

TELPAS KATEGORIJA LATGALES REĢIONA LINGVISTISKAJĀ AINAVĀ



Raksta mērķis – raksturot, kā un ar kādiem lingvistiskajiem līdzekļiem valodas zīmes ar papildu telpas norādījumu Latgales reģiona lingvistiskajā ainavā veido priekšstatus par telpu un piederības izjūtu noteiktai telpai. Lai mērķi sasniegtu, ir izmantotas šādas metodes: lingvistiskās ainavas metode datu ieguvei, kontentanalīze valodas zīmju ar eksplīcītu telpas norādījumu atlasei, poststrukturālā un deskriptīvā metode datu analīzei un interpretācijai.

Izvērtējot 466 pētījumam atlasītās valodas zīmes, var secināt, ka izpētes areālā dominē reālo telpu izsakošas valodas zīmesar nomenklatūras vārdiem un uzņēmumu, iestāžu un organizāciju nosaukumiem, ko veido toponīms vai laukuma apzīmējums. Kopumā valodas zīmes lingvistiskajā ainavā uztur reģionālisma un policentrisma ideju, rosinot pieņemt tuvu esošo un pazīstamo (lokālo) telpu kā nozīmīgu, norobežojošu un vienojošu, līdztekus demonstrējot telpiska atskaites punkta izveides nozīmi individualizācijā.

SPACE CATEGORY IN THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF LATGALE REGION

The space is a significant parameter of world's existence, and a component making human's experience and the view of the world; any culture's understanding of the underlying principles of world's formation, human's place and purpose within it is associated with it. Language signs of the linguistic landscape are one of the external factors promoting and influencing formation of the world and its feeling, as well as territorial identity, overcoming or narrowing geographical and psychological borders.

The object of the research – a category of the space in the linguistic landscape of four administrative-territorial units – Daugavpils, Rēzekne, Līvāni cities and Vārkava district, the object – language signs with a word or word compound explicitly expressing space.

The aim of the research – to find out how and with which language means language signs with additional space indications make concepts on space and feeling of identity to a certain area in Latgale regional linguistic landscape.

A method of the linguistic landscape was used to collect data, a content analysis was important for data selection; post-structural and descriptive methods were applied to develop the research.

Basic categories of the space within the context of the linguistic landscape are as follows: language space, information space, geographical space and public space, as the existence of the language signs are not possible outside them. The selected language signs confirm that words and word compounds representing real and mythical space are additionally given in the linguistic landscape of Latgale region.

The most significant conclusions:

1. The most often used words expressing space in the linguistic landscape of the research areal are: nomenclature words – a centre, a shop, a bank, a salon, a pharmacy, a school – and place-name Latgale (all of them are mentioned more than 20 times). The most involved words in making word

compounds – a centre, and a salon (e. g., *Centre of Friends; Fortunetelling Salon, Salon of Alcoholic Drinks*).

2. *The language signs expressing actual space are predominant – house-names (e. g., a shop, a bank, a pharmacy, a bar, etc.) related to the public and material area, and place-names (Latgale, Rēzekne, Vārkava, Daugavpils, Līvāni). A choice of house-names suggests that human needs, desires and opportunities to meet them are set as a primary issue; money circulation is the main criterion for movement through the space. Usage of place-names, in its turn, proves that the larger is the territorial unit, the more seldom it is additionally emphasized in the language signs.*

3. *Features characterizing mythical space – polycentrism – creation of several centres and a sign even in the level of one street (e. g., there are pharmacies of 2 different companies the „Pharmacy Centre of Līvāni” in Rīga Street in Līvāni); worlds or lands of self-made goods or services (e. g., Photo World, Health Island, Alkoland, etc.); usage of words related to the celestial area – „above” (e. g., Moon Pharmacy, Sun Store, Cloud, Star Bookstore, etc.). Focusing on oneself, and things that are familiar, close and secure.*

Telpa ir nozīmīgs pasaules pastāvēšanas parametrs un cilvēka pieredzi un pasaules ainu veidojošs faktors, ar ko saistīta jebkuras kultūras izpratne par pasaules uzbūves pamatprincipiem, cilvēka vietu un nozīmi tajā. Jaunāko laiku kultūrā pasaules uztveri raksturo neviendabīgums un brīva variēšana ar dažādu paradigmu (piem., antropocentrisko, kosmocentrisko, mitoloģisko) elementiem un priekšstatiem.

Mūsdienu cilvēka pašidentifikācijā un pašreferencē (resp., stāstījumā par sevi) nozīme ir opozīcijā esošajai tendencei – globalizācijai un reģionālismam, kas filozofiski un psiholoģiski atšķiras ar cilvēkam būtisku konceptu virzību attieksmē pret sevi. Pirmajā gadījumā raksturīga tiekšanās projām pie tālā (citādā, svešā), otrajā – virzīšanās pie tuvā (savējā, pazīstamā). Domājot globāli, bet kā nozīmīgu izjūtot un izceļot vietējo – reģionālo, iespējams paplašināt savu telpu, nepazaudējot būtību.

Ģeogrāfisko un psiholoģisko robežu pārvarēšanā vai – tieši pretēji – sašaurināšanā būtiska loma ir ārējiem faktoriem: plašsaziņas līdzekļiem, sociāliem un kultūras notikumiem, citu cilvēku viedoklim, arī pie uzņēmumiem, iestādēm, informācijas stendiem un citvietizvietotajām valodas zīmēm. Šie publiskie teksti, apvienojot verbālos un neverbālos valodas līdzekļus, veido lingvistisko, semiotisko un kultūras ainavu dažādos administratīvi teritoriālos līmeņos (piem., pagastā, pilsētā, reģionā, valstī).

Pētījuma izpētes objekts ir telpas kategorija četru administratīvi teritoriālu vienību – Daugavpils, Rēzeknes, Līvānu un Vārkavas novada (Vārkavas un Upmalas) – lingvistiskajā ainavā.

Ikvienu valodas zīmi uztverama par konkrētas ēkas (mājas, veikala, pasta, bērnu dārza) marķējumu un šīs telpas reprezentējumu, jo ir tai piederīga. Arī uzņēmumu nosaukumi, kam tiešā nozīme nav saistīta ar telpas kategoriju, noteiktā diskursā funkcionē kā norāde uz telpu, piem., ikdienas saziņā bieži lietotajās teikumu konstrukcijās: *Kleitu nopirku „Sjuzannā”, Tiekamies „Mājsaimniecības precēs” vai Es ieiešu „Lāčukā”*. Lai ierobežotu telpas kategorijas izpratnes robežas, **pētījuma priekšmets** ir valodas zīmes ar tiešā veidā (eksplīcīti) norādītu telpu izsakošu vārdu vai vārdu savienojumu.

Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kā un ar kādiem valodas līdzekļiem valodas zīmes ar papildu telpas norādījumu dažāda lieluma teritoriālo Latgales reģiona vienību lingvistiskajā ainavā veido priekšstatus par telpu un piederības izjūtu noteiktai telpai.

Lai sasniegtu mērķi, pētījumā izmantotas šādas **metodes**: lingvistiskās ainavas metode (Gorter 2006, 2008, Shohamy 2008) valodas zīmju ieguvei, kontentanalīze – valodas zīmju ar eksplīcītu telpas norādījumu atlasē, poststrukturālā un deskriptīvā metode atlasīto valodas zīmju analīzei un interpretācijai.

Balstoties uz jēdziena *telpa* definīciju (*Svešvārdu vārdnīca*. <http://tezaurs.lv/sv/?w=telpa>) ar atslēgas vārdu *robeža*, *norobežojums*, *daļa* un *veselums*, no 2606 izpētes areālā iegūtajām valodas zīmēm šim pētījumam tika atlasītas **466 valodas zīmes** ar eksplicītu telpas norādījumu (Daugavpilī – 201, Rēzeknē – 177, Līvānos – 62, Vārkavas novadā – 26 valodas zīmes).

Telpas kategorijas izpēte lingvistiskajā ainavā notikusi ESF projekta „Teritoriālās identitātes lingvokulturoloģiskie un sociālekonomiskie aspekti Latgales reģiona attīstībā” gaitā. Pētījumam nepieciešamās valodas zīmes Rēzeknē ir atlasītas no projektā izveidotās valodas zīmju datu bāzes⁴⁴. Projekta laikā, t. i., 2011. gada oktobrī, ir iegūtas arī valodas zīmes Daugavpilī, kas pašreiz vēl nav pievienotas datu bāzei. Savukārt valodas zīmes Līvānos un Vārkavas novadā⁴⁵ ir iegūtas senāk un aplūkojamas kā atsevišķas datu kopas.

Raksta struktūra: sākotnēji tiek sniegts vispārīgs valodas zīmju apraksts, raksturojot lingvistiskos izveides līdzekļus, kam seko telpas kategoriju analīze un interpretācija, par pamatkritēriju izvēloties binārās opozīcijas. Nobeigumā sniegts apkopojums un būtiskākie secinājumi.

1. Telpas un telpisko priekšstatu izteikšanas līdzekļi

Valodas zīmju kopums jeb lingvistiskā ainava ir lingvistiskās vides elements. Šo valodu telpu veido mutvārdu un rakstveida komunikācija ar tai raksturīgiem sociolingvistiskajiem procesiem, piem., valodu ekspansiju (resp., valodas/-u lietojuma un ietekmes sfēras paplašināšanu), valodu kontaktiem, valodas kodu maiņu un jaukšanu. No tā izriet, ka valodas zīmes tāpat kā plašsaziņas līdzekļi, zīmes un artefakti ir informācijas telpas izveides komponenti, bez kā nav iedomājama socializācija un kultūrvēstures mantojuma saglabāšana. Ievērojot holistisko principu, jāuzsver, ka lingvistiskā ainava ir saistīta ar publisko telpu, kas ir sociāla, ikvienam interesentam atvērta, reizēm arī psiholoģiski nedroša. Relatīvs publiskās telpas ierobežojums un konkretizācija izpaužas ģeogrāfisko telpu (piem., pagastu un pilsētu) izveidē; valodas zīmes veido šīs telpas vizuālo tēlu un reprezentē to.

Iepriekš minētās telpas (valodu, informācijas, publiskā) pētījumā tiek uzskatītas par telpas sistēmas pamatkategorijām, jo valodas zīmju esība un funkcionalitāte ārpus tām nav iespējama.

466 par pētījuma avotu izvēlētās valodas zīmes ir apmēram 18 % visu izpētes areālā iegūto vienību: Daugavpilī atlasīto valodas zīmju skaits veido 21 %, Rēzeknē – 15 %, Līvānos – 17 %, Vārkavas novada Upmalā un Vārkavā – 29 %. Hipotētiski var pieņemt, ka papildu telpas norādījums ir aktuāls lielākā teritoriālajā vienībā, lai psiholoģiski sakārtotu urbāno vidi un atvieglotu orientēšanos tajā. Savukārt mazākā teritorijā būtiska ir vienotības uzsveršana. Jāņem vērā, ka novada pagastu centros konstatētas galvenokārt uz valsts sfēru attiecināmas valodas zīmes (piem., Vārkavas pagasta padomes deputātu kopsapulces protokols, autobusa pieturas zīme *Upmala*), līdz ar to arī toponīmu lietojums ir biežāk sastopams.

Domājot par valodas zīmju lingvistisko raksturojumu, būtisks ir telpu izsakošu vārdu un vārdu savienojumu iedalījums atbilstoši funkcionalitātei valodas zīmē. Pētījumā tiek šķirti: 1) sugasvārdi, kas norāda nosauktā objekta kategoriālo piederību (resp., nomenklatūras vārdi, piem., *veikals*, *aptieka*,

⁴⁴ Valodas zīmju datu bāzes veidotāji statistikas un kalkulācijas programmā *SPSS* ir projekta izpildītāji: H. F. Martens, S. Murinska, O. Senkāne, I. Matisovs, S. Lazdiņa un raksta autore.

⁴⁵ Valodas zīmju ieguvē Līvānos (2009) tika iesaistīti Vārkavas vidusskolas 11. klases skolēni projekta nedēļā, savukārt Vārkavas novadā valodas zīmju ieguvējas ir raksta autore un Vārkavas vidusskolas latviešu valodas un literatūras skolotāja un RA filoloģijas maģistrante Silvija Stankeviča maģistra darba izstrādes laikā (2009, 2010).

lombards); 2) īpašvārdi, kas nosauc objektu (simboliskie nosaukumi, toponīmi, piem., *Mākonis, Globuss un Upmala, Saules iela*).

Aplūkojot telpu norādošo vārdu saskaņojumu ar citiem vārdiem, redzams, ka izpētes areālā vērojama tendence veidot vārdu savienojumus, retāk tie parādās atsevišķi (attiecīgi 55,4 % un 44,6 % gadījumu), piem.: simboliskie nosaukumi – *Metropole, Galerija, Telpa*, nomenklatūras vārdi – *ateljē, sinagoga, bistro*. Ir konstatēts sevišķi maz saliktnu, proti, 8,2 % gadījumu, piem.: nomenklatūras vārdi – *autoskola, lielveikals*, simboliskie nosaukumi – *Tēvzeme, Pluspunkts*.

Biežāk sastopamais telpu izteikšanas paņēmiens ir salikta nosaukuma izveide ar nomenklatūras vārdu, ko raksturo vienkāršs apzīmētājs (substantīvs), piem.: *Nakts klubs, Datoru salons, Grāmatu nams*. Šāds paņēmiens ir izmantots 21 % gadījumu. Savukārt apzīmētāja funkcijā lietots adjektīvs kopā ar nomenklatūras vārdu parādās vien 1,9 % gadījumu, piem.: grafiti *Old School* ‘Vecā skola’, *Veterinārā aptieka, Juridiskais birojs*.

12 % gadījumu saliktu nosaukumu veido divi telpu izsakoši vārdi, piem.: *Rēzeknes nams, Ludzas maiznīca, Daugavpils cietoksnis*. Piemēros redzams, ka šāds vārdu savienojums veidojas, ja tā pamatā ir toponīms apzīmētāja funkcijā un nomenklatūras vārds. Savukārt salikta nosaukuma modelis – toponīms kā apzīmētājs un telpu neizsakošs vārds – ir izmantots 1,7 % gadījumu, piem.: *Latgales piens, Latvijas balzams, Eiropas apģērbi*. Toponīms norāda konkrētās preces izcelsmi, pēdējā piemērā – arī iespējamo preces izplatību un atbilstību šai teritorijai.

Piederības pronomens kopā ar telpu izsakošu vārdu konstatēts sešās valodas zīmēs, piem.: *Tava optika, Mana aptieka* (3), *Mia Italia* ‘Mana Itālija’, *Jūsu skaistuma pasaule*. Biežāk tiek uzsvērta es pozīcija, kas vērtējama divējādi: kā uzņēmuma īpašnieka vēlme norādīt savas īpašuma tiesības un arī kā rosinājums katram potenciālajam apmeklētājam un klientam konkrēto telpu uztvert un pieņemt par savējo.

Nomenklatūras vārds kā uzņēmuma nosaukumapielikums konstatēts 5,8 % gadījumu, piem.: *centrs „Alaska”, kafējnīca „Randiņš”, naktsklubs „Taller”, veikals un kafējnīca „Šokoladņa”*. Pēdējais piemērs Daugavpilī ir interesants valodas lietojuma aspektā, jo vārds ir uzrakstīts krievu valodā ar latīņu burtiem (sk. tālāk).

Telpu izsakoši vārdi saliktajos nosaukumos ar vairāk nekā diviem vārdiem (atsevišķos gadījumos arī ar papildu simbolu) parādās 8,8 % gadījumu, piem.: *Daugavpils ekspluatācijas iecirknis, Grāmatvedības un finanšu koledžas Daugavpils filiāle, Sabiedriskais internet@pieejas punkts*.

Divās valodas zīmēs par telpas norādījumu funkcionē prepozīcija: *Pie Māras, Pie ozola*, kas kafējnīcu nosaukumos iekodē vēstījumu *blakus, līdzās*, norādot tuvumu. Lai gan pirmā piemēra nosaukuma pamatā ir īpašnieces personvārds, simboliski tas (tāpat kā *ozols*) reprezentē mītisko pasauli.

Pievēršot uzmanību telpu izsakošu vārdu lietojuma biežumam, redzams, ka nav vērojams izteikts kāda vārda pārsvars (sk. 1. tabulu), atainojot dažādu telpu daudzveidību un nepieciešamību.

1. tabula. *Desmit biežāk izmantoto vārdu izpētes areālā*

Table 1: *The number of ten most frequently used words in the research area*

VĀRDS	centrs	veikals	banka	salons	Latgale	aptieka	skola	iela	frizētava	lombards
SKAITS	48	41	34	29	25	23	22	21	20	19

Tabulā redzams, ka kopumā visbiežāk telpu norāda nomenklatūras vārdi (arī tabulā neiekļautie: *bārs* – 10, *tirgus* – 7, *baznīca* un *kafejnīca* – 5 reizes). Atsevišķos gadījumos tie lingvistiskajā ainavā aizstāj uzņēmuma nosaukumu (sk. 2. attēlu). Tomēr par pilnīgu sugasvārda pārtapšanu īpašvārdā (resp., onimizāciju) iespējams runāt, ja nomenklatūras vārds konkrētajā vidē ir unikāls, ja tiek saistīts tikai ar nosaucošo uzņēmumu. Šāds process vērojams vietās ar mazāk attīstītu komercdarbību, piem., par tādu var uzskatīt Vārkavas pagasta centru ar tanī izvietoto valodas zīmi *Veikals* (sk. 1. attēlu).



1. attēls. *Valodas zīmes. No kreisās: Vārkavas pagasta centrā, Rēzeknē*
 Picture 1: *Language characters. From left to right: in the centre of Vārkava civil parish, Rezekne*

Biežāk izmantotais vārds *centrs* norāda tendenci izcelt savējo (uzņēmumu, nozari, pakalpojumu vai precī) kā galveno un nozīmīgu salīdzinājumā ar citiem, to parādot kā telpiski vidū (centrā) esošu atskaites punktu ar šķietami labākā un plašākā klāsta apkopojumu.

Tabulā redzams, ka *Latgale* ir biežāk lietotais toponīms, atainojot to kā nozīmīgu kopējo telpu vienojošo elementu. Skaitliski vairāk šis toponīms izmantots Rēzeknē (11), kas liek domāt, ka pilsēta sevi pozicionē par nozīmīgu reģiona centru. Arī te esošajos grafiiti toponīms *Latgola* parādās biežāk nekā citviet, atainojot piederību reģionam un valodai.

No pētījumam izvēlēto pilsētu nosaukumiem valodas zīmēs vairāk ir izcelta Rēzekne (18 reižu), tai seko Daugavpils (10) un Līvāni (9). Vārkava valodas zīmēs minēta 11 reižu. Būtiski ir atzīmēt faktu, ka, jo mazāka teritoriālā vienība, jo procentuāli vairāk ir valodas zīmju ar šīs vietas toponīma akcentēšanu, piem.: Vārkavas novada Upmalas un Vārkavas centrā 42 % atlasīto valodas zīmju satur toponīmu *Vārkava*, Līvānos – 15,5 %, Rēzeknē – 10,3 %, Daugavpilī – 4,9 %. Var secināt, ka lielākā teritoriālā vienībā kopējā telpa retāk tiek uzsvērtā kā savējā, patstāvīgi meklējot un veidojot savu atskaites punktu – individuālo telpu ar simbolisku nosaukumu – un ļaujot ienākt svešai telpai caur citu kultūru un valodu pieredzi; urbānā vide ir atvērtāka daudzveidībai. Mazākās teritoriālās vienībās vēl tiek saglabāta un uzturēta kolektīvā telpa.

Vārdu savienojumos visbiežāk tiek izmantoti šādi nomenklatūras vārdi: *centrs* (23), *iela* (21) un *salons* (10).

Vārda *centrs* lietojums ataino tā funkcionalitāti dažādās dzīves jomās un nozīmīgu telpu sistēmas elementu (mikrotelpu) strukturēšanā. Izpētes areālā konstatētie centri reprezentē: 1) uzņēmējdarbības sfēru: *Tirdzniecības, Biznesa, Saimniecības, Auto, Starptautiskais maiņas un Zoo centrs*; 2) kultūras un mākslas sfēru: *Māla mākslas, Dizaina, Mūzikas, Latgales mākslas un amatniecības un Līvānu*

novada kultūras centrs; 3) medicīnas un medicīnisko pakalpojumu sfēru: *Uroloģijas* un *Surdotehnikas palīdzības centrs*; 4) izklaides sfēru: *Ceļojumu* un *Tūrisma informācijas centrs*; 5) izglītības sfēru: *Mācību* un *Draugu centrs*; 6) sporta sfēru: *Cīņas mākslu* un *Daugavpils Olimpiskais centrs*; 7) zinātniski pētniecisko sfēru: *Stratēģisko pētījumu centrs*; 8) tiesu sfēru: *Arbitrāžas* un *Patērētāju tiesību aizsardzības centrs*; 9) transporta sfēru: *Daugavpils reģionālais centrs*. Šāds vārdu savienojumu dalījums norāda arī uz dominējošajām darbības jomām izpētes areālā.

Plāksnītes ar ielu nosaukumu un regulārs ceļražu izvietojums strukturē apdzīvotu vietu, palīdz vietējiem iedzīvotājiem un viesiem orientēties un sniedz norādi uz šai videi nozīmīgu kultūrvēsturisku informāciju. Piem., Vārkavā galvenās ielas nosaukums *Kovaļevsku iela* ir veltīts diviem te dzimušiem, pasaulē zināmiem biologiem (*Ievērojami novadnieki*. <http://varkava.lv/lv>), arī Daugavpilī *Mihoelsa ielas* nosaukums ir saistīts ar izcilu personību – ebreju izcelsmes aktieri Solomonu Mihoelsu (*Izcilas personības Daugavpilī*. <http://www.visitdaugavpils.lv/>). Ielu nosaukumi ar personvārdu motivētārvārda lomā tiek veidoti un izvietoti galvenokārt cieņas izrādīšanai, lepojoties ar nosauktajām personībām.

Ielu nosaukumu pamatā redzami arī toponīmi (resp., pilsētvārdi jeb astionīmi), piem., *Rīgas iela* un *Maskavas iela*, un nomenklatūras vārdi, piem., *Ģimnāzijas iela*, *Skolas iela* un *Cietokšņa iela*, vienlaikus norādot divas telpas – pilsētu vai ēku un ielu.

Izpētes areālā ir konstatēti šādi saloni: *Kāzu*, *Skaistuma*, *Skaistumkopšanas*, *Ziedu*, *Juvelieru*, *Optikas*, *Zilēšanas*, *Mēbeļu*, *Datoru* un *Alkoholisko dzērienu*. Nomenklatūras vārda lietojums rada priekšstatu par estētisko. Sākotnēji *salonstika* attiecināts tikai uz sievietes uzturēšanās telpu, ko raksturoja neikdienišķums greznā un modernā iekārtojuma, uzvedības normu un sarunu dēļ. Tāpat mūsdienās tiek uzturēta ideja (nereti arī ilūzija), ka salons ir izsmalcināta un uz ārišķībām vērsta telpa, kas ataino stila un modes tendences un perspektīvas.

Skatot valodu izvēli, redzams, ka izpētes areālā izteikti dominējošs ir latviešu literārās valodas lietojums; tā konstatēta 77,5 % gadījumā. Jāatzīmē, ka Vārkavas novadā telpu norādošas leksēmas ir tikai latviešu valodā. Latgaliešu rakstu valoda konstatēta 3 % (piem., viesnīcas nosaukums, arī grafiti *Latgola* ‘Latgale’, nekustamo īpašumu uzņēmums *Sāta* ‘Mājas’, veikals un kafējnīca *Mozō Rogovka* ‘Mazā Rogovka’). Korektu valodas lietojuma noteikšanu kavē fakts, ka ir vārdi, kam rakstība latviešu literārajā valodā sakrīt ar latgaliešu rakstu valodu, piem.: *veikals*, *serviss*, *parks*.

Angļu valodas lietojums ir vērojams 10,7 % valodas zīmju. Tā izmantota galvenokārt starptautisku uzņēmumu, preču vai pakalpojumu nosaukumos (*Sony Center* ‘Sony centrs’, *PrivatBank* ‘Privātā banka’, cigarešu marka *Wall Street*, *International Exchange Center* ‘Starptautiskais maiņas centrs’), retāk vietējo uzņēmumu simboliskajos nosaukumos (bārs *Look in* ‘Ieskaties’, apģērbu veikals *Stop Shop* ‘Apstāšanās veikals’, naktsklubs *City Club* ‘Pilsētas klubs’), arī grafiti (*Finland* ‘Somija’, *Italy* ‘Itālija’, *Parking* ‘stāvvietā’).

Krievu valoda izmantota salīdzinoši maz – 2,6 % gadījumu (piem., grafiti *Америка* ‘Amerika’, mācību programma *Школа древних знаний* ‘Seno zinību skola’, *Церковь Иисуса Христа* ‘Jēzus Kristus baznīca’). Četrās valodas zīmēs teksts ir uzrakstīts krievu valodā ar latīņu burtiem (sk. 2. attēlu). Šāda parādība nav tipiska Latgales reģiona lingvistiskās ainavas iezīme, tomēr tā ataino krievu valodas funkcionalitāti un ietekmi uz valodu vidi.



2. attēls. Valodas zīme Daugavpīlī
Picture 2: Language sign in Daugavpils

Citā valodā (galvenokārt krievu) veidots teksts latviešu valodā tiek piedāvāts vien gadījumos, ja informācija ir izvērstā. Nereti tulkojums tiek piedāvāts citā valodas zīmē. Atsevišķi vārdi vai vārdu savienojumi uzņēmumu, iestāžu vai organizāciju nosaukumos netiek tulkoti.

Izpētes areālā mazāk tipiska iezīme ir valodu kontakti: piemērs *Bārs „Look in”* demonstrē valodu kontaktus vienas valodas zīmes robežās, savukārt piemēri – *Elektroskandia, Tehnoland* un *Alkoland* – viena vārda līmenī. Neuzmanīgi izlasot pēdējos trīs nosaukumus, var pieņemt, ka salikteņi ir monolingvāli; ar valodu apvienojumu tiek radīta šķietama nosaukuma angliskošana.

Apkopojot iepriekš teikto, var secināt, ka: 1) priekšstatus par telpu lingvistiskajā ainavā galvenokārt atklāj nomenklatūras vārdi (*veikals, banka, salons, aptieka*); 2) telpu izsakošus vārdus bieži raksturo konkretizējošs apzīmētājs (substantīvs, adjektīvs vai pronoms); 3) produktīvi vārdu savienojumu izveides elementi ir *centrs, iela* un *salons*; 4) telpu izsakoši vārdi un vārdu savienojumi galvenokārt ir monolingvāli (visbiežāk latviešu, retāk angļu un krievu valodā).

2. Binārās opozīcijas telpas kategorija

Lingvistiskās ainavas radītie priekšstati par telpu aplūkojami vairākos līmeņos: reālās telpas līmenī – tiešā veidā redzamajā, mītiskās telpas līmenī – intuitīvi nojaušamajā un saprotamajā, arhetipiskās telpas līmenī – dziļi izjūtamajā un nereti neapzinātajā izpratnes līmenī. Savukārt psiholoģiskā telpa ir subjektīvs lielums, kas atkarīgs no recipienta personiskajām izjūtām, pieredzes un pasaules skatījuma, tādēļ lingvistiskās ainavas kontekstā tikai pastarpināti tiek skatītas atsevišķas tās iezīmes.

Reālo jeb fizisko telpu vistiešākajā veidā reprezentē toponīmi – to konstatētais skaits izpētes areālā ir 103, kas ir 22 % kopējā valodas zīmju skaita, – un hidronīmi (*Daugava, Dubna* un *Rēzekne*). Tie norāda recipientam atrašanās vietu (konkrētu pilsētu, pagastu), kā arī saiti ar citām tuvāk vai tālāk esošām teritoriālām vienībām. Lielāko to daļu veido Latgales reģiona toponīmi (sk. iepriekš). Rēzeknē izvietotā valodas zīme *Livonija* funkcionē kā vēsturiskās telpas reminiscence.

Telpa lingvistiskajā ainavā ir aplūkota par kritēriju, izvēloties binārās opozīcijas. Pirmā binārā opozīcija, kas jāmin: privātā un valsts sfēra. Kopumā izpētes areālā dominējoša ir privātā sfēra, uz to attiecināmi 80,7 % valodas zīmju. Izņēmums – Vārkavas novada Upmalas un Vārkavas pagasta centri, kur 84,6 % valodas zīmju ir valsts sfērai (pašvaldībām) piederošas. Pretstatu pāra šķērums un apraksts ataino situāciju, ka valsts institūcijas un iestādes atšķirībā no individuālajiem uzņēmumiem lingvistiskās ainavas izveidē iesaistās minimāli.

Privātās sfēras valodas zīmes ar telpu norādošiem vārdiem (piem., nomenklatūras vārdi: *banka, veikals, aptieka*) lielākoties attiecināmi tieši uz materiālo telpu – *cilvēka vēlmju un nerealizēto sapņu valstību* (Kūle, Kūlis 1998: 470), kur primāritiek izvirzīta cilvēka vajadzību un vēlmju radīšana un apmierināšanas iespēju nodrošināšana. Naudas apgrozība uztverama kā galvenais kustības un pārvietošanās pa mikrotelpām kritērijs. Domājot par iepriekš minētajiem nomenklatūras vārdiem arhetipiskās telpas kontekstā, jāteic, ka tie ir saistīti galvenokārt ar vīrišķo telpu, ko raksturo loģika, pārvaldīšana, sargāšana, arī patērēšana. Valodas zīmju (īpaši reklāmu), kas attiecināmas uz materiālo telpu, izveide ir saistīta ar orientēšanos uz recipienta ekstraverto bērna arhetipu. Tas izpaužas kā potenciālo klientu rosināšana uz brīvu pārvietošanos pa iztēles pasaulēm (piem., simboliskie nosaukumi: *Mpasaule* un *Saturns*), optimistisku eksperimentēšanu, iegribu ātru apmierināšanu un dzīves kā spēles uztveri, jo arī katrai no šīm telpām ir raksturīgi savi noteikumi un izpildāmie rituāli.

Materiālās telpas binārā opozīcija ir garīgā telpa, kas lingvistiskajā ainavā ir skaitliski mazāk pārstāvēta. To raksturo nomenklatūras vārdi: *skola* un *baznīca*, retāk *bibliotēka* un *mācību centrs*, kas reprezentē patvēruma devēju, aprūpētāju un izglītotāju, saistoties ar sievišķo telpu, arhetipiskās telpas izpratnē – ar mātes arhetipa projekciju. Kopumā uz garīgo telpu attiecināmas 42 valodas zīmes jeb 9 % kopējā datu kopuma. Atsevišķi aplūkojams vārds *baznīca*, kas ir ambivalents lielums, jo kā patvēruma sniedzēja tā ir attiecināma uz sievišķo telpu, savukārt kā kristīgo vērtību un morāles uzturētāja tā lielā mērā ir saistīta ar sakrālo (dievišķo, vīrišķo) telpu, kas tiek pretstatīta laicīgajai (izklaidīgajai, pasaulīgajai – sievišķajai) telpai.

Atvērta vai slēgta telpa tverama gan tiešā, gan pārnestā nozīmē. Par orientēšanos uz nelielu teritoriālo vienību, noslēgšanos liecina toponīmi: *Spunģēni, Upmala* un *Wipinga*. Vēlmi psiholoģiski samazināt telpu atspoguļo kādas citas teritoriālās vienības miniatūras kopijas izveide: *Mozō Rogovka* un *Little Italy* 'Mazā Itālija'. Šī mākslīgā svešas telpas ievietošana savējā padara to pieejamāku un saprotamāku, pieņemot to par savu telpu veidojošu komponentu – mikrotelpu.

No psiholoģiskā aspekta raugoties, lielākā daļa aplūkoto valodas zīmju (apmēram 70 %) ataino ierobežotu, slēgtu telpu, piem.: nosaukumi – *Blue Box* 'Zilā kaste', *Vienības nams*, nomenklatūras vārdi – *diskobārs, sporta klubs, pasts*. Norobežotu telpu ataino arī laukuma apzīmējumu – *centrs* (sk. iepriekš) un *punkts* (piem., *medpunkts, stikla pudeļu pieņemšanas punkts*) – lietojums lingvistiskajā ainavā. Arī ielu tīklojums pilsētās modelē labirintam līdzīgu telpu, kas kavē aptvert pilsētu kopumā un ļauj kādā noteiktā laika sprīdī uztvert vien atsevišķu tās daļu.

Latgales reģiona publiskajā telpā ir raksturīga vairāku centru radīšana un līdzspastāvēšana, piem., Līvānu centrālajā ielā ir divas atšķirīgu uzņēmumu tīklu aptiekas ar vienādu nosaukumu *Līvānu Centra aptieka*. Šis centrs jeb *vidus ir viskosmizētākā vieta, tāpēc parastos apstākļos visdrošākā un (...) labvēlīgākā* (Kursīte 1999: 499).

No vienas puses – līdz ar centra izveidi notiek sevis, savas vietas un darbības izcelšana un koncentrēšanās uz to, pārējo uzskatot par marginālu, perifērijā esošu. Šis process un rezultāts aplūkojams kā viena no egoisma izpausmēm. Centru daudzveidība un skaits liek domāt par mūsdienu urbānā cilvēka rakstura īpašībām un rīcības brīvību.

No otras puses – postmodernisma filozofijas un literatūras teoriju ietekmē pastāv viedoklis, ka nemaz nav iespējams viens centrs, noteiktība un stabilitāte, ka pasauli un tās izjūtu raksturo sadrumstalotība, fragmentārisms un subjektivitāte. Un šī *atskaites punkta – centra – atrašana vai projekcija līdzinās*

pasaules radīšanai, lai sakārtotu pasauli – haosa telpu bez vienota centra – un spētu orientēties tajā. Doma, ka cilvēks atrodas pasaules centrā, tuvina sakrālās telpas pieņemšanai (Eliade 1996).

Savukārt par plašākas telpas aptveršanu un tiekšanos prom no centra liecina toponīma *Latvija* (3) un citu Latvijas pilsētu – *Ogres, Dobeles un Rīgas* – norādījums lingvistiskajā ainavā. Ogres un Dobeles norādīšana saistīta ar uzņēmumu darbību un tirgus politiku Latgalē (SIA „Ogres trikotāža” un AS „Dobeles dzirnavnieks”), bet galvaspilsētas nosaukums ir Latvijā garākās ielas (4,5 km) nosaukuma pamatā (*Līvānu pilsēta*. <http://www.livanub.lv>). Šī iela Līvānu pilsētā simboliski funkcionē kā viduslīnija (horizontāli izstiepts centrs) vai kā telpiskā zona (Kūle, Kūlis 1998: 463), kam abpus gareniski izvietota pilsētas dzīvojamā, darba un atpūtas telpa. Jāatzīmē, ka pati pilsēta izkārtojuma dēļ uztverama par divu Latvijas lielāko pilsētu – Rīgas un Daugavpils – starpposmu (starpjelpu).

Par psiholoģiskās telpas paplašinājumu ārpus valsts robežām rosina domāt vairāki toponīmi: *Baltija* (3), *Eiropa* (2), *Ameņpuka, Aļaska, Finland*, kuru lietojuma biežums ataino to nozīmi un hierarhisko izkārtojumu telpu sistēmā.

Personiskās telpas paplašinājums vērojams simboliskajos nosaukumos – pašradītās pasaulēs, zemēs vai planētās. No psiholoģiskā aspekta raugoties, tā ir daudzveidīgu kustību iespēju pieļaušana. Atlasītajā materiālā redzams, ka 28 valodas zīmes demonstrē šādas jaunveidotas preču vai pakalpojumu pasaules un zemes: *Foto pasaule, Mūzikas pasaule, Tehnoland, Alkoland, Grāmatu pasaule*. Mītiskajos priekšstatos pasaules radīšanai kosmogonisks rituāls patības sasniegšanai. Īpaši to var attiecināt uz pašai ziedzīgu telpas radīšanu citiem, piem., *Jūsu skaistuma pasaule*. Tomēr jāatzīst, ka izpētes areālā ir konstatēti tikai viens šāds piemērs, kas uzlūkojams par izņēmumu, ne tendenci.

*Mītisko telpas izpratni sastāda divi virzieni – horizontāle un vertikāle. Horizontālā virzienā mītiskā telpa ir noslēgta un neviendabīga; saskaņā ar bināro opozīciju sistēmu to iedala tuvajā un tālajā, centra un perifērijas zonās. (...) Telpas vertikāle izsakāma kā ceļš starp pasaulēm: zemi un debesīm (sakarālo zonu), zemi un pazemi (Simsone 2010: 80–83). Izpētes areālā 19 uzņēmumu nosaukumos ar telpu saistīti vārdi ir saistāmi ar augšu, debesssfēru, mitoloģijā arī ar dievu mājvietu, piem.: *Mēness aptieka, Saules veikals, Saturns, Planēta, Mākonis, Zvaigznes grāmatnīca*. Psiholoģiski tie reprezentē tiekšanos augšup, simboliski – vienotības meklējumus (debess un zemes, vīrišķā un sievišķā), atainojot divdaļīgu pasaules modeli.*

Pārejas no vienas telpas otrā (telpisko pārrāvumu) un robežu atainošana nav tipiska lingvistiskās ainavas pazīme. Tā tiek izteikta, reklamējot preces – *logus* un *durvis* (kopumā 7) – un psiholoģiski nošķirot par savējo pieņemto telpu (mājas, darbavietu) no svešas telpas, iekšējo telpu no ārējās telpas. Publiskajā telpā vienu telpisko vienību no otras nošķir vārdi – *Arka* un *Pārceļtuve*: pirmajā gadījumā simboliskais nosaukums netiešā veidā (asociatīvi) pauž telpas sadalījumu, otrajā – reāli funkcionējošu mehānismu, kas ļauj Līvānos no viena Daugavas krasta nokļūt pretējā. Savukārt Rēzeknē konstatētais simboliskais nosaukums *Modes zona* saistās ar mākslīgi izveidotu telpas daļu, ko raksturo telpisku robežu pārvarēšana un citādā (svešā) pieņemšana, kādu noteikumu ievērošana, arī papildu uzmanība un aizsardzība.

Apkopojot iepriekš minēto, redzams, ka telpisko priekšstatu izveide un mikrotelpu sakārtošana vienotā telpu sistēmā – makrotelpā – ir kompleks pasākums, kur būtiska loma ir bināro opozīciju izvēlei. Lingvistiskā ainava nepiedāvā recipientam viennozīmīgu un universālu telpas modeli. Uzturot reģionālisma un policentrisma ideju, tā rosina pieņemt tuvu esošo un pazīstamo (lokālo) telpu kā nozīmīgu, norobežojošu un vienojošu, līdztekus atklājot telpisko atskaites punktu izveides vai atrašanās

nozīmi makrotelpas individualizēšanai.

Secinājumi

1. Eksplicīti telpas norādījumi Latgales reģiona lingvistiskajā ainavā ir sniegti 18 % valodas zīmju datu kopuma. Telpu izsakoši un telpisko priekšstatu veidojoši vārdi vairāk parādās Vārkavas novada Upmalā un Vārkavā (29 %), uzsverot teritoriālo vienotību, un Daugavpilī (21 %), cenšoties psiholoģiski sakārtot urbāno vidi un atvieglot orientēšanos tajā, mazāk Līvānos (17 %) un Rēzeknē (15 %).

2. Pievēršot uzmanību lingvistiskajiem telpas izteikšanas līdzekļiem, redzams, ka telpa galvenokārt tiek izteikta vārdu savienojumos (55,4 %), retāk ar vienu atsevišķu vārdu (44,6 %), kas visbiežāk ir nomenklatūras vārds un simbolisks nosaukums, reizēm toponīms.

3. Lingvistiski izceļams vārds *centrs* apzīmētāju skaita piesaistīšanas dēļ, tas vērojams 23 dažādos vārdu savienojumos, atainojot vārda funkcionalitāti un elastību dažādu dzīves jomu telpu reprezentēšanā.

4. Skatot valodu lietojumu telpu norādošo vārdu un vārdu savienojumu izveidē, redzams, ka Latgales reģiona lingvistiskajā ainavā izteikti dominējošs ir latviešu valodas (80,5 %), ievērojami mazāks – angļu (10,7 %) un krievu valodas (2,6 %) lietojums.

5. Kopumā Latgales reģiona lingvistiskajā ainavā par reālas ģeogrāfiskās telpas pamatorientieriem funkcionē toponīmi: *Latgale* (5,4 %), *Rēzekne* (3,8 %), *Vārkava* (2,4 %), *Daugavpils* (2,1 %) un *Līvāni* (1,9 %). Savukārt, skatot toponīmu izmantojumu un nozīmi katrā teritoriālajā vienībā atsevišķi, redzams, ka mazākā teritoriālā vienībā ir biežāks tā izmantojums: Upmalā un Vārkavā novada nosaukums veido 42 % te iegūto valodas zīmju, Daugavpilī – 4,9 % valodas zīmju kopuma.

6. Bināro opozīciju izdalīšana un aplūkošana trīs telpas uztveres līmeņos – reālajā, mītiskajā un arhetipiskajā – ļauj secināt, ka: 1) valodas zīmēs visplašāk ir pārstāvēta reālā telpa, ko raksturo materiālisms un noslēgtība; 2) laukuma apzīmējuma *centrs* izplatība ir saistīta ar vēlmi individualizēt savu telpu, precīzi vai pakalpojumu, to izceļot par nozīmīgāko un arī norobežojoties, un fragmentāru pasaules ainas uztveri; 3) priekšstatus par telpas sašaurināšanu veicina vietējo toponīmu un tādu simbolisko nosaukumlietojums, kuru vārdu pamatnozīme ir saistīta ar ierobežotu telpu; par telpas paplašināšanu – valsts un ārvalstu toponīmu un simbolisko nosaukumu, kas ataino pašradītas pasaules vai zemes un debess sfēras apzīmējumus, lietojums.

LITERATŪRA

Eliade, Mirče (1996). *Sakrālais un profānais*. Rīga: Minerva.

Gorter, Durk (editor, 2006). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon et al.: Multilingual Matters.

Kūle, Maija, Kūlis, Rihards (1998). *Filosofija*. Rīga: Zvaigzne ABC. 463.

Kursīte, Janīna (1999). *Mītiskais literatūrā, folklorā, mākslā*. Rīga: Zvaigzne ABC. 499.

Laugale, Velga (2009). *Izglītības iestāžu nosaukumi latviešu valodā: lingvistiskais aspekts. Promocijas darbs filoloģijas doktora grāda iegūšanai valodniecības nozares latviešu sinhroniskās valodniecības apakšnozarē*. Liepāja. 25.

Shohamy, Elana, Gorter, Durk (editors, 2008). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. London: Routledge.

Simsone, Bārbala (2010). *Iztēles ģeogrāfija. Mītiskā paradigma 20. gadsimta fantāzijas prozā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 80–83.