

REGINA KOŽENIAUSKIENĖ
Vilniaus universitetas

FRAZEOLIGINIS DISKURSAS: MANIPULIACIJOS IR KALBOS ŽAIDIMŲ GALIMYBĖS

Straipsnio tema tarpdalykinė, joje susipina etinės stilistikos [1], retorikos ir iš dalies lingvistinės ekspertologijos sritys, iš kurių pastaroji Lietuvoje dar visai netyrinėta, todėl straipsnis turėtų būti naujas ir aktualus. Nagrinėjami diskursai yra taikomosios kalbotyros tyrimo objektas, apimantis įvairius socialinius veiksmus, visuomenės kultūros, kalbos, stiliaus ir profesinės etikos kodekso normas, jos vertybių sampratą.

Didesnis dėmesys straipsnyje kreipiamas į semantinę frazeologinių posakių struktūrą, į šių posakių modifikacijas, t.y. okazinės frazeologijos vartoseną, taip pat perėjimą iš perkeltinių į tiesiogines reikšmes, iš nelaisvojo žodžių junginio į laisvąjį ir atvirkščiai. Frazeologizmų ir apskritai frazeologijos būtinas požymis visada yra perkeltinė reikšmė, taigi frazeologiniuose pasakymuose nederėtų ieškoti grynosios logikos, kadangi perkeltinės reikšmės pasakymai priklauso paralogikos (t.y. logikos klaidų) sričiai [2].

Į frazeologijos modifikacijas straipsnyje žvelgiama kaip į kalbos žaidimą. Kalbos žaidimą lingvistinės ekspertologijos tyrėjai apibrėžia taip: tai – „nestandartinė, nukrypusi nuo priimtos normos pasakymų vartoseną, kurios tikslas – ne perteikti informaciją, o ap sunkinti supratimą. Kalbos žaidimas koncentruoja bendravimo situacijos dalyvių dėmesį į patį pasakymą, į įdėtas prasmės ribas ir galimybes.“ [3] Kaip kalbos žaidimo pavyzdį galima pateikti „Omnitel“ reklamą [4] *Du šūviai vienu zuikiu*. Frazeologija lyg ir ne nauja, lyg ir girdėta, tačiau iš tiesų modifikuota iš įprasto, plačiai žinomo posakio: *Du zuikiai vienu šūviu*. Ligi šiol nevartota publicistiniame diskurse modifikuota frazeologija patraukia dėmesį, intriguoja, verčia mąstyti, sukti galvą, kas gi tuo pasakymu turėta galvoje. Iš tiesų kalbos žaidimai kartais primena tikrus galvosūkius, arba rebusus, kuriuos sudaro įprastinės frazeologijos modifikavimas. Paprastai tai būna susiję su sąmoningu ar tyčiniu manipuliavimu [5] kalba, kartais – su polisemija, sąmoningai kliudančia suprasti tikrąjį pasakymo prasmę.

Okazionalioji frazeologija kaip retorinė entimema

Frazeologijoje slypi daugybė stiliaus išgalių, jos vidinės ypatybės – semantinis talpumas, emocinis-ekspresinis turtingumas, asociatyvių ryšių įvairovė.

Frazeologijos vartosenos efektas išauga dar labiau, jeigu kalbėtojas sąmojingai „žaidžia“ jos prasminiais komponentais, keičia leksinę sudėtį, įtraukia naujų, neįprastų darinių. Tai vadinamoji okazinė (modifikuota) frazeologija, artima kalambūriui (išvertus iš prancūzų kalbos: žodžių žaismas). „Profesionalūs XX a. propagandos praktikai ir analitikai [...] suprato, kad savo tikslų siekti galima nukreipus visuomenės dėmesį į dalykus, kurie dėl keistumo, absurdiškumo ir/ar netikėto atitikimo tampa diskutuojami ir dėl nesibaigiančių diskusijų pasidaro svarbūs“ (Juodytė 2008, 25). Kalbėtojas žaidžia žodžiais, apmąstęs tolesnį ėjimą, iš tiesų žinodamas pasakymo pasekmes, tarsi šachmatų partijoje: „Kalbos žaidime kiekvienas sakinytis laikomas ėjimu“ (Pavilionis 1995, 18). Tokį „ėjimo“ pavyzdį dabar ir pateiksiu.

Politikas, buvęs socialdemokratas Algirdas Paleckis, tik įkūręs naują partiją „Frontas“ ir televizijos žurnalisto paklaustas (LNK žinios, 2008 05 24), ar jo partija nepopulistinė, atsakė: *Nėra didesnio populisto už premjerą G. Kirkilą. Jis visko prižada, bet nieko netesi. Kaip kalbama, kažkas jam į pypkę vietoj tabako arabų prikemša.*

Regis, pavartotas dar negirdėtas pasakymas *arabų prikemša*. Bet užtat klausytojo mintyse tą pačią akimirką asociatyviai iškyla Lietuvoje plačiai vartojama idioma: *arabų pripūsti* reikšme *apgauti, prifantazuoti*; arba: *pūsti arabą (-us)* reikšme *apgaujinti išgalvojant*; *arabus pūsti* reikšme *mulkinti* (Frazeologijos žodynas 2001, 66).

Taigi pasakymas *kažkas jam į pypkę vietoj tabako arabų prikemša* kreipia klausytojus į žinomą frazeologizmą (tokia stiliaus priemonė artima aliuzijai): *arabus pūsti*. Lengvai ir netgi vienareikšmiškai mintyse restauruojamas ir pratęsiamas pasakymas, iš kurio pagal analogiją išeitų visiškai logiška išvada:

kai į pypkę prikemšama tabako, tada pučiami dūmai,

kai į pypkę vietoj tabako prikemšama arabų, *pučiami arabai*.

Šio komentaro retorinio argumentavimo schema būtų tokia:

Tezė: Nėra didesnio populisto už premjerą G. Kirkilą.

Loginis argumentas: Jis visko prižada, bet nieko netesi.

Vietoj loginį argumentą paremiančių įrodymų to paties argumento retorinis sustiprinimas okazine frazeologija: Kaip kalbama, kažkas jam į pypkę vietoj tabako arabų prikemša.

Išvada (garsiai neištarta, ji klausytojo galvoje): Premjeras vietoj dūmų pučia arabus, t.y. mulkina žmones.

Tai vadinamoji retorinė entimema, sutrauktas silogizmas. „Entimemų kūrimo praktika yra gyvo, realaus mąstymo praktika, tokio mąstymo, kuris gerokai skiriasi nuo „disciplinuoto“ ir sterilaus mąstymo, pateikiamo silogistikos ir apskritai formaliosios logikos“ (Клюев 2001, 88). Entimemai paprastai pakanka vienos prielaidos, kartais vienos prielaidos ir išvados. Gali būti tik išvada. Vieną paskui kitą tarsi mozaiką sudėliojame trūkstantus, bet lengvai numanomus fragmentus, restauruojame ir šifruojame pasakymą. Taigi silogizmo rekonstrukcija iš aptartosios entimemos būtų tokia:

I prielaida: Populistai visko žada, bet nieko netesi, t.y. mulkina žmones.

II prielaida: Premjeras – populistas nr. 1 [6].

Išvada: Premjeras visko prižada, bet nieko netesi, taigi mulkina Lietuvos žmones.

Kalbos žaidimu adresantas kuria rafinuotą psichologinio poveikio strategiją, išvalgiai koordinuoja adresato (šiuo atveju gana didelės auditorijos – LNK žiūrovų, žinių klausytojų) mąstymą ir veiksmus. Jis perteikia itin negatyvią informaciją apie premjerą, bet jeigu reikėtų vertinti, ar tais žodžiais buvo įžeista premjero garbė ir orumas, būtent dėl stilistinio kalbos žaidimo jų autorius išvengtų teismo nagrinėjimo. Kalbėtojas garsiai neištarė žodžių, reiškiančių, kad premjeras yra apgavikas ir mulkintojas. Nors A. Paleckis padarė aliuziją į žinomą idiomą, bet jis neprišė visos atsakomybės už pateiktą informaciją, jo ėjimas toje šachmatų partijoje gana vingrus. A. Paleckis ėmėsi gerai žinomos diplomatinės taktikos ir prisidengė pasakymu *kaip kalbama, kažkas jam į pypkę arabų prikemša*. Įterptinius žodžius *kaip kalbama* reiktų suprasti, kad tai ne paties kalbėtojo mintis, ne jo subjektyvi nuomonė. Be to, *prikimšti* tai nereiškia *prisikimšti*. *Prikimšti* reiškia, kad kažkas iš šalies tai daro, o ne pats pypkės savininkas, ne pats premjeras tuos arabus į pypkę kemša, o *kažkas*, taigi dalis kaltės dėl Lietuvos žmonių mulkinimo perkeliama jo aplinkai, gal patarėjams, gal ministrams, o turbūt labiausiai – visiems, nuo šiol tapusiems A. Paleckio nedraugais socialdemokratams, kuriems vadovauja premjeras.

Alkoholio skatinimas reklamoje ar tik žaidimas okazine frazeologija

Tam tikro gudraus žaidimo okazionalią frazeologija esama ir šiame reklamos diskurse:

Praėjusi ugnį, vandenį, smėlį ir anglis

Lithuanian vodka (Laisvalaikis 2006 11 23–2006 11 30)

Kalbos žaidimas čia paremtas tuo, kad tekstą galima suprasti ir tiesiogine (jeigu turėsime galvoje degtinės gamybos procesą), ir perkeltine reikšmėmis, jeigu į jį žvelgsime kaip į sustabarėjusį pasakymą. Panašiai skambantys frazeologizmai *Į ugnį ir į vandenį eiti (šokti)* reiškia energingai veikti, *per ugnį pereiti sveikam* – nenukentėti bėdoje, *ugnį ir vandenį pereiti* reiškia daug pavojų patirti. Reklamoje šie trys frazeologizmai tarsi sujungti į visumą ir dar okaziškai išplėtoti, prie pastoviųjų žodžių *ugnį, vandenį [pereiti]* pridėta *smėlį ir anglis* praėjusi (taisyklingiau būtų *perėjusi*).

Nors Alkoholio kontrolės įstatymas draudžia bet kokį alkoholio skatinimą reklamoje, itin draudžiami pasakymai apie alkoholio naudą žmogaus sveikatai, jo fizinei, emocinei, psichinei būsenai ir nuotaikai, vis dėlto viliojimo [7], gundymo, slaptos skatinimo intencijos šiame tekste esama. Alkoholio kontrolės įstatymas čia apeitas kalbos žaidimu. Personifikuota okazine frazeologija kuriamas pozityvus *Lithuanian vodka* įvaizdis. Sudaromas įspūdis, kad ši degtinė perėjusi ir pakėlusি laiko išbandymus, patikrinta ir visuotinai pripažinta. Tiesa, jos išskirtinumas, pranašumas akcentuojamas implicitiškai. Degtinės įvaizdis netiesiogiai, maskuotai, perkeliamas ir jos vartotojui, jaučiama prielaida, kad išgėręs tokios degtinės jis taip pat turėtų jaustis vyriškas, stiprus, energingas, sveikas, pereinantis *ugnį, vandenį, smėlį ir anglis*. Žinoma, skaitytojas neris analizuojamame reklamos tekste aiškios rekomendacijos gerti *Lithuanian vodka*, o kalbos žaidimas, kuriuo daroma slapta užuomina, nelaikomas teisiniu pagrindu.

Slapta užuomina (taip pat ne rekomendacija) daroma ir kalbos žaidimu paremtoje *Bravo vodka* reklamoje.

Tau tai pavyko!

Yra akimirku, kuriomis verta dalintis.

BRAVO. Aukščiausios kokybės degtinė. *Bravo vodka* (*Laisvalaikis* 2006 11 23–2006 11 30)

Alkoholio aprašymas kupinas energijos, emocijas, įtaigus, jau superliatyviniu vertinimu (*aukščiausios kokybės degtinė*) teksto kūrėjai išskiria savo reklamuojamą produktą iš kitų, bet dar labiau patraukia vartotoją dvigubu jaustuko BRAVO ir degtinės pavadinimo *Bravo vodka* žaidimu. Tai skamba įtikinamai tarsi girdėtas tostas draugų būryje (tokia aliuzija į tostą atsiranda iš pasakymo *Tau tai pavyko! Yra akimirku, kuriomis verta dalintis*). O juk po pasakyto tosto, pasveikinus artimą draugą (tai rodo įvardis *tau*), kuriam *tai pavyko!*, keliamos taurės. Kuriamas įspūdis, kad šaukiant BRAVO tiesiog neįmanoma gerti kitokios degtinės – tik *Bravo vodka*.

Iš šių reklamų tekstų interpretacijų matyti, kad abi alkoholio reklamos laviruoja ant legalumo ribos tik dėl kalbos žaidimo, tačiau „priviliojimas turi ribas, susijusias su legalumu ir morale. Kitaip bus sukčiavimas arba nusižengimas, už kurį galima patraukti baudžiamojon atsakomybėn.“ [8]

Argumentas *ad hominem* ir kalbos žaidimu pagrįstas bumerangas

Jau kalbėdami apie pasakymą *arabų prikėmša* aptarėme sutraukto silogizmo – entimemos, kaip loginės įrodymų sistemos ir argumentavimo būdo, pavyzdį. Toje modifikuotoje frazeologijoje yra tik prielaida, o kitą praleistą prielaidą ir išvadą galima lengvai numanyti ir atstatyti.

Aptarsime dar vieną argumentavimo būdą – argumentą *ad hominem* („į žmogų“), kai argumentai taikomi ne dalykui, apie kurį kalbama, o oponento kaip žmogaus prigimties trūkumams (arba jo amžiui, tautybei, rasei, lyčiai, religinei priklausomybei, partiškumui, kalbai), žodžiu, kai pereinama į neleistinus asmeniškumus. Oponentas dėl įvairių priežasčių diskredituojamas visomis įmanomomis ir neįmanomomis priemonėmis. Aptarsime atvejus, kai argumentas *ad hominem* „metamas“ oponentui į akis kalbos žaidimu – jau minėta stiliumo priemone kalambūru.

Perskaitykime tekstą:

Svorį sparčiai metantis, bet nemetantis sovietinės prokuratūros įpročių Vilniaus apygardos vyriausiasis prokuroras Ramutis Jancevičius negali pamokymų visoms kitoms institucijoms, ką jos turėtų daryti, kad prokurorams nebūtų darbo. Nemėgsta jie tokio užsiėmimo, o kas svarbiausia – jei dirba, niekaip negali baigti... Negalima tikėtis, kad padėgimų bylos bus iširtos, jei tyrėjai net nežino ar nenori žinoti tikrosios situacijos [...] Jei sunku dirbti, gal metas į pensiją, gal užleiskite vietą naujos kartos teisininkams (L.T. Įvykiai, 2007 01 24).

Taip Vilniaus miesto meras apkaltino vyriausiąją prokurorą dirbant sovietinės prokuratūros metodais, visišku neveiklumu, nesigaudymu situacijoje ir dar mestelėjo dvigubą argumentą *ad hominem*: priminė prokuroro metamą kūno svorį (*svorį sparčiai metantis*) ir padarė dar vieną netaktišką užuominą apie amžių *jei sunku dirbti, gal metas į pensiją, gal užleiskite vietą naujos kartos teisininkams* (prokurorui tuo metu buvo 47 metai, tačiau jeigu būtų ir gerokai vyresnis, tai vis vien būtų neleistinas argumentas *ad hominem*, nes taikiniu negali būti, kaip minėta, nei prigimties dalykai, nei fiziniai duomenys, nei amžius.

Mes esame truputį protingesni už politikus, nes mąstome prieš dirbdami, o jie nemąsto prieš kalbėdami, – sekė kalbos žaidimu paremtas Vilniaus apygardos vyriausiojo prokuroro bumerangas Vilniaus miesto merui (*Lietuvos rytas*, 2007 01 27).

Bumerangas yra viena iš argumentavimo priemonių, pagrįstų psichologiniu poveikiu: tai grįžtamasis smūgis, kai oponento replika ar argumentas atsisuka prieš jį patį. Prokuratūros vadovas šiuo retorinėje argumentacijoje bumerango metodu ne tik subtiliu sąmojingu kalbos žaidimu sukritikavo oponento argumentą *ad hominem*, tardamas, kad politikai *nemąsto prieš kalbėdami*, bet ir atmetė jo priekaištus, esą pareigūnai vangiai tiria Šnipiškėse kilusius gaisrus. Iš bumerango galima suprasti, kad tai ne vangumas, o protingų žmonių pozicija: prieš ką nors sprendami ar dirbdami, prokurorai mąsto.

Ironija – įžeidi, tuo tarpu saviironija – niekada. Apie „į save nukreiptą ironiją“ yra rašęs L. Donskis: „Demokratiškas elitas yra neįsivaizduojamas be tokių bruožų, kaip antai: kuklumas; ne į kitą (ypač ne į jaunesnį ar juolab žemesnės pozicijos žmogų), o į save nukreipta ironija; gynimasis humoru nuo bet kokio susireikšminimo ir moralinio provincializmo; galiausiai dvasinis aristokratizmas, įpareigojantis vienodai pagarbiai elgtis ir bendrauti su visų visuomenės sluoksnių žmonėmis.“ [9]

Politikai yra kaip sauskelnės, juos reikia dažnai keisti (*Lietuvos rytas*, 2007 01 27).

Taip buvęs vidaus reikalų ministras Gintaras Furmanavičius kalbėjo apie būtiną atsinaujinimą. Neetiškas ir gana netikėtas, tiesą sakant, šokiruojantis palyginimas, bet kalbėtojas šiuo kalbos žaidimu neižeidžia konkretaus žmogaus. Apie politikus kalbėdamas gana abstrakčiai, pirmiausia jis turėjo galvoje save, tuo metu dėl tam tikrų peripetijų privalėjusį palikti dažnokai keičiamą Lietuvoje ministro postą. Skirtingai negu ironija, saviironija niekada netampa ginčų objektu.

Išvados

Į frazeologijos modifikacijas straipsnyje žvelgiama kaip į kalbos žaidimą – nestandartinę, pirmu žvilgsniu, netgi nelogišką jos vartoseną, kurios tikslas, pagal kalbininkus ekspertologus, – ne perteikti informaciją, o apsunkinti supratimą. Tai gali būti daroma dėl įvairių priežasčių:

pirma, kad būtų išvengta teisinės atsakomybės negatyviai vertinant kitą asmenybę, t.y. kad pasakymas netaptų įžeidimo nagrinėjimo pagrindu;

antra, kad būtų patrauktas skaitytojų ar klausytojų dėmesys. Labiausiai bendravimo situacijos dalyvių dėmesį patraukia okazinė frazeologija, turinti nestandartinės užuominos pobūdį, dėl kurių dažniausiai ir kyla lingvistinės ekspertizės reikalas, bet dėl kalbos žaidimo kaip išvados jos ne visada būna ginčijamos;

trečia, kad būtų apeitas įstatymas (tarkim, alkoholio ar tabako reklamoje).

Kalbos žaidimu pasiekiamos manipuliavimo galimybės yra neišmatuojamos, kaip neišmatuojami yra perkeltinių reikšmių kūrimo būdai ir okazinių frazeologinių diskursų variantai, kurių turinio prasmės ribos sunkiai nusakomos. Jeigu aptartieji tekstai būtų teikiami lingvistinei ekspertizei, tai ekspertai galėtų pasitelkti įvairius teksto turinio tyrimo metodus – nuo atskirų žodyno žodžių analizės, frazeologinių pasakymų suvokimo iki retorinės argumentacijos dalykų.

Literatūra

- Баранов А. Н. 2007, *Лингвистическая экспертиза текста*, Москва: Флинта, Наука.
Donskis Leonidas 2008, Kada susiformuos demokratinis Lietuvos elitas? [http:// www.balsas.lt](http://www.balsas.lt) (2008 05 23)
Frazeologijos žodynas 2001, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas.
Jei šmeižia – galima gintis, <http://www.blogas.lt/innodea/>
Joule Robert-Vincent, Beauvois Jean-Leon 2005, Manipuliacijos vadovas padoriems piliečiams, Vilnius: Alma littera.,
Juodytė Aurelija 2008, Manipuliacinės įtraukimo į komunikaciją strategijos periodinėje spaudoje, *Žurnalistikos tyrimai*. [Mokslo darbai (*Komunikacija ir informacija*)], 1, 25–40.
Клюев Е. В. 2001, *Риторика*, Москва: Приор.
Koženiaskienė Regina 2005, Juridinė retorika, Vilnius: Teisinės informacijos centras.
Koženiaskienė Regina 2006, Etinės stilistikos atspindys metaforų vartosenoje in *Prace Bałtystyczne 3 : język, literatura, kultura*, Warszawa, 179–186.
Koženiaskienė Regina 2005, Politinė retorika etiniu požiūriu, *Parlamento studijos 3* [Mokslo darbai], 110–121.
Koženiaskienė Regina 2005, Konceptualiųjų metaforų etinis aspektas advokatų kalbose, *Filologija* (10), 52–56.
Lyberis Antanas 2002, Sinonimų žodynas, Vilnius: Lietuvių kalbos instituto leidykla.
Župerka Kazimieras 2005, Tekstas etinės stilistikos požiūriu, *Žmogus ir žodis 7* (1), 25–28.

Išnašos

- [1] Etinės stilistikos (ir retorikos) klausimais žr. Koženiaskienė 2006, 179–186; 2005, 3, 110–121; 2005, 10, 52–56; Župerka 2005, 7(1), 25–28.
[2] Žr. Kliujevas apie tropus ir figūras, 2001, 167–174; Koženiaskienė. 2005, 309–310.
[3] Баранов 2007, 229.
[4] *Laisvalaikis*, 2007 01 08–15.
[5] Pasakymas *manipuliuoti kalba* arba žodis *manipuliacija* iš tiesų gali bauginti. Todėl neatsitiktinai amerikiečiai apdairiai kalba apie **periferines [kalbinio ir nekalbinio] elgesio technikas** – toks terminas politiškai priimtinesnis, tai lyg sąvokos įteisinimas (žr. Joule, Beauvois 2005, 13).
[6] Nr. 1, nes pasakyta, kad nėra didesnio populisto už premjerą G. Kirkilą (čia pavartota stiliaus priemonė *eliatyvas*). LKŽ: *Elativus*, i m [iš lot. *effero* – išskelti, išgirti, išaukštinti] absoliutinis aukščiausiasis arba aukštesnysis laipsnis vėl. Gram. (sc. Gradus) eliatyvas. TŽŽ: Eliatyvas absoliutinis (nesantykinis, nelyginamasis) aukščiausiasis arba aukštesnysis laipsnis. Eliatyvu galima ir labai išaukštinti, ir atvirkščiai – labai suniekinti.
[7] Galima manyti, kad dauguma skelbimų, siūlančių potencialiam klientui pasidomėti kokio nors produkto ar prekės pranašumais, daugiau ar mažiau yra priviliojimo proceso dalis (Joule; Beauvois 2005, 187).
[8] Joule, Beauvois 2005, 179.
[9] Donskis 2008.

Gauta 2008 m. lapkričio 14 d.

Regina Koženiaskienė
Vilniaus universitetas
Lietuvių kalbos katedra
Universiteto g. 5,
LT-01513 Vilnius
[regina.kozeniaskiene@flf.vu.lt]