakinyje madingieji elementai paprastai turi lydimąją funkciją, modifikuojamojo, klasifikuojamojo pobūdžio reikšmes. Iš madingų žodžių minėtini: *aibė, atributas; geras, skaidrus / neskaidrus, teisingas; faktiškai, praktiškai, realiai / nerealiai* ir pan. Yra šių madingųjų žodžių vartojimo atvejų, kur akivaizdus ne tik jų semantinis, ekspresinis netikimas, bet ir prasminis ar net loginis keistumas: *Daug skaudžiau prarasti pinigus, ypač dabar, kai muitinė stengiasi būti skaidri. Daugelis demokratijos atributų yra labai stipriai ribojami. Mados žodžių griebiamasi reklaminių tipo užrašuose ar net pavadinimuose – tokia mat reklamos paskirtis: žūtbut, bet kokiomis priemonėmis atkreipti dėmesį, nustebinti: Teisingos dešrelės už teisingą kainą. Dabar visos mūsų prekės – tik už gerą kainą*“ (Akelaitis 2003, 124–125).

Vis dėlto autorius daugiausia dėmesio skiria kalbos kultūrai, kurią jis laiko tarsi neoficialiu madingų kalbos reiškinų netaisyklingos vartosenos pateisinimu. „Suklusti verčia ypatingomis aplinkybėmis vartojamas klausiamasis posakis *Ar viskas gerai?* Tinkamai pavartotas toks klausimas reiškia maždaug štai ką: *Kas Jums atsitiko?* Suprantame: *Kas bloga atsitiko? Kuo galėčiau padėti?* Žodžiu, tai pasiteiravimo, ar nereikia pagalbos, ir drauge neįkyrus, neprimygtinis pagalbos siūlymo posakis. *Ar viskas gerai?* – klausama pastebėjus, kad žmogus sutrikęs, keistai atrodo ar pan.

Kaip mados elementai vartojamos ir žodžių formos. Dabar madinga vartoti stilistiškai nežymėtą vienaskaitinių, ypač abstrakčiųjų, daiktavardžių – tiek lietuviškų, tiek tarptautinių – daugiskaitą: *Šios partijos laimės yra inerciškos* (=laimė yra inertiška). *Daug galime kalbėti apie paauglių nusikaltimus, stumdyti tas atsakomybes* (=tą atsakomybę) nuo vieno prie kito. *Tada jaučiamos bereikalingos įtampos* (=jaučiama bereikalinga įtampa). *Ar tikrai daugelį smulkių ir vidutinių įmonių ištiks bankrotai* (=bankrotas)?

Kalbos mada randasi ne tik konkrečių elementų, bet ir tam tikrų leksikos fragmentų pavidalu: griebiamasi sužmoginimo, sukarinimo, visiškai kitas sąvokas išreiškiančių žodžių, pvz., *harmonizuoti* (=derinti) *įstatymus* (muzikologijos žodis)“ (Akelaitis 2003 121–125).

Z. Bareikytė nagrinėja madingus mokslinio teksto elementus – klišes. Jos apibrėžiamos taip: „Klišė – tai nuvalkiotas, šabloniškas, stereotipinis pasakymas, mechaniškai kartojamas tam tikrose kalbinėse ir buitinėse situacijose arba tam tikroje literatūrinėje sferoje, dialekte ir pan. Klišėmis, tokiu būdu, dažniausiai vadinami žodžių junginiai, kurie dėl dažno vartojimo tampa banaliais, praradusiais savo pirmąjį originalumą ir poveikio jėgą šampais. Tikriausiai todėl lingvistinių terminų žodynuose klišė apibūdinama kaip pejoratyvinę konotaciją turintis terminas“ (Bareikytė 2004 23).

Taip pat prie madingų kalbos reiškinių priskiriami kai kurie naujieji svetimžodžiai. Pastarieji yra šių reiškinių rūšys, todėl aktualu pateikti ir jų apibrėžimą.

Viena daugiausiai nagrinėjusiųjų šią sritį – L. Vaicekauskienė, kuri teigia, kad „apibrėžiant naująjį svetimžodį svarbu pasakyti, kad citatos, arba autentiškos rašybos žodžiai ir pastovieji žodžių junginiai, taip pat laikyti naujaisiais svetimžodžiais. Atskirti jų negalima vien todėl, kad esama labai daug svetimžodžių, turinčių po keletą ortografinių variantų; be to, nepaisyti autentiškos rašybos vartojimo tendencijų reikštų neįžvelgti labai ryškios naujojo lietuvių kalbos skolinimosi etapo ypatybės. Čia taip šliejasi ir savotiški rašybos variantai – skolintos raidinės žodžių santrumpos, pvz.: *PC, MC, CD, CB, CDR, DJ, Co*, arba *Ko* ir pan. Neretai jos turi žodinių atitikmenų, reiškiamų arba senais, bet įgavusiais naują reikšmę tarptautiniais žodžiais, arba dar nefiksuotais skoliniais, pvz.: *PC* – *personalinis kompiuteris*, *MD* – *minidiskas*, *CD* – *kompaktinis diskas*, *CDR* – „*sidiromas*“. *Co/Ko* – *kompanija*, *DJ* – *didžėjas/-us*. Tokios santrumpos vartojamos rišliame tekste savarankiškai lyg būtų suvokiamos kaip įprasti svetimžodžiai“ (Vaicekauskienė 2007, 31).

## 1.2. Madingų kalbos reiškinių kilmė ir vartosenos ypatumai

Kaip minėta, madingų kalbos reiškinių kilmė ir vartosenos ypatumai – neatsiejama, kadangi pirmiausiai reikia nustatyti, kurioje vartojimo sferoje reiškinys atsirado, paskui – kokios to atsiradimo priežastys.

Madingų kalbos reiškinių vartojimas – subjektyvus visuomenės ir nulemtas daugybės faktorių procesas, todėl J. Švambarytė savo tyrimuose dėmesį daugiau kreipia į kalbos mados, kaip tautos sociokultūrinio reiškinio, atsiradimo ir tolesnio vystymosi tendencijas. Straipsnyje „Kalbos kultūra ir mada“ nagrinėjama šiuo metu visuomenėje ypač paplitusi „neigimo“ nuostata, kuri priklauso nuo asmenybės kultūros vertybių suvokimo. Autorė pabrėžia, kad „klestinti „kito neigimo“ nuostata sukelia beveik kiekvieno žmogaus psichologinę reakciją. Sukelia ją ir kurių ne kurių kalbininkų įsakmus tonas, griežti taisymai <...>. kalbą veikia bendrieji madų polinkiai – jei madingi turkiški drabužiai, vokiškas maistas ar prancūziška kosmetika, prie jų įmanoma derinti ir kalbą“ (Švambarytė 1997, 87–88).

Daugelio madingų kalbos reiškinių atsiradimas neatsiejamas nuo skolinių ir svetimžodžių atėjimo į kalbą, todėl vertėtų aptarti kai kurias pastarųjų radimosi ir vartojimo tendencijas.

Kai kurie U. Weinreicho pateikti svetimžodžių radimąsi skatinantys veiksniai galėtų būti pritaikyti ir madingiems kalbos reiškiniams:

„1. Vidiniai kalbiniai veiksniai:

a) reta savų žodžių vartoseną. Tai dvikalbės kalbos vartojimo situacijos, kai dažnos vartosenos svetimžodis greičiau prisimenamas vartotojų, taip ilgainiui užimdamas į žodyno periferiją pasitraukusio tą pačią sąvoką reiškiančio savo žodžio vietą. Teoriškai galbūt galima įsivaizduoti panašioje situacijoje atsidūrusį vienakalbį, tiesiog neprisimenantį, kad gimtojoje kalboje yra savas atitikmuo. Iš esmės šis veiksnys artimas poreikiui įvardyti naują realiją.

b) homonimijos vengimas (kai svetimžodis pakeičia savą homonimą).

2. Sinonimų poreikis. Emocinių ir ekspresinių žodžių polinkis prarasti ekspresyvumą, taip pat nuolatinis slengo, eufemizmų poreikis. Taip pat minimi tokie žodžiai, kurie kalbos vartotojams atrodo įvardijantys naujus dalykus, netapatintinus su tais, kuriems gimtojoje kalboje esama pavadinimų.

3. Socialinė kalbos vertė. Svetimos kalbos prestižą, socialinio statuso kėlimą demonstruojant jos išmanymą Weinreichas priskiria prie dvikalbiams būdingų skolinimosi priežasčių, tačiau akivaizdu, kad šie veiksniai šiandien gali būti aktualūs ir vadinamosioms

vienakalbėms visuomenėms. Dėl šios priežasties atsiranda vadinamųjų „nereikalingų“ svetimžodžių, įvardijančių savais žodžiais žymimas realijas“ (Weinreichas 1974, 57–61).

Nemaža dalis madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių atsirado iš būtinųjų ir fakultatyviųjų (nebūtinųjų) skolinių.

J. Girčienė teigia, kad pagrindinė fakultatyviųjų skolinių funkcija – „pagyvinti kalbą, sustiprinti stilistinį efektą, rodyti kitos kultūros išmanymą, išreikšti socialinės grupės tapatybę“ (Girčienė 2007, 150).

„Dalis naujas realijas įvardijančių (būtinųjų) skolinių, prisitaikę prie lietuvių kalbos sistemos, papildo bendrinės leksikos fondą, įgiję lietuviškų atitikmenų, kurių laiką gali būti vartojami kaip pastarųjų palydovai ir atlikti aiškinamąją funkciją. Jeigu vienam kuriam atitikmeniui pavyksta įsitvirtinti, toks skolinys ilgainiui išnyksta iš viešosios rašytinės vartosenos. Į ją jis kartais grąžinamas tik kaip ekspresyvus, stilistiškai žymėtas teksto elementas, t. y. aktualizuojama stilistiškai motyvuota antinorma.

Daug rečiau pasitaikantiems fakultatyviesiems skoliniams, vartojamiems dėl stilistinių ar sociopsichologinių priežasčių, būdinga kontekstinė, vienkartinė vartoseną. Jiems dažniausiai esama gatavų, nors ir ne visai tapačių atitikmenų. Bet kaip tik naujos raiškos, šiuo atveju svetimoms, poreikis dažniausiai yra pagrindinis šių skolinių vartojimo motyvas. Tokie skoliniai nepatenka į aktyvų bendrinės kalbos leksikos fondą“ (Girčienė 2007, 150).

Madingų kalbos reiškinių atsiradimą galima susieti su A. Pupkio teiginiu, kad „kalbos aktai orientuoti į tikrovę ir su ja sudaro abipusį ryšį. Galėtume sakyti, kad tautinė kalba pirmiausia reprezentuoja tautą (ir atvirkščiai). Etninė kalbos funkcija kartais siejama su kultūrine funkcija. Čia daugiausia kalbama apie gebėjimą perimti praeities kultūrą, nes šiuolaikinėje kultūroje negali būti nepaisoma verbalinės kultūros kanono“ (Pupkis, 2005 35). Tačiau tauta savo kalbiniais principais nori priartėti prie bendrųjų pasaulio kalbų kanonų ir perima kai kuriuos dažnus dabartinės vartosenos kalbos reiškinius.

R. Miliūnaitė pagrindinę madingų kalbos reiškinių funkciją (arba vartojimo ypatumą) kalboje įvardija kaip savarankišką kalbėtojo įvaizdžio kūrimą. „Vadinamieji mados žodžiai brėžia įvaizdžio ašį tarp modernumo ir atsilikimo. Antai nei mokiniai, kalbėdamiesi tarpusavy, nei verslininkai, duodami interviu, neapsieina be madingų žodelių *kietas, nerealiai* ir pan. Tokių vartotojų nuostatą galima apibūdinti taip: „Vartoju madingus žodžius, vadinasi, esu šiuolaikiškas, einantis koja kojon su pasauliu, tapatinuosiu su panašiais į save ir pranašesniais už save“. Bent detalai aukštesniojo ir viduriniojo sluoksnio žmonių tai atrodo priimta net viešojoje vartosenoje ir yra klaidingai suvokiamo kalbos prestižiškumo ženklas. Nuosaikus modernumas viešojoje bendrinėje kalboje įmanomas paprastai tiek, kiek jis nesikerta su pačios bendrinės kalbos paskirtimi, tačiau daugelis tokių raiškos priemonių yra

svetimų kalbų citatos arba vertiniai ir dažnai kelia žmogaus, neturinčio nei kalbos jausmo, nei skonio, įspūdį“ (Miliūnaitė 2005, 47).

J. Rozenbergas išskiria kelias madingų žodžių funkcijas: suteikia papildomos informacijos, stilistiškai nuspalvina tekstą ir pan.

„Pagal naujumą jie skiriami į šias funkcinės grupes:

1. poetinio turinio žodžiai (*dardedze, dāsns, klāsts, legenda*);
2. su specialybe susiję žodžiai (*cīnīties, fronte, mobilizēt, starts, finišs, atraktīvs, imidžs, ofiss, sponsorēt*).

Madingi žodžiai kalbos nežaloja, kol yra aktualūs.

Šie žodžiai tinkamai vartojami dvejopai:

1. kai yra aktualūs ir poetizuoti;
2. kai įvardija naujus dalykus.

Bet jie taip pat gali būti netinkamai vartojami:

1. neatitinka minėtų kalbos estetinių ir emocinių principų ir daro kalbą dirbtinę;
2. nukonkuruoja kitus žodžius, taip skurdindami kalbą“ (Rozenbergs 2000, 129–130).

R. Miliūnaitė gvildena žargono, kaip vieno iš madingiausių kalbos reiškinių, paplitimo dabartinėje šnekamojoje kalboje (ypač žiniasklaidoje) problemą. Straipsnyje „Šis tas apie bendrinę šnekamąją kalbą“ teigiama, kad dabar madingi tapo įvairūs neteiktini vartoti naujadarai bei žargonybės. Kaip šnekamosios kalbos „žargonėjimo“ priežastį R. Miliūnaitė nurodo pakitusią visuomenės kultūrą: „dažniausiai nėra neišsivaizduojama, kaip galima būtų pasakyti kitaip, – paprasčiausiai vien dėl to, kad iš privačiojo gyvenimo į viešąjį perkeliama tokių realiųjų, kurios iki tol viešojoje vartosenoje neturėjo jokios raiškos arba apskritai yra nebūdingos viešumai, tik pateikiamos kaip privačiosios gyvenimo srities atspindys. Seksą, narkotikus bei panašias temas lydintis, pavyzdžiui, keiksmožodžių vartojimas filmuose, spektakliuose – opus ir specialiai nagrinėtinas dalykas, susijęs jau ne vien su kalba, o su apskritai bendrąja visuomenės kultūra“ (Miliūnaitė 2001, 7).

Dar viena madingų kalbos reiškinių funkcija – kurti naujus rašto variantus. Taip ši reiškinį, turėdamas omenyje elektroninius laiškus bei trumpąsias žinutes, kur rašoma be lietuviškųjų rašmenų arba jie pakeičiami germaniškaisiais rašmenimis, vadina A. Smetona (žr. Gerbutavičius 2008, 10).

### 1.3. Madingų kalbos reiškinių sąsajos su skoliniais ir kitais kalbos elementais

Kaip minėta ankstesniuose skyriuose, madingais kalbos reiškiniai gali būti žodžiai ir žodžių junginiai iš įvairių kalbos lygmenų.

Daugiausiai kalbininkų tyrinėtos šios sritys:

1. madingi tarptautiniai žodžiai ir junginiai;
2. svetimžodžiai, atėję iš kitų kalbų;
3. aktualizuoti kalbos faktai;
4. interneto svetainių reklamos šampai;
5. literatūros kritikų ir vertėjų vartojami šampai ir trafaretai.

#### Madingi tarptautiniai žodžiai ir junginiai

L. Vaicekauskienė išskiria visą grupę „pakartotinai pasiskolintų senųjų tarptautinių žodžių, dėl dažnos ir įvairios vartosenos itin krentančių į akis (*bestseleris, brokeris, marketingas, skenavimas, menedžeris, ofisas, parkavimas, šou* ir kt.), taip pat padažnėjusios vartosenos tarptautiniai pradmenys (*auto-, mikro-, pop-, super-, tele-* ir pan.). Kai kurie iš tokių pradmenų anglų kalboje labai produktyvūs ir giminiškų žodžių su jais pasiskolinama itin daug, pavyzdžiui, *euro-*: *eurotopas, euroturnė, euroskeptikas, europadėklas; kyber-* (ir angliškas rašybos variantas *cyber-*): *kibererdvė, kibergotika, cybermage, kiberpankas, kiberseksas, kiberterorizmas, kiberzona; pop-*: *popgrupė, popžvaigždė, popdaina, popkultūra, popmenas, popscena*“ (Vaicekauskienė 2007, 25).

D. Blažinskaitė straipsnyje „Kalbinės manipuliacijos reklamoje“ pateikia daugybę lietuvių firmų nelietuviškų pavadinimų pavyzdžių: „*Liturimex, Interlita, Ergo Lietuva, Reval Hotel Lietuva, Forum Palace, Norfa, Maxima, Akropolis* ir pan.“. Autorė teigia, kad „fascinacinis tarptautinis žodynas yra banalus. Tuščias. Jis veikia, tiksliau – įveikia, o ne paveikia todėl, kad aplinka jo prisotinta – paklusi nenorėdamas, nejučiomis, net jį pašiepdamas. Tačiau šis žodynas kaip prekės pakuotė – nors puikiausia, bet išmetama. Jo poveikis kalbai – netiesioginis, foninis, didesnis – madų gaudytojams.

Informacinio tarptautinio žodyno poveikis kalbai tiesioginis. Pats jis dabar imamas ne iš tradicinės pavyzdinės vartosenos, o lipdomas, kurpiamas iš europinių prestižinių pavyzdžių. Sunku patikėti, kad reklamos užsakovai ir kūrėjai tas integruotas funkcijas būtų paėmę iš savo pačių kalbos (Blažinskaitė 2004, 31).

### Svetimžodžiai, atėję iš kitų kalbų

A. Pupkis nagrinėja negatyvųjį kalbos modernėjimo proceso aspektą. Jis teigia, kad „XX a. pabaigoje Lietuvoje ypač išaugo anglų kalbos prestižas. Labai pagausėjo viešųjų užrašų anglų kalba, kai kurios įstaigos net tarpusavyje ėmė susirašinėti angliškai, iš mokslinio stiliaus srities dirbtinai pradėta stumti lietuvių kalba. Prestižiška (vertybiška) darėsi dainuoti tik angliškai, mokytis tik angliškai, mėgautis anglų kalba visur ir visame kame (pavyzdžiui, internetiniuose pokalbių tekstuose vartoti anglų abėcėlės raides ir ištikus angliškus pasakymus)“ (Pupkis 2005 40).

J. Klimavičiaus teigimu, „Nors po visą šalį pasklidę ir lietuviški firmų vardai, nors yra ir puikių, bet Lietuvos ir sostinės vizitinė kortelė – *Liturimex, Interlita, Ergo Lietuva, Reval Hotel Lietuva, Forum pajace, Norfa, Maxima, Akropolis* ir pan. Lietuvos valstybės vardo tolygumas kokiai užsienio firmai yra Lietuvos žeminimas. Svetimajam Lietuvos firmų vardynui dirvą rengė ir kelis dešimtmečius plitęs ir jau nežmoniškai paplitęs nelietuviškas lietuvių vardynas. Be didžiausio visuomenės spaudimo, be jaunimo patriotizmo, be sąmoningos tautinės programos padėtis nesitaisys“ (Klimavičius 2004, 30–31).

Latvių kalbininkės L. Iljinska ir D. Nitinia nurodo madingų žodžių, kurie savo kilme susiję su šiuo metu pasaulyje vadinamomis prestižinėmis kalbomis, vartojimo pirmenybės suteikimo priežastis: „1. Tradicija, įprotis arba priešingai – originalumas, naujažodžių arba svetimžodžių intensyvus vartojimas.

2. Laikmečio ir aplinkos reikalavimas vartoti populiarius ir madingus, prestižinių kalbų žodžius. Toks žodžių vartojimo pasirinkimas susijęs su anglicizmu paplitimu.

3. Reikšmės priklausomybė nuo žemojo stiliaus. Pavyzdžiui, *ekselence* (Iljinska, Nītiņa 2004, 44).

### Aktualizuoti kalbos faktai

A. Pupkis madingus naujadarus ir kitus panašios vartosenos kalbos reiškinius vadina aktualizuotais.

„Visuotinei vartosenai nepažįstamų, neįprastų kalbos priemonių vartojimas, pavyzdžiui, kiekvienas naujadaras, patekęs į visuotinę vartoseną, kurį laiką yra aktualizuotas.

Taigi aktualizacija egzistuoja kaip tam tikras psicholingvistinis procesas, vykstantis bendrinės kalbos vartotojų mąstysenoje. Materialų pobūdį jis įgyja konkrečioje vartosenoje kaip neįprastai pavartotas kalbos dalykas, koks kitas posakis. Pavyzdžiui, atkūrus nepriklausomybę aktualizuotas buvo tuometinės vyriausybės vadovės mėgstamas posakis *įdirbis*, šiaip naujadaras, arba kito premjero viešai paleista žargonybė *išdurti* „apgauti, akis apmuilinti“, – paskui ją spaudoje radosi visokių „išdūrimų“. Aktualizuoti iš pradžių buvo

*pakuotė* vietoj *įpakavimo*, *spinduliuotė* vietoj *radiacijos*, *įvaizdis* vietoj *imidžo*. Aktualizuota būna reklamos kalba, naujųjų viešųjų užrašų kalba ir pan. Pastarieji greitai automatizuojasi, o reklamai norint žadinti poreikį pirkti visąlaik reikia atsinaujinti, tai yra iškelti naujų ar naujoviškų raiškos būdų ar priemonių“ (Pupkis 2005, 129–130).

#### Interneto svetainių reklamos šampai

A. Kupčinskaitė-Ryklienė nagrinėja interneto svetainių kalbą – tiksliau, ten dominuojančius tam tikrus šabloniškus posakius. Autorė teigia, kad „tik pradėjusios rasti interneto svetainės laikytos pigia rinkodaros priemone, kur lengvai galima papasakoti įvairiausių dalykų – ir susijusių su tam tikra bendrove, įstaiga, institucija ar jos veikla, ir ne visai susijusių. Greičiausiai dėl šitokio požiūrio interneto svetainėse įsivyravo giriamasis stilius, o ilgainiui jis pasidarė dar ir labai šabloniškas. Šiandien gana sunku rasti lietuvišką svetainę, kurioje būtų išvengta tam tikrų šabloniškų posakių, virtusių bemaž šampais: *profesionalūs, patyrę, kvalifikuoti, kompetentingi darbuotojai; kokybiškai atliekami darbai; pažangios technologijos; daug dėmesio mokymams; šiuolaikiškai įrengtas salonas* ir pan. Daugybėje interneto svetainių kartojami posakiai, nepateikiant jokių paaiškinimų, pagrindimų ar faktų, ilgainiui tapo tiesiog bereikšmiai, o tokių posakių prisodrinti tekstai prarado skaitytojus“ (Kupčinskaitė-Ryklienė 2004, 41).

#### Literatūros kritikų ir vertėjų vartojami šampai ir trafaretai

Savus madingus žodžius turi ir literatūros kritikai J. Klimavičius straipsnyje „Kūrinį vertina... šampai“ pateikia tokius pavyzdžius: „*ieškojimai, tyrinėjimai, jautimai, išvėlgimai, įsiklausymai, apčiuopimai, piešimai, iliustravimai, skambesiai, visokie atidumai, jautrumai, subtilumai, detalės, niuansai, talpumai, sodrumai, prasmingumai, dinamiškumai, pašėlimai ir likimai, viesulai, verpetai, įtampa, vingiai, šaknys, šakos, gaidos, aidai, intonacijos, lakmusas, mastelis, pulsas...*“ (Klimavičius 1998, 12).

V. Vilkončius nagrinėjo vertimų kalbos trafaretus, kuriuos galima įvardyti kaip madingus verstinės literatūros žodžius. Juos autorius susistemino ir pateikė lentelėje (pateikiama lentelės ištrauka) (Vilkončius 2001, 11–12).



*Lentelė. Tipiškiausi vertimų kalbos trafaretai siejasi su pačiomis abstrakčiausiomis sąvokomis*

ERDVĖ	LAIKAS	BUVIMAS
<b>vieta</b> (saugioje vietoje)	<b>laikas</b> ( <i>visą šį / tą / šitą laiką; savo laiku</i> ); <b>dabar, visada, kai; po</b> ( <i>po to, po to, kai</i> ); <b>metai</b> ( <i>per tuos metus, visus tuos metus; praeitais / praėjusiais metais</i> ); <b>diena</b> ( <i>vidury baltos dienos, vieną dieną</i> ); <b>vakar naktį;</b> <b>minutė</b>	<b>būti</b> (buvimas; buvo verta; būk mano svečias!; esu toks, koks esu; yra taip, kaip yra); <b>egzistuoti</b>
<i>kas čia vyksta?; žuvo vietoje</i>		
<i>čia ir dabar; netinkamu laiku netinkamoje vietoje</i>		
<i>praleisti laiką, užmušinėti laiką</i>		
VERSLO ŽODŽIAI		
<i>biznis, darboholikas, ekspertas, energija, licencija, nuosavybė, partneris, planas, problema, profesionalas, programa, projektas, rekonstrukcija, sandėris, situacija, stilius, technologija, trūkumas, žala</i>	<i>Bendradarbiauti, brangiai atsieiti, gerai pasidaruoti, gaminti (maistą), kainuoti, kontroliuoti (situaciją), pirkti, planuoti, restruktūrizuoti, sumokėti, užmokėti, valdyti;</i>  <i>be problemų, jokių problemų, geras darbas, bet kokia kaina, legalus, techniškai</i>	

Autorius sudarė ir „Dažniau pasitaikančių vertimo šampų ir klaidų žodynėlį“ (p. 13–59).

#### 1.4. Žiniasklaidos įtaka madingiems reiškiniams

Žiniasklaidos įtaka madingiems reiškiniams – tai nauja, tačiau labai populiari tyrimo sritis. Ji laikoma viena pagrindinių madingų kalbos reiškinų kūrėjų ir eksploatatorių. Minėti reiškiniai žaibiškai plinta per televiziją, radiją, spaudą ir įvairias reklamos rūšis. Taip pat žiniasklaida tiesiogiai susijusi ir su šių reiškinų tolesnio vartojimo perspektyvomis.

A. Pupkis teigia, kad „žiniasklaida pati transformuoja kalbos normas: prigydo ir išplatina šampus (pvz., dabar paplitusios *būtent, panašu, neatmenama, kad..., bet kuriuo atveju, jungtukų jog ir bei* agresija ir kt.), aukštyn kojom verčia dalyvių ir padalyvių vartoseną, platina naujus nebendrinės tarties variantus.

Žiniasklaida yra viena iš didžiausių tarptautinių žodžių skleidėjų. Tarptautiškumo daugiausia atsiranda verčiant iš kitų kalbų ir su reikalingais (neišvengiamais) tarptautiniais žodžiais paleidžiama daug lietuviškų žodžių dubletų, kurie stumia iš vartosenos lietuviškąjį žodyną“ (Pupkis 2005, 322).

Žiniasklaidos aktyvią intervenciją į dabartinės lietuvių kalbos madingų reiškinų kūrimą nagrinėjo ir A. Leonavičienė. Atlikusi tyrimą tema „Publicistinio ir šnekamojo stiliaus sandūra dabartinėje spaudoje“, ji ištyrė dažniausiai pasirinktuose leidiniuose vartojamus žodžius ir padarė tokias išvadas:

„1. Remiantis specialiojo lyginamojo tekstyno imčių tyrimo rezultatais galima teigti, kad „Lietuvos ryto“ ir „Lietuvos žinių“ informacinio ir komentaro žanrų publicistiniame stiliuje vartojama tiesioginė šnekamojo stiliaus kalba. Kai publicistikoje pavartojama viena iš heterogeninių formų – tiesioginė šnekamojo stiliaus kalba, kinta tekstų raiška, kitaip kiekybiškai pasiskirsto tiesioginės kalbos ir aplinkinio teksto leksika.

2. Atliktas statistinis imčių tyrimas leidžia manyti, kad nagrinėtų spaudos leidinių leksinių vienetų kiekybinis pasiskirstymas daugiau priklauso ne nuo leidinio pobūdžio, o nuo stilistinės ir žanrinės imčių diferenciacijos“ (Leonavičienė 2007, 94-95).

Minėtini ir kai kurie madingi sintaksiniai reiškiniai, paplitę per viešojo informavimo priemones. Vienas tokių – jungtuko *bei* dominavimas jungtuko *ir* atžvilgiu.

R. Miliūnaitė teigia, kad „pakitusi jungtuko *bei* vartoseną negalėjo reikšti nieko kita, o tik tai, kad keičiasi šių dviejų jungtukų santykis vartosenoje: *ir* jungtuko sritis siaurėja, *bei* – plečiasi. Kitaip tariant, dalį funkcijų *bei* perima iš jungtuko *ir*.

Paprastai daug negalvojant sakoma, kad abu jie yra sinonimai, o tai reiškia, kad gali būti vartojami vietoj vienas kito, t. y. tekste gali vienas kitą pakeisti.

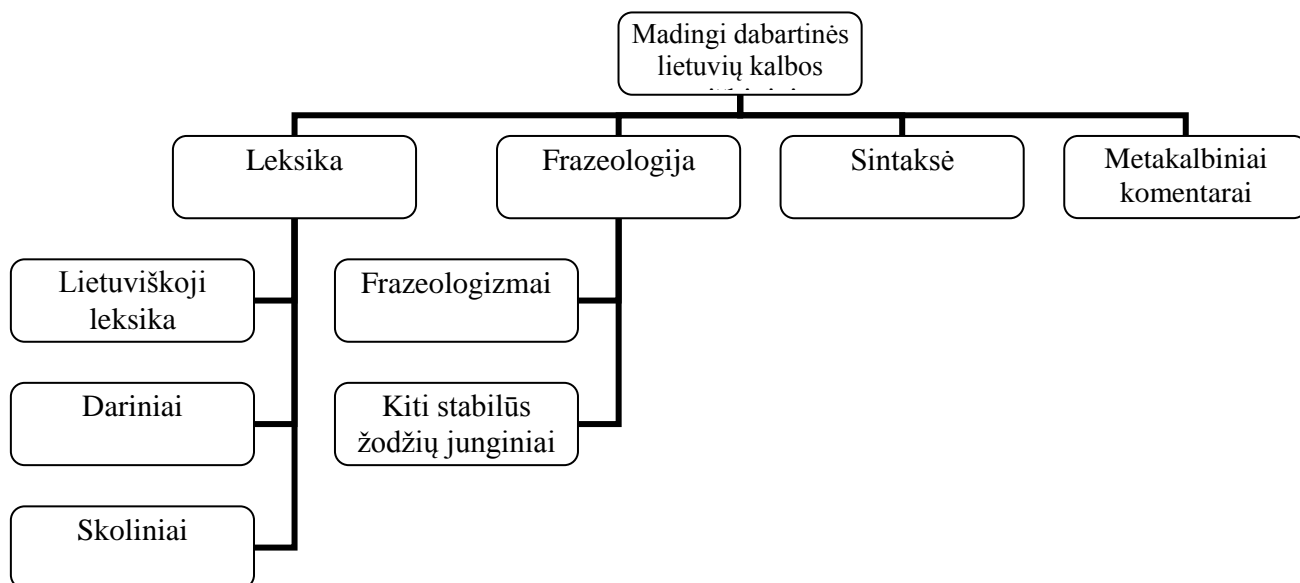
Tačiau tokia sinonimiškumo samprata ne visai tiksli. *Bei* vartojimas nemažai priklauso nuo sakinio jungiamųjų dalių ir jų reikšminių santykių.

*Bei* yra tarsi šešėlinis jungtuko *ir* palydovas. Jam vartoti reikalinga tam tikra motyvacija. Jungtukas *ir* vartojamas daug plačiau, o *bei* gali jį pavaduoti tik kai kada“ (Miliūnaitė 2007, 5).

T. Četkauskas pateikia keletą televizijoje *bei* gatvėje populiarių žodžių *bei* pasakymų. Jis teigia, kad „dabar užėjusi didelė žodžių *tipo* ir *ta prasme* mada. Šave gerbiantis mekenis sakė: *Einu tipo į parduotuvę, pirksiu ta prasme žuvų*, arba vien tikrai *ta prasme, tipo* ir tai galėjo reikšti bet ką, nuostabą, klausimą, susižavėjimą... Trumpiau tariant, visus kitus pagalbinius žodžius pavertė nereikalingais. Tikras elitietis labai stengdavosi vartoti būtent tuo metu madingus žodžius ir neįpainioti į savo kalbą jau pasenusių, taigi nesakė: *Man jis kažkur tipo nepatinka*. Taip sakė tik mėgdžiotojai, ir juos iškart buvo galima pažinti“. Dar autorius mini žodžius *pakankamai* ir *iš tikrųjų* (Četkauskas 2009, 24).

## 2. MADINGŲ DABARTINĖS LIETUVIŲ KALBOS REIŠKINIŲ ANALIZĖ

Kaip minėta įvade, šis tyrimas atliekamas pagal tam tikrus pasirinktus madingų kalbos reiškinių atpažinimo kriterijus. Šie reiškiniai nagrinėti trijuose kalbos lygmenyse: leksikoje, frazeologijoje ir sintaksėje. Jų skirstymas į smulkesnes dalis pateiktas šioje schemoje:



*Schema. Madingų kalbos reiškinių skirstymas pagal kalbos lygmenis*

## 2.1. Madingi leksikos reiškiniai

Pasak J. Girčienės, „bet kuri kalba, kol gyva, kinta. Tai lemia besikeičiančios kalbos vartotojų komunikacinės reikmės. Pati kaitliausia yra leksika, arba kitaip žodynas. Pastebėta, kad visuomenės raidos lūžius lydi naujų žodžių, antra naujažodžių, srautas. Tokį metą išgyvena ir dabartinė lietuvių kalba: XX a. dešimtą dešimtmetį prasidėjusius politinius, ekonominius, socialinius, kultūrinius, technologinius ir kt. Lietuvos pokyčius atspindi itin gausi naujoji lietuvių kalbos leksika“ (Girčienė 2008, 5).

Taigi vienas iš įvade minėtų kriterijų, pagal kuriuos nustatoma, ar žodis gali būti priskiriamas prie madingų, – naujumas. J. Girčienė turi omenyje žodžių naujumą tiesiogine prasme, t. y. nauji lietuvių kalboje atsiradę žodžiai, tuo tarpu šiame darbe analizuojamas žodžių naujumas vartojimo aspektu. Abiem atvejais šis kriterijus daugiausiai gali būti taikomas leksikai.

Madingi kalbos reiškiniai, rasti leksikos lygmenyje, skirstomi į šias grupes:

- lietuviškoji leksika;
- lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai;
- skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai.

### 2.1.1. Lietuviškoji leksika

Vartojimo atžvilgiu šiuos žodžius galima skirstyti į tris grupes: šnekamosios, profesinės kalbos ir neutralūs.

Šnekamosios kalbos žodžiai – daugiau girdimi per televiziją, radiją ar kalbant tarpusavyje: *išdurti, jėga!* Šie žodžiai kalbos kultūros specialistų laikomi neteiktiniais vertalais. Jie yra stilistiškai konotuoti daugelio socialinių sluoksnių atstovų vartojami žodžiai.

*Seimūnas išdūrė ištikimus rinkėjus. TV.*

*Jėga! TV.*

Profesinės kalbos žodžiai: *įdirbis, iššūkis, įžvalga, pirmtakas, pritraukti, stipriai, tikras*. Daugiausiai vartojami politikų, ekonomistų, kultūros atstovų. *Įdirbis* šiandien įgijo naują reikšmę „darbo patirtis“, iki šiol buvo vartojamas reikšme „pradėtas, į priekį pastūmėtas ir toliau tęstinas darbas“ (Dabartinės lietuvių kalbos žodynas 1993, 202).

*Kiekvienam geram specialistui reikalingas įdirbis. TV.*

*Pritraukta 3960 klientų. R(L) 2009 02 26.*

*Tas įvykis visus pritrenkė. VV, 43.*

*Tikrų tėvų tikri vaikai, kurie niekuo kitu neapsimeta, internete yra įdomesni už visokius reklamose vaidinančius aktoriukus. R(L) 2009 02 26.*

*Iššūkis, įžvalga* taip pat atsirado papildomų vartojimo sferų: kai kalbama apie svarbius sprendimus, susijusius su politine, ekonomine, moksline veikla ir pan.

*Mes priimame visus naujus iššūkius. TV.*

*Politinės įžvalgos sudaro sąlygas tolesniems veiksams. TV.*

*Pirmtakas* pradėtas vartoti turint omenyje ne tik žmogų, bet ir įvairias technikos naujoves bei išradimus.

*„Mazda 3 MPS“ modelis žada būti toks pat populiarus kaip ir jo pirmtakas. R(L) 2009 02 26.*

Universaliais vadinami žodžiai (*geras, pakankamai, prisijungti, sunkmetis, vinis, žvaigždė*) paplitę visuose visuomenės sluoksniuose, rašomojoje ir šnekamojoje kalboje.

*Geras, pakankamai ir stipriai* galima laikyti abstrakcijomis, išstūmusiomis iš kalbos konkretnės reikšmės sinonimus, todėl stilistiniu atžvilgiu nerekomenduojamos. Šiandien jie vartojami dėl paprastumo, nesistengiant parinkti tikslesnio žodžio. Jie tapo skubotų pasakymų dalimi (junginiai su *geras* aptariami skyriuje, skirtame sintaksei).

*Geros muzikos klubas. R(L) 2009 02 26.*

*– Esame daug kartų sakę, kad būtų gerai, jeigu atsirastų investuotojas, turintis pakankamai patirties atominių elektrinių statyboje, – teigė G. Mažeika. KD 2009 03 13.*

*Tavo poelgiu aš stipriai nusivyliau. VV, 47.*

Pats madingiausias žodis – *sunkmetis*. Jis vartojamas visose kalbos sferose, nes tiesiogiai susijęs su dabartine pasaulio ekonomine situacija. Jo sinonimas *krizė* aptariamas vėliau.

*Medikai nuogąstauja, jog ekonominio sunkmečio metu ši problema gali paaštrėti. 15 min. 2009 02 25.*

*Prisijungti* buvo vartojamas tik esant realiam kalbėjimo objektui ar subjektui, šiuo metu reikšmė yra įgavusi naują papildomą atspalvį, kai turima omenyje internetinė aplinka.

*Norint tapti ZOOM nariu, reikia prisijungti prie ZOOM bendruomenės. R(L) 2009 02 26.*

*Žvaigždė* įvardija garsenybę, įžymybę, tačiau šio žodžio vartojimas yra suintensyvėjęs, pavadinant bet kurį vidutinės svarbos asmenį.

*Amerikietė Nadya Suleman šiomet tapo žvaigžde. R(L) 2009 02 26.*

*Vinis* – tai populiarus vertinys iš rusų kalbos, vartojamas perkeltinėmis reikšmėmis: *įdomiausias dalykas, įžymybė* ir pan. Dažniausiai sudaro junginius su žodžiais *renginys, vakaras, programa*. L. Vaicekausienė šį žodį įtraukė į *Nevartotinų svetimybų sąrašą*.

*Programos vintis, vakaro vintis. TV.*

Taigi madingi lietuviški žodžiai paplitę daugelyje visuomenės socialinių sluoksnių, vartojami šnekamojoje ir profesinėje srityse. Tai vertiniai iš kitų kalbų, žodžiai, įgiję papildomų reikšmių, arba abstrakcijos, išstūmusios iš kalbos konkretnės reikšmės sinonimus.

Išvardyti žodžiai nėra įtraukti į Valstybinės lietuvių kalbos komisijos (toliau – VLKK) *Didžiųjų kalbos klaidų sąrašą*, patvirtintą 1997 m. gruodžio 18 d. nutarimu Nr. 68 (toliau – *Didžiųjų kalbos klaidų sąrašas*).

### 2.1.2. Lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai

Pagal struktūrą lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai skiriami į dvi pagrindines grupes: dariniai, padaryti iš lietuviškų žodžių (*atvirauti, sureikšminti*) ir dariniai – iš tarptautinių (*darboholikas, depresuoti, kompleksuoti, egzotiškas, ekologiškas, ekscentriškas, ekskliuzyvinis, kultinis, legendinis, paranojiškas, parkavimas, piratavimas, potencialus, prestižinis, rutininis, seksualus, stilingas*).

Pagal vartojimo naujumą ir intensyvumą išskirtinos naujadarinės veiksmažodžių bendratys, padarytos iš lietuviškų ir tarptautinių žodžių: *atvirauti, depresuoti, kompleksuoti, sureikšminti*. Jas vienija bendra reikšmė „vidinė būseną, orientuota į išorinę aplinką ir jos lemiamą“.

*Atvirauti* – žodis, palankus žurnalistams, cituojantiems ar persakantiems atvirai ką nors prisipažįstančio pašnekovo žodžius.

*Dooce yra visų atviraujančių tėvų revoliucijos lyderė. R(L) 2009 02 26.*

*Sureikšminti* – „padaryti ką nors svarbiu“.

*Nesureikšminu automobilio, bet tikrai negalėčiau be jo gyventi. R(L)2009 02 26.*

*Depresuoti* vartojama šiek tiek pakeista reikšme – „būti blogos nuotaikos“.

*Miestas rimtai depresuoja. R(L) 2003 02 13.*

Taip pat ir *kompleksuoti* vartojama ne reikšme „turėti kompleksų“, bet „kokioje nors situacijoje jaustis nepatogiai dėl savų trūkumų arba nedrįsti ko nors atlikti“.

*Ji jaučiasi aukšta, plona, kompleksuodama dėl kojų R(L) 2003 02 13.*

Visais šiais atvejais jaučiamas kalbos ekonomijos poreikis, kai minimaliu žodžių kiekiu siekiama perteikti daug informacijos.

*Darboholikas* – naujadaras, iš paviršiaus atrodo sukurtas pagal tokį pat darybos principą kaip ir *alkoholikas*, siekiant suteikti neigiamą arba šmaikštumą reiškiančią konotaciją. Iš tikrųjų tie du žodžiai atsirado visiškai skirtingai: kaip nurodo žodynai, *alkoholis*

yra skolinys iš arabų kalbų, pridėta tik priesaga *-ik-* ir atitinkama galūnė, tuo tarpu *darboholikas* – hibridas, kurio pirmasis dėmuo lietuviškas, o *-holikas* – iš *alkoholiko* paimtas dėmuo, sąmoningai siekiant panašaus skambėjimo. Skirtinga ir tų žodžių funkcija kalboje: vienas yra terminas, kitas – kalambūro vartojimą primenantis darinys. *Darboholiko* modelis, kaip nurodo „Kalbos konsultacijos“ (išsisukdamos iš tiesioginio atsakymo, ar šis žodis vartotinas mūsų kalboje pavadinti žmogui, kuris „tiesiog svaiginasi“ darbu), atsirado ne lietuvių kalboje (Kalbos konsultacijos, 2003, 47). Pvz.: *Šiuolaikinis žmogus privalo būti darboholikas*. TV.

*Kultinis, legendinis, paranojiškas* įgiję naujo atspalvio reikšmes, pirmasis reiškia „svarbus, esminis“, antrasis – „žinomas nuo senų laikų“, trečiasis – „įsivaizduojantis nebūtus dalykus, perdedantis“.

*Mano mėgstamiausias* – *kultinis* serialas „Sopranai“. R 2009 02 03.

*Jis tapo pelningiausiu legendinio režisieriaus ir aktoriaus filmu per visą jo karjerą*. R(L) 2009 02 26.

*Kiekvienas žmogus, neadekvačiai žvelgiantis į situaciją, gali būti laikomas paranojišku*. TV.

*Ekologišku* laikomas bet koks objektas, apie kurį sakoma, kad jis pasižymi savybėmis, tiek padedančiomis išsaugoti švarią aplinką, tiek taupumu.

„*Mazda3 i-stop*“ yra *ekologiškas* automobilis, pranoksiantis klientų lūkesčius. R(L) 2009 02 26.

*Egzotiškas, seksualus* vartojama vietoj *gražus, įdomus, žavus, patrauklus*, neretai siekiant suteikti savo kalbai įmantrumo.

*Svečias buvo pasirengęs labai egzotiškai*. VV, 19.

*Seksuali* mergina. TV.

Dar akivaizdesnė ši vartojimo paskirtis būdvardžių *ekscentriškas, ekskliuzyvinis, prestižinis*.

*Jau kovą Lietuvoje gastroliuos ekscentriškasis dainininkas Morisas Moisejevas*. R(L) 2007 12 05.

*Ekskliuzyvinių drabužių parduotuvė „Off Broadway“ siūlo „Christian Dior“ ir kt. Moteriškų drabužių kolekcijas*. LV, 268.

*Prieš savaitę naujoji Moriso Moisejevo programa „Desertas“ buvo pristatyta prestižinėje Kremliaus koncertų salėje*. R(L) 2007 12 05.

*Parkavimas* kalbos ekonomijos tikslais vartojamas vietoj *automobilių statymas*. Šis žodis lietuvių kalboje laikomas neteiktinu, tačiau gyvuoja dėl kalbos ekonomijos – mūsų kalboje sunku rasti tikslų ir trumpą atitikmenį. Štai junginį *parkavimo automatai* kalbininkai



siūlo keisti keturių žodžių junginiu *automobilių laikymo bilietai automatai* (Kalbos konsultacijos, 2003, 147; beje, veiksmažodį *parkuoti* čia siūloma keisti *laikyti*, p. 148). Didžiųjų kalbos klaidų sąrašė žodį *parkingas* siūloma keisti *automobilių aikštelė*.

*Šioje vietoje transporto priemonių parkavimas neleistas. TV.*

*Piratavimas* iš apiplėšimus apibūdinančios žodžių grupės „perkeltas“ į vaizdo ir garso sistemų sritį ir šiuo metu reiškia „neteisėtą vaizdo ar garso įrašų platinimą“.

*Ar piratavimas vis dar aktualus? R(L) 2008 03 18.*

*Potencialus* ir *stabilus* vartojimo sferos atžvilgiu susiję su minėtu madingu žodžiu *sunkmetis*, vartojamas politikų ir ekonomistų žiniasklaidoje. Jie priskiriami profesinei sferai.

*Primenama potencialaus pirkimo metu (parduotuvės, vaistinės). R(L) 2009 02 26.*

*Vyriausybė bandys pati kitais būdais garantuoti stabilų bankų veiklą. KD 2009 03 13.*

*Stilingas* vartojama tiek asmeniui, tiek daiktui apibūdinti. Jis nukonkuravo sinonimus *gražus, žavingas, skoningas, manieringas* ir kt.

*Jis man patiko iš pirmo žvilgsnio – pasirodė stilingas. R(L) 2009 02 26.*

*Stilingiausias amerikietis J. Timberlake'as – mados kūrėjų gretose. R(L) 2009 02 26.*

*Rutininis* nukonkuravo žodžius *nuolatinis, dažnas, būtinas, pasikartojantis* ir pan.

*Pasirodo, net naujus automobilius įsigiję žmonės taupumo sumetimais rutininių techninės priežiūros procedūrų atlikti važiuoja ne į firminius servisus <...>. KD 2009 02 25.*

Apžvelgiant lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padarytus darinius, galima teigti, kad, juos vartojant, vienu atveju siekiama kalbos kompaktiškumo (tai yra naujadarinės bendratys), kitu – įmantrumo, kurį suteikia sudėtingos artikuliacijos tarptautiniai žodžiai, retkarčiais – ir žaismės. Visuomenėje vyrauja nuostata, kad pastarųjų eksploatavimas kalboje parodo tam tikrą kalbančiojo išsilavinimo lygį, užimamas aukštas pareigas ar priklausymą aukštam socialiniam sluoksniui.

### 2.1.3. Skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai

Skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai skirstomi į 3 grupes:

1. teiktini skoliniai (*amplua, demaskuoti, elitas, favoritas, formatas, integracija, kampanija, klipas, krizė, lyderis, lizingas, maratonas, plebojus, prezentacija, problema, profesionalas, projektas, reitingas, stilius, šou, testas, tipas*);
2. neteiktini skoliniai (*body-building'as, brifingas, butikas, dance club, dance party, fitnesas, koveris, on-line, singlas, šrotas, trendas, ups!, vau!*);
3. tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai (*CD, CDR, DJ, Ko / Co, MC, Mp3 formatas, pop-, super-, ultra-, 3D technologijos*).

Išvardytus skolinius galima vadinti visuotine leksika, jie vartojami tiek rašytinėje, tiek sakytinėje kalboje įvairių socialinių sluoksnių.

Teiktini skoliniai:

*Amplua* šiuo metu nukonkuruoja ne tik lietuviškąją *įvaizdį*, bet ir neteiktiną skolinį *imidžas*.

<...> *išmainęs superherojaus **amplua** į magiškų galių turintį ir literatūros antikvariatu besišavintį herojų*. R(L) 2003 02 13.

*Demaskuoti* varžosi su *atskleisti*.

**Demaskuota** atlyginimus vokeliuose mokėjusi *Klaipėdos įmonė*. KD 2009 02 23.

*Elitas, favoritas, lyderis, plebojus* nurodo išskirtinę padėtį, dominavimą visuomenėje (*plebojus* pavadina ypač besirūpinantį savo išvaizda vaikina).

*Po kelerių metų pertraukos Europos karališkasis **elitas** vėl šoks vestuves* <...>. KD 2009 02 25.

*Praėjusio sezono **favoritas**, pelnęs nacionalinių ir tarptautinių apdovanojimų, azartiško teatrališkumo kupinas spektaklis* <...>. R(L) 2009 02 26.

*Nors ji ir yra neabejotina visų apklausų **lyderė**, šiandien būtų dar sunku pasakyti, ar ji tikrai laimėtų prezidento rinkimus*. KD 2009 02 25.

*Merginos neturi atrodyti lyg kandidatės į gražuolės karūną, o vaikinai – panašūs į **plebojus***. LV, 295.

*Integracija, krizė, reitingas* atkreipia dėmesį į politines ir socialines aktualijas. Dažniausiai vartojami politikų.

*Lietuvos **integracija** į ES nepadėjo išspręsti ekonominių problemų*. TV.

*Belgijos banko AXA ši finansų **krizė** nepalauš*. R(L) 2009 02 26.

*Lietuvos dviratininkė pagerino tarptautinį **reitingą***. LV, 298.

*Formatas* pakeitė sinonimus *nuostatos, standartai* ir pan.

*Daugiausiai tai ignoruojama, slepiama ir iš paskutiniųjų bandoma prisitaikyti prie šios dienos gyvenimo **formato***. R(L) 2009 02 26.

*Kampanija, projektas* – vardažodžiai, pavadinantys jau vykusį, vykstantį arba greitai įvyksiantį suorganizuotą dalyką, tuo tarpu lietuvių kalboje šie žodžiai reiškia planą, nebaigtą dalyką.

*Sėkminga internetinė **kampanijos** dalis leido parduoti 632 knygas tiesiogiai* <...>. R(L) 2009 02 26.

*Vaizduojamojo meno **projektas** „Kėdė“*. R(L) 2008 03 18.

*Klipas ir **singlas*** – taip pat nauji žodžiai lietuvių kalboje, kol kas neturintys tikslių pakaitalų.

*Dviejų minučių trukmės **klipe** pateikiamos 4 valandos dar nevaikštančio kūdikio nuotykių kambaryje ant grindų. R(L) 2009 02 26.*

*Kadangi Lietuvoje nėra **singlinės** kultūros praktikos nei leidinių, nei čartų, tai mūsųose leidžiami rinkiniai turi kiek kitokią funkciją. LV, 301.*

*Maratonas – sporto terminas, perkeltas ir dominuojantis kitose vartojimo srityse ir reiškiantis „įvykių eiga, įvykių virtinė“.*

*Renginių **maratonas** restoranuose, baruose, klubuose. R(L) 2009 02 26.*

*Prezentacija vartojimo sritis susiaurėjusi iki vienos reikšmės – „prekių pristatymas vartotojui“.*

*Vakar įvyko naujų gaminių **prezentacija**. TV.*

*Problema pakeitė konkrečius pasakymus **klausimas, vargas, sudėtingumas, keblumas, užduotis, uždavinys, reikalas** ir kt.*

*Šios **problemos** domina ne tik vaikus. VV, 43.*

*Profesionalo reikšmė nėra pakitusi, tačiau padažnėjęs vartojimas.*

*Tai seifo neatidarėt? Vadinasi, jūs – mėgėjai, mes – **profesionalai**. VV, 43.*

*Stilius pakeitė tokius žodžius: **būdas, braižas, fasonas, maniera, skonis**.*

*Tereikia jį pamatyti, kad suprastum, jog tai ne jo **stilius**. VV, 46.*

*Šou vartojamas pramogų verslo srityje, pavadina įvairius kultūrinius renginius, šventes ar televizijos laidas.*

*Rytoj pusiaudienį stadione įvyks spalvingas šunų **šou**. VV, 48.*

*Testo reikšmė suabstraktėjo, pradėjo reikšti bet koki žinių (ir ne tik jų) patikrinimą, atliekamą nebūtinai testavimo būdu.*

***Testą** parašiau prastai, nes reikėjo papasakoti, ką skaičiau per atostogas. VV, 51.*

*Tipas atvirksčias kalbos ekonomikai procesas, dažnai tuos pačius dalykus galima pasakyti be žodžio **tipas**, kuris reiškia **rūšis, dvejopas** ir pan.*

*Tokio **tipo** moterys man nepatinka. VV, 51.*

*Kiti skoliniai – neteiktini. Jie gyvina kalbą, stiprinantys stilistinę efektą, išreiškia socialinę kalbėtojo tapatybę. Pastarieji dažniausiai yra nenorminiai – neteiktini arba vengtini, nes turi aiškiai apibrėžtus gerus lietuviškus atitikmenis ir nėra tarptautiniai žodžiai.*

*Šis **brifingas** amerikiečių ir rusų žurnalistams surengtas prie B. Jelcino viešnage. LV, 260.*

*Jums nereikia keliauti į Paryžių, nes yra „Stikliai **boutique**“! LV, 262.*

*„Most Media“ – Rusijos kino **distribucijos** firma, su kuria glaudžius ryšius palaiko ir mūsų šalis „Lietuvos kinas“. LV, 265.*

*Daina „Fever“ – garsios amerikiečių grupės **koveris**. LV, 282.*

*Vakarų šalyse dažniausios lizingo operacijos – sandoriai dėl kilnojamojo turto. LV, 285.*

Kai kurių iš jų *body-building'as, dance club, dance party, fitness, on-line* netgi rašyba nėra adaptuota lietuvių kalbai.

*Kiekvienas miestietis dabar nemažai skiria dėmesį **body-building'ui**. LV, 260.*

*Vakarais dažnai tenka lankytis įvairiuose **dance club**. LV, 264.*

*Apskritai, „Jaunystė“ yra puikus šokių muzikos ir koncertų klubas, kuriame planuojame rengti koncertus, diskotekininkų festivalius bei įvairius kitokius **dance party**. LV, 264.*

*1996 m. absoliuti Europos **fitness** čempionė italė Čiana Kaliari. LV, 270.*

*„**On line**“ tipo nepertraukiamo maitinimo šaltiniai. LV, 291.*

*Automobilių verslo mūsų šalyse pionieriai prisimena, kad su naudota vakarietiška technika atkeliavo ir vadinamieji **šrotai**. KD 2009 02 25.*

*Gospel muzika – tai naujas **trendas** Lietuvoje. TV.*

Šie žodžiai nėra įtraukti Didžiųjų kalbos klaidų sąrašą, *Kalbos patarimuose* ir VLKK Konsultacijų banke (toliau – Konsultacijų bankas) pateikiami tokie taisymai:

*brifingas – trumpoji spaudos konferencija ar pasitarimas (Kalbos patarimai 2005, 33);*

*butikas – krautuvėlė, parduotuvė (Konsultacijų bankas);*

*distribucija – prekių, filmų, leidinių platinimas (Konsultacijų bankas);*

*koveris – dainos versija, perdainuota daina (Konsultacijų bankas);*

*lizingas – išperkamoji nuoma (Konsultacijų bankas);*

*šrotas – autolaužynas (Kalbos patarimai 2005, 68);*

*trendas – meno srovės, mada, linkmė (Konsultacijų bankas);*

Neverstinės svetimybės turėtų būti tiesiog išverstos:

*dance club – šokių klubas;*

*dance party – šokių vakarėlis;*

*fitness – fizinis tinkamumas, fizinė parengtis, kūno rengyba (Kalbos patarimai 2005, 50);*

*on line – būti prisijungus.*

Ypač populiarūs šiuo metu ištiktukai *ups!* ir *vau!*, kurie nukonkuruoja lietuviškuosius.

Trečioji tiriamoji skolinių grupė – tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai. Jie ypač ryškiai parodo naujojo lietuvių kalbos skolinimosi etapo ypatybes:

1. Būdingas ortografinis variantiškumas: *Co*, arba *Ko*, *DJ* arba *didžėjas/-us*.

*Naujausia šokių muzika, geriausi **D. J.** LV, 264.*

*UAB „Nabukas ir Ko“, prekiaujanti biuro baldais, skelbia konkursą užimti biuro administratorės pareigas. LV, 281.*

2. Turi santrumpas, kurios vartojamos rišliame tekste savarankiškai, lyg būtų suvokiamos kaip įprasti svetimžodžiai (*PC, MC, CD, CDR, DJ, SPA* ir pan.).

*Pasirodė naujas atlikėjos CD. R(L) 2009 02 26.*

*Daugelis žodynų įrašomi į CDR diskus. LV, 301.*

*Gyvas koncertinis skambesys, instrumentų tembrai gerokai skiriasi nuo ketvirtojo grupės albumo MC ir CD versijų. LV, 287.*

*Ketvirtus metus Lietuvos rinkoje skaičiuojanti rytietiška SPA malonumų oazė, žinoma bei vertinama daugelio SPA procedūrų mėgėjų, ši kartą nuolatiniams lankytojams siūlo nemokamas procedūras! R(L) 2009 02 26.*

3. Padažnęję tarptautiniai pradmenys: *super-, pop-, ultra-*, kurie yra labai produktyvūs: *pop-*: *popgrupė, popžvaigždė, popdaina, popkultūra, popscena* ir pan. Prie jų jungiami ne tik kiti tarptautiniai žodžiai, bet ir lietuviški.

*Prieš kino kamerą – superžvaigždė. R(L) 2009 02 26.*

*Rudeniškas žiūrovų nuotaikas Eros Ramazzotti praskaidrins naujausiais savo kūriniais, taip pat popmuzikos klasika tapusiomis dainomis. R(L) 2007 12 05.*

*Vaikas, apmautas super ultra pampersais, šlapinasi ir tuštinasi, voliodamasis ant naujos kanapos. LV, 310.*

4. Tarptautiniais tapę trumpiniai dažnai aptinkami junginiuose su kitais tarptautiniais, bet nesutrumpintais, žodžiais: *Mp3 formatas, SMS žinutė, 3D technologijos* ir pan.

*Šiuo metu gana laisvai gali siuntinėti vienas kitam MP3 formato muziką, <...>. R(L) 2008 03 18.*

*SMS žinutės – nemokamos į visus tinklus. r.*

*Filmas bus rodomas ir pasitelkiant didelio susidomėjimo bei palankaus įvertinimo sulaukusias 3D technologijas. R(L) 2009 02 26.*

Vieni šių skolinių atkeliavo su vakarietiškąja kultūra ir naujomis technologijomis, kiti – tiesiog įvardija šiandienines aktualijas. Kai kurie teiktini skoliniai įsivyravo kaip lygiateisiai su lietuviškais jų sinonimais.

## 2.2. Madingi frazeologizmai ir kiti stabilūs žodžių junginiai

Daugelis kalbininkų remiasi tradiciniu frazeologizmų apibrėžimu. Evalda Jakaitienė juos apibūdina taip: „Frazeologizmais, arba frazemomis, vadinami ekspresyvūs ir vaizdingi pastovios leksinės ir gramatinės sandaros, vientisos reikšmės žodžių junginiai, kurie turi apibrėžtą leksinę aplinką ir nekuriami bendravimo procese, o vartojami iš atminties“ (Jakaitienė 1980, 99).

Rūta Marcinkevičienė siūlo „praplėsti tradicinę lietuviškąją frazeologijos sampratą, įtraukiant į ją įvairių tipų stabiluosius žodžių junginius, konstrukcijas ar sakinius, nes pastovumas, sustabarėjimas, dažnas ėjimas drauge turėtų būti laikomas pačiu svarbiausiu ir patikimiausiu požymiu. Kiti požymiai – reikšmės vientisumas, visiškas ar dalinis perprasminimas, vaizdingumas dėl sunkiai apčiuopiamo ir ganėtinai subjektyvaus pobūdžio neturėtų būti laikomi privalomais labai dideliame stabiliosios leksikos sluoksniui. Jis gausus, dažnai vartojamas ir struktūriškai įvairus galėtų, panašiai kaip ir frazeologinės samplaikos, užimti kitą skalės galą, skalės, kurios centre būtų visiems junginiams privalomas pastovumas ir daugianarė raiška, viename gale – reikšmės vientisumas ir visiškas perprasminimas ir su jo susijęs reikšmės nemotyvuotumas bei vaizdingumas, o kitame – dalinis perprasminimas, dalinė ar visiška motyvacija bei atspėjamumas. Prie stabilųjų žodžių junginių, frazių ir/ar sakinių derėtų priskirti ir kitus plačiai paplitusius stabilius junginius: tokius smulkiosios tautosakos vienetus kaip patarles, priežodžius, mįsles, pasakų, žaidimų, skaičiuočių, mėgdžiojimų elementus, be to, keiksmus, įvairių ritualų, apeigų, maldų žodžius, etiketo frazes ir kitas mandagybes, aforizmus, sentencijas, visiems žinomas citatas ar tų citatų aliuzijas, šūkius, perspėjimus, žodinius reklamų elementus ir šiaip visokius į ankstesnius skirsnius nepatekusius posakius, jei kiti tik jie yra ganėtinai sustabarėję, visuotinai paplitę, atkuriami iš atminties, o jų trūkstamos grandys nesunkiai atspėjamos“ (Marcinkevičienė 2001, 83).

Šiame darbe bus remiamasi netradicine samprata ir prie frazeologijos tyrimo objekto priskiriami ir stabilūs žodžių junginiai, kurie pagal tradicinę sampratą būtų sintaksės tyrimo objektas.

Darbe nagrinėjami žodžių junginiai skirstomi taip:

1. Frazeologizmai: *gyvas / tikras garsas, įvaryti į kampą, paraudo iki plaukų šaknų, sudėti taškus ant „i“, vakarėlių liūtas, vidury baltos dienos, vynioti į vatą.*

*Visi tik ir siekia įvaryti mane į kampą. VV, 24.*

*Tai vagystė vidury baltos dienos. KD 2009 03 13.*

*Neketinu vynioti į vatą ir apsimitinėti. TV.*

Visi išvardyti frazeologizmai laikytini metaforiniais, kadangi jais nusakomos situacijos asociatyviai susijusios su gyvenimiškomis situacijomis.

Pagal vartoseną kai kuriuos iš jų galima pavadinti senesniųjų frazeologizmų naujaisiais variantais (pvz., *įvaryti į kampą* keičia anksčiau buvusį *priremti prie sienos*).

*Sudėti taškus ant „i“* (vietoj *ligi panagių*), *vidury baltos dienos* (vietoj *dienos šviesoje*) *vynioti į vatą* (vietoj *uodegą sukti, miglą pūsti* ir kt.) – tai tiesiog vertiniai iš kitų kalbų.

*Mes tikrai sudėsime taškus ant „i“ ir išspręsimė šią problemą. VV, 50.*

Atkreiptinas dėmesys į frazeologizmus *vakarėlių liūtas* ir *gyvas / tikras garsas*. Juos galima laikyti vienais naujausių lietuvių kalboje, iki šiol neturėjusių analogų, pavadinančių naujus dalykus (*vakarėlių mėgėjas* ir *gyva muzika*) ir atėjusių kartu su vakarietiškąja kultūra.

*Gyvo garso koncertas. r.*

*Mes rengiame tikro garso pasirodymus, festivalius, filmuojame <...>. R(L) 2008 03 18.*

*Didžioji dalis vakarėlių liūtų už gerą renginį noriai paklotų nuo 30 iki 50 Lt, <...>. R(L) 2009 02 26.*

2. Stabilūs žodžių junginiai (*ačiū labai; ačiū už nieką; apie viską pagalvota; bet kokiu atveju; bet kokia kaina; be problemų; jokių problemų; čia ir dabar; yra taip, kaip yra; įvyko kaip įvyko; kas galėtų paneigti, kad...?; netinkamu laiku netinkamoje vietoje; nusipelnėme gyventi geriau*).

Šiuos junginius galima skirstyti į tokias grupes:

1. Abstrakcijos, kalbos ekonomija (arba atvirksčiai) (*bet kokiu atveju* (vietoj *šiaip ar taip*), *bet kokia kaina* (vietoj *žūtūt*)).

*Bet kokiu atveju šis klausimas bus svarstomas pakartotinai. TV.*

*Tikslo sieksiu bet kokia kaina. TV.*

2. Populiarūs vertiniai (*ačiū už nieką* (vietoj *ačiū ir už tiek*), *be problemų* (vietoj *sunku nebus, labai prašom*), *čia ir dabar* (vietoj *tučtuojau*), *netinkamu laiku netinkamoje vietoje* (vietoj *nesėkmingai pasipainiojo* arba pritaikoma, atsižvelgiant į kontekstą).

– *Man reikės tylos ir ramybės. – Be problemų. VV, 43.*

*Atiduok man pinigų čia ir dabar. VV, 17.*

*Vargšelis tiesiog buvo netinkamoje vietoje netinkamu laiku. VV, 31.*

3. Žymių žmonių pasakytos frazės bei reklaminiai šūkliai (*apie viską pagalvota, yra taip, kaip yra, įvyko kaip įvyko, kas galėtų paneigti, kad...?, nusipelnėme gyventi geriau*).

*Kas galėtų paneigti, kad situacija susikomplicavo? TV.*

*Kas galėtų paneigti, kad* – metakalbinis junginys, kurių tarp madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių pasitaiko retai.

*Ačiū labai* – netaisyklinga žodžių tvarka.

Apžvelgus pateiktus frazeologizmus ir kitus stabilius žodžių junginius, galima daryti išvadą, kad socialiniu aspektu jie tiesiogiai orientuoti į šiandienines aktualijas.



### 2.3. Madingi sintaksės lygmens reiškiniai

Žodžių junginys lingvistikos specialistų laikomas sintaksės objektu. Vitas Labutis teigia, kad „žodžių junginys funkcionuoja tik sakinyje, tačiau jį galima tirti „ištraukiant“ iš sakinio visumos ir kaip atskirą vienetą net paradigmiškai priešinant su sakiniu“ (Labutis 1994, 27).

Šioje darbo dalyje tiriamas madingų žodžių junginių vartojimas sakytinėje ir rašytinėje kalboje.

Pagal vartojimo ypatumus išvardyti žodžių junginiai skirstomi taip:

1. Jau esami dalykai pavadinti naujai, siekiant juos akcentuoti: *kino centras*, *komunikacijos kanalai*, *kontaktinis telefonas*, *naujos statybos butas*, *ryšiai su visuomene*, *sėkmės receptas*, *sėkmingas žmogus*.

*Kino centras* – taip naujai pavadinamas *kinas*, *kino teatras*, pvz.: *Forum Cinemas „Vingis“ kino centre pristatoma juoda balta prancūziško kino dëlionë apie banditus nevykëlius*. R(L) 2009 02 26.

*Komunikacijos kanalai* atsirado, tarsi siekiant kalbos įmantrumo (abu žodžiai tarptautiniai). Šiuo žodžių junginiu pavadinta tai, kas anksčiau buvo įvardijama kaip *ryšių priemonës* (kalbant apie ryšius tarp asmenų, organizacijų ir t. t.). Pvz.: *Komunikacijos kanaluose kuriami įvykiai, papildoma vertë, o žinia skleidžiama per bendrus projektus kartu su partneriais*. R(L) 2009 02 26.

Junginys *ryšiai su visuomene* aktualus tapo, atsiradus naujoms pareigybëms, susijusioms su šiais ryšiais, pvz.: *Aš dirbu ryšių su visuomene specialistu*. TV.

*Kontaktinis telefonas* – naujai pavadintas *telefonas pasiteirauti* (kiti variantai: *pasiteiraujамasis telefonas*, *pasiteiravimo telefonas*); reklamoje gali būti tiesiog *telefonas* arba frazë *teirautis telefonu*.

*Naujos statybos butas* – taip įvardijamas butas naujame ir modernaus dizaino name. Pvz.: *Sumažëjo naujos statybos butų pardavimai*. LR (V/V) 2009 02 24.

*Sėkmës receptas* ir *sėkmingas žmogus* ypač mėgstamos sąvokos vadinamųjų „gyvenimo mokytojų“, kurių veikla orientuota į gyvenimo kokybës tobulinimą. Šiandien minëti žodžių junginiai asocijuojasi su asmeninės harmonijos, karjeros ir kt. pasiekimais. Pvz.: *Sėkmës receptas – gimëš aštuntukas, kuriems kompanijà palaikys jau turimi 6 vaikai*. R(L) 2009 02 26. *Sėkmingu žmogumi gali tapti kiekvienas iš mūsų*. TV. Junginys *sėkmës receptas* yra metafora, atsiradusi visai natūraliai ir teiktina, vartotina. Junginys *sėkmingas žmogus* sukurtas metonimijos pagrindu: nuo veiksmo, veiklos reikšmë perkelta veikėjui. Toks derinys lietuvių kalboje atrodo netaisyklingas, nepamatuotas įprastinio semantinio junglumo

laužymas, atsirandantis dėl kalbos nemokėjimo, menkos kalbos nuovokos, gal akiai verčiant iš kitų kalbų. LKŽ būdvardžio *sėkmingas* reikšmę sieja tik su veiksmu: „vykstantis, daromas su sėkme“, ją iliustruoja junginiais *sėkmingas darbas, sėkmingos pastangos, sėkmingas žingsnis*. „Kalbos konsultacijos“ peikia junginį *sėkminga debutantė*, siūlo keisti į *sėkmingai debutavusi*: „*Sėkmingi* paprastai yra darbai ar veiksmai. Taigi gali būti *sėkmingas debiutas*, bet ne *sėkmingas debutavęs asmuo*“ (Kalbos konsultacijos 2003, 188).

2. Reklamoje vartojami žodžių junginiai: *artimiausi renginiai, dienos sriuba, gera kaina. Artimiausi renginiai* pavadinti *greičiausiai įvyksiantys renginiai*.

3. Gyvenimo aktualijų įvardijimas: *finansinės galimybės, pirkėjų antplūdis, priedų apkarpymas*.

*Siekėme išsiaiškinti, kokiomis nuotaikomis šiandien gyvena renginių mėgėjai, kaip neramūs laikai veikia jų finansines galimybes lankyti renginius ir jų laisvalaikio įpročius. R(L) 2009 02 26.*

*Tikimasi naujo pirkėjų antplūdžio. LR (V/V) 2009 02 24. Jeigu jau taupome, kalbamės su administracijos vadovais dėl darbuotojams skiriamų priedų apkarpymo, <...>. 15 min. 2009 02 25.*

Šių žodžių junginių vartojimas tiesiogiai susijęs su naujausiomis ekonominėmis aktualijomis, todėl žiniasklaidoje yra ypač populiarūs.

4. Vertiniai iš užsienio kalbų: turėti gerą laiką, užmušinėti laiką.

*Visiems čia susirinkusiems linkiu turėti gerą laiką. VV, 31. Dalis visuomenės tik užmušinėja laiką. KD 2009 03 13.*

Konsultacijų banke jie įvardijami kaip netinkami vartoti. Teigiama, kad „pasakymas *turėti gerą laiką*, bene labiausiai platinamas jaunimo radijo ir televizijos vedėjų, kai dėkojama atsisveikinant, yra pažodžiui išverstas iš anglų k. *to have a good time* ir visiškai nereikalingas“ (Konsultacijų bankas). V. Vilkončius taiso: *turėti gerą laiką = gerai praleisti vakarą / atostogas* ar kitką, *gerai pasilinksinti <...>*; *užmušinėti laiką* – plačiai vartojama svetimybė, stumianti lietuviškus posakius: *stumti laiką / laisvalaikį*“ (Vilkončius 2003, 31).

5. Abstrakcijos arba joms atvirkštiniai procesai: *didesnė dalis, praleisti laiką, valdyti situaciją, kontroliuoti situaciją, veido išraiška, žūti vietoje*.

*Didesnė dalis, praleisti laiką, valdyti situaciją, kontroliuoti situaciją* gali būti pritaikomi daugelyje pasakymų, todėl plačiai vartojami. Jie išstumia iš kalbos kai kuriuos konkretesnius pasakymus.

*Didesnė dalis mūsų šeimos narių mokosi. VV, 17.*

*Vakar puikiai praleidau laiką. VV, 31.*

*Tačiau jo padedamas jūs galiausiai ėmėte valdyti situaciją. VV, 53.*

*Veido išraiška, žūti vietoje* – visiškos abstrakcijos, pritaikomos bet kuriam kalbėjimo apie tai atvejui.

*Tėvo veido išraiška sūnų sudrausmino. VV, 54.*

*23 metų vaikiną žuvo vietoje. TV.*

*Geras* – šiuo metu ypač paplitęs abstraktas.

*Čia galima pavalgyti už gerą kainą. 15 min. 2009 02 25.*

Apie tai rašė G. Akelaitis straipsnyje „Kalbos mada kaip reiškinys“ ir kiti kalbininkai. Šabloniškai (neretai žargoniškai) vartojamas *geras* įvardija įvairius pozityvius dalykus, pvz.: *geras vakarėlis* (vietoje *linksmas vakarėlis*), *geri marškiniai* (vietoje *tinkantys marškiniai*) ir pan. Jau minėtas (žr. aukščiau) žargoniškas verstinis pasakymas *turėti gerą laiką*.

Atkreiptinas dėmesys į žodžių junginius *gera mergaitė* ir *bloga mergaitė*. Tai vertiniai iš anglų kalbos, kurioje jie vartojami, kreipiantis į gyvūnus. Lietuvių kalboje šie pasakymai pasidarė madingi apibūdinant merginas, ypač popkultūroje (*Geroms mergaitėms dangus, blogoms – viskas*) TV; plinta ir gyvūnus apibūdinant bei į juos kreipiantis.

Tiesioginis sintaksės objektas – žodžių junginiai *visiems* ir *viskas* su neiginiu. *Visiems ir viskas* – apibendrinamieji įvardžiai, šiuo metu lietuvių kalboje labai dažnai pakeičiantys *niekas*.

*Baimė visiems nesvetima. VV, 43.*

*Nepaisant visko. VV, 43.*

## 2.4. Madingų kalbos reiškinių komentarai nelingvistiniuose tekstuose

Išanalizavus madingų kalbos reiškinių kilmę, vartoseną rūšis ir pan., aktualu aptarti, kaip pats kalbėtojas savo kalboje juos įvardija ar akcentuoja.

Metakalbinių komentarų, kalbėtojų vartojamų rašytiniuose nelingvistiniuose tekstuose, aptarimas padės nustatyti minėtą poziciją.

Apskritai metakalba vadinama antro lygmens kalba, t. y. kalba apie kalbą. Metakalbiniai komentarai nekalbininkų tekstuose yra kalbos refleksijos išraiška.

Būdingi yra komentarai, į kurių sudėtį įeina junginiai *madinga vadinti; madingas žodis, madingas terminas, madingas šūksnis, madinga kalba* ir pan. Dominuoja pasakymas *kaip madinga sakyti*. Pvz.:

*Išties galima vieną dieną labai garsiai ir, kaip yra madinga sakyti, labai „realistiškai“ paklaust: o iš viso ar reikalinga mums Lietuva? T.*

*Prieš porą metų buvo pateiktas, kaip dabar madinga sakyti, projektas steigti privatų Montesori darželį. T.*

*Norėčiau galbūt pasidalyti savo asmenine nuomone, kaip dabar madinga sakyti, programa. T.*

*Kaip madinga dabar sakyti, programoje ir su žiburiu nesurasi Lietuvos ekonomikos vizijos. T.*

*Na štai / pirmininke / kaip dabar madinga sakyti / iš karto pateikiame jums visą paketą problemų. TV.*

*Tokie komediniai vaizdeliai turi savo pastovią schemą, arba formatą (kaip dabar madinga sakyti). Dlg 2005 03 04.*

*[pranešimą] bandžiau vizualizuoti, kaip dabar madinga sakyti [t. y. iliustruoti vaizdais, šiuo atveju – plakatais, knygomis...] (ataskaitiniame susirinkime pranešėja, 2009).*

Šiais metakalbiniais komentarais kalbėtojai atkreipia dėmesį į jų nuomone, madingus (patikslinamus ar paaiškinamus) žodžius ar pasakymus. Iš pavyzdžių matyti, kad žodžio madingumas komentare labai dažnai pabrėžiamas laikorieveiksmiu *dabar*. Pavartojama ir tos pačios reikšmės dzūkybė *nūnai*:

*Sulaikytasis piliētis N. yra 22 metų simpatiškas vaikinąs, nūnai madingai vadinamas komersantu. LR 2008 02 07. (Taip pat žr. aukščiau pateiktus pavyzdžius su komentarais dabar madingas žodis / šūksnis.)*

Pastebėta, kad komentarai su kalbinės raiškos madingumo nuoroda neretai pavartojami tada, kai šalia vienas kito sakomi du raiškos variantai: a) abu lietuviški, b)

pirmasis lietuviškas, o antrasis, apibūdintas kaip madingas, tarptautinis, c) atvirkščiai – pirmas tarptautinis, o antrasis, lietuviškas, apibūdinamas kaip madingas. Pvz.:

a) *Atkūrę valstybę, vėl pamažu **émème gręžtis į Vakarus**, kaip dabar madinga sakyti, „grįžti į Europą“.* T.

b) Yra puiki **lietuviška tarnyba** (*kaip dabar madinga vadinti – portalas*) **internete**, teikianti kol kas nemokamas paslaugas. T.

c) **Darbuotojo mobilumas** / *madinga sakyti judrumas*. TV.

Orientuojamasi ne tik į sakymo procesą apskritai, bet ir į vieną žodį ar pasakymą, kuris akcentuojamas komentarais *dabar tai madingas žodis / terminas / šūksnis / frazė*:

*Gal garbieji ponai architektai pasakys, kad mano „**projektai**“ (dabar tai madingas žodis) dvelkia sovietine gigantomanija.* T.

*Kad poetas perdėtai nesidrasko ir nelaužo rankų, o visur kalba labai santūriai, dar nereiškia, kad jis, madingais terminais tariant, **nejaučia viso būties tragizmo**.* LM 2007 03 15.

*Gerb. kompozitoriaus pasipiktinimo renginiu viršūnė – šūksnis „**Tautiečiai, atsipeikėkit!**“ (Tiesa, šūksnis šis dabar madingas!). KV 2008 05 14.*

*Jaučiama stipri „tradicinių vertybių“ **nostalgija**, tik ne visai aišku, ką vis dėlto reiškia ši madinga frazė.* LM 2007 12 14.

Kai kuriais atvejais pabrėžiamas ne tik madingas žodis, bet dar nurodoma ir jo vartojimo sfera:

*Labai madingas žodis politikoj tapo pragmatizmas*. Rdj 2008 02 26.

Arba motyvuojama, kodėl madinga: todėl, kad „europietiška“:

*UAB surengė iškilmingą parduotuvės atidarymą, europietiščiau ir madingiau vadinamą prezentacija*. ŠN 2007 05 20.

Šiek tiek ironizuojant vertinamas pačios kalbos madingumas:

*Apmąstant Weberį, tam tikrą jo kūrybos „perskaitymą“ (sakant pernelyg madinga mūsų kalba) ir padaryti tai suprantant, ką jis rašė ir sakė savo laiku.* T.

Apibendrinant galima teigti, kad kalbėtojai savo metakalbiniuose pasakymuose madingais dabartinės lietuvių kalbos žodžiais įvardija:

1. tarptautinius žodžius: *formatas, programa, projektas, prezentacija*.
2. darinius, padarytus tarptautinių žodžių pagrindu: *realistiškas, vizualizuoti*.
3. žodžių junginius ir didesnius pasakymus, iliustruojančius šiandienines aktualijas: *darbuotojo mobilumas; émème gręžtis į Vakarus, iš karto pateikiame jums visą paketą problemų; lietuviška tarnyba internete; nejaučia viso būties tragizmo; programoje ir su*

*žiburiu nesurasi Lietuvos ekonomikos vizijos; pilietis N. yra 22 metų simpatiškas vaikinąs; „Tautiečiai, atsipeikėkit!“; „tradicinių vertybių“ nostalgija.*

Taigi kalbėtojai vadovaujasi bendromis visuomenės madingų kalbos reiškinų vartojimo tendencijomis ir tiksliai suvokia, kas kalboje yra madinga.

## IŠVADOS

- Madingi lietuviški žodžiai paplitę daugelyje visuomenės socialinių sluoksnių, vartojami šnekamojoje ir profesinėje srityse. Tai vertiniai iš kitų kalbų, žodžiai, įgiję papildomų reikšmių, arba abstrakcijos, išstūmusios iš kalbos konkretnės reikšmės sinonimus.

- Vartojant lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padarytus darinius, siekiama kalbos kompaktiškumo (*atvirauti, depresuoti, kompleksuoti, sureikšminti*) arba įmantrumo, kurį suteikia sudėtingos artikuliacijos tarptautiniai žodžiai (*egzotiškas, ekscentriškas, ekskliuzyvinis, prestižinis*). Visuomenėje vyrauja nuostata, kad pastarųjų eksploatavimas kalboje parodo tam tikrą kalbančiojo išsilavinimo lygį, užimamas aukštas pareigas ar priklausymą aukštam socialiniam sluoksniui.

- Skolinius galima vadinti visuotine leksika, jie vartojami tiek rašytinėje, tiek sakytinėje kalboje įvairių socialinių sluoksnių. Vieni skoliniai atkeliavo su vakarietiškąja kultūra ir naujomis technologijomis, kiti – tiesiog įvardija šiandienines aktualijas. Kai kurie teiktini skoliniai įsivyravo kaip lygiateisiai su lietuviškais jų sinonimais. Neteiktini skoliniai gyvina kalbą, stiprina stilistinį efektą, išreiškia socialinę kalbėtojo tapatybę. Ypač populiarūs šiuo metu ištiktukai *ups!* ir *vau!*, kurie nukonkuruoja lietuviškuosius. Tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai parodo naujojo lietuvių kalbos skolinimosi etapo ypatybes: ortografinį variantiškumą (*Co*, arba *Ko*, *DJ* arba *didžėjas/-us*), turimas santrumpas, kurios vartojamos rišliame tekste savarankiškai lyg būtų suvokiamos kaip įprasti svetimžodžiai (*PC, MC, CD, CDR, DJ.*), tarptautinius pradmenis (*super-, pop-, ultra-*), kurie yra labai produktyvūs, junginius su kitais tarptautiniais, bet nesutrumpintais žodžiais (*MP3 formatas, 3D technologijos*).

- Frazeologizmai (*įvaryti į kampą, paraudo iki plaukų šaknų, sudėti taškus ant ,,i“*, *vakarėlių liūtas, vidury baltos dienos, vynioti į vatą*) laikytini metaforiniais, kadangi jais nusakomos situacijos asociatyviai susijusios su gyvenimiškomis situacijomis. *Vakarėlių liūtas* ir *gyvas / tikras garsas* – vieni naujausių lietuvių kalboje, iki šiol neturėję analogų, pavadinančių naujus dalykus (*vakarėlių mėgėjas* ir *gyva muzika*) ir atėjusių kartu su vakarietiškąja kultūra. Stabilūs žodžių junginiai – tai abstrakcijos, kalbos ekonomija (arba atvirkščiai) (*bet koku atveju, bet kokia kaina*), populiarūs vertiniai (*ačiū už nieką; be problemų; čia ir dabar; netinkamu laiku netinkamoje vietoje*), žymių žmonių pasakytos frazės bei reklaminiai šūkiai (*apie viską pagalvota; yra taip, kaip yra; įvyko kaip įvyko; nusipelnėme gyventi geriau*). *Kas galėtų paneigti, kad* – metakalbinis junginys, kurių tarp madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių pasitaiko retai.

- Madingų žodžių junginiai sakytinėje ir rašytinėje kalboje vartojami pagal šiuos principus: jau esami dalykai pavadinti naujai, siekiant juos akcentuoti (*kino centras, komunikacijos kanalai, kontaktinis telefonas, naujos statybos butas, ryšiai su visuomene, sėkmės receptas, sėkmingas žmogus*), reklamoje vartojami žodžių junginiai (*artimiausi renginiai, dienos sriuba, gera kaina*), gyvenimo aktualijų įvardijimas (*finansinės galimybės, pirkėjų antplūdis, priedų apkarpymas*), vertiniai iš užsienio kalbų (*turėti gerą laiką, užmušinėti laiką*), abstrakcijos arba atvirkščiai (*didesnė dalis, praleisti laiką, valdyti situaciją, kontroliuoti situaciją, veido išraiška, žūti vietoje*).

- Metakalbinių komentary, kalbėtojų vartojamų rašytiniuose nelingvistiniuose tekstuose, aptarimas padėjo nustatyti dabartinės mūsų visuomenės požiūrį į tai, kokie kalbos reiškiniai laikomi madingais ir kaip jie vertinami. Dažniausiai vartojamas komentaras *madinga sakyti*, taip pat būdingi *madinga vadinti; madingas žodis / terminas / šūksnis / frazė; madinga kalba* ir pan. Kalbėtojai savo metakalbiniuose pasakymuose madingais dabartinės lietuvių kalbos žodžiais įvardija: tarptautinius žodžius; darinius, padarytus tarptautinių žodžių pagrindu ir pasakymus, iliustruojančius šiandienines aktualijas. Jie vadovaujasi bendromis visuomenės madingų kalbos reiškinų vartojimo tendencijomis ir tiksliai suvokia, kas kalboje yra madinga.



## ŠALTINIŲ SĄRAŠAS IR SUTRUMPINIMAI

- Dlg – savaitraštis „Dialogas“.
- KD – dienraštis „Kauno diena“.
- KV – dienraštis „Kalba Vilnius“.
- LM – savaitraštis „Literatūra ir menas“.
- LV – pavyzdžiai iš Loretos Vaicekauskienės knygos *Naujieji lietuvių kalbos svetimžodžiai* (greta esantis skaičius rodo citatos puslapį knygoje).
- LR – dienraštis „Lietuvos rytas“.
- LR (V/V) – dienraščio „Lietuvos rytas“ priedas „Vartai/ vitrina“.
- r. – reklama.
- R – dienraštis „Respublika“.
- R (L) – dienraščio „Respublika“ priedas „Laisvalaikis“.
- Rdj. – radijas.
- ŠN – dienraštis „Šiaulių naujienos“.
- T – Dabartinės lietuvių kalbos tekstynas.
- TV – televizija.
- VV – pavyzdžiai iš Vilmanto Vilkončiaus knygos *Vertimas į lietuvių kalbą: trafaretų antplūdis* Vilnius: Gimtasis žodis, 2001 (greta esantis skaičius rodo citatos puslapį knygoje).
- 15 min. – dienraštis „15 min.“

## LITERATŪRA

1. Akelaitis G. Kalbos mada kaip reiškiny. *Kalba ir visuomenė*, 2003, nr. 76, p. 121–125.
2. Bareikytė Z. Klišė – struktūrinis mokslinio teksto elementas. *Kalbotyra* 54 (3), 2004, p. 14–23.
3. Blažinskaitė D. Kalbinės manipuliacijos reklamoje. *Reklamos kalba*. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2004, p. 8–13.
4. Četrauskas T. Mekenija 5. *Literatūra ir menas*, 2009 m. kovo 27 d., p. 24.
5. *Dabartinės lietuvių kalbos žodynas* / red. Stasys Keinys. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla, 1993.
6. Gerbutavičius R. Ar lietuvių kalbos dienos – suskaičiuotos? *Lietuvos rytas*, 2008 m. lapkričio 4 d., p. 10.
7. Girčienė J. Naujoji lietuvių kalbos leksika (1990–2007). Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla, 2008.
8. Girčienė J. Naujųjų skolinių vartoseną: kalbos kultūros ir stilistikos takoskyra. *Kalbos kultūra*, nr. 80, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2007, p. 143–151.
9. Iljinska L., Nītiņa D. Vārdu izvēle: aktualizācija un mode. *Linguistica Lettica*, 2004, nr. 13, p. 44–50.
10. Jakaitienė E. *Lietuvių kalbos leksikologija*. Vilnius: Mokslas, 1980.
11. *Kalbos konsultacijos*. Sudarė A. Kupčinskaitė-Ryklienė. Vilnius: LKI leidykla, 2003.
12. *Kalbos patarimai*. Kn. 4: Leksika: 1. Skolinių vartojimas, Vilnius, 2005.
13. Labutis V. *Lietuvių kalbos sintaksė*. I dalis. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1994.
14. Labutis V. *Lietuvių kalbos sintaksė*. II dalis. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1994.
15. Leonavičienė A. Publicistinio ir šnekamojo stiliaus sandūra dabartinėje spaudoje. *Kalbos kultūra*, nr. 80, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2007, p. 85–95.
16. Marcinkevičienė R. Tradicinė frazeologija ir kiti stabilūs žodžių junginiai. *Lituanistica*, 2001, nr. 4 (48), p. 81–98.
17. Miliūnaitė R. Jungtuko *bei* normos – užtemimui prasidedant. *Gimtoji kalba*, 2007 m. 5spalis, p. 3–10.
18. Miliūnaitė R. Kalba kaip žmogaus įvaizdžio dalis. *Kalbos kultūra*, nr. 78, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2005, p. 32–53.

19. Miliūnaitė R. Šis tas apie bendrinę šnekamąją kalbą. *Gimtoji kalba*, 2001 m. sausis, p. 3–9.
20. Miltiņa R. Tulkotie un netulkotie angļu valodas modes vārdi lietišķajā saziņā. *Terminoloģija un speciālā leksika lietojumā un sistēmā*, Rīga: LU Latviešu valodas institūts, 2009.
21. Klimavičius J. Kūrinį vertina... štapai. *Gimtasis žodis*, 1998, nr. 10, 2004, p. 11–12.
22. Klimavičius J. Tarptautiniai žodžiai lietuviškoje reklamoje. *Reklamos kalba*, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2004, p. 14–32.
23. Kupčinskaitė-Ryklienė A. Reklama ir informacija interneto svetainėje. *Reklamos kalba*. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2004, p. 41–46.
24. Pupkis A. *Kalbos kultūros studijos*. Vilnius: Gimtasis žodis, 2005.
25. Rozenbergs J. Modes vārdi. *Linguistica Lettica*, 2000, nr. 7, p. 128–133.
26. Rudzevičius P. Svetimybių vartojimo polinkiai lietuvių kalbos tekstyne. *Kalbos kultūra*, nr. 78, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2005, p. 210–219.
27. Švambarytė J. Kalbos kultūra ir mada. *Kalbos kultūra*, nr. 69, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 1997, p. 86–89.
28. *Tarptautinių žodžių žodynas* / sud. V. Bogužienė, A. Bendorienė. Vilnius: Alma littera, 2008.
29. Vaicekauskienė L. *Naujieji lietuvių kalbos svetimžodžiai*. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2007.
30. Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Didžiųjų kalbos klaidų sąrašas, patvirtintas 1997 m. gruodžio 18 d. nutarimu Nr. 68. Prieiga per internetą: <http://www.vlkk.lt/lit/klaidos>.
31. Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Konsultacijų banko patarimai. Prieiga per internetą: <http://www.vlkk.lt/lit/konsultacijos>.
32. Vilkončius V. *Vertimas į lietuvių kalbą: trafaretų antplūdis*. Vilnius: Gimtasis žodis, 2001.
33. Weinreich U. *Languages in contact: Findings and problems*. The Hague: Mouton, 1974.

## MAGISTRO DARBO SANTRAUKA

Studijų programa: lietuvių kalbotyra.

Vardas, pavardė: Audronė Vyšniauskaitė.

Darbo pavadinimas: Madingi dabartinės lietuvių kalbos reiškiniai.

Darbo pavadinimas anglų kalba: Lithuanian language current buzzwords.

Darbo vadovas: prof. habil. dr. Kazimieras Romualdas Župerka.

Darbo gynimo data: 2009 m. birželio 15 d.

Pagrindiniai žodžiai: abstraktas, frazeologizmas, kalbėtojas, kalbos ekonomija, kalbos mada, kalbos sfera, lietuviškoji leksika, lietuviškasis sinonimas, madingi kalbos reiškiniai, naujadaras, rašytinė kalba, sakytinė kalba, stabilus žodžių junginys, vertalas.

Pagrindiniai žodžiai anglų kalba (keywords): abstract, phraseological, speaker, language economy, language style, language sphere, lithuanian lexis, lithuanian synonym, buzzwords, neologism, written word, spoken word, steady combination of word, loan-translation.

### SANTRAUKA

*Kalbos mada* – tai tam tikrų kalbos reiškinių neilgalaikis suintensyvėjimas tam tikru laiku ir tam tikroje aplinkoje.

Darbo objektas – madingi dabartinės lietuvių kalbos reiškiniai. Darbo tikslas – aptarti leksikos, frazeologijos ir sintaksės lygmenyse rastus madingų dabartinės lietuvių kalbos reiškinių pavyzdžius, vartojamus 2007–2009 m. spaudoje, televizijoje ir reklamoje. Kalbos reiškinių madingumas nustatytas pagal šiuos kriterijus: dažnumas ir populiarumas, naujumas bei konkurencija.

Tyrimas atliekamas aprašomuoju metodu, t. y., surinkti madingų kalbos reiškinių pavyzdžiai apdorojami, aptariant jų kilmę, struktūrą, vartosenos ypatumus ir pan., remiantis leksikologijos ir sintaksės teorine medžiaga bei teoriniais madingų kalbos reiškinių tyrimo aspektais.

Analizuojant nustatyta, kad madingi dabartinės lietuvių kalbos reiškiniai lietuvių kalbos vartosenos lygmenyse pasiskirstę taip: madingi leksikos kalbos reiškiniai: lietuviškoji leksika, lietuviškų arba tarptautinių žodžių pagrindu padaryti dariniai, skoliniai, tarptautinių žodžių trumpiniai ir fragmentai; madingi frazeologizmai ir stabilūs žodžių junginiai; madingi sintaksės lygmens kalbos reiškiniai.

## SUMMARY

*Language style* – it is a intensification of particular language expressions on particular time and in particular environment within short-term.

Objective of work – buzzwors of nowadays Lithuanian language. Aim of work - to discuss examples of buzzwors of nowadays Lithuanian language within lexical, phraseological and syntactical levels, used by press, television and promotion in 2007 –2009 years. Style of language expression defined according following criteria: periodicity and popularity, newness and competition.

Analysis is performed by descriptive method, id est collected examples of buzzwors is handled talking over theirs genesis, structure, peculiarity of use and so on, in with reference theoretical material of lexicology and syntactic theoretical material and analysis aspects of popular language expressions.

During analysis founded, that the popular Lithuanian language expressions of nowadays in usage of Lithuanian language is situated by following: popular lexis language expressions: Lithuanian lexis, formations or borrowings made on Lithuanian or international words basis, clippings and fragments of international words, combinations of popular phraseological and steady words, popular syntax's level language expression.

## **PRIEDAS**

## MADINGŲ KALBOS REIŠKINIŲ PAVYZDŽIŲ SĄRAŠAS

**Ačiū labai.** TV.

**Ačiū už nieką.** TV.

**Amplua:** <...> išmainęs superherojaus *amplua* į magiškų galių turintį ir literatūros antikvariatų besizavintį herojų. R(L) 2003 02 13.

**Apie viską pagalvota.** r.

**Artimiausi renginiai.** r.

**Atvirauti:** Dooce yra visų *atviraujančių* tėvų revoliucijos lyderė. R(L) 2009 02 26.

**Bet koku atveju:** *Bet koku atveju* šis klausimas bus svarstomas pakartotinai. TV.

**Bet kokia kaina:** Tikslo sieksiu *bet kokia kaina*. TV.

**Be problemų, jokių problemų:** – Man reikės tylos ir ramybės. – *Be problemų*. VV, 43.

**Body-building'as:** Kiekvienas miestietis dabar nemažai skiria dėmesį *body-building'ui*. LV, 260.

**Brifingas:** Šis *brifingas* amerikiečių ir rusų žurnalistams surengtas prieš B. Jelcino viešnagę. LV, 260.

**Butikas / boutique:** Jums nereikia keliauti į Paryžių, nes yra „Stikliai *boutique*“! LV, 262.

**CD:** Pasirodė naujas atlikėjos *CD*. R(L) 2009 02 26.

**CDR:** Daugelis žodynų įrašomi į *CDR* diskus. LV, 301.

**Čia ir dabar:** Atiduok man pinigus *čia ir dabar*. VV, 17.

**Dance club:** Vakaraus dažnai tenka lankytis įvairiuose *dance club*. LV, 264.

**Dance party:** Apskritai, „Jaunystė“ yra puikus šokių muzikos ir koncertų klubas, kuriame planuojame rengti koncertus, diskotekininkų festivalius bei įvairius kitokius *dance party*. LV, 264.

**Darboholikas:** Šiuolaikinis žmogus privalo būti *darboholikas*. TV.

**Demaskuoti:** *Demaskuota* atlyginimus vokeliuose mokėjusi Klaipėdos įmonė. KD 2009 02 23.

**Depresuoti:** Miestas rimtai *depresuoja*. R(L) 2003 02 13.

**Dienos sriuba.** r.

**Didesnė dalis:** *Didesnė dalis* mūsų šeimos narių mokosi. VV, 17.

**Didžėjas / didžėjus / Dy Džei / D. J. / DJ'us:** Naujausia šokių muzika, geriausi *D. J.* LV, 264.

**Distribucija, distributorius, distribucinis:** „Most Media“ – Rusijos kino *distribucijos* firma, su kuria glaudžius ryšius palaiko ir mūsų šalis „Lietuvos kinas“. LV, 265.

**Egzotiškias:** Svečias buvo apsirengęs labai *egzotiškai*. VV, 19.

**Ekologiškasis:** „Mazda3 i-stop“ yra *ekologiškas automobilis*, pranoksiantis klientų lūkesčius. R(L) 2009 02 26.

**Ekscentriškasis:** Jau kovą Lietuvoje gastroliuos *ekscentriškasis* dainininkas Borisas Moisejevas. R(L) 2007 12 05.

**Ekskliuzyviniis:** *Ekskliuzyviniių* drabužių parduotuvė „Off Broadway“ siūlo „Christian Dior“ ir kt. Moteriškų drabužių kolekcijas. LV, 268.

**Elitas:** Po kelerių metų pertraukos Europos karališkasis *elitas* vėl šoks vestuves <...>. KD 2009 02 25.

**Favoritas:** Praėjusio sezono *favoritas*, pelnęs nacionalinių ir tarptautinių apdovanojimų, azartiško teatrališkumo kupinas spektaklis <...>. R(L) 2009 02 26.

**Finansinės galimybės:** Siekėme išsiaiškinti, kokiomis nuotaikomis šiandien gyvena renginių mėgėjai, kaip neramūs laikai veikia jų *finansines galimybes* lankyti renginius ir jų laisvalaikio įpročius. R(L) 2009 02 26.

**Fitnessas / fitnes / fitness:** 1996 m. absoliuti Europos *fitnes* čempionė italė Čiana Kaliari. LV, 270.

**Formatas:** Daugiausiai tai ignoruojama, slepiama ir iš paskutiniųjų bandoma prisitaikyti prie šios dienos gyvenimo *formato*. R(L) 2009 02 26.

**Geras:** *Geros* muzikos klubas. R(L) 2009 02 26.

**Geras laikas:** Šiame klube turėsite *gerą laiką*. r.

**Gera kaina:** Čia galima pavalgyti už *gerą kainą*. 15 min. 2009 02 25.

**Gera mergaitė:** *Geroms mergaitėms* dangus, blogoms – viskas. TV.

**Gyvo garso:** *Gyvo garso* koncertas. r.

**Įdirbis:** Kiekvienam geram specialistui reikalingas *įdirbis*. TV.

**Integracija:** Lietuvos *integracija* į ES nepadėjo išspręsti ekonominių problemų. TV.

**Yra taip, kaip yra.** TV.

**Išdurti:** Seimūnas *išdūrė* ištikimus rinkėjus. TV.

**Iššūkis:** Mes priimame visus naujus *iššūkius*. TV.

**Įvartyti į kampą:** Visi tik ir siekia *įvartyti mane į kampą*. VV, 24.

**Įvyko kaip įvyko.** TV.

**Įžvalga:** Politinės *įžvalgos* sudaro sąlygas tolesniems veiksams. TV.

**Jėga!** TV.

**Kampanija:** Sėkminga internetinė *kampanijos* dalis leido parduoti 632 knygas tiesiogiai <...>. R(L) 2009 02 26.

**Kas galėtų paneigti, kad...? Kas galėtų paneigti, kad situacija susikomplicavo?** TV.



**Kino centras:** Forum Cinemas „Vingis“ *kino centre* pristatoma juoda balta prancūziško kino dëlionë apie banditus nevykëlius. R(L) 2009 02 26.

**Klipas:** Dviejū minučių trukmës *klipë* pateikiamos 4 valandos dar nevaikštančio kùdikio nuotykių kambaryje ant grindų. R(L) 2009 02 26.

**Ko / Co:** UAB „Nabukas ir Ko“, prekiaujanti biuro baldais, skelbia konkursą užimti biuro administratorës pareigas. LV, 281.

**Kompleksuoti:** Ji jaučiasi aukšta, plona, *kompleksuodama* dël kojų. R(L) 2003 02 13.

**Komunikacijos kanalai:** *Komunikacijos kanaluose* kuriami įvykiai, papildoma vertë, o žinia skleidžiama per bendrus projektus kartu su partneriais. R(L) 2009 02 26.

**Koveris / kaveris / coveris / cover'is / koverinis:** Daina „Fever“ – garsios amerikiečių grupës *koveris*. LV, 282.

**Kontaktinis telefonas.** r.

**Krizë:** Belgijos banko AXA ši finansų *krizë* nepalauš. R(L) 2009 02 26.

**Kultinis:** Mano mėgstamiausias – *kultinis* serialas „Sopranai“. R 2009 02 03.

**Legendinis:** Jis tapo pelningiausiu *legendinio* režisieriaus ir aktoriaus filmu per visą jo karjerą. R(L) 2009 02 26.

**Lyderis:** Nors ji ir yra neabejotina visų apklausų *lyderë*, šiandien būtų dar sunku pasakyti, ar ji tikrai laimėtų prezidento rinkimus. KD 2009 02 25.

**Lizingas:** Vakarų šalyse dažniausios *lizingo* operacijos – sandoriai dël kilnojamojo turto. LV, 285.

**MC:** Gyvas koncertinis skambesys, instrumentų tembrai gerokai skiriasi nuo ketvirtojo grupës albumo *MC* ir CD versijų. LV, 287.

**Maratonas:** Renginių *maratonas* restoranuose, baruose, klubuose. R(L) 2009 02 26.

**Mp3 (formatas):** Šiuo metu gana laisvai gali siuntinëti vienas kitam *mp3 formato* muziką, <...>. R(L) 2008 03 18.

**Naujos statybos butas:** Sumažëjo *naujos statybos butų* pardavimai. LR (V/V) 2009 02 24.

**Netinkamu laiku netinkamoje vietoje:** Vargšelis tiesiog buvo *netinkamoje vietoje netinkamu laiku*. VV, 31.

**Nusipelnëme gyventi geriau.** TV.

**On-line / on line:** „*On line*“ tipo nepertraukiamo maitinimo šaltiniai. LV, 291.

**Pakankamai:** – Esame daug kartų sakę, kad būtų gerai, jeigu atsirastų investuotojas, turintis *pakankamai* patirties atominių elektrinių statyboje, – teigë G. Mažeika. KD 2009 03 13.

**Paranojiškas:** Kiekvienas žmogus, neadekvačiai žvelgiantis į situaciją, gali būti laikomas *paranojišku*. TV.

**Paraudo iki plaukų šaknų.** TV.

**Parkavimas:** Šioje vietoje transporto priemonių *parkavimas* neleistinas. TV.

**Piratavimas:** Ar *piratavimas* vis dar aktualus? R(L) 2008 03 18.

**Pirkėjų antplūdis:** Tikimasi naujo *pirkėjų antplūdžio*. LR (V/V) 2009 02 24.

**Pirmtakas (apie automobilį):** „Mazda 3 MPS“ modelis žada būti toks pat populiarus kaip ir jo *pirmtakas*. R(L) 2009 02 26.

**Plebojus:** Merginos neturi atrodyti lyg kandidatės į gražuolės karūną, o vaikinai – panašūs į *plebojus*. LV, 295.

**Pop-:** Rudeniškas žiūrovų nuotaikas Eros Ramazzotti praskaidrins naujaisiais savo kūriniais, taip pat *popmuzikos* klasika tapusiomis dainomis. R(L) 2007 12 05.

**Potencialus:** Primenama *potencialaus* pirkimo metu (parduotuvės, vaistinės). R(L) 2009 02 26.

**Praleisti laiką:** Vakar puikiai *praleidau laiką*. VV, 31.

**Prestižinis:** Prieš savaitę naujoji Boriso Moisejevo programa „Desertas“ buvo pristatyta *prestižinėje* Kremliaus koncertų salėje. R(L) 2007 12 05.

**Prezentacija.** Vakar įvyko naujų gaminių *prezentacija*. TV.

**Priedų apkarpymas:** Jeigu jau taupome, kalbamės su administracijos vadovais dėl darbuotojams skiriamų *priedų apkarpymo*, <...>. 15 min. 2009 02 25.

**Prisijungti:** Norint tapti ZOOM nariu, reikia *prisijungti* prie ZOOM bendruomenės. R(L) 2009 02 26.

**Pritraukti:** *Pritraukta* 3960 klientų. R(L) 2009 02 26.

**Pritrenkti:** Tas įvykis visus *pritrenkė*. VV, 43.

**Problema:** Šios *problemos* domina ne tik vaikus. VV, 43.

**Profesionalas:** Tai seifo neatidarėt? Vadinasi, jūs – mėgėjai, mes – *profesionalai*. VV, 43.

**Projektas:** Vaizduojamojo meno *projektas* „Kėdė“. R(L) 2008 03 18.

**Reitingas:** Lietuvos dviratininkė pagerino tarptautinį *reitingą*. LV, 298.

**Sėkmės receptas:** *Sėkmės receptas* – gimęs aštuntukas, kuriems kompaniją palaikys jau turimi 6 vaikai. R(L) 2009 02 26.

**Sėkmingas žmogus / gyvenimas:** *Sėkmingu žmogumi* gali tapti kiekvienas iš mūsų. TV.

**Seksualus:** *Seksuoli* mergina. TV.

**Sudėti taškus ant „i“:** Mes tikrai *sudėsime taškus ant „i“* ir išspręsime šią problemą. VV, 50.

**Singlas, singlinis:** Kadangi Lietuvoje nėra *singlinės* kultūros praktikos nei leidinių, nei čartų, tai mūsųose leidžiami rinkiniai turi kiek kitokią funkciją. LV, 301.

**SMS žinutė:** *SMS žinutės* – nemokamos į visus tinklus. r.

**SPA:** Ketvirtus metus Lietuvos rinkoje skaičiuojanti rytietiška SPA malonumų oazė, žinoma bei vertinama daugelio SPA procedūrų mėgėjų, šį kartą nuolatiniams lankytojams siūlo nemokamas procedūras! R(L) 2009 02 26.

**Stabilus:** Vyriausybė bandys pati kitais būdais garantuoti *stabilią* bankų veiklą. KD 2009 03 13.

**Stilingas (apie daiktą):** Jis patiko iš pirmo žvilgsnio – pasirodė *stilingas*. R(L) 2009 02 26.

**Stilingas (apie žmogų):** *Stilingiausias* amerikietis J. Timberlake'as – mados kūrėjų gretose. R(L) 2009 02 26.

**Stilius:** Tereikia jį pamatyti, kad suprastum, jog tai ne jo *stilius*. VV, 46.

**Stipriai:** Tavo poelgiu aš *stipriai* nusivyliau. VV, 47.

**Sunkmetis:** Medikai nuogaštuoja, jog ekonominio *sunkmečio* metu ši problema gali paaštrėti. 15 min. 2009 02 25.

**Super-:** Prieš kino kamerą – *superžvaigždė*. R(L) 2009 02 26.

**Sureikšminti:** *Nesureikšminu* automobilio, bet tikrai negalėčiau be jo gyventi. R(L) 2009 02 26

**Šou:** Rytoj pusiaudienį stadione įvyks spalvingas šunų *šou*. VV, 48.

**Šrotas:** Automobilių verslo mūsų šalyse pionieriai prisimena, kad su naudota vakarietiška technika atkeliavo ir vadinamieji *šrotai*. KD 2009 02 25.

**Ryšiai su visuomene:** Aš dirbu *ryšių su visuomene* specialistu. TV.

**Rutininis:** Pasirodo, net naujus automobilius įsigiję žmonės taupumo sumetimais *rutininių* techninės priežiūros procedūrų atlikti važiuoja ne į firminius servisus <...>. KD 2009 02 25.

**Testas:** *Testą* parašiau prastai, nes reikėjo papasakoti, ką skaičiau per atostogas. VV, 51.

**Tikras:** *Tikrų* tėvų *tikri* vaikai, kurie niekuo kitu neapsimeta, internete yra įdomesi už visokius reklamose vaidinančius aktoriukus. R(L) 2009 02 26.

**Tikras garsas:** Mes rengiame *tikro garso* pasirodymus, festivalius, filmuojame <...>. R(L) 2008 03 18.

**Tipas:** Tokio *tipo* moterys man nepatinka. VV, 51.

**Trendas:** Gospel muzika - tai naujas *trendas* Lietuvoje. TV.

**Turėti gerą laiką:** Visiems čia susirinkusiems linkiu *turėti gerą laiką*. VV, 31.

**Ups!** TV.

**Ultra:** Vaikas, apmautas super *ultra* pampersais, šlapinasi ir tuštinasi, voliodamasis ant naujos kanapos. LV, 310.

**Užmušinėti laiką:** Dalis visuomenės tik *užmušinėja laiką*. KD 2009 03 13.

**Vakarėlių liūtas:** Didžioji dalis *vakarėlių liūtų* už gerą renginį noriai paklotų nuo 30 iki 50 Lt, <...>. R(L) 2009 02 26.

**Valdyti situaciją, kontroliuoti situaciją:** Tačiau jo padedamas jūs galiausiai ėmėte *valdyti situaciją*. VV, 53.

**Vau!** TV.

**Veido išraiška:** Tėvo *veido išraiška* sūnų sudrausmino. VV, 54.

**Vidury baltos dienos:** Tai vagystė *vidury baltos dienos*. KD 2009 03 13.

**Vynioti į vatą:** Neketinu *vynioti į vatą* ir apsimetinėti. TV.

**Vinis:** Programos *vinis*, vakaro *vinis*. TV.

**Visiems su neiginiu:** Baimė *visiems nesvetima*. VV, 43.

**Viskas su neiginiu:** *Nepaisant visko*. VV, 43.

**Žūti vietoje:** 23 metų vaikiną *žuvo vietoje*. TV.

**Žvaigždė:** Amerikietė Nadya Suleman šiemet tapo *žvaigžde*. R(L) 2009 02 26.

**3D technologijos:** Filmas bus rodomas ir pasitelkiant didelio susidomėjimo bei palankaus įvertinimo sulaukusias *3D technologijas*. R(L) 2009 02 26.