

SOLVITA POŠEIKO

Rēzeknes Augstskola
 solvita.poseiko@gmail.com

Vai šodien notiek kas interesants? – afišas kā glokalizācijas spogulis (“ausmeņa kebabs” piemērs)

Kopš 2013. gada Rēzeknē ir atvērta kebabnīca (sociālajos tīklos norādīts – restorāns) “Ausmeņa kebabs” ar savdabīgu ārtelpas reklāminformāciju – norādi par atrašanās vietu uz senatnīgas automašīnas loga un izkārtņi, kurā redzams uzņēmuma logotips (auseklis) un ergonīms. Tās piedāvājumā un iekštelpas reklāminformācijā ir vērojama globālā un lokālā vienkopus apvienojums: turku iecienītais ēdiens kebabs, armēņu tradicionālais lavašs un tēja tiek servēti Latgales māla traukos, plauktos stāv latgaliešu, latviešu un ārzemju galda spēles, pie sienām izvietoti dažādi attēli (piem., karikatūras ar tekstiem latgaliešu valodā, fotogrāfijas ar komentāriem latviešu valodā), fonā skan dažāda veida mūzika atšķirīgās valodās.

Atšķirīgu kultūru simbolu un valodu daudzveidība, tāpat arī kreatīvu multimodālo līdzekļu lietojums ir skatāms arī sociālajos tīklos (facebook.com, draugiem.lv) regulāri publicētajās afišās, kas reklamē šeit notiekošos tematiskos izklaides pasākumus. Kā piemēru var minēt lielpilsētu un pasaulē atpazīstamu tēlu (piem., Ņujorkas un Dalailamas) fotogrāfijas, bet arī latviešu un latgaliešu folkloras elementus (rakstainu audumu, mūzikas instrumentu attēlus), starptautiskas aktivitātes *Zombie walk* ‘Zombiju pastaiga’ Helovīna svētkos līdzās regulāriem sadziedāšanās vakariem, trīs valodu (angļu, krievu un latviešu valodas) lietojumu mūzikas grupas *ŠIŠKI & TABAČOK* afišā vai teksta latgaliešu valodā tulkojumu angļu valodā (*Mīreigi nabyus.. it won't be quit...*) bilingvālā ielūgumā uz dīdžeja Valns organizēto pasākumu, tāpat arī viena vārda atkārtojumu diskotēkas afišā: *Pareizā mūzika, pareizās videospēles, pareizie cilvēki, pareizie ēdieni un dzērieni*.

Iepriekš minētie piemēri ataino, ka uzņēmuma afišās esošā informācija apvieno globāli atpazīstamus vizuālos tēlus, jauniešu izklaides paradumus, lingvistiskajā praksē nostiprinājušās angļu valodas frāzes ar reģionālo unikalitāti – atšķirīgu rakstu valodu, lokālām tradīcijām, zīmēm un simboliem, piedāvājot savu – nedaudz humoristisku – interpretāciju par kultūrpraksi sajaukumu (hibriditāti). Iespējams, ka citādā un savējā pieņemšana un līdzās pastāvēšana, ir viens no galvenajiem iemesliem, kādēļ “Ausmeņa kebabs” ir kļuvis par iecienītu vietējo un ārzemju studentu ēdnīcu, pulcēšanās un atpūtas vietu nedēļas nogalēs un svētkos. Kā atzīst uzņēmuma īpašnieks Valters Murāns: “Daudzīm pateik atmosfera, it sevišķi vokorūs, kod ir vairuok cylvāku. Taida breiva atmosfera i kūpeibys sajiuta.” (Murāns 2013).

Referātā glokalizācija tiks aplūkota galvenokārt mikrolīmenī – uzņēmuma “Ausmeņa kebabs” sociālajos tīklos izvietotajās afišās (vairāk nekā 60), raksturojot to izveidē izmantotos lingvistiskos un semiotiskos līdzekļus un diskutējot par reģionālās valodas lietojumu un lokālo kultūrzīmju aktualizāciju līdzās starptautiskiem informācijas kodiem publiskās telpas virtuālajā un reālajā lingvistiskajā ainavā. Tipiskākās tendences tiks skatītas kopsakarībā ar Baltijas valstu 9 pilsētu lingvistiskās ainavas izpētes datiem (jo īpaši afišām).

Literatūra

Murāns, V. (2013). *Par Ausmeņu i kebabim – interveja ar Valteru Murānu*. Pieejams: <http://www.lakuga.lv/2013/08/09/par-ausmenu-i-kebabim-interveja-ar-valteru-muranu/>, sk. 07.05.2015.