



## Kai kurie TURGAUS koncepto ypatumai lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje

Silvija PAPAURĖLYTĖ  
*Šiaulių universitetas*

**Pagrindinės sąvokos:** *kalbos pasaulėvaizdis, konceptas, konceptualiosios metaforos.*

### Įvadas

Šio straipsnio tikslas – aptarti, kurie abstraktūs fenomenai gali būti suvokiami kaip turintys kainą ir (arba) pigūs, t. y. išsiaiškinti, kaip šie su TURGAUS konceptu susiję ypatumai atskleidžia kitų konceptų turinį. Atliekant tyrimą patikrinta daugiau nei 3000 įvairių žodžio *pigus* formų vartojimo pavyzdžių, analizuota 200 šio leksikos vieneto junginių su abstrakčių fenomenų pavadinimais, taip pat patikrinti įvairių veiksmažodžių *kainoti, įkainoti, nukainoti, perkainoti* formų vartojimo pavyzdžiai: iš daugiau nei 500 sakinių išrinkti ir analizuoti šių žodžių junginiai su abstrakčios reikšmės daiktavardžiais (iš viso 47 pavyzdžiai). Medžiaga rinkta iš VDU Kompiuterinės lingvistikos centre kaupiamo *Dabartinės lietuvių kalbos tekstyno* (toliau – Tekstynas, prieiga internete <http://donelaitis.vdu.lt>).

Pasitelktas konceptualiosios analizės metodas: nagrinėjant žodžio *pigus* junginius su abstraktus pavadinančiais žodžiais žiūrima, su kuriais tikrovės fragmentais siejama ši ypatybė, be to, iš veiksmažodžių *kainoti, įkainoti, nukainoti, perkainoti* junginių su abstraktais daroma išvada, kuriems iš tiesų materialiai neįvertinamiems objektams priskiriama galimybė būti įvertintiems, taip siekiama atskleisti dalį lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuoto TURGAUS koncepto turinio.

TURGAUS konceptas lietuvių pasaulėvaizdyje – daugiabriaunis, todėl šis reiškinys gali būti analizuojamas keliais aspektais. Apie turgaus specifiką, prekių kainas rašo istorikai (M a c k e v i č i e n ė 2007; P u g a č i a u s k a s 2007), turgaus viešąją erdvę, ekonomines, politines ir moralines charakteristikas aptaria filosofai ir antropologai (H o h n e n 2001). Pasak Gintauto Mažeikio, „turgus yra kompleksinis, daugiakomponentis reiškinys, elementariausia viešų mainų sfera. Jam būdingas procesualumas, ne tik aprėpiantis prekybą, bet ir koncentruojantis įvairių teorijų ekonominius ryšius. Pasirengimas prekybai, vietinės ir tarptautinės kelionės, kaip ir pats prekybos aktas, susideda iš aibės specifinių įvykių, kurių kiekvienas gali būti analizuojamas kaip bendro proceso momentas“ (M a ž e i k i s 2004, 49). Vadinas, turgus yra ne tik vieta pirkti ir parduoti. Be minėtos mainų funkcijos, turgus Lietuvoje nuo seno buvo suvokiamas kaip skiriamasis miesto ar miestelio, jo dydžio ženklas: „Miestus ir miestelius nuo kaimo ar dvaro skyrė spe-

cifinis bruožas – prekyba. Turgaus aikštėje susitikdavo kaimo ir miesto gyventojai. Mažuose miesteliuose turgūs vykdavo kartą per savaitę, didesniuose – 2 kartus“ (*Tarpukario miestai ir miesteliai* 2007, 10).

Lingvistai TURGAUS konceptą gali aptarti pasirinkę kurį nors vieną jo verbalizacijos aspektą. Pavyzdžiui, frazeologizmuose, kuriuose minimas žodis *turgus*, užfiksuota, kad šis reiškinys lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje suvokiamas kaip tam tikra bendravimo forma ir vieta, kurioje viskas gali būti įvertinta: **į turgų neveši sakoma teisinant kokią netvarką; iš turgaus išėjęs netekęs vertės FŽ 755**. Kita vertus, kai kurių frazeologizmų semantika leidžia daryti prielaidą, kad TURGAUS koncepte užfiksuota informacija, jog šis reiškinys neatsiejamas nuo galimos apgaulės: **turgus rodyti netiksliai eiti FŽ 755**.

### Teorinės nuostatos

Konceptas yra mąstymo vienetas, tam tikras būdas informacijai kaupti ir saugoti. Jis paprastai siejamas su tautos pasaulėvaizdžiu. Tarp daugybės konceptui priklausančių informacijos raiškos būdų (muzika, dailė, šokis ir t. t.) kalba yra vienas tikslesnių, nors nebūtinai tiksliausias raiškos būdas, nes koncepto apimtis ir jam priklausančios informacijos pobūdis yra nulemti ne tik su tauta siejamos kultūrinės atminties, bet ir individualios patirties. Straipsnyje laikomasi kognityvinei lingvistikai artimo požiūrio į kalbą ir kalbos santykį su pasauliu, pritariama teiginiui, kad kalboje yra užfiksuotas savitas pasaulio vaizdas, kuris ne iki galo atitinka realybę, tačiau atskleidžia kalbos vartotojų sąmonėje išsigalėjusias nuostatas, turinčias įtakos ir jų elgesiui. Konceptui priklausanti informacija, be kitų būdų, koduojama dar ir konceptualiosiose metaforose. Jos vadinamos viena iš pasaulio suvokimo formų, nes atspindi tą procesą, kurio esmė yra galimybė abstrakčius objektus suvokti remiantis konkrečiais ir todėl daug geriau pažįstamais ir suprantamais dalykais. Pavyzdžiui, Tekstynė užfiksuota metafora GYVENIMAS yra TURGUS (<...> *mūsų gyvenimas – šiukšlinas turgus*) leidžia daryti prielaidą, kad konkretesnis TURGAUS konceptas ir jo požymiai gali būti pasitelkiami kalbant apie gerokai abstraktesnį ir todėl sunkiau apibrėžiamą GYVENIMO konceptą.

Aptariamą temą grindžia nuostata, kad koncepto ribos gali būti nustatytos labai sąlygiškai. Griežtai riboti informaciją ir atskirti, kad kuris nors jos fragmentas negali turėti jokio ryšio su kalbamuoju konceptu, yra sunku.

Apie turgų galima kalbėti kaip apie tam tikrą bendruomenės narių susirinkimo ir bendravimo vietą, kurioje pinigai keičiami į įvairias prekes. Nors dabar su turgumi konkuruoja gausūs prekybos centrai, toks reiškinys vis tik išlieka ir išsaugo nepakitusių kai kuriuos savo bruožus. Išsigalėjusi nuostata, kad šią prekybos ir mainų vietą nuo kitų tokio pobūdžio „institucijų“ skiria ar bent turėtų skirti ne tik galimybė laisvai reguliuoti kainas, t. y. patiems įkainoti prekes, bet ir prekių pigumas<sup>1</sup>. Vadinasi, šie bruožai turėtų būti užfiksuoti kaip svarbios TURGAUS koncepto dalys. Jie gali būti pritaikyti kitų konceptų turiniui atskleisti.

<sup>1</sup> Dėl šios priežasties straipsnyje neaptariami tie abstraktūs fenomenai, kurie lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje apibūdinami kaip *brangūs*.

### Tyrimo rezultatai

Visi abstraktūs fenomenai, kuriems lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje priskiriama savybė būti pigiems, skyla į dvi dideles grupes pagal jų ryšį su vidiniu subjekto pasauliu arba visuomenine veikla, bendruomenės gyvenimu.

#### *Vidinio pasaulio dalykai*

Vidinio gyvenimo sferai pigumo požymis priskiriamas ne itin dažnai. Iš šios grupės fenomenų kaip *pigūs* apibūdinami *džiaugsmas, jausmas, laimė, linksmybė, sentimentalumas*. Visus įvardijimus sieja ne tik ryšys su tuo pačiu semantiniu lauku (*kalbant laimę ir apie džiaugsmą* jis dar glaudesnis), bet ir bendras teigiamas minėtais žodžiais pavadintų abstrakčių fenomenų vertinimas (išimtis gali būti gal tik *sentimentalumas*), kuri sumažina apibūdinimas *pigus: Laiko ženklai mums primena, kad saugotumės pastoracijoje pigaus jausmo*. Be to, *pigios* yra tik teigiamo modalumo emocinės būsenos, *pigūs*, remiantis Tekstyno pavyzdžiais, negali būti, pavyzdžiui, *pyktis* ar *baimė*. Pigumo ryšys su vidinio pasaulio dalykais gali būti nusakytas netiesiogiai: *Gal tai pigi spekuliacija nostalgikais jausmais* <...>. Lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje, remiantis Tekstyno duomenimis, neužfiksuota, kad *pigios* gali būti moralinės vertybės, pavyzdžiui, *gėris* arba *blogis, sąžinė, teisybė*. Greičiausiai taip implikuojama nuostata, kad egzistuoja neturintys kainos, vadina-si, ir neparduodami, absoliutūs dalykai. Visa tai, kas neišeina iš už paties subjekto ribų, nekinta, yra vertinama jo paties, o *pigūs* fenomenai paprasčiausiai atmetami.

#### *Visuomeninės veiklos ir bendruomenės gyvenimo dalykai*

Antroji lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje *pigiais* laikomų abstrakčių fenomenų grupė yra gerokai gausesnė. Ją labai sąlygiškai galima skirti į tris mažesnes: a) politinio gyvenimo reiškinius; b) poveikio auditorijai formas (nesusijusias su politika); c) kultūros reiškinius. Ribos tarp šių mažesnių grupių nėra griežtos.

Beveik visi politikos sferos abstraktai žymi tuos reiškinius ir procesus, kurių tikslas – turėti valdžią kitų žmonių atžvilgiu. Šiuo atveju vertinant objektą konkretus patyrėjas nebėra svarbus. Ar abstraktus fenomenas yra *pigus*, sprendžia ta žmonių grupė, kuriai paveikti jis yra sukurtas, taip pat stebėtojai iš šalies. Kaip *pigūs* apibūdinami įvairūs su politika susiję veiksmai: *Pono R. Ozolo pareiškimas – klasiškas pigaus politikavimo pavyzdys; Ta prasta pigaus politikavimo, mūsų kalbos tempimo ant svetimo kurpalio mada*. Didelė dalis politinio gyvenimo fenomenų išsiskiria savo trumpalaikiškumu, jų efektas taip pat trunka neilgai, tai paprastai neprognozuojama: nuolatiniai ir nekintantys negali būti *populiarumas, populizmas, rinkiminiai pažadai, populistiniai pažadai ar politiniai žaidimai*.

Bene dažniausiai kaip *pigus* apibūdinamas *populiarumas*<sup>2</sup>. Nors ir laikina, ši būseną dažnai yra siekiamybė, t. y. jos ieškoma, siekiama; net, atrodo, esanti visiškai šalia ji dėl savo ypatybių yra linkusi greitai dingti ar pakeisti kokybę, plg.: <...> *eksambasadorius ieško pigaus populiarumo; Juk tie, kas siekia pigaus populiaru-*

<sup>2</sup> Populiarumas nebūtinai siejamas su politika. Priskirti *populiarumą* politikos sferai nutarta atsižvelgus į didesnę būtent su šiuo tikrovės fragmentu siejamų pavyzdžių skaičių.

*mo, pasmerkti suspindėti vieną dieną; Pigus populiarius – slidus dalykas. Ilgai būdamas valdžioje net ir buvęs protingas žmogus nukvanka. Kita vertus, pasitaiko, kad populiarius yra jau ne siekiamybė, bet apskritai nepageidaujamas dalykas: Kiek gali kunigai leisti sau žaisti populiariumu, kad nepiktintų kitų, nepripažįstančių pigaus populiarumo; <...> neaišku, ko siekia komisija, – vykdyti statute numatytas funkcijas, padėti išvengti Seimo nariams interesų konflikto ar pigaus populiarumo ir pirmų spaudos puslapių.*

Kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuota, kad siekiamybė yra ir *pigus populizmas, pigi populistika. Populizmas ir populistika* greičiausiai nėra tokie patrauklūs kaip *populiarius*, remiantis Tekstyno medžiaga, *populizmo* gali būti tik siekiama: *Tokią kultūrą ypač uoliai pirmaisiais metais demonstravo pakankamai agresyvi naujų, pigaus populizmo ir išitvirtinimo siekusių politikų dalis. Ir pigus populiarius, ir pigus populizmas* kalbos pasaulėvaizdyje suvokiami ne tik kaip galintys būti įkainoti, bet dar ir kaip turintys kvapą daiktai. Panašios reikšmės veiksmažodžiais užkoduojama ir minėta skirtinga šių abstrakčių fenomenų vertė, plg.: <...> *ar tai nekenkia miesto įvaizdžiui, nekvepia pigiu populiariumu <...>; <...> reikalavimas neskirti kelių milijonų litų Prezidentūros rūmų restauravimo darbams užbaigti atsiduoda ne kuo kita, pigiu populizmu.* Kaip *pigūs* apibūdinti *populistiniai pažadai*, jie kalbos pasaulėvaizdyje lyginami su maistu, t. y. suvokiami kaip galintys laikinai patenkinti minimalius poreikius, plg.: <...> *verslininkų sluoksnius, kurio neįmanoma nupirkti populistiniais pažadais; <...> ar Lietuva <...> per kitus ketverius metus tebus maitinama pigiais populistiniais pažadais, neturinčiais aiškios politinės bei ekonominės perspektyvos.*

Dalis politinio gyvenimo reiškinių, kurie apibūdinami kaip *pigūs*, yra tiesiogiai susiję su rinkimų diskursu (*agitacija, propaganda, referendumas*). Su pigumu koreliuojantį minėtų abstrakčių fenomenų menkavertiškumą dar labiau sustiprina kai kurių iš jų reikšmėse užkoduotas ryšys su apgavystės, žaidimo, t. y. tikrovės imitacijos, sritimis: *Dauguma gyventojų parodė savo politinį subrendimą, nedalyvaudami pigiame referendume žaidime, kurio tikslas buvo destabilizuoti šalies ekonominį ir politinį gyvenimą <...>; <...> pasibaigs pigūs politiniai cirkai; Tas raginimas – tik pigus rinkiminis triukas, naudojamas „sakaliukų“, t. y. socialdemokratų. Ypatybė būti pigiam apima tokią platų reikšmių spektrą, kad taip gali būti apibūdinti iš esmės priešingi objektai, plg.: <...> aiškus ir nedviprasmiškas kūrinio meninio estetinio primato gynimas nuo vienadienės pigios patriotikos <...>; V. Trumpai užkliuvo pigus patriotizmas, lamentavimas dėl mūsų bėdų; <...> jų širdyse ir šiandien nėra vietos pigiam kosmopolitizmui.*

Galima apibendrinti, kad *pigūs* politinio gyvenimo reiškiniai suvokiami kaip trumpalaikiai, jiems, vertintojų iš šalies požiūriu, suteikiamas neigiamas emocinis krūvis. Kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuota, kad dalis šių abstrakčių fenomenų yra bent laikinai pageidautini, nes susiję su galimybe gauti valdžią.

Poveikio auditorijai formos neatsiejamos nuo siekio valdyti žmonių elgesį, susitelkiama į pačią situaciją, kurios esmę sudaro trumpalaikių ir abejotinos vertės fenomenų santykis su tiksline auditorija. Auditorijos dėmesio siekiama visokiais

būdais, kurie apibūdinami kaip *pigūs*, tačiau, priešingai nei politikos srityje, čia tas dėmesys dažnai ir yra laukiamiausias rezultatas: *Verslininkai tikina, kad sodybose yra ne tik pirtys, baseinai, teniso kortai, bet ir burlentės, jachtos, tačiau neretai išaiškėja, kad tai pigūs reklaminiai triukai; Bet ilginiui išgalvotos istorijos išaiškėja, pigus dirbtinis efektas nublanksta ir žmogaus vertė <...> dar labiau smunka.* Nors tokių abstrakčių fenomenų laikinumas aiškiai suvokiamas, sprendžiant iš konteksto, jie vis dėlto yra laukiami ir pageidaujami, specialiai kuriamos tokios situacijos, kurios sudaro palankias sąlygas įvairiems trumpalaikiams ir abejotinos vertės dalykams: *Kovų dėl valstybingumo istorija buvo atskleista nieko nesupaprastinus, nieko nenuylėjus ir be pigaus sensacijų vaikymosi; <...> pedagoginio veikimo <...> metodiką, grindžiamą per dideliu liberalizmu, pigiu autoriteto vaikymusi tarp moksleivių (studentų); <...> visi tie burbulai – tai ne jaunatviškas maivymasis, ne infantiliškas pigių sensacijų ieškojimas <...>.* Tokia situacija, kai tai, kas neturi vertės, yra laikoma vertinga ir pagrįsta *pigiais* vadinamų daiktų ypatybe supaprastinti padėti, padaryti ją lengvesnę, siekis prieinamesnę, bet ne kokybiškesnę: *Jis kartais, gaila, gal dėl principinio noro bendrauti su publika buvo atmiežiamas pirštu prikišama didaktika, pigiais triukais palengvintu hepiendu; Kai imama rašyti norint įsiteikti žemo intelekto skaitytojui, ieškoma pigių sensacijų, net iškraipomi faktai – tada skaitytojas pradeda nebetikėti ir pačia rimčiausia tiesa.* Kita vertus, daliai subjektų apibūdinamos kaip *pigios*, t. y. tariamos, vertybės yra nepriimtinos, todėl santykis su jomis yra grindžiamas prievarta: *Beveik niekas nuo tų laikų nepasikeitė – esame verčiami dalyvauti pigiuose skandaluose.*

Poveikio auditorijai formoms priklausau tie reiškiniai, kurie gali būti suvokiami kaip nevykusi tikrųjų vertybių imitacija. Tai, kas yra svarbu ir reikalinga, įgyvendinama tik iš dalies, todėl netenka esminių bruožų, leidžiančių tokį objektą laikyti vertybe: *<...> gali atsirasti ir daugiau naujovių besivaikančių mokytojų (kaip Vilniuje), kurie su tuo uždavinynu irgi pradeda „eksperimentuoti“ bei tikėtis pigių pagyrimų; Tai pigus meilės vaikams demonstravimas, prisidengus išsižadėjimo kauke. Šiuo „išsižadėjimu“ mokytojas vaikams aukoja ne save, bet kitus vaikus.* Šiems pavyzdžiams galima priešpriešinti tuos, kuriuose žodis *pigus* sudaro junginius su neigiamai vertinamų abstrakčių fenomenų pavadinimais. Taip neigiamas vertinimas tik dar labiau sustiprinamas. *Pigus melas* yra niekingesnis už tiesiog *melą*, junginys *pigus paviršutiniškumas* nusako gerokai didesnę tuštybę nei vienu žodžiu pavadinta situacija: *Pigus melas <...> visuomet išlenda, nesuteikdamas jo skleidėjui orumo ir garbingumo; <...> jam neprilipo jokių svetimų nuosėdų; nei slaviškai poniškos politūros, kuri pigiu paviršutiniškumu taip atgrasi doram lietuviui; Niekindami pigų išviršinį blizgesį, jie ypač vertina gamtą.*

Galima daryti išvadą, kad poveikio auditorijai formos yra trumpalaikės, dalis jų apskritai vertinamos vien neigiamai, kitos dalies vertinimas gali būti skirtingas, nes kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuota nuostata, kad šie reiškiniai yra siekiamybė, jų laukiama, ieškoma, vaikomasi.

Trečioji grupė abstrakčių fenomenų, kurie kalbos pasaulėvaizdyje apibūdinami kaip *pigūs* ir siejami su viešuoju gyvenimu, apima kultūros reiškinius. Dalis jų turi



materialią raišką, pavyzdžiui, *skaitalas, spektaklis, šlageriai, popsas*. Tai, kas yra pigu, bus paprasta ir prasta, lengva, visiems prieinama: *Iš pradžių knygynai visai nenorėjo jos imti – juk tai ne lengvas, ne pigus skaitalas, juoba apie kažkokį lietuvį; Visuomenei lengviau prieinamas pigus skonis, sensacijos, siaubai, žudynės; Mes – ne gatvės artistai, kurie linksmina publiką. Tai, ką mes darome, nėra pigus spektaklis. Labiau – savotiškos mąstymo pratybos. Pigiam skoniui kalbos pasaulėvaizdyje priskiriama didelė poveikio jėga, nes jis suteikia galimybę išsilaikyti, todėl taip apibūdintam abstrakčiam fenomenui gali būti pataikaujama arba ne: *Kitas bandė išsilaikyti pataikaudamas pigiam skoniui, tačiau nei kiaulaičių, nei katinų, nei nuogų gražuolių utilitarinės paskirties figūrėlės neišgelbėjo; Atsiranda rašytojų, kurie nepataikauja pigiam skoniui*. Kadangi tikrosioms kultūros vertybėms laikinumas nebūdingas, galima apibendrinti, kad taip apibūdinti objektai žymi ne kultūros reiškinius, bet tik tai, kas pretenduoja jais tapti.*

Palyginus *pigiais* vadinamų vidinio pasaulio dalykų ir su visuomenine veikla, bendruomenės gyvenimu siejamų abstrakčių fenomenų grupes, galima daryti išvadą, kad lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuota, jog gerokai daugiau yra tokių nesuvokiamų reiškinių, kurių vertei nustatyti būtinas vertintojas iš šalies. Visa tai, kas pigu, iš esmės yra ir nevertinga.

Kitas turgaus išskirtinumas – galimybė laisvai reguliuoti kainas – su lietuvių kalbos pasaulėvaizdžiu siejamame GYVENIMO koncepte realizuojama ne taip įvairiai. Kainos nustatymo ar apibrėžimo procesą pavadina veiksmoždziai *kainoti, įkainoti, nukainoti, perkainoti*, daugiausia junginių su abstrakčių fenomenų pavadinimais sudaro žodis *įkainoti*. Kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuota, kad *įkainojami* gali būti vien tik su vidiniu žmogaus pasauliu susiję dalykai. Jų reikšmėse užfiksuotas ir tam tikras santykis su aplinka, tačiau abstraktų fenomeną įvertinti gali tik pats subjektas, pavyzdžiui: *Kartais tokią laisvę tikrai galima įkainoti – tereikia tik nedidelio SAVO ir ATSKIRO ploto tai laisvei įgyvendinti; Šio orumo neįmanoma įkainoti pinigine išraiška. Jis brangesnis už viso pasaulio auksą. Kainą gali turėti su fizine būkle susiję dalykai. Pavyzdžiuose sveikata ir gyvybė paprastai priešpriešinamos materialinėms vertybėms: <...> Dievas davė man patį brangiausią turtą, kurio negalima įkainoti jokiais pinigais, jokiomis brangenybėmis – man davė gyvybę; O kiek įkainoti ligos išsekintą sveikatą, galimą invalidumą ... niekas nepaskaičiavo.*

Veiksmoždzių *nukainoti* ir *perkainoti* junglumas su abstrakčius fenomenus pavadinančiais žodžiais yra ne toks įvairus. Pabrėžtina, kad tai daugiausia gana apibendrintos reikšmės leksikos vienetai. Remiantis Tekstyno pavyzdžiais, *nukainojama* gali būti *viskas*, vadinasi, šiuo atveju neaišku, ar nukainojami dalykai siejami tik su pačiu patyrėju, ar apima ir didesnę sferą, t. y. viešojo gyvenimo procesus ir reiškinius: <...> *jie primeta man savo įtūžį, neviltį ir baimę, jie viską nukainoja, jie žūtbut stengiasi paneigti visas mano viltis*. Tai, ką galima *perkainoti*, irgi yra nusakyta apibendrintai, nors šis veiksmožodis aiškiau apibrėžia pačią perkainojamų objektų sritį: *Didžio europiečio gyvenimo pavyzdys verčia daug ką iš naujo permąstyti ir perkainoti, gal visų pirma savyje, nes svarbiausios permainos pirmiausia įvyksta būtent sąmonėje – atskiro individo ir tautos. Gausiausia pavyzdžių grupė at-*

spindi lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje užfiksuotą nuostatą, kad *perkainojamos* gali būti vertybės. Perkainoti tai, kas svarbu, gali norėti pats žmogus: <...> *pasirodė nauja karta, siekusi perkainoti kūrybines vertybes; Iš vaikystės visi atsinešame tam tikrą elgesio normų bei vertybių rinkinį. Užaugę ir subrendę, mes turime teisę jas peržiūrėti ir perkainoti, pasitikrinti, ar tai, ką gavau, tinka manajam gyvenimui.* Be to, šis procesas gali būti veikiamas iš šalies, skatinamas ar greitinamas tam tikrų aplinkybių: *Štai straipsnis, ne vieną priversiantis perkainoti vertybes!; Praėjusią savaitę Amerikoje įvykusi katastrofa privertė pasaulį iš naujo perkainoti vertybes; Iš mokyklos buvo reikalaujama perkainoti vertybes; Pats laikas perkainoti vertybes.* Tai padaryti ne visada yra lengva, nes pats vertybių perkainojimo procesas gali būti priešingas žmogaus prigimčiai: *Vertybės persikainoja ir kas iš prisirišimo senosioms nenori perkainoti savųjų, teneuždengia akių nuo jau persikainojusių.* Kaip perkainojimo objektas tekstuose ne taip dažnai minimi *principai, nuostatos, interpretacijos, vertinimai ir poelgiai*. Visi jie yra nulemti žmogui priimtinos vertybių sistemos: <...> *laiškai, kurie mane stebino, džiugino, vertė susimąstyti, o kai kurias nuostatas net perkainoti; Ar jums nebuvo tokių akimirku, kada perkainojti visus savo poelgius ir prisieki: nuo rytdienos pradėdau naują gyvenimą.*

Palyginus *pigiais* vadinamus fenomenus ir tuos fenomenus, kuriuos pagal kalbos pasaulėvaizdžio logiką galima *įkainoti, nukainoti* ar *perkainoti*, galima teigti, kad jie visiškai nesutampa. Kaip *pigūs* apibrėžiami abstraktūs fenomenai dažniausiai susiję su viešojo gyvenimo sfera, o tai, kam nors teoriškai galima suteikti kainą, yra išimtinai tik vidinio žmogaus pasaulio dalykai. Pavadinant dalyką *pigiu* jis priskiriamas su neigiamu vertinimu siejamai kategorijai, galimybė pereiti į *brangiais* vadinamų daiktų ir reiškinių grupę nenumatyta. Tikėtina, kad pigumas yra kai kurių abstraktų „prigimtinė“, o ne įgyjama savybė. Procesas, kurio rezultatas yra daiktui ar reiškiniui priskirta (arba pakeista) kaina, privalo turėti ir vertintoją, tačiau ir šiuo atveju vertinimo pobūdis greičiausiai yra nulemtas paties vertinamo objekto specifikos.

### Išvados

Turguje kainas nustato, t. y. daiktus įkainoja, patys pirkimo ir pardavimo procese dalyvaujantys subjektai. Šis TURGAUS koncepto ypatumas su kitais konceptais nesiejamas arba siejamas tik iš dalies, nes visiškai nesutampa tie abstraktūs fenomenai, kurie yra apibrėžiami kaip *pigūs*, ir tie, kurių, remiantis kalbos pasaulėvaizdžio logika, kainą galima laisvai nustatyti.

Norint apibrėžti, kas yra pigu, yra būtinas vertintojas. Jeigu vertinami vidinio pasaulio reiškiniai, tai daro pats subjektas, nuo pigių dalykų atsiribojama. Kai kalbama apie su visuomeniniu gyvenimu siejamus abstrakčius fenomenus, vertinti imasi pati visuomenė. Iš konteksto galima spręsti, kad tai, kas pigu, beveik visada yra vertinama neigiamai, be to, tame pačiame pasakyme vertinimas paprastai dar būna išreikštas ir kitais būdais. Kita vertus, kaip *pigūs* apibūdinami abstraktūs fenomenai neabejotinai tam tikroje situacijoje aktualizuoja ir savo vertę: jie gali būti pagedautini ir siejami nors dėl trumpalaikio teigiamo (kartais ir abejotino) efekto.

Galima apibendrinti, kad dalį abstrakčių fenomenų vadinant *pigiais* nusakomas

ne tik atitinkamas jų vertinimas, bet taip atskleidžiamos ir kitos kokybinės charakteristikos. Pigumas gali reikšti ir prastumą, o tai, kas prasta, neabejotinai yra dar ir nepageidaujama. Iš šio tyrimo rezultatų galima daryti prielaidą, kad daugiausia tokių nepageidaujamų abstrakčių fenomenų yra susiję su viešojo gyvenimo sfera. Lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje tik vidinio pasaulio dalykams priskiriama galimybė būti įvertintiems, t. y. turėti kainą.

### Literatūra

- H o h n e n 2001 – Pernile Hohnen, „Gariūnų marginalizacija: turgaus kultūrinė antropologija“, *Lietuvos etnologija*, 1 (10), 63–83.
- M a c k e v i č i e n ė 2007 – Ona Mackevičienė, „Rokiškio Nepriklausomybės aikštė ir jos istorija“, *Lietuvos muziejų rinkiniai*, 6, 36–42.
- M a ž e i k i s 2004 – Gintautas Mažeikis „Lietuvos turgaus viešuma ir funkcijos“, *Lietuvos etnologija*, 4 (13), 49–66.
- P u g a č i a u s k a s 2007 – Virgilijus Pugačiauskas, „Vilniaus turgavietės ir mugės 1795–1830 metais: lokalizacija, specializacija, organizacija, prekės ir kainos“, *Vilniaus istorijos metraštis*, 1, 67–77.
- Tarpukario miestai ir miesteliai* 2007 – *Tarpukario miestai ir miesteliai*: [nuotraukų albumas] (parengė Aistė Lazauskienė), Kaunas: Šviesa.

### Šaltiniai

- Dabartinės lietuvių kalbos tekstynas*, prieiga internete: <http://donelaitis.vdu.lt>.
- FŽ – Frazeologijos žodynas*, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2001.

## Silvija Papaurėlytė

### Kai kurie TURGAUS koncepto ypatumai lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje

#### *S a n t r a u k a*

**Pagrindinės sąvokos:** *kalbos pasaulėvaizdis, konceptas, konceptualiosios metaforos.*

Straipsnio tikslas – aptarti, kurie abstraktūs fenomenai lietuvių kalbos pasaulėvaizdyje gali būti suvokiami kaip turintys kainą ir (arba) pigūs, t. y. išsiaiškinti, kaip šie su TURGAUS konceptu siejami ypatumai atskleidžia kitų konceptų turinį. Išanalizuoti 200 žodžio *pigus* junginių su abstrakčių fenomenų pavadinimais pavyzdžiai, taip pat peržiūrėti įvairių veiksmažodžių *kainoti, įkainoti, nukainoti, perkainoti* formų vartojimo pavyzdžiai, pasitelkti šių žodžių junginiai su abstrakčios reikšmės daiktavardžiais (iš viso 47 junginiai).

Norint apibrėžti, kas gali būti pigu, yra būtinas vertintojas. Jeigu vertinami vidinio pasaulio reiškiniai, šį vaidmenį atlieka pats subjektas. *Pigūs*, t. y. nevertingi, dalykai šioje sferoje mažai funkcionuoja. Su visuomeniniu gyvenimu siejamus abstrakčius fenomenus vertinti imasi pati visuomenė, t. y. tie žmonės, kuriems adresuojama su abstraktu siejama informacija. Iš konteksto galima spręsti, kad *pigūs* abstraktūs fenomenai beveik visada yra vertinami neigiamai, tame pačiame pasakyme vertinimas paprastai dar būna išreikštas ir



kitais būdais. Kita vertus, kaip *pigūs* apibūdinami dalykai neabejotinai tam tikroje situacijoje aktualizuoja ir savo vertę, todėl galima daryti prielaidą, kad jie yra pageidautini. Palyginus *pigiais* vadinamus abstrakčius fenomenus ir tuos abstrakčius fenomenus, kuriuos pagal kalbos pasaulėvaizdžio logiką galima *įkainoti*, *nukainoti* ar *perkainoti*, galima apibendrinti, kad šios sritys visiškai nesutampa. Kaip *pigūs* apibrėžiami abstraktūs fenomenai dažniausiai susiję su viešojo gyvenimo sfera, o tai, kam nors teoriškai galima suteikti kainą, yra išimtinai tik vidinio žmogaus pasaulio dalykai.

### Silvija Papaurėlytė

#### Some Features of the Concept MARKET in the Lithuanian Language World-View

##### *S u m m a r y*

**Keywords:** *language world-view, concept, conceptual metaphors.*

The aim of the present study is to discuss what abstract phenomena in the Lithuanian language world-view may be conceived as having the price and / or are cheap, i.e. to find out how these features, that are related to the concept MARKET, reveal the content of other concepts. While conducting the research, 200 cases of word combinations with the head word *cheap* (Lith. *pigus*) related to the abstract names of phenomena were drawn out. Also various examples of verb forms, such as *to price*, *to value* (Lith. *kainoti*), *to write down* (Lith. *nukainoti*), *to revalue* (Lith. *perkainoti*) were examined and the word combinations of these words with nouns that have abstract meaning (47 cases in total) were investigated.

In order to define something that is cheap, an estimator is necessary. If the phenomena of the inner world are assessed, the role is performed by the subject himself / herself. In this sphere, cheap, i. e. things of no value, function not very frequently. Abstract phenomena related to social life are assessed by the society itself. According to the context, it is possible to decide that cheap abstracts are almost always assessed negatively; the assessment which appears in the same expression may be expressed by means of other ways. On the other hand, the abstracts which are described as cheap and which belong to the mentioned groups, in some definite situation, definitely actualize their value, so the presumption can be made that they are desirable. While comparing the inventor of the so called cheap abstracts with those which, according to the logic of language world-view, can be priced, written down or revalued, the conclusion could be drawn that these spheres do not coincide completely. The abstract phenomena, essentially defined as cheap, are mostly related to the sphere of public life, while something that can be theoretically allocated a price are exceptionally the things of the person's inner world.

S i l v i j a P A P A U R Ė L Y T Ė

*Lietuvių kalbotyros ir komunikacijos katedra*

*Šiaulių universitetas*

*P. Višinskio g. 38*

*LT-76352 Šiauliai*

*[silvijapapurelyte@gmail.com]*