

Lietuvių paremių funkcijos šiuolaikiniuose kontekstuose

DALIA ZAIKAUSKIENĖ

Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas

ANOTACIJA. Aprašomos pastarųjų kelių dešimtmečių lietuvių tradicinių paremių, tradicinių paremių perdirbinių (antiparemių) ir šiuolaikinių paremių funkcijos įvairiose šių dienų komunikacijos srityse, stengiamasi parodyti, koku tikslu paremijos vartojamos dabartinėje komunikacijoje, aiškinamasi, ar pakito jų funkcionavimo ypatybės išsiplėtus vartojimo sričiai ir atsiradus naujiems sklaidos būdams.

RAKTAŽODŽIAI: tradicinė paremija, antiparemija, šiuolaikinė paremija, funkcija, šiuolaikinė vartoseną, kontekstas, žiniasklaida, reklama, politinė retorika.

ĮVADAS

Šiuolaikiniame pasaulyje paremijos įmanomos kone visose komunikacinėse situacijose, pradedant šnekamąja kalba, publicistine bei politine retorika ir baigiant reklaminiais šūkais bei užrašais ant marškinėlių ar buitines daiktų. Naujos vartojimo sritys veikia paremių funkcijas. Vienokiu tikslu paremija pavartojama buitiniame situacijoje, kitokiu politiko kalboje, dar kitu humoristiniame televizijos laidoje ar bulvarinio pobūdžio leidinyje. Daugeliu atvejų viešojoje erdvėje svarbiausia yra atkreipti adresato dėmesį, o pranešimas, „žinia“ gali būti perduoti ir kitais būdais (pvz., straipsnio tekstu, reklaminiu vaizdu). Paremiomis gali būti patariama, išpėjama, „pranašaujama“, analitiškai apibendrinama, taigi neretai jos atlieka tas pačias funkcijas kaip tradicinėje aplinkoje¹. Skirtumas tas, kad šiuolaikinėje komunikacijoje neretai problema apibendrinama arba autoriaus požiūris reiškiamas ironiškai (McKenna 1996: 215).

Atkreiptinas dėmesys į vieną iš žanrinių paremių funkcijų – pažintinę edukacinę, kuri dabartinėje visuomenėje reiškiasi kiek kitu aspektu negu tradicinėje bendruomenėje: paremioms tenka užduotis sąmoningai reprezentuoti tradicinę liaudies kūrybą. Paremių skelbimo situacija iš pirmo žvilgsnio netgi šiek tiek primena XIX a. ir XX a. pradžią, kai lietuvių tautosaka buvo žavimasi

1 Apie būdingiausias tradicinių paremių funkcijas žr. Zaikauskienė 2010.

ir kai ji tapo vertybe pati savaime. Kaip anuomet, taip ir dabar populiariu skelbti paremijas įvairiuose kalendoriuose (taip pat ir internetiniuose, pvz., <http://www.day.lt>): kai kur po kelias, kai kur kaip dienos sentenciją². Paremijos specialiai skelbiamos mokykliniuose vadovėliuose, įtraukiamos į kryžiažodžius, įvairias varžytuves bei viktorinas, netgi rengiami patarlių konkursai. Taigi paremijos nūdienos visuomenėje yra populiarinamos, ir šiuolaikinis miesto žmogus jų neretai išmoksta dirbtinai, t. y. neperima „iš lūpų į lūpas“ iš savo šeimos, bendruomenės narių, o išmoksta, tarkim, mokykloje.

Tirdami šiuolaikinį paremių masyvą, kurį sudaro tradicijos būdu perimtos „senosios“ paremijos, tradicinių paremių perdirbiniai ir šiuolaikinės paremijos, kaip ir kalbėdami apie tradicinių paremių fondą (Zaikauskienė 2010: 98), susiduriame su dvejoja tiriamąja medžiaga: ištisais sąrašais tiražuojamais posakiais ir paremijomis šiuolaikiniuose, tradicinei vartosenai būdinguose ir nebūdinguose kontekstuose.

PAREMIJOS ŠNEKAMOJOJE KALBOJE

Kalbant apie šiuolaikinę paremių vartoseną šnekamojoje kalboje, tenka gerokai praplėsti šnekamosios kalbos sąvoką. Visų pirma dabar tai ne vien žodinis sklaidos būdas, ne vien buitinis gyvų komunikacijos akto dalyvių dialogas. Šnekamosios kalbos atitikmenų yra įvairiose paremių gyvavimo srityse: tai šnekamosios kalbos dialogus perteikiančios prozos atkarpos, spektaklių ištraukos, kino, televizijos filmų momentai, kuriais kaip tik ir siekiama parodyti natūralią „žmogišką“ aplinką. Panašaus pobūdžio yra įvairūs asmeniniai pasisakymai, pavyzdžiui, interneto svetainių lankytojų komentarai, nesuvaidinti dialogai reportažų metu.

Tradicinių paremių vartoseną šiuolaikinėje šnekamojoje kalboje bei šnekamajai kalbai analogiškuose kontekstuose nėra labai pakitusi. Vyresnių žmonių, ypač kaimo, kalboje jos tebevartojamos pagal „senosios“ vartosenos kanonus ir išlaikant įprastas paremių funkcijas: jomis apibendrinama, perteikiama gyvenimo patirtis (*Aš išbuvus ir po arkliu, ir an arklio* LTR 6447(983/7), *Ant kieno vežimo sėdi, tam ir dainų dainuok* LTR 6447(983/25), užr. Šalčininkų r., 1995), perspėjama, draudžiama (*Negal spjaut į vandenį, sak, po smert rėks išgert* LTR 6448(577), užr. Plungės r., 1996), įvertinama (*Čia tau ne ant žydelkos myžt* [„čia tau ne niekai“], Vilnius, 2010), pasigiriama (*Kai karvės geros, išperka ant vietos,*

2 Tikėtina, jog omenyje turimas tokio „produkto“ vartotojas – vyresnės kartos žmogus, kuriam tradicinė liaudies kūryba yra dar gana sava ir artima; taigi šiuo atveju paremija suveikia kaip reklama ir ji pavartojama siekiant pritraukti vartotoją, sudaryti artumo, pažįstamos aplinkos įspūdį. Tokią dieną skirtą paremią galima interpretuoti kaip dienos šūkį, atliekantį nominatyvinę / idėjinę funkciją.

nereikia niekur vežt [moteris pasakė apie dukteris, ištekėjusias už kaimynų sūnų], užr. Švenčionių r., 2010). Miestiečių dažniau vartojamos populiariosios, tarptautinės paremijos. Jos vartojamos įprastine forma arba perfrazuojamos, pavyzdžiui, biblinės patarlės perifrāze *Jei nesibelsi, nebus atidaryta* [iš privataus elektroninio susirašinėjimo apie tai, jog geruoju honoraro leidykla nesumoka, tenka reikalauti, Vilnius, 2010] reiškiamas ne tik apibendrinimas, bet ir ganėtinai primygtinai siūloma imtis aktyvių veiksmų, taip pat reiškiamas apmaudas, kad yra ne taip, kaip turėtų būti. Posakiu *Kairė nežino, ką daro dešinė* [apie atsakingus už projektus, Vilnius, 2010] pasakoma, kad nėra tvarkos – atsakingų daug, o rezultato jokių; drauge išreiškiamas nusivylimas ar net pasipiktinimas. Atkreiptinas dėmesys į tai, jog paremijas ir šiais laikais vartoja ne tik vyresnio amžiaus žmonės, bet ir jaunimas. Racionalią, nuosaikią gyvenimo išmintį perteikiančiu posakiu pasiguodžiama negavus to, ko norėta (*Geriau žvirblis rankoj negu briedis lankoj* [nugirsta troleibuse. Du jaunuoliai šnekasi, ar įstojo į tą aukštąją, kur norėjo. Vienam nepavyko įstot į universitetą, todėl įstojo į kolegiją, Vilnius, 2005], reiškiamas vertinimas, nuostata (*Geriau baisus galas nei begalinė baimė* [Vilnius, 2002, ptk. studentė, 19 m.], kritika (*Juokiasi puodas, kad katilas juodas* [anūkės žodžiai apie močiutę, apkūnią moterį, kuri jaunesnei giminaitei pasakė, kad jos pilvas atsikišęs – „gal besilaukianti“, Vilnius, 2010, ptk. mergina, 19 m.]). Naujų funkcinių atspalvių gali atsirasti dėl pakitusio santykio su tradicija – tradicine tautosaka, „senolių išmintimi“. Pavyzdžiui, ginče su vyresniu ir didesnę autoritetą turinčiu žmogumi jaunuolio pavartota patarlė įgyja dar svaresnio argumento statusą, nes liudija tradicijos išmanymą. Tai atsakas „priešininko“ ginklų. Drauge nuskamba ironijos ir savotiško maišto gaida: *Nepagautas ne vagis* [sako mokinys lietuvių kalbos mokytojai, kuri kaltina jį nusirašius darbą, Vilnius, 2005].

Panašių pavyzdžių randame šnekamąją kalbą atitinkančiose situacijose. Gerai žinomu posakiu *Bijai vilko, neik į mišką* vienu atveju padaršinama, raginama rizikuoti [– O jeigu atsitiks nelaimė? – Bijai <...>, sako lietuviai. Nėra chirurgo, kuriam tokia nelaimė neslėgtų sąžinės, Eduardas Cinzas. *Raudonojo arklio vasara*, V., 2008, p. 86], kitu atveju pagrindžiama drąsa [taip jauna Lietuvos krepšininkė atsako klausiamai, ar nebaisu buvo nepatyrusiai žaisti tarptautinėse varžybose [LTV, „Panorama“, 2001]. Nereikalingumas nusakomas palyginimu *Reikalingas kaip avinui penkta koja* [– O dabar grįžk pas mamą, tikriausiai būsi jai reikalingas. – Berniukas nustebo dėl mano naivumo. – Aš reikalingas jiems kaip..., E. Cinzas. Min. veik., p. 31], kuriuo ironizuojama ir išsakoma nuoskauda. Kartais paremijos tradiciškai vartojamos interneto komentaruose, pavyzdžiui, jomis reiškiamas ironiškas apibendrinimas ir kritika (*Kaip yla iš maišo, išlenda* [kont.: Už visko kyšo švietimo reformos baimė, kuri, kaip yla iš maišo, išlenda interviu pabaigoje. Fu..., <http://www.delfi.lt>, 2009].

Šnekamojoje kalboje pavartojama ir tradicinių paremių perdirbinių (anti-paremių). Paprastai svarbiausia jų pavartojimo intencija – pašmaikštavimas:

Nėra to blogo, kurio nesuvalgytum su kečupu /Nėra to blogo, kad neišeitų į gera/
[Studentai tepa sumuštinis, kalba apie maistą. Kalba pakrypsta apie „kečupą“ ir vienas sako: *Nėra to blogo, kurio nesuvalgytum su kečupu*. Kitas jį pataiso: *Nėra to blogo, kurio nesuvalgytų studentas*, Liuksemburgas, 2010.]

Kalakutas irgi galvojo, kol pagreičio neįgijo /Kalakutas galvojo galvojo, kol į puodą pakliuvo/
[Per pamoką pasakė fizikos mokytoja, ~ 60 m., Vilniaus „Ažuolo“ vid. mokykla, 2002.]

Geram dainininkui ir elektrinukas netrukdo /Blogam šokėjui ir pautai maišo/
[Traukinyje sėdi mama su dviem dukrom. Mašinistas praneša: „Elektrinukas Vilnius–Kaunas išvyksta...“ Žodis „elektrinukas“ ir mašinisto intonacija visas labai pralinksmina. Traukiniui pradėjus važiuoti, viena mergaitė ima dainuoti, nors bilda ir krato. Savo dainavimą įvertina pasakymu „Geram...“; Vilnius, 2007, ptk. mergina, ~ 15 m.]

Keli pavyzdžiai iš interneto komentarų:

Apsaugok mus, Aukščiausiasis, nuo bado, maro ir maraušrinės... /Apsaugok, Dieve, nuo maro, bado, vainos ir nuo bobos nespakainos/
[Komentaras po str. „G. Kirkilas ministre norėtų matyti M. A. Pavilionienę“; <http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/article.php?id=16624112&com=1&s=2&no=20>, 2008, bal. 10.]

In vino veritas, in seimo Zingeris /In vino veritas, in aqua sanitas/
[Komentaras po str. „Seimo URK pirmininku išrinktas E. Zingeris“; kont.: Geros siuvinimo mašinos „Zinger“ ir „Veritas“: Perfrazavus lotynų posakį, galima pajuokauti: In vino..., <http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/article.php?id=28853093&com=1&s=2&no=180>, 2010, vas. 11.]

Gulinčio niekas niekada nemušė... *Gulintį paprasčiausiai sumindo...* /Gulinčio nemušė/
[Atsakymas į komentarą „gulinčio nemušė net velnias“; <http://mano.zebra.lt/gyvenimai/antikristas/dienorastis/272089>, 2009, gruodž. 12.]

Paremių perdirbinys visų pirma patraukia dėmesį, nes yra įdomus tuo, kad suardyta įprasta žinomo posakio forma, o reikšmė netikėtai įgyja naujų niuansų. Teminiuose interneto komentaruose vartojamoms antiparemioms būdinga situ-

acijos aktualizacija, jos yra tarsi aptariamoms situacijos iliustracijos. Iliustratyvinė funkcija būdinga publicistikoje bei satyrinio žanro laidose vartojamoms antiparemijomis. Dėl paties iškraipymo fakto atsiranda juokavimo, šmaikštavimo, ironizavimo aspektas. Interneto erdvėje gyvuojantiems perdirbiniams labiau negu kitiems būdingas ciniškos pasaulėžiūros perteikimas, „žiaurios realybės“ konstatavimas.

PAREMIJOS PUBLICISTIKOJE

Šnekamoji kalba ir jai analogiški komunikaciniai kontekstai – tik nedidelė šiuolaikinės paremių vartosenos sritis. Ir tradicinės formos posakiai, ir jų perdirbiniai kuo įvairiausiai pritaikomi, išnaudojami šiuolaikinių žiniasklaidos priemonių. Šiuolaikinės tautosakos tyrėjų manymu, žiniasklaidos suklestėjimas nesunaikino folkloro, bet kaip tik išplėtė jo sklaidą (Tatira 1999: 230), išlaisvino jį iš vadinamųjų žemųjų visuomenės sluoksnių izoliacijos (Dégh 1994: 2 pagal Tatira 1999: 230). Pasaulinėje paremiologijoje tokie netradiciniai paremių kontekstai tyrėjų susidomėjimo sulaukė maždaug nuo XX a. aštuntojo dešimtmečio³.

Itin gausiai ir išmoningai paremijos vartojamos publicistikoje – dienraščiuose, savaitraščiuose bei interneto informaciniuose portaluose⁴. Aptariant paremių funkcijas šioje sferoje, reikėtų žiūrėti, kurioje publicistinio teksto vietoje paremija pavartota – pavadinime, teksto pradžioje, pabaigoje ar pačiame tekste. Paremija publicistiniame tekste atsiranda ne šiaip sau – tai puikus būdas patraukti dėmesį. Manoma, kad dėl paremijos skaitytojas lengviau įsimins straipsnį, o drauge ir jį rašiusįjį (Järv 1999: 93).

Pavadinimui pasirinkta paremija formaliai atlieka n o m i n a t y v i n ę funkciją. Šią paremių funkciją įvardytume kaip naują šiuolaikinės paremių vartosenos bruožą, ji būdinga ne vien paremių vartosenai publicistikoje – paremijos tekstas,

.....
 3 Žr. Lutz Röhrich. Die Bildwelt von Sprichwort und Redensart in der Sprache der politischen Karikatur, in: *Kontakte und Grenzen: Festschrift für Gerhard Heilfurth zum 60 Geburtstag*, Göttingen, 1969, p. 175–207; Max Lüthi. Das Sprichwort in der Zeitung, in: *Volksliteratur und Hochliteratur*, Bern and Munich, 1970, p. 22–25; Wolfgang Mieder. Verwendungsmöglichkeiten und Funktionswerte des Sprichwortes in der Wochenzeitung (Untersuchung der Zeit für das Jahr 1971), *Muttersprache*, 1973, No. 83, p. 89–119; Wolfgang Mieder. Sprichwörter im modernen Sprachgebrauch, *Muttersprache*, 1975, No. 85, p. 65–88; Г. И. Петровичева. Некоторые наблюдения пословиц в языке центральных газет, *Вопросы теории и методики русского языка*, 1972, № 110, p. 67–80; Maja Boskovic-Stulli. Proverbs and Proverbial Expressions in a Zagreb Newspaper, in: *Folklore on Two Continents: Essays in Honor of Linda Dégh*, ed. Nikolai Burlakoff and Carl Lindahl, Bloomington, 1980, p. 180–186 (pagal McKenna 1996: 215).

4 Įvairių šalių paremiologai sukaupę aprašė spaudoje vartojamas paremijas: anglų-amerikiečių oficialiojoje spaudoje (Konstantinova 2009), rusų paremijas „Pravdos“ antraštėse perestroikos laikotarpiu (McKenna 1996), estų paremijas Estijos dienraščiuose (Järv 1999).

pavyzdžiui, gali būti pasirinktas renginiui, akcijai pavadinti: Žemės ūkio paroda *Ką pasėsi... 2009*, akcija *Savam krašte ir tvoros žydi*.

Kiekvienu atveju paremija priklausomai nuo savo turinio ir viso teksto turinio atlieka keletą kitų funkcijų, pavyzdžiui, atspindi temą, vertybines nuostatas, ideologiją, konstatuoja, perteikia abejonę, ironizuoja:

Migracija. Ar visada „tyla – gera byla“?

[Dainius Paukštė: Migracija. Ar visada „tyla – gera byla“?, <http://www.delfi.lt>, 2009, bal. 10.]

Posėdis: Iš didelio debesies mažas lietus

[kont.: Lietus buvo toks silpnas, kad Rusijos prezidentui Dmitrijui Medvedevui net neprireikė skėčio, LŽ, 2008, rugs. 4, p. 4; LTR 7722, p. 9.]

2008 metai: „Negirk dienos be vakaro“

[Straipsnio apie praėjusius finansinius metus, pradėtus iliuzijomis, kurios neišsipildė, antraštė, LŽ, 2008, gruodž. 29, p. 18.]

Kur du pešasi, trečias laimi

[Straipsnio apie rinkimų kampaniją antraštė, kont.: ...amerikiečiai nepatenkinti H. Clinton ir B. Obamos elgesiu. „Jeigu jie ir toliau barsis tarpusavyje, o ne susitelks į savo programas, pralaimės rinkimus respublikonams. <...> H. Clinton ir B. Obamos fone J. Edvardsas atrodė kaip sveikai mąstantis žmogus ir atsakingas politikas...“, LŽ, 2008, saus. 23, p. 6.]

Kai nori muštis, vėzdą visuomet rasi

[Jūratė Laučiūtė, LŽ, 2009, rugpj. 28, p. 4.]

Kaip šaukia – taip atsiliepia

[kont.: ...tradicinis dviejų skirtingų barikadų pusių priešiškusumas – tarp politikų ir žurnalistų – peraugo į atvirą antipatiją ir net tarpusavio įžeidinėjimus..., LŽ, 2008, rugpj. 15, p. 1.]

Straipsnio pavadinimas, kuriame yra paremija, gali būti paraginimas ir nuskambėti labai didaktiškai:

Talka: kas nedirba, mielas vaike, tam ir valgyt duot nereikia

[Straipsnelio apie talką pavadinimas; jame rašoma apie numatomą talką, renginyje populiarinamą ekologišką žvejybą, kulinarinį paveldą, poreikį grįžti prie tradicinės mitybos

įpročių; galima būsia pasimokyti lietuvių liaudies šokių bei ratelių, <http://gatve.delfi.lt>, 2009, rugs. 17.]

Neretai norimą įspūdį lengviau pasiekti ne cituojant originalų tradicinę paremijos tekstą, o jį deformuojant, pritaikant iliustruojamai situacijai. Paremiologų jau seniai pastebėta, kad įvairiose kalbinėse situacijose (taip pat ir skirtinguose ekstralingvistiniuose kontekstuose) perdirbiniai gali įgyti specifinių, tradicinei vartosenai nebūdingų funkcijų (Жигарина 2006). Publicistikoje antiparemijomis dažniausiai siekiama suaktualinti kokią nors idėją, jomis išreiškiama rimta socialinė politinė satyra (Mieder 2004: 150). Kaip ir tradiciniai paremių tekstai, taip ir jų perdirbiniai pasirenkami pavadinimui arba įkomponuojami į pavadinimą:

Bankininkų balsas į dangų neina / Šuns balsas į dangų neina/

[kont.: Vokietijoje dirbantis amerikiečių pastorius, pasiūlęs bankininkams sunkiu metu kreiptis į dangų, teigia sulaukęs daugybės pagalbos prašymų..., LŽ, 2008, spal. 15, p. 24.]

Studentų yra – duonos bus / Dievas davė dantis, Dievas duos ir duonos (Dantys yra – bus ir duonos)/

[kont.: Šis posakis pastaruoju metu tampa vis populiariesnis akademinėje bendruomenėje. Ir, atrodo, tam yra pagrindo, nes universitetai surinko studentų – vieni mažiau, kiti daugiau. Ir atrodo, kad išankstinės prognozės apie staigią kai kurių universitetų, ypač regioninių, mirtį nepasiteisino, <http://www.delfi.lt>, 2009, rugpj. 31.]

Plūsta tas, kas plūsta paskutinis / Juokiasi tas, kas juokiasi paskutinis/

[Recenzijos apie spektaklį „Publikos išplūdimas“ antraštė, „Laima“, 2001, Nr. 7; LTR 7172(89).]

Pinigai nekvepia. Jie užuodžia / Pinigai nekvepia/

[Guoda Steponavičienė. Pinigai nekvepia. Jie užuodžia, <http://www.lrinka.lt>, 2003, lapkr. 25.]

Kartais į straipsnio (interviu) pavadinimą iškeliami kalbinamo žmogaus pasakyta paremija – ji tampa ir pokalbio temos, ir to asmens reprezentante:

Aušra Simoniukštytė: *Ar geras romas yra miręs romas?*

[kont.: Romai yra rasiškai atpažįstama grupė. Tereikia jai priskirti tam tikras išgalvotas savybes, pavadinti jas „igimtomis“, ir tuomet bus pateisintas bet koks elgesys su romais, netgi, pavyzdžiui, nacių vykdytas romų etnocidas, <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/>, 2010, vas. 23.]

Julius Sabatauskas: *Kas dirba, tas klysta, kas daug dirba – daug klysta, kas nedirba, tas neklysta, o kas neklysta – tą paaukština*

[kont.: Miestuose norinčių dirbti antstoliais dar atsiranda, tačiau kaimiškose vietovėse konkursai vyksta sunkiai. O juk atleido daugiausiai rajonų antstolius, kai kurios savivaldybės liko visai be šių pareigūnų. Tokios priemonės yra drastiškos ir vargiai pateisnamos. Po kelių mėnesių reikėtų Teisingumo ministerijos paklausti, ar jau dirba nauji antstoliai ir ką apie tai mano visuomenė. Yra toks posakis: kas dirba, tas klysta, kas daug dirba, daug klysta, kas nedirba, tas neklysta, o kas neklysta – tą paaukština..., Infolex.lt. Teisės portalas, <http://www.infolex.lt>, 2007, lapkr. 15.]

Antraštės tikslas – patraukti dėmesį ir suintriguoti skaitytoją. Paremijos tekstas pasitelkiamas kaip „kažkas visuotinai pažįstama“. Be to, paremija savo meniniu vaizdu ir formos ypatybėmis daug patrauklesnė už paprastą sakinį.

Kartais paremija pasirenkama įžangine fraze ir nuo jos plėtojama straipsnio idėja:

Net ir mažas akmenėlis didelį vežimą išverčia

[kont.: ...išverčia. Taip ir lėtinis prostatitas – maža liga, ne mirtina, tačiau galinti sukelti rūpesčių net ir labai dideliems vyrams, www.delfi.lt/news, 2009, geg. 23.]

Net ir mažas akmenėlis didelį vežimą išverčia

[kont.: Liaudies patarlė byloja, kad net ir <...> išverčia. Tuo įsitikino daugiafunkcio Guggenheimo-Ermitažo meno centro projekto Vilniuje planuotojai, kai tarsi perkūnas iš giedro dangaus paaiškėjo tyčia ar netyčia pamiršta aplinkybė, „Statyba ir architektūra“, <http://www.sa.lt>, 2010, rugs. 13.]

Pagal rūbus sutinka, pagal protą palydi

[kont.: ...palydi. Į šį posakį spjovė kai kurie pasaulio krepšinio čempionate Turkijoje dalyvaujančių rinktinių treneriai. Prie komandų vairo stovintys vyrai turėtų kelti pagarbą ne tik žaidėjams, bet ir krepšinio aistruoliams. Tačiau kai kurių rinktinių vairininkai savo apranga kelia tik šypsni; pa.: įžanginė frazė. Kandaus tono straipsnelis iliustruojamas nuotraukomis su netinkamai apsirengusiais treneriais, LRt priedas „Gyvenimo būdas“, 2010, rugs. 11, p. 3.]

Nėra namų be dūmų

[kont.: ...dūmų. Vieni, ant artimiausio žmogaus išlieję pykčio laviną ar savyje užgniauzę nuoskaudas, trenkia durimis ar išeina. Kiti išmoksta sunkumus įveikti drauge; pa.: anketos „Ar tvirta jūsų santuoka“ pirmasis sakiny, LRt priedas „Gyvenimo būdas“, 2010, rugs. 11, p. 21.]

Galimas kelių paremijų derinimas viena paremija paneigiant kitą – atkreiptinas dėmesys, kad įprastinei, tradicinei vartosenai tai nėra būdinga:

Dovanotam arkliui į dantis nežiūrima, sako liaudies išmintis, bet, kai kartais visgi išdrįsti pažvelgti į juos, supranti, jog *nemokamas sūris būna tik pelėkautuose*

[kont.: ...pelėkautuose. Bet ir tai už du butelius alaus arba į snukį... Ką tu čia nusišneki, klausiate? Aiškinu... (apie lietuvišką *Woodstock 2005*), <http://www.ferrum.lt/f/rep/112>, 2005, rugpj. 16.]

Straipsnio pabaigoje pavartota paremija paprastai reiškiamas apibendrinimas, išvada. Iš estiškų laikraščių paremijas rinkęs Risto Järvas pastebėjo, kad geriausiai prisimenama pasakojimo pradžia ir pabaiga – psichologų tai vadinama pradiniu efektu ir baigmės efektu. Pasak jo, tai, kad paremija vartojama teksto pradžioje ar pabaigoje, rodo autoriaus norą (gal net nesąmoningą), kad jį išsimintų. Įvadinė paremija „parodo bendrą pasakojimo toną arba užbaigia [jį] išpūdinga finaline gaida“ (Järv 1999: 93–94). Paremijos atsiradimą verbalinio teksto pradžioje, atrodo, derėtų laikyti šiuolaikinės vartosenos bruožu, nes tradicinei vartosenai kur kas būdingiau pasitelkti paremiją kaip išvadą, apibendrinimą ar argumentą dialogo pabaigoje. R. Järvo manymu, tokia vartoseną yra „santykinai „nefolklorinė“, nes paremijos pavartojimas šiuo atveju yra ne spontaniška reakcija į situaciją, o apgalvotas veiksmas, nulemtas utilitarinio publicistikos pobūdžio“ (ten pat: 94). Antra vertus, paremija teksto pradžioje yra reakcija į tam tikrą situaciją (taip vartojami kai kurie tradiciniai priežodžiai, situaciniai pasakymai), kurių autorius nori adresatui (skaitytojui) pristatyti, tiesiog skaitytojas apie ją iš anksto nežino.

Pačiuose publicistiniuose tekstuose gausu tradicinių paremių perdirbinių. Perfrazuotas posakis – puikus būdas atkreipti dėmesį į politikos bei ekonomikos aktualijas, skaudžias visuomenės problemas. Kai publicistiniame tekste pavartojama ne tradicinė paremija, o jos perdirbinys, susiaurėja galimų asociacijų laukas, nes perdirbinio tekste paprastai būna koks nors tema, problemą, situaciją sufleurojantis žodis:

Dievas davė dantis, duos ir kompensaciją /Dievas davė dantis, Dievas duos ir duonos/
[Apie nukentėjusius nuo sausros, LRT laida žemdirbiams, 2006, rugpj. 18.]

Genys yra margas, o literatūrinis gyvenimas dar margesnis /Genys margas, o žmogaus gyvenimas dar margesnis/

[kont.: Virginijaus Gasiliūno tinklaraštis (<http://virginijusg.blogspot.com>) taip pat teikia skaitymo malonumą – to mažojo, miniatiūrinio skaitymo, ir kartu parodo, kad įvairios kultūros bei literatūros istorijos detalės, paralelių ir kuriozų „rastinukai“, sakytum,

marginaliniai dalykai, gali būti savaip itin įdomūs ir skverbtis į patarlę: genys..., Laimantas Jonušys. 2009–2010: nuo žodžio estetikos iki „Antikristo“, ŠA, 2010, saus. 15, nr. 972.]

Atleisk kunigą nuo mokesčio, tai jis ir ant altoriaus biznį varys /Įleisk kiaulę į bažnyčią, užlips ir ant altoriaus/

[TV3, „Savaitės panorama“, 2006, vas. 5.]

Kam klius, kam neklius, o Specialiųjų tyrimų tarnybos (STT) direktoriui V. Junokui – visuo-

met /Kam klius, kam neklius, o tam striukiui beuodegiui – tikrai klius/

[Straipsnis „Šiltas ruduo su žaibais ir nuodais“, LRt, 2003, rugs. 22.]

Nors tyrinėtojų pastebėta, kad *d i d a k t i n ė* paremiųjų funkcija darosi ne tokia svarbi, vis dėlto ji nenunykusi, ir netgi antiparemiškos, ypač atspindinčios socialines realijas, gali tapti jei ne didaktiniais, tai bent moralizuojančiais teiginiais (Mieder 1999: 3). Primygtinis perspėjimas kartais yra gana ryškus, sustiprintas ironijos, satyros, kaip antai šiuose tradiciniuose posakiuose:

Su kuo sutapsi, toks ir pats tapsi. Kokie tavo draugai, toks ir tu. Prisioirei košės – išsrėbk. Kaip pasiklosi, taip išmiegosi

[kont.: Ar jums šitos lietuviškos patarlės nieko nesako? Naivu būtų manyti, kad R. Pakšas, sėsdamas prie stalo su J. Borisovu aptarti rinkimų kampanijos finansavimo, nesuvokė, jog pažadų savo rėmėjui teks laikytis ir, jei nesilaikys, jis bus šantažuojamas, <http://www.lrytas.lt>, 2003, lapkr. 7.]

Nespjauk į šulinį, nes teks iš jo gerti

[kont.: „Nespjauk į šulinį, nes teks iš jo gerti“ – tai pasakytina apie mus visus, dažniau linkusius Lietuvoje pastebėti bei viešumon iškelti tai, kas bloga, nepastebint to, kas gera, <http://kauno.diena.lt>, 2003, gruodž. 27.]

Ką pasėsi, tą ir pjausi

[kont.: Dar sakoma: „Ką pasėsi, tą ir pjausi“. Šie žodžiai bylotų apie kiekvieno piliečio moralinę atsakomybę šioje Prezidentūros pjūtyje. Nes, vienaip ar kitaip, visi – savo pykčiu, tingėjimu, kerštingumu, abejingumu – prisidėjome prie tokios Lietuvos, kokią turime, <http://kauno.diena.lt>, 2003, gruodž. 27.]

Kur du pešasi, trečias laimi

[kont.: Liaudies išmintis galėtų mums pateikti daug atsakymų į įvairius šiandien mums rūpimus klausimus. Tarkim, yra tokia patarlė „Kur du pešasi, trečias laimi“. Įdomu, kas laimi,

kai pešasi Prezidentas Rolandas Paksas su Seimu? Turbūt nedaug atsirastų manančiųjų, kad laimi Lietuva. Gana drąsiai būtų galima teigti, kad tas laimintysis trečias yra nelietuviškos kilmės. Gal rusiškos, gal dar kokios, <http://kauno.diena.lt>, 2003, gruodž. 27.]

PAREMIJOS POLITINĖJE RETORIKOJE

Politikai savo kalbose paremijas vartoja dėl kelių priežasčių. Visų pirma jomis siekiama patraukti dėmesį. Per vaizdingą posakį atsimenama tai, kas buvo kalbėta, o drauge įsimenamas ir pats kalbėtojas (Järv 1999: 77–79). Politikai išnaudoja bendrąsias žanrines paremių funkcijas – tradicijos saugojimo ir priklausymo bendruomenei. Politiko kalboje paremija atsiduria viešojo kalbėjimo lygmenyje ir tikslingai įtraukta į viešąjį tekstą perima jo funkcijas. Jas lemia ir politiko kalbos tikslas: tarkim, rinkiminių kalbų itin ryški apeliatyvinė funkcija, o įvairių švenčių proga sakomomis kalbomis neretai norima įtikti klausytojui, stengiamasi, kad klausyti būtų smagu. Buitinio, bulvarinio lygio politikų kalbose, interviu paremijomis neretai demonstruojamas šmaikštumas, išsisukama nuo nepatogių atsakymų. Paremijas, kaip paveikią retorikos priemonę, savo kalbose bei raštuose vartojo ir vartoja politikai visame pasaulyje⁵.

Aukščiausio lygio lietuvių politinėje retorikoje paremijos itin retos. Antai lietuvių prezidentų inauguracinėse kalbose nebuvo pavartota nė vienos paremijos, daugelio politikų oficialioji politinė retorika taip pat itin dalykiška. Paremijomis, jų perifrāzėmis bei kitokiais vaizdingais posakiais savo kalbas dažniau pajūvairina kontroversišškai vertinami politikai:

Balana duonos neatrėksi, o vienu, taip sakyt, vyrišku instrumentu Mėnulio nepasieksi

[kont.: Socialdemokratas Vytenis Andriukaitis ėmė svarstyti, kad dabartinių valdančiųjų bandymai įveikti krizę panašūs į siekį vyrišku instrumentu pasiekti Mėnulį. „Žinote, Vincas Krėvė–Mickevičius rinkdavo aforizmus tautoje ir ten buvo labai gražus aforizmas, jo labai paskleistas Lietuvai. Kad balana duonos neatrėksi, o vienu, taip sakyt, vyrišku instrumentu Mėnulio nepasieksi“; – teigė politikas [V. Andriukaitis], <http://www.delfi.lt/news>, 2010, geg. 13.]

Vaizdelis išlenda visai nekoks

[kont.: ...vaizdelis iš po to sniego ir iš po to pavadinimo išlenda visai nekoks, <http://www.uspaskich.eu/v-uspaskich/naujienos>, 2009, geg. 6.]

.....

5 Minėtini Wolfgango Miederio politinės retorikos tyrimai. Profesorius aprašė paremių taikymą daugelio Amerikos prezidentų kalbose (taip pat ir Baracko Obamos), nagrinėjo paremių vartojimo tikslus ir funkcijas politikų kalbose, atkreipė dėmesį į naujai išnaudotą paremijos įtaigos galią (Mieder 2005, 2009b).

Daryk su jais ką nori – negenda, siūlyk ką nori – neima

[kont.: Žinoma, yra tam tikra dalis politikų, kurie nei Seime ar ministerijose, nei savivaldybėse nesugebėjo sugesti. Arba jeigu ir sugebėjo, tai vos vos. Būna gi ir tokia „keista“ žmonių kategorija. Daryk su jais ką nori – negenda, siūlyk ką nori – neima, <http://www.uspaskich.eu/v-uspaskich/naujienos>, 2009, geg. 6.]

Laura Butkutė yra rinkusi ir aprašiusi frazeologinių junginių vartoseną Seimo posėdžiuose. Drauge su frazeologiniais junginiais ji užfiksavo šias Seimo narių pavartotas paremijas (Butkutė 2009):

Kur šuo pakastas

[kon.: Ir todėl litas, nes labai protinga miško politika buvo, ketvirtadaliu padengtas aukšu. Šitą mes visi labai gerai žinom. Bet vis dėlto, kur šuo pakastas ir kodėl dzūkai šiandien yra savotiškai teisūs? Jie yra teisūs štai kur.]

Kaip pilypai iš kanapių išlenda

[kont.: Dabar kaip <...> ir pradeda aiškinti nebūtus dalykus. Atrodo, kad jie neįsigilinę, kas Seime priimama, kokiais klausimais...]

Kaišiodami į ratus pagalius

[kont.: ...pagalius toli nenuvažiuosim, ypač kai ratuose pagalių vis daugėja, o vežimą tempti beveik nebėra kam.]

Sviestu košės nepagadinsi

[kont.: PIRMININKAS. Čia, gerbiamieji kolegos, aš tik metaforiškai pasakysiu: vėl yra „sviestu košės nepagadinsi“. Košė ir be sviesto kartais gera, bet su sviestu geresnė. Mieli kolegos, pranešėjas išdėstė savo poziciją <...>.]

Sviestu košės būtume nepagadinę

[kont.: J. LISTAVIČIUS. Aš jau beveik pakartosiu tai, ką ir Pirmininkas sakė, kad sviestu košės būtume nepagadinę. Dabar, matyt, ta košė kai kur bus ne visai skani. Todėl aš susilaikysiu dėl tokio įstatymo.]

Gal sviestu košės nepagadinsim?

[kont.: Jeigu jų nereikėtų laikytis. PIRMININKAS. Bet gal sviestu košės nepagadinsim? E. JARAŠIŪNAS. Kad labai dažnai mes... Išeina, kad ne košė svieste, bet sviestas košėje. PIRMININKAS. Vadinasi, turime pakankamai sviesto.]

Karavanas eina, šunys loja

[kont.: Ruošiasi kolegė E. Kunevičienė. K. ANTANAVIČIUS. Ponai Seimo nariai! Vėl lapkritis ir vėl, galima sakyti, eilinis karavanas eina, šunys loja. Na, dar truputį pabūsiu šuneliu. Ką darysi, pakliuom į tokią būdą, deja, tas karavanas griūva. Kad negriūtų karavanas, tai tegul pasikaria, tie šunys dar palos.]

Geriau žvirblis rankoje, negu karvelis ant stogo

[kont.: Jie svarstymo eigoje buvo sumenkinti. Tačiau aš vis tiek balsavau už juos, kadangi geriau žvirblis rankoje, negu karvelis ant stogo. Bet atėjo laikas, keičiasi mūsų Lietuvos situacija, keičiasi vaizdas ir pasaulyje <...>.]

Pareiškimas ne žvirblis, jis jau išskrido ir čia jau negrįš

[kont.: R. RUDZYS. Mano balsas irgi neįskaitytas, tačiau gerbiamojo J. Tumelio pareiškimas ne žvirblis, jis jau išskrido ir čia jau negrįš. Ar verta gaišti laiką dėl visų šitų aiškinimųsi, kaip aš balsavau ir kaip jūs.]

Visi pateiktieji pavyzdžiai yra buitinio šnekėjimo lygmens ir kai kuriais atvejais paremijos pavartojimas interpretuotinas tiesiog kaip politiko noras „pasirodyti“. Akivaizdu, kad lietuvių paremijos nelaikomos itin įtaigiomis, jos neturi tos retorinės galios, kurią akcentuoja užsienio paremiologai, tiriantys paremių vartoseną politinėje retorikoje. Paremijos vis labiau tampa kalbos puošmena, t. y. jos vis dažniau pasitelkiamos stilistiniais sumetimais. Tai, kad paremių nevartoja aukščiausieji valstybės politikai, galbūt sietina ir su jų kilme, išsilavinimu, taip pat asmeninėmis ypatybėmis. Be to, tikėtina, kad vartotojo sąmonėje išlikusi nuostata, jog paremijos – buitinio stiliaus elementai.

PAREMIJOS REKLAMOJE

Pasak W. Miederio, paremijos ir apskritai folkloras reklamoje – puikus tradicinių dalykų ir inovacijos dermės pavyzdys. Reklamai aktualu paveikti kuo daugiau įvairių socialinių grupių žmonių, ir tai neretai daroma pasitelkiant įvairius tautosakos elementus. Reklama, kurioje yra folklorinių motyvų, atrodo pažįstama, ji vilioja vartotoją reklamuojamą dalyką priimti kaip patikrintą laiką (Mieder B., Mieder W. 1994: 310). Pasak Maxo Lüthi, „vaizdingu posakiu tikima labiau negu tiesioginiu teiginiu, liaudies išmintimi labiau negu individualiais žodžiais“ (*pagal* Röhrich 1994: 40). Paremija atitinka reklamai keliamą reikalavimą kalbėti paprastai ir efektyviai, t. y. savo forma dažniausiai ji esti trumpa ir neįmantri, o drauge vartotojui įkvepia pasitikėjimo, nes pažadina teigiamą „tradicijos“ jausmą (ten pat). Paremijomis kalba daugelio autoritetas, ir tuo sumaniai naudojasi reklamų kūrėjai. Tyrinėtojų nuomone, pasitelkdami paremijas, reklamos kūrėjai kuria

intymumo pojūtį, tarsi priartėja prie adresato. Kuriama iliuzija, kad adresantas (reklama, reklamos kūrėjas) yra vienas iš mūsų. Per artumo pojūtį siekiama įgyti vartotojo pasitikėjimą (Tatira 2001: 231; Järv 1999: 79). Paremijomis teigiant patikimumo ir visuotinumą jausmą, išnaudojama svarbiausia folklorinė paremijų funkcija. Folklorinė funkcija ypač ryški, kai reklamai kurti pasitelkiamos tradicinės paremijos.

Lietuvių reklamos kūrėjai, regis, paremijų neišnaudoja taip aktyviai, kaip, tarkim, amerikiečiai ar vokiečiai. Vis dėlto tokių pavyzdžių esama. Paremijos pavartojimo intencija priklauso nuo reklamos paskirties: reklamos tekstas gali būti informacinio, įtikinamojo, skatinamojo pobūdžio, bet apskritai visa reklama siekia įtikinti ir paveikti adresatą. Tikslinga atskirai aptarti paremijų taikymą socialinėje ir komercinėje reklamoje. Socialinės reklamos tikslai – auklėjamieji, šviečiamieji, komercinės – grynai utilitariniai.

Socialinėje reklamoje gali būti maksimaliai išnaudota paremijos didaktinė galia. Paremija pavartojama didaktine intencija, ir tam tikslui pasitelkiama nebūtinai savo turiniu didaktiška. Akcijos „Augink atsakingai“ reklaminiame plakate (1 pav.) santūraus išradingo vaizdo ir savo forma pažįstamo posakio *Diržu proto neįkrėsi* (1 pav.) santūraus išradingo vaizdo ir savo forma pažįstamo posakio *Diržu proto neįkrėsi* derinimu išreiškiamas šiuolaikinės visuomenės pažiūra. Forma į reklamos posakį panašiausia tradicinė paremija *Šaukštu proto neįkrėsi*, reiškianti, kad jei proto nėra, tai nieko ir nepadarysi. Tradicinė pedagogika reiškiamas posakiais *Rykštelė protą į galvą suvaro;*

Rykšte vaiko kapuos nenuvarysi, tik pyktį išimsi; Rykštė vaiko nugaros nelaužo, tik ištaiso; Mažą vaiką sudrausk rykšte, seną – geru žodžiu. Naujasis ir išoriškai, ir semantiškai transformuotas posakis yra didaktinio pobūdžio, tik didaktika yra „šiuolaikiška“:

Akcijos „Netoleruok nesąžiningų studijų“ plakate (2 pav.) tradicinės paremijos struktūros posakiu perteikiamas norimas turinys: *Špargalkė – ne drabužis, tuščios galvos nepridengsi* (plg. *Mergytė – ne karvytė: šienų nepašersi; Širdelė – ne avelė, šieno nepaduosi; Barzda durnystės nepridengsi*).

Vienas iš socialinės reklamos būdų pasiekti norimą tikslą – šokiruoti. Tai realizuota Lietuvos medicinos studentų



1 pav.



2 pav.



3 pav.



4 pav.

asociacijos projekte prieš rūkymą sukurtame plakate *Tas pats š..., tik kitoj rankoj* (3 pav.).

Komercinėje reklamoje svarbiausia atkreipti vartotojo dėmesį, įtikinti jį daikto, paslaugos kokybe, išskirtinumu ir reikalingumu. Premijos, tradicinės ir jų perdirbiniai, pasitelkiamos reklamuoti konkreitiems objektams, paslaugoms, įmonėms. Tinklapyje *iknyga.lt* tradicinė premija pasirinkta logotipu (4 pav.), taigi atlieka ir nominatyvinę-reprezentacinę, prekės ženklo funkciją. Tradicinė premija išlaikiusi savo semantines funkcijas: apibendrinimu teigiama pagarba rašytiniam žodžiui, o drauge pabrėžiama pragmatinė mintis, kad mokėdamas skaityti ir rašyti gyvenime neprapulsi. Apibendrinamoji funkcija dera su didaktine, o pavartojimo intencija – apeliatyvinė: norima paveikti vartotoją, tiesa, ne tiesmukai ir primygtinai, bet primenant akivaizdžią reklamuojamo objekto naudą.

Tradicinės vertybės primenamos bankų reklamose; antai „Snoras“ kaupiamuosius indėlius su geromis palūkanomis per radiją ir televiziją reklamuoja premija *Taupumas žmogų puošia*, reklaminiuose stenduose – perfrazuotu René Descartes'o posakiu *Taupau, vadinas, mąstau*, „Credit24“ žaismingai siūlo: *Visų pinigų neuždirbsi. Dalį gali pasiskolinti!*

Kartais reklama grindžiama netikėtumo įspūdžiu. Antai pažįstamu posakiu pareiškiamas visuotinai žinomas neginčytinas dalykas, o paskui paneigiamas akcentuojant reklamuojamą objektą. Pavyzdžiui, viešbutis reklamuojamas taip: *Nemokamai tik sūris spąstuose. Arba kambarys „Uniquestay“ viešbutyje* (delfi.lt, 2006, spal. 19). Kartais reklaminė frazė teikiama kaip antitezė įprastiniam posakiui: *Ten gera, kur esame mes!* („Samsung“ buitinės technikos radijo reklama, 2002).

Konkreiems objektams reklamuoti tradicinė paremija perdirbama taip, kad iš jos būtų aišku, kas yra siūloma (pvz., *Žmoną rinkis pagal gražumą, o batus – pagal patogumą*, TV, „Žygio batų“ reklama, 2002, kovas), tradiciniais ar į tradicinius panašiais tekstais nusakomi produkto privalumai (*Sandarūs langai – jaukūs namai*, UAB „Saditos“ reklama).

Nors reklamai paremijos parankios kaip tik dėl savo trumpumo, vis dėlto kartais jos išplėtojamoms. Akių ligų gydymo centras „Senoji pelėda“ internete pristato šitaip: „Liaudies patarlė sako: *geriau vieną kartą pamatyti, negu dešimt kartų išgirsti*. Tad saugokite akis, kad jos suteiktų reikiamą informaciją kokybiškam gyvenimui“ (<http://www.senojipeleda.lt/>).

Reklamai čia pavartojamas ne paremijos pranešimas, o meninį vaizdą formuojanti matymo sąvoka – iš jos toliau konstruojamas reklaminius tekstas. Tai įžanginė teksto frazė. Ta pati paremija įkomponuota į „Elfų teatro“ spektaklio anotaciją ir šiuo atveju jos pritaikymas atitinka tradicinę posakio vartoseną: juo kviečiama ne skaityti (klausti) apie ką pasakoja spektaklis, o ateiti pačiam ir pasižiūrėti. Posakiui čia atitenka baigiamosios, apibendrinamosios frazės vaidmuo:

Kaip sako senoji ančių patarlė: *Geriau vieną kartą pamatyti, negu nepamatyti* [„Elfų teatro“ spektaklio „Kelonė į Afriką arba dar kur nors“ anotacija. Antis – viena iš veikėjų, <http://www.elfuteatras.lt>, 2010, saus. 14.]

Štai dar vienas paremiško skelbimo pavyzdys, kuriame paremija veikia kaip argumentas – ja pagrindžiamas ankstyvas rengimasis šventei:

Kalėdų šventė Liuksemburge, arba ruošk roges vasarą (rudeni):
[kont.: Sveiki, skubame pranešti, kad jau yra žinoma, kad kalėdinė lietuvių šventė Liuksemburge vyks gruodžio 6 d. (laikas ankstyvas, idant visi Kalėdų atostogų metu išvykstantys galėtų sudalyvauti) MARX bare. <...> Liuksemburgo lietuvių bendruomenės valdyba, <http://www.lietuva.lu/drp/>, 2008.]

PAREMIJOS PRAMOGAI

Nors į pramogos sferą kur kas akivaizdžiau pasislinkusios antiparemijos, netikėto šmaikštumo pasiekiami ir išmaniai pritaikius tradicinį tekstą, pavyzdžiui, ant puodelio su vilko paveikslėliu užrašius *Darbas – ne vilkas* arba suderinus tekstą ir vaizdą (5 pav.).

Aiškliai pramoginiiais tikslais vartojama diduma antiparemijų (Жигарина 2006). Žanro „rimtumo“ susilpnėjimas – vienas ryškiausių pokyčių, kai kalbama apie paremių perdirbinius. Sąmojo efektas pasiekiamas, kai suvokiama

antipatarlės ir tradicinės patarlės priešprieša, jų neatitikimas. Taigi perdirbinių pramoginė funkcija neretai nusveria kitas, o didaktinė bei normatyvinė funkcija akivaizdžiai silpnėja (Grzybek 1994: 236 pagal Mieder 2009a: 243). Kad paremijos slenkasi į pokštų, juokavimų sritį, liudija internete skelbiami ir elektroniniu paštu platinami ištisi perdirbinių sąrašai. Tai savotiškas intelektualinis žaidimas, kai reikia ir išmanyti tradiciją, ir turėti kalbos pojūtį bei humoro jausmą. Tokie posakiai taip pat kartais turi



5 pav. http://www.cha.lt/2006/10/17/darbas_ne_vilkas.html

svarų semantinį turinį ir jais reiškiamos aliuzijos į svarbias gyvenimo aktualijas (*Godus moka du kartus. Bukas moka tris kartus. Mokesčių mokėtojas moka visada*, <http://www.cha.lt>, 2007). Akivaizdus jų ironizavimo aspektas (*Gimęs statyti – negerti negali*, <http://www.balsas.lt>, 2004, kovo 3), kuris ypač sustiprėja, kai naujasis posakio turinys neatitinka pamatinės paremijos turinio: pamokamos, netgi didaktinės intonacijos teiginiu *Nieko neatidėliok rytdienai. Geriau atidėk porytdienai ir turėk dvi laisvas dienas!* (<http://www.cha.lt/>, 2007) teikiama „lengvo“ gyvenimo nuostata, priešinga tradicinio posakio *Neatidėk rytdienai to, ką gali padaryti šiandien* darbštumo imperatyvui. Didaktinė funkcija anuluojama per ironiją ir kritišką požiūrį į tradicines vertybes. Iš daugybės analogiškų pavyzdžių matyti, kad tai labai ryški (gal net pagrindinė) paremiųjų perdirbinių funkcinė ypatybė:

Nekask kitam duobės, nes teks pačiam užkasti

[šnek., Vilnius, 2002.]

Anksti kėlės, ilgai netempsi

[„Senų patarlių šiuolaikinės versijos“; gauta el. paštu, 2009.]

Darbas žmogų puošia. Bet aš visai nenoriu būt gražus!

[<http://www.cha.lt>, 2007, geg. 29.]

Kol septynis kartus pamatuosi – kiti jau nupjaus

[<http://cl1.balsas.lt>, 2004.]

Grynojo kūrybinio žaidimo pavyzdžiai – žinomų lietuvių autorių perkurtos paremijos: „Šiaurės Atėnuose“ skelbtos Andriaus Šiušos „Sizigijos“, Kosto Ostrausko „Patarlės ir priežodžiai“, Vytauto V. Landsbergio „Rudnosiuko liaudies patarlės“:

„Patarlėse ir priežodžiuose“ (K. Ostrauskas. *Spec(tac)ulum mundi*, Čikaga, 2003) tradiciniai posakiai nėra iškraipomi, tik su jais mezgamas savotiškas dialogas, kuriame vienaip ar kitaip ginčijama, ironizuojama tradicinio posakio „tiesa“:

Gera pradžia – pusė darbo

- Negirk pradžios, girk pabaigą.
- Nesidžiauk darbo nepabaigęs.
- Taigi, neperšokęs nesakyk „op!“
- Tai ką sakyti? (p. 11).

Nepametęs neieškok

- Gal rasiu, ką kitas pametė? (p. 13).

Ant arklio joja – arklio ieško

- Betgi aš joju kito arklio ieškoti (p. 13).

Koks paukštis, tokia ir giesmė

LAKŠTINGALA. Ypač varnos (p. 19).

Savo parapijoj pranašu nebūsi

- Nereikia jo ir kitoj – užtenka poetų (p. 39).

Labai populiarai paremių perdirbinių taikymo sritis – humoristinės, satyrinės televizijos laidos („Dviračio šou“, „Dviračio žinios“ ir pan.). Čia dažniausiai sąmojis dera su informacijos pateikimu, nes paremija pasitelkiama to meto aktualijai iliustruoti:

Neik su Viljamsu obuoliauti

Ir vėl Adamkaus obuolys netoli nuo Viljamso riedės

Viljamsas nuo Adamkaus netoli rieda

[L NK, „Dviračio žinios“, 2004.]

Visiškos pramogos sferoje atsiduria į „linksmuosius“ konkursus įtrauktos antiparemijos:

Kasdamas kitam duobę:

1) *kastuovą pasikeisk į ekskavatorių, nes jis gali ir išlipti;*

2) *žiūrėk, nenukirsk aukštos įtampos kabelio*

[pa.: užduotis pabaigti posakį „Kasdamas kitam...“; LTV, „Humoro vakarienė“; 2006.]

Kada paremija perdirbama žaidimo dėlei, perdirbinys gali išlikti tariamai didaktinio pobūdžio, tačiau moralizavimas, pamokymas virsta grasinimu; vulgaria leksika išreiškiamas ironiškas santykis su tradicija:

Kas nedirba, mielas vaike, tam į snukį duoti reikia

[pa.: forumas „Neprotingos mintys“, <http://www.hipiai.lt>, 2008.]

BAIGIAMOSIOS PASTABOS

Nėra galimybių kiekybiškai palyginti, kada lietuvių paremių vartoseną buvo aktyvesnė – dabar ar, tarkim, prieš šimtmetį. Aišku viena: paremių žanras nenunyko ir, regis, nėra nykstantis. Turimi tradicinės ir šiuolaikinės vartosenos pavyzdžiai rodo, kad paremijas „tebemoka“ vartoti visų kartų lietuviai. Suprantama, paremių fondas kinta – viena vertus, šiuolaikinis žmogus neverta nebeaktualių, jam nesuprantamų posakių, antra vertus, nuolatos randasi naujų, šiuolaikiškų paremių. Taip pat pastebėta, kad posakių vaizdingumas skursta, jomis reiškiamos idėjos „žemėja“ (pvz., kai kurioms interneto erdvėje gyvuojančioms antiparemioms būdingas itin ciniškos pasaulėžiūros deklarasavimas). Antra vertus, iš to, kaip mūsų laikais vartojamos paremijos, kaip jos pritaikomos konkrečiai situacijai, matyti žanro lankstumas, gebėjimas prisitaikyti prie bet kokių sąlygų ir drauge atsiskleidžia tautos kūrybinių galių ištekliai.

Kalbant apie paremių funkcionavimą šiuolaikinėje visuomenėje, akivaizdu, kad paremių funkcijas dažniausiai lemia vartojimo sritis. Tiek tradicinės paremijos, tiek antiparemijos labai parankios publicistams, žurnalistams, reklamos kūrėjams, kartais net ir politikams. Atkreiptinas dėmesys į dėl išsiplėtusios vartojimo sferos atsiradusią naują nominatyvinę paremių funkciją, sustiprėjusią iliustratyvinę funkciją, kuri itin būdinga antiparemioms su tam tikras aktualijas atspindinčia leksika, taip pat tradicinei paremių vartosenai nebūdingą posakio atsiradimą verbalinio teksto pradžioje. Lietuviškus duomenis lyginant su paskelbtais kitų tautų tyrimais matyti, kad nors lietuviai ir vartoja paremijas reklamai, politinei retorikai, bet kol kas tai nėra taip populiaru, kaip kituose kraštuose.

Akivaizdu, kad ir nūdienos visuomenėje dažnu atveju yra išnaudojamos bendrosios žanrinės (tradicijos saugojimo, priklausymo bendruomeni, edukacinė, psichologinio komforto teigimo) bei būdingosios paremijos semantikos

nulemtos funkcijos, vis dėlto peršasi išvada, kad svarbiausias paremijos vaidmuo šiuolaikinėje komunikacijoje – atkreipti adresato dėmesį į aptariamąjį objektą arba ir į patį adresantą, jį sudominti, taip pat papuošti, paįvairinti komunikacijos aktą ir suteikti jam šmaikštumo bei žaismės. Išskirtinai didaktiniais bei auklėjamaisiais tikslais paremijos vartojamos tik tam tikrose srityse.

LITERATŪRA

- Butkutė Laura 2009. Frazeologinių junginių stilistinė raiška Seimo stenogramose, *Parlamento studijos*, prieiga per internetą: <http://www.parlamentostudijos.lt/Nr8/8_kalba_1.htm>.
- Dégh Linda 1994. *American Folklore and the Mass Media*, Bloomington.
- Grzybek Peter 1994. Proverb, in: *Simple Forms: An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature*, ed. Walter A. Koch, Bochum, p. 227–241.
- Jārv Risto 1999. “Is Providing Proverbs a Tough Job?”, *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, vol. 10, p. 77–106.
- Konstantinova Anna 2009. Individual Authorial Expressions on the Basis of Traditional Paremias in the Modern Anglo-American press, *Proverbium*, No. 26, p. 171–186.
- Lüthi Max 1970. Das Sprichwort in der Zeitung, in: *Völklied und Hochliteratur*, Bern and Munich, p. 22–25.
- McKenna Kevin J. 1996. Proverbs and Perestroika: an Analysis of Pravda Headlines, 1988–1991, *Proverbium*, No. 13, p. 215–233.
- Mieder Barbara, Mieder Wolfgang 1994. Tradition and Innovation: Proverbs in Advertising, in: *The Wisdom of Many: Essays on the Proverb*, ed. by Wolfgang Mieder and Alan Dundes, Madison, p. 309–322; 1-asis leidimas New York, 1981.
- Mieder Wolfgang 2004. *Proverbs: A Handbook*, Westport, Connecticut–London.
- Mieder Wolfgang 2005. *Proverbs are the Best Policy: Folk Wisdom and American Politics*, Utah.
- Mieder Wolfgang 2009a. “New Proverbs Run Deep”: Prolegomena to a Dictionary of Modern Anglo-American Proverbs, *Proverbium*, No. 26, p. 237–274.
- Mieder Wolfgang 2009b. “Yes We Can”: Barack Obama’s Proverbial Rhetoric, New York.
- Mieder Wolfgang, Litovkina Anna Tóthné 1999. *Twisted Wisdom: Modern Anti-proverbs*, Burlington, Vermont.
- Röhrich Lutz 1994. *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*, Bd. 1, Freiburg–Basel–Wien.
- Tatira Liveson 2001. Proverbs in Zimbabwean Advertisements, *Journal of Folklore Research*, vol. 38, No. 3 (Sep.–Dec.), prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/3814902>>.
- Zaikauskienė Dalia 2010. Lietuvių paremių funkcijos. Teorinės pastabos, *Tautosakos darbai*, [t.] XL, p. 97–107.
- Жигарина Елена Евгеньевна 2006. *Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук*, prieiga per internetą: <<http://www.lib.uaru.net/diss/cont/313419.html>>.

SUTRUMPINIMAI

- kont. – kontekstas
LRt – Lietuvos rytas
LŽ – Lietuvos žinios
pa. – paaiškinimas

ptk. – pateikėjas
 ŠA – *Šiaurės Atėnai*
 šnek. – šnekamoji kalba
 užr. – užrašyta

Functions of Lithuanian Proverbs in Contemporary Contexts

DALIA ZAIKAUSKIENĖ

S u m m a r y

In the modern world, proverbs can be encountered in nearly all the communicative situations, from everyday speech to journalism and political rhetoric to advertisements and letterings on T-shirts or daily commodities. On the one hand, new spheres of use affect the functions of proverbs. Specific functions, not typical to the traditional use, are acquired by both traditional proverbs and, much more frequently, by anti-proverbs. On the other hand, also nowadays proverbs can be used to advise, warn, “predict” or analytically generalize, thus continuing to perform similar functions as those of traditional use, the only difference being frequently humorous way of summarizing the problem or expressing the author’s point of view in contemporary communication.

According to the collected data, it may be concluded that the use of traditional Lithuanian proverbs in contemporary speech and in contexts similar to it has not essentially changed. While the main intention of using anti-proverbs in speech is fun making. Many anti-proverbs typically actualize the situation, thus themselves becoming its illustrations. Adaptations appearing on internet more than other ones tend to express cynical worldview.

Regarding functions of proverbs in journalism, attention should be paid to the position of proverb in the text: i.e. whether it appears in the title, in the beginning, end or in the middle of the article. In periodicals, proverbs are primarily used to capture the reader’s attention. Proverb selected as the title formally performs a nominative function. This proverbial function should be defined as a new feature of contemporary use of proverbs, which is typical not only to journalism: the proverb’s text can be used, for example, to entitle some event or action. Appearing of proverb in the beginning of verbal text should be considered a typical feature of the contemporary use, because traditional mode of use much more naturally employs proverbs as conclusions, summarizations or arguments in the end of the dialog.

Anti-proverbs in journalism most usually aim at actualizing certain ideas, but sometimes can be used to express serious political and social satire.

Proverbs are quite rare birds in the highest level of the Lithuanian political rhetoric. For instance, the inauguration speeches of the Lithuanian presidents did not contain a single proverb, and the official political rhetoric of numerous politicians is also primly businesslike. Proverbs, their paraphrases and other expressive utterances are more likely to be inserted in speeches of various controversial politicians. The accumulated samples mostly belong to the level of everyday speech, and sometimes using of proverbs should be interpreted simply as politician’s attempt at showing-off. The Lithuanian proverbs are clearly not considered as particularly persuasive: they are devoid of such rhetorical power, which is emphasized by foreign paremiologists examining the use of proverbs in the political rhetoric. Proverbs increasingly become regarded as decorations of speech and are employed in stylistic purposes.

The Lithuanian advertisers also do not use proverbs equally actively, as, for instance, Americans or Germans, although such examples exist. The intention of using the proverb depends on the purpose of advertisement: whether it could be considered as information, persuasion or promotion, although generally, the chief objective of all the advertisements

is to persuade and influence its target. It seems sensible to discuss the use of proverbs in social advertising and in commercials separately. The social advertisements tend to maximally exploit the didactic power of proverbs. Even not inherently didactic proverbs may be used in didactic purposes here. Whereas commercials are chiefly concerned with attracting the customer's attention, making him / her interested and subsequently persuaded in the quality, exceptionality and usefulness of the advertised item or service.

The majority of anti-proverbs clearly tend to be used in entertainment purposes. The weakening "seriousness" of this genre is probably the most vivid change in terms of which various remakes of proverbs can be characterized. Entire lists of Lithuanian anti-proverbs, placed on internet or distributed via e-mail also testify to the tendency of proverbs to shift towards jokes and jests.

The analysis of the available data allows concluding that, despite multiple functional levels of proverbs in every individual instance of use, the main role of proverbs in contemporary communication is attracting the addressee's attention to the object in question or to the addresser, making the addressee interested, and also decorating and spicing up the act of communication, endowing it with playfulness and wit. Particularly didactic and educational purposes of using proverbs are limited only to certain definite spheres.

2011-02-04