

Vilniaus universiteto  
Komunikacijos fakulteto  
Informacijos ir komunikacijos katedra

Lina Purlytė,  
Ryšių su visuomene magistro studijų programos studentė

**PREKĖS VARDŲ KEITIMO PRIELAIIDOS: ANGLIŠKO LIETUVOS  
VARDŲ ATVEJIS**

Magistrinis darbas

Vadovė lekt. L. Markevičiūtė

Vilnius, 2009

## Bakalauro / Magistro darbo lydraštis

<i>Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo autorius</i>
_____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)
_____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)
_____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)
<b>Patvirtinu, kad bakalauro / magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</b>
_____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)
<b>Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</b>
_____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)
<i>Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovas</i>
<b>Bakalauro / magistro baigiamąjį darbą ginti</b> _____
(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)
_____
(data) _____
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>
<b>Bakalauro / magistro baigiamasis darbas įregistruotas</b>
_____
(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)
_____
(data) _____
(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>
<b>Recenzentu skiriu</b> _____
(recenzento vardas, pavardė)
_____
(data) _____
(instituto/ katedros vadovo parašas)
<i>Pildo recenzentas</i>
<b>Darbą recenzuoti gavau.</b> _____
(data) _____
(recenzento parašas)

## **Purlytė, Lina**

Pu 61 Prekės vardo keitimo prielaidos: angliško Lietuvos vardo atvejis: magistrinis darbas/Lina Purlytė; mokslinis vadovas lekt. L. Markevičiūtė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. — Vilnius, 2009. — 62 [4] lap.: lent. — Mašinė. — Santr. angl. — Bibliogr.: p. 57-62 (64 pavad.).

UDK 620.2

**Reikšminiai žodžiai:** *prekės vardas, valstybės vardas, vardo keitimas, Lietuvos vardas, Lietuvos pavadinimas, vardo keitimo rizika.*

Magistro darbo objektas — angliškas Lietuvos vardas Lithuania. Darbo tikslas — identifikuoti valstybės vardo keitimo prielaidas įvertinant jų pagrįstumą angliško Lietuvos vardo atveju. Pagrindiniai darbo uždaviniai: apibrėžti prekės vardo koncepciją bei naudą įmonei; aptarti prekės vardo keitimo prielaidas ir riziką; remiantis aptartomis prekės vardo keitimo prielaidomis išskirti prielaidas, skatinančias valstybės vardo keitimą; išanalizuoti riziką, kurią gali sukelti valstybės vardo keitimas; įvertinti prielaidų, skatinančių valstybės vardo keitimą, pagrįstumą pasirinktu atveju.

Darbe naudojantis keliais tyrimo metodais: dokumentų analize, anglų kalbos ekspertų interviu bei įvaizdžio ekspertų interviu, prieita prie išvados, kad angliško Lietuvos vardo Lithuania keitimo idėja yra nepagrįsta. Nors nustatyta, kad vardas Lithuania yra sunkiai komunikacijoje pritaikomas žodis, tačiau nerasta jokių duomenų ir tyrimų, kurie įrodytų, kad dabartinis angliškas Lietuvos vardo variantas yra nepriimtinas tikslinei jo auditorijai. Be to, angliškas vardas Lithuania tik iš dalies prisideda prie mūsų šalies įvaizdžio formavimo, todėl vien jo pakeitimas nepadėtų suformuoti mūsų šalies įvaizdžio.

Tyrimo metu taip pat nustatyta, kad angliško Lietuvos vardo keitimas mūsų šaliai gali būti rizikingas procesas. Keisdama savo anglišką vardą Lietuva gali susidurti su finansinėmis, dokumentų bei žodynų keitimo problemomis. Naujam angliškam mūsų šalies vardui gali prieštarauti kitos pasaulio valstybės ir patys lietuviai, nes toks vardo keitimas yra kišimasis į nusistovėjusias kalbos normas, senąsias kalbos tradicijas, praeitį bei pačią visuomenę.

Magistro darbas ir jame pateikti duomenys gali būti naudingi LR Vyriausybei, Lietuvos Respublikos Vyriausybės Komunikacijos departamentui bei kitoms valstybinėms institucijoms, kurios užsiima Lietuvos įvaizdžio kūrimu bei formavimu, taip pat visiems Lietuvos ir užsienio mokslininkams, studentams, kurie domisi valstybių vardų svarba ir keitimu. Darbas taip pat gali pasitarnauti konkrečių prekių vardų ir valstybių vardų analizei.

## TURINYS

<b>ĮVADAS</b> .....	<b>5</b>
<b>1. PREKĖS VARDŲ KONCEPCIJA IR KEITIMO PRIELAIDOS</b> .....	<b>9</b>
1.1. Prekės vardo samprata.....	9
1.2. Prekės vardo keitimo prielaidos .....	13
1.2.1. Prekės vardo neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms.....	14
1.2.2. Prekės vardo neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams.....	16
1.2.3. Pasikeitimai įmonės viduje ir siekis pagerinti įvaizdį .....	18
1.3. Prekės vardo keitimo rizika .....	20
<b>2. VALSTYBIŲ VARDŲ KEITIMO PRIELAIDOS</b> .....	<b>23</b>
2.1. Valstybių vardų keitimo prielaidos: valstybių vardų keitimo atvejai pasaulio istorijoje .....	23
2.2. Valstybės vardo keitimo rizika, remiantis įvairių valstybių praktika .....	28
<b>3. PRIELAUDŲ, SKATINANČIŲ ANGLIŠKO LIETUVOS VARDŲ KEITIMĄ, PAGRĪSTUMO NUSTATYMAS. TYRIMAS</b> .....	<b>33</b>
<b>IŠVADOS IR PASIŪLYMAI</b> .....	<b>52</b>
<b>THE ASSUMPTIONS OF CHANGING BRAND NAME: THE ENGLISH CASE OF THE WORD LITHUANIA (SUMMARY)</b> .....	<b>55</b>
<b>BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS</b> .....	<b>57</b>
<b>PRIEDAI</b> .....	<b>63</b>
1 priedas. Anglų kalbos ekspertų interviu.....	63
2 priedas. Interviu klausimynas įvaizdžio ekspertams .....	68
3 priedas. Interviu su įvaizdžio ekspertais išrašai .....	69
4 priedas. Valstybės, kuriose anglų kalba naudojama kaip pirmoji valstybinė kalba.....	77

## ĮVADAS

2008-ieji – tai metai, kuriuos galima vadinti svarbiais metais Lietuvos įvaizdžiui. 2008-ųjų metų rugsėjį Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarijoje pirmą kartą šios šalies istorijoje buvo sukurta Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija, kurioje pirmą kartą prabilta apie valstybės įvaizdžio problemas, iškelta įvaizdžio formavimo pamatinė idėja, nustatomi įvaizdžio formavimo strategijos tikslai. [50] Tą patį 2008-ųjų metų rugsėjį į Lietuvą kurti jos įvaizdžio atvyko pasaulyje gerai žinomas ženklodaros autoritetas Wally Olins'as ir jo komanda „Saffron Brand Consultants“. Šie žymūs konsultantai, 2009-ųjų pavasarį Lietuvai pristatė Lietuvos ekonominio įvaizdžio 2009-2014 metų strategiją, Lietuvos ekonominio įvaizdžio 2009-2011 m. strategijos komunikacijos priemonių detalų planą bei komunikacijos gaires 2012-2014 metams. [36] Susikūrus Europos Sąjungai, atsivėrus sienoms tarp valstybių, nuolatos didėjant turizmo apimtims ir užsienio investicijoms valstybės pradėjo suprasti, kad jos šiame pasaulyje yra lygiai tokie patys produktai, kuriuos renkasi atvykstantys turistai, užsienio investuotojai ir svečiai. Dėl to įvairios pasaulio valstybės vis labiau domisi prekių ženklais ir vis dažniau nusprendžia susikurti savus, unikalius valstybių prekių ženklus. Šios idėjos neaplenkė ir Lietuva. Todėl tai pačiais 2008-aisiais, rugpjūtį, Vilniuje pristatyta Lietuvos „vizitinė kortelė“ – unikalus Lietuvos prekės ženklas, vadinamas Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklu. [51] Lietuvos Respublikos kontūrus primenantis, iš įvairiaspalvių geometrinių figūrų sudarytas prekės ženklas, kurį tituluoja angliškas Lietuvos vardas – Lithuania – buvo sukurtas tam, kad padėtų Lietuvai populiarinti valstybės vardą, skleisti pasauliui informaciją apie tai, kuo Lietuva yra ypatinga ir ką ji gali pasiūlyti užsienio svečiams.

Kaip matyti iš šių faktų, Lietuvos įvaizdžio klausimu turėjo būti nuveikta tikrai nemažai. Bet, deja, visi šie darbai nebuvo rezultatyvūs. Kaip teigiama šių metų balandį paskelbtoje Valstybės kontrolės audito ataskaitoje, Lietuvos įvaizdis formuojamas neracionaliai, tam tikslui skirtos lėšos dažnai naudojamos netinkamai ir visas Lietuvos įvaizdžio formavimas yra vykdomas nepakankamai efektyviai [52]

Kaip jau buvo minėta, 2008-aisiais Lietuva išsirinko savo įvaizdžio formavimo strategiją. Strategijos pamatine idėja tapo šūkis „Lietuva – drąši šalis“. Ši šūki Lietuvai pasiūlė specialiai tam sukurta Lietuvos įvaizdžio formavimo komisija. Tačiau Lietuvos kaip drąsios šalies koncepcija nebuvo vienintelė idėja, kurią pateikė ši komisija. Vienas iš komisijos narių, Paulius Senūta, reklamos agentūros „Not Perfect|Y&R“ direktorius, taip pat iškėlė idėją, kad siekdama įgyvendinti savo naująją įvaizdžio formavimo strategiją, Lietuva turėtų pagalvoti apie galimą angliško Lietuvos vardo Lithuania

keitimą. [32] Tačiau tokia, ganėtinai drastiška P. Senūtos idėja nesulaukė nei žiniasklaidos, nei Vyriausybės atstovų susidomėjimo. Įvardinti priežastį, kodėl ši drastiška idėja sulaukė tiek mažai visuomenės dėmesio, ko gero, nebūtų sunku. Tai – realių faktų stoka. Kiekviena idėja ir mintis, ypač kai yra kalbama apie valstybę, turi būti aiškiai apibrėžta ir paremta moksliniais tyrimais. Šiuo atveju P. Senūtos idėja buvo tik mintis, kuri nebuvo patvirtinta jokiais faktais. Tuo tarpu kaip galima matyti iš Valstybės kontrolės atlikto audito, moksliniai tyrimai ir bet kokių iškeltų idėjų pagrindimas realiais moksliniais faktais yra būtinas ne tik siekiant įrodyti idėjos pagrįstumą, bet ir siekiant išvengti neefektyvaus lėšų bei laiko panaudojimo. Taigi šis mokslinis darbas yra paremtas P. Senūtos iškelta angliško Lietuvos vardo keitimo idėja. Darbe siekiama ne tik išanalizuoti šią įvaizdžio formavimo komisijos nario iškeltą mintį, bet ir pasitelkiant mokslinę literatūrą bei mokslinius tyrimus nustatyti, ar tokia idėja iš tikrųjų gali būti pagrįsta.

Vardų keitimo problema visame pasaulyje yra aktuali ne tik įmonėms, bet ir valstybėms. Valstybės, kurios šiais laikais pamažu tampa rinkos dalyvėmis, taip pat yra suinteresuotos išlikti patrauklios savo tikslinėms auditorijoms: turistams ar naujiems investuotojams. Dėl to valstybės, tarp jų ir Lietuva, turėtų būti priverstos rūpintis savo vardais.

Galima išskirti pora priežasčių dėl kurių svarbu kalbėti apie anglišką Lietuvos vardą ir kurios tuo pačiu gali įrodyti P. Senūtos iškeltą angliško Lietuvos vardo keitimo idėjos svarbą. Pirmoji priežastis susijusi su pradiniu išpūdžiu. Valstybės vardas pristato, reprezentuoja valstybę. Tai yra pradinio išpūdžio apie valstybę formuotojas, nes pirmą kartą išgirdęs valstybės vardą, kiekvienas žmogus susidaro apie valstybę tam tikrą jos vaizdą. Antroji priežastis yra susijusi su valstybės vardo naudojimu. Angliškas Lietuvos pavadinimas, kaip ir kitų valstybių pavadinimai, naudojamas ir minimas visame pasaulyje: žmonių kasdienybėje bei oficialiuose susitikimuose. Taip yra todėl, kad anglų kalba yra viena populiariausių kalbų, naudojamų ne tik turizmo srityje, bet ir oficialiuose aukštų pareigūnų dokumentuose bei susitikimuose. Todėl būtent angliškas Lietuvos pavadinimas dažniausiai skamba užsienyje kalbant apie mūsų valstybę.

Taigi, šio magistrinio darbo *tikslas* — identifikuoti valstybės vardo keitimo prielaidas įvertinant jų pagrįstumą angliško Lietuvos vardo atveju.

Darbo *uždaviniai*:

1. apibrėžti prekės vardo koncepciją bei naudą įmonei;
2. aptarti prekės vardo keitimo prielaidas ir riziką;
3. remiantis aptartomis prekės vardo keitimo prielaidomis išskirti prielaidas, skatinančias valstybės vardo keitimą;

4. išanalizuoti riziką, kurią gali sukelti valstybės vardo keitimas;
5. įvertinti prielaidų, skatinančių valstybės vardo keitimą, pagrįstumą pasirinktu atveju.

Darbas susideda iš trijų esminių skyrių. Pirmajame darbo skyriuje bus kalbama apie prekės vardą. Jame pateikiama prekės vardo sąvoka, nustatomas prekės vardo bei prekės ženklo, produkto ir įmonės tarpusavio santykis. Šioje dalyje aptariama nauda, kurią neša prekės vardas, išanalizavus literatūrą pateikiamos įvairios prekių vardų keitimo prielaidos bei aptariama prekių vardų keitimo rizika.

Antrasis darbo skyrius skiriamas valstybių vardams. Šioje dalyje išskiriamos valstybių vardų keitimo prielaidos bei aptariama su valstybių vardų keitimu susijusi rizika. Skyriuje, remiantis kitų šalių praktika, yra nusakomos problemos, su kuriomis susidūrė prekės vardą nusprendusios pakeisti valstybės ir išskiriama rizika, kuri gali grėsti prekės vardą nusprendusiai pasikeisti valstybei.

Trečiasis darbo skyrius skiriamas angliško Lietuvos vardo tyrimui. Jame pristatomas darbe atliktas empirinis tyrimas ir naudoti tyrimo metodai: dokumentų analizė; žvalgybinis tyrimas ir ekspertų interviu: anglų kalbos ekspertų interviu bei įvaizdžio ekspertų interviu.

Įvairių dokumentų istorijos tema analizė darbe naudota kaip metodas, kuris padėjo išsiaiškinti Lietuvos vardo raidą bei kaitą. Žvalgybinis tyrimas darbe naudotas kaip priemonė papildomai informacijai apie interviu metu apklausiamus ekspertus gauti. O ekspertų interviu pasirinktas kaip metodas specifinei, specialistų pateikiamai informacijai gauti.

Reikėtų paminėti, kad šis magistro baigiamasis darbas parašytas *analogijos* metodu, pagal kurį prekės vardas tapatinamas su valstybės vardu. Tokio metodo panaudojimą paskatino anksčiau rašytas mokslo tiriamasis darbas. Mokslo tiriamojo darbo, tema „Stipraus prekės ženklo kūrimas“, tikslas buvo išsiaiškinti, ar valstybių prekių ženklų kūrimui galioja tos pačios kūrimo taisyklės kaip ir produktų prekių ženklų kūrimui. Atlikus literatūrinės medžiagos analizę bei ryšių su visuomene ir marketingo specialistų interviu, buvo nustatyta, kad Lietuvos (t.y. valstybės) prekės ženklas gali būti kuriamas remiantis tomis pačiomis taisyklėmis, kaip kad kuriami ir produktų prekių ženklai. Tokia mokslinio darbo išvada paskatino naujų hipotezių kėlimą: jeigu valstybės prekės ženklas gali būti kuriamas remiantis tomis pačiomis taisyklėmis kaip ir produkto prekės ženklas, vadinasi, valstybės prekės ženklas taip pat turėtų būti keičiamas remiantis tomis pačiomis taisyklėmis kaip ir produkto prekės ženklas. O jeigu valstybės prekės ženklas yra keičiamas remiantis tomis pačiomis taisyklėmis kaip ir produkto prekės ženklas, vadinasi ir visi valstybės prekės ženklo elementai (tarp jų ir prekės vardas) turėtų būti keičiami remiantis tomis pačiomis taisyklėmis kaip kad keičiami ir produktų prekių ženklų elementai. Dėl to šiame darbe visų pirma yra ieškoma taisyklių, kurios padėtų nusakyti, kodėl yra keičiami produktų prekių vardai, o tuomet, remiantis tomis taisyklėmis, analizuojami ir valstybių vardų keitimo atvejai bei išskiriamos valstybių vardų keitimo prielaidos.

Skirtingai nei Vakarų pasaulio šalyse, kur prekių vardai jau yra tapę įprastu dalyku, Lietuvoje jiems vis dar skiriama labai mažai dėmesio. Todėl šis darbas bei jame pateikiama informacija, kurią pavyko surinkti, gali būti ypač naudingas Lietuvos Respublikos Vyriausybei, Lietuvos Respublikos Vyriausybės Komunikacijos departamentui bei kitoms valstybinėms institucijoms, kurios užsiima Lietuvos įvaizdžio kūrimu bei formavimu, taip pat visiems Lietuvos ir užsienio mokslininkams, studentams, kurie domisi valstybių vardų svarba ir keitimu. Darbas taip pat gali pasitarnauti konkrečių prekių vardų ir valstybių vardų analizei.



## 1. PREKĖS VARDŲ KONCEPCIJA IR KEITIMO PRIELAIIDOS

Pirmasis šio darbo skyrius skiriamas prekių vardų sampratai bei keitimo prielaidoms aptarti. Jis yra sudarytas iš dviejų esminių informacijos blokų. Pirmajame bloke analizuojama prekės vardo sąvoka: kas yra prekės vardas, kokie prekės vardo apibrėžimai dažniausiai sutinkami mokslinėje literatūroje ir su kuo jis dažniausiai siejamas. Antrasis blokas skirtas konkrečioms prekių vardų keitimo prielaidoms išskirti. Jame išskiriamos kelios prielaidų grupės, kurios sąlygoja prekių vardų keitimą, bei išskiriama rizika, kurią gali sukelti prekės vardo keitimas.

### 1.1. Prekės vardo samprata

Literatūroje terminas „prekės vardas“ yra aiškinamas labai įvairiai. Skirtingoje literatūroje galima rasti įvairių prekės vardo apibrėžimų: vieni jų pabrėžia prekės vardo paskirtį, kiti – sudėtį.

Prekės vardas – tai žodis arba žodžiai, kurie identifikuoja produktą arba gamintoją, pavyzdžiui, „Apple“, „Coca-Cola“, IBM, „Sony“, „Toyota“. [9]

Prekės vardas – tai vardas, kurį produktui ar produktų grupei suteikia gamintojas. [10]

Kiti išskiria ne „prekės vardo“, o tiesiog „vardo“ apibrėžimą, kuris siejamas ne tik su „prekės vardo“ sąvoka, bet ir su produktų, įmonių pavadinimais: vardas yra tai, ką vartotojas pirmiausia sužino apie produktą arba jį valdančią įmonę. [11]

Tačiau bene dažniausiai „prekės vardas“ siejamas su tarimu, raidine išraiška bei „prekės ženklo“ sąvoka. Prekės vardas apibrėžiamas kaip neatskiriama prekės ženklo dalis.

Prekės vardas – tai raidinio, žodinio arba žodžių kombinacijų pavidalo prekės ženklo dalis, kuri gali būti ištariama. [6]

Prekės vardas – tai ta prekės ženklo dalis, kuri gali būti ištariama, užrašoma. Prekės vardą gali sudaryti raidės, numeriai, žodžiai arba jų rinkinys. [18] Tai reiškia, kad sąvoka „prekės vardas“ apima tik tekstinę prekės ženklo dalį, t.y. rašomuosius arba kalbinius prekės ženklo elementus.

Prekės vardas – tai sakytinė prekės ženklo dalis, kurią sudaro raidės, skaičiai arba žodžiai. [1]

Prekės vardas – tai tariamoji prekės ženklo dalis, susidedanti iš raidžių, žodžių ir (arba) jų junginių. Kiekvienas produktas gali turėti individualų prekės vardą, tačiau ir visi produktai paėmus kartu gali turėti vieną bendrą prekės vardą. Taip pat prekių vardai gali jungti kelias skirtingas produktų grupes, o kartais pasitaiko atvejų, kuomet gamintojas prekės vardą priderina prie visos įmonės vardo. [7]

Žvelgiant į visus šiuos prekės vardo apibrėžimus, galima matyti, kad juose išryškėja keli pagrindiniai bruožai, kurie, remiantis literatūroje pateiktais apibrėžimais, būdingi prekės vardui.

**Sąsaja su prekės ženklu.** Aiškinant prekės vardo sąvoką daugumoje apibrėžimų vienaip ar kitaip minima prekės ženklo sąvoka. Dėl to vertėtų pabandyti suprasti, kas yra tas prekės ženklas ir kodėl jis taip stipriai siejamas su prekės vardu. Tam, visų pirma, vertėtų peržvelgti literatūroje pateikiamus prekės ženklo apibrėžimus.

Prekės ženklas – tai pavadinimas, simbolis, dizainas, išskirtinis spalvingumas, tam tikras elementų išdėstymas ar kita prekės identifikavimo informacija. [18]

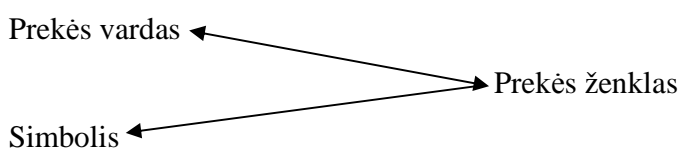
Prekės ženklas – tai vardas, ženklas arba simbolis, naudojamas identifikuoti produktus ir padedantis atskirti vienos įmonės produktus nuo kitos įmonės produktų. [1]

Prekės ženklas – tai vardas, ženklas arba simbolis, kuris reprezentuoja vartotojo patirtį su jį siejančia įmone, produktu ar paslauga. [8]

Prekės ženklą sudaro:

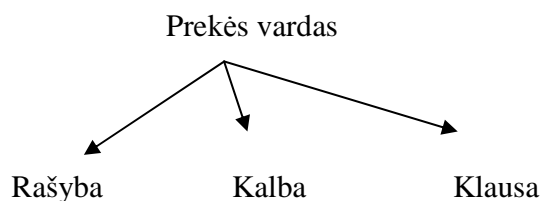
- a. prekės simbolis ir jo spalvos;
- b. prekės vardas. [18]

Visuose aukščiau pateikiamuose apibrėžimuose kartojasi tie patys elementai – simbolis (arba ženklas, žymuo) bei vardas (arba pavadinimas). Taigi, galima daryti išvadą, kad ryšys tarp prekės vardo bei prekės ženklo literatūroje piešiamas abipusis: prekės vardo sąvoka siejama su prekės ženklo sąvoka, o prekės ženklo apibrėžimas neįsivaizduojamas be prekės vardo sąvokos. Grafiškai ši priklausomybė pavaizduota 1 schemoje.



1 schema. Prekės vardo ir prekės ženklo ryšys [1, 8, 18]

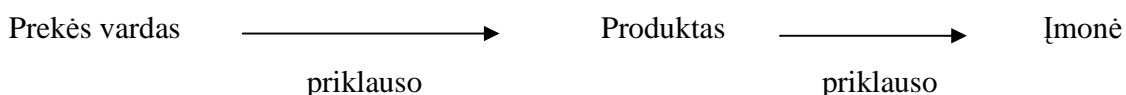
**Sąsaja su tartimi.** Beveik visuose prekės vardo apibrėžimuose prekės vardo sąvoka siejama su raidėmis, žodžiais, tarimu, kalba ir kalbėjimu. Tuo pažymima, kad prekės vardo sąvoka yra vien tik su lingvistika susijusi sąvoka. Tai sąvoka, apimanti rašybą, kalbą bei klausą. Ji neapima spalvų ar grafinių elementų.



2 schema. Prekės vardo sąsaja su tartimi [6, 7, 8, 9, 10, 11, 18]

**Sąsaja su tam tikru produktu ir (arba) įmone.** Apibrėžimuose prekės vardas taip pat neatsiejamas nuo produkto ir įmonės. Galima pastebėti, kad apibrėžimuose minima prekės vardo priklausomybė nuo įmonių bei produktų. Tokie žodžiai kaip „vardą valdanti įmonė“ arba „vardą suteikia gamintojas“, „vardas identifikuoja produktą“ rodo prekės vardo bei produkto ir įmonės tarpusavio priklausomybę. Vardas identifikuoja produktą, kuris priklauso tam tikrai įmonei.

Šią priklausomybę galima pavaizduoti tokia schema.



3 schema. Prekės vardo sąsaja su produktu ir įmone [1, 8, 18]

Taigi, galima teigti, kad mokslinėje literatūroje prekės vardo koncepcija dažniausiai siejama su trimis pagrindiniais aspektais: prekės ženklu, tartimi bei įmone arba produktu. Prekės vardas su prekės ženklu literatūroje siejasi dviem aspektais. Pirma, prekės vardo sąvoka siejama su prekės ženklo sąvoka. Antra, prekės ženklo apibrėžimas neišivaizduojamas be prekės vardo sąvokos. Prekės vardo siejimas su tartimi pažymi lingvistinę prekės vardo prigimtį ir nurodo tai, kad prekės vardas yra tik sakytinė arba rašytinė prekės ženklo dalis. Prekės vardo sąvoka taip pat siejama su tam tikra įmone arba produktu, nes prekės vardas identifikuoja produktą, kuris priklauso tam tikrai įmonei.

Tačiau kalbant apie prekių vardus iškyla nemažai klausimų: ne tik, kas yra prekės vardas, kaip jis siejasi su prekės ženklu, bet ir kokią naudą produktui suteikia prekės vardas, ar prekės vardas yra svarbi ir būtina prekės ženklo dalis ir pan. Iš tiesų, prekės vardo nešama nauda yra didelė, tačiau ne visos įmonės (ypač Lietuvos) skiria tiek dėmesio prekių vardų kūrimui bei vystymui, kiek jo turėtų skirti. Tik nedaugelis kompanijų visame pasaulyje samdo specialistus, kurie specializuojasi prekių vardų kūrime ir padeda kompanijoms sukurti pritaikytą rinkai prekės vardą, kuris padėtų visam prekės ženklui lengviau komunikuoti reikiamas vertybes.

Yra daugybė priežasčių dėl kurių įmonės savo produktams suteikia prekių vardus. Viena jų yra tai, kad labiau negu simboliai ar šūkiei prekių vardai gali padidinti produktų pardavimus. [17] Tačiau tai tik viena iš priežasčių, kodėl įmonės imasi investuoti į prekių vardų valdymą. Prekės vardas gali žymiai daugiau negu tik kad padidinti produktų pardavimus. Žemiau pateikiamos priežastys, kurios patvirtina faktą, kodėl yra svarbu nuolatos valdyti, vystyti ir prižiūrėti prekės vardą:

- Prekės vardas – tai pats aktyviausias įmonės informacijos nešėjas. Jį dažniausiai mato bei girdi vartotojai, darbuotojai ir partneriai. [27] Labai dažnai būtent prekės vardas yra tai, ką vartotojas pirmiausiai sužino apie produktą arba įmonę. Būtent prekės vardas kuria lemtingąjį pirmąjį išpūdį apie produktą ir šis pirmasis išpūdis dažnai nulemia jo santykį su įmone, siūlomu produktu ar paslauga. [11]

- Prekės vardas – tai prekės ženklo vizitinė kortelė. Kiekvienas prekės ženklas yra sudarytas iš atributų. Prekės ženklo atributai yra visa tai, kas išskiria prekės ženklą iš kitų prekių ženklų. Įmonės arba produkto pavadinimas yra vienas pagrindinių prekės ženklo žymų, užtikrinančių jam pripažinimą. Įdomus, skambus prekės vardas suteikia pirmąjį išpūdį ir iššaukia tam tikras asociacijas, siejamas su prekės ženklu. [15]

- Prekių vardai tiesiogiai asocijuojasi su produkto kokybe ir kaina. [13] Tai itin svarbu, kai produktas rinkoje pozicionuojamas būtent remiantis viena iš šių jo savybių. Prekių varduose, naudojantis žodžiais, gali būti „užkoduojama“ informacija, kuri byloja apie produkto kokybę ir kainą. Pavyzdžiui, dauguma pirkėjų žino, kad produktai su pavadinimu „Premium“ yra aukštos kokybės, o produktai su pavadinimu „Price“ yra žymiai pigesni.

- Prekės vardas yra viena svarbiausių prekės ženklo dalių, nes jis reprezentuoja produktą ar įmonę visoje šalyje arba netgi užsienyje. Prekės vardas gali būti tas veiksnys, kuris gali daryti didelę įtaką ir netgi turėti lemiamą sprendimą sėkmingai įmonės veiklai arba sėkmingam produkto gyvavimui rinkoje. Įmonės arba produkto vardas lydi produktą arba įmonę visą jo gyvavimo laikotarpį. [14]

- Kaina. Dažnai populiarūs prekių vardai suteikia įmonėms motyvaciją pakelti produkto kainą labiau negu produktų su nežinomais prekių vardais. [17] Stipraus ir tinkamo produkto prekės vardo parinkimas gali lemti didesnę pelną visai įmonei [14]. Stiprus, geras ir tikslinį vartotoją atitinkantis prekės vardas skatina jį įsigyti produktą. Išaugęs produktų perkamumas užtikrina didesnes pajamas, o šios – didesnę pelną.

- Atpažįstamumas. Prekės vardas padeda atpažinti produktą. Skambus, paprastas, bet kartu ir originalus, prekės vardas dažniausiai yra lengvai įsidėmimas vartotojo. Yra nemaža tikimybė, kad vartotojas, atkreipęs dėmesį į jam patinkantį prekės vardą, įsimins jį ir ieškos šiuo vardu pažymėtų

produktų ir kitą kartą. Žinodamas prekės vardą vartotojas galės lengvai atpažinti produktą iš kitų produktų.

- Vientisumas. Populiarus prekės vardas gali padėti išpopuliarinti ne tik tam tikrą produktą, bet ir visą produktų grandinę, kurie vadinami tuo pačiu vardu. [17] Prekių vardai itin stipriai gali pasitarnauti tuomet, kai tuo pačiu vardu vadinamas ne vienas produktas, o ištisa jų serija, pavyzdžiui, „Colgate“ dantų šepetėlis, dantų pasta ir burnos skalavimo skystis. Vartotojas, likęs patenkintas vienu iš šių produktų, galės lengvai atpažinti ir kitus tos pačios įmonės gaminamus gaminius. Tikėtina, kad jeigu bent vienas iš šių produktų atitiks vartotojo lūkesčius jis nuspręs išmėginti ir kitus tos pačios įmonės produktus. Tuo tarpu prekės vardas padės jam juos greičiau atpažinti lentynoje.

Taigi, prekės vardas gali nešti visokeriopą naudą jį valdančiai įmonei. Pirma, prekės vardas padeda identifikuoti produktą ir yra informacijos apie produktą šaltinis. Antra, prekės vardas komunikuoja produkto vertybes ir reprezentuoja patį produktą. Trečia, reprezentuodamas produktą, prekės vardas reprezentuoja ir produktą gaminančią įmonę bei veikdamas kartu su prekės ženklu prisideda prie įmonės pelno didinimo.

Visame šiame skyriuje buvo kalbama apie fundamentalius prekių vardų dalykus: aiškinama prekės vardo sąvoka, jo sąsaja su prekės ženklu, produktu bei įmone, nusakoma nauda, kurią neša prekės vardas. Galiausiai, išanalizavus literatūroje esančią medžiagą, prieita prie išvados, kad prekės vardas yra glaudžiai susijęs su prekės ženklu, su tartimi bei tam tikru produktu arba įmone. Kiekvienas prekės vardas yra tam tikro prekės ženklo dalis, jis yra tam tikru būdu užrašomas bei ištariamas ir priklauso tam tikrai įmonei bei identifikuoja tam tikrą produktą arba paslaugą. Prekės vardas yra labai svarbus kiekvienam produktui ir neša didelę naudą kiekvienai įmonei. Prekės vardas padeda identifikuoti bei atpažinti produktus, suteikia jiems savitumo, ir tuo pačiu skatindamas lojalumą prisideda prie įmonės pelno didinimo.

Aptarus prekės vardo sąvoką bei naudą įmonei, galima išskirti pagrindines prielaidas, kurios skatina prekės vardo keitimą. Šios prielaidos pateikiamos kitame poskyryje.

## **1.2. Prekės vardo keitimo prielaidos**

Literatūroje konkrečios, mokslinės informacijos tema, kada turėtų būti keičiamas prekės vardas, vis tik yra nepakankamai. Juo labiau, kai kalbama apie valstybės prekės vardo keitimą. Visgi surinkus bei susisteminus rastą informaciją, galima išvelgti tam tikrus niuansus, kuriuos galima išskirti kaip prekės vardo keitimo prielaidas. Šias priežastis galima sugrupuoti į tris dalis:

1. Prekės vardo neatitikimas bazinėms prekių vardų taisyklėms.

2. Prekės vardo neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams.
3. Pasikeitimai įmonės viduje ir siekis pagerinti įvaizdį.

Visas šias prekės vardo keitimo prielaidų grupes vertėtų paanalizuoti nuodugniau.

### **1.2.1. Prekės vardo neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms**

Pirmoji priešasčių grupė, kuri gali iššaukti prekės vardo keitimą, yra prekės vardo neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms. Šių priešasčių grupės esmė ganėtinai aiški: kaip ir daugelis dalykų pasaulyje prekės vardas turi atitikti tam tikrus reikalavimus. Tie reikalavimai – tai tam tikros konkrečios esminės taisyklės, nusakančios koks prekės vardas gali būti, koks – ne. Jeigu prekės vardas neatitinka šių esminių, arba kitaip sakant, bazinių prekės vardo taisyklių, jis turėtų būti keičiamas. Taip yra todėl, kad prekės vardas perteikia daug informacijos produkto vartotojui. Jis yra viso prekės ženklo dalis. Tuo tarpu prekės ženklas reprezentuoja tam tikrą produktą, o produktas priklauso tam tikrai įmonei. Visi šie veiksniai yra tarpiai susiję į vieną grandinę, todėl visos šioje grandinėje kylančios pasekmės – tiek teigiamos, tiek neigiamos – perduodamos iš vieno grandinės veiksnio kitam: jeigu prekės vardas, neatitinkdamas esminių taisyklių, „dirba“ nuostolingai, nuo to kenčia prekės ženklas, dėl kurio kenčia produkto pardavimai, o dėl to kenčia visa įmonė. Yra tikimybė, kad prekės vardas, atitinkantis tik esminėms prekių vardų taisyklėms, įmonei pelno neneš. Tačiau esminių taisyklių atitikimo užtikrinimas gali būti svarbus norint bent jau nesužlugdyti ir neprarasti esamo prekės vardo, o kartu ir prekės ženklo.

Literatūroje galima rasti nemažai reikalavimų, kurie skiriami prekių vardams. Dauguma jų apima žodžio ilgumą, ištarimą, skambesį, asociacijas.

Prekės vardas turi [3]:

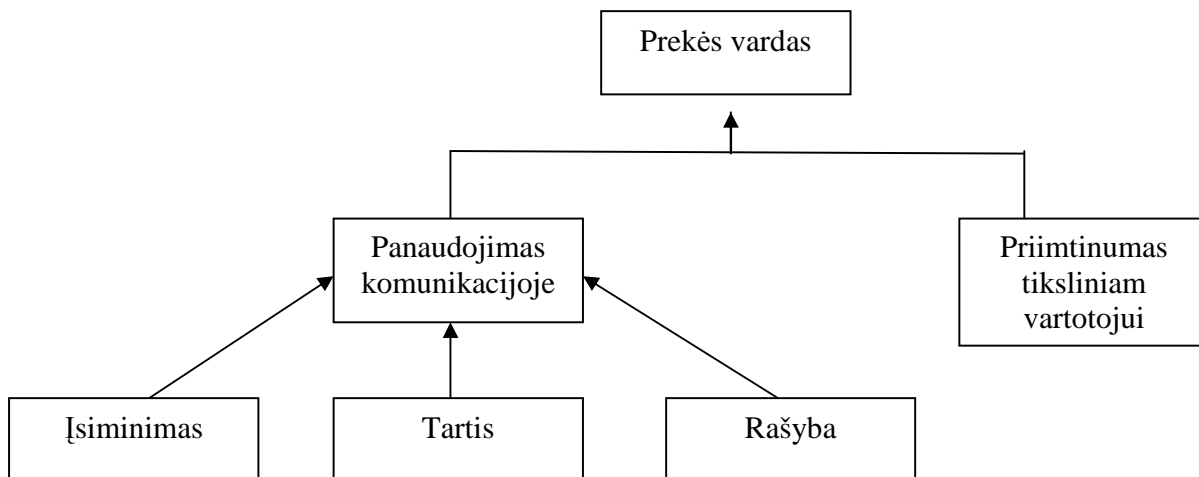
- sukelti teigiamas asociacijas vartotojams;
- būti lengvai ištariamas;
- būti lengvai įsimenamas;
- deklaruoti tam tikrą produkto naudą;
- būti toks, kad nepažeistų įstatymų.

„Business Hotline Publications“ išleistoje knygoje „Directors Briefing: a book in four pages“, kurioje sudėti įvairių įmonių bei organizacijų vadovų pasisakymai prekių ženklų tema, teigiama, kad prekių vardai turi atitikti vartotojų skonį ir neprieštarauti pagrindinėms produkto ar paslaugos savybėms. [12]

Graeme Beal, Naujosios Zelandijos „Zenit“ leidybos įmonės bei finansų kompanijos „Aspire Finance Ltd“ savininkas, „The Healthy Thinking Institute Ltd“ akcininkas, savo knygoje „Small Business Toolbox“ pažymi, kad prekės vardas turi būti ne ilgesnis kaip 4 žodžiai. Jis taip pat turi būti lengvai ištariamas, lengvai rašomas, neturi neerzinti vartotojo ir būti agresyvus. G. Beal pastebi, kad jeigu tai yra angliškas prekės vardas, jis neturėtų prasidėti žymimuoju artikeliu „the“. [5]

Panašius reikalavimus prekių vardams pabrėžia ir John U. Farley savo straipsnyje „Brand Loyalty and the Economics of Information“. Jis teigia, kad prekių vardai turi būti lengvai įsimenami, lengvai ištariami ir lengvai atpažįstami. [2] Tokius pačius reikalavimus prekių vardams išskiria ir garsus JAV rinkodarininkas Al Ries teigiantis, kad geras prekės vardas turi lengvai cirkuliuoti žmonių komunikacijoje. Ši privalumą turi vardai, kurie yra lengvai užrašomi, lengvai ištariami bei patrauklūs ausiai ir akiai. [11] Kaip prekės vardo, atitinkančio bazinius prekės vardo reikalavimus pavyzdį, jis įvardija prekės vardą „Google“. A. Ries taip pat kritikuoja vardus, sudarytus iš abreviatūrų (santrumpų). Vienoje savo publikacijų rinkodarininkas kritikuoja garsų reklamų agentūrų tinklą „J. Walter Thompson“, pakeitusį vardą į „JWT“. Nors vizualiai naujasis vardas atrodo trumpesnis, tačiau tariamas jis kaip ir senasis vardas – penkiaais skiemenimis. [11]

Taigi, apžvelgus visus šiuos skirtingų autorių išskirtus bazinius reikalavimus prekių vardams, galima surasti juose bendras taisykles, būtinas visiems prekių vardams. Visų pirma, prekės vardas turi būti toks, kad jis būtų tinkamas komunikacijai. Šis reikalavimas susijęs su trimis aspektais: įsiminimu, tartimi ir rašyba. Tokie reikalavimai kaip „prekės vardas turi būti ne ilgesnis kaip 4 žodžiai“, „prekės vardas turi būti gerai įsimenamas“ liudija apie tai, kad prekės vardas turi būti toks, kurį žmonės galėtų lengvai įsiminti. Toks reikalavimas kaip prekės vardas „turi būti lengvai tariamas“, kurį mini beveik visi autoriai, parodo, kad prekės vardas yra glaudžiai susijęs su tartimi ir kad lengva prekės vardo tartis yra vienas bazinių prekės vardo reikalavimų. Tokie reikalavimai kaip kad „nesunkiai rašomas“, „varde derėtų vengti sunkios rašybos“ yra susiję su raidine prekės vardo dalimi ir parodo tai, kad prekės varde neturi būti vietų, kurios gali kelti abejonių rašant prekės vardą. Visų antra, prekės vardas turi atitikti tikslinį vartotoją. Tokie žodžiai kaip „patrauklūs ausiai ir akiai“, „vardai turi atitikti vartotojų skonį“, „sukelti teigiamas asociacijas vartotojui“, „neturi erzinti vartotojų“ parodo, kad prekės vardas turi būti priimtinas vartotojui. Šiuos keturis bazinius reikalavimus prekių vardams galima pavaizduoti tokia schema:



4 schema. Pagrindiniai reikalavimai prekės vardui [2, 3, 5, 11, 12]

Taigi, apibendrinant visą šį poskyrį galima teigti, kad prekių vardams yra keliami du pagrindiniai reikalavimai. Pirmasis, yra lengvas prekės vardo panaudojimas komunikacijoje (kuris apima lengvą prekės vardo įsiminimą, tarimą bei lengvą rašybą), antrasis – prekės vardo priimtumas tiksliniam vartotojui (kuris nusako, ar prekės vardas tenkina vartotojų lūkesčius ir ar yra jiems priimtinas). Remiantis šia išvada, galima suformuluoti pirmąją prielaidų grupę, kuri gali sąlygoti prekės vardo keitimą. Tai sunkus prekės vardo panaudojimas komunikacijoje bei priimtumo tiksliniams vartotojams praradimas.

Tačiau neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms yra tik pirmoji prielaidų grupė, kuri gali paskatinti prekės vardo keitimą. Prekių vardų keitimo prielaidomis kartais gali tapti ir kiti veiksniai. Jie aptariami kitame skyrelyje.

### 1.2.2. Prekės vardo neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams

Ankstesniame skyrelyje buvo išskirta pirmoji prielaidų, skatinančių keisti prekės vardą, grupė. Tačiau ši grupė nėra vienintelė prekių vardų keitimo prielaida. Antroji prielaidų grupė, kuri gali tapti prekės vardo keitimo priežastimi, yra prekės vardo neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams. Kaip buvo minėta, prekės vardas neša nemažą naudą jį valdančiai įmonei. Tačiau naudą įmonei gali nešti tik toks prekės vardas, kuris gali būti vadinamas efektyviu arba stipriu prekės vardu. Tik stiprus prekės vardas gali užtikrinti naudą jį valdančiai įmonei. Todėl šios prekių vardų keitimo prielaidų grupės esmę galima būtų nusakyti taip: tik stiprus prekės vardas gali duoti naudą įmonei. Jeigu stiprus prekės vardas pradeda prarasti (arba jau yra praradęs) savo stipraus prekės vardo savybes, jis gali tapti nebe



naudingas ir įmonei. O tai ir gali tapti prekės vardo keitimo prielaida. Tai, kad prekės vardas atitiktų stipraus prekės vardo taisyklėms, yra svarbu toms įmonėms, kurios pastoviai investuoja į prekės vardą ir siekia iš prekės vardo gauti naudos.

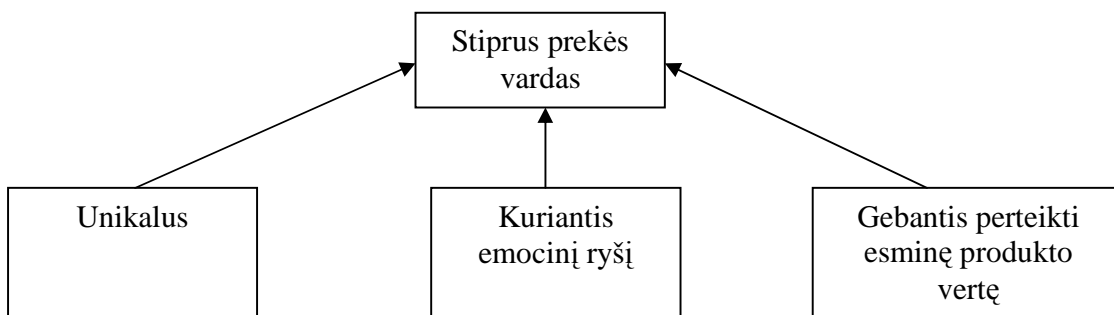
### **Stipraus prekės vardo savybės**

Remiantis literatūroje išdėstyta medžiaga stipraus prekės vardo tema, galima suformuluoti tokį stipraus prekės vardo apibrėžimą: stiprus prekės vardas – tai vardas, ne tik atitinkantis bazinius prekių vardų reikalavimus, bet ir turintis stipriems prekių vardams būdingas savybes, kurios prekės vardui sukuria tam tikrą pridėtinę vertę. Stiprių prekių vardų savybėmis laikytinos šios savybės:

- **Unikalumas.** Stiprus prekės vardas skiriasi nuo kitų prekių vardų ir turi unikalumo. Prekės vardo unikalumas gali pasireikšti per žodžius, raides, taip pat per netradicinius raidžių ir žodžių junginius. Neretai atskirose verslo šakose nusistovi tam tikri vardų darybos principai ir atskiri rinkos veikėjai, nors ir siekdami išskirtinumo, apsiriboja gana ribotomis garsų ir raidžių kombinacijomis, pavyzdžiui, tarp interneto reklamos kompanijų populiarūs vardų elementai yra „ad“, „net“, „web“. [11] Tačiau ši tendencija nėra gera, nes tik toks prekės vardas, kuris skiriasi nuo kitų prekių vardų savo unikalumu, neša naudą jį valdančiai įmonei. Taip yra todėl, kad žymiai daugiau žmonių pastebi ir įsimena būtent unikalius prekių vardus. [14]

- **Emocinio ryšio sukūrimas.** Stiprus prekės vardas padeda užmegzti emocinį ryšį tarp produkto arba įmonės ir tikslinių jo arba jos vartotojų segmentų. [11] Stiprūs prekių vardai turi savybę patraukti vartotojus per tam tikras emocijas, pavyzdžiui, asocijuotis su racionaliais, patikimais ir kompetentingais paslaugą teikiančiais (arba produktą gaminančiais) profesionalais. Arba atvirškščiai, sietis su šiluma, jaukumu ir pan. Emocinis (psichologinis) ryšys tarp vartotojo ir prekės vardo yra labai svarbus, nes jis užtikrina vartotojo lojalumą.

- **Gebėjimas perteikti esminę produkto vertę.** Stiprus prekės vardas yra ne tik naudojamas komunikacijoje. Jis sugeba ir pats komunikuoti. Per komunikaciją stiprus prekės vardas perteikia vartotojui pagrindines vertybes, kurias jam priskiria įmonė. Šiuo atveju prekės vardas tampa ne tik užrašu ant produkto pakuotės, kuriam vertę sukuria pats produktas arba įmonė. Jis pats geba perteikti esminę produkto vertę produkto vartotojui, taip atlikdamas dalį to, ką įmonei sukuria reklama bei kita marketingo komunikacija. [11] Prekės vardas gali komunikuoti aibę vertybių, kurias, kurdama bendrą prekės ženklą strategiją, jam nustato įmonė, pavyzdžiui, nuoroda į tradicines vertybes, praeitį, šeimą (prekės vardas „Rokiškio Naminis“).



5 schema. Stipraus prekės vardo savybės [11, 14]

Taigi, stiprų prekės vardą apibūdina trys pagrindiniai kriterijai: prekės vardo unikalumas, kuris reiškia tai, kad stiprus prekės vardas skiriasi nuo kitų prekių vardų ir turi savo unikalių bruožų; emocinio ryšio sukūrimas, parodantis prekės vardo gebėjimą sukurti su produkto vartotoju emocinį ryšį; ir gebėjimas perteikti emocinę produkto vertę, reiškiantis tai, kad stiprus prekės vardas sugeba iškomunikuoti tam tikras produkto ar įmonės vertybes savo tikslinėms auditorijoms. Tik toks vardas, kuris turi visus šiuos tris stipraus prekės vardo kriterijus, gali būti vadinamas stipriu prekės vardu. Būtent iš šios išvados išplaukia kita svarbi darbo išvada. Jeigu prekės vardas neatitinka stipraus prekės vardo kriterijų, jis, kaip ir buvo minėta skyrelio pradžioje, gali nebesugebėti užtikrinti naudos jį valdančiai įmonei. Dėl to stipraus prekės vardo kriterijų neatitikimas gali tapti dar viena prielaidų grupe keisti prekės vardą.

Kaip paaiškėjo šiame skyrelyje, stipraus prekės vardo keitimo prielaidomis gali tapti prekės vardo neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams. Tačiau egzistuoja dar viena prielaidų grupė, kuri gali sąlygoti prekės vardo keitimą. Prekės vardo keitimas gali būti susijęs su viso prekės ženklo keitimu. Apie tokią prekių vardų keitimo prielaidų grupę kalbama kitame poskyryje.

### 1.2.3. Pasikeitimai įmonės viduje ir siekis pagerinti įvaizdį

Iš to, kas buvo pateikta aukščiau, galima matyti, kad prekės vardas gali būti keičiamas tuomet, kai jis pats netenkina tam tikrų jam keliamų reikalavimų. Tačiau prekės vardas nėra autonominis vienetas. Jis yra neatskiriama sudėtinė prekės ženklo dalis. Dėl to prekės ženklo keitimo priežastys virsta ir prekės vardo keitimo priežastimis, o įmonėms keičiant prekės ženklą dažnai keičiamas ir prekės vardas. Todėl šiame darbe yra svarbu kalbėti ne tik apie prekės vardo keitimo priežastis, bet ir viso prekės ženklo (kuris sąlygoja prekės vardo keitimą) keitimo priežastis. Prekių ženklų keitimo prielaidoms aptarti yra skiriamas šis skyrelis.

Rinkos dalyviai, kurie gana dažnai susiduria su prekių ženklų keitimu, yra įmonės. Marketingo bei rinkodaros specialistai pripažįsta faktą, kad įmonės dažnai keičia prekių ženklus, o kartu ir prekių vardus, kuomet jų veikloje vyksta įvairūs pasikeitimai. Linas Šimonis, rinkodaros strategijos konsultantų įmonės „Šimonis marketing“ įkūrėjas ir vadovas, elektroninės knygos „The New Rules of Business Blogs“ autorius, teigia, kad įmonės keičia produktų prekių ženklus, o kartu ir vardus, dėl kelių priežasčių. Visų pirma, prekių ženklai keičiami dėl vidinių priežasčių, t.y. pasikeitimų įmonės viduje. Pasikeitimai įmonių viduje gali vykti dėl daugybės skirtingų priežasčių: kuomet vieną įmonę įsigyja kita įmonė, kuomet įmonės susijungia, kuomet įmonė nutaria plėtoti verslą užsienyje, kuomet įmonė keičia arba plečia savo veiklą, kuomet pasikeičia įmonės vadovybė. Anot L. Šimonio, prekių ženklai taip pat keičiami ir dėl įvairių išorinių priežasčių, pavyzdžiui, kuomet reikia pakeisti produkto įvaizdį arba kliento nuomonę apie produktą bei jo reputaciją. [31]

Darius Urlakis, UAB „Žalia linija“ rinkodaros projektų vadovas, teigia, kad dažnai keisti prekių ženklus bei vardus nerekomenduojama, tačiau pasitaiko atvejų, kuomet tokius pakeitimus daryti būtina. Jo teigimu, dažniausiai prekių ženklai bei vardai keičiami tuomet, kai jie praranda tikslumą, nebeatspindi produkto savybių, kuriomis norima išsiskirti rinkoje, arba neatskleidžia naujos vizijos, kurią siekiama įgyvendinti, pavyzdžiui, tapti ne tik vietinės, bet ir tarptautinės rinkos dalyve. [37]

Edmundas Piesarskas, konsultacinės įmonės UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ partneris, išskiria panašias produkto prekės ženklo keitimo prielaidas. Anot jo, produkto prekės ženklą tikslinga keisti, kai įmonė integruojasi į tam tikrą grupę, t.y. tampa kitos įmonės dalimi, prekės ženklas „pasensta“, tampa nebe modernus arba kai jis pradeda kelti neigiamas emocijas. [40]

Kitas prekių ženklų specialistas, Karl'as Barnhart'as, prekių ženklų konsultacinės įmonės „CoreBrand“, įsikūrusios Manhetene (JAV), generalinis direktorius, teigia, kad rinka nėra pastovi. Ji nuolat keičiasi. Dėl to įmonės yra priverstos nuolatos keisti produktų prekių ženklus, juos atnaujinti taip, kad šie galėtų pritaikyti besikeičiančioje rinkoje. Kaip teigia specialistas, „didžiausia paskata keisti prekės ženklą yra galimybė išlikti atpažįstamam“. [41] K. Barnhart'as taip pat pritaria idėjai, kad produktų prekių ženklai gali būti keičiami po pasikeitimų įmonių viduje (įmonių susijungimo, po naujos įmonės įsigijimo, įmonėje diegiant naujoves) arba kuomet yra sugadintas produkto įvaizdis. Anot Karl'o Barnhart'o, „įmonės gyvavime pasitaiko momentų, kai produkto prekės ženklo keitimas yra būtinas tam, kad būtų atgaivintas jo įvaizdis.“ [41]

Taigi, iš šių prekių ženklų keitimo atvejų ir prielaidų galima matyti, kad dažniausiai įmonės keičia produktų prekių ženklus, o kartu ir vardus, dėl dviejų pagrindinių priežasčių. Visų pirma, produktų prekių ženklai ir vardai yra keičiami dėl įvairių pasikeitimų įmonių veikloje, struktūroje arba valdyje. Įmonės dažnai atnaujina produktų prekių ženklus ir vardus, kuomet jos susijungia su kitomis

įmonėmis, kuomet jų valdymą perima nauji savininkai, kuomet jos nusprendžia plėsti savo veiklos sritį ir t.t. Visų antra, įmonės produktų prekių ženklus ir vardus keičia siekdamos pakeisti prastą produktų įvaizdį. Prekių ženklo ir vardo keitimą įmonės dažnai inicijuoja norėdamos atnaujinti bei pagerinti produkto įvaizdį.

### 1. 3. Prekės vardo keitimo rizika

Kaip galima buvo įsitikinti anksčiau, prekės vardas įmonei gali nešti naudą. Tačiau kalbant apie prekės vardą ir jo keitimą, svarbu ne tik paminėti prekės vardo naudą ir keitimo prielaidas, bet ir trumpai nusakyti, kokią riziką gali sąlygoti prekės vardo keitimas. Šią riziką galima suskirstyti į kelis esminius blokus.

- Įgyto ryšio su įmone praradimas. Kad prekės vardo keitimas gali būti susijęs ne tik su teigiamais pokyčiais, bet ir turėti neigiamų pasekmių, patvirtina daugelis prekių ženklų specialistų. Vienas iš jų, marketingo konsultantas Paul'as Luc'as, teigia, kad pati realiausia ir pati didžiausia rizika, kurią gali patirti įmonė, keisdama produkto prekės vardą, yra klientų tarpusavio ryšio su produktu praradimas. Konsultanto teigimu, staigus produkto vardo keitimas gali priversti jo vartotojus jaustis atstumtais. Tačiau, kaip teigia P. Luc'as, yra vienas veiksnys, kuris gali padėti išvengti arba bent jau sumažinti šią riziką. Tas veiksnys – tai tinkama įmonės komunikacija prieš keičiant produkto prekės vardą ir prekės vardo keitimo metu. Jeigu apie produkto vardo keitimą bus tinkamai ir laiku informuoti visi produkto vartotojai, šios rizikos vardo keitimo metu galima ir išvengti. [20]

- Naujo prekės vardas nepritapimas visuomenėje. Antroji rizika įmonei keičiant produkto prekės vardą gali būti ta, kad naujas prekės vardas patiks ne visiems vartotojams. Ši rizika susijusi su netinkama produkto įvaizdžio strategija ir jos parinkimu. Siekdama išvengti šios rizikos, prieš keisdama produkto pavadinimą, įmonė privalo tiksliai žinoti ir įvardyti, kokį įvaizdį naujuoju produkto prekės vardu ji siekia sukurti. Tik tada, kai įmonė žinos, koks įvaizdis turėtų būti suteiktas produktui, ji galės parinkti geriausiai tą įvaizdį atitinkantį prekės vardą. [20]

- Rizika būti neatpažintam. Dar vieną rizikos rūšį, kurią gali sukelti prekės vardo keitimas, išskiria kita prekių ženklų specialistė Keith Knowles. Panašiai kaip ir P. Luc'as K. Knowles prekės vardo keitimo riziką sieja su naujo produkto įvaizdžio, identiteto kūrimu. Tačiau specialistė pabrėžia kiek kitą šio reiškinio pusę. Skirtingai nei P. Luc'as ji teigia, kad keisdama produkto prekės vardą bei kurdamą naują jo identitetą įmonė rizikuoja ne tik tuo, kad produktas nepritaps visuomenėje, bet ji taip pat rizikuoja, kad produktas gali likti iš viso neatpažintas tarp vartotojų. [4] Naujo prekės vardo

sukūrimas iš dalies reiškia naujos produkto tapatybės kūrimą, kuri jeigu yra drastiškai keičiama, gali likti nesuprasta ir neatpažinta produkto vartotojų.

- Dalies pirkėjų praradimas. Ši rizikos rūšis susijusi su P. Luc'o aptarta rizika prarasti tarpusavio ryšį. K. Knowles teigimu, prekės vardo keitimas visuomet pakeičia vartotojų požiūrį į prekės vardą keičiantį produktą. Ir jis toli gražu ne visuomet būna teigiamas. Todėl įmonė rizikuoja ne tik prarasti vartotojų pasitikėjimą produktu, bet ir dalį pirkėjų. [4]

Visa tai yra tik pagrindinės rizikos rūšys, su kuriomis gali susidurti produkto prekės vardą keičianti įmonė. Tačiau rizika yra tokia sritis, kurios, ko gero, praktiškai neįmanoma išskirti absoliučiai visos ir pritaikyti absoliučiai visiems prekių vardų keitimo atvejams. Juk skirtingi prekių vardų keitimo atvejai skirtingose įmonėse esant skirtingoms aplinkybėms gali turėti ir skirtingą rizikos rūšį. Visgi siekiant įvardinti kuo daugiau galimų prekių vardų keitimo rizikos rūšių reikėtų žymiai išsamiau nagrinėti šią temą. Ne tik teoriškai, bet ir praktiškai analizuojant realius prekių vardų keitimo atvejus nagrinėti, kokią riziką tam tikrai įmonei sukėlė produkto prekės vardo keitimas.

### **Skyriaus išvados**

Apžvelgus pirmoje dalyje pateiktą informaciją galima teigti, kad pirmasis darbo skyrius padėjo išskirti pagrindines prekių vardų keitimo prielaidas. Išanalizavus rastą informaciją prieita prie išvados, kad prekių vardai gali būti keičiami dėl trijų pagrindinių prielaidų grupių. Visų pirma, prekių vardai gali būti keičiami, kai jie neatitinka pagrindinių prekių vardų taisyklių, t.y. kai jie tampa sunkiai panaudojami komunikacijoje (sunkiai įsimenami, tariami bei rašomi) ir tuomet, kai jie tampa nebepriimtini tiksliniams vartotojams. Antra, prekių vardai gali būti keičiami, kuomet jie neatitinka stipraus prekės vardo kriterijų: jie nėra unikalūs, nekuria emocinio ryšio su vartotoju ir nesugeba perteikti esminės produkto vertės. Trečia, prekės vardo keitimas gali būti viso prekės ženklo keitimo rezultatas. Šiuo atveju prekių vardai gali būti keičiami, kai keičiasi prekių vardus valdančių įmonių struktūra, valdyba arba veikla. Prekės vardas taip pat gali būti keičiamas ir tuomet, kai įmonės siekia atnaujinti produkto įvaizdį. Visos šios prekių vardų keitimo priežastys ir yra pagrindinės prielaidos, dėl kurių įmonės gali keisti produktų prekių vardus. Tačiau prekės vardas siejamas ne tik su teigiamais pasikeitimais. Kaip teigia ekspertai, prekės vardo keitimas yra ganėtinai rizikingas procesas, kuris gali sąlygoti tokias pasekmes kaip pirkėjų dalies bei jų ryšio su produktu praradimą arba produkto bei jo vardo visuomenėje nepritapimą.

Tad šioje darbo dalyje buvo išskirtos pagrindinės prielaidos, dėl kurių yra keičiami produktų prekių vardai. Visgi rinkoje šiais laikais be įmonių atsiranda naujos dalyvės – valstybės. Valstybės

pradedą intensyviai įgyvendinti savo įvaizdžio strategijas, kurtis savo prekių ženklus ir reklamuotis pasaulinėse parodose. Todėl antroji darbo dalis būtent ir yra skiriama šiems naujiems rinkos dalyviams, o konkrečiai, valstybių vardų keitimo analizei. Remiantis pirmoje darbo dalyje išskirtomis prekių vardų keitimo prielaidomis antroje darbo dalyje bandoma nustatyti, ar ir valstybės gali keisti savo vardus remiantis tomis pačiomis arba panašiomis vardų keitimo prielaidomis kaip ir įmonės.

## **2. VALSTYBIŲ VARDŲ KEITIMO PRIELAIDOS**

Antroji magistrinio darbo dalis yra skiriama valstybių vardų keitimo prielaidoms aptarti. Valstybių vardams šiame darbe siekiama skirti tokį patį dėmesį kaip ir prekių vardams. Todėl šioje darbo dalyje, visų pirma, remiantis istoriniais faktais bei pasaulinėje praktikoje pasitaikiusiais pavyzdžiais bus išskiriamos pagrindinės prielaidos, dėl kurių valstybės keičia savo vardus, o vėliau bus analizuojama rizika, kurią gali sukelti valstybės vardo keitimas.

Valstybės vardas reikalauja itin didelių pastangų, kompetencijos bei atsakomybės jį keičiant. Galima išskirti kelias priežastis, kodėl valstybių vardų keitimo atveju tinkamo vardo parinkimas tampa dar svarbesniu procesu negu kad produktų vardų parinkime. Visų pirma, valstybė, palyginti su produktu, yra didžiulis pasaulio organizmas veikiantis globaliu mastu. Valstybių vardai yra pripažinti ir naudojami ne tik tos valstybės teritorijoje, bet ir visame pasaulyje: tarptautinėse ir nacionalinėse sutartyse, įstatymuose, reglamentuose, oficialiuose dokumentuose, knygose ir kitur. Visų antra, valstybė yra unikalus pasaulio organizmas, sudarytas iš tautų bei žmonių įvairovės. Valstybių vardai dažnai yra susiję su valstybių istorija ir yra kilę iš įvairių geografinių vietovių. Tokių vardų amžius siekia tūkstančius metų. Per šimtus metų valstybių vardai būna giliai išsakniję tiek tos šalies žmonių sąmonėje, tiek kitų šalių bei tautų gyvenime. Jie yra perduodami žmonių iš kartos į kartą. Taigi, valstybės turėdamos netinkamą vardą susidurtų su nemažomis problemomis siekdamos jį pakeisti. Dėl to valstybės yra praktiškai priverstos visą laiką gyventi su tuo vardu, kurį jos turi nuo seno.

Tačiau vis labiau vystantis ekonomikai valstybės pamažu ima įgauti kitokią apibrėžimą. Valstybės šiais laikais taip pat tampa produktais, kurios siekia būti pastebėtos potencialių vartotojų: investuotojų, turistų. Dėl to valstybių vardai pačioms valstybėms pamažu pradeda įgauti didelę reikšmę. Valstybės pradeda suprasti, kad geras vardas joms gali padėti pasiekti savo tikslų. Vis daugiau pasaulyje galima išgirsti atvejų, kuomet valstybės nutaria pasikeisti savo vardus. Apie įvairius valstybių vardų keitimo atvejus ir bus kalbama šiame skyriuje.

### **2.1. Valstybių vardų keitimo prielaidos: valstybių vardų keitimo atvejai pasaulio istorijoje**

Įvairių valstybių gyvavime galima pastebėti ne vieną vardų keitimo atvejį, kuris susijęs su tam tikru kontekstu. Vienas tokių atvejų yra istorinis-politinis vardo keitimo kontekstas. Žvelgiant į įvairių valstybių vardų keitimo istoriją, galima pastebėti, kad valstybių vardų keitimas dažniausiai susijęs su tam tikrais niuansais:

- istoriškai valstybių vardų keitimas dažniausiai siejamas su tam tikro valstybės istorijos etapo pabaiga arba naujo etapo pradžia, pavyzdžiui, nepriklausomybės atgavimu.
- dauguma valstybių savo vardus keitė priverstinai, patekusios į kitų jas valdančių valstybių ribas. Dauguma valstybių, keitusių savo vardus, yra buvusios šalys-kolonijos, kurios atgavo nepriklausomybę nuo jas valdančių valstybių ir, norėdamos įtvirtinti, įrodyti savo laisvę ir siekdamos visiškai atsiriboti nuo jų supusio blogo praeities šešėlio, keitė valstybės vardą. Pavyzdžiui, Afrikoje esanti valstybė Etiopija. Pirmasis Etiopijos pavadinimas buvo - Habessinia. Šį pavadinimą valstybei suteikė šalį valdę arabai. Habessinia pavadinimas kilo iš arabų kalbos žodžio „habesch“, reiškiančio „mišinių“ ir žymintį labai skirtingą tenyškčių žmonių charakterių tipą. Vėliau šį valstybės vardą sulotynino valstybę valdę portugalai, kurių dėka šalis tapo Abassia, o gyventojai – abassinais. Tačiau tenyškčiai gyventojai niekada nepripažino tokio valstybės vardo ir visą laiką vadino save etiopiečiais, o savo valstybę – Etiopija arba Etiopijos karalyste. Taigi atgavusi nepriklausomybę valstybė šį vardą paskelbė oficialiu savo šalies vardu. [21] Trumpą sąrašą valstybių, dėl įvairių politinių-istorinių sumetimų keitusių savo vardus, galima matyti 1 lentelėje.

<b>Senasis valstybės vardas</b>	<b>Naujasis(-ieji) valstybės(-ių) vardas(-ai) (žemynas)</b>	<b>Vardo keitimo metai</b>	<b>Vardo keitimo priežastis</b>
Habessinia	Etiopija (Afrika)	20 a. pr.	Nepriklausomybės atgavimas
Basutoland'as	Lesotas (Afrika)	1966	Nepriklausomybės atgavimas
Birma	Mianmaras (Azija)	1989	Nepriklausomybei pažymėti
Ceilonas	Šri Lanka (Azija)	1972	Nepriklausomybės atgavimas
Rytų Pakistanas	Bangladešas (Azija)	1971	Autonomijos gavimas
Naujoji Granada	Kolumbijos Respublika (P. Amerika)	1886	Nepriklausomybės atgavimas
Persija	Iranas (Azija)	1935	Nepriklausomybės atgavimas ir politinių santykių stiprinimas
Rhodesia	Zimbabvė (Afrika)	1980	Nepriklausomybės atgavimas
Siamas	Tailandas (Azija)	1939	Pabrėžti šalies laisvę (Tailandas niekuomet nebuvo kolonija)
Pietvakarių Afrika	Namibija (Afrika)	1990	Nepriklausomybės atgavimas



Transjordanija	Jordanija (Azija)	1946	Nepriklausomybei pažymėti
Vakarų Samoa	Samoa (Australija)	1998	Dėl prisijungimo prie JT
Zair'as	Kongo Demokratinė Respublika (Afrika)	1997	Atsikratyti neigiamų istorinių sąsajų
Latvijos Tarybų Socialistinė Respublika	Latvija (Europa)	1991	Nepriklausomybės atgavimas
Čekoslovakija	Čekijos Respublika ir Slovakija (Europa)	1993	Atskirų valstybių susikūrimas
Jugoslavija	Kroatija, Makedonija, Serbija, Bosnija ir Hercegovina, Juodkalnija, Slovėnija	1990	Nepriklausomybės atgavimas

1 lentelė. Valstybių vardų keitimo atvejai pasaulio istorijoje [19, 21, 27, 28, 29]

Derėtų pastebėti tai, kad šios priežastys, dėl kurių valstybės pakeitė savo vardus, gali būti tapatinamos su siekiu pakeisti savo valstybės įvaizdį. Visa tai: nepriklausomybės ar autonomijos atgavimas ir pažymėjimas, siekis pabrėžti savo laisvę ar siekis atsikratyti neigiamų istorinių sąsajų yra troškimas pamiršti tam tikrą neigiamą šalies istorijos etapą ir prisistatyti pasauliui su nauju vardu ir nauju, nepriklausomos valstybės įvaizdžiu. Tačiau be šių istorinių veiksnių, lėmusių valstybių prekių vardų keitimą, pasaulio valstybių prekių vardų praktikoje yra ir kitokių atvejų, kuomet valstybių prekių vardai buvo keičiami arba buvo norėta juos pakeisti. Galima aptarti keletą tokių pavyzdžių.

### **Prekės vardo sudėtingumas ir sąsaja su praeitimi – Siera Leonės (Afrika) atvejis**

Valstybė, kurioje pamažu pradeda kalbėti apie valstybės vardo keitimą, yra Siera Leonė. Siera Leonės naujienu portalas, pavadinimu „Patriotinis avangardas“, JAV biuro vyriausiasis redaktorius Anthony Karim Kamara Vyresnysis Siera Leonės vardo keitimo prielaidomis įvardija net keletą svarbių aplinkybių [30]:

1. Nepriklausomybės atgavimas ir įvaizdžio keitimas. Kaip ir dauguma aukščiau paminėtų valstybių Siera Leonė buvo kolonijinė valstybė. Tačiau skirtingai nuo kitų Afrikos valstybių, kurios

taip pat kadaise buvo kolonijos, Siera Leonė atgavusi nepriklausomybę nepakeitė savo vardo. Valstybių, buvusių kolonijomis, pasaulyje naujo vardo suteikimas šaliai, kuri išsivadavo iš kolonijinės santvarkos, yra laikomas labai reikšmingu įvykiu. Kolonijinės valstybės naujo vardo suteikimą savo šaliai tapatina su valstybės krikštynomis, kurios neįmanomos be naują valstybės gyvavimo laikotarpį įamžinančio vardo. Tačiau Siera Leonė – tai valstybė, kuri su kolonijiniu vardu gyvena lig šiol. Todėl valstybės vardo keitimas šiai šaliai galėtų padėti pamiršti skaudų istorinį valstybės laikotarpį.

2. Apgaulingo šalies įvaizdžio sudarymas. Siera Leonė – Afrikoje esanti anglakalbių valstybė. Tai šalis, kurios oficiali kalba yra anglų kalba. Tačiau šalies pavadinimas valstybę tapatina su ispanakalbių arba portugalų tauta bei kultūra (Siera Leonės vardą šaliai suteikė valstybę valdę portugalai). Toks valstybės vardas sudaro apgaulingą įspūdį dėl šalies kultūros kitoms pasaulio valstybėms, dėl kurio daugelis pasaulio tautų Sierą Leonę tapatina su ispaniškąja šalimi. Tokiu atveju valstybės vardas ir oficiali šios tautos kalba atrodo tarsi du skirtingi dalykai.

3. Per daug sudėtingas valstybės vardas. Trečioji priežastis, dėl kurios prabilta apie Siera Leonės vardo keitimą, yra per daug sudėtingas šios valstybės vardas šios šalies gyventojams. Siera Leonės vardo sudėtingumas tenykštėms tautoms susijęs su dviem aspektais: per daug sudėtingu valstybės vardo tarimu bei per ilgu valstybės vardu.

Sudėtingas vardo tarimas – tai problema, su kuria susiduria daugelis Siera Leonės gyventojų. Skirtingose šios šalies vietovėse europietiškas Siera Leonės vardas yra tariamas skirtingai, pavyzdžiui, dauguma Siera Leonės šiaurėje gyvenančių žmonių šalį vadina Sarra Lone, o vakariečiai šalį linkę vadinti Sarra Leone. Tuo tarpu pietuose ir rytuose gyvenantys siera leoniečiai šalį vadina Salla Leone, nes šioje šalies dalyje gyvenantys žmonės savo kalboje visiškai nenaudoja raidės „r“. Šią raidę vietiniai gyventojai keičia raide „l“, mat ji – lengviau ištariama.

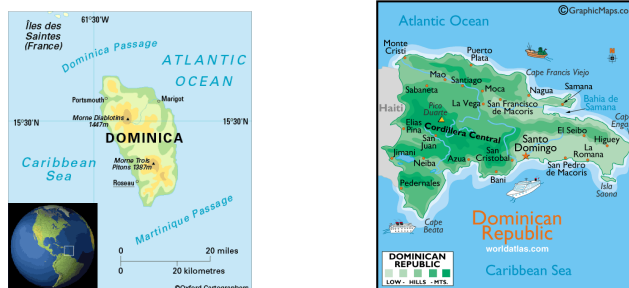
Per daug ilgas valstybės vardas yra kita problema, kelianti susirūpinimą Siera Leonės vardu. Žodžiai „Siera Leonė“ bei „siera leoniečiai“ (angl. „Sierra Leone“ ir „Sierra Leoneans“) anglų kalba sudaryti atitinkamai net iš vienuolikos bei keturiolikos raidžių. Nors Siera Leonė yra maža valstybė, tačiau ji turi vieną ilgiausių Afrikoje valstybių vardų. Kadangi šalis ekonomiškai nėra stipriai išsivysčiusi ir dauguma šios šalies gyventojų yra menkai išsilavinę, toks ilgas vardas jiems tampa tikra kliūtimi komunikacijoje. Taigi valstybė egzistuoja su vardu, kurio negali ištarti jos vidinė ir pati svarbiausia auditorija – piliečiai. [30]

Siera Leonės atveju pagrindinės prielaidos, dėl kurių imta kalbėti apie valstybės vardo keitimą, apima du dalykus: siekį atnaujinti įvaizdį, atskiriant valstybę nuo kolonijinės praeities, bei siekį atnaujinti įvaizdį, norint valstybę pristatyti kaip anglakalbę, ne ispanakalbę šalį. Taigi abi šios prielaidos akcentuoja tą patį dalyką – siekį pakeisti valstybės įvaizdį. Kita svarbi prielaida, dėl kurios

Siera Leoneje kilo valstybės vardo keitimo idėja, yra sunkus valstybės vardo panaudojimas vietinėje kalboje, t.y. komunikacijoje. Sunkus vardo panaudojimas komunikacijoje sąlygoja tai, kad valstybės vardas yra skirtingai tariamas skirtinguose šalies regionuose.

### Valstybių vardų dubliavimas – Dominikos (C. Amerika) atvejis

2006-ųjų metų pavasarį žiniasklaidoje pasirodė straipsnių, kuriuose teigiama, kad Dominika turėtų keisti savo valstybės vardą. Valstybės vardo keitimą ši šalis įvardija kaip būtinybę siekiant pabaigti amžiną vardų dubliavimąsi. Dubliavimas kyla iš beveik vienodų dviejų šalių pavadinimų. Karibų jūroje yra dvi Dominikos: viena šalis – Dominika (arba Dominikos Sandrauga) su sostine Rozo, kita – Dominikos Respublika su sostine Santo Domingo [23, 24] (žr. 1 pav.). Toks beveik identiškų valstybių vardų sutapimas ne tik trukdo valstybėms bendrauti su kitomis valstybėmis, bet ir sukelia sumaištį kalbant apie šių šalių gyventojus. Mat tiek Dominikos, tiek ir Dominikos Respublikos gyventojai vadinami dominikiečiais (angl. „dominicians“).



1 pav. Dominika ir Dominikos Respublika [25, 26]

Reaguodama į šį nesusipratimą, kuris trukdo Dominikai pritraukti turistų, investuotojų ir skleisti savo vardą pasaulyje (nes dauguma gyventojų mano, kad kalbama apie Dominikos Respubliką), šalis nusprendė svarstyti savo vardo keitimo klausimą, suteikiant jai naują, karibietišką vardą Whitukubuli, kuris, išvertus į lietuvių kalbą, reikštų „dideli (turint omenyje, kilnūs – aut. past.) yra jos žmonės“. [22]

Kaip galima matyti iš šio atvejo, valstybės vardo keitimo prielaida tapo unikalumo valstybės varde stoka. Dėl to, kad valstybės vardas nebuvo unikalus, t.y. jis dubliavosi su kitos valstybės vardu, jis sukėlė valstybei didelių nepatogumų ir tapo vardo keitimo prielaida. Vienodi arba labai panašūs valstybių vardai gali sukelti sunkumų ne tik valstybės atpažįstamume, bet ir sukelti neigiamų pasekmių jos gyventojams bei bendrai valstybės gerovei.

Taigi, kaip galima matyti iš šio poskyrio įvairios pasaulio valstybės dažniausiai keitė savo vardą ir kėlė valstybės vardo keitimo idėją dėl kelių pagrindinių prielaidų: pirma, atgaudamos nepriklausomybę ir siekdamos pabrėžti naują savo įvaizdį; antra, siekdamos atsikratyti per daug sudėtingo šalies vardo ir padaryti jį priimtinesnį savo piliečiams; ir trečia, siekdamos vardo unikalumo.

Valstybės vardo keitimas yra susijęs ir su valstybės pertvarka viduje, ir su valstybės pasikeitimu iš išorės. Todėl įvairių pasaulio valstybių praktikoje yra nemažai atvejų, kuomet valstybės ryžosi keisti savo vardus ir vardo keitimo proceso metu arba po jo susidūrė su įvairiomis neigiamomis pasekmėmis. Galima aptarti keletą tokių pavyzdžių, kai valstybės vardo keitimas šalims iššaukė įvairias problemas. Šios problemos pristatomos kitame skyrelyje.

## **2.2. Valstybės vardo keitimo rizika, remiantis įvairių valstybių praktika**

Kaip galima matyti iš ankstesnių skyrių, nauji vardai gali padėti valstybei išspręsti problemas, susijusias su jos vardo tartimi, su kitos valstybės vardo dubliavimusi arba padėti valstybei iš dalies atsiriboti nuo ją slegiančios praeities. Tačiau vardo keitimo procesas susijęs ne tik su teigiamais pakeisto vardo rezultatais. Vardo keitimas (ypač kalbant apie valstybes) dažnai iššaukia prieštaringas reakcijas ir būna daugybės didelių problemų priežastimi. Todėl prieš planuojant keisti valstybės vardą labai svarbu ne tik įvertinti vardo keitimo priežastis bei naudą, kurią atneš naujasis vardas. Prieš keičiant vardą ne ką mažiau svarbu įvertinti ir riziką, kuri gali gulti vardo keitimo proceso metu. Apie riziką, kuri yra susijusi su valstybės vardo keitimu, bus kalbama šiame skyrelyje.

### **Makedonija: vardų dubliavimas**

Makedonija yra viena tų šalių, kurioms vardo keitimas atnešė itin dideles neigiamas pasekmes. Ši valstybė, keisdama vardą, susidūrė net su dviem didelėmis problemomis, kurios smarkiai paveikė ne tik jos santykius su kaimynais, bet ir netgi jos politinį-ekonominį vystymąsi.

Šios šalies vardo keitimo priežastis, kaip ir daugelio kitų valstybių, susijusi su istoriniu kontekstu. 1991 metais Makedonija, subyrėjus Jugoslavijos Respublikai, atgavo nepriklausomybę. Paskelbusi nepriklausomybę šalis pasivadino Makedonija, su sostine Skopjė. Tačiau Makedonijos vardą jau naudojo šios šalies kaimynė Graikija. Būtent Graikų Makedonijos vardu Graikijoje yra vadinamas vienas šalies regionų. Kadangi Graikija jau yra tapusi Europos Sąjungos nare (ES ji priklauso nuo 1981 metų [33]), ji nepritarė Makedonijos įstojimui į ES. Pagal šios sąjungos reikalavimus šaliai stojant į ES

nei viena esama ES narė negali nepritari ti naujos narės priėmimui, todėl Makedonijos stojimas į ES buvo sustabdytas. [34]

Iš šio Makedonijos vardo keitimo atvejo galima išskirti tokias neigiamas vardo keitimo pasekmes:

1. Konfliktas su kaimynine valstybe. Pirmoji neigiama pasekmė, kurią keisdama vardą patyrė Makedonija, yra santykių su savo kaimynine valstybe sugadinimas. Nutarusi savo valstybę pavadinti vardu, kuris iki tol buvo naudojamas Graikijos, Makedonija sulaukė neigiamo savo kaimynės atsako. Toks atsakas padarė didelę įtaką abiejų valstybių tarpusavio santykiams.

2. Svarbių politinių-ekonominių sprendimų nutraukimas. Antroji neigiama pasekmė, kurią galima išskirti iš Makedonijos vardo keitimo atvejo, yra svarbių šalies politinių-ekonominių sprendimų nutraukimas, t. y. nutarusi pasikeisti savo vardą Makedonija prarado galimybę įstoti į Europos Sąjungą. Galima sakyti, kad ši pasekmė yra pati didžiausia neigiama pasekmė, kurią Makedonijai atnešė vardo keitimas. Kadangi dauguma Europos valstybių siekia įstoti į Europos Sąjungą bei stengiasi išpildyti visus Europos Sąjungos joms keliamus reikalavimus, Graikijos veto, kurią ji paskelbė Makedonijai ir dėl kurio iš dalies Makedonija negalėjo tapti ES nare, yra labai skaudi pasekmė, daranti įtaką ne tik valstybės ateities planams, bet ir visai šalies ekonomikai.

### **Mianmaras: naujojo valstybės vardo nepripažinimas**

Mianmaro vardo keitimo priežastis yra panaši kaip ir Makedonijos, t.y. susijusi su istoriniu aspektu. Valdančioji karinė chunta nusprendė pakeisti valstybės vardą iš Birmos į Mianmarą 1989 metais tam, kad naujasis vardas pabrėžtų šalies nepriklausomybę. Naujajį šalies vardą nesipriešindamos pripažino Jungtinės Tautos, taip pat tokios šalys kaip Prancūzija bei Japonija. Tačiau ne visos pasaulio valstybės sutiko priimti naujajį Mianmaro vardą. Jungtinės Amerikos Valstijos bei Didžioji Britanija atsisakė Mianmarą vadinti šalies naujuoju vardu. Didžioji Britanija nenorą pripažinti naujojo šalies vardo aiškina tuo, kad britai yra įpratę šią šalį vadinti Birma, ne Mianmaru ir Didžiosios Britanijos gyventojai šią šalį atpažįsta būtent iš Birmos vardo. Tačiau politologų teigimu, nenoras pripažinti naujo Mianmaro vardo gali būti susijęs su politiniu aspektu. Paprasčiausiai Didžioji Britanija nėra linkusi pripažinti to valdančiojo režimo, kuris pakeitė Mianmaro vardą. Dėl to ir visi tos valdžios sprendimai Didžiajai Britanijai yra atmestini. [35] Šioje situacijoje išryškėja tokios vardo keitimo pasekmės:

1. Valstybės konfliktas su kitomis valstybėmis. Nenoras pripažinti naujojo valstybės vardo be abejo veda prie konfliktų su vardo nepripažįstančiomis valstybėmis bei skatina abiejų pusių - tiek vardą keičiančios, tiek vardo nepripažįstančios valstybių - nepasitenkinimą. Vardą keičianti valstybė patiria

nepatogumų, kuomet naujojo jos vardo nepripažįsta kitos valstybės, o vardo nepripažįstančiose valstybėse kyla nepasitenkinimas dėl Mianmaro noro pakeisti vardą. Tai gadina šalių tarpusavio santykius.

2. Konfliktas valstybės viduje. Kita neigiama pasekmė, kuri taip pat susijusi su Mianmaro vardo keitimu, – tai naujojo valstybės vardo nepripažinimas tarp pačių valstybės gyventojų. Kadangi Mianmaro vardo keitimas glaudžiai susijęs su politiniais veiksmais ir šalyje vyraujančiu režimu, šalyje susidariusios dvi gyventojų grupės: vieni šalies piliečiai pripažįsta valdantįjį režimą ir jo paskelbtą naująjį šalies vardą, kiti gyventojai, esantys opozicijoje, naujojo šalies vardo nepripažįsta ir vis dar šalį vadina senuoju Birmos vardu. Dėl to šalyje nuolatos kyla neramumai ir visa valstybė yra susiskaldžiusi į dvi atskiras dalis – pripažįstančią naująjį valstybės vardą ir nepripažįstančią jį. [35]

Tačiau šios pasekmės, kurių sulaukė Makedonija bei Mianmaras, gali būti ne vienintelės neigiamos vardo keitimo pasekmės. Žvelgiant į abiejų valstybių situacijas, galima numatyti ir dar didesnes problemas, kurių gali sulaukti abi šalys:

1. Neigiamos valstybės reputacijos formavimasis. Abiejų valstybių pirmoji ir antroji vardo keitimo pasekmės (konfliktas su kaimynine valstybe ir atsisakymas valstybę priimti į Europos Sąjungą Makedonijos atveju bei konfliktas su kitomis valstybėmis ir konfliktas valstybės viduje Mianmaro atveju) be abejo daro neigiamą įtaką abiejų valstybių reputacijai. Be to, yra labai didelė tikimybė, kad ši neigiama abiejų valstybių reputacija ne tik paplis po jų žemynus – Europą ir Aziją – bet ir po visą pasaulį, kadangi įvykius apie valstybių tarpusavio konfliktus arba vidinius įvairių valstybių neramumus paprastai transliuoja viso pasaulio (arba bent jau daugelio žemynų) naujienų tarnybos. Taigi abi valstybės rizikuoja įgyti reputaciją šalių, kurios nesugeba palaikyti draugiškų santykių su savo kaimynėmis (taip pat išvengti neramumų šalies viduje arba atitikti ES keliamus reikalavimus) ne tik Europoje, bet ir visame pasaulyje.

2. Nepasitikėjimo valstybe augimas. Bloga valstybės reputacija šalims gali atnešti dar didesnių problemų. Bloga valstybės reputacija skatina nepasitikėjimą ja, dėl to valstybė gali sulaukti mažiau užsienio investuotojų, kas tokioms besivystančioms šalims kaip Makedonija ir Mianmaras gali turėti itin skaudžių pasekmių. Bloga reputacija taip pat gali turėti įtakos sumažėjusiam valstybės bendradarbiavimui su kitomis valstybėmis. Dėl to šalių ūkis gali patirti didelių finansinių nuostolių (ypač tuo atveju, jeigu valstybės intensyviai užsiima eksportu ir importu).

Apžvelgus neigiamas pasekmes, kurias galima matyti įvairių valstybių praktikoje, galima teigti, kad vardo keitimas (ypač kalbant apie valstybes) gali tapti ne tik teigiamu veiksniu, bet ir turėti neigiamą atspalvį. Valstybių vardų keitimo praktikoje yra nemažai atvejų, kai vardo keitimas valstybėms turėjo itin skaudžių pasekmių. Šias pasekmes galima įvardinti kaip grėsmes ir kitoms

valstybėms. Tai ne tik vidiniai valstybės konfliktai, konfliktų su kaimynais atsiradimas, bet ir svarbių politinių sprendimų nutraukimas, dėl kurių kenčia valstybės reputacija ir visa gerovė.

### **Skyriaus išvados**

Taigi, kaip matyti iš aukščiau aptartų atvejų, valstybės vardo keitimo priežastimis dažniausiai tampa keli pagrindiniai atvejai. Visų pirma, remiantis istoriniu-politiniu vardų keitimo kontekstu, galima teigti, kad valstybės savo vardus keičia siekdamos pakeisti savo įvaizdį. Valstybės savo vardą dažniausiai keitė siekdamos atsiriboti nuo jas žeminančios praeities ir prisistatyti pasauliui su nauju, nepriklausomos valstybės įvaizdžiu. Antra, valstybės vardas gali būti keičiamas tuomet, kai jį sunku naudoti kasdienėje komunikacijoje. Siekdama, kad valstybės vardą galėtų lengvai išarti ir užrašyti visi šalies gyventojai, kad jis atitiktų šalies vidinę auditoriją – jos piliečius, valstybė gali nuspręsti keisti savo vardą. Ir trečia, valstybės vardas gali būti keičiamas tuomet, kai jis dubliuojasi su kitos valstybės vardu, t.y. tuomet, kai jis nėra unikalus. Surinkta informacija taip pat parodė, kad valstybių vardų keitimas gali atnešti valstybei didelių neigiamų pasekmių. Dėl įvairių, kartais netgi sunkiai nuspėjamų vardo keitimo pasekmių, valstybė gali ne tik susigadinti draugiškus santykius su savo kaimynėmis arba sulaukti konflikto valstybės viduje, bet ir nepasiekti ilgai lauktų ekonominių-politinių tikslų ir visiškai susigadinti savo įvaizdį.

### **Teorinės dalies išvados**

Išskyrus pagrindines prielaidas, dėl kurių gali būti keičiami prekių vardai ir yra keičiami valstybių vardai, galima daryti išvadą, kad iš esmės prekių vardų ir valstybių vardų keitimo prielaidos yra tos pačios. Tiek prekių vardai, tiek ir valstybių vardai gali būti ir yra keičiami dėl tų pačių pagrindinių prielaidų grupių.

Prekių vardai gali būti keičiami dėl:

1. sunkaus vardų panaudojimo komunikacijoje ir priimtino vartotojui nebuvimo;
2. unikalumo nebuvimo, emocinio ryšio nebuvimo ir nesugebėjimo perteikti produkto vertės;
3. pasikeitimų įmonių viduje ir siekio pakeisti savo įvaizdį.

Valstybių vardai, kaip galima pastebėti iš išanalizuotų atvejų, buvo keičiami, kai jie neatitiko tų pačių reikalavimų (arba dalies reikalavimų iš tam tikros vienos grupės prielaidų) kaip ir prekių vardai:

1. dėl sunkaus vardo panaudojimo komunikacijoje ir priimtino vartotojams nebuvimo;
2. dėl unikalumo varde nebuvimo;

### 3. dėl siekio pakeisti valstybės įvaizdį.

Taigi, iš šio palyginimo galima matyti, kad tiek prekės vardo keitimo atveju, tiek valstybės vardo keitimo atveju, išskiriamos tos pačios vardų (ir prekių vardų) keitimo prielaidos. Tai vardo (prekės vardo) neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms, vardo (prekės vardo) neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams ir siekis pakeisti valstybės (įmonės) įvaizdį. Tiek prekių vardai, tiek ir valstybių vardai gali būti ir yra keičiami remiantis tomis pačiomis prielaidomis.

Teorinėje darbo dalyje buvo išskirtos prielaidos, kurios gali sąlygoti tiek prekės vardo, tiek ir valstybės vardo keitimą. Tačiau šis mokslinis darbas yra skiriamas ne tik teoriniam vardų ir prekių vardų keitimo prielaidų išskyrimui, bet ir šių prielaidų pritaikymui konkrečiam praktiniam atvejui. Todėl kitoje darbo dalyje, bus atliekamas tyrimas, kurio metu bus bandoma patikrinti, ar teorinėje dalyje gautos išvados gali virsti prielaidomis Lietuvai keisti anglišką savo vardą Lithuania.



### **3. PRIELAUDŲ, SKATINANČIŲ ANGLIŠKO LIETUVOS VARDO KEITIMĄ, PAGRĪSTUMO NUSTATYMAS. TYRIMAS**

Pirmojoje ir antrojoje darbo dalyse buvo išdėstyti teoriniai prekių vardų bei valstybių vardų keitimo klausimai: apžvelgiamos teorijoje sutinkamos prekių vardų keitimo prielaidos bei remiantis jomis išskiriamos valstybių vardų keitimo prielaidos. Ši darbo dalis skirta konkrečiam atvejui – atliktam empiriniam angliško Lietuvos vardo Lithuania tyrimui pristatyti ir rezultatams apibendrinti. Empirinėje darbo dalyje bandoma išsiaiškinti, ar remiantis teorinėje darbo dalyje išskirtomis valstybių vardų keitimo prielaidomis turėtų būti keičiamas angliškas Lietuvos vardas Lithuania. Empirinėje dalyje taip pat pristatoma atlikto tyrimo metodika: problema, tikslas ir uždaviniai, objektas, metodai ir gauti rezultatai.

#### **Tyrimo problema**

Galima išskirti porą priežasčių, kurios paaiškintų, kodėl šiais laikais yra itin svarbu kalbėti apie angliško Lietuvos vardo keitimą. Pirmą priežastis yra ta, kad anglų kalba yra viena labiausiai pasaulyje paplitusių kalbų. [42] Anglų kalba, kaip valstybinė kalba, naudojama daugelyje pasaulio valstybių (žr. 4 priedą). Dėl savo didelio paplitimo pasaulyje ji taip pat yra tapusi oficialia daugelio pasaulio institucijų, tokių kaip Jungtinių Tautų Organizacija ir Europos Sąjunga, kalba. [38, 39] Taigi, anglų kalba pasaulyje yra svarbią vietą užimanti kalba, dėl to ir šios kalbos žodžiai pasaulyje turi didelę reikšmę. Angliškas Lietuvos pavadinimas taip pat nėra išimtis. Žodis „Lithuania“ visame pasaulyje naudojamas įvardinti mūsų valstybę, jį kaip originaliojo Lietuvos vardo pakaitalą naudoja ne tik turistai, bet ir kitų valstybių tarnautojai, pareigūnai, parlamentų nariai.

Antroji priežastis, kodėl svarbu kalbėti būtent apie anglišką Lietuvos vardą, yra ta, kad angliškas Lietuvos vardas kuria mūsų valstybės įvaizdį. Įvaizdžio klausimas šiais laikais Lietuvai yra ypač aktualus. Kaip 2009-ųjų metų kovą atlikęs tyrimus teigė žymus ženklodaros specialistas Wally Olins'as, Lietuva pasaulyje yra labai mažai žinoma valstybė, todėl esminis dalykas, kurį šiuo metu turėtų daryti Lietuva siekdama susikurti savo įvaizdį, tai visais įmanomais būdais rodyti save pasauliui. [36] Tokiu atveju, kuomet valstybė pasaulyje yra mažai žinoma, šalies vardas jai daro dar didesnę įtaką: jis ne tik įvardija valstybę, bet ir pristato ją visam pasauliui. Būtent vardas dažniausiai yra tas žodis, kuris sukuria pačią pirmą nuomonę apie juo žymimą objektą.

Tačiau nepaisant šių dviejų priežasčių, išsamių tyrimų, kaip žodis „Lithuania“ yra priimamas pasaulyje gyvenančių žmonių, nėra daryta. Nepaisant fakto, kad Lietuvos vardui jau tūkstantis metų,

nei Lietuvos nei kitų užsienio šalių mokslininkai iki šiol neskyrė dėmesio mūsų šalies vardui ir jo tyrimams. Vienintelis idėją pakeisti anglišką Lietuvos pavadinimą 2008-aisiais metais iškėlė reklamos agentūros „Not Perfect|Y&R“ direktorius, vienas iš Lietuvos, kaip drąsios šalies, koncepcijos autorių Paulius Senūta. Jo teigimu, kritiniais šiame žodyje yra du dalykai: per ilgas žodis ir sunkus raidžių „th“ tarimas. [32] Tačiau ši idėja nuodugniau išplėta nebuvo. Kadangi žodis „Lithuania“ yra pakankamai ilgas ir jis turi anglų kalbai būdingą garsą „th“, kyla abejonių, ar šis žodis yra tikrai tinkamas pakaitalas mūsų šalies originaliam pavadinimui, ar jis kitų valstybių gyventojams nesukelia sunkumų jį įsimenant, tariant bei rašant ir ar jis gali padėti mūsų valstybei formuoti savo įvaizdį.

### **Tyrimo tikslas ir uždaviniai**

Tyrimo tikslas – remiantis teorinėje darbo dalyje išskirtomis valstybės vardo keitimo prielaidomis nustatyti angliško Lietuvos vardo keitimo idėjos pagrįstumą.

Uždaviniai:

- Apžvelgti angliško Lietuvos vardo lingvistinę raidą bei istorinę kaitą;
- Išsiaiškinti, ar angliškas Lietuvos pavadinimas yra sunkiai pritaikomas komunikacijoje žodis;
- Išsiaiškinti, ar žodis „Lithuania“ yra priimtinas tiksliniams jo vartotojams;
- Nustatyti, ar vardas Lithuania prisideda prie Lietuvos įvaizdžio formavimo;
- Išsiaiškinti, kokią riziką sąlygotų angliško Lietuvos vardo keitimas.

### **Tyrimo objektas**

Darbe tyrimo objektu pasirinktos dvi vardo keitimo prielaidos: neatitikimas pagrindinėms prekių vardų taisyklėms bei siekis pakeisti valstybės įvaizdį.

### **Metodų parinkimas**

Empirinio tyrimo metu taikyti trys skirtingi tyrimo metodai:

1. Dokumentų analizė;
2. Žvalgybinis tyrimas;
3. Ekspertų interviu:
  - anglų kalbos ekspertų interviu;

- įvaizdžio ekspertų interviu.

Pirmasis tyrimo metu taikytas metodas yra dokumentų analizė. Atsižvelgiant į tai, kad pagrindinė tyrimo problema yra valstybės vardas bei jo keitimas, darbe svarbu panagrinėti istorinį Lietuvos vardo aspektą. Prieš atliekant ekspertų interviu bei darant tyrimo išvadas svarbu suprasti, kodėl yra toks didelis atotrūkis tarp lietuviško ir angliško Lietuvos vardo variantų bei pažvelgiant į istoriją nustatyti, ar Lietuva anglų kalboje visuomet vadinosi tuo vardu, kuriuo ji yra vadinama dabar. Kadangi Lietuvos istorija yra ganėtinai plačiai ištirta sritis, šia tema Lietuvoje yra parašyta pakankamai daug istorijos knygų bei publikacijų, atsakymams į šiuos klausimus surasti darbe pasirinktas dokumentų analizės metodas. Įvairių dokumentų istorijos tema analizė yra patikimas, bet kartu ir nebrangus bei patogus duomenų apie įvairius Lietuvos istorijos įvykius surinkimo metodas.

Antrasis tyrime naudotas metodas yra žvalgybinis tyrimas. Šis tyrimas pasirinktas kaip priemonė, kuri gali padėti kuo kokybiškiau atlikti ekspertų interviu. Žvalgybinis tyrimas darbe yra naudingas tuo, kad gali padėti pajauti esamas problemas ir patikrinti tyrimo instrumentą. Šiame darbe žvalgybinis tyrimas reikalingas kaip priemonė, kuri gali padėti gauti papildomą informaciją apie interviu metu apklausiamus ekspertus.

Trečiasis darbe naudotas tyrimo metodas yra ekspertų interviu. Ekspertų interviu darbe pasirinktas kaip priemonė, kuri gali padėti kokybiškiausiai įgyvendinti tyrimo pradžioje iškeltus uždavinius. Kadangi kai kurie tyrimo uždaviniai yra specifiniai, reikalaujantys gilių tam tikros srities žinių, ekspertų interviu pasitelkiamas kaip priemonė, kuri gali padėti gauti kompetentingą specialistų pateikiamą informaciją.

#### *Dokumentų analizės eiga ir rezultatai*

Pirmasis darbe atliktas tyrimas buvo dokumentų analizė. Šis tyrimas darbe padeda suvokti Lietuvos vardo kilmę, lietuviško bei angliško vardo kaitą, evoliuciją, jo tarties ir rašybos pasikeitimą įvairiose pasaulio kalbose. Dokumentų analizei pasirinkti dviejų tipų šaltiniai: istoriniai dokumentai bei įvairių kalbų žodynai. Istoriniais šaltiniais laikyti dokumentai bei publikacijos, kuriuos sukūrė istorikai, kraštotyrininkai ir kurie spausdinami įvairiuose istorijos leidiniuose. Istoriniuose šaltiniuose ieškota Lietuvos vardo kilmės bei Lietuvos vardo evoliucijos faktų. Tuo tarpu žodynai tyrime buvo naudojami kaip žodžių sulyginimo priemonė. Remiantis įvairių kalbų žodynais tyrime buvo lyginama, kaip žodį Lietuva taria bei rašo įvairių tautų žmonės.

Peržvelgus įvairius istorijos šaltinius galima pastebėti, kad Lietuva praeityje buvo ne kartą keitusi savo originalųjį, o kartu ir angliškąjį, vardus. Vieni Lietuvos vardo pakeitimai buvo savaiminiai, susiję

su pakitusiomis Lietuvos valstybės ribomis, naujais valdovais ir pan. Kiti – priverstiniai, kuomet Lietuvos vardą keitė arba siekė pakeisti ją užvaldžiusios kaimyninės valstybės. Istorikų teigimu, 1253 m. Lietuva savo pirmojo ir vienintelio karaliaus Mindaugo valdymo laikotarpiu tapo Lietuvos Karalyste (angl. Kingdom of Lithuania). [53, 58] Ši įvykį galima laikyti pirmuoju Lietuvos vardo pakeitimu (nes iki tol ji buvo vadinama tiesiog Lietuva).

1392-1430 metais valdant Vytautui Didžiajam Lietuva buvo pervadinta Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės vardu (angl. the Great Duchy of Lithuania). [57] Tokį vardą mūsų šalis išsaugojo iki pat 1795 metų, kuomet pateko į Rusijos sudėtį ir gavo naują – Šiaurės Vakarų krašto (angl. Northwest Province of the Russian Empire) – pavadinimą. [53, 63]

XIII–XVI a. Lietuvos teritorijoje imti naudoti dar du pavadinimai – Mažoji Lietuva ir Didžioji Lietuva (angl. Lithuania Minor ir Lithuania Proper (kituose šaltiniuose, Lithuania Major)). [62] Mažąją Lietuvą, kuri taip pat buvo vadinama ir Prūsų Lietuvos vardu (angl. Prussian Lithuania), buvo laikomas vienas iš penkių istoriškai susiformavusių Lietuvos etnografinių regionų. Vėliau šis regionas atiteko Vokietijai, o rytinė Lietuvos dalis – Didžioji Lietuva – Rusijai. [54, 61]

Dar viena valstybė, norėjusi sunaikinti Lietuvos vardą, buvo Lenkija. XVI a. viduryje sudarant Liublino Uniją Lietuvą buvo siūloma pavadinti Naująja Lenkija. [53] Tačiau šiam siūlymui nepritarus Lietuvos Didžiajai Kunigaikštystei ir Lenkijos Karalystei suteiktas federacinės Abiejų Tautų Respublikos vardas (angl. the Polish-Lithuanian Commonwealth). [55, 59]

Ne ką ramesnis Lietuvai bei jos vardui buvo XX amžius. 1940 metais patekusi į Sovietų Sąjungos sudėtį Lietuva priverstinai imta vadinti Lietuvos Tarybų Socialistine Respublika (sutrumpintai, Lietuvos TSR arba LTSR) (angl. Lithuanian Soviet Socialist Republic, Lithuanian SSR). [56, 60]

Kaip galima pastebėti iš šių faktų, Lietuva yra ne kartą keitusi savo vardą: jis buvo ir ilginamas ir trumpinamas, ir keičiamas pridėdant arba nuimant tam tikrus žodžius. Tačiau iš pateiktų faktų taip pat galima matyti, kad beveik visuose varduose, kuriais buvo anksčiau vadinama mūsų šalis, yra vienas žodis – Lietuva (Lithuania). Atlikus dokumentų analizę galima teigti, kad pirmą kartą rašytiniuose šaltiniuose vardas Lietuva paminėtas dar 1009-aisiais metais Vokietijos miesto Kvedlinburgo analuose, kuriuose minima, kaip lietuvių žemėse nuo vieno iš pagonių rankos mirė Šventasis Brunonas. [45]

Istorikai išskiria keletą Lietuvos vardo kilmės prielaidų. Viena ir, ko gero, pati žinomiausia versija yra K.Kuzavinio hipotezė, kuri teigia, kad Lietuvos vardas kildinamas nuo Lietuvos teritorijoje, netoli Kernavės, tekėjusio upelio Letauka ar Lietauka. [46] Tačiau istorikai atskleidžia ir kitų Lietuvos vardo kilmės versijų. Simonas Karaliūnas savo straipsnyje „Lietuvos vardo kilmė“ teigia, kad Lietuvos vardas gali būti kilęs nuo vokiečių kalbos žodžio „leiten“, kuris išvertus į lietuvių kalbą reiškia „vesti, vadovauti“. S. Karaliūno teigimu, lietuvių tauta tokį pavadinimą pelnė dėl savo itin karingo būdo. [44]

Yra ir dar kitų Lietuvos vardo kilmės variantų. Pilypas Ruigys savo darbe „Lietuvių kalbos meletema“ Lietuvos vardą sieja su žodžiais „lieti, lietus“. A. Šachmatovas ir jo pasekėjai Lietuvos vardą kildina iš keltų kalbos žodžio „Lithavia“, reiškiančio „pakrantės šalis“. Dar viena, istorikų teigimu, mažiau tikėtina versija, kad Lietuva turi sąsają su romėnais, dėl to ir Lietuvos vardas yra tiesiog iškreiptas žodžio „L’Italia“ variantas. [47] Tačiau nepaisant fakto, kad pasaulyje yra nemažai Lietuvos vardo kilmės hipotezių, beveik visi mokslininkai sutinka, kad pirmasis mūsų valstybę įvardijantis žodis buvo Lētuvā (baltai vietoj dvibalsio „ie“ turėjo raidę „ē“). [47]

Atlikus tyrimą taip pat pastebėta, kad Lietuvos vardą laikui bėgant ėmė skirtingai naudoti praktiškai visos pasaulio šalys. Tik latvių kalboje šis žodis iki šiol skamba taip pat, kaip lietuviškai – Lietuva. [48] Kitos valstybės šį žodį daugiau ar mažiau pritaikė prie savo kalbų. Žemiau pateiktoje lentelėje galima matyti, kaip Lietuvos pavadinimas skamba įvairiomis užsienio kalbomis.

<b>Kalba</b>	<b>Vertimas</b>
Anglų	Lithuania
Prancūzų	La Lituanie
Ispanų	Lituania
Rusų	Литва
Vokiečių	Litauen
Italų	La Lituania
Olandų	Litouwen
Portugalų	Lituânia
Latvių	Lietuva
Estų	Leedu
Lenkų	Litwa

3 lentelė. Lietuvos vardas skirtingomis pasaulio kalbomis [48]

Kaip matyti iš šios lentelės, beveik visos joje pateiktos kalbos Lietuvos varde vietoj dvibalsio „ie“ naudoja raidę „i“. Mokslininkai teigia, kad to priežastis – slavų kalba. Šaltiniuose, kuriuose minimas

Lietuvos vardas, Lietuva vadinama slavišku vardu Litua. Kadangi viduramžiais garsai v ir u buvo žymimi ta pačia raide, šis užrašas skaitomas Litva, t.y. visai taip pat, kaip šiandien jį taria rusai bei lenkai (Litwa, Litva). Kodėl slavų kalboje Lietuva taip vadinama, galima suprasti patyrinėjus kitus rusų kalbos žodžius ir bendrą dėsningumą. Slavai yra linkę dvibalsį „ie“ pakeisti raide „i“, pavyzdžiui, liepa - lipa, žiema – zima. Todėl ir šaknis Liet- slavų kalboje keičiama į Lit-. [46] Istorikų teigimu, tokia slavų kalbos forma (su šaknyje esančia „i“ vietoj „ie“) vėliau išsigalėjo vokiečių (Litauen) ir lotynų (Lituania) kalbose. O ilgainiui šio tipo formos dar labiau išplito ir įvairias jų atmainas imta vartoti daugelyje Europos valstybių, net ir kituose žemynuose. [43]

Kitas nesutapimas, kuris skiria įvairių kalbų žodžius nuo originaliojo Lietuvos pavadinimo, yra pailginta galūnė „-uania“. Tokią galūnę Lietuvos vardui linkusios pridėti daugelis germanų (anglų, vokiečių, skandinavų) bei romanų (ispanų, italų, prancūzų) kalbų grupių kalbos. [48] Tokios pailgintos galūnės pridėjimo rezultatas – padaugėjęs skiemenų skaičius žodyje, o dėl padaugėjusios skiemenų skaičiaus ilgėja ir visas žodis. Tokiu būdu vietoj triskiemenio žodžio lietuvių kalboje, žodis „Lietuva“ įvairiose kalbose virsta keturių ar net penkių skiemenų žodžiu. Mokslininkai mano, kad tokią ilgą pridėtinę galūnę Lietuvos vardui pirmoji suteikė lotynų kalba, mat lotynų kalba žodis „Lietuva“ skamba kaip Lithuania. [43] Vėliau toks žodžio darybos būdas išplito ir kitose kalbose.

Tačiau be viso to, tam tikrose kalbose atsiranda dar kitokių šio žodžio tarimo ir rašymo niuansų. Vienas labiausiai pastebimų ir jaučiamų neatitikimų su originaliu Lietuvos vardu yra angliškas Lietuvos vardas – Lithuania. Šis žodis turi labai daug skirtumų palyginus su originaliuoju Lietuvos pavadinimu. Jo šaknyje ne tik dvibalsis „ie“ keičiamas raide „i“, o prie galūnės pridedamas pailginimas „-uania“, bet jame taip pat atsiranda tik anglų kalbai būdingas garsas „th“. Sunku pasakyti, kas tiksliai lėmė priežastį, kuomet anglų kalba tariamame žodyje „Lithuania“ atsirado dvigarsis „th“. Viena priežasčių galėjo būti ta, kad anglų kalbai jos vystymosi laikotarpiu įtakos turėjo daugybė kitų kalbų: germanų, lotynų, skandinavų. Vienas iš variantų, kad dvigarsį „th“ anglų kalbai perdavė lotynų kalba, mat lotynų kalba žodis „Lietuva“ senuose metraščiuose vadinamas „Lethovia“. [45] Kita priežastis, kodėl žodyje Lithuania atsirado junginys „th“ gali būti germanų kalbų grupės įtaka anglų kalbai. Anglų kalba priklauso germanų kalbų grupei, kuriai taip pat priklauso tokios kalbos kaip vokiečių, švedų, norvegų, danų, olandų (kuriose šis žodis tariamas kaip Lit(h)auen) ir islandų (Lit(h)áuen, Lithaugaland). [49, 43]

Taigi, peržvelgus įvairius šaltinius galima teigti, kad dauguma pasaulio kalbų skirtingai naudoja ir prie savo kalbos pritaiko žodį „Lietuva“. Daugumoje kalbų Lietuvos vardas skirtingai naudojamas šaknyje ir galūnėje. Šaknyje vietoj dvibalsio „ie“ naudojama raidė „i“, o žodžio gale pailginama galūnė „-uania“. Tačiau kai kurios kalbos be viso to prie žodžio „Lietuva“ prideda dar ir savo kalbai būdingų

tarimo niuansų. Viena tokių kalbų yra anglų kalba. Šioje kalboje žodis „Lietuva“ ne tik praranda dvibalsį „ie“, įgauna pailgintą galūnę, bet jame taip pat atsiranda garsas „th“, kuris dar labiau atitolina Lietuvos vardą nuo jo originalo. Originaliojo, o kartu ir angliško, Lietuvos vardo keitimas mūsų valstybei nėra svetimas reiškinys. Žvelgiant į Lietuvos istoriją galima matyti, kad Lietuva ir Lietuvos teritorija turėjo keletą skirtingų vardų tiek originalo, tiek ir anglų kalba. Lietuva išgyveno ne vieną istorinį įvykį, po kurio ji keitė savo vardą arba buvo priversta tai padaryti ją užvaldžiusių valstybių.

### *Žvalgybinio tyrimo eiga ir rezultatai*

Žvalgybinio tyrimo poreikį šiame darbe iššaukė anglų kalbos ekspertų interviu. Kadangi anglų kalbos ekspertų auditorija yra specifinė ir mažai tyrėjui pažįstama, žvalgybinis tyrimas darbe naudojamas kaip priemonė, padėsianti geriau atlikti anglų kalbos ekspertų interviu, suprasti kalbininkų veiklos specifiką bei patikrinti sukurta klausimyną. Taigi, žvalgybinio tyrimo tikslas – padėti gauti papildomą informaciją apie interviu metu apklausiamus ekspertus.

Žvalgybinio tyrimo metu trims anglų kalbos ekspertams: anglų-lietuvių kalbų vertėjui, VU fizinių ir biomedicinos mokslų anglų kalbos profesoriui bei VPU anglų-lietuvių kalbų dėstytojai, lektorei, buvo pateiktas bandomasis struktūrizuoto interviu klausimynas. Tyrimas atskleidė kelis svarbius dalykus. Visų pirma, žvalgybinio tyrimo rezultatai parodė, kad interviu, siekiant gauti objektyvius rezultatus, turi būti atliekamas tik su humanitarinės anglų kalbos ekspertais, t.y. tais specialistais, kurie specializuojasi anglų kalbos fonetikos, žodžių struktūros, darybos ir semantikos moksluose. Tik tokie ekspertai, kurie domisi žodžių daryba, sandara, turi pakankamai žinių ir kompetencijos atsakyti į pateiktus klausimus, susijusius su žodžių tarimu ir rašyba. Antra, žvalgybinis tyrimas parodė, kad kai kurie klausimai klausimyne buvo netinkamai suformuluoti ir ne visai aiškūs, todėl vykdant struktūrizuotą interviu jie buvo patobulinti.

### *Struktūrizuoto ekspertų interviu eiga ir rezultatai*

Trečiasis metodas, kuris buvo naudotas tyrimo metu, – tai kokybinis ekspertų interviu. Naudojant šį metodą, interviu atliktas su dviejų sričių ekspertais. Siekiant išspręsti antrąjį ir penktąjį uždavinius, pasirinkti anglų kalbos ekspertai, o tam, kad būtų galima išspręsti trečiąjį, ketvirtąjį ir patikslinti penktąjį uždavinius – įvaizdžio ekspertai.

**Anglų kalbos ekspertų interviu eiga ir rezultatai.** Tyrimo metu buvo apklausti 5 anglų kalbos ekspertai: doc. dr. Daiva Verikaitė, dr. Judita Giparaitė, dr. Jurga Cibulskienė, lekt. Rūta Sirvydė, lekt.

Leonora Norvilienė. Respondentai tyrimui atrinkti naudojant netikimybinę tikslią atranką. Ši atranka pasirinkta dėl to, kad šiame tyrime yra svarbu, kas ir kokie bus jo respondentai (jų patirtis, kompetencija, išsilavinimas ir pan.). Dėl to tyrimo autorius pagal tam tikrus kriterijus turi pats nuspręsti, kokį bendrą bruožą turintys respondentai turi dalyvauti tyrime. Šiuo atveju respondentai atrinkti remiantis keliais kriterijais:

1. Geografinė vieta. Interviu su anglų kalbos ekspertais buvo vykdytas tik Vilniaus mieste (dėl ribotų galimybių vykti į kitus miestus), nes anglų kalbos specialistams klausimynas, visų pirma, buvo pateikiamas susitikus gyvai, trumpai paaiškinant, koks tai tyrimas ir apie ką yra jo klausimai.

2. Respondentų specializacija. Pagrindinis bruožas, kurį turėjo turėti visi respondentai, – tai humanitarinės (t.y. anglų kalbos žodžių darybos, fonetikos) anglų kalbos specializacija. Kaip parodė žvalgybinis tyrimas, tik humanitarinės anglų kalbos specialistai yra pakankamai kompetentingi atsakyti į interviu metu užduodamus klausimus.

3. Respondentų moksliniu laipsniu bei patirtimi. Tyrimui pasirinkti respondentai, kurie turi įgiję atitinkamą mokslinį laipsnį. Tačiau remiantis faktu, kad Lietuvoje specialistų, turinčių aukštą humanitarinės anglų kalbos laipsnį, yra gana mažai, tyrimo respondентаis dėl jų trūkumo taip pat pasirinkti ir tie humanitarinės anglų kalbos ekspertai, kurie turi humanitarinės anglų kalbos išsilavinimą bei darbo šioje srityje patirtį.

Anglų kalbos specialistų interviu atlikti pasirinktas struktūrizuotas kokybinio interviu tipas. Kokybinio interviu metodas pasirinktas todėl, kad jis geriausiai gali padėti įgyvendinti tyrimo pradžioje iškeltus uždavinius. Siekiant nustatyti, ar žodis „Lithuania“ yra sunkiai komunikacijoje panaudojamas žodis, ekspertų interviu šiuo atveju yra tinkamiausias tyrimo metodas. Tik anglų kalbos ekspertai, kurie turi anglų filologijos išsilavinimą bei dirba anglų filologijos srityje, yra pakankamai kompetentingi atsakyti į su anglų kalbos žodžių daryba susijusius klausimus. Struktūrizuotas kokybinio interviu tipas pasirinktas atmetus kitą kokybinio interviu tipą – nestruktūrizuotą interviu. Struktūrizuotas interviu šiuo atveju pasirinktas dėl to, kad toks interviu yra patogus dėl savo objektyvumo kandidatų atžvilgiu, nes visiems kandidatams pateikiami tokia pat tvarka ir tie patys klausimai.

Respondentų atsakymai į interviu klausimus pasiskirstė skirtingai. Esminiais klausimais, kurie tiesiogiai gali padėti įgyvendinti tyrimo pradžioje iškeltą antrąjį bei penktąjį uždavinius, atliktame interviu galima laikyti kelis klausimus. Šie klausimai ir respondentų atsakymai į juos pateikiami žemiau.

Pirmasis klausimas skambėjo taip: „*Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiamis gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?*“ Respondentų atsakymai



į šį klausimą buvo dvejopi. Vieni respondentai buvo linkę teigti, kad „Lithuania“ yra sunkiai tariamas žodis, kiti – kad šis žodis vis tik nėra sunkiai tariamas. Respondentai, kurie sutiko su teiginiu, kad „Lithuania“ yra sunkiai tariamas žodis, dažniausiai teigė, kad šio žodžio tarimą apsunkina garso „th“ tarimas bei po šio garso einantys dvigarsių junginiai „ju“ ir „ei“:

- „Labai sunkiai. Garsas „th“ ir dvigarsių junginys „ju“ + „ei“ per sunkiai tariamas ir nepanašus į lotynišką ar lietuvišką.“
- „...besimokantieji pirmą kartą pabandę taisyklingai neištaria niekada. Priežastis – priebalsių „th“ junginys tariamas nežinoma, nesančia lietuvių kalbos fonema.“
- „Pakankamai sunkiai. Apsunkina tai, kad žodžio viduryje po „th“ eina „ju“ tarimas.“

Tačiau ne visi respondentai pritarė šiam teiginiui. Kai kurių respondentų teigimu, žodis „Lithuania“ nėra sunkiai arba sunkiau tariamas žodis negu kiti angliški žodžiai: „Manau, kad jis sunkiau tariamas negimtakalbiamis. Tačiau jis nėra sunkesnis nei kiti žodžiai, kuriuose yra garsas „th“, pvz. thunderstorm (audra – aut. past.) ar pan.“ Respondentų teigimu, šio žodžio tarimas ir sunkumas jį tariant taip pat yra susijęs su atskirų pasaulio tautų kalbomis: priklausomai nuo to, kokia yra žmogaus gimtoji kalba ar joje yra panašaus tarimo žodžių į žodį „Lithuania“, priklauso ir tai, ar žmogus sugeba šį žodį ištarti: „Lietuviams šis žodis tariamas sunkiai. Dėl kitų kalbų sunku pasakyti, nes priklauso nuo jų fonologinės sistemos.“

Antrasis esminis interviu klausimas: „Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai įsimenamų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį įsiminti?“ Respondentų atsakymai į šį klausimą taip pat pasiskirstė ne vienodai, tačiau tarp respondentų vyravo nuomonė, kad šis žodis vis tik yra sunkiai įsiminamas. Kaip priežastį, kodėl šis žodis yra sunkiai įsiminamas, respondentai nurodo tokias priežastis, kaip sunkų žodžio tarimą bei rašybą, kurią sąlygoja tas pats garsas „th“, dvibalsiai „ju“ bei „ei“. Respondentų teigimu, dėl „šveplo“ garso „th“ žodis praranda savo skambumą:

- „Priskirčiau. Jo įsiminimą apsunkina rašyba ir tarimas“
- „Taip, nes skiemenų sekoje yra nepažįstama gimtojoje kalboje fonema ir žodyje yra per daug dvibalsių.“
- „Skambumo stoka, šveplas garsas“.

Kitų respondentų teigimu, žodis „Lithuania“ nėra sunkiai įsiminamas žodis: „Man jis nėra sunkiai įsiminamas žodis.“

Trečiasis klausimas: *Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiamis yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?*“ Vyraujantys respondentų atsakymai į šį klausimą buvo teigiami. Respondentų teigimu, dėl sunkios žodžio rašybos, taip pat kaip ir dėl sunkaus tarimo bei įsiminimo, kaltas raidžių junginys „th“ bei raidės „u“ ir „a“:

- „Taip, nes yra junginys „th“, o po jo eina „u“ ir „a“.
- „Taip, garsas „th“.“

Sunkią žodžio „Lithuania“ rašybą respondentai taip pat buvo linkę sieti su viduryje žodžio esančia raide „h“: „...šiek tiek apsunkina rašybą raidė „h“. Kiti respondentai teigė, kad vertinti žodžio rašybą yra apskritai sunku, nes „žodis rašomas pagal taisykles, bet ne visi jas žino.“

Ketvirtas esminis klausimas: „*Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, išiminimą ir rašybą (1 – labai sunkus, 10 – labai lengvas)?* Respondentų įvertinimai pasiskirstė taip:

Respondentas	Įvertinimas
I	4
II	8
III	2-3
IV	3
V	2

4 lentelė. Žodžio „Lithuania“ panaudojimo komunikacijoje įvertinimas

Respondentai žodžio „Lithuania“ tarimą, išiminimą bei rašybą dešimtbalėje sistemoje įvertino žemu balu. Jis buvo ne aukštesnis kaip 4 (keturi). Respondentų teigimu, norint, kad žodis būtų lengviau tariamas, išimenamas bei rašomas, šį žodį reikėtų supaprastinti: sutrumpinti, pašalinti sudėtingus junginius, garsą „th“ pakeičiant raide „t“, panaikinant garsą „j“:

„*Ką reikėtų jame (žodyje „Lithuania“ – aut. past.) pakeisti, kad jis būtų lengviau išimenamas, tariamas ir rašomas?*“

- „... mažiau sudėtingų junginių, arčiau lietuviško žodžio Lietuva.“
- „... „th“ į „t“, panaikinti garsą „j“.
- „Reikėtų sutrumpinti“.

Vyraujanti respondentų nuomonė buvo tokia, kad angliško Lietuvos vardo tarimas žmonėms sukelia problemų: „*Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai ištaria, rašo bei išimena žodį „Lithuania“?*“

- „Kitataučiams mūsų šalies pavadinimą daug lengviau tarti jų gimtąja kalba. Daugelyje kalbų jis skamba paprasčiau negu anglų kalboje: Litauen, Litvania ir pan.“

- „Taip, visada reikia daug kartoti ir praktikuotis.“
- „Lietuviams sunkiausia tarti „th“ garsą.“

Tačiau respondentai taip pat turėjo ir kitokią nuomonę. Kai kurių respondentų teigimu, vertinti žodžio tarimą, išsiginimą bei rašybą reikėtų atskirai kiekvienam žmogui ir atskirai kiekvienai tautai, nes tai, ar sunkiai žodis yra panaudojamas komunikacijoje, priklauso nuo kiekvieno žmogaus išsilavinimo bei nuo jo gimtosios kalbos. Skirtingos pasaulio tautos, priklausomai nuo jų gimtosios kalbos, gali susidurti su skirtingomis problemomis tariant žodį „Lithuania“: „Priklauso nuo to, kieno atžvilgiu reikėtų vertinti sunkumą. Kam sunku rašyti ir tarti? Lietuviai, rusai, angliai, lenkai ar vokiečiai? Priklauso nuo gimtosios kalbos ir nuo paties žmogaus išsilavinimo ir gebėjimų.“

Taigi, iš respondentų atsakymų į šiuos klausimus galima matyti, kad vyraujanti anglų kalbos ekspertų nuomonė yra ta, kad žodis „Lithuania“ yra sunkiai tariamas, sunkiai išsiginamas bei sunkiai rašomas žodis. Kitaip tariant, dauguma respondentų sutinka su teiginiu, kad žodis „Lithuania“ yra sunkiai komunikacijoje panaudojamas žodis. Tačiau nepaisant to, kad tarp respondentų vyrauja nuomonė, kad „Lithuania“ yra sunkiai komunikacijoje pritaikomas žodis, ne visi respondentai sutiktų su mintimi pakeisti šį žodį paprastesniu žodžiu. Į klausimus *„Ar vis tik reikėtų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: išsiginimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo?“* respondentai turėjo dvejopą nuomonę. Vieni jų teigė, kad šis vardas turėtų būti keičiamas. Kiti nepritarė šiai idėjai. Pasisakantieji „už“ angliško Lietuvos vardo keitimą nurodė, kad kaip galima šio žodžio pakaitalą būtų galima naudoti žodį „Letuva“. Kaip galima matyti iš aukščiau atliktos dokumentų analizės, vardas „Letuva“ yra būtent tas žodis, kuriuo dar baltų laikais buvo vadinamos dabartinėje Lietuvos teritorijoje esančios žemės. Vardas Letuva yra pirmasis mūsų valstybės ir jos žemių vardas. Kaip galima dabartinio „Lithuania“ pakaitalą respondentai nurodė ir žodžius „Lituania“ bei „Lietuva“.

Kita dalis respondentų buvo linkę nepritari vardo „Lithuania“ keitimui. Galima pastebėti netgi tam tikrą prieštaravimą jų atsakymuose. Net ir tie respondentai, kurie viso interviu metu teigė, kad „Lithuania“ yra sunkiai tariamas, išsiginamas ir rašomas žodis, paklausti, ar šį žodį vis tik reikėtų keisti, dvejojo dėl savo atsakymo. Tokią interviu metu išryškėjusią tendenciją galima būtų sieti su svarbiu vardo keitimo padariniu – vardo keitimo problemomis bei rizika. Respondentų teigimu, valstybės vardo keitimas yra sudėtingas procesas, kurio rizika yra labai didelė. Ši rizika susijusi su aibe problemų, kurias gali sukelti valstybės vardo keitimas. Šios problemos – tai ir dokumentų keitimas, ir finansų stygius, ir, kas svarbiausia, dirbtinis kišimasis į natūraliai visuomenėje susiklosčiusį kalbos vartojimą bei jos tradicijas:

- „Pirmiausia, tai yra tradicija. Antra, įsiveltų painiava vartojant du terminus. Trečia, žodynuose pateikiamas Lithuania pavadinimas, todėl žmonės besidomintys Lietuva ras tik šį pavadinimą, nes žodynai taip greitai nesikeičia.“
- „,...tikrai didelės. Finansinės, nes reikėtų keisti pavadinimus, dokumentus, blankus ir pan.“
- „Bet kokie pakeitimai kalboje vyksta labai lėtai. Manau, kad patys kalbos vartotojai, jei žodis jiems bus per sunkus, ateityje pakeis jį kitu. Geriausia, kai kalbos pasikeitimai vyksta natūraliai.“

Kaip galima matyti iš respondentų atsakymų, vyraujanti ekspertų nuomonė yra ta, kad vardo keitimas sukeltų dviejų rūšių riziką: pirma, būtų sunku pakeisti visus oficialius dokumentus, žodynus. Dėl to didėtų tikimybė, kad naujas ir senas pavadinimai tarpusavyje bus nuolat painiojami. Antra, valstybės vardo keitimas – tai labai ilgas procesas, kuris siejasi su nusistovėjusių tradicijų bei visuomenėje priimtų kalbos normų griovimu. Dėl to yra tikimybė, kad visuomenė gali prieštarauti šiam pakeitimui ir jo paprasčiausiai nepriimti.

Galima teigti, kad tarp respondentų vyrauja nuomonė, jog angliškas Lietuvos vardas „Lithuania“ yra sunkiai komunikacijoje panaudojamas žodis: jis yra sunkiai tariamas, sunkiai įsimenamas bei sunkiai rašomas. Tačiau nepaisant to, kad „Lithuania“ anglų kalbos ekspertai vertina kaip sunkiai komunikacijoje panaudojamą žodį, jie nėra linkę pritarti idėjai, kad šis žodis turėtų būti keičiamas. Ekspertai teigia, kad valstybės vardo keitimas yra labai sunkus, ilgas, daug finansinių išteklių reikalaujantis procesas, kuris griaua visuomenėje nusistovėjusias tradicijas ir kalbos vartojimo normas.

**Įvaizdžio ekspertų interviu eiga ir rezultatai.** Kokybinio įvaizdžio ekspertų interviu metu naudoti du atrankų principai. Pirmoji atranka, kuri buvo naudota prieš atliekant interviu, tai netikimybinė tikslinė atranka. Ši atranka pasirinkta dėl to, kad šiame tyrime yra svarbu, kas ir kokie bus jo respondentai (jų patirtis, kompetencija, išsilavinimas ir pan.). Dėl to tyrimo autorius pagal tam tikrus kriterijus turi pats nuspręsti, kokį bendrą bruožą turintys respondentai turi dalyvauti tyrime. Tačiau netikimybinė tikslinė atranka tyrimo metu naudota tik pirmajam respondentui rasti. Kadangi įvaizdžio ekspertų, kurie būtų pakankamai kompetentingi išsakyti savo nuomonę valstybės prekės vardo tema Lietuvoje yra mažai, antrajam ir kitiems respondentams rasti tyrimo metu taikytas sniego gniūžtės principas. Šis atrankos principas padėjo užtikrinti keletą svarbių dalykų. Visų pirma, jis padėjo lengviau surasti reikalingus įvaizdžio ekspertus, gauti jų kontaktus, kas kitokiu būdu būtų praktiškai neįmanoma. Antra, vieno eksperto rekomendacija pasikalbėti su kitu ekspertu padėjo užtikrinti respondentų sutikimą duoti interviu. Respondentai žymiai drąsiau reiškė savo nuomonę kuomet jie

žinojo, kad juos, kaip kompetentingus ekspertus įvaizdžio klausimu, rekomendavo jų pažįstamas ar buvęs kolega.

Interviu pasirinkti dalyvauti valstybinių bei viešųjų įstaigų atstovai. Įvaizdžio ekspertų, dirbančių privačiose įstaigose, interviu metu atsisakyta dėl to, kad darbe analizuojama angliško Lietuvos vardo keitimo idėja, kurią iškėlė privačios reklamos agentūros direktorius. Todėl baimintasi, kad dėl konkurencinių priežasčių privačių įmonių įvaizdžio ekspertų nuomonė šiuo klausimu gali būti šališka ir iš anksto nukreipta prieš ją iškėlusį žmogų.

Iš viso tyrimo metu interviu paimtas iš trijų įvaizdžio ekspertų. Interviu metu apklausti: VŠĮ „Vilnius Europos Kultūros sostinė 2009“ vykdomoji direktorė Dalia Bankauskaitė, VŠĮ „Europos namai“ direktorė Judita Akromienė bei Lietuvos Respublikos Vyriausybės Komunikacijos departamento direktorius Laurynas Bučalis.

Įvaizdžio ekspertų interviu vyko trim etapais:

1. Telefonu arba elektroniniu paštu susisiekti su konkrečiu įvaizdžio ekspertu ir pasiteirauta, ar jis sutiktų sudalyvauti interviu.
2. Respondentui sutikus, jam elektroniniu paštu susipažinti nusiųsti apytiksliai interviu klausimui.
3. Sutartu laiku ekspertui skambinama telefonu ir iš jo imamas interviu.

Skirtingai nei anglų kalbos ekspertų interviu metu, įvaizdžio ekspertų interviu metu taikytas pusiau struktūrizuoto interviu metodas. Pusiau struktūrizuotas interviu metodas pasirinktas todėl, kad klausimai, susiję su valstybės vardu ir įvaizdžiu, nėra tokie specializuoti kaip kad anglų kalbos ekspertų atveju: jie nereikalauja specifinių filologijos, kalbos darybos žinių bei terminų ir leidžia laisviau formuluoti klausimus. Dėl to pusiau struktūrizuotas interviu gali pasitarnauti vystant diskusiją ir tokiu būdu gaunant išsamesnę tyrimo informaciją.

Respondentų interviu darbe analizuojami aptariant atskirai kiekvieno respondento atsakymus ir vėliau apibendrinant jų mintis bei tendencijas.

*Laurynas Bučalis, LR Vyriausybės Komunikacijos departamento direktorius: „komunikacijoje sunkaus vardo ištarimo trūkumai gali tapti ir privalumais“*

Apžvelgus interviu, darytą su LR Vyriausybės Komunikacijos direktoriumi, galima teigti, kad respondento teigimu, valstybės vardo keitimas Lietuvai galėtų padėti pritraukti kitų šalių dėmesį bei susidomėjimą, bet tai nėra vienintelė priemonė, kurios reikėtų griebtis, siekiant šalį padaryti labiau žinomą pasaulyje: „Vardo paties keitimo procedūra, kaip komunikacijos akcija, yra gan skambi ir

galima ją panaudoti. Bet tai nėra būtina valstybės žinomumo padidinimui.“ Pasak respondento, siekiant padidinti valstybės atpažįstamumą, geriau naudoti kitas priemones: šūki, logotipą ir pan.: „...valstybės žinomumui, atpažįstamumui yra ir kitų priemonių kaip vizualinių, kaip logotipas, tarkim, kitų išraiškos priemonių, verbalinių, šūkių, tuo labiau kad taip mes čia turim problemą <...> tik su anglų kalbos žodžiu.“ Respondento teigimu, valstybės vardas prisideda prie valstybės įvaizdžio formavimo dvejopai:

- Valstybės vardas parodo tam tikrą geografinį regioną, kuriam ji priklauso;
- Valstybės vardas kelia tam tikras asociacijas.

Pasak respondento, skirtingų regionų valstybės turi vienodas arba panašias valstybių vardų galūnes, kurios būtent ir suteikia informacijos apie tai, kokiam regionui priklauso tam tikra valstybė. O valstybės priskyrimas vienam ar kitam regionui būtent ir formuoja tam tikrą valstybės įvaizdį: „Viskas prisideda prie įvaizdžio formavimo. Tam tikri valstybių pavadinimai sukelia asociacijas, kokios tai yra valstybės. Visokie „-anai“, kaip Kazachstanai, Uzbekistanai ir pan., mums duoda suprasti, apie koki maždaug regioną mes kalbame ir suformuoja tam tikras stereotipines nuomones apie tai, kokios turėtų būti valstybės, kokia ten tvarka, kokia ekonomika. <...> Tai dažnai suponuoja požiūrį apie tai, kokios tos valstybės yra.“ Pasak L. Bučalio, Lietuvos vardas irgi nėra išimtis, Lietuvos vardas taip pat asocijuojasi su tam tikromis valstybėmis ir regionu. O asociacijos su tam tikru regionu Lietuvai suteikia tam tikrą įvaizdį: „Lithuania yra panašus į kitus Rytų Europos valstybių pavadinimus <...> Romania... <...> Aišku, kai mes kalbam apie vardus, kur pradžia nelabai aiški, o pabaiga „-einija“, tai tokios yra po Tautų pavasario susikūrusios valstybės.“

Kita būdas, kuriuo valstybės vardas prisideda prie valstybės įvaizdžio formavimo, yra tam tikrų asociacijų iškėlimas. Respondentas teigia, kad vardas prisideda prie valstybės įvaizdžio formavimo sukeldamas tam tikras asociacijas jį girdinčio žmogaus galvoje, kuris nėra nieko girdėjęs apie tam tikrą šalį: „Vardas kaip nieko nežinančiam iššauks tam tikras asociacijas priklausomai nuo jo asmeninio išsilavinimo <...> Jis padeda susidaryti nežinančiam kitokį įvaizdį.“

Kalbant apie riziką, kurią gali sukelti Lithuania vardo keitimas mūsų valstybei, respondentas išskiria dvi rizikų rūšis:

- Išorinę riziką;
- Vidinę riziką.

Pasak respondento, išorinė rizika, arba tiksliau sakant, iššūkis, kurį turėtų įveikti Lietuva siekdama pasikeisti savo anglišką vardą, būtų susijusi su politiniu sutarimu, reiškiančiu, kad Lietuva savo vardo keitimą turėtų suderinti su kitomis valstybėmis: „Pirmiausia turi būti stiprus politinis konsensusas, nes pagrindinis keitimo iššūkis <...> būtų politinio sutarimo, politinio palaikymo, kad

vėliau visuomenė nebūtų atgailaujanti.“ Kaip vieną iš iššūkių, kurių taip pat patirtų Lietuva, keisdama anglišką savo vardą, L. Bučalis įvardija būtinybę kitoms šalims paaiškinti, kodėl mūsų valstybė vis tik nusprendė pasikeisti anglišką savo vardą: „Reikia pagalvoti, kaip politiškai paaiškinsim, kodėl tą vardą keičiam? Kompleksuojam dėl to vardo ar kas yra?“

Prie vidinių iššūkių respondentas priskiria vidinę komunikaciją Lietuvos žmonėms, teigdamas, kad angliško vardo pakeitimas sukrėstų ir Lietuvos visuomenę, kuriai taip pat turėtų būti paaiškinta, kodėl imamasi keisti anglišką Lietuvos vardą: „...pagrindinis keitimo iššūkis <...> ir vidinės komunikacijos. Vidinė komunikacija tai Lietuvos visuomenei, Lietuvos žmonėms.“

Respondentas nėra linkęs pritarti idėjai keisti anglišką Lietuvos vardą dėl dviejų pagrindinių priežasčių. Pirma, jo teigimu, Lietuva per daug dėmesio skiria išorinei savo komunikacijai palaikyti ir įvaizdžiui formuoti, tuo tarpu vidinė Lietuvos auditorija – piliečiai – lieka nuošalyje. L. Bučalio teigimu, Lietuva šiuo metu turėtų labiau rūpintis savo piliečiais ir tuo, ką jie galvoja, kaip jie įsivaizduoja Lietuvą, o tik tuomet skirti tiek dėmesio Lietuvos įvaizdžiui: „...mes per daug rūpinamės, kad ką mato išorėje, ką galvoja išorėje <...> Nors iš tikrųjų reikėtų susirūpinti labiau ką patys piliečiai galvoja apie savo šalį. <...> mažiau reikia rūpintis, ar mus myli ar nemyli užsienyje, ar mus žino ar nežino, nes ne tai svarbu. <...> Problema yra kokia mūsų piliečių tapatybė, o įvaizdis užsienyje ateis po to.“

Antra, respondento teigimu, tokį sunkiai ištariamą, įsimenamą bei rašomą valstybės vardą galima išnaudoti ne kaip trūkumą, o kaip privalumą: „Vardas nėra lengvai keičiamas <...> O sunkaus vardo ištarimo trūkumai gali tapti ir privalumais komunikacijoje. Žinoma pakeitus į paprastesnį Lituania, Lituanica ar kaip sugalvotum jis, tarkim, šiaurės pusrutulio gyventojams gal ir taptų lengviau ištariamais ir geriau suprantamas, nes taptų artimesnis kitose kalbose natūraliai vartojamam Lietuvos pavadinimui kaip Lituanie, Lituania ir pan. Tačiau ir <...> su tokiu vardu galima padaryti pakankamai daug. Todėl kad jisai yra pakankamai gerai atpažįstamas ir galima išmokti ir galima ištarti.“

Respondentas taip pat teigė, kad jis nėra girdėjęs konkrečių tyrimų, kaip anglišką Lietuvos vardą priima lietuviai ir užsieniečiai.

*Judita Akromienė, VšĮ „Europos namai“ direktorė: „ne pats žodis yra svarbus, o ta žinia, kurią tas žodis neša“*

Kita interviu metu apklausta įvaizdžio ekspertė Judita Akromienė teigia, kad pats angliškas žodis „Lithuania“ mūsų valstybės įvaizdžio formavimui didelės įtakos neturi. Analizuojant respondentės interviu, galima išskirti dvi priežastis, paaiškinančias šią jos nuomonę. Visų pirma, respondentės

teigimu, svarbiausia komunikacijoje yra ne pats žodis, o reikšmė, kurią žodis turi, todėl ir angliško Lietuvos vardo atveju svarbiausia yra ne tai, ar žodis sunkiai, ar lengvai tariamas, bet tai, kokią žinią jis neša. Tik tuomet, kai vardas turės tam tikrą reikšmę, jis galės prisidėti ir prie valstybės įvaizdžio formavimo: „jis (valstybės vardas – aut. past.) gali prisidėti, jeigu mes turime ką pasiūlyti, jeigu yra tas daiktas. <.....> ...ne pats žodis juk yra svarbus, o ta žinia, arba tas krūvis, tas žodis, ta reikšmė, kurią tas žodis neša.“ Todėl, pasak respondentės, Lietuva, siekdama formuoti savo įvaizdį, visų pirma turėtų identifikuoti savo stipriąsias savybes, savo išskirtinumą, o pavadinimas yra tik viena iš dalių, kuri gali padėti sustiprinti arba susilpninti formuojamą įvaizdį: „mums patiems visų pirma reikėtų identifikuoti tą išskirtinumą ir tas stiprybes, kurias mes turime. Ir jeigu mes turime tas stiprybes, tada apie jas reikėtų kalbėti, o pavadinimas yra tik priedas šalia to.“

Antra, respondentės teigimu, įvaizdžio formavimas – tai sudėtinis procesas, todėl vien vardo pakeitimas tokiu atveju rezultato neatneš. Siekdama suformuoti savo įvaizdį Lietuva turi turėti bendrą, vientisą įvaizdžio formavimo strategiją, o ne vykdyti pavienius įvaizdžio formavimo veiksmus: „...turi būti vientisumas visuose veiksmuose. Įvaizdžio formavimas, o tuo labiau šalies, yra sudėtinis procesas. Aš manau, kad vardo keitimas tikrai neprisidėtų stipriai prie įvaizdžio kūrimo.“

Respondentė išskiria dvi pagrindines rizikos rūšis, kurias Lietuvai atneštų angliško jos vardo keitimas. Kaip vieną iš didžiausių rizikų, kurią Lietuvai atneštų angliško vardo keitimas, J. Akromienė įvardija itin didelius vardo keitimo kaštus, kurie būtų susiję ne tik su pinigais, bet ir laiku, žmogiškaisiais ištekliais. Respondentės teigimu, yra tikimybė, kad pasaulio valstybės neįvertins ir nesupras tokio Lietuvos žingsnio, nes jis mūsų šaliai kainuotų itin brangiai: „...mūsų valstybė nėra ta turtingoji valstybė, todėl pasaulis pamatuotų kaštus keitimo.<.....> ....daugelis vertintų šitą veiksmą kaip neracionalų ir neefektyvų vertinant kiek tai valstybei kainuotų. Ne tik pinigais, bet ir viskuo: veiksmiais ir žmogiškais resursais, ir laiku.“

Kita rizika, kurią sąlygotų angliško Lietuvos vardo keitimas, – tai sąsajos su Lietuvos praeitimi nutraukimas. Tačiau, pasak respondentės, ši rizika galėtų atnešti tiek neigiamų, tiek teigiamų pasekmių. Respondentės teigimu, toks žingsnis kaip angliško Lietuvos vardo keitimas galbūt galėtų padėti lietuviams tapti labiau novatoriška tauta, kuri žiūri ne tik į praeitį, bet ir į ateitį: „Teigiama yra todėl, kad iki šiol lietuviai vis dar gyvena praeitimi ir tai galbūt mums patiems duotų tą impulsą. <.....> Nes jie gyvena dabartimi, jie vis dar gyvena mūsų didžiosios kunigaikštystės, didžiosios valstybės įvaizdžiu, kas nėra gerai.“ Tačiau keisdama savo anglišką vardą, Lietuva rizikuotų atitolti nuo savo praeities, istorijos, nutraukti savo senas ir ilgai puoselėtas tradicijas, kurios skleidžiamos pasaulyje: „Pavadinimo keitimas lyg yra ir nutraukimas savo šalies, tautos praeities. <.....> ...vėl gi nutrūktų nuosekli seka arba kažkokios istorijos tapatinamos su mūsų šalimi.“



Trečioji ir ne ką mažesnė rizika, apie kurią respondentė trumpai užsimena ir kurią galima išskirti kaip svarbią vardo keitimo rizikos rūšį, tai naujo angliško vardo panašumas į kitų šalių vardus. Respondentės kalboje galima išvelgti svarbią idėją, kad Lietuva, turėdama kaimynę Latviją, turėtų atsargiai rinktis naująjį savo vardą, nes gali nutikti taip, kad pasirinkusi naują anglišką vardą ji taptų nebeatskiriama nuo kaimyninės Latvijos: „Jeigu Lituania, tai šis žodis labai dažnai maišosi su Latvija, kuri yra Letonia.“ Taigi, respondentė nesutinka su idėja keisti anglišką Lietuvos vardą, nes, jos teigimu, vien vardo keitimas tokiai mažai valstybei, kuri pasaulyje yra tiek mažai žinoma, formuoti šalies įvaizdžio nepadėtų: „Manau, kad bet koku atveju nei mums patiems, nei tarptautiniu mastu šitas nutraukimas, kai esame nežinomi, nepadėtų.“

Respondentė nenurodė jokių konkrečių tyrimų, kuriuose buvo tiriama, kaip anglišką Lietuvos vardą vertina Lietuvos bei užsienio piliečiai.

*Dalia Bankauskaitė, VŠĮ „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“ vykdomoji direktorė:  
„vardan ko mes imamės tokio veiksmo – keitimo?“*

Trečiosios respondentės, Dalios Bankauskaitės, teigimu, prieš keičiant anglišką Lietuvos vardą, visų pirma reikėtų atsakyti į klausimą, vardan ko šis vardas turėtų būti keičiamas. Respondentės teigimu, šiuo metu keisti anglišką Lietuvos vardą nėra jokių priežasčių: „Bet koks veiksmas, bet koks sprendimas, kuris priimamas, jis yra priimamas vardan tam tikro tikslo. Koks tikslas yra keitimo Lietuvos vardo... <...> ...tikslas savaime vardan tikslo pakeisti vardą yra be tikslo.“

Respondentė nesutinka su teiginiu, kad angliškas Lietuvos vardas prisideda prie mūsų šalies įvaizdžio formavimo ir teigia, kad Lietuva vietoj to, kad keistųsi anglišką savo vardą, turėtų nuspręsti, kokia ji nori būti, kokį įvaizdį ji norėtų susikurti: „- Tai turbūt visų pirma reikėtų padaryti tyrimą, kad išsiaiškinti.... - Taip, taip, pagrįstumą ir ypač nuspręsti, kur mes norim būt matomi. Kur mes kaip šalis norim egzistuoti.“

Respondentė teigia, kad Lietuva yra per maža šalis, kad ji galėtų būti žinoma visame pasaulyje, todėl svarbiausia ką turi padaryti Lietuva, tai nusistatyti savo rinką, tą pasaulio vietą, regioną, kurioje ji nori būti matoma ir žinoma ir tik tuomet, kai Lietuva tiksliai žinos, kur ir kaip ji nori būti matoma, tuomet galima galvoti ir apie tai, kaip anglišką Lietuvos vardą priima to Lietuvai svarbaus regiono valstybės: „...mes kaip šalis esam per maži, kad būtume pakankamai žinomi tolygiai visam pasauly, vadinasi....<...> kaip mes strateguojam savo šalį. Kokiam žemėlapy, kokioj erdvėj mes norime būti atpažįstami ir pripažinti, kur mūsų rinka yra...“

D. Bankauskaitė sutinka su idėja, kad angliško Lietuvos vardo keitimas gali būti viena iš įvaizdžio formavimo priemonių, tačiau realiai vien tik vardo pakeitimas mūsų valstybei neduos jokios naudos: „nuo to mes nepasidarom labiau patrauklūs investicijoms, turizmui, nei mūsų darbo jėga labiau patrauklesnė...“

Respondentė pripažįsta, kad angliškas Lietuvos vardas skamba pakankamai neįprastai, tačiau toks neįprastas valstybės vardas galėtų būti išnaudojamas kaip išskirtinis valstybės bruožas, kuris ne pakenktų, o padėtų valstybei bei jos įvaizdžiui: „Kartais tas defektas „ilgos nosies“ gali būti kaip tik stiprioji pusė. <...> Kad jis (žodis Lithuania – aut. past.) neištariamas, kaip sakiau, tai gali būti kumpa nosis, kuri daro visą akcentą veide...“

Respondentė teigė nežinanti ir negirdėjusi apie jokių tyrimus, kaip anglišką Lietuvos vardą vertina lietuviai bei užsieniečiai.

Išanalizavus įvaizdžio ekspertų interviu galima teigti, kad įvaizdžio ekspertai nepalaiko idėjos keisti anglišką Lietuvos vardą Lithuania. Jų teigimu, pakeistas angliškas Lietuvos vardas nepadės Lietuvai formuoti savo įvaizdžio, nes Lietuva yra per menkai žinoma visame pasaulyje. Tačiau iš kitos pusės ekspertai pripažįsta, kad valstybės vardo keitimas gali būti naudojamas kaip viena iš priemonių, prisidedančių prie valstybės įvaizdžio formavimo. Valstybės vardas gali padėti jai formuoti įvaizdį tuomet, kai valstybė turi aiškia įvaizdžio formavimo strategiją bei jos nuosekliai laikosi, o valstybės vardo keitimas yra viena iš tos įvaizdžio formavimo strategijos priemonių.

Kaip galimą riziką, kurią Lietuvai sukeltų angliško jos vardo keitimas, respondentai nurodo vardo suderinimo su kitomis valstybėmis bei su pačiais lietuviais problemą, taip pat kaštų neatsipirkimo problemą bei sąsajos su Lietuvos praeitimi nutraukimą.

Nei vienas respondentas nenurodė konkretaus tyrimo, kuriame būtų analizuota Lietuvos bei užsienio piliečių nuomonė apie anglišką Lietuvos vardą Lithuania.

### **Empirinės dalies išvados**

Darbe atlikto tyrimo rezultatai leidžia daryti išvadą, kad, visų pirma, dauguma pasaulio tautų skirtingai naudoja ir prie savo kalbos pritaiko žodį „Lietuva“. Ypač didelis skirtumas tarp originaliojo ir perdaryto žodžio jaučiamas anglų kalboje. Anglų kalba yra ta kalba, kuri ne tik pakeičia žodžio „Lietuva“ šaknį, pailgina galūnę, bet ir prideda savo kalboje būdingą garsą „th“.

Antra, atliktas anglų kalbos ekspertų interviu leidžia teigti, kad „Lithuania“ yra sunkiai komunikacijoje pritaikomas žodis. Kaip parodė tyrimo rezultatai, „Lithuania“ yra sunkiai tariamas, sunkiai įsimenamas ir sunkiai rašomas žodis.

Trečia, atliktas tyrimas parodė, kad nei Lietuvoje, nei užsienyje nėra duomenų apie tai, kaip žodį „Lithuania“ vertina tikslinė jo auditorija – Lietuvos bei užsienio piliečiai. Nei Lietuvoje, nei kitose valstybėse nebuvo daryta jokių tyrimų, ar vardas „Lithuania“ yra priimtinas patiems lietuviams bei užsienio svečiams.

Ketvirta, atliktas įvaizdžio ekspertų interviu leidžia teigti, kad vardas Lithuania tik iš dalies prisideda prie Lietuvos įvaizdžio formavimo. Tyrimas parodė, kad angliško Lietuvos vardo keitimas gali prisidėti prie mūsų šalies įvaizdžio formavimo tik tuo atveju, jeigu jis bus naudojamas kartu su kitomis įvaizdžio formavimo priemonėmis. Vien angliško Lietuvos vardo keitimas nepadės Lietuvai suformuoti ar pakeisti jos įvaizdžio.

Penkta, tyrimo metu taip pat buvo nustatyta, kad angliško Lietuvos vardo keitimas mūsų šaliai gali būti rizikingas procesas. Keisdama savo anglišką vardą Lietuva gali susidurti su finansinėmis, dokumentų bei žodynų keitimo problemomis. Naujam angliškam mūsų šalies vardui gali prieštarauti kitos pasaulio valstybės ir patys lietuviai. Be to, toks vardo keitimas yra kišimasis į nusistovėjusias kalbos normas, senąsias kalbos tradicijas, praeitį bei pačią visuomenę.

Visos šios išvados leidžia teigti, kad angliško Lietuvos vardo keitimo idėja yra nepagrįsta. Nors vardas Lithuania yra sunkiai komunikacijoje naudojamas žodis, tačiau, visų pirma, nėra jokių duomenų ir tyrimų, kurie įrodytų, kad dabartinis angliškas Lietuvos vardas nėra priimtinas tikslinei mūsų šalies auditorijai. Antra, angliškas vardas Lithuania tik iš dalies prisideda prie mūsų šalies įvaizdžio formavimo, todėl vien jo pakeitimas nepadėtų suformuoti naujo mūsų šalies įvaizdžio. Trečia, angliško vardo keitimas yra per daug mūsų valstybei rizikingas procesas, kuris gali sąlygoti daugybės įvairių problemų atsiradimą.

## IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Išanalizavus pagrindines prekių vardų keitimo prielaidas, išskyrus valstybių vardų keitimo prielaidas bei atlikus empirinį tyrimą ir apibendrinus jo rezultatus galima teigti, kad prekės vardas yra glaudžiai susijęs su prekės ženklu, su tartimi bei tam tikru produktu arba įmone. Kiekvienas prekės vardas yra tam tikro prekės ženklo dalis, jis yra tam tikru būdu užrašomas bei ištariamas ir priklauso tam tikrai įmonei bei identifikuoja tam tikrą produktą arba paslaugą.

Prekės vardas gali nešti visokeriopą naudą jį valdančiai įmonei. Prekės vardas komunikuoja produkto vertybes ir reprezentuoja patį produktą. Tuo pačiu reprezentuodamas produktą, prekės vardas reprezentuoja ir produktą gaminančią įmonę bei veikdamas kartu su prekės ženklu prisideda prie įmonės pelno didinimo.

Prekių vardai gali būti keičiami dėl trijų pagrindinių prielaidų grupių. Visų pirma, prekių vardai gali būti keičiami, kai jie neatitinka pagrindinių prekių vardų taisyklių: kai jie tampa sunkiai panaudojami komunikacijoje (sunkiai įsimenami, tariaimi bei rašomi) ir tuomet, kai jie tampa nebepriimtini tiksliniams vartotojams. Antra, prekių vardai gali būti keičiami, kuomet jie neatitinka stipraus prekės vardo kriterijų: jie nėra unikalūs, nekuria emocinio ryšio su vartotoju ir nesugeba perteikti esminės produkto vertės. Trečia, prekės vardo keitimas gali būti viso prekės ženklo keitimo arba siekio pakeisti produkto įvaizdį rezultatas. Įmonės keičia produktų prekių ženklus, o kartu ir vardus, dėl dviejų pagrindinių priežasčių: produktų prekių ženklai ir vardai yra keičiami dėl įvairių pasikeitimų įmonių veikloje, struktūroje arba valdyme; įmonės keičia produktų prekių ženklus ir vardus taip pat keičia siekdamas pakeisti prastą produktų įvaizdį. Tačiau prekės vardo keitimas yra ganėtinai rizikingas procesas, kuris gali sąlygoti tokias pasekmes kaip pirkėjų dalies bei jų ryšio su produktu praradimą arba produkto bei naujo jo vardo nepripaimą visuomenėje.

Remiantis aptartomis prekių vardų keitimo prielaidomis darbe buvo bandoma išskirti prielaidas, skatinančias valstybės vardo keitimą. Žvelgiant į įvairių valstybių vardų keitimo istoriją, pastebėta, kad valstybės dažniausiai keitė savo vardą ir kėlė valstybės vardo keitimo idėją dėl kelių pagrindinių prielaidų. Visų pirma, valstybės savo vardus keitė siekdamas pakeisti savo įvaizdį. Valstybės savo vardą dažniausiai keitė norėdamos atsiriboti nuo jas žeminančios praeities ir prisistatyti pasauliui su nauju, nepriklausomos valstybės įvaizdžiu. Antra, valstybės vardus keitė siekdamas atsikratyti per daug sudėtingų vardų, kuriuos valstybės piliečiams buvo sunku naudoti kasdienėje komunikacijoje. Ir trečia, valstybių vardai buvo keičiami tuomet, kai jie dubliavosi su kitų valstybių vardais, t.y. tuomet, kai jie nebuvo unikalūs. Tad išskyrus pagrindines prielaidas, dėl kurių buvo keičiami prekių ir valstybių

vardai, darbe prieita prie išvados, kad iš esmės prekių vardų ir valstybių vardų keitimo prielaidos yra tos pačios. Tai vardo (prekės vardo) neatitikimas pagrindinems prekių vardų taisyklėms, vardo (prekės vardo) neatitikimas stipraus prekės vardo kriterijams ir siekis pakeisti valstybės (įmonės) įvaizdį. Tiek prekių vardai, tiek ir valstybių vardai darbe buvo keičiami remiantis tomis pačiomis prielaidomis.

Analizuojant valstybių vardų keitimo riziką, pastebėta, kad valstybės vardo keitimas dažniausiai buvo susijęs ne tik su valstybės pertvarka viduje, bet ir su valstybės pasikeitimu iš išorės. Todėl valstybių vardų keitimo praktikoje rasta nemažai atvejų, kai vardo keitimas valstybėms turėjo itin skaudžių pasekmių. Pasekmės buvo susijusios ne tik su vidiniais valstybės konfliktais, konfliktų su kaimynais atsiradimu, bet ir svarbių politinių-ekonominių sprendimų nutraukimu, dėl kurių kentėjo valstybės reputacija ir visa gerovė.

Remiantis teorinėje darbo dalyje išskirtomis vardų keitimo prielaidomis empirinėje darbo dalyje buvo bandoma nustatyti angliško Lietuvos vardo keitimo idėjos pagrįstumą. Kaip parodė tyrimo rezultatai, angliško Lietuvos vardo keitimo idėja yra nepagrįsta. Nors nustatyta, kad vardas Lithuania yra sunkiai komunikacijoje pritaikomas žodis, tačiau nerasta jokių duomenų ir tyrimų, kurie įrodytų, kad dabartinis angliškas Lietuvos vardas nėra priimtinas tikslinei jo auditorijai. Be to, angliškas vardas Lithuania tik iš dalies prisideda prie mūsų šalies įvaizdžio formavimo, todėl vien jo pakeitimas nepadėtų suformuoti mūsų šalies įvaizdžio.

Tyrimo metu taip pat nustatyta, kad angliško Lietuvos vardo keitimas mūsų šaliai gali būti rizikingas procesas. Keisdama savo anglišką vardą Lietuva gali susidurti su finansinėmis, dokumentų bei žodynų keitimo problemomis. Naujam angliškam mūsų šalies vardui gali prieštarauti kitos pasaulio valstybės ir patys lietuviai, nes toks vardo keitimas yra kišimasis į nusistovėjusias kalbos normas, senąsias kalbos tradicijas, praeitį bei pačią visuomenę.

Atsižvelgus į darbo metu gautas išvadas galima pateikti tokias rekomendacijas tolesniam angliško Lietuvos vardo vystymui ir tyrimui:

1. Nei Lietuvoje nei užsienyje nėra atlikta jokių tyrimų, kaip anglišką Lietuvos vardą vertina patys lietuviai ir ką apie šį vardą mano užsienio piliečiai. Todėl ateityje reikėtų atlikti visuomenės nuomonės tyrimus ir pačios visuomenės paklausti, ką jie galvoja apie dabartinį anglišką Lietuvos vardą ir kokias asociacijas šis vardas jiems kelia. Toks visuomenės nuomonės tyrimas turėtų būti atliktas tiek Lietuvoje, tiek tose tikslinėse valstybėse, kuriose Lietuva siekia būti pastebėta ir matoma.

2. Sunkų žodžio „Lithuania“ tarimą, įsiminimą bei rašybą galima išnaudoti kaip teigiamą, o ne neigiamą mūsų valstybės ypatumą. Lietuva pasaulyje yra dažnai minima kaip valstybė, kuri turi itin seną ir itin sunkią kalbą. Lietuvių kalba, jos tarimas, gramatika, vardai ir pavardės dažnai minimi, kaip ypač sudėtingi žodžiai, kurių nesugeba ištartti (arba ištartai netaisyklingai) dažnas užsienietis. Todėl šią

sudėtingos lietuvių kalbos savybę, kuri, galima sakyti, atsispindi ir angliškame Lietuvos varde, būtų galima išnaudoti kaip unikalų, išskirtinį mūsų valstybės bruožą, kuris gali prisidėti prie savito ir unikalaus mūsų šalies įvaizdžio formavimo.

3. Skatinti Lietuvos žinomumą pasaulyje. Siekiant, kad užsienio piliečiai tardami bei rašydami kuo mažiau iškraipytų anglišką Lietuvos vardą, reikėtų kuo labiau didinti mūsų šalies žinomumą bei atpažįtamumą pasaulyje. Žmogus dažniausiai išsimeina tuos valstybių vardus, kurie jam kažką reiškia, kurie jį kažkuo sieja su ta valstybe. Tai reiškia, kad jeigu žmogus žinos Lietuvą, jeigu jis bus joje lankęsis ar apie ją girdėjęs, tikėtina, kad jis bus labiau linkęs taisyklingai užrašyti ir ištartti anglišką mūsų valstybės vardą.

## SUMMARY

### THE ASSUMPTIONS OF CHANGING BRAND NAME: THE ENGLISH CASE OF THE WORD LITHUANIA

Author: Lina Purlytė

*The object of the work* is the English name of Lithuania.

*The aim of the work* is to identify the assumptions of the state name change in the society and to evaluate their legitimacy.

*The objectives of the work.* In order to meet the set aim, the author raises the following objectives: to determine the concept of the brand name and its benefit for an enterprise; to discuss the assumptions and the risks of the change of the brand name; on the basis of analyzed assumptions of the brand name change, identify the assumptions of motivating the change of the state name; to analyze the risk which can be caused by changing the state name; to evaluate the legitimacy of assumptions stimulating the change of the state name in the concrete case.

*Academic topicality of the work.* Lithuania chose the image forming strategy in 2008. The basic idea of the strategy was the slogan „Lithuania – the brave country“. This slogan was suggested by the commission responsible for the formation of Lithuania’s image. But the concept of Lithuania as the brave country wasn’t the only one idea which was suggested by that commission. One of the members of the board, Paulius Senūta, also suggested the idea, that before implementing the new strategy of image formation Lithuania should think about the possibility to change the English word Lithuania. However this brave P. Senūta’s idea was not noticed by the media and the members of the Government as it was not based on some concrete facts. So this work is based on P. Senūta’s idea to change the English variant of the word Lithuania. The author in the work tries to analyze the idea of this member of the board and to define the validity of this idea with the help of the scientific literature and researches.

*Results of the work.* Several different methods were used in the work: the analysis of documents, the interview of the experts of the English language and the interview of the image experts. The results of the work show that the idea to change the word Lithuania is not validated.

Although the English name of Lithuania is a word which is not easily used in the communication: it is difficult to pronounce, to remember and to spell, there is no evidence and researches that the English variant of the word Lithuania is not acceptable for its target group. Besides, the change of the

English state name will only partly contribute to Lithuania image formation, so it will not help us to form our country's image.

During the research it was also found that changing the word Lithuania can be a risky and complicated process. This risk is connected with the lack of finance, the change of documents, inner and outdoor problems. Other foreign countries and the citizens of Lithuania can object to this new name of Lithuania, because the change of such a name is the intervention into the existing norms of the language, the old language traditions, history and the society itself.



## BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. BATES, Colin. What is a Brand? [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 27 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.sideroad.com/Branding/what\\_is\\_brand.html](http://www.sideroad.com/Branding/what_is_brand.html)>.
2. FARLEY, John U. „Brand Loyalty“ and the Economics of Information. Iš *The Journal of Business* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/view/2351231?seq=1&Search=yes&term=brand&term=loyalty&list=hide&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dbrand%2Bloyalty%26gw%3Djtx%26prq%3Dbranding%2Bbenefit%26hp%3D25&item=8&ttl=2934&returnArticleService=showArticle>>.
3. brands – brand names [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <[http://tutor2u.net/business/marketing/brands\\_names.asp](http://tutor2u.net/business/marketing/brands_names.asp)>.
4. ORTIZ, Lauralee. Know the risks and pitfalls Before Changing Your CU’s Name. Iš *The Credit Union Journal*. [interaktyvus]. 2005 m. birželio 25 d. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/detail?vid=5&hid=109&sid=23bc3ab7-3a5c-4d33-be52-b0b95a3af562%40sessionmgr108&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d>>.
5. Branding. Iš *Business Planning* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.enzt.co.nz/~yesweb/documents/9BrandnameandSlogan.doc>>.
6. ВЕПРИК, О. М. Торговая марка, бренд и товарный знак [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <[http://vestnik.ifmo.ru/ntv/24/ntv\\_24.3.5.pdf](http://vestnik.ifmo.ru/ntv/24/ntv_24.3.5.pdf)>.
7. Марочное имя. Iš *Бизнес-словарь*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.businessvoc.ru/bv/TermWin.asp?theme=&word\\_id=26962](http://www.businessvoc.ru/bv/TermWin.asp?theme=&word_id=26962)>.
8. American Marketing Association: dictionary [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketingpower.com/\\_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B](http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B)>.
9. brand name. Iš *Business dictionary* [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.businessdictionary.com/definition/brand-name.html>>.
10. brand name. Iš *The Oxford Dictionary of English (2nd edition revised)* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t140.e9271&filter\\_out=long&srn=1&ssid=606077906#FIRSTHIT](http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t140.e9271&filter_out=long&srn=1&ssid=606077906#FIRSTHIT)>.
11. LIAUDENSKIS, Mindaugas. Prekių ir kompanijų vardai bei jų vertinimas. Iš „*Vadovas ir pasaulis*“. [interaktyvus] 2007. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.reklamos-tyrimai.lt/3.5-Vardu%20projektavimas,%20tyrimai%20-%201.html>>.

12. Creating a brand: Director's briefing. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.business-support-wales.gov.uk/pdf/Creating\\_a\\_Brand.pdf](http://www.business-support-wales.gov.uk/pdf/Creating_a_Brand.pdf)>.
13. McMAINS, Steve. By the Way, What is a Brand? [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ezinearticles.com/?By-the-Way,-What-is-a-Brand?&id=1588790>>.
14. TUTTLE, Court. Select A Brand Name That Will Help Your Business [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ezinearticles.com/?Select-A-Brand-Name-That-Will-Help-Your-Business&id=1190429>>.
15. ШЕВЧУК, Алексей. Что же такое «бренд»? или пробуем расставить точки над «i» [interaktyvus]. 2005. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.capitalizm.org/index.php?page=articles\\_brand](http://www.capitalizm.org/index.php?page=articles_brand)>.
16. PRIYA, Rashmi. Brand Name - What's In It? [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ezinearticles.com/?Brand-Name---Whats-In-It?&id=1205402>>.
17. KELMER, Joyce. Branding Success - A Guide to Effective Brand Names [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ezinearticles.com/?Branding-Success---A-Guide-to-Effective-Brand-Names&id=1721488>>.
18. URBANSKIENĖ, Rūta; VAITKIENĖ, Rimgailė. Prekės ženkle valdymas: vadovėlis. KTU, 2006.
19. ROSENBERG, Matt. Missing countries: countries that no longer exist [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://geography.about.com/od/politicalgeography/a/missingcountry.htm>>.
20. LUCAS, Paul. Brand Name Can Lead To Brand New Blame If Change Isn't Handled Correctly. Iš *The Credit Union Journal*. [interaktyvus]. 2007 m. balandžio 2 d. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=5&hid=109&sid=23bc3ab7-3a5c-4d33-be52-b0b95a3af562%40sessionmgr108>>.
21. KAY, David. Abyssinia [interaktyvus]. 2005. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.1902encyclopedia.com/A/ABY/abyssinia.html>>.
22. Dominica: Change country's name, say Rastas. Iš *Jamaica Gleaner News* [interaktyvus]. 2006. Prieiga per internetą: <<http://www.jamaica-gleaner.com/gleaner/20060306/carib/carib1.html>>.
23. Dominica [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/2295.htm>>.

24. Demographics [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <[http://dominicanrepublic.com//index.php?option=com\\_content&task=view&id=34&Itemid=106](http://dominicanrepublic.com//index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=106)>.
25. Dominica: key facts [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.thecommonwealth.org/YearbookHomeInternal/138439/home/>>.
26. Dominican Republic. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/namerica/caribb/lcolor/docolor.htm>>.
27. Lesotho – History. Iš *Encyclopedia of the Nations*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.nationsencyclopedia.com/Africa/Lesotho-HISTORY.html>>.
28. YARSHATER, Ehsan. When “Persia” became “Iran”. Iš *Persia or Iran?* [interaktyvus]. 1989, 22 t. Nr.1. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.cais-soas.com/CAIS/Iran/persia\\_or\\_iran.htm](http://www.cais-soas.com/CAIS/Iran/persia_or_iran.htm)>.
29. Siam... Welcome to Siam. [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.siam.co.th/>>.
30. The need to change our country’s name. Iš *The patriotic Vanguard: Sierra Leone News Portal*. [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. vasario 18 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.thepatrioticvanguard.com/article.php3?id\\_article=3184](http://www.thepatrioticvanguard.com/article.php3?id_article=3184)>.
31. Prekės ženklų labirintai [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.simonismarketing.lt/spaudos-kambarys/mes-ziniasklaidoje/109-preks-enkl-labirintai.html?ab9c916d9ccab42c7162e0aadfeabd77=96f8456ad8d56e80d119ce61e7c839d7>>.
32. JACKEVIČIUS, Mindaugas. Vardo „Lithuania“ keitimas specialistų nežavi [interaktyvus]. 2008 m. sausio 28 d. [žiūrėta 2009 m. vasario 18 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.mediabv.lt/res\\_zinpr\\_det.php?id=17840](http://www.mediabv.lt/res_zinpr_det.php?id=17840)>.
33. KIRBY, Paul. Two countries at odds over a name. Iš *BBC News Magazine* [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7278023.stm>>.
34. ES valstybės narys: Graikija [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://europa.eu/abc/european\\_countries/eu\\_members/greece/index\\_lt.htm](http://europa.eu/abc/european_countries/eu_members/greece/index_lt.htm)>.
35. Should it be Burma or Myanmar? Iš *BBC News Magazine* [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/magazine/7013943.stm>>.

36. Wally Olins: Lietuvos niekas nežino. Pasauliui ji turi prisistatyti kaip mašli ir patikima, romantiška ir gyvybinga. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lepa.lt/lt/news/NewsDetails,newsItemDetails.showTextPrintVersion.direct?sp=110500000000000417>>.
37. DANAZAS, Marius. Su nauju vardu - pas kaimynus. [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://vz.lt/Default2.aspx?ArticleID=5faf5406-c010-42ce-bb38-23ef2aa281bd&RubricID=44440000-525f-44f8-aff5-1e0e7a73056f&open=sec>>.
38. Languages of Europe: Official EU languages. [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc135\\_en.htm](http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc135_en.htm)>.
39. What are the official languages of the United Nations? [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.un.org/Depts/DGACM/faq\\_languages.htm](http://www.un.org/Depts/DGACM/faq_languages.htm)>.
40. Keisti prekės ženklą – populiarėjantis sprendimas [interaktyvus]. 2007 m. gegužės 6 d. [žiūrėta 2009 m. vasario 18 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketing.lt/lit/\\_Keisti\\_prekines\\_zenkla\\_\\_\\_populiarejanti/191](http://www.marketing.lt/lit/_Keisti_prekines_zenkla___populiarejanti/191)>.
41. HERZLICH, Jamie. Rebranding can refresh tired corporate image. [interaktyvus]. 2008. [žiūrėta 2009 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://archives.chicagotribune.com/2008/mar/17/business/chi-mon-smallbiz-rebrandmar17>>.
42. ROSENBERG, Matt. Most Popular Languages: The 10 Most Popular Spoken Languages in the World. [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://geography.about.com/od/culturalgeography/a/10languages.htm>>.
43. ZINKEVIČIUS, Zigmas. Lietuvos vardas ir jo paminėjimo istoriniuose šaltiniuose tūkstantmetis. Iš *Šiaurės Atėnai*. [interaktyvus]. 2009. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.culture.lt/satenai/?leid\\_id=924&kas=straipsnis&st\\_id=16503](http://www.culture.lt/satenai/?leid_id=924&kas=straipsnis&st_id=16503)>.
44. KARALIŪNAS, Simas. Lietuvos vardo kilmė. Lietuvių kalbotyros klausimai. 1995.
45. ZINKEVIČIUS, Zigmas. Lietuvos vardo kilmė. Iš *Voruta: Lietuvos istorijos laikraštis*. [interaktyvus]. 1999. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.voruta.lt/article.php?article=259>>.
46. BARANAUSKAS, Tomas. Prie Lietuvos vardo ištakų: Pirmasis Lietuvos vardo paminėjimas. Iš *Voruta: Lietuvos istorijos laikraštis, Nr. 4 (502)*. [interaktyvus]. 2002 m. vasario 23 d. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.voruta.lt/article.php?article=81>>.

47. Lietuvos vardas [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.lietuvos.org/istorija/pamokos/Lietuvos\\_vardas.pdf](http://www.lietuvos.org/istorija/pamokos/Lietuvos_vardas.pdf)>.
48. Language Translation: Free online dictionary. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ats-group.net/dictionaries/dictionary-english-icelandic.html>>.
49. Žvilgtelėkime į anglų kalbą [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.tastethelanguage.net/a-taste-of-english/zvilgtelėkime-i-anglu-kalba.cfm>>.
50. Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija, Vyriausybės komunikacijos departamentas. Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija. [interaktyvus]. Vilnius, 2008 rugsėjo 26 d. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/saugykla/Turizmo%20forumas%202008/NR\\_2%20Nomeda%20Poderiene%20Lietuvos%20ivaizdžio%20formavimo%20strategija.ppt](http://www.tourism.lt/saugykla/Turizmo%20forumas%202008/NR_2%20Nomeda%20Poderiene%20Lietuvos%20ivaizdžio%20formavimo%20strategija.ppt)>.
51. Lietuvos logotipas [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.lepa.lt/lt/LietuvosLogo.html>>.
52. Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė. Valstybinio audito ataskaita: Lietuvos įvaizdžio formavimas. [interaktyvus]. Vilnius, 2009 m. kovo 31 d. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <[www.vkontrolė.lt/auditas\\_ataskaita.php?3101](http://www.vkontrolė.lt/auditas_ataskaita.php?3101)>.
53. BUMBLAUSKAS, Alfredas. Lietuvos tūkstantmetis – Millennium Lithuaniae. [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.lietuvai1000.lt/nuorodos\\_pdf/Bumblauskas%20Lietuvos%20tūkstantmetis.pdf](http://www.lietuvai1000.lt/nuorodos_pdf/Bumblauskas%20Lietuvos%20tūkstantmetis.pdf)>.
54. BARAUSKIENĖ, Edita; PURVINAS, Martynas; GOCENTAS, Vytautas. Abipus Nemuno yra Mažoji Lietuva mūsų Tėvynė. Iš *Voruta: Lietuvos istorijos laikraštis*. [interaktyvus]. 2003 m. balandžio 3 d. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.voruta.lt/article.php?article=277>>.
55. Lietuvos Didžioji Kunigaikštystė. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.lnm.lt/index.php?option=com\\_content&task=view&id=66&Itemid=102](http://www.lnm.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=102)>.
56. VAITKEVIČIUS, B.; JUČAS, M.; MERKYS, V. Lietuvos TSR istorija. 1 dalis. Nuo seniausių laikų iki 1917 m. 1986.
57. RENSHAW, Cheryl. The Grand Duchy of Lithuania 1253-1795. [interaktyvus]. 2002 m. birželio 5 d. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://depts.washington.edu/baltic/papers/grandduchy.htm>>.

58. Kingdom of Lithuania. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://dic.academic.ru/dic.nsf/enwiki/2888371>>.
59. Polish-Lithuanian Commonwealth. Iš *Encyclopedia Britannica*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/467474/Polish-Lithuanian-Commonwealth>>.
60. Upheaval in the east; Text of Soviet Statement Warning Lithuania Against Breaking With Moscow. Iš *The New York Times*. [interaktyvus]. 1990 m. kovo 20 d. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.nytimes.com/1990/03/20/world/upheaval-east-text-soviet-statement-warning-lithuania-against-breaking-with.html>>.
61. RĖKLAITIS, Povilas. Lithuania Minor in recent German publications. Iš *LITUANUS: Lithuanian quarterly journal of arts and sciences*. [interaktyvus]. 1977. [žiūrėta 2009 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.lituanus.org/1977/77\\_1\\_08.htm](http://www.lituanus.org/1977/77_1_08.htm)>.
62. Lithuania's Booksmugglers. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.spaudos.lt/Knygnesiai/Booksmugglers\\_knygnesiai.htm](http://www.spaudos.lt/Knygnesiai/Booksmugglers_knygnesiai.htm)>.
63. STALIŪNAS, Darius. Nationality statistics and Russian politics in the Mid-nineteenth century. [interaktyvus]. 2005 m. rugpjūčio 15 d. [žiūrėta 2009 m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.istorija.lt/lhs/staliunas2003en.html>>.
64. The English Department: English speaking countries. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <[http://members.tripod.com/the\\_english\\_dept/esc.html](http://members.tripod.com/the_english_dept/esc.html)>.

## PRIEDAI

1 priedas

### Anglų kalbos ekspertų interviu

***Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbių valstybių gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?***

Pakankamai sunkiai tariamas. Apsunkina tai, kad žodžio viduryje po „th“ eina „ju“ tarimas.

***Žodį „Lithuania“ sudaro penki skiemenys. Kaip manote, ar toks žodis yra ilgas?***

Manyčiau, kad per ilgas.

***Ar žodžio ilgumas gali apsunkinti žodžio išsirimimą? Kokie žodžiai yra lengvai išsirimami?***

Be abejo. Trumpi ir lengvai tariami.

***Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai išsirimamų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį išsiriminti?***

Priskirčiau. Jo išsirimimą apsunkina rašyba ir tarimas.

***Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiams yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?***

Žodis rašomas pagal taisykles, bet ne visi tas taisykles žino.

***Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai ištaria, rašo bei išsimenta žodį „Lithuania“?***

Pakankamai sunkiai. Kitataučiams mūsų šalies pavadinimą daug lengviau tarti jų gimtąja kalba. Daugelyje kalbų jis skamba paprasčiau negu anglų kalboje: Litauen, Litvania, ir pan.

***Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, išsirimimą ir rašybą (1-labai sunkus, 10-labai lengvas). Ką reiktų jame pakeisti, kad jis būtų lengviau išsimenamas, tariamas ir rašomas?***

Įvertinčiau 4 balais. Reiktų sutrumpinti.

***Ar vis tik reiktų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: išsirimimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo? Kokią riziką ir problemas sukeltų žodžio „Lithuania“ keitimas?***

Sunku pasakyti, ar reiktų. Bet kokie pakeitimai kalboje vyksta labai lėtai. Manau, kad patys kalbos vartotojai, jei žodis jiems bus per sunkus, ateityje pakeis jį kitu. Geriausia, kai kalbos pasikeitimai vyksta natūraliai.

Dr. Judita Giparaitė

Vilniaus pedagoginis universitetas, Anglų kalbos katedra



- ***Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbių valstybių gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?***
- Manau, kad jis sunkiau tariamas negimtakalbiams. Tačiau jis nėra sunkesnis nei kiti žodžiai, kuriuose yra garsas „th“, pvz. thunderstorm ar pan.
- ***Žodį „Lithuania“ sudaro penki skiemenys. Kaip manote, ar toks žodis yra ilgas?***
- Nemanau.
- ***Ar žodžio ilgumas gali apsunkinti žodžio įsiminimą? Kokie žodžiai yra lengvai įsimenami?***
- Trumpesnius žodžius tikriausiai įsiminti lengva, tačiau žodžio įsiminimas labai priklauso nuo to, kiek vienas ar kitas žodis yra aktualus kalbos vartotojui. Tas, kuris bus aplankęs Lietuvą, tikrai lengvai įsimins jo pavadinimą, tas kuris nebus nieko apie ją prieš tai girdėjęs, išmoks sunkiau.
- ***Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai įsimenamų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį įsiminti?***
- Man jis nėra sunkiai įsimenamas žodis.
- ***Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiams yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?***
- Vienintelė šiek tiek apsunkinanti rašybą raidė „h“.
- ***Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai ištaria, rašo bei įsimena žodį „Lithuania“?***
- Ypatingų sunkumų nepastebėjau. Lietuviams sunkiausia tarti „th“ garsą.
- ***Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, įsiminimą ir rašybą (1-labai sunkus, 10-labai lengvas). Ką reiktų jame pakeisti, kad jis būtų lengviau įsimenamas, tariamas ir rašomas?***
- Įvertinčiau 8. Nieko nekeisčiau.
- ***Ar vis tik reiktų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: įsiminimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo?***
- Nekeisčiau, nes tai pernelyg sudėtingas procesas.
- ***Kaip manote, jeigu būtų nuspręsta keisti žodį „Lithuania“ kokią riziką ir problemas sukeltų jo keitimas?***
- Net neįsivaizduoju, tačiau tikrai didelės. Finansines, nes reiktų keisti pavadinimus, dokumentus, blankus ir pan.

  
 doc. dr. Daiva Verikaitė

Vilniaus pedagoginis universitetas, Anglų kalbos katedra




- *Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbių valstybių gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?*
- Man nesunkiai. Tačiau yra žmonių ir ne anglakalbių, kurie kažkodėl mūsų šalies pavadinimą taria kitaip.
- *Žodį „Lithuania“ sudaro penki skiemenys. Kaip manote, ar toks žodis yra ilgas?*
- Ne.
- *Ar žodžio ilgumas gali apsunkinti žodžio įsiminimą? Kokie žodžiai yra lengvai įsimenami?*
- Ne žodžio ilgumas apsprendžia jo įsiminimą. Jei žmogus nori, tai jis ir įsimins, jei nenori, tai nepadės net ir pavadinimo supaprastinimas.
- *Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai įsimenamų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį įsiminti?*
- Ne.
- *Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiamis yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?*
- Lietuviams šis žodis tariamas sunkiai. Dėl kitų kalbų sunku pasakyti, nes priklauso nuo jų fonologinės sistemos. Ar jiems sunku tarti garsą „th“? Įsivaizduoju, kad turėtų būti sunku, tačiau niekuomet negirdėjau, kad užsieniečiai skųstųsi Lithuania tarimu.
- *Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai išitaria, rašo bei įsimena žodį „Lithuania“?*
- Nemanau, kad dėl garso jie neištaria šio žodžio teisingai. Kiekvienas žmogus laikosi savo šalies geografinių terminų rašymo ir tarimo tradicijos. Dažniausiai jis net nežino angliško šalies pavadinimo, bet perkelia jį į anglų kalbą iš savo kalbos.
- *Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, įsiminimą ir rašybą (1-labai sunkus, 10-labai lengvas). Ką reiktų jame pakeisti, kad jis būtų lengviau įsimenamas, tariamas ir rašomas?*
- Priklauso nuo to, kieno atžvilgiu reiktų vertinti sunkumą. Kam sunku rašyti ir tarti? Lietuviai, rusai, angliai, lenkai ar vokiečiai? Priklauso nuo gimtosios kalbos ir nuo paties žmogaus išsilavinimo ir gebėjimų. Jei lietuviui, tai būtų 3 balai.
- *Ar vis tik reiktų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: įsiminimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo?*

Ne.

*Kaip manote, jeigu būtų nuspręsta keisti žodį „Lithuania“ kokią riziką ir problemas sukeltų jo keitimas?*

Pirmiausia, tai yra tradicija. Antra, įsiveltų painiava vartojant du terminus. Trečia, žodynuose pateikiamas Lithuania pavadinimas, todėl žmonės besidomintys Lietuva ras tik šį pavadinimą, nes žodynai taip greitai nesikeičia.



dr. Jurga Cibulskienė

Vilniaus pedagoginis universitetas, Anglų kalbos didaktikos katedra

- *Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbių valstybių gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?*
- Labai sunkiai tariamas. Garsas „th“ ir dvigarsių junginys „ju“+„ei“ per sunkiai tariamas ir nepanašus į lotynišką ar lietuvišką.
- *Žodį „Lithuania“ sudaro penki skiemenys. Kaip manote, ar toks žodis yra ilgas?*
- Taip.
- *Ar žodžio ilgumas gali apsunkinti žodžio išsiskyrimą? Kokie žodžiai yra lengvai išsiskyrimai?*
- Nebūtina ilgumas, bet apsunkintas skambesys.
- *Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai išsiskyrimų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį išsiskyrinti?*
- Skambumo stoka, šveplas garsas.
- *Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiams yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?*
- Taip, garsas „th“.
- *Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai išstaria, rašo bei išsiskyrimą žodį „Lithuania“?*
- Išmoksta, bet tenka pasimokyti.
- *Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, išsiskyrimą ir rašybą (1-labai sunkus, 10-labai lengvas). Ką reiktų jame pakeisti, kad jis būtų lengviau išsiskyrimas, tariamas ir rašomas?*
- 2-3. „Th“ į „t“, panaikinti garsą „j“.
- *Ar vis tik reiktų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: išsiskyrimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo?*
- Taip. Lituania, Letuva.
- *Kaip manote, jeigu būtų nuspręsta keisti žodį „Lithuania“ kokią riziką ir problemas sukeltų jo keitimas?*
- Dokumentų keitimą, auklėjimą tariant.

lekt. Rūta Sirvydė

Vilniaus pedagoginis universitetas, Anglų kalbos katedra



- ***Kaip manote, ar žodis „Lithuania“ neanglakalbių valstybių gyventojams yra sunkiai tariamas žodis? Jeigu taip, kas apsunkina jo tarimą?***
- Taip, besimokantieji pirmą kartą pabandę taisyklingai neištaria niekada. Priežastis – priebalsių „th“ junginys tariamas nežinoma, nesančia lietuvių kalbos fonema.
- ***Žodį „Lithuania“ sudaro penki skiemenys. Kaip manote, ar toks žodis yra ilgas?***
- Taip, ilgokas, tačiau yra daug šalių pavadinimų, susidedančių iš 4 ar 5 skiemenų, pvz. Madagaskaras.
- ***Ar žodžio ilgumas gali apsunkinti žodžio įsiminimą? Kokie žodžiai yra lengvai įsimenami?***
- Įdomaus skambesio, kurie gali turėti asociacijų su gimtosios kalbos, jau žinomais svetimos kalbos žodžiais.
- ***Ar žodį „Lithuania“ Jūs priskirtumėte prie sunkiai įsimenamų žodžių? Jeigu taip, kas trukdo jį įsiminti?***
- Taip, nes skiemenų sekoje yra nepažįstama gimtojoje kalboje fonema ir žodyje yra per daug dvibalsių.
- ***Ar žodis „Lithuania“ neanglakalbiams yra sunkiai rašomas žodis? Kas apsunkina jo rašybą?***
- Taip, nes yra junginys „th“, o po jo eina „u“ ir „a“.
- ***Gal galite iš savo praktikos pasakyti, ar lietuviai ir kitų valstybių gyventojai sunkiai ištaria, rašo bei įsimena žodį „Lithuania“?***
- Taip, visada reikia daug kartoti ir praktikuotis.
- ***Kokiu balu dešimtbalėje sistemoje Jūs įvertintumėte žodžio „Lithuania“ tarimą, įsiminimą ir rašybą (1-labai sunkus, 10-labai lengvas). Ką reikėtų jame pakeisti, kad jis būtų lengviau įsimenamas, tariamas ir rašomas?***
- 2 – sunkus. Reikia supaprastinti: mažiau sudėtingų junginių, arčiau lietuviško žodžio Lietuva.
- ***Ar vis tik reikėtų keisti anglišką Lietuvos pavadinimą dėl jo sudėtingumo: įsiminimo, tarimo ir rašymo? Jeigu taip, kokį pavadinimą siūlytumėte naudoti vietoj jo?***
- Taip. Letuva arba originalo kalba.
- ***Kaip manote, jeigu būtų nuspręsta keisti žodį „Lithuania“ kokią riziką ir problemas sukeltų jo keitimas?***
- Nežinau.

  
 lekt. Leonora Norvilienė

Vilniaus universitetas, Užsienio kalbų institutas

### **Interviu klausimynas įvaizdžio ekspertams**

1. Kaip vertinate Pauliaus Senūtos iškeltą idėją, kad Lietuva turėtų pasikeisti savo sunkiai tariamą anglišką vardą Lithuania į paprastesnį žodį?
2. Kaip manote, ar valstybės vardas gali prisidėti prie valstybės įvaizdžio formavimo? Pakomentuokite.
3. Ar siekdama suformuoti savo įvaizdį Lietuva turėtų keisti anglišką vardą Lithuania į paprastesnį žodį? Kodėl?
4. Kaip manote, jeigu būtų nuspręsta keisti žodį „Lithuania“ į paprastesnį žodį, kokią riziką Lietuvai sukeltų toks vardo keitimas?
5. Gal esate girdėjęs, kaip žodį „Lithuania“ vertina lietuviai ir užsienio svečiai? Ar žodis „Lithuania“ yra priimtinas lietuviams ir užsieniečiams?



### Interviu su įvaizdžio ekspertais išrašai

- Kaip vertinate idėją, kad Lietuva turėtų pasikeisti anglišką vardą Lithuania?
- Vardas nėra lengvai keičiamas, nors pasaulyje yra pavyzdžių, kai buvo keičiami pavadinimai. O sunkaus vardo ištarimo trūkumai gali tapti ir privalumais komunikacijoje lygiai kaip.... Žinoma pakeitus į paprastesnį Lituania, Lituania ar kaip sugalvotum jis tarkim šiaurės pusrutulio gyventojams gal ir taptų lengviau ištariamas ir geriau suprantamas, nes taptų artimesnis kitose kalbose natūraliai vartojamam Lietuvos pavadinimui, kaip Lituanie, Lituania ir pan. Tačiau kita vertus tai nėra tokia problema, kad.... Ir su tokiu vardu galima padaryti pakankamai daug. Todėl, kad jisai yra pakankamai gerai atpažįstamas ir galima išmokti ir galima ištarti. Čia grynai požiūrio klausimas. Vardo paties keitimo procedūra kaip komunikacijos akcija yra gan skambi ir galima ją panaudoti. Bet tai nėra būtina valstybės žinomumo padidimui, tai nėra būtina tikrai sąlyga ir su tokiu pavadinimu galima likti, tuo labiau, kad valstybės žinomumui, atpažįstamumui yra ir kitų priemonių kaip vizualinių, kaip logotipas tarkim, kitų išraiškos priemonių: verbalinių, šūkių, kurie nebūtinai turi būti naudojami. Bet vardas yra viena iš atpažįstamumo priemonių, tuo labiau, kad taip mes čia turim problemą, jeigu tai galima įvardinti problema, tik su anglų kalbos žodžiu. Kitomis kalbomis: vokiškai, prancūziškai šitas vardas, Lietuvos pavadinimas, yra aiškus. Tai gali būt keičiamas, bet jeigu pakeistų būtų daug lengviau, kartais lengviau ištarti ir kaip pasakyti....
- O kalbant apie įvaizdį... Ar gali vardas padėti formuoti valstybės įvaizdį ir prisidėti prie jo formavimo?
- Viskas prisideda prie įvaizdžio formavimo. Tam tikri valstybių pavadinimai sukelia asociacijos, kokios tai yra valstybės, visokie „-anai“, kaip Kazachstanai, Uzbekistanai ir pan., mums duoda suprasti, apie kokį maždaug regioną mes kalbame ir suformuoja tam tikras stereotipines nuomones apie tai, kokios tai turėtų būti valstybės, kokia ten tvarka, kokia ekonomika. Nebūtinai teisingus, pavyzdžiui Tadžikistanas, arba dėl sąskambio Uzbekistanas, Afganistanas. Aišku apie tai... Kai mes kalbam apie visokias, tarkim, Afrikos valstybes, tai jos irgi lyg ir turi panašumų savo semantiniu sąskambiu, balsių, priebalsių sąskambiu, ir mums irgi leidžia suprasti... Lithuania yra panašus į kitus Rytų Europos valstybių pavadinimus kaip ten, tarkim, Lithuania – Latvija yra panašus. Visos „-einijos“ yra vienaip ar kitaip... Romania.... Aišku, kai mes kalbam apie vardus, kur pradžia nelabai aiški, o pabaigia „-einija“, tai tokios po Tautų pavasario susikūrusios valstybės. Taip galima sakyti. Tai dažnai suponuoja tam tikrą požiūrį į tai, kas, tos valstybės yra.
- Tai vardas formuoja valstybės įvaizdį?

- Tai tas vardas kaip ir nieko nežinančiam išsauks tam tikras asociacijas priklausomai nuo jo asmeninio išsilavinimo ir patirties. Ir tas panašumas su tam tikro regiono valstybėmis bent jau apie regioną duoda suprast. O iš regiono mes patys irgi daug sprendžiam: vienaip kalbama apie šiaurinį regioną, kitaip apie rytų Europos ar pietus, ar pan. Tai ta prasme jis turi šiokią tokią užuominą. Jis padeda susidaryti nežinančiam kitokį įvaizdį. Iš esmės padeda. Bet Lietuva užsienyje yra tiek mažai žinoma, kad tą vardo sudėtingumą ir neatpažįstamumą galima išnaudoti naudinga linkme. Jeigu jis yra mažai... vadinasi galima kurti tas asociacijas, kokių tu nori. Jeigu jis būtų labai gerai žinomas ir būtų stiprios ir aiškios nuostatos apie valstybę ir keisti būtų labai sunku. Kai nėra žinomas ir atpažįstamas vardas, asociacijas tu gali susikurti sau norimas ir tam reikia mažiau pastangų negu keisti nuostatas. Čia požiūrio dalykas. Manau, kad vien dėl to vardo ir pavadinimo keisti nėra prasminga. Nors gali būti, kad sunkus vardo tarimas, tas „th“, pati žinote, kaip jis tariamas, jeigu nebūtų šių priebalsių, žodis lengviau tartųsi, bet yra ir kitų kalbų kur „th“ naudojamas įvairiuose pavadinimuose.

- O ar yra kokios grėsmės, jeigu būtų nuspręsta keisti valstybės vardą?

- Nieko čia nebus nuspręsta keisti. Galima tik pasvajot. (*Juokiasi*)

- Bet vardo keitimas... Vis vien jis neša kažkokią riziką? Grėsmę? Kaip manote, ar yra kažkokių grėsmių, jeigu būtų vis tik nuspręsta keisti tą vardą?

- Kadangi nėra prielaidų šiuo metu tam vardui keisti ir nėra tokių iniciatyvų labai sunku vertinti grėsmes. Pirmiausia turi būti stiprus politinis konsensusas, nes pagrindinis keitimo iššūkis, aš nevaadinčiau grėsme, o iššūkiu, tai būtų politinio sutarimo, politinio palaikymo, kad vėliau visuomenė nebūtų atgailaujanti ir būtų sujaukta visa komunikacija. Ir vidinės komunikacijos. Vidinė komunikacija - tai Lietuvos auditorijai, Lietuvos žmonėms. Ir politinė valia, ir konsensusas. Bet tų grėsmių aišku yra ir daugiau. Reikia pagalvoti, kaip politiškai paaiškinsim, kodėl ta vardą keičiam? Kompleksuojam dėl to vardo ar kas yra? Kodėl mums jį reikia keisti? Tai mes per daug rūpinamės, kas ką mato išorėje, ką galvoja išorėje. Ir tas samprotavimas, ar mus myli, ar ne ir yra demonstruojamas, kad pademonstruot. Nors iš tikrųjų reikėtų susirūpinti labiau ką patys piliečiai galvoja apie savo šalį. Tai čia pakartojau Donskį, jo idėja tokia, kad, maždaug perfrazavus, įvaizdžio kūrėjo terminologiją ir tikslus, valstybės pozicionavimą ir marketingo strategiją reikia sieti, kad būtų patrauklu gyventi patiems lietuviams ir pirmiausia jauniems žmonėms. Tai mažiau reikia rūpintis ar mus myli, ar ne myli užsienyje, ar mus žino, ar nežino, nes ne tai svarbu. Svarbiausia patiems savo valstybe susirūpinti ir patiems gerbti ją, ir patiems apie ją gerai galvoti. Problema yra, kokia mūsų piliečių tapatybė, o įvaizdis užsienyje ateis po to.

- Gal girdėjote kaip žodį „Lithuania“ priima lietuviai? Ar patiems lietuviams jis yra priimtinas? Ir užsieniečiam?

- Yra tik tai tokių pavienių pavyzdžių, kad žmonių, kurių anglų kalba nėra gimtoji, pavadinimą taria kaip nors kitaip, bet ne Lithuania. Lithuania arba panašesnę į vokišką arba prancūzišką. Tai negimtakalbiams sunku ištart. O paties lietuviams, tai tie, kurie gerai moka anglų kalbą, problemos nesudaro, o kuriems sunkiau užsienio kalba yra, tai koks bebūtų pavadinimas jiems vis tiek bus svetimas ir tai yra ta kalba, kurios jie nemoka.

Į klausimus atsakė  
**Laurynas Bučalis**

- Dėl keitimo, aš žinau, kad čia yra ne Senūtos pasiūlyta, bet buvo kitas – Bumblausko Letuva (Letua). Čia seniau iki Senūtos, iki tos drąsios Lietuvos. Matyt, siūlymas tai iš to išplaukia.
- Aš manyčiau, kad tai yra iš tiesų labai dideli kaštai – keitimas. Nesvarbu, ar Letua ar Litua tai yra iš tiesų dideli kaštai ir vargu bau ar jie pasiteisins, nes nesvarbu ar... Ne pats žodis juk yra svarbus o ta žinia, arba tas krūvis, tas žodis, ta reikšmė kurią tas žodis neša.
- Tai ar valstybės vardas prisideda prie valstybės įvaizdžio formavimo?
- Jis gali prisidėti, jeigu mes turime ką pasiūlyti, jeigu yras tas daiktas. Jis gali vienaip arba kitaip padėti arba nepadėti, bet paties to žodžio keitimas jis nieko neduoda ir iš tiesų neduoda didelės reikšmės.
- Tai ar didelę įtaką jis turėtų Lietuvos įvaizdžiui?
- Aš manau, kad ne. Jeigu Lituania, tai šis žodis labai dažnai maišosi su Latvija, kuri yra Letonia. Tai mums patiems visų pirma reikėtų identifikuoti tą išskirtinumą ir tas stiprybes, kurias mes turime. Ir jeigu mes turime tas stiprybes, tada apie jas reikėtų kalbėti, o pavadinimas yra tik priedas šalia to.
- Gal girdėjote kaip užsieniečiai vertina...
- Tarp savų specialistų tai daug buvo kalbų, ir tokių gana iš mano pusės, galbūt todėl, kad žmonės vis tiek dirbantys prie strategijos, įvairių sričių specialistai. Jie tiesiog supranta, kad vien vardo pakeitimas nieko neduoda, o sąnaudos yra didžiulės. Įsivaizduokit, kaip imonei pakeisti savo ženklą arba pavadinimą, kas tai yra? Tai yra naujas... keitimas. Kita vertus, yra dar viena situacija: mes darėme tyrimus, kaip vertina Lietuvą tiek Lietuvos piliečiai, tiek užsienio piliečiai. Lietuva yra „terra incognita“ ir vis tik ta „terra incognita“ turi savo labiau neigiamą krūvį negu teigiamą, nes blogosios žinios į pilką lauką duoda stipresnį poveikį negu kai yra tam tikras laukas, tai todėl šitas pavadinimas..... Ir taip Lietuva yra nežinoma.
- O jeigu tai būtų taikoma kaip viena iš įvaizdžio formavimo strategijos priemonių?
- Aš sakyčiau, kad tai turi būti vientisumas visuose veiksmuose. Įvaizdžio formavimas, o tuo labiau šalies, yra sudėtinis procesas. Aš manau, kad vardo keitimas tikrai neprisidėtų stipriai prie įvaizdžio kūrimo, juo labiau kad mūsų valstybė nėra ta turtingoji valstybė, todėl pasaulis pamatuotų kaštus keitimo. Vis vien kažkas turi sąnaudų efektyvumą įvertinti, todėl manau, kad daugelis vertintų šitą veiksmą kaip neracionalų ir neefektyvų vertinant kiek tai valstybei kainuotų. Ne tik pinigais, bet ir viskuo: veiksmais ir žmogiškais resursais, ir laiku. Pavadinimo keitimas lyg yra ir nutraukimas savo šalies, tautos praeities.
- Tai būtų neigiama pasekmė?
- Tai būtų ir teigiama, ir neigiama. Teigiama yra todėl, kad iki šiol lietuviai vis dar gyvena praeitimi ir tai, galbūt, būtų mums patiems... Duotų tą impulsą... Neaišku kaip priimtų patys lietuviai.



Kalbėdama galvojau kad gana skeptiškai, nors.... Negali žinot. Nes jie negyvena dabartimi, jie vis dar gyvenam mūsų Didžiosios Kunigaikštystės, Didžiosios valstybės įvaizdžiu, kas nėra gerai. Todėl visa tai, ką vertinam, kaip vertinam, kas vyksta dabar, vertinam daug blogiau negu kitų šalių piliečiai. Užsieniečiai irgi žino dabar trupinius apie Lietuvą. Vėl gi nutrūktų nuosekli seka arba kažkokios istorijos tapatinamos su mūsų šalimi. Manau, kad bet kokių atveju nei mums patiems, nei tarptautiniu mastu šitas nutraukimas, juolab kai esame nežinomi, nepadėtų.

Į klausimus atsakė  
**Judita Akromienė**

- Mano darbas yra apie angliško Lietuvos vardo keitimą. Lithuania yra angliškas Lietuvos vardas ir buvo iškelta tokia idėja, vieno reklamos agentūros darbuotojo Pauliaus Senūtos, jeigu Jūs žinot, jeigu girdėjot...

- Aha, „Drąsi Lietuva“ autorius...
- Taip jis yra „Drąsios Lietuvos“ autorius. Ir jis iškėlė tokią idėją, ji nelabai plačiai nuskambėjo žiniasklaidoje, bet kad tą vardą reikėtų pakeisti, kad jis yra per daug sunkiai tariamas ir yra per ilgas ir užtat jį yra nepatogu naudoti. Aš dabar rašau darbą, kuriame bandau paanalizuoti tą jo idėją ir pažiūrėti kiek ji yra pagrįsta. Man būtų įdomu išgirsti Jūsų nuomonę, kaip Jūs manote, ar tai yra sunkus vardas ar jį apskritai reikėtų keisti kitu vardu?
- Bet koks veiksmas bet koks sprendimas kuris priimamas, jis yra priimamas vardan tam tikro tikslo. Koks tikslas yra keitimo Lietuvos vardo į kitą, būtent anglų variante? Nes tada iš karto klausimai: ar tai būtų „Lithuania“ ir tik anglų kalboj Lituania, ar ir vokiečių tada kalboj Lituania? Ir kaip dėl kitų kalbų? Ar ten ir liktų Litauen, Litwa, Lituanie ir dar kitom kalbom, kurių aš nežinau?
- Čia konkrečiai būtų kalbama apie anglų kalbą, nes anglų kalba yra labai populiari pasaulyje, ji yra oficiali kalba pasaulyje ir Europos Sąjungoje ir visur kitur...
- Tada mano pačios nuomonė, tai nežinau tikrojo motyvo, o vien dėl... Aš nematau prasmės. Tiesiog nėra paaiškinta, kodėl, ar atsipirks tie kaštai keitimo? Nes viena, jeigu yra atseit sunkiai ištariamas ir sunkiai suprantamas vardas, tai labai dažnai tos „h“ raidės ir netaria tie, kurie nesupranta, ir taria labai paprastai - Lituania ir be tos „h“ raidės. O kurie ištaria, tie ir ištaria - Lithuania.
- O ar valstybės vardas gali formuoti kažkokį tai įvaizdį jos? Ar jis prisideda prie įvaizdžio formavimo?
- Tai, sakau, o kokios tada yra... ištirta, kokios asociacijos dabar yra su Lithuania?..
- Na ne, aš tokių tyrimų neradau.
- ...ir ar reikia, sakau, tada bėgti? Jo va Pauliaus, aš manau, ne jam pačiam priklauso tokia idėja, kaip tokia. Apie tai kalbama gana seniai. Kalbama tai yra... ir Užsienio reikalų ministerijos idėja, ir Prezidentūros darbuotojų, kad vardas yra sunkiai išgirstamas ir tariamas, ir geriau būtų lotyniškas tas Lituana, Lituania ir t.t. Čia panašiai man tai tolygu vėliavos keitimui. Atsimenat, irgi plazda mintis, kad gražinti senąsias spalvas Lietuvos ten Kunigaikštystės...
- Ne, tokios dar neteko girdėti minties.
- Nes buvo ir televizijoje diskusija. Sėdėjo visi garbūs ir politologai, ir žurnalistai, ir diskutavo apie tai, kad gali būti tos mūsų nacionalinės spalvos, kurios vėl gi kaip ir vardas klaidina. Nes nacionalinės mūsų spalvos su kuo nori: su Kamerūnu, su Pietų Afrikos valstybėmis.. tai net eilę retai kas prisimena spalvų, o žiūri, kokios spalvos. Tai irgi mintis buvo gražinti tą Gediminaičių Kunigaikštystės seną raudoną sodrią kraujo, nu ne kraujo, sakyčiau, rūdžių spalvos.
- Tai Jūs manote, kad tas Lithuania vardas nelabai prisideda prie įvaizdžio Lietuvos?

- Ne, šiandien dienai, ne. Šiandien dienai aš manyčiau ne, nes tikslas savaime vardan tikslo pakeisti vardą yra be tikslo. Nes tai yra dideli kaštai, jie nepamatuoti ir mes nežinome, su kuo asocijuojama Lietuva.
- Tai turbūt visų pirma reikėtų padaryti tyrimą, kad išsiaiškinti
- ...taip taip, pagrįstumą. Ir ypač nuspręsti, kur mes norim būt matomi. Kur mes, kaip šalis, norim egzistuoti. Sutariam, kad mes, kaip šalis, esam per maži, kad būtume pakankami žinomi tolygiai visam pasauly. Vadinasi, jeigu mūsų... Kaip mes strateguojam savo šalį? Kokiam žemėlapy, kokioj erdvėj mes norime būt atpažįstami ir pripažinti? Kur mūsų rinka yra kalbant rinkodaros terminais? Jeigu mūsų rinka yra regionas, taip kaip formuluoja užsienio politikos tikslus, aktyvus bedradarbiavimo centras. Šito regiono? Šitas regionas yra ex-Tarybų Sąjunga ir čia - Rytų Europa. Tai jeigu čionai, tada reikia žiūrėti racionaliai, kiek mums tas vardas angliškai... sunkiai pasiteisina, įtvirtinant mūsų aktyvų centrą. Jau nekalbu apie elementarius kaštus. Tiesiog lentelių pakeitimo. Toliau kiek reikia „rebrandinimui“ duoti? Regione mes kol kas žinomi savo. Visam pasauly? Nu tai tada kam vargti? Aišku gali sakyti, kai nieks nežino, tai labai pigiai kainuos pakeitimas. Pakeitimas kainuos labai daug. Pradedant antspaudais, visom lentelėm, iškabom, juk čia tolygu, kai kompanija keičia savo vardą. Kiek „Swed“ bankas dėjo pinigų, čia reikia pažiūrėt, kad taptų „Swed“ banku vietoj „Hansa“ banko. Ir per kiek laiko mūsų sąmonėj tas pasilieka. Oranžinę spalvą vis vien išlaikom. Pasitvirtino. „Sampo“ banko pakeitimas į „Danske“ banką... Tai čia net ir šita prasme matuoti... Bet Lietuvos atveju ne tame sprendimas vardo. Tada reikia, kaip sakau, iš karto... Vardan ko, mes imamės tokios veiksmo - keitimo?
- Kai aš analizavau literatūrą, tai tokia idėja būtų, kad galima jį būtų keisti dėl įvaizdžio formavimo. Bet ji irgi kol kas nepatikrinta.
- Įvaizdis irgi yra priemonė. Vardas yra irgi tik viena įvaizdžio priemonių.
- Tai jinai galbūt galėtų kaip viena iš priemonių būt taikoma kartu su kitom? Kad bendrą įvaizdį suformuoti.
- Taip, bet vėl - vardan ko? Nes nuo to mes nepasidarom labiau patrauklūs investicijoms, turizmui, nei mūsų darbo jėga labiau patrauklesnė, ar mes iš keistai tariamo vardo? O kas pasakė kad „Lituana“ yra mažiau prastos asociacijos su „Lithuania“ nei „Lituana“? Kokios asociacijos su „Lithuania“ ir „Lituana“? Ir kiek toj tarptautinėj erdvėj mes esame atpažįstami arba tariami kaip „Lituana“, pavyzdžiui, ar „Lithuania“? Nes lenkai vadina mus Litwa, rusakalbių erdvė - Litva, Lietuva kas sugeba ištaria...
- Ar esate girdėjusi, ką lietuviai mano apie „Lithuania“ žodį? Ar yra tokių tyrimų?
- Tyrimų tai tikrai nežinau, net nežinau ar tai buvo tyrinėjama. Iš savo praktikos žinau, kad tie raštingi žmonės... Jiems nesukelia jokių sunkumų ar Lithuania ar Lituana. Tai yra dalis išsilavinimo -

ištarti. Kaip aš bandau ištarti kitą, man atrodo keistai tariamą žodį taisyklingai, nes pretenduoju būt raštingas, inteligentiškas žmogus. Tai nekvestionuoja vardo juokingumo. Juolab, kad jis nereiškia kita kalba kokio nors, kaip pavyzdžiui Kaka, kuris yra normalus fantastiškai žaidžiantis futbolistas. Šitokių asociacijų nėra. Arba Papas, Papa, kur juokinga būtų kitose kalbose, turbūt absoliučiai juokinga. Tai šitokių asociacijų tikrai nėra, nes jau seniai būtų apkeliavę pasaulį ir jau būtume išskalambiję tai. Asociacijų, žodžių neigiamų absoliučiai nėra. Raštingoj publikoj, jeigu toj tarptautinėj, kaip mes begraduotume, ar tai užsienio investicijos, ar tai diplomatija viešoji, ar užsienio politika, visur yra raštingi žmonės, kurie tiesiog priima vardą kaip vardą, kaip žmogaus vardą. Mūsų piliečiams, kaip tokiems, vėlgi.... Tie kas kalba užsienio kalbom, tas kalba. Jie gali pasijuokti, kad reikia švepluoti, bet kiekvienas turi savo ypatumus. Kartais tas defektas „ilgos nosies“ gali būt kaip tik stiprioji pusė.

- O jeigu būtų vis tik nuspręsta pakeisti tą vardą, kaip manote, kokią riziką sukeltų toks keitimas?
- Nepaaiškinamas motyvas. Vienintelė rizika yra. Jeigu keitimas vardo paaiškinamas logiškai, pagrindžiamas aiškiai, paprastai suprantama logika, ne dėl to, man gražu arba aš noriu...
- O jeigu tai būtų kaip viena iš įvaizdžio formavimo priemonių, tai būtų pakankamas pagrindimas?
- Viskas, ką mes darome, iš tiesų yra įvaizdis, nes nėra nei vieno veiksmo, kuris neturėtų kažkokią vaizdo, įvaizdžio. Nėra objekto, veiksmo, kuris būtų be įvaizdžio. Tik klausimas, koks jis stiprus, priimtinas mums ar ne. Tai mes sutarkim, kad Lietuva turi įvaizdį. Tai iš to sekant, vis vien aš tada klausčiau, vardan ko? Argumento, kad tai įvaizdžio, tai sakyčiau, tada klausimas, kokią įvaizdį mes norim formuoti? Jei turizmui, tai turizmui gali šita „ilga nosis“, šveplavimas visai padėt. Plius, jeigu mūsų turistai yra ne „native speakeriai“, tai tai yra kalba visiems išmokta, kaip ir mums kitas kalbas kur mes akcentuojam kaip nors, ne taip tą vardą, ne taip tariam. Tai savęs klausiu, nėra pakankamai motyvo, kodėl mes turim keist? Kad jis neištariamas, kaip sakiau, tai gali būti kumpa nosis, kuri daro visą akcentą veide, ir dėl to tampa „superiniu“.
- Taip, tai labai gera idėja. Aš nepagalvojau, kad tokį vardą galima išnaudoti kaip ir teigiamą dalyką.
- Taip, tai idėja, vadinkim Senūtos, kurią galima kasti, bet pirmiausia nėra motyvo, kodėl vat šita diskusija subliuško arba prajuokino. Neaiškus motyvas, natūraliai neišteka. Juolab, kaip sakiau, yra ir „Lituania“, ir „Litwa“, ir „Lithuania“, ir „Litauen“, ir „Lituanie“. Tai apibrėžkim vardan ko staiga turi atsirasti „Lituania“. Nes vokietis netars „Lituania“. Jis tars – „Litauen“. Kiek kartų kovojom su Vilnia ir Vilnius. Tai vis tiek visur yra Vilnia. Kaip buvo kažkuriam tų vartotojų rate, taip ir yra. Nes tai yra praeitis.

[ klausimus atsakė

**Valstybės, kuriose anglų kalba naudojama kaip pirmoji valstybinė kalba [64]**

<b>Šiaurės Amerika</b>	<b>Pietų ir Centrinė Amerika</b>	<b>Europa</b>	<b>Afrika</b>	<b>Azija</b>	<b>Australija ir Okeanija</b>
JAV	Gajana	Airija	Botsvana	Indija	Australija
Kanada	Folklando salos	D. Britanija	Kamerūnas		Fidži
	Angila	Malta	Gambija		Kiribatis
	Antigva ir Barbuda		Gana		Maršalo salos
	Bahamai		Kenija		Mikronezija
	Barbadosas		Lesotas		Naujoji Zelandija
	Belizas		Liberija		Papua Naujoji Gvinėja
	Bermuda		Malavis		Palau
	Kaimanų salos		Mauritanija		Salamono salos
	Dominika		Namibija		Tonga
	Grenada		Nigerija		Tuvalu
	Jamaika		Šventoji Elena		Vanuatu
	Montseratas		Seišeliai		
	Šventoji Liucija		Siera Leonė		
	Sent Kitsas ir Nevis		Svazilandas		
	Sent Vincentas ir Grenadinai		Uganda		
	Trinidadas ir Tobagas		Zambija		
	Britų Mergelių salos		Zimbabvė		
	Mergelių salos				
	Turkos ir Kaikos salos				