

VILNIAUS UNIVERSITETAS
KOMUNIKACIJOS FAKULTETAS
INFORMACIJOS IR KOMUNIKACIJOS KATEDRA

Alina Sirevičiūtė

Ryšių su visuomene magistro studijų programos studentė

**POLITINIO ĮVAIZDŽIO RAIŠKA OFICIALIOSE KALBOSE:
LIETUVOS RESPUBLIKOS PREZIDENTO ROLANDO PAKSO
KALBŲ ANALIZĖ**

Magistro darbas

Vadovė doc. dr. Renata Matkevičienė

Vilnius, 2010

Sirevičiūtė, Alina

SI 119 Politinio įvaizdžio raiška oficialiose kalbose: Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalbų analizė: magistro darbas / Alina Sirevičiūtė; mokslinis vadovas Renata Matkevičienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2010. – 82, [2] lap. : lent. - Mašinr. – Bibliogr.: lap. 76-82 (72 pavad.).

UDK 324; 008

Raktiniai žodžiai: politinis įvaizdis, politinė retorika, politinė komunikacija, oficiali kalba, kalbėjimo strategijos, įvaizdžio tipai.

Magistro *darbo objektas* - politinis įvaizdis. *Darbo tikslas* - išanalizuoti politinio įvaizdžio sklaidą politinėje retorikoje, tiriant Prezidento Rolando Pakso įvaizdžių raišką oficialiose kalbose. *Darbo uždaviniai:* išanalizuoti politinės retorikos panaudojimą politinės komunikacijos procese; analizuojant politinio įvaizdžio formavimo procesą, nustatyti politinio įvaizdžio turinio elementus; nustatyti Rolando Pakso įvaizdžių kaitą 2002 – 2004 metų laikotarpiu; tiriant oficialiose Prezidento Rolando Pakso kalbose panaudojamas kalbėjimo strategijas, nustatyti skirtingų laikotarpių kalbose dominuojančius R. Pakso įvaizdžius; palyginti tyrimo metu nustatytus oficialiose kalbose vyraujančius Prezidento R. Pakso įvaizdžius su išskiriamais teorinėje literatūroje.

Taikant literatūros analizės, sintezės ir indukcijos metodus, išanalizavus politinės komunikacijos proceso elementus ir politinės retorikos panaudojimo galimybes, nustatyta, kad politinės komunikacijos proceso elementas – politikos veikėjai – pasitelkia retoriką, siekdami specifinių tikslų, kurių vienas – suprojektuoti, išskirtinėmis savybėmis ir būdo bruožais užpildyto politinio įvaizdžio pristatymas. Išnagrinėjus politinio įvaizdžio formavimo procese dalyvaujančius veikėjus ir nustačius patraukliausius politinio įvaizdžio savybių rinkinius ir tipus, paaiškėjo, kad specialistų pagalba suprojektuotas politinis įvaizdis yra vienas svarbiausių komunikacinių kampanijų figūrų. Šių analizių pagrindu prieita prie išvados, kad politinė komunikacija, politinė retorika ir politinis įvaizdis yra tarpusavyje susiję objektai, tai yra, politinė komunikacija realizuojama per kalbą, kuri panaudojama kaip politinio įvaizdžio raiškos priemonė. Analizuojant konkretaus Lietuvos politiko Rolando Pakso įvaizdžius ir identifikavus 2002 – 2004 metų laikotarpiu dominavusius įvaizdžio tipus, prieita išvados, kad Prezidento R. Pakso įvaizdis buvo paremtas rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu sukurtu įvaizdžių rinkiniu ir atsižvelgiant į politinę situaciją ir tikslinių auditorijų poreikius buvo dinamiškai keičiamas, akcentuojant vis kitus įvaizdžio tipus. Pasitelkiant pusiau struktūrizuoto interviu metodą, patikslinus kalbėjimo strategijų

nustatymo metodiką, ir diskurso analizės metodo pagalba išanalizavus Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso oficialias kalbas, nustatyta R. Pakso įvaizdžių raiška analizuotose kalbose. Taikant palyginimo metodą, lyginant tyrimo metu nustatytus R. Pakso įvaizdžius su teorinėje literatūroje išskiriamais R. Pakso įvaizdžiais, paaiškėjo, kad kalbose nustatyti ir teorijoje dominuojančiais laikomi R. Pakso įvaizdžiai skirtingais prezidentavimo laikotarpio etapais iš dalies sutampa. Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus prieita išvados, kad oficialios kalbos yra Prezidento R. Pakso įvaizdžio raiškos priemonė. Magistro darbe pirmą kartą Lietuvoje politiniam įvaizdžiui tirti panaudota savarankiškai patikslinta kalbėjimo strategijų nustatyto kalbos tekste metodika, kuri gali būti pritaikoma tiriant kitų politikos veikėjų įvaizdžius.

Magistro darbas gali būti naudingas politologams, Lietuvos politikos veikėjų įvaizdžių analitikams, politinius įvaizdžius kuriantiems ryšių su visuomene specialistams, politinės komunikacijos disciplinų dėstytojams ir studentams.

TURINYS

ĮVADAS.....	5
1. POLITINĖ KOMUNIKACIJA: PROCESAS IR POLITINĖ RETORIKA	12
1.1 Politinė komunikacija: samprata ir politinės komunikacijos proceso raida	12
1.2 Šiuolaikinio politinės komunikacijos proceso elementai	14
1.3 Politinė retorika šiuolaikiniame politinės komunikacijos procese	16
1.3.1 Viešos kalbos kaip politinės retorikos išraiška.....	16
1.3.2 Politinė retorika – manipuliacijos įrankis.....	18
1.3.3 Kalbėjimo strategijų panaudojimas politinėje retorikoje	20
2. POLITINIS ĮVAIZDIS: ROLANDO PAKSO ĮVAIZDŽIŲ ATVEJIS.....	23
2.1 Šiuolaikinio politinio įvaizdžio turinys ir jo formavimas.....	23
2.1.1 Politinio įvaizdžio turinys: paklausiausios asmenybės bruožų rinkiniai	24
2.1.2 Politinio įvaizdžio formavimo procesas	26
2.2 Politiniai įvaizdžiai Lietuvoje: Rolando Pakso įvaizdžių analizė	30
2.2.1 Rolando Pakso įvaizdžiai rinkiminėje kampanijoje į prezidento postą.....	31
2.2.2 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdis.....	34
2.2.3 Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio pokyčiai apkaltos proceso metu.....	36
3. PREZIDENTO ROLANDO PAKSO ĮVAIZDŽIŲ RAIŠKOS OFICIALIOSE KALBOSE TYRIMAS	38
3.1 Tyrimo metodologija ir eiga	38
3.2 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai inauguracinėse kalbose	45
3.2.1 Prezidento įvaizdžiai inauguracinėje kalboje Seime	45
3.2.2 Prezidento įvaizdžiai visuomenei skirtose inauguracinėje kalboje.....	51
3.2.3 Teorinių ir inauguracinėse kalbose nustatytų Prezidento įvaizdžių palyginimas	56
3.3 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai apkaltos proceso metu pasakytose kalbose.....	58
3.3.1 Prezidento įvaizdžiai kalboje Seime (prieš balsavimą dėl nušalinimo)	58
3.3.2 Prezidento įvaizdžiai viešame kreipimesi į visuomenę	63
3.3.3 Teorinių ir apkaltos proceso metu pasakytose kalbose nustatytų Prezidento įvaizdžių palyginimas.....	69
IŠVADOS	72
SUMMARY.....	75
Bibliografinių nuorodų sąrašas	76
Priedai.....	83
1 priedas. Rolando Pakso įvaizdžių tipai 2002-2004 metų laikotarpiu	84
2 priedas. Interviu klausimynas	85
3 priedas. Interviu išrašas	90
4 priedas. Kalbėjimo strategijų žymimi įvaizdžio tipai.....	98

IVADAS

Šiuolaikinių, demokratišų principų ir tradicijų pagrindu valdomose valstybėse viešas politinis diskursas tampa neatsiejamas nuo efektyvios, kryptingos politinės komunikacijos. Pristatant prie visuomenės poreikių, technologinių galimybių politinės komunikacijos procesas nuolat plečiasi ir kinta. Efektyviai įtraukiamos ir išnaudojamos vis naujos komunikacijos priemonės ir jų siūlomos galimybės. Kartu su politinės komunikacijos proceso kaita keičiasi ir šio proceso elementų – politikos veikėjų, žiniasklaidos ir visuomenės - vaidmenys. Nepriklausomai nuo nuolatinės politinės komunikacijos proceso raidos svarbiausiu šio proceso elementu laikyti politiniai veikėjai.

Įprasta manyti, kad politikų ir kitų politikos veikėjų komunikacijos pagrindas – komunikacijos panaudojimas, siekiant specifinių tikslų (McNair, 2003, p. 4). Politinės komunikacijos panaudojimas nėra vien politinių aktualijų sklaida, visuomenės informavimas apie konkrečių politinių veikėjų veiklą, sprendimus, siūlomus pokyčius ir panašiai. Minėti tikslai tampa įprasta komunikacijos panaudojimo praktika. Išskiriama įvairių, specifinių politikos veikėjų tikslų, kurie siekiami ir realizuojami komunikacijos pagalba. Vienas svarbiausių tokių tikslų – suprojektuoto politinio įvaizdžio pristatymas.

Politinio įvaizdis laikomas šiuolaikinių komunikacinių kampanijų centrine figūra (Lilleker, 2006, p. 95). Politinio įvaizdžio kaip vienos iš komunikacijos kampanijos strategijos kūrimas ir pristatymas yra reikšmingas ne tik rinkimų metu, siekiant paveikti tikslinių auditorijų preferencijas, bet ir politikui ar kitam politikos veikėjui dalyvaujant politiniame procese ir išlaikant tikslinių auditorijų palaikymą. Taigi įvaizdis tampa tiesiogiai susietas su valdžios įgijimu (rinkimų metu perimant mandatą iš piliečių) ir išsaugojimu. Mokslinėje literatūroje politinis įvaizdis vertinamas kaip struktūra pereinant du reikšmingus etapus: pirma – tai politinio įvaizdžio kūrimas, antra – politinio įvaizdžio pristatymas visuomenei.

Politinio įvaizdžio kūrimas yra sudėtingas procesas, kurio metu ryšių su visuomene ir kitų specialistų pagalba pasirinkta įvaizdžio forma užpildoma konkrečiu turiniu. Pripažįstama, kad užpildant politiko įvaizdį tam tikru turiniu svarbiausią vaidmenį atlieka išskirtinių, prie laikmečio ir visuomenės poreikių pritaikytų asmenybės bruožų rinkinio inkorporavimas (Barisione, 2009). Pagal politiko pozicionuojamas savybes, būdo bruožus mokslinėje literatūroje skiriami įvairūs politinio įvaizdžio tipai. Siekiant politiko išskirtinumo ir visuomenės pritarimo, politikos veikėjams kuriami universalūs, įvairias savybes ir bruožus apimantys įvaizdžiai. Specialistų pagalba suprojektuotas politinis įvaizdis yra tik pirminis etapas, po kurio seka suprojektuoto įvaizdžio pristatymas ir inkorporavimas į visuomenės sąmonę.

Politinio įvaizdžio pristatymo procese svarbų vaidmenį atlieka žiniasklaida ir skaitmeninio amžiaus technologijos: interneto ir jo siūlomų galimybių išnaudojimas. Pasitelkiamos visos įmanomos komunikavimo priemonės, pradedant politiko tiesioginiais susitikimais su tikslinėmis auditorijomis ir baigiant virtualios komunikacijos priemonių išnaudojimu politinio įvaizdžio raiškai užtikrinti. Komunikavimo priemonės ir formos yra tik įrankiai. Politinė komunikacija, o per tai - ir politinis įvaizdis, realizuojamas kalboje per išstartus žodžius ar parašytą tekstą (Jansone, 1997, p. 12-13). Tai suponuoja politinio kalbėjimo, politinės retorikos svarbą politinės komunikacijos procese.

Politinė retorika suvokiama kaip tikslinis kalbėjimas, orientuotas į konkrečias funkcijas. Politikos veikėjai pasitelkia retoriką, siekdami realizuoti konkrečius tikslus, o neretai ir manipuluoti visuomenės sąmone, supratimu. Taigi politinė retorika vis dažniau suvokiama kaip strateguotas, kruopščiai apgalvotas kalbėjimas, kurio metu panaudojant įvairias retorines figūras, lingvistikos išmanymą, kalba tampa priemone siekiamiems politiniams tikslams realizuoti. Vienas iš tokių tikslų yra politinio įvaizdžio pristatymas. Politinė retorika panaudojama kaip priemonė suprojektuoto politinio įvaizdžio raiškai.

Užsienio literatūroje nestokojama atvejo analizių, kada politinis įvaizdis tiriamas būtent politinės retorikos atžvilgiu. Lietuvos moksliniame diskurse stebima tokio pobūdžio tyrimų stoka. Tai suponuoja pagrindinę darbo **problemą** – politinės retorikos panaudojimas politinio įvaizdžio sklaidai.

Lietuvos politinės komunikacijos lauke įvaizdžio, kaip pagrindinės komunikacijos figūros panaudojimas, atsirado ganėtinai neseniai. Pirmąją ir iki šiol įtaigiausią komunikacinę kampaniją, kurios pagrindą sudarė politiko asmeninis įvaizdis, laikytina 2002 metų Rolando Pakso kampanija, rinkimuose į prezidento postą. Ryšių su visuomene specialistų pagalba suprojektuotas ir visuomenės poreikių pagrindu konkrečių savybių ir bruožų pripildytas šio politiko įvaizdis laikomas įtaigiausiu Lietuvos politikos arenoje. R. Pakso įvaizdis - ilgalaikė, dinaminė struktūra. Rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu pristatytas R. Pakso įvaizdis prisitaikant prie politinės situacijos kaitos buvo aktyviai projektuojamas ir prezidentavimo laikotarpiu. Pripažįstama, kad visu R. Pakso politinės karjeros laikotarpiu jo įvaizdžio sklaidai ir pristatymui visuomenei buvo panaudotos visos efektyviausios komunikavimo priemonės, jų tarpe ir politinė retorika, tačiau stokojama konkrečių tyrimų, kurių metu būtų atskleidžiamas R. Pakso įvaizdžio realizavimas politinėje retorikoje. Magistro darbo tyrimo metu analizuojamas R. Pakso įvaizdžio turinys (savybės, įvaizdžio tipai) ir jo raiška konkrečioje politinės retorikos formoje – oficialiose kalbose. Tai suponuoja darbo atliekamo tyrimo **aktualumą**, kada atsižvelgiant į pasaulines tendencijas, kur politinio įvaizdžio analizė laikoma neatsiejama nuo politinės retorikos tyrimų, tiriamas konkretus Lietuvos atvejis.

Magistro darbe pateikiamos teorinės prieigos, susiejančios politinę komunikaciją, retoriką su politinių įvaizdžiu. Greta to atliekamas konkretaus politiko įvaizdžio raiškos oficialiose kalbose

tyrimas. Lietuvoje toks tyrimas yra naujas. Darbo **naujumą** apsprendžia ir tai, kad pirmą kartą politinio įvaizdžio raiškai oficialiose kalbose tirti pasitelkiamas lingvistinis oficialių kalbų tyrimas kalbėjimo strategijų pagrindu. L. Bielinio disertacijoje (1996) kalbėjimo strategijos buvo tiriamos, siekiant nustatyti politiko poziciją ir nežymiai analizuoti jo politinį įvaizdį. Šiame magistro darbe kalbėjimo strategijų nustatymo teste metodika pritaikoma ir panaudojama būtent politiniam įvaizdžiui tirti.

Hipotezės:

1. Oficialios kalbos yra Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio raiškos priemonė.
2. Teorijoje išskiriami Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai ir tyrimo metu oficialiose kalbose nustatyti R. Pakso pozicionuojami įvaizdžiai sutampa.

Tyrimo objektas – Rolando Pakso politinis įvaizdis.

Darbo tikslas – išanalizuoti politinio įvaizdžio sklaidą politinėje retorikoje, tiriant Prezidento Rolando Pakso įvaizdžių raišką oficialiose kalbose.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti politinės retorikos panaudojimą politinės komunikacijos procese.
2. Analizuojant politinio įvaizdžio formavimo procesą, nustatyti politinio įvaizdžio turinio elementus.
3. Nustatyti Rolando Pakso įvaizdžių kaitą 2002 – 2004 metų laikotarpiu.
4. Tiriant oficialiose Prezidento Rolando Pakso kalbose panaudojamas kalbėjimo strategijas, nustatyti prezidentavimo laikotarpio kalbose dominuojančius R. Pakso įvaizdžius.
5. Palyginti tyrimo metu nustatytus oficialiose kalbose vyraujančius Prezidento R. Pakso įvaizdžius su išskiriamais teorinėje literatūroje.

Atliekant tyrimą, reikšmingos įtakos turėjo užsienio literatūros analizė. Nagrinėjant politinę komunikaciją, politinę retoriką, politinį įvaizdį ir jų sąsajas talkino B. McNair knyga *An introduction to political communication* (2003), D. G. Lilleker darbas *Key concepts in political communication* (2006). Aptariant politinės komunikacijos proceso raidą ir jo elementus remtasi įvairiose duomenų bazėse publikuojamais straipsniais. Paminėtina A. Rommele publikacija *Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies* (2003), kurioje išsamiai aptariama politinių partijų komunikacijos specifika, analizuojamas naujų komunikacijos technologijų panaudojimas politinėje komunikacijoje. Skaitmeninio amžiaus komunikacinės technologijos ir tiesioginės komunikacijos interneto pagalba užtikrinimas pristatomas S. Coleman straipsnyje „New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age“ (2005), publikuotame žurnale *New Media & Society*. Šiame straipsnyje analizuojamos ir politinių veikėjų reprezentacijos galimybės, panaudojant

komunikacinių technologijų siūlomas galimybes. Politinės komunikacijos proceso, jo elementų, komunikavimo priemonių aptarimas buvo reikšmingas prieinanant prie politinės komunikacijos realizavimo per kalbą, kadangi politinės retorikos sklaidai įtakos turi visi politinės komunikacijos elementai ir priemonės.

Analizuojant politinę retoriką, jos specifiką talkino literatūra, kurioje pateikiamos teorinės užvalgos ir praktiniai duomenys. Paminėtinas S. Young straipsnis „Political and Parliamentary Speech in Australia” (2007), publikuotas žurnale *Parliamentary Affairs*. Šiame straipsnyje, analizuojant politinio kalbėjimo specifiką Australijoje, pristatoma naujų technologijų įtaką politinei retorikai bei pasirinktais aspektais tiriamas konkrečių Australijos politinių lyderių oratorinis stilius. Politinė retorika, jos panaudojimas pristatomas ir M. Edelman knygoje *Politinio spektaklio konstravimas* (2002). M. Edelman įtraukia politinę komunikaciją į bendrą politinio proceso suvokimą ir per tai atskleidžia kalbėjimo svarbą politikoje.

Atsižvelgiant į tyrimui pasirinktą oficialių kalbų analizę, darbe aptariamos viešos kalbos. Analizuojant viešų kalbų tikslus, funkcijas, stilistiką daugiausia remtasi R. Koženiausienės knygoje *Retorika: iškalbos stilistika* (2001) pateikiama informacija. Šios knygos pagrindu oficialios kalbos suvokiamos adekvačiai kaip viešos kalbos, nes galimas jų skirtumas yra stilistinis, o tyrime neanalizuojamas kalbėjimo stilius.

Nagrinėjant politinio įvaizdžio specifiką ir nustatant jo turinio aspektus, daugiausia buvo remtasi žurnale *Leadership* publikuotu M. Barisione straipsniu „Valence Image and the Standardisation of Democratic Political Leadership“ (2009). Šiame straipsnyje autorius išsamiai aptaria politinio įvaizdžio turinį, nurodo pasaulio mastu dominuojančius, patraukliausius įvaizdį užpildančius bruožų rinkinius, išskiria populiariausius politinio įvaizdžio tipus. Paminėtinas ir dar vienas žurnale *Parliamentary Affairs* publikuotas R. Heffernan straipsnis „The Prime Minister and the News Media: Political Communication as a Leadership Resource”, kuriame analizuojant Jungtinės Karalystės ministro pirmininko Tony Blair įvaizdį, nagrinėjamas žiniasklaidos ir kitų komunikavimo priemonių įtaka politinio įvaizdžio kūrimo ir pristatymo procese, politinės retorikos sąsajos su politiniu įvaizdžiu. Išsamiai politinės retorikos įtaka įvaizdžiui ir šių dviejų aspektų sąsajų svarba aptariama J. N. Drukman, L. R. Jacobs ir E. Ostermeier straipsnyje „Candidate Strategies to Prime Issues and Image“ (2006), išspausdintame žurnale *The Journal of Politics*. Straipsnyje konstatuojama, ne tik politinio įvaizdžio ir politinės retorikos suderinimo būtinybė, bet ir tai, kad politinė retorika yra pagrindinė politinio įvaizdžio raiškos priemonė.

Tyrimo metu siekiant nustatyti analizuojamu laikotarpiu R. Pakso pozicijuotus įvaizdžius buvo remtasi lietuviška literatūra ir Lietuvos analitikų darbais. Išskiriant R. Pakso įvaizdžius pagal tris konkrečius laikotarpius talkino V. Savukyno darbai. Paminėtina V. Savukyno knyga „*Maištininko*“ mitologijos: Rolando Pakso įvaizdžiai (2004), kurioje autorius aptaria rinkiminės

kampanijos metu, prezidentavimo laikotarpiu ir apkaltos proceso metu R. Pakso pozicijuotus įvaizdžius ir jų kaitą. R. Pakso įvaizdžiai ir politinės retorikos specifika analizuojama knygoje *Politika kaip komunikacinis žaidimas* (2004). Naudingos informacijos pateikiama minėtoje knygoje publikuojamuose straipsniuose: V. Savukyno straipsnis *Kaip įtikinti? „Maištininko“ strategija* bei L. Bielinio publikacija *Komunikacinis Rolando Pakso portretas prezidentinės krizės metu*. Lietuvos politinių įvaizdžių specifika, formavimas bei R. Pakso įvaizdžių atvejis analizuojamas ir kituose L. Bielinio darbuose. Išskirtinos tokios knygos, kaip *Rinkiminių technologijų įvadas* (2000) bei *Prezidento rinkimų anatomija: 2002 metų rinkimai Lietuvoje*, kuriose didžiausias dėmesys skiriamas rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu R. Pakso pozicijuotiems įvaizdžiams. Vertingos informacijos apie R. Pakso įvaizdžius aptinkama ir R. Lopatos bei A. Matonio knygoje *Prezidento suktukas* (2004), kurioje daugiausia dėmesio skiriama R. Pakso prezidentavimo ir apkaltos proceso laikotarpių analizei.

Teorinės medžiagos analizė talkino atliekant tuometinio Lietuvos Respublikos Prezidento R. Pakso oficialių kalbų analizę. Teorinė informacija apie R. Pakso įvaizdžius ir išskirti konkretūs įvaizdžio tipai leido susisteminti tyrimą, kurio metu buvo nustatomi konkretūs R. Pakso kalbose dominuojantys įvaizdžio tipai. Kartu atlikta teorinėje literatūroje išskiriamų R. Pakso įvaizdžių analizė buvo pagrindas lyginti konkrečiu laikotarpiu oficialiose kalbose nustatytus R. Pakso įvaizdžius su teoriniais.

Prezidento R. Pakso įvaizdžių raiška oficialiose kalbose buvo tirama jo kalbose panaudojamų kalbėjimo strategijų pagrindu. Nustatant kalbėjimo strategijas ir per jas identifikuojant įvaizdžius buvo remtasi T. A. van Dijk darbe *Cognitive and Conversational Strategies in the Expression of Ethnic Prejudice* (1983) ir L. Bielinio socialinių mokslų daktaro disertacijoje *Kalbėjimo strategijos politiniame tekste (Lietuvos Respublikos Prezidento A. Brazausko kalbų pavyzdžiu)* (1996) pateikiama kalbėjimo strategijų nustatymo tekste metodika. Šie autoriai įnešė didžiausią indėlį į kalbėjimo strategijų nustatymo metodikos detalizavimą ir kalbėjimo strategijų tyrimo panaudojimą kalbančiojo saviprezentacijai, įvaizdžiui tirti.

Atsižvelgiant į pasirinktą tyrimo objektą ir išsikeltą tikslą darbe pasitelkiami literatūros analizės, palyginimo, sintezės, indukcijos, pusiau struktūrizuoto interviu ir diskurso analizės **metodai**.

Literatūros analizės metodas pasitelkiamas analizuojant mokslinę literatūrą ir jos pagrindu darbe pristatant politinės komunikacijos procesą, politinės retorikos panaudojimą politikoje bei bendras politinio įvaizdžio turinio ir formavimo tendencijas. Greta šio teorinio metodo darbe taikomi ir sintezės bei indukcijos metodai. *Sintezės* pagalba atskiri politinės komunikacijos elementai susiejami ir analizuojami kaip bendras politinės komunikacijos procesas. Šio metodo pagrindu susiejama politinė komunikacija, politinė retorika ir politinis įvaizdis. Šie trys elementai

darbe analizuojami kaip tarpusavyje susiję ir vienas kitą veikiančios. Sintezės metodo pagrindu atskiri politinio įvaizdžio tipai siejami tarpusavyje ir pristatomi kaip sudarantys visumą – politinio įvaizdžio rinkinį.

Indukcijos pagrindu asmenybės savybės, būdo bruožai priskiriami konkretiems politinio įvaizdžio tipams. Gretinant įvaizdžio tipams priskiriamas būdo savybės su kalbėjimo strategijų atskleidžiamomis būdo savybėmis, konkrečios kalbėjimo strategijos identifikuojamos kaip parodančios tam tikrą konkretų įvaizdžio tipą. Šiuo atveju tam tikros savybės ne tik įtraukiamos į apibendrinimą, bet ir taikomas *palyginimo* metodas, kada kalbėjimo strategijų žymimos savybės lyginamos su įvaizdžio tipams priskiriamomis savybėmis ir ieškoma panašumų.

Palyginimas panaudojamas ir atliekamo tyrimo metu, kai oficialiose Prezidento Rolando Pakso kalbose nustatyti įvaizdžio tipai lyginami su teorinėje literatūroje išskiriamais įvaizdžio tipais. Tuo būdu nustatomi dominuojančių įvaizdžio tipų panašumai ir skirtumai. Tyrimo metu greta palyginimo metodo pasitelkiami ir empiriniai tyrimo metodai.

Pirminiame tyrimo etape konkretizuojant kalbėjimo strategijas ir jų nustatymo tekste metodiką, pasitelkiamas *pusiau struktūrizuoto interviu* metodas. Interviu metu gauta informacija panaudojama pateikiant papildytą kalbėjimo strategijų nustatymo metodiką, kurios pagrindu analizuojama Prezidento R. Pakso įvaizdžių raiška oficialiose kalbose.

Analizuojant Prezidento R. Pakso įvaizdžių raišką oficialiose kalbose, kalba suvokiama kaip visuma ir greta lingvistinės kalbos analizės, kuria paremtas kalbėjimo strategijų nustatymas tekste, analizuojamas įvardinių figūrų panaudojimas ir politinis kontekstas. Analizuojant kalbą kaip visumą, kurioje nustatomi konkretūs R. Pakso pozicionuojami įvaizdžiai, taikomas *diskurso analizės* metodas.

Siekiant sistemiškai pateikti analizuojamą temą buvo pasirinkta konkreti **darbo struktūra**. Magistro darbą sudaro įvadas, trys pagrindinės dalys su poskyriais, išvados, bibliografinių nuorodų sąrašas ir priedai.

Pirmoje darbo dalyje aptariamas politinės komunikacijos procesas, jo kaita, politinės retorikos vaidmuo ir panaudojimas politinės komunikacijos procese. Atsižvelgiant į tiriamą objektą, išsamiau analizuojama viena iš politinės retorikos formų – viešos (oficialios) kalbos, tikslinis jų panaudojimas, siekiant specifinių politinių tikslų. Atskleidžiama, kad tikslinio kalbos panaudojimo pagrindas yra kalbose naudojamos kalbėjimo strategijos.

Antroje darbo dalyje analizuojamos bendros politinio įvaizdžio formavimo ir turinio užpildymo tendencijos. Tyrimui pasirinktas Lietuvos politiko įvaizdžių analizės atvejis suponuoja, kad greta bendrų politinio įvaizdžio tendencijų aptariami konkretūs Rolando Pakso įvaizdžiai. Įvaizdžių analizė atliekama konkrečių R. Pakso politinės karjeros laikotarpių atžvilgiu: rinkiminės

kampanijos į prezidento postą, prezidentavimo laikotarpiu ir apkaltos proceso metu. Atlikta analizė laikoma pagrindu, nagrinėjant Prezidento R. Pakso kalbas ir jose dominuojančius įvaizdžius.

Trečioje darbo dalyje pristatoma R. Pakso įvaizdžio raiškos oficialiose kalbose tyrimo metodika, argumentuojamas tiriamo objekto pasirinkimas, duomenų atranka. Šioje dalyje pateikiami Prezidento R. Pakso politinio įvaizdžio raiškos oficialiose kalbose tyrimo rezultatai. Analizuojant atskirus R. Pakso prezidentavimo laikotarpius žyminčias kalbas, nustatomi tuo laikotarpiu R. Pakso oficialiose kalbose dominuojantys jo įvaizdžiai, kurie lyginami su teorinėje literatūroje išskiriamais R. Pakso įvaizdžiais. Pagal tai formuluojamos tyrimą apibendrinančios išvados ir rekomendacijos.

Magistro darbe susisteminta teorinė medžiaga, atskleidžianti politinės komunikacijos, politinės retorikos ir politinio įvaizdžio sąsajas. Remiantis tuo, pagal patiksliną kalbėjimo strategijų nustatymo metodiką atliktas tyrimas gali būti pritaikomas bet kurio kito politinio veikėjo įvaizdžiui kalbose tirti. Tai atskleidžia magistro darbo **teorinę ir praktinę reikšmę**.

1. POLITINĖ KOMUNIKACIJA: PROCESAS IR POLITINĖ RETORIKA

Šiandieninis politinis ir visuomeninis gyvenimas sunkiai įsivaizduojamas be politinės komunikacijos. Nepriklausomai nuo valstybės valdymo formos, politiniams lyderiams reikia pelnyti visuomenės narių pasitikėjimą, palaikymą, lojalumą, o demokratijos sąlygomis ir visuotinių rinkimų metu perimti valstybės valdymo mandatą. Politinė komunikacija tampa vienu iš svarbiausių politinės valdžios įgijimą ir išsaugojimą lemiančių veiksnių, kartu sudarančių galimybę ne tik realizuoti visuomenės valią, bet ir vykdyti konkrečios politinės jėgos norimą politikos kursą. Todėl šiandieniniams politiniams veikėjams svarbu sugebėti efektyviai komunikuoti, pasitelkiant visą komunikavimo priemonių arsenalą. Efektyvi komunikacija realizuojama per įtaigią, įtikinančią ir paskatinančią veikti politinę retoriką. Gebėjimas pasinaudoti retorika ir jos sklaida per įvairias visuomenės informavimo priemones yra šiuolaikinė politinės komunikacijos pagrindas.

1.1 Politinė komunikacija: samprata ir politinės komunikacijos proceso raida

Politinės komunikacijos apraiškų galima aptikti dar antikinės Graikijos ar senovės Romos imperijos politikoje, tačiau realią reikšmę ši sąvoka įgavo moderniaisiais amžiais (Lilleker, 2006, p. 6), kada pasikeitė iš Romos atėjusios viešumo ir privatumo sąvokų traktavimas politiniame diskurse. Šių pasikeitimų esmė politikos sąvokos tikslinimas pavadinat ją „viešąja politika“. Viešosios politikos idėja suponuoja, kad egzistuoja gyvenimo sritis, paremta bendrų interesų valda (Parsons, 2001, p. 19). Kartu atėjo ir suvokimas, kad tie bendri interesai turi būti valdomi viešai, t. y. informuojant visuomenę, atsiskaitant jai. Moderniose demokratijose atsiskaitymas ir atsakomybė įgyvendinami per dialogą tarp valdančiųjų ir valdomųjų (Lilleker, 2006, p. 1). Siekis užtikrinti dvišalį bendravimą, atstovaujant visuomenės interesus, lėmė komunikacijos įsitvirtinimą politikoje.

Egzistuoja daug ir įvairių politinės komunikacijos apibrėžimų. Bendriausia prasme politinė komunikacija (kaip bet kuri kita komunikacija) gali būti suvokiama kaip dvišalis veiksmas, bendravimo, keitimosi informacija procesas visuomenėje, kuris realizuojamas kalboje išstartu ir parašytu tekstu (Jansone, 1997, p. 12-13). Konkretizuojant reikšminga akcentuoti, kad politinė komunikacija nėra vien keitimasis bendra informacija, tai tikslinė komunikacija apie politiką, apimanti (McNair, 2003, p. 4):

1. Politikų ir kitų politinių veikėjų įvairių komunikacijos formų panaudojimą, siekiant specifinių tikslų.
2. Komunikaciją, adresuotą tokiems veikėjams kaip rinkėjai ir laikraščių straipsnių autoriai (žurnalistai).

3. Komunikaciją apie politinius veikėjus ir jų veiklą, pateikiamą žinių reportažuose, vedamuosiuose straipsniuose ir panašiose politikos temą analizuojančiose visuomenės informavimo priemonių formose.

Neretai manoma, kad politinė komunikacija - tai valdžios instrumentas, kuriuo politikai veikia visuomenę: struktūruoja jos politinę elgseną, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus, organizuoja ideologines struktūras (Bielinis, 2002). Pastarasis požiūris gali būti vertinamas kaip per siauras, dėl eliminuojamo komunikacijos dvišališkumo aspekto. Šiandieninė politinė komunikacija nėra vien valdžios įrankis, o greičiau procesas, aktyvuojantis dvišalę komunikaciją, kurios metu valdžios bendravimas su piliečiais užsibaigia grįžtamoju ryšiu iš visuomenės (Lilleker, 2006, p. 1).

Nuolatinė politinės komunikacijos proceso kaita lemia, kad įtraukiama vis daugiau šiose sistemoje funkcionuojančių ir veikiančių elementų. Mokslinėje literatūroje skiriami trys politinės komunikacijos proceso raidą ir pokyčius atspindintys laikotarpiai.

Pirmajame politinės komunikacijos kaitos laikotarpyje, politinė komunikacija buvo paremta tiesioginės komunikacijos formos panaudojimu. Siekiant visuomenės ir tikslinių grupių palaikymo politikai, politinės partijos inicijuodavo tiesioginius (ang. *face-to-face*) susitikimus su rinkėjais (Rommele, 2003). Augant gyventojų skaičiui bei politinių partijų įvairovei tiesioginės komunikacijos įtaka ir poveikis slūgo. Noras laimėti rinkimus, skatino komunikuoti visais įmanomais kanalais, kad pasiekti kuo didesnę elektorato dalį.

Antrą komunikacijos proceso kaitos etapą žymi žiniasklaidos išitraukimas į dvišalio komunikavimo tarp valdžios ir visuomenės procesą (Lilleker, 2006, p. 6). Pirmiausia, žiniasklaida tapo tarpininku tarp valdančiųjų ir valdomųjų – priemone, atstovaujančia ir politikus, ir visuomenę (Moog; Sluyter-Belrao, 2001, p. 30), o ilgainiui žiniasklaida imta laikyti trečiuoju visaverčiu politinės komunikacijos elementu (McNair, 2003, p. 12). Antrajame politinės komunikacijos pokyčių laikotarpyje išaugęs žiniasklaidos ir ypač televizijos panaudojimas politikoje vis dar laikomas pirmaujančiu, tačiau žiniasklaidos išivyravimas, objektyvumo, skaidrumo stoka, politinės informacijos „filtravimas“, manipuliavimas visuomenės nuomone ir kitos problemos paskatino politikus ieškoti alternatyvių komunikavimo su tikslinėmis auditorijomis galimybių. Naujų technologijų plėtra ir skaitmeninio amžiaus siūlomų komunikavimo galimybių panaudojimas politikoje pakeitė politinės komunikacijos procesą bei jo elementų svarbą (Gurevitch; Coleman; Blumler, 2009).

Trečiasis politinės komunikacijos proceso kaitos laikotarpis siejamas su skaitmeninio amžiaus komunikacijos priemonių - interneto ir jo siūlomų technologinių galimybių (internetinių svetainių, tiesioginio elektroninio pašto ir kt.) panaudojimu (Rommele, 2003). Alternatyvių komunikacijos priemonių panaudojimą politinėje komunikacijoje sąlygojo politikos veikėjų ir

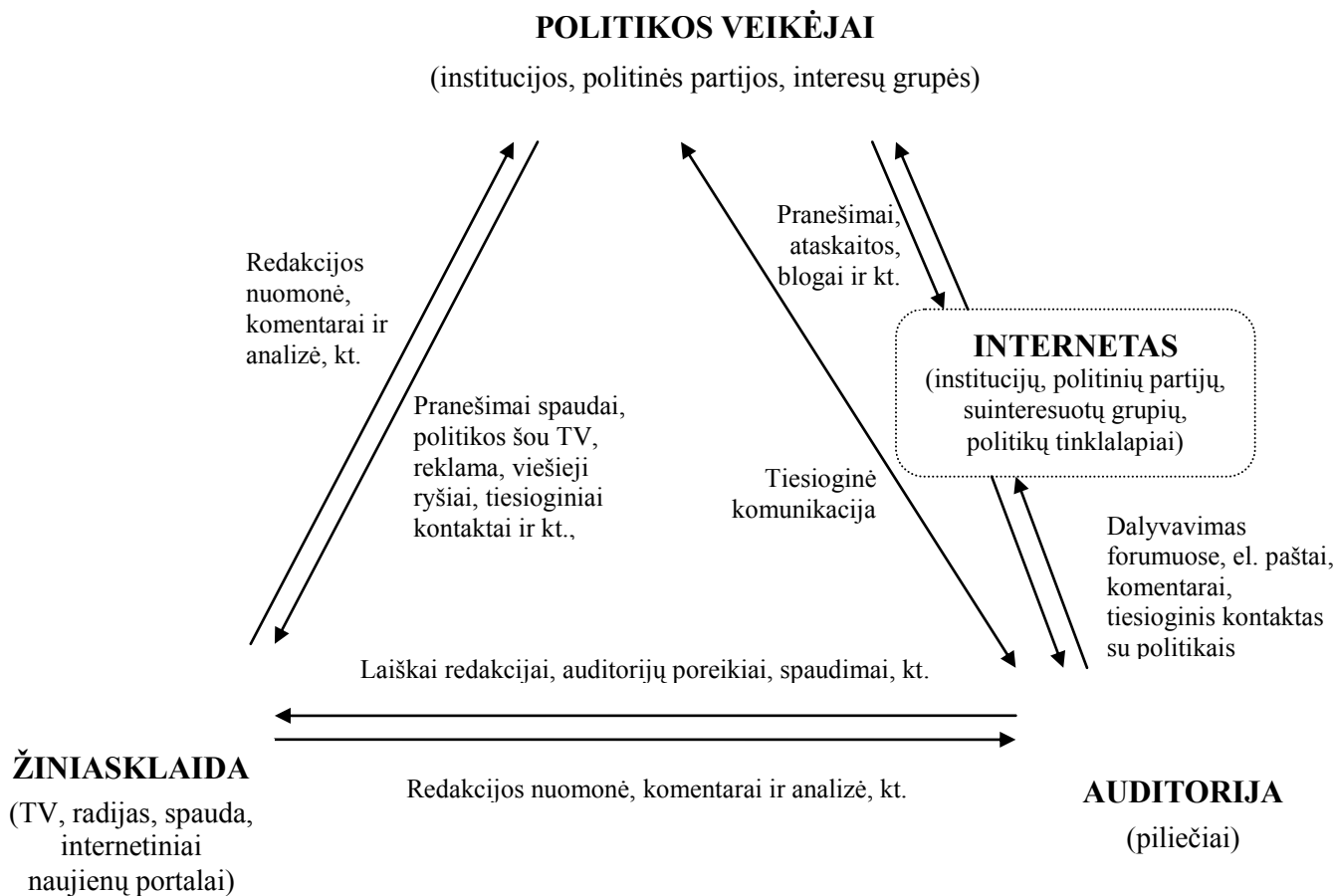
visuomenės poreikių kaitą. Iš vienos pusės virtualaus komunikavimo populiarėjimą suponavo žmonių nusivylimas politika, valdžia ir tai, kad jų nuomonė ir interesai nėra tinkamai atstovaujami (Coleman, 2005). Aktyvių piliečių netenkina pasyvaus stebėtojo pozicija, ką siūlė tradicinė žiniasklaida. Jie įsitraukia į politiką ir nori konkrečių politinių vaidmenų ir funkcijų (Lilleker, 2006, p. 6). Iš kitos pusės stebimas ir politikos veikėjų interesas skaitmeninių komunikavimo priemonių panaudojimo atžvilgiu. Šiuolaikinės informacinės technologijos suponavo galimybę grįžti prie tiesioginės demokratijos, o kartu lėmė drastišką politinės komunikacijos kaštų mažėjimą (Šuminas, 2009) bei galimybę skleisti žiniasklaidos „nefiltruotą“ politinę informaciją, kontroliuojant jos turinį ir kiekį (Rommele, 2003). Naujų technologijų pagalba užtikrinamas ne tik efektyvesnis informacijos srautas iš politikų, bet ir abipusė komunikacija tarp politikos veikėjų ir visuomenės. Būtent todėl interneto teikiamos galimybės neretai įvardijamos kaip idealus būvis demokratijai, nes virtuali erdvė tampa visiems prieinama vieta, kurioje galima realiai dalyvauti politiniuose procesuose (Šuminas, 2009).

Taigi pirmasis politinės komunikacijos laikotarpis atskleidė būtinybę ir galimybes lengvai panaudoti žiniasklaidos priemones. Antroji era parodė žiniasklaidos priemonių (ypač televizijos) galią. Trečiasis politinės komunikacijos kaitos laikotarpis siūlo išplėsti masinių informavimo priemonių ir informavimo kanalų sferą, išnaudojant naujos priemonės – interneto galimybes. Nepaisant to, tradicinių žiniasklaidos priemonių ir ypač transliavimo dominavimas vis dar pastebimas daugelyje politikos sferų, o internetas, socialiniai tinklai ir kitos skaitmeninio amžiaus priemonės laikomos antriniais šaltiniais bendraujant su visuomene (Blumler, 2001). Visgi trijų politinės komunikacijos laikotarpių pokyčiai turėjo reikšmingos įtakos politinės komunikacijos procesui. Naujų komunikacijos priemonių infiltravimas iš esmės keičia politinės komunikacijos struktūrą ir joje veikiančių elementų vaidmenį.

1.2 Šiuolaikinio politinės komunikacijos proceso elementai

Aptarta politinės komunikacijos raida atskleidė, kad dabartiniame politinės komunikacijos procese veikia trys pagrindiniai elementai: žiniasklaida, politikos veikėjai ir visuomenė. Šiuolaikinę šių trijų veikėjų tarpusavio sąveiką galima pavaizduoti diagrama (1 paveikslas).

1 paveikslas. Politinės komunikacijos proceso elementai ir jų sąveikos (adaptuota iš Balčytienė; Vinciūnienė, 2006; McNair, 2003)



Priešingai nei žiniasklaida, internetas laikomas nėra laikomas atsikaru komunikacijos procesu elementu. Jis suvokiamas kaip virtualios, tiesioginės komunikacijos tarp politikų ir visuomenės efektyvumą užtikrinanti komunikacijos priemonė, instrumentas. Naujų technologijų, užtikrinančių tiesioginę komunikaciją, panaudojimas politinėje komunikacijoje neeliminavo tradicinės tiesioginės komunikacijos (ang. face-to-face) tarp politikos veikėjų ir tikslinių auditorijų. D. G. Lilleker pripažįsta, jog tiesioginė komunikacija egzistuoja kaip galimas, efektyvus komunikavimo būdas, tačiau dabar politikai/kandidatai turi iš ko rinktis ir gali patys nuspręsti kokia komunikacijos forma bus dominuojanti jų komunikacinėje kampanijoje. Dažniausiai pasitelkiamas visas kompleksas: spauda, radijas, televizija, internetas, visuomenės apklausos ir tiesioginiai susitikimai su rinkėjais (2006, p. 9-10).

Bendro politinės komunikacijos proceso analizė ir išsiplėtusio komunikavimo su visuomene galimybių spektro aptarimas leidžia geriau suvokti šiuolaikinės komunikacijos, kurios pagrindas yra politinė retorika, sklaidos galimybes. Politinės retorikos transliavimo būdai kito kartu

komunikacijos proceso elementų kaita. Technologinių procesų kaita politinės komunikacijos kontekste suponavo ir politinės retorikos formų, funkcijų pokyčius.

1.3 Politinė retorika šiuolaikiniame politinės komunikacijos procese

Analizuojant politinę komunikaciją daug dėmesio skiriama jos procesui, elementų sąveikai, galimiems efektams ir daugeliui kitų aspektų, tačiau svarbu akcentuoti, kad politinės komunikacijos pagrindas yra kalba. Politinė komunikacija yra dvišalis bendravimo veiksmas, kurio metu siunčiamas pranešimas, realizuojamas per kalbėjimą ar parašytą tekstą. Siekiant suvokti politinės komunikacijos proceso specifiką, reikšminga analizuoti politinę retoriką ir jos panaudojimą šiuolaikiniame politiniame diskurse.

Kalbos reikšmė politikoje pripažįstama nuo antikos laikų, kada retorika, arba žodžių ir įtikinėjimo menas, buvo laikomas esmine išsilavinimo dalimi. Šiuolaikinius politinio proceso analitikus ilgą laiką labiau domino politikos racionalumas, „darbai“, todėl susidomėjimas politinė kalba, jos panaudojimo galimybėmis, giluminėmis prasmėmis laikomas ganėtinai nauju tyrimo objektu (Parsons, 2001, p. 172). Pripažįstama, jog politinė retorikos yra demokratinės politikos kertinis akmuo (Young, 2007). Politinės retorikos panaudojimas apima daugelį politinio diskurso sferų ir konkrečiai realizuojamas politinėse diskusijose, debatuose, politinėje reklamoje, rinkiminėse agitacijose (plakatai, lankstinukai ir kita rinkiminės agitacijos atributika), viešose politikų kalbose. Iš esmės visos išvardyti politinės retorikos raiškos formos gali būti bendrai vadinamos politiniu kalbėjimu, o kadangi politikas yra viešas asmuo, tai bet koks jo kalbėjimas gali būti suvokiamas kaip viešas politinis kalbėjimas. Pastarieji pastebėjimai ir pasirinktas tyrimo objektas įpareigoja detaliau aptarti viešo kalbėjimo ir konkrečios jo formos - viešų kalbų - specifiką.

1.3.1 Viešos kalbos kaip politinės retorikos išraiška

Ilgą laiką viešos politikų kalbos buvo laikomos viena iš pagrindinių komunikavimo su visuomene priemonių. XIX a. ir XX a. pradžioje politikai intensyviai organizuodavo rinkiminės agitacijos keliones po savo šalį, jo regionus, kurių metu tiesiogiai bendraudavo su žmonėmis, organizuodavo atskirų miestų ar regionų gyventojų susitikimus miestų rotušėse (Young, 2007). Šis laikotarpis laikytinas tiesioginės komunikacijos ir viešų kalbų sakymo laikotarpiu, kada tiesioginė komunikacija su visuomene, rinkėjais buvo laikoma efektyviausia politinės komunikacijos forma. Ilgainiui, žiniasklaidos integravimas į politinės komunikacijos procesą pakeitė politikų bendravimo su visuomene tradicijas, tačiau neištrynė iki šiol politikoje reikšmingo viešo kalbėjimo.

Viešas kalbėjimas gali būti suvokiamas, kaip apmastytas, intelektualus ir individualus aktas (Hawthorn 1998, p. 148), o „<...> viešą teiginio pasakymą valdo taisyklės, kurias turi suprati ir jų

turi laikytis kalbantieji ir klausantieji, kad bendravimas būtų efektyvus <...>“ (1998, p. 151). Pasak viešas kalbas detaliai analizuojančios R. Koženiauskiene, viešoji kalba – tai specifinė sakininė kalbos forma, organizuota komunikacija, tarsi priešprieša neoficialiam (nespecialiam, privačiam kalbėjimui) asmeniniam ar tarpasmeniniam bendravimui (2001, p. 44). Oficiali kalba yra viena iš viešos kalbos formų. Oficiali kalba gali skirtis kalbėjimo stiliumi. Kadangi šiame darbe neanalizuojami stiliaus ypatumai, oficiali kalba suvokiama ir apibrėžiamas kaip vieša kalba.

Vieša kalba suvokiama kaip tikslinis kalbėjimas, atliekantis tam tikras funkcijas. Įprastai viešos kalbos skirstomos į informacines, apeliacines ir emocines kalbas. Informacinės kalbos apibrėžiamos kaip veikiančios protą, apeliacinės - veikiančios valią, paskatinančios veikti, o emocinės – veikiančios jausmus. Pagal minėtą kalbų skirstymą ir jų tikslus skiriamos ir dominuojančios viešų kalbų funkcijos: veikiančiose protą kalbose dominuoja informacinė funkcija (tikslas – informuoti, paaiškinti, supažindinti ir pan.), veikiančiose jausmus kalbose dominuoja emocinė funkcija, veikiančiose valią – apeliacinė funkcija (Koženiauskiene, 2001, p. 57).

Šiandien toks griežtas viešų kalbų skirstymas galimas tik tais atvejais, kai kalba (politinė) aiškiai atlieka vieną iš funkcijų, leidžiančių ją priskirti tam tikram kalbos tipui. Tuo tarpu daugelyje politinių viešų kalbų galima matyti ir atpažinti visas skirtingiems kalbų tipams priskiriamas funkcijas. Dauguma viešų (oficialų) politinių kalbų teikia tam tikrą informaciją, kartu naudojami kalbos emociškumo, vaizdingumo (būdingi emocinėms kalboms) bei įtikinimo, įtaigos (būdingi apeliacinėms kalboms) efektai. Nepaisant, to pripažįstama, jog politinės viešos kalbos dažniausiai priskiriamos apeliacinių kalbų tipui.

Politinėse viešose kalbose vyrauja tiesioginis oratoriaus kreipimasis į klausytojus, jų orumą, garbę, sąžinę, dorovę, moralę, stengiantis paveikti mastymą, įsitikinimus, nuomonę. Pagrindiniu viešas kalbas sakančių politikų tikslu tampa siekis įkvėpti klausytojus, argumentuotai įteigti tam tikrą poziciją, nuomonę, supratimą ir per tai įtikinti bei paskatinti klausytojus veikti, uždegti juos (Koženiauskiene, 2001, p. 63-67). Minėtų tikslų pasiekimą sąlygoja ne tik oratoriniai sugebėjimai, pristatomos problemos, temos išmanymas, bet ir gebėjimas iš principo monologinę viešą kalbą paversti dialogu su auditorija. Nepriklausomai nuo to, ar kalba sakoma uždareme partijos posėdyje, ar susitikime su rinkėjais, ar oficialiame tarptautinio lygio susitikime, privalu kalbėti su auditorija, o ne auditorijai (Nauckūnaitė, 2007, p. 6), gaunant atoveiksmį iš jos – komunikacijos metu atsirandantį grįžtamąjį ryšį (Kazlauskienė; Rimkutė; Bielinskiene, 2008, p. 172).

Viešos kalbos dialogizavimas lemia ir jos kalbinės stilistikos pokyčius. Neabejotinai kalbėjimo stilius priklauso nuo kalbėjimo situacijos (vietos, laiko, aplinkos, klausytojų skaičiaus ir pan.), visgi politikoje viešos kalbos dažniausiai yra rengiamos atsižvelgiant į politinės retorikos reikalavimus, kalbos konstravimo taisykles, bei kalbines, gramatines normas. Visa tai būtina rengiant ir sakant oficialią, viešą kalbą. Nepaisant to, retorikos žinovai vis dažniau viešo kalbėjimo

atveju siūlo kaip įprastai laikytis bendrinės kalbos normų, tačiau nepamiršti kasdienio gyvenimo ekspresijos ir žodyno (Pečiulis, 2004, p. 64). Taip demonstruojamas ne tik paties kalbančiojo žemiškumas, paprastumas, savumas, bet ir lojalumas klausytojui, kai nesistengiama kalbėti auditorijai nežinomomis frazėmis, terminais. Siekis, kad auditorija tiksliai suprastų, ką nori pasakyti politikas, lemia ir politinio viešo kalbėjimo stilistikos pokyčius.

Viešų kalbų analizė iš dalies atskleidė ir politinės retorikos kaip įtikinančio kalbėjimo specifika. Politikų komunikacinis siekis įtikinti ir per tai paskatinti veikti tikslines auditorijas, susieja politinį kalbėjimą su manipuliacijos sąvoka ir atskleidžia galimą politinės retorikos kaip manipuliacijos visuomenės sąmone traktavimą.

1.3.2 Politinė retorika – manipuliacijos įrankis

Moksliniame diskurse politinė retorika, politinis kalbėjimas vertinamas dviprasmiškai. Iš vienos pusės jis gali būti suvokiamas kaip politinės komunikacijos forma, kurios pagalba skleidžiama visuomenei, politiniams veikėjams ir žiniasklaidai naudinga informacija. Iš kitos pusės politinės retorikos panaudojimas vis dažniau laikomas manipuliavimo visuomene ir kitais politinės komunikacijos dalyviais galimybe.

Šiandieninė politika neįsivaizduojama be kalbėjimo, politikas ateina per kalbėjimą, kalbėjimo tiražavimą žiniasklaidos priemonėmis ir nustoja egzistuoti, jeigu tyli (Bielinis, 2005, p. 9). Būtent todėl bet kuri politinė kalba nėra vien bereikšmis kalbėjimas. Politinė retorika panaudoja simbolius ir kalbą kaip garantiją, kad politinių lyderių siunčiamos žinutės bus iškoduojamos taip kaip jie tikisi (Lilleker, 2006, p. 182). Siekis kurti bendrą prasmę, paremtas noru įtikinti, pasinaudojant politiniu kalbėjimu (Charteris-Black, 2005). Taigi retorinė komunikacija yra apgalvotas įtikinimas, propagandos šaltinis, panaudojama tikslu, paskatinti tikslinės auditorijos elgesio pasikeitimus (Lilleker, 2006, p. 182). M. Edelman įsitikinimu, politikoje panaudojami kalbiniai žaidimai kuria pageidaujamas prasmes ir alternatyvias realybes. Žmogus suvokia politinę realybę ir dalyvauja joje ne per konkrečius politinius įvykius, formuojamas problemas, o per kalbą (paremtą prasmių kūrimu) apie politinius įvykius (2002, p. 110-111). Kitaip tariant, visuomenė, tikslinės auditorijos suvokia politiką pagal politinės retorikos formuotojų norą, o reali viešoji politika, visuomenei reikšmingų problemų sprendimas tampa tik veiksmingų žodžių ir neveiksnių politikos atspindžiu (Parsons, 2001, p. 172).

Minėtos, politinei retorikai priskiriamos savybės glaudžiai siejasi su manipuliacijos apibrėžime pateikiamais aspektais. Bendriausia prasme manipuliacija apibrėžiama kaip siekimas priversti kitą žmogų savo noru daryti tai, ko trokštame mes (Joule, Beauvois, 2005, p. 13). Apibrėžime naudojama sąvoka „priverti“ gali būti lygiagrečiai pakeista sąvoka „įtikinti“. Taigi įtikinėjimas, siekiant paveikti kito žmogaus elgesį yra ne tik kaip manipuliacijos sąvokos, bet ir kaip

politinio kalbėjimo sąvokos apibrėžimo pagrindas. Tai leidžia daryti prielaidą, kad šiuolaikinis politinės retorikos traktavimas yra pripildytas manipuliacijai būdingų savybių ir gali būti vertinamas kaip manipuliacinis kalbėjimas.

Apibendrintai analizuojant tokio politinio kalbėjimo suvokimo moksliniame diskurse priežastis galima išskirti dvi esmines politinei manipuliacinei retorikai itin palankias aplinkybes – politines vertybes ignoruojanti, į konkrečius tikslus ir netiesioginę komunikaciją (per žiniasklaidos priemones) orientuota politika ir apatiška, savitais kultūriniais nuostatais politikos atžvilgiu besivadovaujanti visuomenė.

Analitikų teigimu, vis mažėja politikos, kuri kurtų, įprasmintų ir į viešąją erdvę integruotų įvairias politines vertybes (Valatka, 2008, p. 133). Iš vienos pusės, tai sąlygoja „<...> nesugebėjimas suprasti pasaulinių permainų ir naujų vertybinių pavidalų bei jų komunikavimo būdų <...>“ (Augustinaitis, 2008, p. 146). Iš kitos pusės, susiduriama su pačios politikos suvokimo išsigimimu - „politika yra supaprastinta ir devaluota, vis rečiau suvokiama kaip aukščiausia atsakomybės už savo visuomenę ir valstybę forma“ (Adomėnas, 2008, p. 97). Tai lemia, jog politika tampa nepagrįstų argumentacijų ir įtikinėjimų žaidimu (Hees, 2006, p. 14), siekiant konkrečių politinių tikslų. Politinių tikslų siekimas retorikos pagalba glaudžiai siejamas su gebėjimu pasakyti žmonėms tai, ką jie tikisi išgirsti (Edelman, 2002, p. 120). Tai nereiškia, kad politikai nenuolaidžiauja visuomenės nuomonei, neatsiliepia į ją. Politikai manipuliuoja, atsirinkdami visuomenei patraukliausius žodžius, simbolius ir argumentus. Jie inicijuoja apklausas ir kitokius visuomeninės nuomonės tyrimus ne tam, kad priderintų savo poziciją prie viešosios nuomonės lūkesčių ir normų, o tam, kad rastų efektyviausias priemones, padėsiančias privesti visuomenės nuomonę prie politinių jėgų norimos politikos (Jacobs, Shapiro, 2000). Veikimas pagal šią formulę sąlygoja, kad visuomenė tik įtikinama, jog politikai suinteresuoti veikti pagal jos poreikius, tuo tarpu politikai pasiekia abiejų tikslų – gauna visuomenės narių palaikymą ir per tai gali įgyvendinti savo norimą politiką.

Analizuojant politinio kalbėjimo manipuliacinę funkciją, reikšminga akcentuoti ir netiesioginės komunikacijos įsivyravimo politinės komunikacijos procese įtaką. Šiandien dauguma politinės retorikos pasiekia tikslines grupes per įvairius žiniasklaidos kanalus. Pateikdama politinę informaciją žiniasklaida ją perfiltruoja, „iškarpo“, sutrumpina politikų kalbas ir pasisakymus, o tai lemia, jog nėra pateikimas pilnas politinių debatų, siunčiamos informacijos vaizdas. Tai skatina politikus aktyviau naudotis internetu ir jo siūlomomis technologinėmis galimybėmis. Žiniasklaidos ir skaitmeninio amžiaus komunikavimo technologijų panaudojimas politinėje komunikacijoje lemia, kad politikai ima vengti susitikimų su žmonėmis, tiesioginio kontakto (Young, 2007). Politikų propaguojamas bendravimas per tarpininkus (informavimo priemones) ir slėpimasis už

žiniasklaidos priemonių, suponuoja realias galimybes ištransliuoti norimus požiūrius į problemas, politinės situacijos, konkrečių veiksmų, sprendimų supratimą.

Moksliniame diskurse egzistuoja požiūris, kad įtakos manipuliacinės retorikos sklaidai politiniame diskurse turi ir šiuolaikinė visuomenė. Nemaža dalis šiuolaikinių visuomenių narių susitelkia į save ir nenori aktyviai dalyvauti viešajame gyvenime (Taylor, 1996, p. 31). Susitelkimas į privačią erdvę ir nuo politikos nepriklausomo solidarumo siekimas iššaukia apatiškumą (Laurėnas, 2001, p. 41). Politinį apatiškumą lemia ne tik nusivylimas politika, bet ir tai, kad šiandien dalyvavimas politiniuose procesuose žiniasklaidos priemonių pagalba yra perkeltas į privačią erdvę. Vietoj tiesioginių susitikimų su politikais, dalyvavimų mitinguose ar kitose pilietiškumą skatinančiose viešose akcijose, žmonės renkasi televizorių, laikraštį ar internetą, tikėdami, jog tai yra politinių procesų suvokimo ir dalyvavimo juose maksimumas. Dalyvavimas politikoje per įvairias informavimo priemones yra efektyvi politinių manipuliacijų įsisavinimo priemonė.

Neabejotinai kiekvienoje visuomenėje yra kritiškai politinę retoriką priimančių ir vertinančių auditorijų, kurias sunku paveikti kalbinėmis manipuliacijomis. Nepaisant to, šiuolaikinė politinė retorika pripažįstama kaip galingas ginklas manipuluoti visuomenės sąmone ir suvokimu. Ne kiekviena politinė kalba gali įtikinti, paskatinti veikti tikslinę auditoriją. Užsibrėžtų politinių tikslų pasiekimą per kalbą lemia tam tikras kalbos konstravimas, retorinių figūrų panaudojimas ir panašiai. Bendrai tai gali būti įvardijama kaip kalbinių strategijų panaudojimas politinėje kalboje, kuriomis siekiama tam tikrų specifinių tikslų.

1.3.3 Kalbėjimo strategijų panaudojimas politinėje retorikoje

Įprasta, kad siekiant tam tikro tikslo, turi būti numatomos konkrečios strategijos tam tikslui įgyvendinti. Ši taisyklė veikia ir politinėje retorikoje. Politinėje kalboje visada yra užkoduota tam tikra žinutė, kurios perdavimas ir supratimas pagal kalbančiojo norą yra politinės kalbos pagrindinis tikslas. Kalbos tikslą detalizuoja politinė situacija, tema, kuria kalba politikas, konkreti problema ir panašiai. Reikšminga ne detalizuoti galimus politinio kalbėjimo tikslus, o akcentuoti tai, kad jeigu politinė kalba, jos tekstas yra suvokiamas kaip tikslinis, tai tam tikslui pasiekti būtina panaudoti tam tikras kalbines sistemas, kurios veikia kaip konkretaus tikslo siekimo strategijos.

M. Edelman įsitikinimu, politinės kalbos galia priklauso nuo to kaip ji rekonstruoja praeitį, apeliuoja į nestebimus dabarties veiksnius ir į ateities galimybes. Kalba vartojama strategiškai, siekiant racionalizuoti politinę veiklą ir mobilizuoti paramą savo politiniams siekiams (2002, p. 115). Taigi politiko kalbos tekstas „<...> funkcionuoja kaip kalbinė tikslų ir ketinimų sistema, paremta strategijomis“ (Malūkienė, 2008), todėl pats sakymo/rašymo veiksmas tampa tik siekiamo tikslo priedanga, jo paviršiniu sluoksniu (Bielinis, 2005, p. 21). Kitaip tariant, greta atvirų, viešai deklaruojamų idėjų, visada yra užslėptų, neišsakytų politinių intencijų, nuostatų. Visa tai yra

pagrindas kalbėjimo strategijoms funkcionuoti, kurios L. Bielinio vadinamos „politinės įtakos mechanizmais“ (Bielinis, 2002).

Politinėje retorikoje kalbos pagalba siekiama įvairių specifinių tikslų. Teun A. van Dijk įsitikinimu, tam tikras funkcijas atliekančios kalbėjimo strategijos naudojamos sąmoningai kaip efektyviausias kelias siekiamam tikslui realizuoti, įgyvendinti (Dijk, 1983, p. 7).

Pripažįstama, jog visos kalbose aptinkamos kalbinės strategijos atlieka tris pagrindines funkcijas (Dijk, 1983, p. 63; Bielinis, 1996, p. 29):

- *instrumentinė* funkcija. Šią funkciją atliekančios strategijos padeda atkreipti, kontroliuoti klausytojo (pašnekovo) dėmesį, struktūrizuoti adresato gaunamą informaciją, akcentuoti, iškelti esminius klausimus, temas. Šią funkciją atliekančios kalbėjimo strategijos padeda adresatui suvokti informaciją lengviau ir adekvačiau kalbančiojo tikslams, tačiau nebūtinai objektyviau.
- *Pateisinimo funkcija*. Šią funkciją atliekančios strategijos leidžia matyti kaip kalbantysis, siekdamas pateisinti, paaiškinti savo išsakytą požiūrį, teiginius pasitelkia bendrą, visuomenėje vyraujančią informaciją.
- *Savęs pristatymo* (saviprezentacinė) funkcija. Daugelis kalbėjimo strategijų yra naudojamos ne politiniam tikslui realizuoti, o teigiamam asmeniniam įvaizdžiui kurti (kartais tai yra vienintelis politinės kalbos tikslas). Šia funkciją atliekančios strategijos padeda kurti išimtinai teigiamą kalbančiojo įvaizdį ir kontroliuoti klausančiojo (pašnekovo) emocijas, požiūrį.

Remiantis išvardintų kalbėjimo strategijų atliekamų funkcijų pagrindu, galima teigti, kad kalbėjimo strategų panaudojimas kalboje įgalina įgyvendinti du pagrindinius tikslus. Pirma, kalbėjimo strategijų pagalba kontroliuojama klausytojų gaunama informacija ir taip sumažinamas galimas neadekvatus siunčiamos informacijos vertinimas. Pripažįstama, jog tam tikros kalbos, pasisakymai klausytojų gali būti vertinami visiškai neadekvačiai. M. Edelman įsitikinimu, politiko kalba atskleidžia jo realybės sampratą, o klausytojo interpretacija gali atskleisti visikaitokią realybę (2002, p. 111). Taip yra todėl, kad klausytoją veikia subjektyvus kontekstinės situacijos supratimas, todėl jis gali priskirti tekstui tokias reikšmes bei tikslus, kurie autoriui svetimi, nepageidautini (Malūkienė, 2008). Šiuo atveju kalbėjimo strategijos yra viena iš priemonių sumažinti galimą neadekvatų klausytojų vertinimą.

Antra, kalbėjimo strategijų pagalba realizuojama teigiama kalbančiojo saviprezentacija, kas reiškia, kad kalbėjimo strategijos panaudojamos politinio įvaizdžio pristatymui ir norimam jo suvokimui, vertinimui. Politinės kalbos, jų tekstai tampa politinių pozicijų ir įvaizdžio raiškos priemonėmis.

Apibendrinant politinės komunikacijos proceso, jo elementų bei politinės retorikos analizę, reikšminga akcentuoti visų šių veiksnių tarpusavio ryšį politinės komunikacijos kontekste. Politinės komunikacijos proceso kaita, įtraukiant žiniasklaidą ir skaitmeninio amžiaus siūlomas informavimo priemonių galimybes tiesiogiai lėmė ir politinės retorikos sklaidos bei panaudojimo pokyčius. Šiandieninio politinio kalbėjimo, kaip demokratinės politikos pagrindo, pasikeitimas grindžiamas perėjimu nuo demokratiškai vertingo siekio įtikinti prie bandymo politine kalba manipuluoti adresatų sąmone. Tai suponavo būtinybę transformuoti politinį kalbėjimą siekiamo tikslo pagrindu, detaliam apgalvojant patį politinės kalbos tekstą. Kitaip tariant, reikšminga ne tik tai, ką politikos veikėjas nori pasakyti, bet ir kaip tai padaryti, kad politinė kalba tarnautų užsibrėžto tikslo įgyvendinimui. Kalbėjimo strategijų panaudojimas politinėse kalbose yra veiksminga priemonė, formuojanti siekiamą rezultatą. Kalbėjimo strategijų panaudojimas suponuoja galimybę efektyviai ištransliuoti norimą politinę žinutę bei suformuoti, perduoti išimtinai teigiamą politinio veikėjo įvaizdį. Reikšminga detaliau analizuoti politinio įvaizdžio specifiką, pereinant prie politinių kalbų kaip politinio įvaizdžio raiškos objekto tyrimo.

2. POLITINIS ĮVAIZDIS: ROLANDO PAKSO ĮVAIZDŽIŲ ATVEJIS

Šiuolaikinėse valstybėse sparčiai plinta taip vadinama asmeninė politika, kada konkretūs politiniai veikėjai tampa politinių partijų, tam tikrų valdžios institucijų centrinėmis, jas reprezentuojančiomis figūromis. Tai lemia politinio įvaizdžio svarbą politinėje komunikacijoje. Moksliniame diskurse vyrauja požiūris, kad šiuolaikinių politinių komunikacinių kampanijų centre atsiduria būtent politinis įvaizdis kaip svarbiausia figūra, galinti nulemti kampanijos sėkmę. Būtent todėl vis daugiau komunikacinių kampanijų išteklių ir kaštų skiriama būtent įtaigaus politinio įvaizdžio kūrimui, ištransliavimui ir palaikymui.

Lietuvoje, kaip ir kitose demokratinėse valstybėse, nestokojama personalizuotų politinių kampanijų, pagrįstų disponavimu politiniais įvaizdžiais. Įtaigiausia tokio pobūdžio kampanija, pasiūliusi tikslinėms rinkėjų grupėms visą spektrą politinių įvaizdžių, – 2002 metų Rolando Pakso kampanija rinkimuose į Lietuvos prezidento postą.

2.1 Šiuolaikinio politinio įvaizdžio turinys ir jo formavimas

Pripažįstama, jog šiuolaikinė politinė konkurencija tampa personalizuota, o didesniu argumentu laikytinas ne politinės programos realumas ar reikalingumas, bet kandidato ir jo programos emocinis-estetinis patrauklumas (Bielinis, 2000, p. 27). Keičiama ir paties politinio proceso suvokimo formulė: vyravusį apibūdinimą, kad „Valdžia – tai žinios“, keičiama formulė „Valdžia – tai įvaizdis“ (Bielinis, 2005 p. 83). Tai suponuoja politinio įvaizdžio išivyravimą politikoje. Moksliniame diskurse pateikiama keletas politinio įvaizdžio sąvokos apibūdinimų.

Politinio įvaizdžio sąvoka, apima įvairių politinių veikėjų įvaizdį, kaip politinių partijų įvaizdis, kandidatų įvaizdis, prezidentinis įvaizdis ir panašiai (Holloway, 2003, p. 1). Analizuojant politinį įvaizdį reikšminga atsižvelgti į konkretų analizuojamą objektą. Bendriausia prasme politinis įvaizdis gali būti suvokiamas kaip politinio veikėjo ar politinės organizacijos reprezentavimas (Lilleker, 2006, p. 96). Moksliniame diskurse politinis įvaizdis traktuojamas dvejopai. Iš vienos pusės, politinis įvaizdis laikomas struktūra, kurios turinį užpildo tą įvaizdį pristatantys politiniai veikėjai, t. y. kaip pats politinis veikėjas save suvokia ir pozicionuoja. Politiniai veikėjai įtraukia į projektuojamą įvaizdį tam tikras reikšmes, simbolius, kuriuos visuomenė suvokia kaip tikrovę (Hacker, 1995). Iš kitos pusės, politinis įvaizdis laikomas visuomenės nuostatų, tikėjimų produktu. Kuriant politinį įvaizdį svarbu atsižvelgti į visuomenės, tikslinių auditorijų lūkesčius. Politinis įvaizdis turi būti tikslinių auditorijų mintyse egzistuojančio vaizdinio atitikmuo realybėje (Lilleker, 2006, p. 96). Taigi politinis įvaizdis yra ne tiek tai, kaip save pozicionuoja tam tikras politinis veikėjas, bet tai, ką apie jį mano visuomenė (kaip jie jį suvokia, vertina, pagal ką atpažįsta ir pan.).

Šiame darbe neanalizuojamas visuomenės požiūris, politinio įvaizdžio suvokimas. Pasirinkta analizuoti politinio įvaizdžio turinį, formavimą, todėl politinis įvaizdis traktuojamas kaip struktūra, kurią siekiant teigiamos reprezentacijos formuoja ir konkrečiai elementais (būdo bruožais, asmeninėmis savybėmis) užpildo įvaizdį pozicionuojantis politinis veikėjas.

Politinio įvaizdžio iškilimą ir svarbą politiniame procese lemia keletas priežasčių. Pirmą rinkėjų preferencijų kaita. Visose pasaulio valstybėse nemaža dalis aktyvių rinkėjų pripažįsta, kad įvaizdis yra svarbus, jų apsisprendimą lemiantis efektas (Lilleker, 2006, p. 96). Įvaizdžio akcentavimą šiuolaikinėse politinėse kampanijose lemia pastebima auditorijų motyvacijos ieškoti tam tikros informacijos prieš priimančią sprendimą, už ką balsuoti, stoka (Corthell, 2008). Antra – globalizacijos poveikis. Atskirų nacionalinių valstybių piliečiai susiduria su daugeliu globalizacijos nešamų problemų kaip konkurencinga tarptautinė rinka, nacionalinės valstybės vaidmens mažėjimas, sparti emigracija/imigracija. Žmonės ima jaustis nesaugiai, neužtikrintai, abejoti ateitimi, todėl jiems reikia lyderio, atitinkančio tam tikros aplinkos, situacijos diktuojamas savybes (Barisione, 2009). Trečia - žiniasklaidos išsivyravimas politikoje. Šiuolaikinės žiniasklaidos interesas ne įvairiapusis politinių debatų nušvietimas, o politiniai įvaizdžiai. Pramoginis žiniasklaidos pobūdis lemia, kad politikai pristatomi kaip garsenybės, o svarbiausiomis temomis tampa privataus politikų gyvenimo peripetijų analizavimas ir viešinimas (Lilleker, 2006, p. 95-96).

Minėtos pagrindinės įvaizdžio išsivyravimo politiniame diskurse priežastys, suponuoja, jog vis daugiau politinių kampanijų finansinių ir žmoniškųjų resursų yra skiriama tam tikram, visuomenės poreikius atitinkančiam politiniam įvaizdžiui kurti. Pagrindine užduotimi tampa konkrečių, politinį įvaizdį pristatančių savybių paieška, tų savybių rinkinio susiejimas su politiniu veikėju bei sukurto politinio įvaizdžio ištransliavimas visomis įmanomomis priemonėmis.

2.1.1 Politinio įvaizdžio turinys: paklausiausi asmenybės bruožų rinkiniai

Kuriant politinį įvaizdį ir per jį bandant pritraukti jėgą, autoritetą ir kitus norimus politinius atributus, svarbiausiu aspektu tampa tam tikri politinio veikėjo atstovaujami asmenybės bruožai (McNair, 2003, p. 147-148). Politinio įvaizdžio analitikai mini daug ir įvairių potencialiai tikslinėms auditorijoms ir visuomenės masėms patrauklių savybių. Prieš pasirenkant tam tikrą savybių rinkinį ir inkorporuojant jį į politinio veikėjo asmenybę svarbu atsižvelgti į keletą reikšmingų aspektų.

Pirma, kurdami įvaizdžius politikai turi prisitaikyti prie laikmečio ir pasiūlyti tam momentui labiausiai reikiamus ir tinkamus bruožus, savybes (McNair, 2003, p. 149). Antra, būtina atsižvelgti į visuomenės poreikius, vertybes ir pasirinkti tas savybes, dėl kurių visuomenė sutaria, kaip dėl būtinų ir tikslingų politiniam veikėjui (Barisione, 2009). Politiniai veikėjai turi simbolizuoti tas reikšmes, kurias juose nori matyti suinteresuotos grupės (Edelman, 2002, p. 71). Trečia, pasirinktos savybės

turi būti autentiškos ir suteikti politikui išskirtinumo iš kitų politiniame lauke veikiančių veikėjų (Bielinis, 2000, p. 30; Edelman, 2002, p. 57). Ketvirta, kuriamas įvaizdis turi būti asmens turimų savybių tęsinys. Įvaizdis negali prieštarauti politinio veikėjo galimybėms ir asmens savybėms (Heffernan, 2006; Bielinis 2003, p. 126).

Moksliniuose šaltiniuose, analizuojančiose konkrečių politinių veikėjų įvaizdžius, minimos įvairios politiniams lyderiams būtinos savybės. Visgi sutariama, jog svarbiausia šiuolaikinėms auditorijoms pasiūlyti savybes, talpinamas į du pagrindinius bruožų rinkinius. Pirmas, politinio veikėjo *veiksmingumas*, veiklos rezultatais pagrįstas politinis įvaizdis. Šiam bruožų rinkiniui priskiriamos tokios savybės kaip „stiprus“, „ryžtingas“, „kompetentingas“, „kvalifikuotas“, „energingas“, „saugo šalį“, „žino, ko nori“ ir panašiai. Antras bruožų rinkinys apibūdinamas kaip *patikimumas*. Šis bruožų rinkinys akcentuoja tarpasmeninius santykius tarp politiko ir auditorijų ir iš to kylantį pasitikėjimą politiku. Priskirtinos tokios savybės kaip „sąžiningas“, „patikimas“, „nuoširdus“, „įtikinantis“, „rūpinasi žmonėmis“, „laikosi savo pažadų“ ir panašiai. Šie du bruožų rinkiniai laikomi šiuolaikinio, politinio įvaizdžio pagrindu (Barisione, 2009; Druckman, 2004).

Detalizuojant minėtus politinių veikėjų bruožų rinkinius skiriami konkretūs politikos veikėjo įvaizdžio tipai. Įvaizdžio tipų klasifikavimo variantai ir pavadinimai skiriasi priklausomai nuo šį objektą analizuojančio autoriaus. Tai sąlygoja situaciją, kad šiandieniniame moksliniame diskurse yra išskiriami ir pristatomi labai įvairūs politinio įvaizdžio tipai. Reikšminga aptarti keletą pasaulyje ir Lietuvoje plačiai paplitusių įvaizdžio tipų (Barisione, 2009):

- „Pašalinis“. Šį įvaizdžio tipą atstovaujantis politikas yra kompetentingas kitos srities specialistas (ne politikos). Toks lyderis yra politikos naujokas, siūlantis naują politiką ir akcentuojantis permainų būtinybę. Šiandienė situacija parodo, kad geriausia, jog toks lyderis išsiskirtų iš kitų, sulaužytų nusistovėjusius politinius stereotipus, t.y., būtų moteris (kaip pavyzdžiui Hillary Clinton), juodaodis (kaip Barack Obama) ir panašiai.
- „Stiprus lyderis“. Toks lyderis valdo kylančias krizes, gali apsaugoti nuo „priešo“. Tai kovotojo su nusikalstamumu, korupcija ir kitomis visuomenei reikšmingomis problemomis įvaizdis. Stipraus lyderio tipas, šiuo metu yra svarbus daugelyje šiuolaikinių demokratijų ir ypač paklausus tarp silpnesnių rinkėjų, kurie yra labiau veikiami globalizacijos pasekmių (pasaulinė konkurencija, socialinis ir ekonominis nestabilumas, masinė imigracija/emigracija, ir nesaugumo jausmas). Kiekvienas šiuolaikinės demokratijos sąlygomis veikiantis politikas turėtų bent iš dalies atstovauti stipraus lyderio įvaizdį. (Šį įvaizdžio tipą geriausiai atitinka Nicolas Sarkozy).
- „Paprastas žmogus“. Šį tipą atstovaujantis lyderis yra ramus, šiltas, artimas („iš liaudies“). Rinkėjai tokį lyderį suvokia kaip atitinkantį jų nuolatinius poreikius, t.y., galintį pasirūpinti jais, išklaudyti, suprasti jų problemas, o kartu ir apginti juos bei atsakyti už savo veiksmus.

Žiniasklaidos sklaida sumažina šio įvaizdžio tipo pasireiškimo galimybes, nes atsiranda atstumas tarp žmonių ir kandidato. Televizija bando kompensuoti tiesioginio kontakto trūkumą sudarydama sąlygas iš arti matyti politiką bei iki smulkmenų jį pažinti. (Šiam įvaizdžio tipui priskirtini tokie politikai kaip Tony Blair, Silvija Berlusconi).

- „Postideologinis lyderis“. Šio tipo kandidatas turi universalią tapatybę. Jis neatstovauja jokios konkrečios politinės ideologijos, jis tradiciškas ir kartu šiuolaikiškas, nacionalistas ir kultūrų įvairovių skatintojas ir panašiai. Toks lyderis teigia, kad jis tiesiog privalo pabandyti išspręsti problemas, tradicinių politinių sistemų nesutarimus. Jis ieško problemų ir bando jas spręsti be išankstinio nusistatymo. Šiuolaikinėse demokratijose šis įvaizdis itin patrauklus ir mėgstamas. (Šį įvaizdžio tipą geriausiai atstovavo Bill Clinton).

Aptarti įvaizdžių tipai gali būti skirstomi į smulkesnius potipius. Priklausomai nuo konkrečios politinės situacijos ar konkretaus politinio veikėjo atstovaujama savybių rinkinio galima atpažinti ir išskirti vis naujus politinių įvaizdžių tipus, todėl pateiktas politinio įvaizdžio tipų sąrašas nėra baigtinis. Moksliniame diskurse sutariama tik dėl to, kad šiuolaikinėse politinėse kampanijose sunku išžiūrėti vieno, konkretaus įvaizdžio tipo atstovavimą. Norėdami išsiskirti politiniai veikėjai pateikia įvairių įvaizdžių tipų ir potipių konfigūracijas (Barisione, 2009; Druckman, 2004).

Be politinio įvaizdžio kūrimo dominuojančių bruožų rinkinio identifikavimo, užpildant politinio įvaizdžio turinį svarbūs dar du aspektai: politinis stiliaus (išvaizda) bei politinio veikėjo reputacija. Abu šie aspektai labiau laikytini ne įvaizdžio sudedamąja dalimi, o tik įvaizdžio formavimą papildančiais, lydinčiais elementais (Bielinis, 2000, p. 28;35). Taigi užpildant politinio įvaizdžio turinį būtina suderinti politiko atstovaujamus bruožus, įvaizdžio tipą ar jų derinius, politiko išvaizdą ir reputaciją, kad gauti galutinį produktą – visuomenei patrauklų ir jos poreikius bei lūkesčius atitinkantį politinio veikėjo įvaizdį.

Politinio įvaizdžio formos užpildymas tam tikru turiniu yra sudėtingo įvaizdžio kūrimo ir išlaikymo proceso dalis. Vien tik sukurtas įvaizdžio projektas negarantuoja politiko sėkmės. Egzistuoja papildomi reikšmingi įvaizdžio kūrimo procese dalyvaujantys elementai ir veikėjai, galintys tiek prisidėti prie norimo įvaizdžio pristatymo, tiek jam pakenkti. Prie šių veikėjų priskirtini: pats politikas (kaip jis sugebės atstovauti sukurtą įvaizdį), politinį įvaizdį formuojantys specialistai bei visuomenės informavimo priemonės.

2.1.2 Politinio įvaizdžio formavimo procesas

Vienu iš svarbiausių aspektų organizuojant politinės komunikacijos kampanijas ir jų metu formuojant ir ištransliuojant politinį įvaizdį laikytinas pats pasiruošimas, tai yra, profesionalios komandos subūrimas. Šiuo atveju lemtingą vaidmenį vaidina politinio veikėjo, jo komandos finansiniai pajėgumai. Finansinis aspektas tiesiogiai lemia šiuolaikinės politinės kampanijos

autentiškumą, o neretai ir sėkmę. Esant palankiai finansinei situacijai politikos veikėjai gali įtraukti į organizuojamos kampanijos veiklą profesionalią komandą, padėsiančią sukurti ir efektyviai ištransliuoti šiuolaikinių politinių kampanijų centre esantį politinio įvaizdžio aspektą (Lilleker, 2006, p. 95). Profesionalių politinių kampanijų organizavimo centre atsideria ryšių su visuomene paslaugas siūlančios organizacijos. Planingas politinio įvaizdžio kūrimas yra viena iš pagrindinių ryšių su visuomene funkcijų (Corthell, 2008). Greta šios funkcijos užtikrinamos įvaizdžio kūrimui ir ištransliavimui reikšmingos funkcijos kaip žiniasklaidos valdymas, informacijos valdymas, vidinės komunikacijos organizavimas ir palaikymas bei politinio marketingo funkcijų įgyvendinimas (McNair, 2003, 134-135). Pastebima, jog politinio spektaklio lauke įsigali rinkodaroje naudojamos technologijos ir iš marketingo ateinanti logika – „politikai kaip skalbimo milteliai, kuriuos reikia parduoti“ (Savukynas, 2004c). Taigi politinis įvaizdis gali būti suvokiamas kaip tam tikra prekė, kurios pardavimo sėkmę („pelną“) atspindi rinkėjų palaikymo lygis, rinkimų atveju balsų skaičius (Kolovas; Harris, 2005; Menon, 2008). Profesionalios komanda inkorporavimas yra vienas iš veiksnių, galinčių nulemti įtaigaus politinio įvaizdžio kūrimą ir „pelningą“ jo pardavimą.

Kitas politinio įvaizdžio formavimo elementas – pats politinis lyderis. Ryšių su visuomene, politinio marketingo, reklamos ir kiti su politiniu įvaizdžiu dirbantys konsultantai, specialistai gali padėti sukurti politinį įvaizdį, paveikti žmonių mentalitetą, nuostatas (suformuoto įvaizdžio atžvilgiu), kontroliuoti jo transliavimą žiniasklaidoje, tačiau sukurta įvaizdį pozicionuoja konkretus politinis veikėjas. Tam kad politinis įvaizdis būtų veiksmingai atstovaujamas svarbu suderinti jį su politinio lyderio elgesiu, retorika, jo transliuojamomis pasirinktomis pagrindinės žinutės, jo siūloma bendra ateities vizija.

Politinė retorika ir politiko elgesys yra įvaizdžio kūrimui ir įprasminimui reikšmingi aspektai (Edelman, 2002, p. 48). Šiuolaikinio įvaizdžio kontekste reikšminga ne tik ką politikai sako ir daro, bet ir *kaip* jie sako ir daro (McNair, 2003, 147). Todėl politinio lyderio elgesys ir retorika turi būti įtikinantys, atspindėti sukonstruotą įvaizdį ir kurti emocinį ryšį su tikslinėmis auditorijomis. Šiuolaikinį politinį įvaizdį visada lydi tam tikri politiniai šūkiei ir pažadai. Labiausiai įsimenančios frazės paprastai žada saugumą grėsmės akivaizdoje, išreiškia priešišumą tradiciniam priešui, nacionalinėms problemoms, atspindi bendrus lūkesčius arba reikalauja pasiaukojimo bendram reikalui (Edelman, 2002, p. 61). J. N. Druckman, L. R. Jacobs ir E. Ostermeier analizuoja politinio įvaizdžio kūrimo strategijas ir kaip svarbiausią nurodo įvaizdžio ir kandidato keliamų problemų, akcentuojamų temų ir politinio įvaizdžio koreliaciją. Tyrėjų tikinimu, tik suderinus akcentuojamas politiko savybes su jo siunčiamų pagrindinių žinučių turiniu galima tikėtis įvaizdžio pripažinimo visuomenėje (Druckman, 2004).

Moksliniame diskurse akcentuojamas ir dar vienas veiksmingą įvaizdžio atstovavimą užtikrinantis elementas – tai politiko siūloma bendra ateities vizija. Vizija neturi nieko bendro su politiko atstovaujama politine ideologija ar komunikuojamomis problemomis, klausimais. Vizija – tai bendras konkrečios šalies ateities numatymas arba kaip politinis lyderis išivaizduoja šalį jam vadovaujant. Dažniausia vizija yra paremta permainomis socialinėje, ekonominėje sferoje, šalies užsienio politikoje ir panašiai (Barisione, 2009).

Idealiomis sąlygomis specialistų sukurtas paveikus įvaizdis ir efektyvus jo atstovavimas apspręstų norimą galutinį rezultatą - įvaizdžio pripažinimą visuomenėje. Tačiau įvaizdžio formavimo procesas priklauso ne tik nuo politikų gebėjimų pozicijuoti įvaizdį ir jų komandos profesionalumo, kuriant politinį įvaizdį ir suderinant jį su politine retorika, politiko elgesiu, vizija ir kitais minėtais efektais. Šiuolaikiniame įvaizdžio formavimo procese reikšmingą vaidmenį atlieka ir žiniasklaida bei skaitmeninio amžiaus technologijos.

Popkultūros populiarėjimas lėmė, jog politinių naujienų, debatų ir reikšmingų sprendimų atspindėjimas žiniasklaidoje buvo nustumtas į šoną ir imta orientuotis į politinių įvaizdžių pristatymą ir analizavimą. Noras pateikti intriguojančių ir skandalingų naujienų iš privataus politikų gyvenimo lėmė, viešumo ir privatumo sferų sanglaudą bei neformalumo ir intymumo išivyravimą politikoje. Politikas nebėra suvokiamas kaip paslaptinga, charizmatiška asmenybė. Jo pripažinimą lemia populiarumas ir artumas (savumas) (Barisione, 2009). Šių savybių atskleidimas priklausomas nuo žiniasklaidos, nes tik jos pagalba politikas tampa 24 valandas per parą rodoma ir gerai pažįstama garsenybe (Stromer-Galley; Jamieson, 2001, p. 183). Televizijos ir kitų žiniasklaidos priemonių pagalba visuomenė sužino intymiausius politiko privataus gyvenimo aspektus (Bielinis, 2005, p. 100). Taip kuriama artumo, politiko savumo iliuzija.

Tiesioginės komunikacijos pakeitimas įvaizdžio pristatymu žiniasklaidoje lėmė jog politiniai lyderiai prarado savo didybę ir aurą tapdami visuomenę linksminančiomis žvaigždėmis (Barisione, 2009). Žiniasklaida pakeitė ne tik politinio įvaizdžio suvokimą, bet ir jo ištransliavimo tikslinėms auditorijoms galimybes. Šiandieninė žiniasklaida vis rečiau pasirenka neutralaus informatoriaus vaidmenį, todėl politinio įvaizdžio pateikimas visuomenei tampa priklausomu nuo žiniasklaidos vertinimų, tai yra, žiniasklaida gali prisidėti prie politinių veikėjų populiarumo ar priešingai lemti jų nepopuliarumą (Heffernan, 2006).

Neribota žiniasklaidos laisvė veikti ir taip nulemti politinio įvaizdžio turinį iš esmės griauja politinių veikėjų norą kontroliuoti sukurto įvaizdžio ištransliavimą. Siekis, kad tikslines auditorijas pasiektų jau suprojektuotas įvaizdis lemia tikslinį politikų ir jų komandų darbą kontroliuojant ir valdant žiniasklaidoje pateikiamos informacijos turinį. Šiuolaikiniai politikai ir su jų įvaizdžiais dirbantys specialistai veikia dvejopai: arba pasinaudoja žiniasklaidos kaip verslo savybe ir finansiniais resursais daro įtaką žiniasklaidai (užsakomieji straipsniai, laidos, politinė reklama ir

panašiai) (Rubavičius, 2003, p. 12) arba pirmenybę ima teikti alternatyvioms visuomenės informavimo priemonėms kartu intensyviai dirbdami populiariosios žiniasklaidos monitoringo srityje. Pastebima, jog šiuolaikinėse politinėse kampanijose vyrauja visų minėtų žiniasklaidos kontrolės priemonių panaudojimas. Nepaisant to, nei profesionalus žiniasklaidos valdymas nei turimi finansiniai resursai ir tikslinis jų panaudojimas žiniasklaidoje neužtikrina visiškos laisvos žiniasklaidos kontrolės. Būtent todėl vis dažniau pasitelkiamos tiesioginę komunikaciją su auditorijomis užtikrinančios skaitmeninio amžiaus siūlomos informacinės technologijos, kurių pagalba galimas norimos politinės komunikacijos ir politinio įvaizdžio pateikimas (Stromer-Galley; Jamieson, 2001, p. 187). Interneto ir jo siūlomų alternatyvių informavimo priemonių (svetainės, blogai ir panašiai) panaudojimas lemia informacijos kontrolės galimybes, tačiau neužtikrina tradicinės tiesioginės komunikacijos metu vyravusio politinio lyderio charizmatiškumo kaip pagrindinės įvaizdžio savybės išsaugojimo. Žiniasklaidos suformuotas į emocinį poveikį ir intymumą orientuotas šiuolaikinių politinių veikėjų įvaizdžių prototipas išlieka ir negrižtamai lemia tolesnę politinių įvaizdžių konstravimo eigą (Barisione, 2009).

Apibendrinant politinio įvaizdžio turinio ir jo formavimo proceso analizę, reikšminga akcentuoti, kad šiuolaikinio politinio įvaizdžio kūrimas ir jo palaikymas yra sudėtingas procesas, kuriam įtaką daro tiek vidaus, tiek išorės veiksniai. Personalizuoto ir į emocinį poveikį orientuoto politinio įvaizdžio konstravimo procese lemiamą vaidmenį atlieka politinio veikėjo komanda, tikslingai ir efektyviai dirbanti visuomenės poreikius atitinkančio politinio įvaizdžio kūrime. Tuo tarpu politinio įvaizdžio ištransliavimas, jo poveikis tikslinių auditorijų sąmonei priklauso nuo paties politinio veikėjo sugebėjimų kryptingai pozicionuoti sukurtą įvaizdį ir nuo masinių informavimo priemonių poveikio. Šiuolaikinės demokratijos ir laisvos žiniasklaidos egzistavimo sąlygomis, sukonstruoto politinio įvaizdžio ištransliavimas ir palaikymas tampa reikšmingu iššūkiu politiniam veikėjams ir jų įvaizdžio pokyčius kontroliuojantiems specialistams. Nepaisant to, politinio įvaizdžio dominavimas politinės komunikacijos kampanijose yra stebimas pasaulyje ir Lietuvoje. Strategiškai sukonstruotas, įtaigus, personalizuotas (į konkrečius būdo bruožus orientuotas) politinis įvaizdis laikomas svarbiausiu ir paveikiausiu šiuolaikinių politinių kampanijų elementu. Minėta tendencija stebima ir Lietuvoje. Pasirinktas tyrimo objektas apsprendžia būtinybę detaliau analizuoti konkretų, įtaigiausiu Lietuvos politiniame lauke pripažįstamu R. Pakso įvaizdžių kūrimo ir palaikymo atvejį.

2.2 Politiniai įvaizdžiai Lietuvoje: Rolando Pakso įvaizdžių analizė

Nepriklausomos, demokratiškos Lietuvos istorinėje raidoje atsiskleidė nemažai iškilų politikos veikėjų: keturi Lietuvos Prezidentai (Algirdas Mykolas Brazauskas, Valdas Adamkus, Rolandas Paksas, Dalia Grybauskaitė), visuomenėje pripažįstami seimo pirmininkai (Č. Juršėnas, A. Paulauskas, I. Degutienė ir kt.), ministrai pirmininkai (G. Kirkilas, A. Kubilius ir kt.), atskyrų partijų nariai ir valdžios institucijų vadovai. Nepaisant gausaus Lietuvos politinių lyderių rato ir jų kurtų ar iki šiol atstovaujамų politinių įvaizdžių, Prezidentas Rolandas Paksas laikoma išskirtine politine asmenybe įvaizdžio formavimo kontekste. Galima išskirti keletą esminių susidomėjimo šio politiko įvaizdžiais priežasčių. Pirma, R. Pakso įvaizdžio konstravimas ilgalaikė ir nuolat kintanti (prie pasikeitusių aplinkybių pritaikyta) struktūra. Antra, R. Pakas laikomas pirmuoju, pademonstravusiu įvaizdžio galią politiniuose procesuose (2002 m. rinkiminės kampanijos į LR Prezidento postą metu). Trečia, jo kaip Prezidento karjeros pabaiga – pirmą kartą Lietuvoje inicijuota apkalta Prezidentui, pasibaigusi tuometinio Prezidento R. Pakso nušalinimu.

Lietuvos politinėje arenoje R. Pakso politinė figūra iškilo 1997 metais jam tapus Vilniaus miesto meru. Nei tuometinis jo vadovavimas, nei pakartotinis jo kaip Vilniaus miesto mero išrinkimas (2000 metais) ar ministro pirmininko posto užėmimas (paskirtas 2000 metų lapkritį) nesudarė pagrindo analizuoti šio politiko įvaizdžius (politinės karjeros faktai iš *Rolando Pakso biografija*). Analitikų susidomėjimą R. Pakso įvaizdžiu paskatino jo kaip ministro pirmininko pozicija „Mažeikių naftos“ privatizavimo skandalo metu ir jo savanoriškas atsistatydinimas iš ministro pirmininko posto. Pasak V. Savukyno, tada R. Paksas pirmą kartą pasinaudojo „maištininko“ mitologema (Savukynas, 2004a, p. 37).

„Maištininko“ mitologemą naudojantis politikas yra suvokiamas kaip herojus, atliekantis reikšmingą misiją – jis praneša tautai apie neišvengiamus pavojus ir vienas jiems priešinasi. „Maištininko“ mitologema apima tris tipologines figūras – „kovotojo“, „potencialios aukos“ ir „išgelbėtojo“ (Savukynas, 2004b, p. 16). Tai reiškia, jog yra du galimi scenarijai: politikas stoja į kovą ir sėkmės atveju jis tampa „išgelbėtoju“, nesėkmės atveju - „auka“. „Mažeikių naftos“ pardavimo istorijoje R. Paksas kaip „maištininkas“ pranešė visuomenei, jog šitas sandoris yra nenaudingas Lietuvai - balastas šalies ekonomikai ir kad jis, kaip ministras pirmininkas, nieko negalįs padaryti, todėl privalo pasitraukti iš posto (Savukynas, 2004a, p. 41). R. Paksas sąmoningai palieka „neskaidrią“ politinę sistemą taip išreišdamas savo protestą prieš korumpuotus valdininkus, o kartu ir tampa „auka“, negalinčia kovoti prieš valdančiųjų daugumą.

Taigi Rolando Pakso įvaizdis kaip dinaminė struktūra pradėtas kurti, panaudojant „kovotojo“ ir „aukos“ įvaizdines figūras. Šie įvaizdžiai turėjo įtakos formuojant jo kaip kandidato į Lietuvos Respublikos Prezidento postą įvaizdį.

2.2.1 Rolando Pakso įvaizdžiai rinkiminėje kampanijoje į prezidento postą

2002 metais vykusiuose Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimuose Rolando Pakso rinkiminė kampanija išsiskyrė tiek iš jo konkurentų kampanijų, tiek apskritai iš visų kada nors Lietuvoje organizuotų politinių kampanijų – pirmą kartą šiuolaikinės Lietuvos istorijoje visuomenė susidūrė su tokio masto viešųjų ryšių technologijų panaudojimu. Apie penkis milijonus dolerių kainavusi, Rusijos politinių technologijų firmos „Nikolo M“ ir Lietuvoje veikiančios ryšių su visuomenė kampanijos „DDB & Co ir A. Katkevičius“ strateguota R. Pakso rinkiminė kampanija pasižymėjo reklamos priemonių ir agitacinės medžiagos gausa (Lopata; Matonis, 2004, p. 40; 43). Visa tai turėjo pasitarnauti kruopščiai apgalvotos ir suplanuotos rinkiminės kampanijos centre buvusio personalizuoto politinio lyderio (R. Pakso) įvaizdžio pristatymui ir inkorporavimui į visuomenės sąmonę. Pirmą kartą politinės kampanijos metu buvo tikslingai „dirbama“ su visuomene (Lopata; Matonis, 2004, p. 196), stengiantis suformuoti kuo asmeniškesnį įvairių rinkėjų grupių santykį su kandidatu ir taip pelnyti jų balsus (Lidžiuvienė, 2007, p. 176).

R. Pakso rinkiminė retorika, pagrindiniai šūkiei, konstitucines Lietuvos prezidento galias viršijantys populistiniai programos siekiai, kandidato ideologinių nuostatų neapibrėžtumas, aktyvi tiesioginė komunikacija su auditorijomis, reiškiamasis visose populiariosios žiniasklaidos priemonės (spauda, televizija, radijas, internetas) – visi komunikacinės kampanijos akcentai, elementai ir priemonės buvo skirti suprojektuotam R. Pakso kaip galimai būsimo prezidento įvaizdžiui ištransliuoti ir stiprinti.

Tuometiniai visuomenės nuomonės tyrimai rodė, kad Lietuvos gyventojai kritikuoja demokratiją dėl jos ekonominio neefektyvumo (40% gyv.), nesugebėjimo palaikyti tvarką (50%) ir pan., jog žmonės nepasitiki savimi ir linę asmeninės gerovės užtikrinimo misiją patikėti valstybei (5,4 balo), jog net 56% Lietuvos gyventojų norėtų, kad šalį valdytų parlamento ir rinkimų nevaržomas stiprus lyderis (Juknevičius, 2002, p. 215).

Atsižvelgdami į tuometinę situaciją, visuomenės poreikius R. Pakso rinkiminės kampanijos strategai suprojektavo visuomenės lūkesčius atitinkantį, aiškiais skiriamaisiais būdo bruožais pasižymintį ir populiarius įvaizdžių tipus atitinkantį įvaizdį. R. Pakso asmeninių savybių rinkinyje dominavę neryžtingo, verkšlenančio, nuskriausto politiko bruožai buvo eliminuoti, pakeičiant juos visiškai priešingas asmens savybes demonstruojančiais bruožais (Bielinis, 2003, p. 126).

2002 metų rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu R. Pakso įvaizdis buvo paremtas tokiais ryškiausiais lyderio įvaizdžio tipais:

- „Paprastas žmogus“. Rinkiminė kampanijos metu R. Paksas buvo pozicionuotas kaip „paprastų žmonių“ kandidatas, „liaudies“ atstovas. Tiesioginį šio įvaizdžio tipo panaudojimą ap sunkino ankstesnė R. Pakso padėtis. Jis nebuvo išėivis iš plačiųjų liaudies sluoksnių, o,

priešingai, iki atėjimo į politiką jis buvo sėkmingas verslininkas, politikoje užėmė gana aukštus valstybės institucijų postus (Savukynas, 2004c). Sukurti R. Paksą kaip „paprastą žmogų“ padėjo dvi naudingos aplinkybės ir tikslinis jų išnaudojimas. Pirma, buvo išnaudotas R. Pakso „Williams“ istorijoje sukurtas įvaizdis. R. Paksas sugrįžo į politiką ne kaip „auka“, o kaip žmogus, pasipriešinęs visai politinei sistemai, elitui. Savęs priešpastatymas valdančiajam elitui ir atvirai deklaruotas (visuomenei itin svarbus) socialinio teisingumo atkūrimo poreikis leido R. Pakso susitapatinti su liaudimi (Savukynas, 2004a, p. 51). Bendrumo jausmą kūrė akcentuojama tiek visuomenės, tiek R. Pakso atskirtis, izoliacija nuo politinio elito.

Antra, įtvirtinant R. Pakso kaip „liaudies atstovo“ įvaizdį talkino aktyviai vykdyta tiesioginė komunikacija su visuomene. Priešingai nei kiti kandidatai R. Paksas nebijojo susitikti su paprastais žmonėmis, kalbėtis su jais, išklaudyti jų problemas, atsakinėti į pateikiamus klausimus. R. Paksas vykdė duotą pažadą „aplankyti kiekvieną Lietuvos žmogų, paspausti jam ranką ir pažiūrėti į akis“. Kartu tai parodė, jog į svarbiausią vietą iškeliamas asmeninis bendravimas, asmeninio dėmesio parodymas (Lidžiuvienė, 2007, p. 178).

Pozicionuodamas „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipą R. Paksas reprezentavo ir pagrindines šiam tipui priskiriamas būdo savybes. Jis buvo šiltas, artimas, sąžiningas, galintis išklaudyti rinkėjus, suprasti jų problemas.

- „Kovotojas“. Rinkiminės kampanijos metu R. Paksas buvo pateikiamas kaip „kitoks“ nei kiti politikai, esantis šalia sistemos, šalia politinio elito (Savukynas, 2004a, p. 38). R. Pakso kaip „kovotojo“ įvaizdį stiprino du esminiai aspektai. Pirma, jis kovojo prieš ydingą sistemą. Beveidei, beasmenei politinei sistemai priešpastatomas vienišas, tačiau ryškus turintis gausybę įvairių savybių kovotojas (Savukynas, 2004a, p. 44-45). Antra, R. Pakas pozicionuotas kaip „kovotojas“ už žmonių gerovę. Buvo nekorektiškai dramatinuojama esama situacija, už kurią neabejotinai atsakingas valdantysis elitas. Pavyzdžiui, viename reklaminių filmukų per televiziją R. Paksas nuolat kartojo, kad „Lietuva yra viena labiausiai korumpuotų valstybių pasaulyje“ (Savukynas, 2004b, 42). Esamos situacijos ir visuomenei reikšmingų problemų dramatinavimas leido sukurti paprastų žmonių gynėjo įvaizdį.

Aiškus identifikavimas už ką ir prieš ką kovoja R. Paksas suformavimo dvigubo (už visuomenės gerovę ir prieš elitą) „kovotojo“ įvaizdį. R. Paksas visiškai atitiko tuometinius visuomenės lūkesčius, nes jis kaip likusi visuomenės dalis demonstravo nepasitikėjimą esama valdžia, akcentavo jos neveiknumą. Visuomenei reikėjo „kovotojo“ identifikuojančio tas pačias problemas kaip ir jie. Taigi „kovotojas“ R. Paksas dar labiau sustiprina sąžiningo, galinčio pasirūpinti rinkėjais, atsakingo politiko savybes, kartu iškeliant keletą naujų reikšmingų skiriamųjų bruožų kaip drąsa (vienas kovoja prieš sistemą), ryžtas, stiprybė.

- „Stiprus lyderis“. Rinkiminės kampanijos metu R. Paksas buvo pristatomas kaip „stiprus lyderis“. Lietuvos žmonėms reikšmingų sistemos ydų ir probleminių temų identifikavimas buvo tik vienas žingsnis. Šalia to, buvo būtina padoryti R. Paksą kaip politiką, galintį užtikrinti permainas (Savukynas, 2004a, p. 45). Tai įvykdyti padėjo akcentuota „kietos rankos“ politika. R. Pakso politinė retorika ir joje dominavę šūktiniai „Tvarka bus“, „Tvarka – gyvenimo druska“, „Rolandas – kietas riešutėlis“ ir panašiai (Savukynas, 2003) bei rinkiminėje programoje skelbti ryžtingi pažadai (pvz., mirties bausmės gražinimas ir pan.) rodė, kad būsimasis prezidentas sieks aktyviai daryti įtaką šalies politiniam gyvenimui, inicijuos reikšmingas permainas (Lopata; Matonis, 2004, p. 73). Naudota „tvirtos rankos“ metafora buvo aliuzija į R. Pakso siekį susidoroti su korumpuotu elitu, pareikalauti atsakomybės iš kiekvieno pareigūno, įvesti tvarką valstybėje ir taip užtikrinti visuomenės gerovę.

Įtvirtinant R. Pakso kaip „stipraus lyderio“ įvaizdį talkino jo žemaitiška kilmė ir žemaičiams priskiriamos ryžto ir užsispyrimo savybės. Taip pat buvo pasinaudota jo kaip buvusio profesionalaus lakūno akrobato įvaizdžiu. Akrobatinis skraidymas buvo pozicionuotas ne vien kaip R. Pakso pomėgis, bet kaip pomėgis, parodantis tam tikras lyderiui būdingas savybes kaip drąsa, ryžtas (Lidžiuvienė, 2007, p. 179).

Atstovaudamas „stipraus lyderio“ įvaizdį R. Paksas reprezentavo save kaip stiprų, ryžtingą, valingą, drąsų politiką, galintį įveikti esamas ir galimai ateityje kylančias problemas, apsaugoti visuomenę nuo „priešų“ (korumpuoto politinio elito).

- „Šeimos žmogus“. R. Pakso agitacinė rinkiminė medžiaga buvo pripildyta šeimos narių pasisakymų, nuotraukų, pabrėžiant, R. Pakso kaip gero ar net geriausio tėvo įvaizdį. Iš vienos pusės, R. Pakso kaip „šeimos žmogaus“ ir „gero tėvo“ pristatymas stiprino emocinį rinkėjų santykį su kandidatų ir leido jį identifikuoti kaip savą, „asmeniškai pažįstamą“ (Lidžiuvienė, 2007, p. 179). Iš kitos pusės tai buvo aliuzija į R. Paksą kaip gerą visos visuomenės „tėvą“, „globėją“. Taip buvo sustiprinamos tokios R. Pakso pozicionuotos savybės kaip šiltas, artimas, savas, globėjiškas.

- „Mistinis lyderis“. R. Pakso komanda bandė pateikti jį kaip charizmatišką, simbolinį lyderį. Rinkiminės kampanijos metu išplatinta jo biografija liudijo apie simbolinį R. Pakso gimimą, kurio metu naujo žmogaus atėjimą į žemę pasveikino dangus, dievai, apie likimą, atvedusį R. Paksą į politiką (Keršytė, 2007, p. 192; 195). R. Paksas buvo pateikiamas kaip antgamtinę charizmą, dieviškų galių turintis dievybės archetipas (Lopata; Matonis, 2004, p. 41). Rinkinėje kampanijoje dažnai naudotas ugnies motyvas (R. Paksas ateinantis iš tamsos su fakelu ir pan.) simbolizavo šviesą tuometinėje niūrioje Lietuvos aplinkoje ir R. Paksą kaip mitologinį „šviesą atnešantį“ herojų (Savukynas, 2004a, p. 46-47).

Prie R. Pakso kaip mitologinio, simbolinio lyderio įvaizdžio įprasminimo prisidėjo ir jo demonstruotas pamaldumas bei asmeninė burtininkė. Iš vienos pusės R. Pakso santykiai su žiniuone

L. Lolišvili buvo vertinami kaip jo silpnumo įrodymas (Lopata; Matonis, 2004, p. 51). Iš kitos pusės, L. Lolišvili buvo pateikiama kaip R. Pakso šeimos draugė ir tai vėlgi stiprino rinkėjų ir R. Pakso artumą. Kartu jos pasisakymai ir prognozės apie šviesią R. Pakso politinę karjerą veikė kaip dar vienas visuomenę įtikinantis argumentas, jog netgi tam tikros mistinės galios yra apsprendusios šių rinkimų baigtį ir R. Pakso kaip „mistinio lyderio“ laimėjimą.

Šio įvaizdžio tipo inkorporavimas į R. Pakso pozicijuotą įvaizdžių rinkinį suteikė galimybę pristatyti jį kaip išskirtinį, ypatingomis, atgamtinėmis savybėmis pasižymintį lyderį.

Taigi kandidato į prezidento postą R. Pakso įvaizdžio rinkinys buvo sukurtas remiantis penkiais lyderio įvaizdžio tipais. Apibendrinant reikšminga paminėti, jog sukurtas R. Pakso įvaizdis buvo pripildytas įvairių, skirtingus lyderio bruožus žyminčių savybių. Taip gautas paveikus rezultatas - visuomenės daugumai patrauktus, universalus kandidatas. R. Pakso aktyviai pozicijuoti įvaizdžio tipai, sukūrė ir visuomenei pristatė artimą, savą, rūpestingą, sąžiningą, o kartu ir stiprų, ryžtingą, drąsų, savimi pasitikintį, charizmatišką, angantikšų galių turintį, išskirtinį kandidatą, kuris priešpastatė save valdžios elitui, suprato visuomenės problemas ir svarbiausia deklaravo norą imtis ryžtingų perversmų, atstatant socialinį teisingumą. Akivaizdu, jog projektuojant R. Pakso įvaizdį iš esmės buvo stengiamasi išryškinti emocinį poveikį darančias savybes, o ne racionaliai argumentuoti R. Pakso tinkamumą prezidento postui. Iš politinio lyderio *veiksmingumą* (savybių rinkiniai *veiksmingumas* ir *patikimumas* buvo aptarti darbo 2.1.1 dalyje) žyminčių savybių rinkinio buvo panaudotos tokios savybės kaip „stiprus“, „energingas“, „ryžtingas“, „žino, ko nori“, tačiau nesistengta akcentuoti kandidato kompetenciją, kvalifikuotumą (kas įprastai turėtų būti reikšminga pristatant kandidatą, kuris galimai užims vieną iš svarbiausių postų Lietuvos politinėje sistemoje). R. Pakso įvaizdžio pagrindu tapo emocinį poveikį užtikrinančios *patikimumo* rinkinyje dominuojančios savybės.

Sukurto įvaizdžio įtaigumą ir patrauklumą visuomenei įrodė R. Pakso pergalė rinkimuose į prezidento postą. Rinkimų baigtis parodė, kad Lietuvoje kaip ir kitose pasaulio valstybėse kandidato įvaizdis tampa svarbiausia rinkiminės kampanijos figūra.

2.2.2 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdis

Lietuvos Respublikos Prezidentas Rolandas Paksas atėjo į šį postą, turėdamas aiškiai apibrėžtą ir tiksliai sukonstruotą politinį įvaizdį. Buvo aišku, kad jo sėkmę rinkimuose nulėmė sukurtas įtaigus įvaizdis, todėl pagrindiniu Prezidento R. Pakso tikslu tapo siekis išlaikyti ir aktyviai pozicijuoti visuomenės palaikymo susilaukusį įvaizdį. Jis tapo „fasadiniu prezidentu“, kurio prioritetas ne reikšmingos problemos, jų sprendimas, o bandymas atitikti jam sukurto įvaizdžio reikalavimus (Navickas, 2003, p. 86).

Politologai pastebi, kad R. Pakso retorika (o per tai ir įvaizdis), jam tapus prezidentu, gerokai sušvelnėjo. Tapęs prezidentu R. Paksas pateko į nusistovėjusius ir griežtai reglamentuotus „rėmus“, kurie daugelį jo rinkiminių pažadų padarė fiktyviais. Buvo suvokta, kas LR Prezidentas vykdo tik griežtai konstitucijoje apibrėžtas funkcijas, o jų išplėtimas yra faktiškai neįmanomas, žinant, kad Lietuva pusiau prezidentinė valstybė. Būtent todėl R. Paksas vietoj žadėtų kardinalių permainų prabilo apie užsienio politikos tęstinumą, dialogo su valdančiąja dauguma paieškas (Lopata; Matonis, 2004, p. 51). Nepaisant sistemos padiktuoto R. Pakso retorikos ir įvaizdžio švelnėjimo, rinkiminės kampanijos metu pristatytas įvaizdis išliko gajus.

Prezidento R. Pakso įvaizdis iš esmės buvo paremtas rinkiminės kampanijos metu sukurtu įvaizdžių rinkiniu (Savukynas, 2004a, p. 64). R. Paksui tapus Prezidentu buvo bandyta ir toliau pozicionuoti „paprasto žmogaus“, „kovoto“ (už visuomenės gerovę), „stipraus lyderio“, „šeimos žmogaus“ įvaizdžio tipus. Prezidentavimo laikotarpiu išryškėjo ir keletas R. Pakso įvaizdžio pokyčių.

Pirma, prezidentavimo laikotarpiu faktiškai eliminuotas R. Pakso kaip „mistinio lyderio“ įvaizdis. Nepaisant Prezidento aktyviai demonstruoto pamaldumo ir išlaikytų glaudžių santykių su žiniuone L. Lolišvili, R. Paksui buvo sunku išlikti charizmatišku herojumi. Pagrindinė to priežastimi tapo tai, kad R. Pakas kaip Lietuvos Prezidentas buvo vertinamas pagal konkrečius darbus, o ne pagal jo turimas ypatingas savybes, kurių realus pasireiškimas vadovaujant valstybei yra sunkiai įmanomas.

Antra, R. Paksui tapus Prezidentu buvo atsisakyta, jo kaip žemaičio reprezentavimo. R. Pakso įvaizdis buvo susietas su nacionalizmu. Tai padaryti buvo privalu, nes Prezidentas atstovauja ne vieną regioną, o visą Lietuvą, visą lietuvių tautą (Savukynas, 2004a, p. 67). Nacionalistinė tematika (pilietinis aktyvumas, kultūrinis identitetas, patriotiškumas ir kitos temos) buvo aktyviai naudojama visą R. Pakso prezidentavimo laikotarpiu ir tai įnešė pokyčių į jo įvaizdžio rinkinį. Greta domėjimosi kiekvieno Lietuvos piliečio problemomis ir kuriamo asmeniško ryšio su tikslinių auditorijų nariais, Prezidentas R. Paksas ėmė demonstruoti domėjimąsi ir visos lietuvių tautos problemomis, ateitimi. Tai įtvirtino tokias Prezidentui priskiriamas savybes kaip „žino, ko nori“, „rūpinasi šalimi, tauta“ ir panašiai. Siekiant sistemiškumo reikšminga susieti šias savybės ir identifikuoti „tautos prezidento“ įvaizdžio tipą.

Trečia, Prezidento R. Pakso įvaizdis įgavo keletą „postideologinio lyderio“ įvaizdžio tipui būdingų bruožų, kurios nebuvo akcentuojamos rinkiminės kampanijos metu. R. Pakso ideologinių nuostatų neapibrėžtumas, dialogo su valdančiąja dauguma paieškos, aktyviai propaguotos nacionalizmo, tautos autentiškumo idėjos ir kartu tikslas, kad Lietuva taptų Europos Sąjungos ir NATO nare, jo tradiciškas pamaldumas ir šiuolaikiškas jaunatviškumas, netradicinės sporto šakos

kultivavimas – visa tai susidarė universalaus lyderio įvaizdis, o kartu leido sustiprinti anksčiau pozicijuotas gana prieštaringas savybes.

Taigi R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento įvaizdis, kuris iš esmės buvo paremtas rinkiminės kampanijos metu sukurtu įvaizdžiu, įgavo ir keletą naujų atspalvių. Apibendrinant galima teigti, kad rinkiminės kampanijos metu akcentuotą R. Pakso charizmatiškumą, antgamiškų galių turėjimą, žemaitišką kilmę, pakeitė tokios savybės kaip tautiškumas, globėjiškumas (visos tautos atžvilgiu). Įvaizdžio pokyčiai buvo būtini ir padiktuoti pasikeitusios situacijos.

2.2.3 Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio pokyčiai apkaltos proceso metu

2003 m. spalio 21 d. po Valstybės Saugumo departamento pateiktos pažymos, skelbiančios apie galimas grėsmes valstybės nacionaliniam saugumui, kilo skandalas dėl Prezidento patarėjo nacionalinio saugumo klausimai R. Ačo abejotinių ryšių (Lopata; Matonis, 2004, p. 293). Iš esmės šis skandalas turėjo būti suvokiamas kaip galimas Prezidentūros kaip institucijos skandalas, tačiau Prezidentas R. Paksas iš karto (nors dar nebuvo niekuo kaltinamas) suasmenino kilusį skandalą ir bandė jį pateikti kaip sistemos susidorojimą su Prezidentu (Savukynas, 2004a, p. 87). Vėlesni įvykiai ir LR Seimo Laikinosios tyrimo komisijos dėl galimų grėsmių Lietuvos nacionaliniam saugumui išvados tiesiogiai įtraukė Prezidentą į kilusį skandalą, kurio baigtis – apkaltos procesas ir Prezidento nušalinimas iš pareigų (*Prezidento apkalta...*, 2005).

Kilusio skandalo metu nebuvo atsisakyta R. Pakso atstovauto ankstesnio įvaizdžio rinkinio, tačiau atsižvelgiant į susidariusią situaciją akcentuoti trys pagrindiniai įvaizdžio tipai.

Pirmiausia, R. Paksas buvo pozicijuotas kaip „kovotojas“. Vėl sustiprinta R. Pakso ir politinio elito priešprieša. Kilęs skandalas buvo pateikiamas kaip korumpuotos sistemos puolimas prieš Prezidentą (Savukynas, 2004b, p. 48). Greta Prezidento kaip „vienišo kovotojo“ įvaizdžio išlaikytas ir jo kaip kovojančio už paprastų žmonių gerovę įvaizdis. R. Paksas pateikiamas kaip ryžtingas žmonių atstovas, kovojantis su negerovėmis, korupcija ir norintis pakeisti dabartinę sistemą, o sistema, to nenori, todėl prieš jį ir veikia (Savukynas, 2004a, p. 92). Demonstruojamas ryžtas, drąsa, stiprybė galimai leidžia traktuoti, jog greta R. Pakso kaip „kovotojo“ įvaizdžio buvo siekiama išlaikyti ir „stipraus lyderio“ įvaizdį.

Kitas ryškus to laikotarpio R. Pakso įvaizdis – „paprasto žmogaus“ įvaizdis. Reikšminga akcentuoti, jog apkaltos proceso metu „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipas greta jam priskiriamų savybių (šiltas, artimas, sąžiningas, galintis išklausti rinkėjų, suprasti jų problemas) buvo užpildytas naujomis savybėmis. R. Pakso komanda dėjo pastangas suformuoti visuomenės požiūrį į R. Paksą ne kaip į valstybės vadovą ar pareigūną, o kaip į tokį pat žmogų kaip ir jie: kartais klystantį, darantį klaidų, galbūt šiek tiek savanaudį (Savukynas, 2004a, p. 87).

Artėjant apkaltos proceso pabaigai greta dviejų jau aptartų R. Pakso atstovautų įvaizdžių imtas pozicionuoti ir „aukos“ įvaizdis. Kaip jau buvo minėta aptariant „maištininko“ mitologemą (darbo 2.2 dalyje) „kovotojas“ visada tampa arba „išgelbėtoju“ arba „auka“ (Savukynas, 2004b, p. 16). Po Konstitucinio teismo išvadų paskelbimo, nujaučiant neigiamą apkaltos proceso pabaigą ir atsižvelgiant į R. Pakso reitingų kritimą (kovo mėnesį net 55 % apklaustų Lietuvos gyventojų manė, kad Prezidentas turi atsistatydinti (Savukynas, 2004b, p. 49)) R. Paksas nežymiai imtas pozicionuoti kaip korumpuoto elito „auka“. R. Pakso komanda aktyviai stengėsi paviešinti, priminti seimo narių, valstybės institucijų vadovų darbus, kurie leistų juos identifikuoti kaip iš tiesų korumpuotą elitą (Ganusauskas, 2004, p. 272-275). Tai leido sudaryti paralelę – daug korumpuotų politikų, sprendžiančių Prezidento likimą, ir vienas, prieš korupciją kovojantis Prezidentas – daugumos korumpuotųjų „auka“.

Atliktos trijų R. Pakso politinės karjeros etapų analizės pagrindu buvo sudaryta R. Pakso pozicionuotų įvaizdžio tipų ir tipams priskiriamų savybių lentelė (žr. 1 priedas), kuri parodo R. Pakso įvaizdžių kaitą.

Apibendrinant galima teigti, kad aptartos bendros, pasaulio mastu pripažįstamos politinio įvaizdžio suvokimo ir formavimo tendencijos talkino analizuojant konkretų Lietuvos politinio lyderio R. Pakso įvaizdžių atvejį. Atlikta analizė parodė, kad R. Pakso įvaizdis – tai šiuolaikines pasaulines tendencijas atitinkantis ir kartu konkrečiam Lietuvos atvejui pritaikytas įvaizdžių rinkinys. Neabejotinai R. Pakso įvaizdis turėtų būti vertinamas kaip ilgalaikė, kruopščiai apgalvota, dinaminė struktūra. Atsižvelgiant į kintančias politines aplinkybes ir visuomenės poreikius R. Pakso komanda nesistengė kurti ir visuomenei pristatyti naujų šio lyderio įvaizdžio konfigūracijų. Dar rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu sukurtas universalus įvaizdžių rinkinys leido varijuoti skirtingus būdo bruožus atitinkančiais įvaizdžio tipais, taip išvengiant kardinalių R. Pakso įvaizdžio pokyčių aptartu laikotarpiu.

3. PREZIDENTO ROLANDO PAKSO ĮVAIZDŽIŲ RAIŠKOS OFICIALIOSE KALBOSE TYRIMAS

3.1 Tyrimo metodologija ir eiga

Lietuvos moksliniame diskurse nėra daug politinės komunikacijos, politinių įvaizdžių analizės atvejų. Neabejotinai didžiausias dėmesys skiriamas Rolando Pakso politinės komunikacijos ir įvaizdžių rinkinio atvejo analizei. R. Pakso komunikacija, paremta apmąstytomis ir nuosekliai realizuotomis strategijomis, laikoma vienu iš efektyviausios ir didžiausią įtaką tikslinei auditorijai – rinkėjams - turėjusios ilgalaikės politinės komunikacinės kampanijų pavyzdžių Lietuvoje. Išskirtiniu šis atvejis laikytinas ir dėl to, kad iš esmės visa R. Pakso komunikacija buvo paremta jo komunikacinio lauko dalyvių lūkesčių iliustracijomis (Bielinis, 2004, p. 122) ir kryptingai strateguojama R. Pakso politinio įvaizdžių rinkinio pristatymui (Savukynas, 2004a, p. 32). Sukaupiti teoriniai ir praktiniai R. Pakso komunikacijos analizės duomenys yra pagrindas tęsti šio atvejo tyrimą. Siekiant pagilinti R. Pakso komunikacijos ir įvaizdžių analizę, magistro baigiamajame darbe atliekamas kokybinis tyrimas, kuris K. Kardelio vadinamas atvejo arba interpretaciniu tyrimu (Kardelis, 2002, p. 271).

Nepaisant to, kad Lietuvos moksliniame diskurse R. Pakso atvejo analizei skiriamas išskirtinis dėmesys, visgi stebimas R. Pakso politinės komunikacijos ir įvaizdžio rinkinio tyrimų atribojimas, t. y. pasirenkama analizuoti arba R. Pakso politinės komunikacijos, arba jo atstovauto įvaizdžių rinkinio specifiką, nežymiai ją siejant su R. Pakso komunikacija, retorika. Iš esmės R. Pakso retorika ir politinis įvaizdis laikytini neatsiejamais elementais, nes būtent politinės komunikacijos, retorikos pagalba buvo sėkmingai pozicionuotas R. Paksui sukurtas įvaizdžių rinkinys. Kitaip tariant, darytina prielaida, jog politinės retorika buvo panaudojama kaip priemonė efektyviai sukurtų įvaizdžių raiškai. Tai suponuoja **tyrimo problemą** – politinė retorika kaip priemonė Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio sklaidai.

Tyrimo objektas – Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai.

Tyrimo dalykas – Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai oficialiose kalbose.

Tyrimo tikslas – analizuojant Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso oficialias kalbas, nustatyti kalbose dominuojančius įvaizdžius ir palyginti juos su teorinėje literatūroje išskiriamais R. Pakso įvaizdžiais.

Tyrimo uždaviniai:

1. Analizuojant prezidentavimo laikotarpiu pasakytose oficialiose kalbose panaudojamas kalbėjimo strategijas, nustatyti dominuojančius Prezidento R. Pakso įvaizdžius.

2. Palyginti R. Pakso prezidentavimo laikotarpio kalbose nustatytus įvaizdžius su teoriniais R. Pakso įvaizdžiais.

3. Analizuojant apkaltos proceso metu pasakytose oficialiose kalbose panaudojamas kalbėjimo strategijas, iširti kalbose vyraujančius Prezidento R. Pako įvaizdžius.

4. Palyginti apkaltos proceso metu pasakytose kalbose nustatytus įvaizdžius su teoriniais R. Paksui priskirtiniais įvaizdžiais.

Tiriant Prezidento R. Pakso oficialias kalbas ir įvaizdžių raišką jose panaudoti diskurso analizės, pusiau struktūrizuoto interviu ir palyginimo **metodai**.

Moksliniame diskurse galima aptikti įvairių siūlymų, koku aspektu tirti politines kalbas, siekiant jose identifikuoti tam tikrų politinio lyderio įvaizdžių raišką. Neretai pasirenkama kiekybinės ar kokybinės turinio analizės metodo pagalba analizuoti konkrečius kalbose pasikartojančius žodžius arba diskurso analizės metodo pagrindu tirti įvardžių (Emrich, 2001) ar metaforų panaudojimą (Charteris-Black, 2006). Siekiant nustatyti Prezidento Rolando Pakso oficialiose kalbose pozicionuojamus įvaizdžius, pasirinktos kalbos tiriamos dviem aspektais:

1. Tiriamos kalbose panaudojamos kalbėjimo strategijos. Kalbėjo strategijų nustatymo tekste metodiką detalizuojama T. A. van Dijk darbe *Cognitive and Conversational Strategies in the Expression of Ethnic Prejudice* (1983) ir L. Bielinio socialinių mokslų daktaro disertacijoje *Kalbėjimo strategijos politiniame tekste (Lietuvos Respublikos Prezidento A. Brazausko kalbų pavyzdžiu)*. Abu kalbines strategijas tyrę mokslininkai pripažino, kad pagrindinė kalbėjimo strategijų panaudojimo funkcija – kalbėtojo saviprezentacija (Dijk, 1983, p. 59; Bielinis, 1996, p. 108). Tai suponavo kalbėjimo strategijų tyrimo būdą pritaikyti R. Pakso įvaizdžių raiškai oficialiose kalbose tirti.

Kalbėjimo strategijų nustatymas yra pagrįstas lingvistine tekstų analize. Nustatant kalbėjimo strategijas analizuojami atskiri žodžiai, žodžių dariniai, sakinių struktūra. Greta kalbėjimo strategijų tyrimo atliekama ir įvardinių formų analizė. Įvardžiai atskleidžia kontrasto strategijos panaudojimo atvejus, išreiškiamus per opozicinį santykį: „aš/Mes – jis/jie“ (Dijk, 1983, p. 58), kurio metu savi interesai, nuomonės, teigiami bruožai priešpastatomi oponentų interesams, neigiamoms savybėms. Kartu analizuojant įvardinių formų panaudojimą galima nustatyti tikrąją kalbančiojo poziciją, siejant ją su noru priimti atsakomybę arba, priešingai, bandymu išvengti atsakomybės naštos. Noras prisiimti atsakomybę siejami su įvardžio „aš“ naudojimu, o mažėjant norui prisiimti atsakomybę įvardžiai naudojami tokia tvarka: mes (mums, mūsų), tu (tau, tavo), jūs (jums, jūsų), jie (jiems, jų), tai (tam, to) (Bielinis, 1996, p. 92).

Diskurso analizės metodas įgalina tirti „objektyviai“ matomus išorinius tekstų požymius: jų žodyną, gramatiką, struktūrą ir kt.“ (Vinogradnaitė, 2006, p. 7). Šiuo konkrečiu atveju kalbos žodynas analizuojamas tiek, kiek tai yra reikalinga konkrečioms kalbėjimo strategijoms nustatyti,

greta analizuojant vieną iš kalbos gramatikos aspektų – įvardžius. Reikšminga akcentuoti, kad lingvistiniai kalbos tyrimo aspektai yra svarbūs tik pirminiame tyrimo etape, tai yra, analizuojant kalbas ir nustatant jose panaudojamas kalbėjimo strategijas. Atliekamame tyrime kalbėjimo strategijos, įvardžių panaudojimas yra tik priemonės kolbose dominuojantiems politiniams įvaizdžiams nustatyti. Tyrimo esmė yra pritaikyti lingvistinę kalbėjimo strategijų nustatymo metodiką ir įvardžių panaudojimą politinio įvaizdžio raiškai tirti. Į analizuojamą kalbą žiūrima kaip į visumą, kaip į įvaizdžio raiškos funkciją atliekantį objektą. Diskurso analizės metodas įgalina tirti kalbą kaip visumą - neeliminuojuot lingvistinių tyrimo elementų svarbos, pabrėžti konteksto įtaką (Dijk, 1985, p. 7) ir suvokti kalbą kaip socialinį veiksma, atliekantį kelias skirtingas funkcijas (Jaworski; Coupland, 1999, p. 49). Tyrimo atžvilgiu R. Pakso kalbos per kalbėjimo strategijų nustatymą analizuojamos kaip atliekančios politinio įvaizdžio raiškos funkciją.

2. To paties laikotarpio kalbos ir jose nustatyti R. Pakso įvaizdžių tipai palyginami su teoriniais duomenis apie analizuojamu laikotarpiu dominuojančius R. Pakso įvaizdžius. Palyginimo metodo pagalba nustatomi kalbose R. Pakso pozicionuojamų įvaizdžių panašumai ir skirtumai, o kartu kalbose dominuojantys įvaizdžiai lyginami su teorinėje literatūroje R. Paksui priskiriamais įvaizdžiais.

Tiriant Prezidento R. Pakso oficialias kalbas panaudojama apibendrinta ir patikslinta kalbėjimo strategijų nustatymo metodika. Apsižvelgiant į tiriamą objektą buvo reikšminga susisteminti T. A. van Dijk ir L. Bielinio siūlomą kalbėjimo strategijų kalboje nustatymą. Siekiant konkretizuoti ir patikslinti kalbėjimo strategijų tyrimo metodiką, buvo atliktas pusiau struktūrizuotas interviu. Kadangi kalbėjimo strategijų tyrimo metodika reikalauja lingvistikos išmanymo, tikslinės atrankos būdu buvo pasirinktas respondentas (ekspertas) – Vilniaus pedagoginio universiteto Užsienio kalbų fakulteto Anglų kalbos didaktikos katedros vedėja, humanitarinių mokslų daktarė Jurgita Cibulskienė*.

Interviu metu pagal iš anksto paruoštą interviu klausimyną (žr. 2 priedas), analizuojant konkrečius kalbėjimo strategijų panaudojimo R. Pakso kalbose atvejus, buvo aptariama dešimties R. Pakso kalbose naudojamų kalbėjimo strategijų nustatymo tekste specifika. Siekiant patikslinti kalbėjimo strategijų nustatymo kalbos tekste metodiką interviu metu buvo pateikiami ir papildomi klausimai (ne tik iš klausimyno). Tikslinis pusiau struktūrizuoto interviu metodo panaudojimas suponavo galimybę papildyti T. A. van Dijk ir L. Bielinio siūlomas kalbėjimo strategijų kalboje nustatymo metodikas ir patikslinti visų dešimties R. Pakso kalbose aptinkamų kalbėjimo strategijų

* Jurgita Cibulskienė apgynė humanitarinių mokslų daktaro disertaciją „Konceptualioji metafora Lietuvos ir Didžiosios Britanijos rinkimų diskursuose“, kurioje buvo tiriamas būtent politinis diskursas. J. Cibulskienė rekomendavo habilituotą humanitarinių mokslų daktarę, profesorę Regina Koženiauskienę.

nustatymą. Konkretizuojant tyrimo eigos aptarimą reikšminga detaliau pristatyti visas dešimt kalbėjimo strategijų ir papildyta jų nustatyto tekste metodiką:

1. Apibendrinimo strategijos pragmatinis tikslas sustiprinti vieną ar kitą iki galo nesuformuotą, tačiau politikui reikalingą politinės situacijos supratimą. Ši strategija naudojama siekiant atskirus, atsitiktinio ar vienkartinio reiškinių elementus pateikti kaip būdingus visai politinei – socialinei situacijai (Bielinis, 1996, p. 59). Tokia informacija pateikiama kaip visuotinė, bendra nuomonė. Apibendrinimo strategijos panaudojimą tekste žymi žodžių dariniai kaip „visada taip“, „tu matai, kad nuolat...“, „taip nuolat nutinka“ ir pan. (Dijk, 1983, p. 57). Jeigu kalbos tekste nėra apibendrinimą žyminčių žodžių junginiu, apibendrinimo strategijos panaudojimą galima nustatyti remiantis bendru kalbos turiniu, kai matomas kalbančiojo noras reziumuoti, apibendrinti prieš tai išsakytas mintis (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

2. Pavyzdžio strategija naudojama, siekiant įtikinamai įteigti vieną ar kitą mintį. Pavyzdys leidžia pajusti argumentą, kalbančiojo siekį, programos ar iniciatyvos rezultatus „praktiškai“ bei priartina abstrakcijas prie realių faktų ar jų analogų. Taisyklingai ir laiku suformavęs savo kalboje pavyzdžių pateikimo sistemą, politikas laimi tikslesnį adresato supratimą ir tuo pačiu galima pritarimą (Bielinis, 1996, p. 62). Dažniausiai pavyzdžio strategija yra lydima žodžių ar jų derinių: „pavyzdžiui“, „pavyzdžiui, praeitą savaitę“ ir pan. (Dijk, 1983, p. 57). Pavyzdžio strategijos panaudojimas tekste gali būti atpažįstamas ir iš bendro kalbos konteksto, kai akivaizdžiai matoma, kad politikas, bandydamas pagrįsti savo poziciją, įtikinti arba tiesiog iliustruodamas tam tikrą situaciją, remiasi konkrečiais šaltiniais, istoriniais įvykiais, faktais, statistiniais duomenimis ir panašiai (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

3. Sustiprinimo strategijos pagalba organizuojama kalbančiajam reikalinga informacijos hierarchija ir klausytojo dėmesio kontrolė, suvokimas. Sustiprinimo strategija atlieka ir saviprezentacijos funkciją. Jos pagalba politikas reprezentuoja save kaip „žinantį, ko nori“, stiprų, ryžtingą, atsakingą ir pan. Sustiprinimo strategijos panaudojimą tekste dažniausiai žymi žodžių dariniai: „tai labai svarbu“, „norėčiau pabrėžti“, „įsimintina“, „man labai malonu“ ir pan. (Bielinis, 1996, p. 66-67). Sustiprinimo strategijos vartojimas yra lydimas emocinę konotaciją turinčių žodžių junginių ir didžiausią poveikį turi, kai kalbama pirmu asmeniu ir kai tais žodžiais varijuojantis asmuo turi tam tikrą visuomenėje pripažįstamą statusą (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

4. Suminkštinimo strategija naudojama, norint sušvelninti aštrias problemas, stengiantis sutaikyti, numalšinti kylantį konfliktą, nesusipratimą. Ši strategija atlieka saviprezentacijos funkciją (Bielinis, 1996, p. 68-69). Jos pagalba politikas pozicionuoja save kaip supratingą, rūpestingą, tolerantišką, politiką ir oponentą. Suminkštinimo strategijos naudojimą tekste parodo eufemizmų vartojimas, kada tam tikra aštri problema, klausimas ar nuomonė pateikiami kitais, švelnesniais žodžiais, „įvyniojami į vatą“ (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

5. Nuolaidos strategija gali būti skirstoma į du tipus: akivaizdžioji nuolaida ir realioji nuolaida. *Akivaizdžios nuolaidos strategija* yra viena iš teigiamos saviprezentacijos priemonių. Šios strategijos pagalba kalbantysis demonstruoja tikrą arba įsivaizduojamą toleranciją, užuojautą ar supratimą (Dijk, 1983, p. 57) ir taip pozicionuoja save kaip sąžiningą, šiltą, artimą, supratingą, rūpestingą, tolerantišką, o kartu ir kaip rimtą, kompetentingą, ryžtingą politiką (ypač jei nuolaida eina po kritikos). Akivaizdi nuolaida dažnai eina po kritikos, todėl ji visada turi būti pateikiama aiškiai ir suprantamai. Visiškai priešingą vaidmenį tekste vaidina *realioji nuolaida*, kai politikas yra priverstas nusileisti, atsisakyti savo tikslų, nuomonės, dėl susiklosčiusių jam nepalankių aplinkybių. Realiosios nuolaidos strategijos panaudojimas gali turėti neigiamos įtakos politiko įvaizdžiui ir parodyti jį kaip silpną, neryžtingą, pažeidžiamą, nesugebantį būti stipriu lyderiu ir priimti optimalius sprendimus (Bielinis, 1996, p. 72-73). Šių strategijų nustatymas tekste yra glaudžiai siejamas su bendru kalbos turiniu, kontekstu. Sintaksiškai šios strategijos atpažįstamos, jei naudojamas šalutinis nuolaidos sakinytis (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

6. Kontrasto strategijos pagalba galima lengvai atskirti save ir savo šalininkus nuo priešininkų. Dažniausiai kontrastas išreiškiamas per opozicinį santykį: „aš/Mes – jis/jie“ (Dijk, 1983, p. 58). Taip ginami savi interesai, priešpastatant juos kitų interesams. Ši strategija naudojama, kai stokojama tikrų, teisingų argumentų savo teisumui įrodyti, pagrįsti. Kontrasto strategija politinėje kalboje įgyja funkciją, kurios tikslas yra atkreipti dėmesį į konkretų įvykį ir neleisti jo interpretuoti kitaip, nei to pageidauja kalbantysis (Bielinis, 1996, p. 79-80). Kartu ši strategija gali būti panaudojama teigiamam politinio veikėjo įvaizdžiui kurti. Priešpastatydamas save kitiems politikas gali išryškinti pageidaujamas įvaizdžio savybes. Nustatant kontrasto strategiją kalboje būtina stebėti įvardžių naudojimą. Siekdamas priešpastatyti save kitiems, politikas kalba pirmu asmeniu arba visų savo šalininkų vardu (per įvardį „mes“) ir aiškiai identifikuoja savo oponentus (per įvardžius jis/jie/jūs) (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

7. Intymumo strategijos panaudojimas padeda politikui suformuoti nuoširdaus, artimo, savo, bendraminčio ir pasitikinčio klausytoju politiko įvaizdį bei leidžia įtaigiau transliuoti reikiamą informaciją ir nuostatas. Intymiai perteikiamos žinios yra atlaidžiau išklausomos, geriau įsimenamos. Kartu intymumo strategija gali atskleisti tokias kalbančiojo savybes kaip artimas, savas, pasitikintis klausytoju ir pan. Intymumo strategijos yra lydimos frazių: „atvirai kalbant“, „norėčiau su jumis pasitarti“, „Jūs mane suprasite...“, „tikiu, kad...“, ir pan. (Bielinis, 1996, p. 84-85). Be minėtų žodžių darinių intymumo strategija gali būti identifikuojama, jei išsakydamas savo mintis politinis veikėjas kalba pirmu asmeniu ir tiesiogiai kreipiasi į klausytoją, taip sukurdamas betarpiškumo pojūtį (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

8. Apeliacijos strategija pasitelkiama, siekiant sustiprinti išsakytas mintis, norint pateikti efektingą pavyzdį. Apeliuojama į pripažintus autoritetus, taip nesąmoningai verčiant pripažinti ir

savo autoritetą (Bielinis, 1996, p. 86-87). Pasiremdamas pripažįstamu autoritetu kalbantysis įtvirtina, legitimizuoja save kaip politiką, o kartu parodo ir savo tapatinimąsi, galimą panašumą su autoritetu. Apeliacijos strategijos panaudojimas kalboje nustatomas, kai cituojami autoritetingo asmens žodžiai ar bendrai remiamasi, apeliuojama į autoritetą (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

9. Pakartojimo strategija atlieka panašias funkcijas kaip sustiprinimo strategija: patraukia dėmesį, struktūruota informacija, išryškina subjektyvius vertinimus, pagrindines, svarbiausias temas (Dijk, 1983, p. 58). Ši strategija leidžia greitai ir nedviprasmiškai užfiksuoti pagrindinį politiko tikslą, ar pageidaujamą jo supratimą. Pakartojimo strategijos panaudojimą teste gali žymėti tokie žodžių dariniai, kaip: „pakartosiu“, „dar kartą pakartosiu...“ ir pan. Pakartojimo strategijos panaudojimu galima laikyti atvejus, kai tie patys žodžiai kalboje panaudojami keletą kartų, kai pasakomas tas pats tik kitais žodžiais ir panašiai (Cibulskienė, žr. 4 priedas).

10. Pataisymų strategijos yra skirtos tam tikrų minčių, vaizdų įtvirtinimui adresato atmintyje. Pataisymo operacijos metu yra demonstruojamas teksto autoriaus atidumas savo žodžiams. Tokiu būdu sudaromas solidaus, rimto, kompetentingo, politiko, kuris suinteresuotas klausytojo/skaitytojo dėmesiu bei gaunamų žinių tikslumu, įvaizdis. Dažniausiai pataisymo strategijos yra lydimos tokių žodžių ir jų derinių: „tai yra“, „kitaip sakant“, „arba“ ir pan. (Bielinis, 1996, p. 65-66). Taip pat ši strategija gali būti nustatoma, remiantis kalbos turiniu, kai politiko kalboje pastebimas bandymas pataisyti, patikslinti išsakytus žodžius, teiginius, sudėlioti akcentus (Cibulskienė, žr. 3 priedas).

Saviprezentacinę funkciją atliekančios kalbėjimo strategijos atskleidžia tam tikras kalbančiojo savybes. Siekiant tyrimo sistemiškumo atskirų kalbėjimo strategijų žymimos savybės buvo priskirtos konkrečioms įvaizdžio tipams (žr. 4 priedas). Tiriant Prezidento R. Pakso kalbas buvo identifikuojami konkretūs įvaizdžio tipai ir parodoma, kokių kalbėjimo strategijų panaudojimas (ir jų žymimos kalbančiojo savybės) leidžia identifikuoti konkretų įvaizdžio tipą.

R. Pakso įvaizdžių raiškos oficialiose kalbose tyrimui tikslinės atrankos metodo pagalba buvo pasirinktas konkretus R. Pakso politinės karjeros etapas – prezidentavimo laikotarpis, t. y. nuo 2003 metų vasario 26 dienos, kada R. Paksas oficialiai inauguruos Lietuvos Respublikos Prezidentu, iki 2004 metų balandžio 6 dienos, kada apkaltos proceso metu Prezidentas R. Paksas buvo pašalintas iš pareigų. Šio laikotarpio pasirinkimą suponavo teorinės medžiagos analizės metu paaiškėjęs aspektas, kad būtent prezidentavimo laikotarpiu R. Paksas pozicionavo maksimalų įvaizdžių rinkinį, sukonstruotą remiantis jo kaip kandidato į Prezidento postą įvaizdžiais ir nuolat papildomą, atsižvelgiant politinės situacijos kaitą, R. Paksui patus Prezidentu.

Atliekant tyrimą buvo apsibrėžta analizei naudoti tik oficialias (LR Prezidento archyvinės elektorinio tinklapių versijos archyve publikuojamas), Prezidento R. Pakso kalbas. Pasirinkimą lėmė tai, jog pats oficialios kalbos turinys įpareigoja iš anksto pasiruošti, kruopščiai apgalvoti visus

kalbos elementus (stilistiką, lingvistinius aspektus ir pan.), atsižvelgti į situaciją (auditoriją, vietą, laiką ir pan.) (Koženiauskiene, 2001, p. 47). Kartu būtent viešuose, oficialiose pasisakymuose „<...> pagrindinis akcentas suteikiamas pačiam prezidento asmeniui“ (Bielinis, 1996, p. 16). Kadangi R. Pakso komunikacijos pagrindą sudarė sukurto įvaizdžių rinkinio atstovavimas, darytina prielaida, kad oficialiose kalbose, per išankstinį, apgalvota kalbinių strategijų panaudojimą atsiskleis ir Prezidento atstovaujami įvaizdžiai.

LR Prezidento archyvinės elektorinio tinklapio versijos archyve saugoma 81 per visą R. Pakso prezidentavimo laikotarpį pasakyta kalba. Nebuvo siekiama išanalizuoti visus R. Pakso pasisakymus, sveikinimų kalbas ir t.t. Tyrimui, tikslinės atrankos metodo pagalba, buvo pasirinktos keturios, reikšmingiausios R. Pakso prezidentavimo laikotarpio etapus atspindinčios kalbos: „Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba iškilmingame Seimo posėdyje“ (2003.02.26), „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba Daukanto aikštėje“ (2003.02.26), „Prezidento Rolando Pakso viešas kreipimasis į visuomenę“ (2004.05.05) ir „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalba Seime“ (2004.04.06).

Dvi inauguracinės kalbos pasirinktos kaip R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento karjeros pradžią žyminčios kalbos. Vyrauja požiūris, kad R. Paksui tapus Prezidentu aiškiai atsikleidė jo komunikacijos, o per tai ir atstovaujamų įvaizdžių pokytis (Lopata; Matonis, 2004, p. 51), kartu buvo bandoma išlaikyti rinkinės kampanijos metu sukurtą įvaizdžių rinkinį (Savukynas, 2004a, p. 47). Tai suponavo inauguracinių kalbų pasirinkimą. Darytina prielaida, jog inauguracinių kalbų metu atsiskleis R. Pakso kaip Prezidento įvaizdžių rinkinys, parodantis galimą R. Pakso kaip kandidato ir R. Pakso kaip valstybės vadovo įvaizdžio pokytį.

Remiantis analizuota literatūra, kitas reikšmingas R. Pakso įvaizdžių pokytis stebimas apkaltos proceso metu (Savukynas, 2004a, p. 85). Pasirinkimą, tirti dvi paskutines R. Pakso kaip Prezidento kalbas sąlygojo prielaida, kad susiklosčiusių aplinkybių (artėjanti apkaltos proceso pabaiga ir Seimo narių balsavimas dėl Prezidento nušalinimo) sąlygotose kalbose geriausiai atsikleis Prezidento R. Pakso apkaltos proceso metu pozicijuoti įvaizdžiai.

Pasirinktos kalbos iš skirtingų R. Pakso prezidentavimo laikotarpių, taip siekiant palyginti teorinius duomenis apie R. Pakso įvaizdžio dinamiškumą su praktika, tai yra, ar analizuotoje literatūroje išskiriami dominuojantys R. Pakso įvaizdžiai skirtingais laikotarpiais iš tiesų atstovaujami ir viešose kalbose.

Tyrimas buvo vykdomas šešis mėnesius, kurių metu buvo renkama ir analizuojama literatūra apie R. Pakso atstovaujamus įvaizdžius, ieškomas tinkamas respondentas pusiau struktūrizuotas interviu, atliekamas interviu, sisteminama kalbėjimo strategijų nustatymo teste metodika, pasirinktais aspektais tiriamos R. Pakso kalbos.

3.2 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai inauguracinėse kalbose

Analizuojant Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžių raišką oficialiose kalbose reikšminga stebėti įvaizdžių dinamiką prezidentavimo laikotarpiu. Pirmajam tyrimo etapui sąmoningai pasirinktos R. Pakso kaip prezidento karjeros pradžią žyminčios dvi inauguracinės kalbos „Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba iškilmingame Seimo posėdyje“ (2003.02.26) ir „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba Daukanto aikštėje“ (2003.02.26). Kalbėjimo strategijų panaudojimo aspektu tiriant inauguracines kalbas nustatomi kalbose dominuojantys R. Pakso įvaizdžiai, galima rinkiminės kampanijos metu suformuoto R. Pakso įvaizdžio ir R. Pakso kaip Prezidento įvaizdžio kaita. Kartu palyginami teorinėje literatūroje šiuo prezidentavimo laikotarpiu R. Paksui priskiriami įvaizdžiai su kalbose nustatytais R. Pakso pozicionuojamais įvaizdžiais, per tai atskleidžiant oficialių kalbų kaip įvaizdžio raiškos priemonės panaudojimą.

3.2.1 Prezidento įvaizdžiai inauguracinėje kalboje Seime

Prezidento Rolando Pakso inauguracinėje kalboje, pasakytoje iškilmingame Seimo posėdyje panaudojama įvairių kalbėjimo strategijų. Analizuojant kalbėjimo strategijas atskleidžiamas dinamiškas R. Pakso pozicionuojamų įvaizdžių rinkinys. Dominuojančia šioje kalboje laikytina sustiprinimo strategija, kurios pagalba įtaigiai pristatomi „paprasto žmogaus“, „šėimos žmogaus“ įvaizdžių tipai. Kartu kalboje stebimas R. Pakso kaip „tautos prezidento“, valstybės vadovo įvaizdžio pozicionavimas.

Inauguracinėje kalboje Seime nustatytas R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“ įvaizdis. Sustiprinimo strategijos pagalba (žymi žodžiai „laikysiuosi nuostatos“) Prezidentas siekia parodyti, kad jam svarbiausi visos visuomenės, paprastų žmonių interesai: „*Laikysiuosi nuostatos, kad sprendimai pirmiausiai turi būti svarbūs visai visuomenei ir mažiausiai priklausyti nuo ideologinės pakraipos*“*. Kartu šiame teiginyje išryškėja ir R. Pakso kaip „postideologinio lyderio“ įvaizdis, kuriam nėra svarbios ideologinės nuostatos. Neabejotinai tai sąlygoja ir paties Prezidento ideologinių nuostatų neapibrėžtumas. Kalbėjimas pirmu asmeniu sustiprina teiginio įtaigumą, nes realiai pasakyta mintis yra tik ateities pažadas, o ne tam tikra jo kaip prezidento prievolė. Tačiau tai, kad R. Pakas kalba savo vardu parodo jo ryžtą tesėti duotą pažadą.

Sustiprinimo strategijos panaudojimas atskleidžia ir Prezidento siekį suskirstyti visuomenę į tam tikras grupes. Viena grupė – išsilavinę, perspektyvūs piliečiai: „*Negailėdamas pastangų sieksiu,*

* 3.2.1 dalyje pateikiamos citatos iš *Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba iškilmingame Seimo posėdyje* [interaktyvus]. Vilnius, 2003 m. vasario 26 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 27 d.]. Prieiga per internetą: < <http://paksas.president.lt/one.phtml?id=3594> >.

kad išsilavinusiems, pasitikintiems savimi piliečiams būtų suteiktos galimybės atskleisti savo galias“. Kita grupė – visiška pirmosios priešingybė: *„Prisiimkime atsakomybę ir už tuos, kurie dėl įvairių priežasčių atsidūrė gyvenimo kelkraštyje. Visomis galiomis privalome siekti, kad nė vienas žmogus nesijaustų praradęs paskutinę viltį ir netekęs visų galimybių“.* Abiem atvejais Prezidentas panaudoja sustiprinimo strategiją, išskiria šias dvi grupes iš bendro visuomenės rato ir tai rodo jo rūpestį, išskirtinį dėmesį. Nepaisant to, įvardžių pagalba galima matyti ir kiek kitokį vaizdą. Kalbėdamas apie perspektyvius piliečius R. Pakas kalba pirmu asmeniu, taip demonstruodamas savo ryžtą, prisiimti atsakomybę už šios grupės gerovės užtikrinimą. Tuo tarpu kalbant apie likimo nuskriaustus piliečius, (vėliau ir apie emigravusius Lietuvos piliečius) naudojama daugiskaita – „mes“. Tai rodo, kad Prezidentas neketina prisiimti atsakomybės už šios grupės gerovę vienas. Atsižvelgiant į prieš tai Prezidento išsakytas mintis galima daryti prielaidą, kad „mes“ – tai valdžios institucijos, visuomeninės organizacijos, Bažnyčia ir kt. Bendrai Prezidento R. Pakso dėmesys įvairioms visuomenės grupėms pozicionuoja jį kaip rūpestingą, supratingą, atsakingą politiką, tačiau kartu išryškėja ir R. Pakso bandymas atsiriboti, sušvelninti rinkiminės kampanijos metu kurta „vienišo kovotojo“ už visuomenės gerovę įvaizdį. Ši tendencija atsiskleidžia ir per tikslinį akivaizdžios nuolaidos strategijos panaudojimą. Vienas ryškiausių akivaizdžios nuolaidos strategijos pasitelkimo pavyzdžių leidžia Prezidentui sudaryti šilto, artimo, supratingo, rūpestingo, tolerantiško politiko įvaizdį: *„Nuoširdžiai dėkoju visiems Lietuvos žmonėms už jų ištikimybę laisvos Lietuvos idėjai, nors žinau, kad daugeliui jų sunkus kasdienis gyvenimas kol kas neleidžia džiaugtis sunkiai iškovotos laisvės vaisiais“.* Kalbėjimas pirmu asmeniu ir prieš tai pavartotas tiesioginis kreipinys „gerbiamieji“ suponuoja įtikinimo efektą, kad Prezidentas kalba nuoširdžiai. Akivaizdi nuolaida leidžia R. Paksui pozicionuoti save kaip „paprastą žmogų“, kuris įsiklausė į žmonių poreikius, žino jų problemas, supranta juos ir panašiai. Prie šių savybių įtvirtinimo prisideda ir tikslinis intymumo strategijos panaudojimas. Nors visais atvejais Prezidentas tiesiogiai nesikreipia į klausytojus, tačiau intymumo sukūrimą užtikrina kalbėjimas daugiskaita, visų vardu. Pavyzdžiui, teiginiu *„Tikiu, kad, sutelkę jėgas, galime sukurti gerovę ir savo šalyje užtikrinti saugų žmonių gyvenimą“*, Prezidentas intymumo strategijos pagalba (žymi žodžių darinys „tikiu, kad“) formuoja nuoširdaus, artimo, bendraminčio, pasitikinčio klausytoju įvaizdį. Kartu išryškėja anksčiau aptartas R. Pakso vengimas priimti atsakomybę už bendrą šalies ir Lietuvos žmonių gerovę. Toliau kalboje Prezidentas pabrėžia, kad žmonių gerovės užtikrinimas yra jo programos esmė, tačiau kartu ir *„<...> mūsų, visų Lietuvos žmonių, laimėjimo pagrindas“.* Taip R. Paksas demonstruoja susirūpinimą žmonių gerove, supratingumą, tačiau atsakomybė už šio programinio siekio įgyvendinimą, per įvardžio „mes“ vartojimą, pateikiama kaip prezidento ir jo šalininkų pareiga.

Kalboje vyrauja R. Pakso bandymas atsakomybę už visuomenės ir Lietuvos ateitį primesti visiems. Ryškiausias pavyzdys, kada Prezidentas apibendrinamas konstatuoja bendrą tikslą: *„Mūsų*

tikslas – gerovės valstybė su žemu nedarbo bei skurdo lygiu, didele darbo verte, tvirtomis socialinėmis garantijomis“. Tolimesnis R. Pakso kalbėjimas pirmu asmeniu, iniciatyvų ir prioritetų vardinimas rodo, jog šis tikslas kartu yra ir jo kaip valstybės vadovo tikslas, tačiau įvardžio „mūsų“ vartojimas suponuoja neapibrėžtumą. Teiginyje akcentuojami gerovės valstybėms prioritetai, kurių svarbiausias socialinės gerovės užtikrinimas. Tai parodoma kaip siekiamybė, kurios įgyvendinimas neapibrėžiamas konkrečiu laikotarpiu, tačiau iš tolesnio R. Pakso kalbėjimo galima suprasti, jog šis tikslas yra ilgalaikis: „*Galbūt Tėvynė mūsų augančių vaikų dar negalės priglauti kaip dosni ir rūpestinga motina <...>*“. Panaudojant suminkštinimo strategiją kardinaliai keičiamas vyraujančių problemų suvokimas. Galima matyti, jog pateiktoje citatoje iš tiesų Prezidentas kalba apie šalies socialinę ir ekonominę gerovę, tačiau žinodamas, kad šios dvi sritys ir pilnos gerovės užtikrinimas yra vienas iš opiausių klausimų Lietuvos žmonėms, jis pasirenka žodžius švelninčiaus probleminę sritį. Tėvynės palyginimas su motina suminkština visuomenėje aštrias, reikšmingas problemas.

Tikslinis kalbėjimo strategijų panaudojimas ir identifikuotos R. Pakso pozicionuojamos savybės patvirtina, kad inauguracinėje kalboje Seime Prezidentas pozicionuoja save kaip „paprastą žmogų“, kuris žino, supranta visuomenės problemas, rūpinasi žmonėmis. Įvardžių panaudojimo analizė parodė R. Pakso vengimą pozicionuoti save kaip „stiprų lyderį“, „kovotoją“, galintį ne tik suprasti esamą situaciją, bet ir ją pakeisti.

Inauguracinėje kalboje atsiskleidžia ir R. Pakso kaip „tautos prezidento“ įvaizdis. Sustiprinimo strategijos panaudojimo (žymi žodžių darinys „sieksiu, kad“) dėka formuojamas Prezidento kaip nacionalizmo, tautiškumo idėjas propaguojančio lyderio įvaizdis: „*Sieksiu, kad vienas svarbiausių švietimo reformos akcentų būtų dorovinis jaunosios kartos auklėjimas, tautinio orumo ugdymas*“. Kalboje nestokojama R. Pakso raginimų saugoti tautinę tapatybę, etninę kultūrą. Tai rodo, kad kaip jau buvo minėta aptariant R. Pakso įvaizdžius (darbo 2.2.2 dalyje), jam tapus prezidentu, vietoj žemaitiškos kilmės akcentavimo, buvo imta formuoti įvaizdį per nacionalistines, tautines idėjas (Savukynas, 2004a, p. 67). Pateiktoje citatoje R. Paksas kalba pirmu asmeniu (aš sieksiu) ir tai leidžia sustiprinti išsakyto teiginio svarbą, o kartu parodo R. Pakso kaip Prezidento ryžtą siekti dorovinio ir tautinio orumo ugdymo. Pozicionuojant R. Paksą kaip „tautos prezidentą“, valstybės vadovą vyrauja tam tikras neapibrėžtumas tarp R. Pakso kaip ryžtingo, stipraus, savo įsitikinimus turinčio, juo ginančio vadovo ir R. Pakso kaip buvusio politikos kurso tęstinumą užtikrinsiančio vadovo įvaizdžio.

Iš vienos pusės sustiprinimo strategijos pagalba R. Paksas aiškiai akcentuoja Prezidento Valdo Adamkaus veiklos tęstinumo svarbą: „*<...> Jūsų, kaip valstybės vadovo, darbo patirtis, geri asmeniniai ryšiai su daugeliu užsienio valstybių vadovų, Lietuvos žmonių pasitikėjimas – tai vertybės, kuriomis kviečiu pasidalyti toliau bendradarbiaujant vardan Lietuvos ateities*“. Tai parodo skirtumą tarp rinkiminės kampanijos metu pozicionuoto R. Pakso kaip „stipraus lyderio“, galinčio

užtikrinti esmines permainas, įvaizdžio ir dabartinio R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento įvaizdžio. Inauguracinėje kalboje R. Paksas pozicionuojamas kaip neutralus, supratingas vadovas, suvokiantis ankstesnės patirties, veiklos svarbą, tęsiant užsienio politikos kursą.

Iš kitos pusės galima matyti ir paties R. Pakso poziciją. Inauguracinėje kalboje, pasakytoje Seime, atsižvelgdamas į Konstitucijoje jam kaip Prezidentui priskiriamas pareigas, funkcijas, R. Paksas pasisako užsienio politikos perspektyvų tema. Sustiprinimo strategijos pagalba (žymi žodžių darinys „tvirtai tikiu“) R. Paksas akcentuoja Lietuvos nepriklausomybės svarbą, „trečiojo tūkstantmečio grėsmes“, bet svarbiausia jo žinutė užsienio politikos kontekste – Lietuvos stojimas į Europos Sąjungą ir NATO: „*Tvirtai tikiu mūsų ateitimi Europos šalių bendrijoje ir kviečiu Jus, Lietuvos žmonės, gegužės mėnesį šį svarbų valstybės siekį aktyviai palaikyti referendume ir balsuoti „už“: už Lietuvos, už savo ir už savo vaikų ateitį*“. Šio klausimo svarbą dar labiau sustiprina tai, kad pakartojimo strategijos pagalba jis net keletą kartų minimas tekste, nežymiai pakeičiant sakinio struktūrą. Žinodamas, kad sprendimas dėl Lietuvos stojimo į minėtas tarptautines organizacijas, yra Lietuvos piliečių rankose ir kartu norėdamas sustiprinti pritarimą Lietuvos įsitraukimui į Aljansą, Prezidentas pateikia „valstybės strategijos tikslus“, kurie greičiau yra ateities vizija, kad Lietuva kartu su kitoms valstybėm „spręs Europos likimą“, „gins Europos ir pasaulio saugumą“, „išplės saugumo ir demokratijos ribas“. Kalbėjimas pirmu asmeniu ir aiškus savo pozicijos išsakymas parodo Prezidentą kaip lyderį, kuris „žino, ko nori“, yra kompetentingą, rūpinasi šalies ir jos piliečių gerove. Tačiau iš kitos pusės, dauguma jo pasisakymų užsienio politikos klausimais yra paremti tikėjimu. Žodžių darinys „tvirtai tikiu“ duoda sustiprinimo efektą, tačiau neparodo R. Pakso kaip ryžtingo, valingo, stipraus lyderio. Išryškėjusią tendenciją patvirtina ir neapibrėžtas Prezidento kalbėjimas apie būtinus pokyčius, prieš stojant į tarptautinės organizacijas: „*Tikiu, kad deramai, t.y. susitelkę ir patobulėję atsakysime ir į šį iššūkį*“. Šiame teiginyje be intymumo strategijos panaudojimo (žymi žodžių darinys „tikiu, kad..“) Prezidentas pasitelkia ir pataisymų strategiją (žymi žodžių junginys „tai yra“). R. Paksas patikslina, kad prieš stojant į tarptautines organizacijas „mums“ dar reikia susitelkti ir patobulėti. Patikslinimas ganėtinai abstraktus, tačiau akivaizdžiai žymi tam tikrų permainų būtinumą. Rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu R. Paksas pozicionavo save kaip lyderį, privalantį ir galintį užtikrinti kardinalias permainas. Inauguracinėje kalboje tik nežymiai akcentuojamos galimos permainos, tačiau jų užtikrinimas pateikimas ne kaip Prezidento prerogatyva ir pareiga, o kaip visų atsakomybė (per daugiskaitines veiksmožodines formas). Stebimas R. Pakso vengimas pozicionuoti save kaip „stiprų lyderį“, „kovotoją“. Inauguracinėje kalboje tik kartą išryškėja Prezidento kaip „kovoto“, „stipraus lyderio“ įvaizdis, kada jis, prisiekęs būti ištikimas laisvės ir demokratijos idėjoms, duoda pažadą – „<...> *reikalui esant, dėsiu visas pastangas joms apginti*“. Šiuo atveju R. Paksas nėra „kovotojas“ už visuomenės gerovę ar „kovotojas“ prieš valdžios elitą (kaip buvo akcentuojama rinkimės kampanijos metu). Jis

pozicionuoja save kaip „kovotoją prezidentą“, kurio svarbiausias tikslas užtikrinti demokratiškų šalių pripažįstamų ir ginamų vertybių sklaidą Lietuvoje.

Prie Prezidento R. Pakso įvaizdžio formavimo prisideda ir kalboje ne kartą panaudota apeliacijos strategija. Inauguracinėje kalboje Prezidentas apeliuoja į daugelį prie Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo prisidėjusių autoritetų, tačiau minimos tik kelios konkrečios pavardės (buvusių prezidentų ir V. Landsbergio). Šiuo atveju apeliacija talkina įtvirtinant R. Pakso kaip „tautos prezidento“ įvaizdį. Prezidento kalboje aptinkamas ir vienas labai akivaizdus apeliacijos strategijos panaudojimas, turintis įtakos R. Pakso įvaizdžiui. Inauguracinė kalbos pabaigoje Prezidentas pacituoja išymiąją buvusio Jungtinių Amerikos Valstijų Prezidento John F. Kennedy frazę, pasakytą taip pat inauguracinėje kalboje: „*Neklausk Tėvynės, ką ji gali tau duoti. Klausk savęs, ką tu gali duoti Tėvynei*“. Ši citata leido R. Paksui įtvirtinti anksčiau kalboje minėtas nacionalizmo, tautiškumo, pilietinio aktyvumu idėjas, tačiau kartu apeliavimas į šį lyderį gali būti vertinamas kaip Prezidento R. Pakso susitapatinimas su John Kennedy. R. Paksas neatsitiktinai pasirinko būtent John Kennedy frazę ir apeliaciją į šį lyderį. Analizuojant šių dviejų politikų pozicijuotus įvaizdžius galima atrasti nemažai panašumų. K. Fischer tikinimu, John Kennedy priskirtinos jauno, nepaisančio taisyklių, mėgstančio riziką, charizmatiško lyderio savybės. Jis buvo „kietas prezidentas“ žadėjęs ir iniciavęs permainas ekonominėje, socialinėje, žmonių teisių, imigracijos ir kitose srityse. Daugeliui tuometinių amerikiečių jis buvo amerikietiškos svajonės nešėjas, galintis užtikrinti socialinio teisingumo atstatymą. Jis aktyviai kėlė nacionalizmo, tautiškumo, pilietinio aktyvumu idėjas, o kartu buvo nuosaikus katalikas ir ypatingą dėmesį šeimai skiriantis prezidentas (Fischer, 2006, p. 73-78). Akivaizdu, kad tiek R. Paksas (rinkimės kampanijos metu), tiek John Kennedy pozicionavo „stipraus lyderio“, „kovotojo“, „šėimos žmogaus“, „charizmatiško lyderio“ įvaizdžio tipus. Nustatyti panašumai suponuoja prielaidą, kad John Kennedy yra savotiškas R. Pakso idealas, autoritetas, todėl apeliavimas į jį yra ne tik pritarimas jo žodžiams, bet R. Pakso bandymas pozicijuoti save tokiu, koks buvo Amerikos Prezidentas John Kennedy. Rinkiminės kampanijos metu toks bandymas iš tiesų buvo realizuotas, tačiau kaip rodo inauguracinės kalbos analizė R. Paksas kaip Prezidentas neatstovauja „stipraus lyderio“, „kovotojo“ įvaizdžio tipų, kuriuos John Kennedy pozicionavo visą prezidentavimo laikotarpį.

Greta jau aptartų R. Pakso aktyviai atstovaujamų įvaizdžio tipų, inauguracinėje kalboje per sustiprinimo strategijos panaudojimą (žymi žodžių darinys „esu įsitikinęs“) atsiskleidžia R. Pakso „šėimos žmogaus“ įvaizdis: „*Esu įsitikinęs, jog tarp valstybės prioritetų turi įsitvirtinti darnios ir sveikos šėimos idėja. Šėimos, kurioje gimsta ir subręsta žmogus, pilietis, kūrėjas*“. Prezidento akcentuojamą darnios, visavertės šėimos svarbą žymi žodžio „šėima“ pakartojimas užbaigiant ir pradėdat kitą sakinį. Taip per sustiprinimo (žymi žodžių darinys „esu įsitikinęs“) ir pakartojimo strategijų panaudojimą Prezidentas norima linkme struktūruojama klausytojo gaunama informacija,

sudėlioja akcentus ir kartu įtikinamai atstovauja rūpestingo, globėjiško, šeimų gerove besirūpinančio lyderio įvaizdį. Prezidento kaip „šimos žmogaus“ įvaizdis kuriamas ir intymumo strategijos pagalba: „*Lenkiuosi čia esantiems savo tėvams, šeimai, artimiesiems bei draugams. Jų parama, jausmai ir nelengvi išgyvenimai suteikia man ryžto ir įpareigoja ištvėringai, atkakliai dirbti*“. Kalbėjimas pirmu asmeniu ir paslėptas tiesioginis kreipinys (nes žinoma, kad šeima klauso šios kalbos, sėdi Seimo salėje) sukuria intymumo, betarpiškumo jausmą, o kartu išreikta pagalba, padėka šeimai (per žodį „lenkiuosi“) leidžia įtvirtinti R. Pakso kaip „šimos žmogaus“ įvaizdį.

Inauguracinėje kalboje nustatytas ir nežymus R. Pakso religingumo akcentavimą. Kalboje minima krikščionybės svarba Lietuvos istorijai, akcentuojama, jog Prezidento priesaika pasakyta Dievo akivaizdoje. Užbaigdamas kalbą R. Paksas teigia, kad valstybės vadovo darbą pradeda, tikėdamasis Dievo palaimos. Visa tai pozicionuoja Prezidentą kaip tikintį Dievu, praktikuojantį kataliką. Rinkiminės kampanijos metu ši savybė buvo inkorporuota formuojant R. Pakso kaip „mistinio lyderio“ įvaizdžio tipą, tačiau kalboje neišryškėja šis įvaizdžio tipas. Minimas tik krikščioniškumo aspektas.

Apibendrinant Prezidento Rolando Pakso inauguracinės kalbos, pasakytos iškilmingame Seimo posėdyje, analizės rezultatus galima teigti, kad gausus įvairių kalbėjimo strategijų panaudojimas kalboje išryškina konkrečias R. Pakui priskiriamas savybes ir jo pozicionuojamus įvaizdžius. Inauguracinėje kalboje R. Pakso įvaizdžių tipai, savybes atsikleidė per sustiprinimo, pakartojimo, intymumo, apibendrinimo, suminkštino, pataisymų ir akivaizdžios nuolaidos strategijas. Apibendrinant R. Pakso įvaizdžių, nustatytų inauguracinėje kalboje, analizę galima konstatuoti skirtumą tarp rinkiminės kampanijos metu dominavusių R. Pakso įvaizdžių ir R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento pozicionuojamo įvaizdžio. Kalbėjimo strategijų tyrimo pagalba nustatyta, kad inauguracinėje kalboje dominuoja Prezidento kaip „paprasto žmogaus“, „tautos prezidento“ ir „šimos žmogaus“ įvaizdžių tipai. Kalbėjimo lakoniškumas, vengimas aiškiai pristatyti savo poziciją, konkrečius siekius, tikslus, dažnas įvardžio „mes“ vartojimas atskleidė R. Pakso mėginimą atsiriboti nuo rinkiminės kampanijos metu aktyviai pozicionuotų „kovoto“ ir „stipraus lyderio“ įvaizdžio tipų. Inauguracinėje kalboje identifikuoti rinkiminės kampanijos metu neakcentuoti įvaizdžio aspektai: bandymas pozicionuoti save kaip „tautos prezidentą“, kaip Lietuvos valstybės vadovą. Tai parodo R. Pakso įvaizdžio dinamiką, gebėjimą prisitaikyti prie pasikeitusių aplinkybių. Pristatant R. Paksą kaip Lietuvos Respublikos Prezidentą dominavo šilto, artimo, nuoširdaus, supratingo, rūpestingo vadovo įvaizdis. Tik keliuose kalbėjimo strategijų panaudojimo atvejuose buvo galima nustatyti Prezidento ryžtą, stiprybę, atsakomybę. Visa tai rodo, jog dar inauguracinėje kalboje Seime buvo aiškiai atskirti R. Pako – kandidato ir R. Pakso – Prezidento įvaizdžiai.

3.2.2 Prezidento įvaizdžiai visuomenei skirtoje inauguracinėje kalboje

Prezidento R. Pakso inauguracinės kalbos, pasakytos Daukanto aikštėje, analizės metu nustatyta, kad šioje kalboje pasitelkiamas visas spektras įvairių kalbėjimo strategijų, kurių panaudojimas suponuoja universalus įvaizdžių rinkinio pristatymo galimybę. Analizuojamoje kalboje dominuojančia kalbėjimo strategija laikytina apeliacijos strategija, kurios pagalba Prezidentas R. Paksas pristatomas kaip „tautos prezidentas“.

Prezidento inauguracinėje kalboje apeliuojama į keletą Lietuvoje istorijoje žymių autoritetų – į Simoną Daukantą, Vincą Kudirką, Adomą Mickevičių. Kalboje vyraujanti apeliacija į minėtus autoritetus pasirinkta neatsitiktinai. Nepaisant kiekvieno iš jų Lietuvos vardan nuveiktų reikšmingų darbų, visi jie savo kūryba, darbais prisidėjo prie Lietuvos tautinio atgimimo, tautinės savimonės kėlimo, meilės Tėvynei ir lietuviškos kultūros puoselėjimo skatinimo. Visuomenei skirtoje inauguracinėje kalboje R. Pakso pacituoti Vinco Kudirkos žodžiai („*Broliai! Nemeskime Lietuvos, tos geros motinos, kuri nesigaili mums duonos ir badu nemarina, nemislykime apie bėgimą į užmaresDirbkime namieje*”^{*}) ir apeliacija į Adomo Mickevičiaus žodžius („*Tėvyne Lietuva, mielesnė už sveikatą!*”) parodo Prezidento norą į pirmą vieną išskelti Lietuvos tautiškumo, nacionalinio ir pilietinio aktyvumo idėjas. Pasirėmimas istoriniais autoritetais suponuoja galimybę įtvirtinti paties prezidento poziciją, o kartu kuriamas sąmoningas R. Pakso įvaizdžio sutapatinimas su iškilomis Vinco Kudirkos ir Adomo Mickevičiaus asmenybėmis. Prezidentas pozicionuoja save kaip „tautos prezidentą“, kaip V. Kudirkos ir A. Mickevičiaus pasekėją, šiandieninėje Lietuvoje matantį tas pačias problemas (t. y. patriotizmo, tautinės savimonės, kultūrinio identiteto puoselėjimo stoka ir pan.), kurios buvo aktualios beveik prieš du šimtmečius. Kalboje nurodomi ir šių problemų sprendimo būdai. Vienas iš jų jau minėtas istorinių autoritetų siūlytas tautinės savimonės kėlimas. Kitas – investicija į jaunimą ir mokslą. Pastarąjį siūlymą R. Paksas pagrindžia apeliuodamas į nežinomą, tiksliai neidentifikuojamą autoritetą – vyresnius žmones. Nėra aišku, kas tie vyresni žmonės, tačiau cituojami jų neva tiesiogiai Prezidentui išsakyti žodžiai: „*Mes pakėlėme Lietuvą per ūkininkus. Tačiau Jūsų karta, kaip palikimą gavusi dukart sugriautą žemės ūkį, prikelti Lietuvą gali per mokslą*”. Iš esmės šita apeliacija – tai dar vienas bandymas įteigti klausytojui norimus kalbos akcentus. Po šios citatos iš karto seka išsakytos minties sustiprinimas: „*Tai – išvalgus vyresniųjų palinkėjimas, nes kiek investuosime į jaunimą, į mokslą, tiek investuosime į mūsų valstybės ateitį*“. Užfiksuojamas dar vienas Prezidento akcentuojamas prioritetas – jaunimas ir jo švietimas. Per tai kuriamas R. Pakso kaip šalies ir jos piliečių, jaunimo gerove besirūpinančio Prezidento įvaizdis.

* 3.2.2 dalyje pateikiamos citatos iš *Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba Daukanto aikštėje* [interaktyvus]. Vilnius, 2003 m. vasario 26 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.president.lt/one.phtml?id=3578>>.

Visi minėti apeliacijos strategijos naudojimo pavyzdžiai išryškina paties R. Pakso akcentuojamas sritis, problemas. Per R. Pakso žodžių ir apeliacijos į autoritetus koreliacijas kuriamas sąmoningas Prezidento ir cituotų autoritetų būdo, suvokimo panašumas.

Visuomenėje skirtoje inauguracinėje kalboje stebima simbolinė paralelė tarp vietos, kurioje sakoma kalba (Daukanto aikštės), ir apeliacijos į Simono Daukanto asmenybę. S. Daukantas laikytinas išskirtine istorine asmenybe. Su juo siejami istoriniai faktai, kaip legenda tapusi užsispyrusio, aukštojo išsilavinimo siekusio žemaičio S. Daukanto kelionė pėsčiomis į Vilniaus universitetą, jo kaip ryškaus Lietuvos tautinio atgimimo ideologo, lietuviškos kultūros puoselėtojo aktyvus reiškimasis tuometiniame visuomeniniame gyvenime – visa tai strategiškai panaudojama Prezidento kalboje, siekiant gauti norimą rezultatą – kontrastą tarp praeities ir dabarties. Per apeliaciją į S. Daukantą R. Paksas panaudoja kontrasto strategiją taip priešpastatydamas šiuolaikinio Vilniaus kaip miesto teigiamybes bendroms Lietuvos problemas. Apeliacijos ir kontrasto strategijų derinimas pradedamas retoriniu klausimu, „Ką Daukantas pamatytų šiandien?“. S. Daukanto vardu pateikiamas ilgas, tikslus atsakymas: *„Lietuviškai kalbantį, tolerantišką kitam žodžiui ir tikėjimui miestą, <...> per Europos slenkstį bežengiančios laisvos ir demokratiškos Lietuvos sostinę. <...> Daukantas Vilnių pamatytų tarsi atitrūkusį nuo Lietuvos, dažnai užmirštantį, kiek daug dar joje vargstančių, sočiai nepavalgančių, nusivylusių ir net palūžusių žmonių. Pajustų Daukantas pavojingą Lietuvos nykimo tendenciją – didelį mirtingumą, yrančias šeimas, narkomaniją, alkoholizmą, perpildytus kalėjimus, neįtikėtinai nuvertintą gyvybę. <...> kad daug vaikų Lietuvoje ir šiandien nelanko net pradinių mokyklų.*

Iš vienos pusės tai, kad Prezidentas kalba S. Daukanto vardu, atskleidžia jo bandymą susitapatinimą su šiuo istoriniu autoritetu. Galima stebėti tam tikrus jų panašumus: abu jie žemaitiškos kilmės, abu pozicionuoja save kaip tautiškumo, nacionalizmo idėjų puoselėtojus ir skelbėjus, abu išskirtinį dėmesį skiria išsilavinimo svarbai. Šie aspektai suponuoja galimybę pozicionuoti R. Paksą kaip sekantį S. Daukanto idealu, kaip praeitį vertinantį ir tomis pačiomis vertybėmis kaip S. Daukantas tikintį Prezidentą. Kartu galima daryti prielaidą, kad kaip žemaitis S. Daukantas atkakliai siekė savo tikslų, taip ir ryžtingas, užsispyręs žemaitis R. Paksas sieks pakeisti esamą padėtį ir išspręsti akcentuotas problemas. Tolimesnis Prezidento kalbėjimas pirmu asmeniu ir raginimas atitaisyti skriaudas galimai patvirtina ankstesnę prielaidą.

Iš kitos pusės reikšminga pastebėti tai, kad kontrasto pateikimas per apeliaciją į S. Daukanto autoritetą rodo R. Pakso vengimą prisiimti atsakomybę už išsakytą poziciją. Akivaizdus, jog tos problemos, kurios buvo išvardintos minėtoje citatoje yra R. Pakso kaip Lietuvos vadovo matomos ir akcentuojamos problemos, tačiau Prezidentas vengia kalbėti pirmu asmeniu ir savo vardu atsakingai išdėstyti sprendimų ir pokyčių reikalaujančias aštrias Lietuvos visuomenės problemas. Prisidengdamas S. Daukanto autoritetu, R. Paksas esamą situaciją pateikia kaip galimą S. Daukanto

interpretaciją. Apeliacijos ir kontrasto strategijų panaudojimas duoda įtikinimo, pateiktos informacijos įtvirtinimo efektą, tačiau atskleidžia abejotiną R. Pakso kaip valingo, ryžtingo, atsakingo, drąsaus vadovo įvaizdį. Tai patvirtina ir toliau kalboje Prezidento panaudota apibendrinimo strategija, kurios pagalba reziumuojamos prieš tai išsakytos mintys: „*Paminėjau tik vieną kitą mūsų visuomenės skaudulį, - vien tam, kad priminčiau, kiek daug sunkių uždavinių mums reikia spręsti*“. Citata parodo, kad Prezidentas prisiima atsakomybę už S. Daukanto vardu išvardintas visuomenės problemas, tačiau jų sprendimas per įvardžio „mums“ panaudojimą pateikiamas kaip visų pareiga. Tai rodo, kad Prezidentas nepozicionuoja savęs nei kaip „kovoto“, nei kaip „stipraus lyderio“, galinčio pasiūlyti efektyvius identifikuotų problemų sprendimo būdus, nors iš citatos aiškiai matomas dar rinkiminės kampanijos metu taikytas esamos Lietuvos situacijos dramatinizavimas.

Akivaizdu, jog R. Paksas yra linkęs prisiimti atsakomybę tik už dvasinės visuomenės būsenos keitimą. Prognozuodamas, „<.> *kad kylant ekonomikai materialusis žmonių gyvenimas gerės sparčiau, negu į gera keisis dvasinė visuomenės būsena*“, Prezidentas sustiprinimo strategijos panaudojimo pagalba (žymi žodis „įsipareigoju“) įsipareigoja ją spręsti: „*Aš, kaip valstybės vadovas, įsipareigoju spręsti ir šią problemą*“. Kalbėjimas pirmu asmeniu ir aiškus savo pozicijos išdėstymas pristato R. Paksą kaip stiprų, ryžtingą, atsakingą, kompetentingą vadovą, kuris „žino, ko nori“ ir yra pajėgus užtikrint permainas. Minėtoje citatoje R. Paksas sąmoningai pažymi, kad spręs „ir šią problemą“. Tai suponuoja prielaidą, kad Prezidentas yra linkęs prisiimti atsakomybę ir už kitas, anksčiau per apeliaciją į S. Daukantą išvardytas Lietuvos problemas, tačiau ankstesnė Prezidento įvardžių vartojimo analizė atskleidė, kad kitų problemų sprendimą jis linkęs laikyti daugumos pareiga. Abejonių kelia ir R. Pakso įsipareigojimas užtikrinti dvasinės visuomenės būsenos permainas. Per sustiprinimo strategijos panaudojimą (žymi žodžių darinys „žinau, kad“), prezidentas pripažįsta: „*Žinau, kad mano įsipareigojimas būtų nedaug ko vertas, jeigu nepavyktų sutelkti tautos valios ir pastangų neatidėliotinam darbui*“. Tai parodo Prezidento abejojimą savo jėgomis.

Visuomenei pasakytoje inauguracinėje kalboje Prezidentas ne kartą kontrasto strategijos pagalba priešpastato praeities ir dabarties Lietuvą, kur praeitis idealizuojama, o dabartis parodoma kaip neigiama ir taisytina. Visa tai atskleidžia R. Pakso kaip „tautos prezidento“ įvaizdį. Inauguracinėje kalboje atsikleidžia prioritetas formuoti ir atstovauti R. Pakso kaip Lietuvos Prezidento, o ne R. Pakso kaip asmenybės įvaizdį. R. Pakso kaip valstybės vadovo įvaizdis neutralus, vengiama kategoriškos, ryžtingos retorikos, kuri pristatytų Prezidentą kaip „kovotoją“, „stiprų lyderį“.

R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento, šalies vadovo pozicionavimą parodo inauguracinėje kalboje aptariama Lietuvos užsienio politikos perspektyvų tematika. Susitirpimo

strategijos (žymi žodžių darinys „tvirtai tikiu, kad“) pagalba (kaip ir inauguracinėje kalboje Seime) Prezidentas išreiškia savo aiškia poziciją Lietuvos stojimo į tarptautines organizacijas atžvilgiu: *„Kaip ir daugelis Jūsų, tvirtai tikiu, jog mūsų šalis taps visateise NATO ir Europos Sąjungos nare“*. Nepateikiama jokių argumentų, kuomet R. Paksas savo tikėjimą sieja su visuomenės daugumos viltimis, tačiau šiame teiginyje be noro sustiprinti pateikiama informacija, nustatytas intymumo strategijos panaudojimas. Prieš teiginį einantis Prezidento tiesioginis kreipinys „mielesieji Lietuvos žmonės“ ir bandymas susitapatinti su jais per žodžių darinį „kaip ir daugelis Jūsų“ sukuria intymumo, betarpiškumo atmosferą. Prezidento pozicija pateikiama kaip bendras visos Lietuvos noras, siekis, taip formuojant R. Pakso kaip nuoširdaus, artimo, bendraminčio ir pasitikinčio klausytoju politiko įvaizdį. Siekiant sustiprinti artėjančio Lietuvos tapimo Europos Sąjungos nare svarbą (2003 gegužės 10-11 buvo numatytas privalomas referendumas dėl Lietuvos narystės ES), Prezidento kalboje Europa pateikiama kaip šviesesnis rytojus, teigiamų perspektyvų ir galimybių regionas. Tačiau galima pastebėti, kad trumpas Lietuvos užsienio politikos perspektyvų aptarimas panaudojamas anksčiau kalboje išryškėjusio „tautos prezidento“ įvaizdžiui sustiprinti: *„Kartu noriu atkreipti dėmesį į tai, kad šiandien mums trūksta tautos savitumą, jos dvasios išraišką saugančios politikos“*. Šis sustiprinimo strategijos panaudojimo (žymi žodžių darinys „noriu atkreipti dėmesį“) atvejis gali būti vertinamas dvejopai. Iš vienos pusės galima matyti bendro tuometinio konteksto įtaką Prezidento kalbai. Visuomeniniame diskurse netrūko euroskeptikų pasisakymų, apie galimą silpno Lietuvos nacionalinio identiteto išstiprinimą europiniame identitete. Tikėtina, kad atsižvelgdamas į tai Prezidentas akcentuoja tautos savitumo stiprinimo ir saugojimo svarbą.

Iš kitos pusės, per netiesioginį užsiminimą apie stojimo į Europos Sąjungą grėsmes, R. Paksas įtvirtina prieš tai akcentuotą su nacionaliniu identitetu, kultūra susijusių problemų svarbą. Tos pačios informacijos kartojimas (galima matyti pakartojimo strategijos panaudojimą) ir jos susiejimas su ateities perspektyvomis, laidžia įtvirtinti suvokimą, kad Prezidento kalbėjimas ir prieš daugiau nei kone du šimtmečius keltų klausimų akcentavimas yra reikšmingas šiandieninei Lietuvai. Taip pasiekama norima pateikiamos informacijos suvokimo hierarchija ir teigiama Prezidento saviprezentacija. R. Paksas pozicionuojamas kaip rimtas, kompetentingas, tautos ir valstybės gerove suinteresuotas „tautos prezidentas“.

Visuomenei skirtoje inauguracinėje kalboje nustatytas ir R. Pakso kaip „paprasčio žmogaus“ įvaizdis. Panaudodamas sustiprinimo strategiją (žymi žodis „raginu“) Prezidentas teigia: *„Aš kviečiu Jus ir raginu: atitaisykite skriaudą vaikams ir suaugusiems. Visiems sutrikusiems, nesusėjantiems su pašėlusiu šių laikų tempu“*. Pateikta citata iš inauguracinės kalbos atskleidžia tokias R. Pakso savybes kaip artimas, rūpestingas, galintis pasirūpinti rinkėjais, išklausti, suprasti jų problemas. R. Pakso vengimas kalbėti pirmu asmeniu ir vietoj įvaizdžio „aš“ pasitelkiamas įvardis „mes“ rodo, kad Prezidentas nėra „vienišas kovotojas“, koks jis buvo pristatomas rinkimės

kampanijos metu. Kovoti už visuomenės gerovę jis kviečia visus, taip atsiribodamas nuo asmeninės atsakomybės. Akcentuojamos nuosaikios R. Pakso savybės, kada Prezidentas yra tik artimas, rūpestingas, visuomenės problemas suprantantis, akcentuojantis vadovas. Panaudojant intymumo strategiją (žymi žodžių darinys „tikiu, kad“), galimas paprastų žmonių gyvenimo gerėjimas pateikiamas ne kaip R. Pakso tikslas, o kaip lūkestis: „*Tikiu, kad ekspertų jau pripažįstamos Lietuvos ūkio pažangos rezultatus netrukus pajus ir žmonės*“. Intymumo strategijos pagalba Prezidentas pozicionuoja save kaip supratingą, bendramintį, gerbiantį ir suprantantį visuomenės poreikius, tačiau jis nežada konkrečių permainų. Inauguracinės kalbos pabaigoje apibendrintai teigiama, kad „*mes turime nebijoti permainų ir patys keistis. Po kelerių metų turėsime būti kitokie. Kitokia visuomenė. <...> visuomenė, kurioje bus įkūnytas pilietiškumas, darna ir santarvė. Sutarimas tarp miesto ir kaimo, darbdavio ir darbininko, tėvų ir vaikų. Tarp kartų ir tikėjimų*“. Akivaizdu, jog Prezidentas konstatuoja esminių permainų neišvengiamumą, tačiau įvardijamos permainos yra abstrakčios, neišreiškiančios konkrečių permainų visuomenės socialinės, ekonominės gerovės atžvilgiu, kartu ir nustatančios neapibrėžtą jų vykdytoją. Prezidentas kalba daugiskaita, taip parodydamas, jog permainas visuomenėje užtikrins pati visuomenė. Dar kartą įtvirtinamas pilietiškumo, pilietinio aktyvumo ir visuomenės kaitos būtinumas. Šiam tikslui talkina ir pakartojimo strategijos panaudojimas, kada sakinytis baigiamas ir pradamas žodžiu „visuomenė“. Reikšminga pastebėti ir tai, kad citatoje minimas sutarimo tarp įvairių grupių akcentavimas nežymiai pozicionuoja R. Paksą kaip „postideologinį lyderį“, tačiau įvardžio „mes“ pasitelkimas ir konkrečios savo pozicijos nepateikimas sudaro vengimo spręsti problemas, tradicinių politinių ir visuomeninių sistemų nesutarimus įspūdį. Idealiu atveju „postideologinis lyderis“ turėtų elgtis priešingai (Barisione, 2009).

Cituotas vienas iš baigiamųjų inauguracinės kalbos teiginių leidžia identifikuoti dar keletą R. Pakso įvaizdžių. Akcentuojamas sutarimas tarp vaikų ir tėvų siejasi su R. Pakso kaip „šeimos žmogaus“ įvaizdžiu. Aliuzija į tai buvo išsakyta ir S. Daukanto vardu pateikiant svarbiausias Lietuvos visuomenės opas, iš kurių viena – yrančios šeimos. Nors tiesiogiai šioje kalboje Prezidentas nepozicionuoja savęs kaip „šeimos žmogaus“, visgi nežymios užuominos rodo jo kaip Prezidento susirūpinimą dabartine Lietuvos šeimų padėtimi.

Baigiamajame teiginyje minima ir santarvė tarp tikėjimų. Taip netiesiogiai demonstruojamas ir Prezidento kaip tikinčio kataliko įvaizdis. Inauguracinėje kalboje galima aptikti daugiau atvejų, sustiprinančių R. Pakso kaip pamaldaus, tikinčio Dievą politiko įvaizdį. Prezidentas mini krikščioniškų vertybių svarbą, vėliau net išvardijęs jas pabrėžtinai akcentuoja „*Išvardijęs apaštališką skaičių vertybių, aš raginu dosniai jomis dalytis*“. Matoma apeliacija į tikėjimą, į trylika apaštalų. Užbaigdamas kalbą Prezidentas netiesiogiai pozicionuoja „mistinio lyderio“ įvaizdžio tipą. Teiginys „*Tegu mūsų darbus lydi Dangaus palaima*“, parodo, kad Prezidentas savo veiklą sieja

su dangaus palaima. Tai netiesiogiai pozicionuoja jį kaip mistinį, su antgamtinėmis galiomis susijusį lyderį. Taigi inauguracinėje kalboje galima nustatyti dar rinkiminės kampanijos metu pateiktą R. Pakso dvilypumą. Iš vienos pusės jis nuosaikus, praktikuojantis katalikas. Iš kitos – mistikos persmelktas ir lydymas politikas.

Apibendrinant inauguracinės kalbos, pasakytos Daukanto aikštėje, analizę galima teigti, kad šioje kalboje vyrauja neapibrėžtumas, „šokinėjimas“ nuo teigiamų dalykų prie neigiamų, nuo vidinių problemų prie užsienio politikos, nuo istorijos prie dabarties. Kalbėjimo neapibrėžtumas suponuoja ir R. Pakso įvaizdžio raiškos šioje kalboje neapibrėžtumą. Analizės metu nustatyta, kad inauguracinėje kalboje dominuoja Prezidento R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“ ir „tautos prezidento“ įvaizdžiai. Analizuotoje kalboje visiškai atsiribojama nuo „stipraus lyderio“ ir „kovotojo“ įvaizdžio tipų. Prezidentas nepozicionuojamas nei kaip „kovotojas“ prieš ydingą sistemą, nei kaip „kovotojas“ už visuomenės gerovę. Kalboje nėra ir dar rinkiminės kampanijos metu žadėtos „kietos rankos“ politikos apraiškų. Visa tai ir netiesioginis R. Pakso kaip „šeimos žmogaus“ bei „mistinio lyderio“ pozicionavimas rodo esminį R. Pakso kaip Prezidento įvaizdžio pokytį, lyginant su rinkiminės kampanijos metu pristatytu ir visuomenės palaikymo susilaukusiu įvaizdžių rinkiniu. Inauguracinėje kalboje greta „paprasto žmogaus“ įvaizdžio dominuoja prie pasikeitusių aplinkybių pritaikytas R. Pakso kaip „tautos prezidento“ įvaizdis. Tai neutralus įvaizdis, kurio pagrindą sudaro R. Pakso kaip patriotizmo, tautinės sąmonės kėlimo, nacionalinio identiteto puoselėjimo, aktyvios pilietinės visuomenės kūrimo šalininko įvaizdį. Per tai R. Paksas pozicionuojamas ne kaip atskyrų visuomenės grupių ar visų Lietuvos žmonių gynėjas, o kaip Lietuvos Respublikos vadovas, suinteresuota bendra valstybės ir tautos gerove. Dauguma Prezidento naudotų kalbėjimo strategijų atskleidė būtent šio įvaizdžio raišką inauguracinėje kalboje.

3.2.3 Teorinių ir inauguracinėse kalbose nustatytų Prezidento įvaizdžių palyginimas

Atliktos dviejų inauguracinių kalbų analizės metu nustatyti pagrindiniai prezidentavimo laikotarpiu R. Pakso pozicionuojami įvaizdžiai. Siekiant palyginti inauguracinėse kalbose nustatytus R. Pakso įvaizdžius ir atskleisti kalbose nustatytų ir teorinėje literatūroje išskiriamų R. Pakso įvaizdžių panašumus ir skirtumus, buvo sudaryta įvaizdžių palyginimo lentelė (1 lentelė).

1 lentelė. Prezidento Rolando Pakso teorinių ir tyrimo metu nustatytų dominuojančių
įvaizdžių palyginimas
(2003 m. vasario 26 d. – 2004 m. kovo 8 d. laikotarpiu)

Teoriniai Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai*	Inauguracinėje kalboje Seime nustatyti R. Pakso įvaizdžiai	Įvaizdžio tipų identifikavimą žyminčios kalbėjimo strategijos	Inauguracinėje kalboje, skirtoje visuomenei, nustatyti R. Pakso įvaizdžiai	Įvaizdžio tipų identifikavimą žyminčios kalbėjimo strategijos
„Paprastas žmogus“	+	Sustiprinimo, akivaizdžios nuolaidos, intymumo, apibendrinimo, suminkštinimo	+	Sustiprinimo, intymumo, apibendrinimo, pakartojimo,
„Kovotojas“ už visuomenės gerovę				
„Stirus lyderis“				
„Šeimos žmogus“	+	Sustiprinimo, pakartojimo, intymumo		
„Tautos prezidentas“	+	Sustiprinimo, pakartojimo, pataisymų, apeliacijos	+	Apeliacijos, kontrasto, sustiprinimo, intymumo, pakartojimo

* Teoriniai Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai išskirti remiantis V. Savukyno knygoje „*Maištininko*“ mitologijos: *Rolando Pakso įvaizdžiai* (2004), R. Lopatos; A. Matonio knygoje *Prezidento suktukas* (2004) pateikiama informacija.

Lentelėje sužymėti plusai reiškia, kad teorinėje literatūroje išskiriami R. Pakso įvaizdžio tipai buvo nustatyti kaip dominuojantys ir analizuotose inauguracinėse kalbose. Apibendrinant galima teigti, kad tirtose kalbose per konkrečių kalbėjimo strategijų panaudojimo nustatymą, identifiukuota, jog R. Paksas pozicionuoja „paprasto žmogaus“ ir „tautos prezidento“ įvaizdžius. Sudaryta lentelė leidžia išskirti ir esminius inauguracinėse kalbose nustatytų įvaizdžių skirtumus. Inauguracinėje kalboje Seime greta „paprasto žmogaus“ ir „tautos prezidento“ įvaizdžių R. Paksas pozicionuoja ir „šeimos žmogaus“ įvaizdžio tipą. Šis įvaizdis aptiktas ir inauguracinėje kalboje, skirtoje visuomenei, tačiau šioje kalboje jis pozicionuojamas nežymiai ir nelaikytinas dominuojančiu.

Atliktos analizės rezultatai parodė, kad abejuose inauguracinėse kalbose nežymiai pozicionuoti ir „postideologinio lyderio“ bei „mistinio lyderio“ įvaizdžio tipai, tačiau jie nėra vyraujantys analizuotose kalbose (lentelėje pateikiami tik dominuojantys R. Pakso įvaizdžiai).

Lyginant analizės metu nustatytus R. Pakso įvaizdžius su teorinėje literatūroje prezidentavimo laikotarpiu identifikuojamais R. Pakso įvaizdžiais paaiškėjo, kad inauguracinėse kalbose identifikuota tik dalis prezidentavimo laikotarpiu R. Paksui priskiriamų įvaizdžio tipų. Analizuotose kalbose vengiama pozicijuoti Prezidentą R. Paksą kaip „stiprų lyderį“, „kovotoją“ už visuomenės gerovę. Tyrimo metu nustatytas teorinėje literatūroje prezidentavimo laikotarpiu dominuojančiu laikytinas „tautos prezidento“ įvaizdžio tipas. Tai patvirtina teorijoje vyraujančią prielaidą, kad R. Paksui tapus prezidentu stebimas jo retorikos ir pozicijuojamų įvaizdžių švelnėjimas. Inauguracinėse kalbose dominuoja būtent nuosaikūs R. Pakso įvaizdžiai ir savybės, kas atskleidžia R. Pakso kaip kandidato į prezidento postą ir R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento įvaizdžių pokytį. Teorinėje literatūroje teigiama, kad R. Pakso kaip Prezidento įvaizdis buvo projektuojamas remiantis rinkiminės kampanijos metu pristatytų įvaizdžių rinkiniu (Savukynas, 2004a, p. 64). Tuo tarpu kalbų analizės metu nustatyti dominuojantys Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai atskleidžia, kad nuo pirmos R. Pakso prezidentavimo dienos vengiama akcentuoti visą rinkiminės kampanijos metu pristatytą R. Pakso įvaizdžių rinkinį. Dominuoja nuosaikūs „tautos prezidento“, „paprasto žmogaus“ ir „šeimos žmogaus“ įvaizdžio tipai.

Apibendrinant tyrimo rezultatų ir teorinėje literatūroje akcentuojamų R. Pakso įvaizdžių palyginimą, galima teigti, kad kalbose nustatyti dominuojantys Prezidento R. Pakso įvaizdžiai ir teorinėje literatūroje prezidentavimo laikotarpiu išskiriami R. Pakso įvaizdžiai sutampa iš dalies. Kalbose nustatyti ne visi teorinėje literatūroje išskiriami Prezidento R. Pakso įvaizdžiai.

3.3 Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai apkaltos proceso metu pasakytose kalbose

Oficialiai Lietuvos Respublikos Seimo nutarimu apkaltos procesas Prezidentui Rolandui Paksui buvo pradėtas 2004 metų kovo 8 dieną (*Prezidento apkalta...*, 2005, p. 332). Po mažiau nei dviejų mėnesių (bandžio mėn. 6 d.) Seimo narių sprendimu R. Paksas buvo pašalintas iš Prezidento pareigų. Tyrimui iš visų apkaltos proceso metu R. Pakso pasakytų kalbų pasirinktos dvi svarbiausios, paskutinės R. Pakso kaip Lietuvos Respublikos Prezidento kalbos, tai yra, „Prezidento Rolando Pakso viešas kreipimasis į visuomenę“ (2004.04.05) ir „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalba Seime“ (2004.04.06). Kalbėjimo strategijų panaudojimo aspektu analizuojant pasirinktas kalbas tiriama R. Pakso įvaizdžių raiška ir galimas jų pokytis apkaltos proceso metu.

3.3.1 Prezidento įvaizdžiai kalboje Seime (prieš balsavimą dėl nušalinimo)

„Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalba Seime“, pasakyta prieš balsavimą dėl nušalinimo, orientuota į Prezidento siekį argumentuotai apginti savo nekaltumą, kartu apeliuojant į dėl apkaltos balsuosiančių Seimo narių sąžinę, jausmus. Kalboje galima matyti R.

Pakso pozicionuojamų įvaizdžių neapibrėžtumą. Balsuojama dėl nušalinimo R. Paksui kaip Lietuvos Respublikos Prezidentui, tačiau kalboje nėra ryškios atskirties tarp R. Pakso kaip pareigūno, valstybės vadovo ir R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“, kuris asmeniškai priima ir vertina apkaltos procesą, įvaizdžių.

Pačioje kalbos pradžioje apibendrinamai teigiama, kad „*apkaltos procesas yra ne tik mano asmeninė drama ar tragedija, bet ir labai rimtas išbandymas valstybei <...>*“*. Cituotas teiginys atskleidžia, jog apkaltos procesą R. Paksas vertina ne kaip valstybės vadovas, o kaip paprastas žmogus. Nepaisant to, kalbėdamas apie Konstitucinio Teismo paskelbtas išvadas R. Paksas pozicionuoja save kaip rimtą, atsakingą, kompetentingą vadovą. Panaudodamas apibendrinimo strategiją jis konstatuoja visus jam mestus kaltinimus: „*Šiandien esu kaltinamas tuo, kad suteikiau pilietybę savo rėmėjui Jurijui Borisovui, kad leidau jam suprasti, jog yra klausomasi telefoninių pokalbių ir kad bandžiau daryti įtaką privačių asmenų turtiniams santykiams*“. Tolimesnis R. Pakso kalbėjimas yra argumentuota gynyba, tačiau Prezidentas tai pateikia kaip tiesiog paprastą pasisakymą: „*Apie kiekvieną iš šių trijų kaltinimų, <...> norėčiau pasakyti dar bent po keletą žodžių*“. Taip pakartojimo strategijos pagalba (žymi žodžių darinys „dar bent“) užfiksuojama tolesnės informacijos svarba, o kartu šios strategijos panaudojimas parodo pagrindinį R. Pakso tikslą – argumentuotai paaiškinti mestus kaltinimus, taip sudarant jų menkumo, nereikšmingumo valstybės mastu įspūdį. Tai patvirtina ir tolimesnis kalbėjimas, kada sąmoningai pasitelkiant apeliacijos strategiją, pilietybės J. Borisovui suteikimas pristatomas kaip ankstesnių prezidentų praktikos tęsimas. Apeliuodamas į A. M. Brazausko ir V. Adamkaus autoritetus ir jų vykdytą praktiką, išimties tvarka suteikiant pilietybes, R. Paksas susitapatina su šiais autoritetais ir per tai parodo jam mesto kaltinimo nepagrįstumą. Šiuo atveju apeliacija į minėtus autoritetus yra tikslinga. R. Paksas pozicionuoja save kaip tokį pat Prezidentą, kokias buvo A. M. Brazauskas ir V. Adamkus. Pateikiamas pavyzdys, kai pastarieji prezidentai suteikė pilietybes net dviem šimtam jokių nuopelnų Lietuvai neturėjusiems žmonėms, R. Pakso pilietybės suteikimą vienam J. Borisovui parodo kaip nereikšmingą. Per apeliacijos ir pavyzdžio strategijų panaudojimą suformuotą suvokimą įtvirtina sustiprinimo strategijos panaudojimą (žymi žodžių darinys „norėčiau priminti“) žymintis teiginys: „*<...> norėčiau priminti Lietuvos Respublikos Konstitucijos 85-ajame straipsnyje įtvirtintą nuostatą, kad atsakomybė už dekretą, kuriuo suteikiama pilietybė, tenka jį kontrasignavusiam ministrui*“.

Tikslinis kalbinių strategijų panaudojimas sustiprina R. Pakso poziciją ir aiškinant kitus du Konstitucinio teismo pripažintus pažeidimus. Pranešimas J. Borisovui apie pokalbių pasiklausimą kaip valstybės paslapties apsaugos neužtikrinimas kontrasto strategijos pagalba priešpastatomas

* 3.3.1 dalyje pateikiamo citatos iš *Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalba Seime* [interaktyvus]. Vilnius, 2004 m. balandžio 6 d. [žiūrėta 2010 m. balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: < <http://paksas.president.lt/one.phtml?id=4879>>.

faktui apie dingusius 174 dokumentus su slaptumo žymomis. Tuo tarpu gindamasis dėl trečio jam mesto kaltinimo R. Paksas aktyviai naudoja sustiprinimo strategiją: *Atsakingai pareiškiu, kad akcininkų sprendimams nesu daręs jokios įtakos <...>, tačiau aš pripažįstu, jog <...> vartoju nederančią man, kaip Prezidentui, leksiką*. Kartu kontrasto strategijos pagalba R. Pakso poveikis bendrovės akcininkam priešpastatomas „Mažeikių naftos“ privatizavimui, taip parodant Prezidentui mesto kaltinimo žalos valstybei menkumą. Visų jam mestų kaltinimų paaiškinimas reziuumuojamas sustiprinimo strategijos pagalba: *„Pabrėžčiau, kad nė vienas Teismo nusikalstamais pripažintu mano veiksmy nepadarė žalos valstybei“*.

R. Pakso gynyba pozicionuoja jį kaip rimtą, kompetentingą, savimi pasitikintį vadovą. Tokį Prezidento įvaizdį sustiprina ir viso jam mestų kaltinimų aiškinimo metu išimtinai dominavęs kalbėjimas pirmu asmeniu, aiškiai išsakant savo poziciją, supratimą. Konstitucinio Teismo pripažintus kaltinimus reziuumojantis teiginys atskleidžia, jog R. Paksui svarbiausi valstybės interesai. Galima daryti prielaidą, jog tai R. Pakso kaip Prezidento pozicija, tačiau kalboje nuolat matomas neapibrėžtumas, ar R. Pakas kalba kaip valstybės vadovas ar kaip privatus asmuo. Prezidento apeliavimas į žmogaus teises ir laisvės, savo asmeninės būsenos komentavimas (pvz., „veikiamas neatslūgstančios psichologinės įtampos“, „pikčiausiai pjudomas ir juodinamas“, „balansuodamas tarp žmoniškųjų jausmų ir pareigos“ ir pan.) atskleidžia, jog kalboje jis labiau pozicionuoja save kaip žmogų, o ne kaip valstybės vadovą. Tai patvirtina ir vienas iš baigiamųjų kalbos teiginių: *„Dabar Jūs priimsite sprendimą. Kad ir koks jis būtų, priimsiu jį garbingai, kaip žmogus, kuriam rūpi ir visada rūpės valstybės, Tautos, demokratijos, teisingumo ateitis“*. Iš minėtos citatos, kurioje panaudojamas akivaizdžios nuolaidos strategija (žymi šalutinis nuolaidos sakinis, jungtukas „kad ir“), galima matyti, kad R. Paksas vis dar yra ištikimas idėjoms, kurias akcentavo kaip valstybės vadovas, „tautos prezidentas“, tačiau kartu stebima ir tai, kad sprendimą dėl apkaltos jis priims ne kaip Prezidentas, o kaip žmogus, asmeniškai reaguojantis į kilusios politinio skandalo atomazgą. Kalboje atsiskleidžia tai, kad skandalo metu R. Pakso komanda dėjo visas pastangas suformuoti visuomenės požiūrį į R. Paksą ne kaip į valstybės vadovą ar pareigūną, o kaip į tokį pat žmogų kaip ir jie: kartais klystantį, darantį klaidų, galbūt šiek tiek savanaudį (Savukynas, 2004a, p. 87). „Paprasto žmogaus“ įvaizdžio raišką kalboje liudija atviras klaidų pripažinimas: *„Per vienerius – pirmuosius – darbo valstybės vadovo poste metus aš padariau didesnių ir mažesnių klaidų“*. Detalizuodamas Prezidentas mini konkrečią J. Borisovo paskyrimo savo patarėju klaidą. Šiuo atveju reikšmingas ne konkrečios klaidos identifikavimas, o apibūdinimas, kodėl ji buvo padaryta: *„Veikiamas penkis mėnesius neatslūgstančios psichologinės įtampos, balansuodamas tarp žmogiškųjų jausmų ir pareigos <...>“*. Aiškiai matoma Prezidento noras pozicionuoti save kaip paprastą, klystantį žmogų, tačiau po šių teiginių sekęs realios nuolaidos strategijos panaudojimas, atskleidžia ir tas įvaizdžio savybes, kurių galimai Prezidentas nenorėjo pozicionuoti. Teiginyje

„Ištaisiau ją (klaidą), atsiribojau nuo Jurijaus Borisovo, atsiprašau Jūsų, gerbiamieji Seimo nariai“ R. Paksas atsiprašo. Iš vienos pusės atsiprašymas gali būti vertinamas kaip pripažintų klaidų atoveiksmis, tačiau iš kitos pusės, tai yra realiosios nuolaidos strategijos panaudojimo atvejis, išryškinantis tokias Prezidento savybes kaip silpnumas, pažeidžiamumas, ryžto ginti savo poziciją stoka. Atsižvelgdamas į nepalankiai susiklosčiusias aplinkybes R. Paksas pripažįsta savo ankstesnius veiksmus kaip klaidas ir yra priverstas nusileisti. Bandymus pristatyti Seimo nariams R. Paksą kaip klystantį, „paprastą žmogų“ parodo ir kalboje net keletą kartų Prezidento kelti retoriniai klausimai, apeliuojantys į Seimo narių sąžinę, moralę, žmogiškumą. Pavyzdžiui, „*Nejaugi kelios mano padarytos klaidos iš tikrųjų vertos Prezidento apkaltos proceso, pusę metų trukusios sumaišties valstybėje, žmonių mintyse ir širdyse?*“ arba beveik pačioje kalbos pabaigoje nuskambėjęs retorikos klausimas „*Ar niekada Jums neteko suabejoti savo teisumu?*“. Šių retorinių klausimų įtaigumą sąlygoja ir Prezidento sąmoningai panaudojama intymumo strategija. Pavyzdžiui, antro minėto retorinio klausimo atveju, Prezidentas kalba pirmu asmeniu, viešai pripažįsta savo klaidas ir po tiesioginio kreipinio iškelia minėta retorinį klausimą. Intymumo strategijos pagalba kuriamas artimo, nuoširdaus, pasitikinčio klausytoju R. Pakso įvaizdis.

„Paprasto žmogaus“ įvaizdį sustiprina ir kalboje nuolat vyraujantis R. Pakso atskyrimas nuo politinės, valstybinės sistemos. Kaip ir rinkiminės kampanijos metu R. Paksas pozicionuoja save kaip „kitokį“ politiką, nepriklausantį sistemai, esantį už jos ribų. Įtaigią šio įvaizdžio aspekto raišką užtikrina kalboje dažnai naudojama kontrasto strategija. Aptariant R. Pakso gynybą dėl Konstitucinio Teismo išvadų išryškėjo Prezidento bandymas savo veiksmus priešpastatyti kitų valstybės institucijų, politikų veiksams (klaidoms). Kalboje, pasakytoje prieš balsavimą dėl nušalinimo, nustatyta ir daugiau atvejų, kada išryškėja R. Pakso atsiribojimas nuo bendros sistemos. Vienas iš ryškiausių pavyzdžių - po tiesioginio kreipimosi į Seimo narius einantis teiginys: „*Žvelgdamas į Jūsų veidus prisimenu, kas mus siejo ir suvokiu, kas skiria. Nejučia mintyse iškyla „Mažeikių nafta“, 2000-ųjų metų Seimo rinkimai, darbas koalicijoje su Naująja Sąjunga ir, be abejo, daug kas kita*“. Šiame teiginyje netiesiogiai panaudojant kontrasto strategiją ir iškeliant vieną iš labiausiai visuomenėje nuskambėjusių „Mažeikių naftos“ privatizavimo atvejį R. Paksas aiškiai atskiriamas nuo kitų Seimo narių. Tai padaryti padeda faktai: R. Paksas kaip tuometinis ministras pirmininkas atsisakė prasirašyti privatizavimo sutartį ir aiškiai konstatavęs, kad ši sutartis yra balastas Lietuvos ekonomikai, pasitraukė užimamo posto (Savukynas, 2004a, p. 41). Primindamas „Mažeikių naftos“ privatizavimą Prezidentas aiškiai parodo, jog kaip tada, taip ir dabar jis nepriklauso ydingai politinei sistemai ir jos elitui. Tai sustiprina ir kita kalboje minima daug diskusijų visuomenėje sukėlusį „Alitos“ privatizavimo bylą: „*Kai Valstybės saugumo departamentas teigia, jog jokių pažeidimų šioje byloje nėra, man yra visiškai aišku, kad ir specialiosios tarnybos mūsų šalyje yra įtrauktos į politinius procesus*“. Kontrasto strategijos

pagalba aiškiai atskiriamas Valstybės saugumo departamento – „jie“ ir R. Pakso – „aš“ požiūris, pozicija. Taip įtvirtinamas suvokimas, kad „jie“ yra ydingos, korumpuotos sistemos dalis, o „aš“ (Prezidentas), esu „kitoks“.

Kontrasto strategijos panaudojimas analizuotuose pavyzdžiuose formuoja požiūrį, kad politinė, valstybinė sistema yra ydinga, neveiksni. Rinkiminės kampanijos metu dramatinizuoja tuometinę Lietuvos padėtį, būtent ydinga, korumpuota politinė sistema buvo pateikiama kaip pagrindinis R. Pakso „priešas“. Kalboje prieš balsavimą dėl nušalinimo taip pat nustatyta aliuzija į „priešą“.

Kalbėdamas apie Valstybės saugumo departamento pažymoje pateikimą informaciją R. Pakas teigia, kad *„prasimanymų absurdiškumas buvo toks akivaizdus, jog tapo aišku, kad kažkam viso to labai reikia“*. Prezidentas neidentifikuoja galimo „priešo“. Nurodomas „kažkas“, kam buvo naudinga pradėti politinį skandalą. Toliau kalboje pasinaudojant pavyzdžio strategija pristatomi knygoje „Antano Smetonos korespondencija“ aprašytos politinės kovos principai. Šie principai pritaikomi reziumuojant dabartinėje Lietuvos politinėje sistemoje vyraujančius principus: *Politinis nebrandumas ir egoizmas veda į tai, kad oponentas tampa ne pagarbos vertu idėjiniu priešininku, o mirtinu priešu, nes gali atskleisti nešvarius paties kaltintojo darbus. Toks pavojus telkia visą kariauną, ir kova tampa žūtbūtinė“*. Šiuo atveju Prezidentas taip pat nekonkretizuoja „priešo“, tačiau savęs kaip „oponento“ priešpastatymas „kariaunai“, galimai rodo, kad „priešu“ laikomi visi politinės sistemos veikėjai. Teiginyje matoma, kad „kariaunos“ vienytoju laikomas „kaltintojas“ – vienas žmogus, ar institucija. Galimai turima omenyje Valstybės saugumo departamentą, kurio pateikta pažyma davė pradžią politiniam skandalui (Savukynas, 2004a, p. 87). „Kaltintoju“ gali būti laikomas ir tuometinis Seimo pirmininkas Artūras Paulauskas, kuris informavimo apie gautą pažymą ir inicijavo Laikinosios tyrimų komisijos sudarymą. Nėra aišku, ką Prezidentas laiko tikruoju „priešu“, tačiau tai, kad toks priešas egzistuoja ir kad jis prisidėjo prie to, kad dabar balsuojama dėl Prezidento nušalinimo, aiškiai pateikiama R. Pakso kalboje Seime.

Rinkiminės kampanijos metu „priešas“ buvo kuriamas tam, kad pristatyti R. Paksą kaip „kovotoją“. Kalboje prieš balsavimą dėl nušalinimo R. Paksas nepozicionuoja savęs kaip „kovoto“ su egzistuojančiu „priešu“. Pristatant prie aplinkybių aliuzija į „priešą“ panaudojama kaip esamos situacijos paaiškinimas ir kaip R. Pakso kaip „kitokio“ nei kiti politikai, „paprasto žmogaus“ įvaizdžio sustiprinimui. Tikėtina, kad „priešo“ egzistavimo pripažinimas buvo sąmoningai apgalvotas žingsnis, kuris Prezidento nušalinimo atveju būtų kaip paaiškinimas visuomenei.

Kalboje ne kartą minima kilusio skandalo įtaka žmonėms, jų jausmams. Kartu akcentuojant galimas „tikrąsias“ grėsmes nacionaliniam saugumui minimas „Lietuvos žmonių nuskurdinimas, vis didėjantis turtinis atotrūkis“, o baigiant kalbą nurodomas vienas iš aukščiausių tikslų – „sutelktas darbas vardan Lietuvos žmonių“. Minėti pavyzdžiai doru, kad Prezidentas nežymiai, tačiau

pozicionuoja save kaip „paprastą žmogų“, kuris ne tik klysta, bet ir yra artimas, rūpestingas, supranta žmonių problemas. R. Paksas pristatomas kaip neutralus „paprasta žmogus“, atsiribojant ši įvaizdį nuo „kovoto“ už žmonių gerovę įvaizdžio tipo.

Apibendrinant Prezidento Rolando Pakso kalbos, pasakytos prieš balsavimą dėl apkaltos Seime, analizę galima teigti, jog analizuotoje kalboje ryškiausiai atsiskleidė du R. Pakso pozicionuoti įvaizdžiai. Bandydamas ginti savo poziciją ir parodyti, kad jam mesti kaltinimai nėra pakankamas jo kaip Prezidento nušalinimo pagrindas, R. Paksas pozicionuoja save kaip atsakingą, rimtą, kompetentingą, valstybės gerove suinteresuotą vadovą. Kartu kalboje nustatytas ir visiškai priešingas įvaizdis – R. Paksas kaip „paprastas žmogus“, kuris yra artimas, savas, supratingas, tačiau kaip kartu ir klystantis, darantis klaidas, jas taisantis ir panašiai. Šio įvaizdžio tipo pozicionavimas buvo sustiprintas R. Pakso priešpastatymu ydingai, neveiksniams sistemai bei identifikuojant sistemoje veikiančią „priešą“. Taigi kalboje kuriamas įtaigus situacijos suvokimas, R. Paksas – „parastas žmogus“, pripažįstantis elementaraus žmogiškumo sąlygotas prezidentavimo laikotarpiu padarytas klaidas, yra apkaltos proceso objektas, nes sistema - „priešai“ nori pašalinti Prezidentą, kuris buvo „kitoks“ nei dauguma sistemos veikėjų. Kalboje sėkmingai išnaudojami du aspektai. Viena vertus, akcentuojamas Prezidento veiksmingumas ir šiam bruožų rinkiniui būdingos savybės, per tai stengiantis racionaliai ir argumentuotai paaiškinti susiklosčiusią situaciją. Kita vertus, pozicionuojant R. Paksą kaip „paprastą žmogų“ kuriamas įtaigus emocinis poveikis. Šių dviejų skirtingų R. Pakso įvaizdžio aspektų akcentavimas ir pristatymas vienoje kalboje buvo sąmoningas ir apspręstas galutinio tikslo – įtikinti Seimo narius balsuoti prieš Prezidento nušalinimą.

3.3.2 Prezidento įvaizdžiai viešame kreipimesi į visuomenę

„Prezidento Rolando Pakso viešo kreipimosi į visuomenę“ analizės metu nustatyta, kad šioje kalboje per įvairių kalbėjimo strategijų panaudojimą R. Pakas pozicionuojamas kaip „kovotojas“, „paprastas žmogus“ ir „auka“. Šių įvaizdžio tipų pozicionavimas atskleidžia aplinkos poveikio sąlygotą R. Pakso įvaizdžio dinamiškumą.

Analizuojamoje kalboje išryškėja R. Pakso kaip „kovotojo“ įvaizdis. Dar rinkiminės kampanijos metu sukurta ir pristatyta „kovoto“ įvaizdinė figūra buvo paremta dviem aspektais – R. Paksas kaip „kovotojas“ prieš ydingą sistemą ir R. Paksas kaip „kovotojas“ už visuomenės gerovę (Savukynas, 2004a, p. 44-45). Viešame kreipimesi į visuomenę, likus vos dienai iki Seimo narių balsavimo dėl Prezidento nušalinimo, R. Paksas pozicionuoja abu „kovoto“ įvaizdžio aspektus. Pristatant R. Paksą kaip „kovotoją“ prieš neveiksnią, ydingą sistemą ypatingą vaidmenį atlieka tikslinis kontrasto strategijos panaudojimas, kurios dėka R. Paksas atskiria save nuo priešininkų:

„<...> sistema, prieš kurią, eidamas į valstybės vadovo postą, pasiryžau kovoti <...>“*. Pati sistemos sąvoka yra labai plati ir klausytojui gali būti sunku suvokti, kokius tos sistemos elementus ar dalyvius Prezidentas turi omenyje. Savo ruoštas R. Paksas, neįvardindamas konkrečių asmenų, duoda užuominą, jog sistemai priskirtini politikai: „<...> daugelis politikų Jus prisimena tik tada, kai eina į valdžią ir jiems reikia Jūsų balsų“. Minėtose citatose R. Paksas pozicionuojamas kaip „vienišas kovotojas“, o kartu kuriamas jo kaip „kitokio“ nei kiti politikai įvaizdis. „Kovotojo“ prieš ydingą sistemą įvaizdį sustiprina ir akcentuojama „sistemos“ įtaką kilusiam skandalui ir susidorojimui su Prezidentu: „*Esu įsitikinęs: jeigu aš ir mano patarėjai nebūtume bandę griauti korumpuotos sistemos, nebūtų ir šio skandalo*“. Sustiprinimo strategijos pagalba (žymi žodžiai „esu įsitikinęs“) R. Paksas ir jo komanda atskiriami nuo „korumpuotos sistemos“. Varijavimas įvardžiais (aš/mano) leidžia priešpastatyti save ir savo šalininkus „korumpuotai sistemai“ („jie“). Kontrasto strategijos pagalba sąmoningai kuriamas „priešas“, kuris pateikimas kaip susiklosčiusios situacijos kaltininkas ir kaip visiška R. Pakso priešingybė: „<...> aš moku brangią kainą už bandymą priešintis sistemai, kurios dalimi turėjau būti, tačiau nesutikau su tokiu man skirtu vaidmeniu“.

Reikšminga akcentuoti tai, jog R. Paksas pozicionuoja save buvusį „kovotoją“ (naudojami būtojo laiko veiksmazodžiai). Aiškiai parodoma, jog šis įvaizdžio tipas buvo svarbiausias R. Paksui einant į prezidento postą ir užimant jį iki skandalo pradžios. Situaciją kardinaliai keičia kalbos pabaigoje panaudojant akivaizdžios nuolaidos (žymi šalutinis nuolaidos sakiny) ir sustiprinimo (žymi žodžių darinys „noriu patikinti“) strategijas išsakyti R. Pakso žodžiai: „<...> noriu patikinti: kad ir kas būčiau, kad ir kur būčiau, neatsisakysiu savo siekių, dėl kurių ėjau į Prezidento pareigas. Visada kovosiu prieš tikrąsias, o ne išgalvotas grėsmes valstybės nacionaliniam saugumui. Kovosiu prieš žmonių nuskurdinimą, korupciją, vis didėjantį turtinį atotrūkį, Europos Sąjungos lėšų grobstymą, narkomaniją ir narkomafiją, organizuotą nusikalstamumą, savanorišką dėl nepakeliamo vargo Lietuvos žmonių tremtį į svetimus kraštus“. Kalbėjimas pirmu asmeniu, savo vardu sustiprina pasakytų žodžių įtaigumą ir parodo, kad R. Pakso kaip „kovotojo“ už visuomenės gerovę ir prieš korumpuotą elitą įvaizdis nėra vien praeitis. Tai ir ateities siekis, pateikiamas kaip savotiškas pažadas jį palaikančios tikslinėms grupėms.

Kalboje nustatytas R. Pakso įvaizdžių atskyrimą laike: koks R. Paksas buvo, koks jis yra dabar ir koks bus. Akcentuojama, jog R. Paksas buvo ir bus „kitoks“ politikas – „kovotojas“ už visuomenės gerovę ir prieš ydingą, korumpuotą sistemą. Tuo tarpu dabarties įvaizdis, paremtas kalboje atsikleidžiančiais R. Pakso kaip „aukos“ ir kaip „paprasto žmogaus“ („liaudies prezidento“) įvaizdžio tipais.

* 3.2 dalyje naudojamos citatos iš *Prezidento Rolando Pakso viešas kreipimasis į visuomenę* [interaktyvus]. Vilnius, 2004 m. balandžio 10 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.president.lt/one.phtml?id=4877>>.

Aptariant R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“ įvaizdžio raišką analizuojamoje kalboje, reikšminga paminėti, jog šioje kalboje išryškėja dvejetainis „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipo pozicionavimas. Visos R. Pakso politinės karjeros metu šis įvaizdžio tipas prisitaikant prie konkrečių aplinkybių buvo papildytas skirtingų savybių. Kaip jau buvo minėta, rinkiminės kampanijos metu šio tipo pagrindą sudarė R. Pakso atribojimas su sistemos ir visuomenės trokštamo socialinio teisingumo atstatymo poreikio pozicionavimas (Savukynas, 2004a, p. 51). Kilus politiniam skandalui ir bandant pateisinti R. Pakso klaidas, nusikaltimus „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipas buvo papildytas žmoniškųjų savybių, siekiant, kad visuomenė vertintų R. Paksą kaip tokį patį paprastą žmogų kaip ir jie. Kaip žmogų, kuris ne tik mato pas pačias visuomenei reikšmingas problemas, siekia tų pačių tikslų (socialinio teisingumo atstatymas), bet ir kaip žmogų, kuris kaip visi klysta (Savukynas, 2004a, p. 87). Analizuojamoje kalboje aptinkamas abiejų šio įvaizdžio tipo variacijų pozicionavimas.

Pirmiausia R. Paksas siekia parodyti save kaip „paprastą žmogų“, kuriam svarbiausia visuomenės gerovė. Apibendrinimo strategijos pagalba dramatinizuojama esama padėtis: „<...> *po keturiolikos laisvės metų, kenčiate nuo nepriteklių ir išgyvenate nerimą dėl savo ir savo vaikų ateities*“. Prezidentas kalba visiems Lietuvos žmonėms, kurių materialinė ir socialinė padėtis yra skirtinga, tačiau sąmoningai atskiriems sluoksniams būdingos savybės kaip nepriteklius, nerimas dėl ateities, priskiriamos visiems žmonėms. Esamos situacijos dramatinizavimas panaudojamas R. Pakso kaip „kitokio“ nei kiti politikai įvaizdžio įtvirtinimui: „*Susitikdamas su Jumis Lietuvos miestuose ir kaimuose, matau Jus vargstančius ir paliktus likimo valiai, nes daugelis politikų Jus prisimena tik tada, kai <...> jiems reikia Jūsų balsų. Po to, kai išsidalijamos vietos valdžios struktūrose, politikai neretai pamiršta žmogų ir jo rūpesčius*“. Kontrasto strategijos pagalba R. Paksas pozicionuojamas kaip artimas, savas, rūpestingas, visuomenės problemas suprantantis politikas. Išryškinamos R. Pakso savybės per kontrasto strategijos panaudojimą priešpastatomos kitų politikų savybėms. Taip aiškiai atskiriama koks (teigiamas) esu „aš“ ir kokie (neigiami) yra „jie“.

Minėti pavyzdžiai rodo, kad R. Paksas labiau bando pozicijuoti save kaip „paprastą žmogų“, suprantantį žmones ir jų problemas, o ne kaip „kovotoją“ už jų gerovę. Minėto įvaizdžio sustiprinimą lemia kalboje per kontrasto strategijos panaudojimą atskiriama Prezidento asmeninė gerovė ir visuomenės gerovė, sumenkinant pirmosios reikšmę: „*Atsistatydinti būtų lengviausia, tačiau aš atėjau į šį postą ne tam, kad panaudočiau jį asmeninei gerovei. <...> kad kartu su Jumis keisčiau visų mūsų gyvenimą*“. Asmeninės gerovės priešpastatymas visuomenės gerovei įtvirtina R. Pakso kaip nuoširdaus, „paprasto žmogaus“ įvaizdį. R. Paksas pozicionuojamas kaip nuoširdus, artimas, atviras, rūpestingas Prezidentas, kurio prioritetas ne asmeninė gerovė, o visuomenės poreikiai. Pagrįstumą šiam įvaizdžiui duoda realus kontekstas – pagal LR Prezidento įstatymo 23

str. (1993) Prezidentui atsistatydinus jam suteikiamos visos socialinės garantijos: valstybinė renta, apsauga, aptarnaujantis personalas ir t.t. Nušalinimo atveju minėtos socialinės ir materialinės garantijos neužtikrinamos. Žinomas kontekstas netiesiogiai pozicionuoja R. Paksą kaip „kovotoją“, kuris vardan dar rinkiminės kampanijos metu aiškiai įvardyto kovos objekto – visuomenės gerovės – yra pasiryžęs paaukoti savo asmeninę gerovę. Kartu minėtoje citatoje išreikštas prezidento noras keisti „visų mūsų gyvenimą“ atskleidžia R. Pakso kaip buvusio „kovotojo“ įvaizdį. Aiškiai parodoma, jog pokyčiai buvo jo prioritetas, tačiau esama situacija sutrukdė šio prioriteto įgyvendinimui. Demonstruojama, jog dabartinis Prezidentas yra tik rūpestingas, supratingas „paprastas žmogus“, kuriam svarbiausia visų Lietuvos žmonių gerovė.

R. Pakso susitapatinimą su liaudimi atskleidžia ir tikslinis apeliacijos strategijos panaudojimas, kada apeliuojama į neapibrėžto objekto – įtakingųjų žodžius: „<...> jūs, atseit, nemokėjote, nesugebėjote atsilaužti savo karsnio nuo valstybės kepalą, o mes mokame ir sugebame“. Šis apeliacijos strategijos panaudojimas išsiskiria tuo, kad apeliuojama ne į autoritetą ir ne tam, kad jo pagalba sustiprinti savąjį autoritetą, o priešingai tam, kad sumenkinti objektą (įtakinguosius), išryškinti jo neigiamas savybes, jas priešpastatant Prezidento teigiamam įvaizdžiui.

Kalboje matomas Prezidento noras sukurti intymią atmosferą, kurioje viešas kreipimasis į visuomenę būtų tarsi atviras R. Pakso pašnekesys su kiekvienu klausytoju, kiekvienu paprastu žmogumi. Prie minėtos atmosferos kūrimo prisideda kalboje nuolat naudojami kreipiniai kaip „mielieji Lietuvos žmonės“, „brangieji“ ir panašiai. Didelės įtakos turi ir kalboje vyraujantis R. Pakso kalbėjimas pirmu asmeniu bei aktyviai naudojama intymumo strategija. Reikšminga išskirti keletą itin įtaigių intymumo strategijos panaudojimo atvejų. Pirmiausia, kalboje išsakytas teiginys: „Žinau, kad Jus žeidžia neslepiamas įtakingųjų cinizmas <...>“. Prezidentas susitapatina su žmonėmis, mes jis žino, kas žeidžia liaudį. Kitas, iš bendro konteksto išsiskiriantis intymumo strategijos panaudojimas analizuojamoje kalboje savitas tuo, kad nenaudojant jokių konkrečių intymumą atspindinčių frazių, sukuriamas artumo, atvirumo pojūtis: „Prezidento pareigos man suteikė neįkainojamą galimybę nuolat jausti tvirtą ryšį su Jumis“. Citata atskleidžia tiesioginį R. Pakso bandymą pozicionuoti save kaip „paprastą žmogų“. Galiausiai kalboje netgi išsakoma atvira padėka žmonėms: „Dėkoju Jums už nuoširdumą, pasitikėjimą, žmogiškąjį gerumą – už viską, ką patyriau sunkiomis valandomis būdamas su Jumis“. Kalbėjimas pirmu asmeniu ir prieš tai panaudotas kreipinys „brangieji“ sukuria betarpiškumo pojūtį, kurio metu intymumo strategijos pagalba R. Paksas parodomas ne tik kaip „paprastas žmogus“, kuris suprato visuomenės problemas, norėjo padėti, bet ir kaip „paprastas žmogus“, kuris yra dėkingas žmonėms už palaikymą ir panašiai. Ne kartą kalboje atvirai išreikšta padėka žmonėms, pozicionuoja Prezidentą kaip itin artimą, savą, nuoširdų, kartu toks kalbėjimas sąlygoja emocinio poveikio užtikrinimą, kurio pagalba daroma įtaką klausytojui, kontroliuojamas pateikiamos informacijos suvokimas (Bielinis, 1996, p.

84). Sukurta intymi atmosfera ir Prezidento betarpiškas susitapatinimas su paprastais žmonėmis išnaudojamas, R. Paksui kalbant apie kilusį skandalą.

Viešame kreipimesi Prezidentas nesigilina ir nekommentuoja Konstitucinio Teismo išvadų, o visą dėmesį sutelkia į pirminius Valstybės Saugumo departamento jam mestus kaltinimus, jog LR Prezidentas yra susijęs su tarptautiniais nusikaltėliais ir tai kelia grėsmę Lietuvos nacionaliniam saugumui (Lopata; Matonis, 2004, p. 293). LR Seimo Laikinosios Tyrimų komisijos išvados patvirtino Prezidentui mestus kaltinimus, tačiau Konstitucinio Teismo galutinėje išvadoje trys R. Pakso veiksmai buvo pripažinti kaip šiukščiai pažeidžiantys LR Konstituciją, tačiau tai nebuvo įvertinta kaip grėsmė Lietuvos nacionaliniam saugumui (*Lietuvos Respublikos Konstitucinis...*, 2004, p. 57 – 58). Panaudodamas apibendrinimo strategiją R. Paksas veda klausytoją link jam palankios situacijos modelio, kada nekalbama apie LR Konstitucijos pažeidimus, o akcentuojami pirminiai jam mesti kaltinimai – „absurdiški prasimanymai“: „*Neliko nė užuominos apie ryšius su kitos valstybės nusikaltėliais, kaip buvau apšmeižtas pirmąją skandalo dieną. Nieko jau negirdėti ir apie grėsmes valstybės nacionaliniam saugumui*“.

Sukurta betarpiškumas su klausytoju išnaudojamas ir priešpastatant Lietuvos problemas (dvigubi standartai, organizuotas užsakomasis teisingumas ir pan.) Europos vertybėms (žmogaus teisės ir laisvės). Taip sąmoningai bandoma formuoti klausytojo nuomonę apie kilusį skandalą, kurio metu (R. Pakso tikinimu) ir išryškėjo sistemos ydos bei (jo) laisvių ir teisių pažeidimai.

Aptartas vienas „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipo aspektas yra dominuojantis kalboje, tačiau R. Paksas pozicionuoja ir antrąjį „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipo aspektą, kada Prezidentas parodomas kaip paprastas, klystantis žmogus.

Viešame kreipimesi R. Paksas atvirai pripažįsta savo ir savo komandos padarytas klaidas: „*Neneigiu klaidų. Padariau jų ir mažesnių, ir didesnių. Neseniai apmaudžiai suklydau <...>. Šią klaidą ištaisiau. Atsiribojau nuo buvusio savo rėmėjo*“ arba „*Turiu pripažinti, kad mano komandai kartais trūko profesionalumo <...>*“. Tai yra realiosios nuolaidos strategijos panaudojimas, kada prisitaikant prie susiklosčiusių aplinkybių R. Paksas nusileidžia. Iš vienos pusės realios nuolaidos strategijos panaudojimas parodo R. Paksą kaip silpną, pažeidžiamą, neryžtingą politiką, tačiau R. Pakso kalbėjimas neleidžia priskirti jam šių savybių. Prezidentas pripažįsta padarytas klaidas, tačiau greta visada eina jo poziciją sustiprinantis paaiškinimas, kaip pavyzdžiui: „*Pripažindamas klaidas, kurių neišvengiau, vis dėlto noriu pasakyti: jos nebuvo tokios, kad padarytų žalos Lietuvai <...> šalies žmonių interesams*“. Veiksmų prieštaraujančių LR Konstitucijai (tai pripažino Konstitucinis Teismas) vadinimas „klaidomis“ sumažina padarytų nusižengimų svarbą ir parodo R. Paksą ne kaip esminės klaidas padariusį valstybės vadovą, o kaip tiesiog suklydusį žmogų. Tai patvirtina ir R. Pakso paaiškinimas, kad J. Borisovo paskyrimas patarėju buvo „bandymas remtis vien žmogiškaisiais jausmais“.

R. Pakso kaip paprasto, klystančio žmogaus pozicionavimas atsiskleidžia per realiosios nuolaidos ir pakartojimo (žymi žodžių darinys „dar kartą“) strategijų panaudojimą, kada Prezidentas, pripažinęs klaidas, nevengia atvirai atsiprašyti: „*Dar kartą nuoširdžiai atsiprašau Jūsų, jei Jus užgavo kai kurie mano sprendimai ar poelgiai*“. Neabejotinai atsiprašymo tikslas yra dar labiau sustiprinti R. Pakso kaip klystančio, „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipą, tačiau kalboje per minėto įvaizdžio tipo pozicionavimą apsiskleidžia ir R. Pakso kaip „aukos“ įvaizdis: „*Atsiprašau ir už tai, kad nepajėgiau apsaugoti Jūsų nuo psichologinės įtampos ir neteisybės, kurią patiriate neatgaudami indėlių ir žemės, nerasdami teisybės valdininkų kabinetuose ir teismuose*“. Citatoje pateikiamas R. Pakso prisipažinimas, kad šis nesugebėjo apsaugoti Lietuvos žmonių. Tolesnis kalbėjimas atskleidžia ir Prezidento neveiksnumo priežastis: „*<...> išgyvenu, kad nedaug įstengiu Jums padėti, nes sistema, prieš kurią, eidamas į valstybės vadovo postą, pasiryžau kovoti, yra daug galingesnė, negu Jūs galite įsivaizduoti*“. Kontrasto strategijos pagalba R. Pakso siekis padėti visuomenei priešpastatomi galingai, ydingai sistemai. Įvardžių pagalba aiškiai atskiriama, kad „aš“ „išgyvenu“, „neįstengiau padėti“, „ryžausi kovoti“. Visa tai priešpastatoma „jiems“, sudarantiems galingą sistemą. Kontrasto strategijos pagalba R. Paksas pozicionuojamas kaip korumpuotos, galingos sistemos „auka“. Atsižvelgiant į visą kalbos testą, galima daryti prielaidą, kad net ir akivaizdžiais prisipažinimais ir atsiprašymais buvo siekiama sustiprinti R. Pakso kaip paprasto, klystančio žmogaus įvaizdį, tačiau minėtos citatos ir panaudotos kalbėjimo strategijos atskleidžia tokias R. Pakso savybes kaip silpnumas, pažeidžiamumas.

Aptarti „paprasto žmogaus“, „kovotojo“ ir „aukos“ įvaizdžių tipai yra dominuojantys analizuojamoje kalboje. Greta jų viešame kreipimesi į visuomenę nustatyti ir dar keli itin nežymiai pozicionuojami įvaizdžiai. Viena iš jų – R. Paksas kaip „šeimos žmogus“. Kalboje tik kartą minima šeima, tačiau panaudota intymumo strategija suteikia ypatingą svarbą R. Pakso teiginiui: „*Už itin didelę ir svarbią man paramą dėkoju žmonai Laimai, savo vaikams, kuriems likimas lėmė sunkų, sakyčiau, negailestingą išbandymą*“. Intymumo strategijos pagalba Prezidentas ne tik išreiškia padėką savo šeimai, bet kartu (kaip pridera „šeimos žmogui“) demonstruoja nuoširdų susirūpinimą. Tai pozicionuoja jį kaip artimą, globėjišką „šeimos žmogų“.

Analizuotoje kalboje nustatyti ir nežymūs R. Pakso bandymai pozicionuoti save kaip „tautos prezidentą“ (šis įvaizdžio aspektas buvo itin aktyviai naudotas visą prezidentavimo laikotarpį). Tai atskleidžia tokie R. Pakso teiginiai kaip „*aš raginu: nenusivilkime savimi ir savo šalimi. Nenusivilkime demokratija ir teisingumu*“ (žodžių dariniai „aš raginu“ rodo sustiprinimo strategijos panaudojimą) arba „*linkiu visada būti aktyviais savo šalies piliečiais*“. Kartu kalboje labai nežymiai akcentuojamas R. Pakso pamaldumas. Apeliacijos į artėjančias Šventas Velykas, Kristaus prisikėlimą pozicionuoja R. Paksą kaip nuosaikų kataliką, tačiau tai nėra „mistinio lyderio“ tipo atstovavimo atvejis.

Apibendrinant „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso viešo kreipimosi į visuomenę“ analizę galima teigti, jog panaudojant įvairias kalbėjimo strategijas R. Paksas pozicionuoja tris pagrindinius įvaizdžio tipus – „kovotojo“, „paprasčio žmogaus“ ir „aukos“. Nustatyti įvaizdžiai yra aiškiai atribojami laiko atžvilgiu: praeitis, dabartis, ateitis. Kalboje išryškėja, kad R. Paksas kaip „kovotojas“ buvo praeityje (rinkiminės kampanijos metu ir prezidentavimo laikotarpiu iki skandalo) ir kad šio įvaizdžio tipo pozicionavimas yra R. Pakso ateities siekis. Parodoma, kad R. Paksas atėjo į prezidento postą, siekdamas kovoti prieš ydingą sistemą ir už visuomenės gerovę ir kad jis neatsiriboja nuo šių siekių ateityje, nepriklausomai nuo Seimo narių balsavimo rezultatų. Tuo tarpu dabartyje, esamoje situacijoje (kai liko diena iki Seimo narių balsavimo dėl Prezidento nušalinimo) identifikuoti R. Pakso kaip „paprasčio žmogaus“ ir „aukos“ įvaizdžiai. Kalbos analizė parodė, kad R. Pakso kaip „paprasčio žmogaus“ įvaizdis yra rinkiminės kampanijos, prezidentavimo laikotarpio ir kilusio skandalo darinys, t. y. atsižvelgiant į politinės situacijos pokyčius, šis įvaizdžio tipas buvo papildomas naujomis savybėmis. Kalboje R. Pakso atstovaujamas „paprasčio žmogaus“ įvaizdis pristato Prezidentą ne tik kaip artimą, supratingą, visuomenės gerovę ir problemų sprendimu suinteresuotą politiką, bet ir kaip tokį pat paprastą ir klystantį žmogų kaip visi. Kalbos analizės metu nustatytas ir R. Pakso kaip „aukos“ įvaizdis. Vyrauja R. Pakso priešpastatymas ydingai, korumpuotai ir galingai sistemai. Tai išnaudojama R. Pakso kaip „aukos“ įvaizdžio tipo pozicionavimui, nes galinga sistema pateikiama kaip esamos situacijos (kada Prezidentas nebėra „kovotoju“, „stipriu lyderiu“ galinčiu padėti žmonėms) kaltininkas.

3.3.3 Teorinių ir apkaltos proceso metu pasakytose kalbose nustatytų Prezidento įvaizdžių palyginimas

Analizuotose apkaltos proceso metu pasakytose Prezidento Rolando Pakso kalbose buvo nustatyti dominuojantys R. Pakso įvaizdžiai. Siekiant palyginti šio laikotarpio kalbose išryškėjusius R. Pakso įvaizdžius su teorinėje literatūroje apkaltos proceso metu R. Paksui priskiriamais įvaizdžiais, buvo sudaryta įvaizdžių palyginimo lentelė (2 lentelė).

2 lentelė. Prezidento Rolando Pakso teorinių ir tyrimo metu nustatytų dominuojančių
įvaizdžių palyginimas
(2004 m. kovo 8 d. – 2004 m. balandžio 6 d. laikotarpiu)

Teoriniai Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai*	Kalboje Seime nustatyti R. Pakso įvaizdžiai	Įvaizdžio tipų identifikavimą žyminčios kalbėjimo strategijos	Viešame kreipimesi į visuomenę nustatyti R. Pakso įvaizdžiai	Įvaizdžio tipų identifikavimą žyminčios kalbėjimo strategijos
„Paprastas žmogus“	+	Realios nuolaidos, apibendrinimo, intymumo, kontrasto,	+	Apibendrinimas, kontrasto, apeliacijos, intymumo, realioji nuolaida, sustiprinimas, pakartojimas
„Kovotojas“ prieš sistemą ir už visuomenės gerovę			+	Kontrasto, sustiprinimo, akivaizdi nuolaida
„Auka“			+	Realioji nuolaida, kontrastas

* Teoriniai Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai išskirti remiantis V. Savukyno knygoje „*Maištininko*“ mitologijos: *Rolando Pakso įvaizdžiai* (2004), R. Lopatos; A. Matonio knygoje *Prezidento suktukas* (2004) pateikiama informacija.

Analizės metu nustatyta, kad tirtose kalbose R. Paksas pozicionuojamas kaip „paprastas žmogus“. Kalbose išryškėjo abi „paprasto žmogaus“ įvaizdžio tipui priskiriamos savybių grupės. R. Paksas pristatomas kaip žmogiškas, klystantis, bet kartu ir artimas, savas, rūpestingas, suprantantis visuomenės problemas.

Lyginant kalbose nustatytus R. Pakso įvaizdžius su teorinėje literatūroje identifikuojamais R. Pakso įvaizdžiais apkaltos proceso metu, paaiškėjo, kad bendrai šiam laikotarpiui priskiriamose analizuotose kalbose nustatyti visi teorinėje literatūroje akcentuojami, dominuojantys R. Pakso įvaizdžiai – „paprasto žmogaus“, „kovoto“ ir „aukos“.

Kalboje, pasakytoje Seime prieš balsavimą dėl nušalinimo, identifikuotas ir teorinėje literatūroje neminimas R. Pakso įvaizdžio aspektas. Šioje kalboje greta dominuojančio „paprasto žmogaus“ įvaizdžio R. Paksas pozicionuojamas ir kaip atsakingas, rimtas, kompetentingas vadovas, galintis argumentuotai apginti savo poziciją, kilusio skandalo ir Konstitucinio Teismo pripažintų pažeidimų atžvilgiu. Atsižvelgiant į kalbos specifiką ir tyrimo metu nustatytą pagrindinį šios kalbos tikslą – įtikinti Seimo narius balsuoti prieš Prezidento nušalinimą, R. Pakso pozicijuotos savybės negali būti priskiriamos nė vienam iš jo įvaizdžių. Galima daryti prielaidą, jog šių savybių akcentavimas buvo sąlygotas susiklosčiusios situacijos ir subjektyvių Prezidento R. Pakso tikslų.

Viešame kreipimesi į visuomenę greta dominuojančių R. Pakso įvaizdžių nustatytas ir nežymus „tautos prezidento“ bei „šeimoms žmogaus“ įvaizdžių pozicionavimas, tačiau šie įvaizdžiai nebuvo dominuojantys analizuotoje kalboje.

Apibendrinant galima teikti, kad apkaltos proceso laikotarpiui priskirtinų kalbų analizės rezultatai patvirtino teorijoje vyraujančias nuostatas Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio atžvilgiu. Tyrimo metu kalbose nustatyti dominuojantys Prezidento R. Pakso įvaizdžiai sutampa su teorinėje literatūroje apkaltos proceso laikotarpiu identifikuojamais R. Pakso įvaizdžiais.

IŠVADOS

1. Politinės komunikacijos procesas yra dinaminė struktūra, kurioje veikia trys pagrindiniai elementai – politikos veikėjai, žiniasklaida ir auditorijos (visuomenė). Šių elementų tarpusavio komunikacija realizuojama per kalbą, kas suponuoja, kad politinės komunikacijos pagrindas yra politinis kalbėjimas arba politinė retorika.

2. Politinė retorika yra tikslinis politikos veikėjų kalbėjimas. Strategiškai apgalvotose politinėse kalbose panaudojamos kalbėjimo strategijos, kurios įgalima orientuoti kalbą į konkrečius, specifinius tikslus. Vienas iš svarbiausių politikų specifinių tikslų, realizuojamų per kalbą, – politinio įvaizdžio raiška.

3. Politinio įvaizdžio formavimo proceso metu politinio įvaizdžio forma užpildoma turiniu – universaliomis, tikslinių auditorijų poreikius atitinkančiomis savybėmis. Konkrečios savybės grupuojamos tarpusavyje ir išskiriami įvaizdžio tipai. Įtaigus, šiuolaikinis politinis įvaizdis yra įvairių, universalių savybių, būdo bruožų ir įvaizdžio tipų rinkinys.

4. Politinės komunikacijos, politinės retorikos ir politinio įvaizdžio tarpusavio priklausomybę žymi tai, kad politinė komunikacija realizuojama per kalbą, kuri panaudojama kaip politinio įvaizdžio raiškos priemonė.

5. Išanalizavus teorinius Lietuvos politiko Rolando Pakso įvaizdžius 2002 – 2004 metų laikotarpiu nustatyta, kad šį laikotarpį skirstant į tris pagrindinius etapus (rinkiminės kampanijos į prezidento postą, prezidentavimo ir apkaltos proceso etapas), atskleidžiama R. Pakso įvaizdžių kaita:

- a) Rinkiminės kampanijos į prezidento postą metu R. Pakso įvaizdį sudarė „paprasčio žmogaus“, „kovotojo“, „stipraus lyderio“, „šeimos žmogaus“ ir „mistinio lyderio“ įvaizdžio tipai.
- b) Prezidentavimo laikotarpiu dominavo R. Pakso kaip „paprasčio žmogaus“, „tautos prezidento“, „kovotojo“, „stipraus lyderio“, „šeimos žmogaus“ įvaizdžiai.
- c) Apkaltos proceso metu Prezidento R. Pakso įvaizdis buvo paremtas „paprasčio žmogaus“, „kovotojo“ ir „aukos“ įvaizdžio tipais.

Visą analizuojamą R. Pakso politinės karjeros laikotarpį, jo įvaizdis nebuvo keičiamas iš esmės, tačiau atsižvelgiant į politinę situaciją ir tikslinių auditorijų poreikius buvo pasirenkami ir akcentuojami tuo momentu svarbiausi ir įtaigiausi įvaizdžiai.

6. Ištyrus Prezidento Rolando Pakso įvaizdžių raišką skirtingus prezidentavimo laikotarpius žyminčiose oficialiose kalbose, nustatyta, kad:

- a) Inauguracinėse kalbose dominuoja Prezidento Rolando Pakso kaip „paprasčio žmogaus“ ir „tautos prezidento“ įvaizdžiai. Inauguracinėje kalboje, pasakytoje iškilmingame

Seimo posėdyje, panaudotų sustiprinimo, akivaizdžios nuolaidos, intymumo, apibendrinimo, apeliacijos, pakartojimo, pataisymų ir suminkštinimo strategijų pagrindu nustatyta, kad šioje kalboje vyrauja R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“, „tautos prezidento“ ir „šeimos žmogaus“ įvaizdžiai. Inauguracinėje kalboje, skirtoje visuomenei, per sustiprinimo, intymumo, apibendrinimo, pakartojimo, apeliacijos ir kontrasto strategijų panaudojimą nustatyta, kad Prezidentas R. Paksas pozicionuoja du pagrindinius įvaizdžius - „tautos prezidento“ ir „paprasto žmogaus“.

b) Lyginant inauguracinių kalbų, kaip žyminčių R. Pakso prezidentavimo laikotarpį (iki apkaltos proceso pradžios), tyrimo rezultatus su teorinėje literatūroje šiuo laikotarpiu išskiriamais R. Pakso įvaizdžiais nustatyta, kad analizuotose kalbose R. Pakso pozicionuojami įvaizdžiai iš dalies sutampa su teorinėje literatūroje dominuojančiais laikomais R. Pakso įvaizdžiais. Analizuotose kalbose nustatyti dominuojantys Prezidento R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“, „tautos prezidento“ ir „šeimos žmogaus“ įvaizdžiai laikomi dominuojančiais ir teorijoje, tačiau teorinėje literatūroje vyraujančiais prezidentavimo laikotarpiu laikomi ir tokie įvaizdžio tipai kaip „kovotojo“ ir „stipraus lyderio“. Šie įvaizdžio tipai nebuvo nustatyti analizuotose inauguracinėse kalbose.

c) Apkaltos proceso laikotarpį žyminčiose kalbose dominuoja Prezidento R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“, „kovotojo“ už visuomenės gerovę ir „aukos“ įvaizdžiai. Kalboje, skirtoje visuomenei, likus dienai iki balsavimo dėl Prezidento nušalinimo, panaudotų kontrasto, intymumo, sustiprinimo, apeliacijos, realiosios nuolaidos, akivaizdžios nuolaidos, pakartojimo ir apibendrinimo strategijų pagrindu nustatyta, kad šioje kalboje vyrauja Prezidento R. Pakso kaip „paprasto žmogaus“, „kovotojo“ ir „aukos“ įvaizdžiai. Kalboje, pasakytoje Seime prieš balsavimą dėl nušalinimo, per realios nuolaidos, intymumo, kontrasto ir apibendrinimo strategijų panaudojimą nustatyta, kad Prezidentas R. Paksas pozicionuoja „paprasto žmogaus“ įvaizdį.

d) Lyginant kalbų tyrimo rezultatus su teoriniais duomenimis apie apkaltos proceso laikotarpiu dominuojančius įvaizdžius prieita išvados, kad kalbose nustatyti R. Pakso įvaizdžiai sutampa su teorinėje literatūroje išskiriamais R. Pakso įvaizdžiais, vyraujančiais apkaltos proceso metu.

7. Tyrimo rezultatai parodė, kad kalbėjimo strategijų nustatymo tekste tyrimo pagrindu oficialiose kalbose buvo nustatyti konkretūs Prezidento R. Pakso pozicionuoti įvaizdžiai. Tai patvirtino pirmąją hipotezę, kad oficialios kalbos yra Prezidento Rolando Pakso įvaizdžio raiškos priemonė.

8. Tyrimo metu lyginant skirtingus R. Pakso prezidentavimo laikotarpio etapus žyminčių kalbų tyrimo rezultatus su teorinėje literatūroje tiems etapams priskiriamais R. Pakso įvaizdžiais prieita išvados, kad kalbose nustatyti ir teorijoje išskiriami Prezidento R. Pakso įvaizdžiai sutampa iš dalies, nes prezidentavimo laikotarpį (iki apkaltos) žyminčiose kalbose buvo nustatyta tik dalis teorijoje dominuojančiais laikomų Prezidento R. Pakso įvaizdžių. Ši išvada lemia, kad antroji hipotezė, jog teorijoje išskiriami Prezidento Rolando Pakso įvaizdžiai ir tyrimo metu oficialiose kalbose nustatyti R. Pakso pozicionuojami įvaizdžiai sutampa patvirtinta iš dalies.

9. Magistro darbo tyrimo metu, atsižvelgiant į ribotą darbo apimtį, prezidentavimo laikotarpiu (iki apkaltos proceso pradžios) buvo analizuotos inauguracinės Rolando Pakso kalbos. Kalbose buvo nustatyta tik dalis teorinėje literatūroje minimų R. Pakso įvaizdžių. Tikėtina, kad jei analizei būtų pasirinkta didesnė imtis, būtų nustatyti visi teorinėje literatūroje išskiriami R. Pakso įvaizdžiai prezidentavimo laikotarpiu.

10. Magistro darbo tyrime panaudota patikslinta kalbėjimų strategijų nustatymo metodika gali būti pritaikyta tiriant ne tik Rolando Pakso, bet ir bet kurio kito politiko, politinės partijos įvaizdžių raišką kalbose. Tiriant politinį įvaizdį kalbėjimo strategijų nustatymo pagrindu, būtina identifikuoti konkrečius tiriamo politinio veikėjo įvaizdžio tipus ar jo atstovaujamas savybes. Kalbėjimo strategijos žymi tam tikras asmenybės savybės, todėl jas sugretinus su konkrečia politinio veikėjo įvaizdžio savybėmis, kalbose, per kalbėjimo strategijų panaudojimą, galima identifikuoti dominuojančias, įvaizdį užpildančias savybes. Siekiant sistemiškumo, patartina tam tikras savybes, budo bruožus susieti su konkrečiu įvaizdžio tipu, o nustatytus įvaizdžio tipus pagal juose dominuojančias savybes susieti su kalbėjimo strategijomis. Tokiu atveju tiriamos kalbėjimo strategijos kaip žyminčios vieną ar kitą identifikuotą įvaizdžio tipą. Jeigu mokslinėje literatūroje yra identifikuoti politikos veikėjo pozicionuojami įvaizdžio tipai ir norima tyrimo metu patikrinti jų pozicionavimą kalbose, reikšminga analizuoti kuo daugiau skirtingų politinio veikėjo kalbų. Tai suponuoja galimybę nustatyti kalbose visus teorijoje minimus politinio veikėjo įvaizdžius.

Expression of Political Image in Official Speeches: Analysis of the Speeches of the President of the Republic of Lithuania Rolandas Paksas

Alina Sirevičiūtė

SUMMARY

This master's paper provides an analysis of the use of political rhetoric for the creation of a political image. In politics, rhetoric is strategised and used as a tool to express planned political images. Academic discourse in Lithuania lacks studies containing an analysis of the image of political figures based on their political rhetoric. Therefore, it is important and useful to apply - considering current global trends - the study of the expression of political image in political rhetoric, which is an aspect of the analysis of political image new to Lithuania. Taking this into account, this master's paper analyses the expression of the image of Rolandas Paksas, former president of the Republic of Lithuania, in one specific area of political rhetoric - official speeches. This choice determined the object of the research (the image of former Lithuanian president Rolandas Paksas), as well as the main objective of the research (analysis of the expression of political image in political rhetoric by studying the expression of Paksas' image considering his official speeches).

This master's paper is based on the analysis of informational sources and synthesis and induction methods in pursuit of the tasks set and analyses the use of political rhetoric in the process of communication, the elements of the content of political image, and the process of the formation of political image in order to establish the links between them. With the use of comparison, semi-structured interview, discourse analysis, and speaking strategy identification methodology, the expression of the images of the former president is studied considering his official speeches delivered at different moments of his term of office. Specific types of images dominating in the speeches of Paksas are identified. The data obtained is compared with the images of Paksas described in theoretical literature.

The analysis of scientific literature conducted reveals the interdependency of political communication, political rhetoric, and political image: political communication is realised through speech, which is used as a tool for the expression of a political image. It was established during the study of the expression of images demonstrated in political speeches of the former Lithuanian president that specific types of images dominating in different periods of his term of office and during the impeachment process can be identified. The types of images identified confirm the hypothesis that official speeches were a tool for the expression of the image of the former president. Following a comparison of the images identified during the study with the images of Paksas described in theoretical literature, it was concluded that most of the types identified during the study are identical to the dominating images of the former president described in theoretical literature.

Bibliografinių nuorodų sąrašas

ADOMĖNAS, Mantas. Lietuvos situacija: vertybės ir politika. In *Vertybės ir politika*: tarptautinės konferencijos medžiaga, 2007 m. gegužės 11-12 d. Sudarė Laima Andrikienė. Vilnius: Baltijos kopija, 2008. 239 p. ISBN 978-9955-568-76-6.

AUGUSTINAITIS, Arūnas. Naujieji vertybių persikūnijimai ir kaukės. In *Vertybės ir politika*: tarptautinės konferencijos medžiaga, 2007 m. gegužės 11-12 d. Sudarė Laima Andrikienė. Vilnius: Baltijos kopija, 2008. 239 p. ISBN 978-9955-568-76-6.

BALČYTIENĖ, Auksė; VINCIŪNIENĖ, Aušra. Žiniasklaida kaip aktyvus politinių procesų veikėjas informuojant visuomenę apie Europos Sąjungą: lyginamasis požiūris. In *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. Vilnius, 2006, nr. 37. p. 91-109. [žiūrėta 2010 kovo 25 d.]. Prieiga per internetą: < http://www.leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/37/91-109.pdf>. ISSN 1392-0561.

BARISIONE, Mauro. Valence Image and the Standardisation of Democratic Political Leadership. In *Leadership* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2009, vol. 5, nr. 41. p. 42-61. [žiūrėta 2010 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: < <http://lea.sagepub.com/cgi/content/abstract/5/1/41>>.

BIELINIS, Lauras. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas, 2005. 127 p. ISBN 9955-682-10-8.

BIELINIS, Lauras. Komunikacinis Rolando Pakso portretas prezidentinės krizės metu. In *Politika kaip komunikacinis žaidimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2004. 188 p. ISBN 9986-19-715-5.

BIELINIS, Lauras. *Prezidento rinkimų anatomija: 2002 metų rinkimai Lietuvoje*. Vilnius: Versus aureus, 2003. 207 p. ISBN 9955-601-03-05.

BIELINIS, Lauras. Lingvistiniai politinės komunikacijos aspektai. In *Respectus philologicus* [interaktyvus]. Vilnius: s.n., 2002, nr. 2 (7). [žiūrėta 2010 m. vasario 7 d.]. Prieiga per internetą: < <http://filologija.vukhf.lt/2-7/bielinis.htm>>.

BIELINIS, Lauras. *Rinkiminių technologijų įvadas*. Vilnius: Margi raštai, 2000. 127 p. ISBN 9986-09-224-8.

BIELINIS, Lauras. *Kalbėjimo strategijos politiniame tekste (Lietuvos Respublikos Prezidento A. Brazausko kalbų pavyzdžiu: socialinių mokslų daktaro disertacija*. Vilnius: VU, 1996.

BLUMLER, Jay G. The third age of political communication. In *Journal of Public Affairs* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2001, vol. 1, nr. 3. p. 201-208. [žiūrėta 2010 m. kovo 21 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www3.interscience.wiley.com/user/accessdenied?ID=112605018&Act=2138&Code=4717&Page=/cgibin/fulltext/112605018/PDFSTART>>.

CHARTERIS-BLACK, Jonathan. Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2005. p. 762- 766. [žiūrėta 2010 m. kovo 21 d.]. Prieiga per

interneta: <<http://aplij.oxfordjournals.org/cgi/reprint/27/4/762?maxtoshow=&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=political+rhetoric&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT>>.

COLEMAN, Stephen. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age. In *New Media & Society* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2005, vol. 7, no. 2. p. 177-198. [žiūrėta 2010 m. kovo 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/7/2/177>>.

CORTHELL, Austin. *Public Relations: Background and Contemporary Practice* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2008. 10 p. [žiūrėta 2010 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.Yellowdocuments.com/6481459-public-relations-andpolitics->>>.

Van DIJK, Teun A. *Cognitive and Conversational Strategies in the Expression and Ethnic Prejudice* [interaktyvus]. Netherlands; Amsterdam: s.n., 1983. 70 p. [žiūrėta 2010 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/31/e2/ee.pdf>.

Van DIJK, Teun A. Introduction: Levels and Dimensions Analysis. In *Handbook of discourse analysis: Dimensions of Discourse*. London: Academic Press, 1985. 279 p. ISBN 0-12-712002-5.

DRUKMAN, James N.; JACOBS, Lawrence R.; OSTERMEIER, Eric. Candidate Strategies to Prime Issues and Image. In *The Journal of Politics* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2004, vol. 66, no. 4. p. 1180-1202. [žiūrėta 2010 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/118758802/PDFSTART>>.

EDELMAN, Murray. *Politinio spektaklio konstravimas*. Iš anglų k. vertė Algirdas Degutis. Vilnius: Eugrimas, 2002. 139 p. ISBN 9955-501-12-X.

EMRICH, Cynthia G.; BROWER, Holly H.; FELDMAN, Jack M.; GARLAND, Howard. Images in Words: Presidential Rhetoric, Charisma, and Greatness. In *Administrative Science Quarterly* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2001, vol. 46, no. 3. p. 527-557. [žiūrėta 2010 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/pss/3094874>>.

FISCHER, Klaus P. *America in White, Black and gray: the stormy 1960s* [interaktyvus]. New York: Continuum, 2006. 452 p. [žiūrėta 2010 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://books.google.com/books?id=sCXig_6abwkc&pg=PA73&dq=image+of+president+John+kenedy&hl=lt&cd=2#v=onepage&q=image%20of%20president%20John%20kennedy&f=false>. ISBN 0-82641816-3.

GANUSAUSKAS, Edmundas. *Taikinys Nr. 1*. Vilnius: Lietuvių tauta, 2004. 319 p. ISBN 9986-795-28-1.

GUREVITCH, Michael; COLEMAN, Stephen; BLUMLER, Jay G. Political Communication – Old and New Media Relationships. In *The ANNALS of the American Academy of*

Political and Social Science [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2009, p. 164-181. [žiūrėta 2010 m. balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://pa.oxfordjournals.org/cgi/reprint/60/2/234?maxtoshow=&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=political+image+in+political+speeches&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT>>.

HAWTHORN, Jeremy. *Moderniosios literatūros teorijos žodynas*. Iš anglų k. vertė Dalia Čiočytė. Vilnius: Tyto alba, 1998. 357 p. ISBN 9986-16-112-6.

HACKER, Kenneth L. *Candidate Images in Presidential Elections* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 1995., 201 p. [žiūrėta 2010 m. balandžio 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://books.google.com/books?id=GjKJdxDDLsC&printsec=frontcover&dq=candidate+image&hl=lt&cd=1#v=onepage&q=candidate%20image&f=false>>. ISBN 0-275-94714-9.

Van HEES, Martin; DOWDING, Keith. *In Praise of Manipulation* [interaktyvus]. London: s.n., 2006. 29 p. [žiūrėta 2010 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <http://personal.lse.ac.uk/DOWDING/Files/Manipulation_web_04_05.pdf>.

HEFFERNAN, Richard. The Prime Minister and the News Media: Political Communication as a Leadership Resource. In *Parliamentary Affairs* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2006, vol. 59, no. 4. p. 582-598. [žiūrėta 2010 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://pa.oxfordjournals.org/cgi/reprint/59/4/582?maxtoshow=&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=political+communication&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT>>.

HOLLOWAY, Rachel L.; DENTON, Robert E. *Images, scandal and communication strategies of the Clinton presidency* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2003, 341 p. [žiūrėta 2010 m. balandžio 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://books.google.com/books?id=GQseTkUytSAC&pg=PA1&dq=political+image&hl=lt&cd=5#>>. ISBN 0-275-97175-9.

YOUNG, Sally. Political and Parliamentary Speech in Australia. In *Parliamentary Affairs* [interaktyvus]. [S.1.]: s.n., 2007, vol. 60, no. 2. p. 234-252. [žiūrėta 2010 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://pa.oxfordjournals.org/cgi/reprint/60/2/234?maxtoshow=&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=political+image+in+political+speeches&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT>>.

JACOBS, Lawrence R.; SHAPIRO, Robert Y. *Politicians don't pander: political manipulation and the loss of democratic responsiveness*. Chicago; London: The university of Chicago Press, 2000. xxii, 425 p. ISBN 0-226-38983-9.

JANSON, Ilga. Komunikaciniai tekstai: suprantama ir nesuprantama. In *Meniniai ir komunikaciniai tekstai*. Mokslinės konferencijos tezės. Šiauliai: Šiaulių universitetas, 1997. 87 p. ISBN 9986-38-092-8.

JAWORSKI, Adam; COUPLAND, Nicolas. *The Discourse Reader* [interaktyvus]. London: Routledge, 1999. [žiūrėta 2009 m. gegužės 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://books>.

google.com/books?id=PBLAxzupB70C&printsec=frontcover&dq=the+discourse+reader&hl=lt#PPA55,M1>.

JOULE, Robert-Vincent; BEAUVOIS, Jean-Leon. *Manipuliacijos vadovas padoriems piliečiams*. Iš prancūzų kalbos vertė Lina Perkauskaitė. Vilnius: Alma littera, 2005. 250 p. ISBN 9955-08-954-7.

JUKNEVIČIUS, Stanislovas. *Skirtingumo dimensijos: Lietuvos gyventojų vertybės europiniame kontekste*. Vilnius: Gervelė, 2002. 316 p. ISBN 9986-638-27-5.

KARDELIS, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai: (edukologija ir kiti socialiniai mokslai)*. Šiauliai: Lucilijus, 2005. 398 p. ISBN 9955-655-35-6.

KAZLAUSKIENĖ, Asta; RIMKUTĖ, Erika; BIELINSKIENĖ, Agnė. *Bendroji ir specialybės kalbos kultūra: mokomoji knyga*. Kaunas: Pasaulio lietuvių centras, 2008. 354 p. ISBN 978-9986-418-53-5.

KERŠYTĖ, Nijolė. Prezidento biografija: laivo kapitonas ar lakūnas akrobatas. In *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse: [straipsnių rinkinys]*. Sudarė Nijolė Keršytė. Vilnius: Baltos lankos, 2007. 239 p. ISBN 978-9955-23-099-1.

KOLOVOS, Loannis; HARRIS, Phil. *Political Marketing and Political Communication: the relationship revisited* [interaktyvus]. New Zealand: s.n., 2005. [žiūrėta 2010 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://eprints.otago.ac.nz/32/>>.

Rolando Pakso biografija [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.paksas.eu/biografija>>.

KOŽENIAUSKIENĖ, Regina. *Retorika: iškalbos stilistika*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2001. 462 p. ISBN 5-420-01484-X.

LAURĖNAS, Vaidutis. *Normalios politikos genezės atvejis: Lietuvos politinės sociologijos studija: monografija*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2001. 379 p. ISBN 9955-456-14-0.

Lietuvos Respublikos Konstitucija [interaktyvus]. 1992 m. lapkričio 2 d. [žiūrėta 2009 m. birželio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija.htm>>.

LIETUVOS RESPUBLIKOS KONSTITUCINIS TEISMAS. *Išvada dėl Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso, kuriam pradėta apkaltos byla, veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai* [interaktyvus]. Vilnius, 2004 m. kovo 31 d. (Byla Nr.14/04). [žiūrėta 2010 m. kovo 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrkt.lt/dokumentai/2004/i040331.doc>>.

Lietuvos Respublikos Prezidento įsakymas [interaktyvus]. Vilnius, 1993, nr. 5-89. [žiūrėta 2010 m. kovo 25 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.skelbimas.lt/istatymai/prezidento_istatymas.htm>.

Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba Daukanto aikštėje [interaktyvus]. Vilnius, 2003 m. vasario 26 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.President.lt/one.phtml?id=3578>>.

Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso kalba Seime [interaktyvus]. Vilnius, 2004 m. balandžio 6 d. [žiūrėta 2010 m. balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.president.lt/one.phtml?id=4879>>.

LILLEKER, Darren G. *Key concepts in political communication*. London: Sage publications, 2006. 209 p. ISBN 1-4129-1831-6.

LIDŽIUVIENĖ, Gintautė. Asmeniškumo reprezentacija politiniame diskurse. (Rolando Pakso atvejis). In *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*: [straipsnių rinkinys]. Sudarė Nijolė Keršytė. Vilnius: Baltos lankos, 2007. 239 p. ISBN 978-9955-23-099-1.

LOPATA, Raimundas; MATONIS, Andrius. *Prezidento suktukas*. Vilnius: Versus aureus, 2004. 367 p. ISBN 9955-601-10-8.

MALŪKIENĖ, Audronė. Diskursas ir reikšmės žiniasklaidoje. Politinė reklama. In *Universiteto žurnalistas* [interaktyvus]. Vilnius, 2008 m. gruodžio 3 d. [žiūrėta 2009 birželio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.universitetozurnalistas.lt/uz/magistrantai2008/pub5.html>>.

MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. London; New York: Routledge, 2003. p. xvi, 235. ISBN 9955-584-07-6.

MENON, Sudha Venu. *Political Marketing: A Conceptual framework* [interaktyvus]. [S.l.]: s.n., 2008. [žiūrėta 2010 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://mpr.ub.uni-muenchen.de/12547/1/MPRA_paper_12547.pdf>.

MILIŪNAITĖ, Rita. Kaip žiniasklaida kalbos priemonėmis kuria žmogaus įvaizdį. In *Gimtoji kalba* [interaktyvus]. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2005, nr. 5. p. 3-11. [žiūrėta 2010 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lki.lt/php/files/ziniasklaida_ivaizdis.pdf>. ISSN 0868-5134.

MOOG, Sandra; SLUYTER-BELTRAO, Jeffrey. The Transformation or Political Communication?. In *New Media and Politics*. Redagavo Barrie Axford ir Richard Huggins. London: Sage, 2001. 229 p. ISBN 0-7619-6200-X.

NAUCKŪNAITĖ, Zita. *Prezentacijos menas*: metodinis leidinys. Vilnius: Gimtasis žodis, 2007. 79 p. ISBN 978-9955-16-192-9.

NAVICKAS, Andrius. Kelios pastabos apie tai, kodėl Prezidentas turėtų išsivaduoti iš jam sukursto įvaizdžio gniaužtų. In *Tarp dvejų Prezidento rinkimų: 2002-2004*. Sudarė Vladimiras Laučius. Vilnius: Demokratinės politikos institutas, 2004. 243 p. ISBN 9955-9511-1-7.

PARSONS, Wayne. *Viešoji politika: politikos analizės teorijos ir praktikos įvadas*. Iš anglų k. vertė Algirdas Gegutis. Vilnius: Eugrimas, 2001. 607 p. ISBN 9986-752-89-2.

PEČIULIS, Žygintas. *Efektyvi komunikacija: praktinis vadovas*. Vilnius: Versus aureus, 2004. 212, [4] p. ISBN 9955-601-33-7.

Prezidento apkalta 2003-2004: dokumentų rinkinys. Sudarė Vaidotas Antanas Vaičaitis. Vilnius: Teisinės informacijos centras, 2005. 647 p. ISBN 9955-557-60-5.

Prezidento Rolando Pakso inauguracinė kalba iškilmingame Seimo posėdyje [interaktyvus]. Vilnius, 2003 m. vasario 26 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.President.lt/one.phtml?id=3594>>.

Prezidento Rolando Pakso viešas kreipimasis į visuomenę [interaktyvus]. Vilnius, 2004 m. balandžio 5 d. [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://paksas.president.lt/one.phtml?id=4877>>.

ROMMELE, Andrea. Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies. In *Party Politics* [interaktyvus]. London: Sage Publication, 2003, vol. 9, no. 1. p. 7-20. [žiūrėta 2010 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ppq.sagepub.com/cgi/reprint/9/1/7>>.

RUBAVIČIUS, Vytautas. Prekinis ir manipuliacinis žiniasklaidos pobūdis. In *Kultūros barai*. Vilnius: Kultūros barai, 2003, nr. 7, p. 10-19. ISSN 0134-3106.

SAVUKYNAS, Virginijus. „Maištininko“ mitologijos: Rolando Pakso įvaizdžiai. Vilnius: Aidai, 2004a. 111, [1] p. ISBN 9955-445-94-7.

SAVUKYNAS, Virginijus. Kaip įtikinti? „Maištininko“ strategija. In *Politika kaip komunikacinis žaidimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2004b. 188 p. ISBN 998-19-715-5.

SAVUKYNAS, Virginijus. Visuomenė pagal R. Paksą [interaktyvus]. [S.l.]: s.n., 2004c. [žiūrėta 2010 m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.eurozine.com/pdf/2004-03-25-savukynas-lt.pdf+savukynas+Visuomen%C4%97+pagal+R+Paks%C4%85+filetype:pdf&hl=lt&ct=clnk&cd=3&gl=lt>>.

SAVUKYNAS, Virginijus. Apokalipto sugrįžimas. Apie Rolando Pakso įvaizdį. In *Naujasis židinys- Aidai* [interaktyvus]. Vilnius: Aidai, 2003, nr. 9 (153). [žiūrėta 2010 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.mediabv.lt/resursai/publicistika/Politines_technologijos/Paksas/Apokaliptiko_%20sugrizimas_Naujasis%20zidinys_2003%20Nr.09.pdf>.

STROMER-GALLEY, Jannifer; JAMIESON, Katkleen Hall. The Transformation of Political Leadership? In *New Media and Politics*. Redagavo Barrie Axford ir Richard Huggins. London: Sage, 2001. 229 p. ISBN 0-7619-6200-X.

ŠUMINAS, Andrius. Politinė komunikacija socialinių tinklų svetainėse. In *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. Vilnius, 2009, nr. 51. p. 24-36. [žiūrėta 2010 balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.Leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/51/24-36.pdf>. ISSN 1392–0561.

TAYLOR, Charles. *Autentiškumo etika*. Vilnius: Aidai, 1996. 129 p. ISBN 9986-590-34-5.

VALATKA, Rimvydas. Vertybės ir spaudos laisvė Lietuvoje. In *Vertybės ir politika*: tarptautinės konferencijos medžiaga, 2007 m. gegužės 11-12 d. Sudarė Laima Andrikienė. Vilnius: Baltijos kopija, 2008. 239 p. ISBN 978-9955-568-76-6.

VALENTINAVIČIUS, Virgis. Rolandas Paksas ir menas nieko nepasakyti. In *Tarp dvejų Prezidento rinkimų: 2002-2004*. Sudarė Vladimiras Laučius. Vilnius: Demokratinės politikos institutas, 2004. 243 p. ISBN 9955-9511-1-7.

VINOGRADNAITĖ, Inga. *Diskurso analizė kaip politikos tyrimo metodas*: metodinė priemonė politikos mokslų studentams. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006. 51, [1] p. ISBN 9986-19-921-2.

Priedai

1 priedas. Rolando Pakso įvaizdžių tipai 2002-2004 metų laikotarpiu

3 lentelė. Rolando Pakso įvaizdžiai 2002 – 2004 m. laikotarpiu (sudaryta remiantis: Savukynas, 2004a; Savukynas, 2004b; Lopata; Matonis, 2004; Lidžiuvienė, 2007)

	Rinkiminė kampanijos į prezidento postą laikotarpis	Prezidentavimo laikotarpis	Apkaltos proceso laikotarpis
Įvaizdžių tipai (savybės, būdo bruožai)	„Paprastas žmogus“ (šiltas, artimas, sąžiningas, galintis išklaudyti rinkėjus, suprasti jų problemas)	„Paprastas žmogus“ (šiltas, artimas, sąžiningas, galintis išklaudyti rinkėjus, suprasti jų problemas)	„Paprastas žmogus“ (1. šiltas, artimas, sąžiningas, galintis išklaudyti rinkėjus, suprasti jų problemas; 2. žmogiškas, klystantis ir pan.)
	„Kovotojas“ prieš sistemą ir už visuomenės gerovę („kitoks politikas“) (stiprus, ryžtingas, drąsus, žinantis, ko nori, galintis pasirūpinti rinkėjais, apginti juos)	„Kovotojas“ už visuomenės gerovę („kitoks politikas“) (stiprus, ryžtingas, drąsus, žinantis, ko nori, galintis pasirūpinti rinkėjais, apginti juos)	„Kovotojas“ prieš sistemą ir už visuomenės gerovę (stiprus, ryžtingas, drąsus, žinantis, ko nori, galintis pasirūpinti rinkėjais, apginti juos)
	„Stiprus lyderis“ (stiprus, ryžtingas, valingas, sprendžiantis problemas, užtikrinantis permaina, „kietos rankos“ politikos šalininkas)	„Stiprus lyderis“ (stiprus, ryžtingas, valingas)	„Stiprus lyderis“ (stiprus, ryžtingas, valingas) (šis tipas atstovautas tik nežymiai, greta „kovotojo“ įvaizdžio tipo)
	„Šeimos žmogus“ (šiltas, artimas, savas, globėjiškas)	„Šeimos žmogus“ (šiltas, artimas, savas, globėjiškas)	„Auka“ (silpnas, pažeidžiamas, nesugebantis priimti optimalių sprendimų)
	„Mistinis lyderis“ (charizmatiškas, išskirtinis, pasižymintis ypatingomis, antgamtinėmis savybėmis, pamaldus)	„Tautos prezidentas“ (tautiškumo, nacionalizmo, pilietinio aktyvumo, nacionalinio identiteto ir pan. šalininkas; Žino, ko nori; rūpinasi tautos ir valstybės gerove)	
		„Postideologinis lyderis“ (universali tapatybė, ideologinių nuostatų neapibrėžtumas, sutarimo tarp valdančiųjų partijų, skirtingų ideologijų ir pan. ieškotojas)	
		„Mistinis lyderis“ (šis tipas atstovaujamas nežymiai, dažniausiai atstovaujant pavienes jam priskiriamas savybes)	

2 priedas. Interviu klausimynas

Gerbiama Jurgita, Jūs susipažinote su dvylika kalbėjimo strategijų, išgilinote į T. A. Van Dijk ir L. Bielinio pateikiamus šių kalbėjimo strategijų apibūdinimus, nustatymo/atpažinimo tekste specifika. Šio interviu tikslas - mano kaip tyrėjo aptiktas kalbėjimo strategijas analizuojamose LR Prezidento Rolando Pakso oficialiose kalbose patikrinti, remiantis Jūsų kaip filologijos daktaro laipsnį turinčios ekspertės nuomone. Interviu metu analizuosime dešimt iš dvylikos ryškiausiai R. Pakso kalbose atsiskleidžiančių kalbėjimo strategijų tyrimo metodiką, konkrečius pavyzdžius.

1. *Apibendrinimo strategija*. R. Pakso kalbose *apibendrinimo strategija* naudojama tikslu aprašomus atskirus, atsitiktinio ar vienkartinio reiškinio elementus pateikti kaip būdingus visai politinei – socialinei situacijai (Bielinis, 1996, p. p. 59). Tokia informacija pateikiama ne kaip pavienio žmogaus (politiko) požiūris, o kaip visuotinė, bendra nuomonė. Apibendrinimo strategijos panaudojimą tekste žymi žodžių dariniai kaip „visada taip“, „tu matai, kad nuolat...“, „taip nuolat nutinka“ ir pan. (Dijk, 1983, p. 57). Analizuotose R. Pakso kalbose ši strategija gana dažnai aptinkama, tačiau pateiksiu ryškiausią šios strategijos panaudojimo kalboje atvejį: „*Savo ryžtu ir sąžine, protu ir pasiaukojimu Jūs (Lietuvos žmonės) atkūrėte nepriklausomą Lietuvą, tačiau šiandien, po keturiolikos laisvės metų, kenčiate nuo nepriteklių ir išgyvenate nerimą dėl savo ir savo vaikų ateities*“.

Pateiktoje citatoje nėra konkrečių, raktinių, apibendrinimą žyminčių žodžių darinių, tačiau ji atrinkta turinio pagrindu. Ar šią citatą iš „Prezidento Rolando Pakso viešo kreipimosi į visuomenę“ galima laikyti *apibendrinimo strategijos* panaudojimo atveju? Kodėl?

2. Toliau pereikime prie *pavyzdžio strategijos* vartojimo. Ši strategija naudojama siekiant įtikinamai įteigti vieną ar kitą mintį. Pavyzdys leidžia pajusti argumentą, kalbančiojo siekį, programos ar iniciatyvos rezultatus „praktiškai“ bei priartina abstrakcijas prie realių faktų ar jų analogų (Bielinis, 1996, p. 62). Dažniausiai pavyzdžio strategija yra lydima žodžių ar jų derinių: „pavyzdžiui“, „pavyzdžiui, paeitą savaitę“ ir pan. (Dijk, 1983, p. 57). Kalboje, pasakytoje Seime prieš balsavimą dėl apkaltos, gindamas pilietybės suteikimą Jurijui Borisovui R. Paksas pateikia pavyzdį iš Prezidentų Algirdo Mykolo Brazausko ir Valdo Adamkaus prezidentavimo praktikos: „*Prezidentai Algirdas Brazauskas ir Valdas Adamkus išimties tvarka suteikė pilietybę 847 asmenims, tarp jų dviem šimtams žmonių, kurie neturėjo jokių nuopelnų Lietuvai. Kai kurių pilietybę gavusių asmenų nuopelnai Lietuvai, švelniai tariant, labai kuklūs, pavyzdžiui,* “*Kaimynai apie jį atsiliepia palankiai.*” *Arba kitas pavyzdys. Cituoju: “Nors išimtyms paprastai daromos žymiems, Lietuvai nusipelnusiems žmonėms, tačiau, žinodamas Jūsų humaniškumą, drįstu tikėtis, kad priimsite palankų sprendimą.”*“

Remiantis pateiktu pavyzdžio strategijos apibūdinimu ir atpažinimo tekste nustatymu, ar cituotas fragmentas iš R. Pakso kalbos gali būti laikomas pagrįstu pavyzdžio strategijos vartojimo atveju? Kodėl?

3. Kita dažnai R. Pakso kalbose sutinkama kalbėjimo strategija – *sustiprinimas*. Šios strategijos pagalba sustiprinama informacijos struktūra. Sustiprinimas lydimas žodžių dariniais: „tai labai svarbu“, „norėčiau pabrėžti“, „įsimintina“, „man labai malonu“ ir pan. (Bielinis, 1996, p. 66-67). Vienas iš ryškiausių, galimų šios strategijos panaudojimo atvejų aptiktas „Prezidento Rolando Pakso kalboje Seime“ prieš balsavimą dėl apkaltos: „*Atsakingai pareiškiu, kad akcininkų sprendimams nesu daręs jokios įtakos, juo labiau, kaip nurodoma kaltinime, siekdamas įgyvendinti man artimų asmenų privačius interesus*“.

Jūsų nuomone, ar pateikta citata ir joje panaudotas žodžių junginys „atsakingai pareiškiu“ gali būti vertinamas kaip *sustiprinimo strategijos* panaudojimo atvejis? Kodėl?

4. R. Pakso kalbose galima aptikti *suminkštinimo strategijos* panaudojimo atvejų. Ši strategija naudojama, norint suminkštinti aštrias problemas, stengiantis sutaikyti, numalšinti kylantį konfliktą, nesusipratimą kartu demonstruojant klausytojui save kaip viską suprantantį ir tolerantišką politiką (Bielinis, 1996, p. 68-69). „Lietuvos Respublikos Prezidento Rolando Pakso inauguracinėje kalboje Daukanto aikšteje“ buvo pasakytas sakiny, kuriuo galimai buvo bandoma suminkštinti aštrią ir visuomenei aktualią ekonominės gerovės problemą: „*Tikiu, kad ekspertų jau pripažįstamos Lietuvos ūkio pažangos rezultatus netrukus pajus ir žmonės*“.

Kitas galimai ryškus *suminkštinimo strategijos* panaudojimas aptinkamas „Prezidento Rolando Pakso kalboje Seime“ prieš balsavimą dėl apkaltos: „*Dabar Jūs (Seimo nariai) priimsite sprendimą. Kad ir koks jis būtų, priimsiu jį garbingai, kaip žmogus, kuriam rūpi ir visada rūpės valstybės, Tautos, demokratijos, teisingumo ateitis*“.

***Suminkštinimo strategijos* panaudojimo atpažinimas remiasi ne konkrečiais žodžiais ar jų dariniais, o pačiu tekstu, kontekstu. Pakomentuokite patį strategijos nustatymą, ar cituoti pavyzdžiai atspindi *suminkštinimo strategijos* panaudojimą? Kodėl?**

5. Kita R. Pakso kalbose aptinkama kalbėjimo strategija – *akivaizdi nuolaida*. Tai priemonė, kurios pagalba politikas demonstruoja tikrą arba įsivaizduojamą toleranciją, užuojautą ar supratimą (Dijk, 1983, p. 57). Visiškai priešingą vaidmenį tekste vaidina *realioji nuolaida*, kai politikas yra priverstas nusileisti, atsisakyti savo tikslų, nuomonės dėl susiklosčiusių jam nepalankių aplinkybių. Realioji nuolaida reiškia politiko silpnumą, nesugebėjimą būti lyderiu ir nemokėjimą daryti optimalius sprendimus (Bielinis, 1996, p. 72-73). R. Pakso deklaruojamą toleranciją, užuojautą ir supratingumą galima aptikti inauguracinėje kalboje, pasakytoje Seimo posėdžio metu: „*Nuoširdžiai*

dėkoju visiems Lietuvos žmonėms už jų ištikimybę laisvos Lietuvos idėjai, nors žinau, kad daugeliui jų sunkus kasdienis gyvenimas kol kas neleidžia džiaugtis sunkiai iškovotos laisvės vaisiais“.

Apkaltos proceso metu galima įžvelgti ir L. Bielinio minimą *realiąją nuolaidą*, kai politikas yra priverstas nusileisti, atsisakyti savo tikslų, nuomonės dėl susiklosčiusių jam nepalankių aplinkybių. Vienas iš galimų pavyzdžių – citata iš „Prezidento Rolando Pakso viešo kreipimosi į visuomenę“: „*Neneigiu klaidų. Padariau jų ir mažesnių, ir didesnių. Neseniai apmaudžiai suklydau, bandydamas remtis vien žmogiškaisiais jausmais. Šią klaidą ištaisiau. Atsiribojau nuo buvusio savo rėmėjo. Dar kartą nuoširdžiai atsiprašau Jūsų, jei Jus užgavo kai kurie mano sprendimai ar poelgiai“.*

Kokia Jūsų kaip ekspertės nuomonė šių kalbėjimo strategijų nustatymo atžvilgiu? Ar minėti pavyzdžiai gali būti laikomi *akivaizdžios nuolaidos* pavyzdžiais? Kodėl?

6. Dar viena itin dažnai R. Pakso kalbose aptinkama - *kontrasto strategija*. Šios strategijos pagalba galima lengvai atskirti save ir savo šalininkus nuo priešininkų. Dažniausiai kontrastas išreiškiamas per opozicinį santykį: „aš/Mes – jis/jie“ (Dijk, 1983, p. 58). Taip ginami savi interesai, priešpastatant juos kitų interesams. Ši strategija naudojama, kai stokojama tikrų, teisingų argumentų savo teisumui įrodyti, pagrįsti (Bielinis, 1996, p. 79-80). Remiantis *kontrasto strategijos* apibūdinimu, vienas iš galimų pavyzdžių aptinkamas „Prezidento Rolando Pakso viešame kreipimesi į visuomenę“: „*Susitikdamas su Jumis Lietuvos miestuose ir kaimuose, matau Jus vargstančius ir paliktus likimo valiai, nes daugelis politikų Jus prisimena tik tada, kai eina į valdžią ir jiems reikia Jūsų balsų. Po to, kai išsidalijamos vietos valdžios struktūrose, politikai neretai pamiršta žmogų ir jo rūpesčius“.*

Pakomentuokite L. Bielinio pateiktą *kontrasto strategijos* atpažinimą tekste? Ar pateiktas pavyzdys laikytinas *kontrasto strategijos* panaudojimu atveju? Paaiškinkite kodėl?

7. R. Pakso pozicionuotas artimo liaudžiai politinio lyderio įvaizdis įpareigoja analizuojant R. Pakso kalbas ieškoti ir galimo *intymumo strategijos* panaudojimo. Ši strategija padeda politikui suformuoti artimo, bendraminčio ir pasitikinčio klausytoju politiko įvaizdį bei leidžia įtaigiau transliuoti reikiamą informaciją ir nuostatas. Intymumo strategijos yra lydimos frazių: „atvirai kalbant“, „norėčiau su jumis pasitarti“, „Jūs mane suprasite...“, „tikiu, kad...“, ir t. t. (Bielinis, 1996, p. 84-85). Vienas iš galimų šios strategijos panaudojimo pavyzdžių aptinkamas „Prezidento Rolando Pakso viešame kreipimesi į visuomenę“: „*Dėkoju Jums už nuoširdumą, pasitikėjimą, žmogiškąjį gerumą – už viską, ką patyriau sunkiomis valandomis būdamas su Jumis. <...> Turiu pripažinti, kad mano komandai kartais trūko profesionalumo ar lankstumo. Ko jai tikrai netrūko, tai noro dirbti“.*

Jūsų nuomone, cituota R. Pakso kalbos dalis gali būti suvokiama kaip *intymumo strategijos* panaudojimas? Kodėl?

8. Analizuotose R. Pakso kalbose galimai aptinkama ir *apeliacijos strategija*. Ši strategija pasitelkiama, siekiant sustiprinti savo kalbos mintis, norint pateikti efektingą pavyzdį, apeliuojama į pripažintus autoritetus, taip nesąmoningai verčiant pripažinti ir savo autoritetą (Bielinis, 1996, p. 86-87). Pavyzdžiui, sakydamas inauguracinę kalbą iškilmingame Seimo posėdyje R. Paksas panaudojo Johno Kennedžio frazę: „*Neklausk Tėvynės, ką ji gali tau duoti. Klausk savęs, ką tu gali duoti Tėvynei.*” Pacitavau Jungtinių Amerikos Valstijų Prezidento Johno Kennedžio žodžius iš jo inauguracinės kalbos, pasakytos daugiau kaip prieš 40 metų. Laikas nesumenkino šių žodžių prasmės, ir mums šiandien jie yra ypač aktualūs. Jie ragina atsigręžti į idealus“.

Pakomentuokite, prašau, *apeliacijos strategijos* atpažinimą tekste. Ar pateikta citata laikytina *apeliacijos strategijos* panaudojimo pavyzdžiu? Kodėl?

9. Analizuotose R. Pakso kalbose galimai aptinkama ir *pakartojimo strategija*. Ši strategija atlieka panašias funkcijas kaip sustiprinimo strategija: patraukia dėmesį, struktūruota informacija, išryškina subjektyvius vertinimus, pagrindines, svarbiausias temas (Dijk, 1983, p. 58). Vienas iš galimų pavyzdžių aptinkamas „Prezidento Rolando Pakso viešame kreipimesi į visuomenę“: „*Dar kartą kreipiuosi į visus Lietuvos žmones: tiktai nuo Jūsų priklauso, koks bus mūsų valstybės likimas. Kartu noriu patikinti: kad ir kas būčiau, kad ir kur būčiau, aš neatsisakysiu savo siekių, dėl kuriųėjau į Prezidento pareigas*“.

Ar galima tvirtinti, jog remiantis *pakartojimo strategijos* nustatymo kalboje aprašymu, pateiktas pavyzdys atspindi *pakartojimo strategijos* panaudojimą? Kodėl?

10. Dar viena R. Pakso kalbose aptinkama kalbėjimo strategija – *pataisymų* naudojimas. Pataisymo operacijos metu yra demonstruojamas teksto autoriaus atidumas savo žodžiams - tai rimto ir atsakingo kalbėjimo stereotipas. Tokiu būdu sudaromas solidaus politiko, kuris suinteresuotas klausytojo/skaitytojo dėmesiu bei gaunamų žinių tikslumu, įvaizdis. Dažniausiai pataisymo strategijos yra lydimos tokių žodžių ir jų derinių: „tai yra“, „kitaip sakant“, „arba“, ir pan. (Bielinis, 1996, p. 65-66). Ryškiausias galimas šios strategijos panaudojimas matomas „Prezidento Rolando Pakso inauguracinėje kalboje iškilmingame Seimo posėdyje“: „*Tikiu, kad deramai, t.y. susitelkę ir patobulėję atsakysime ir į šį iššūkį*“.

Pakomentuokite, prašau, ar remiantis pateiktu *pataisymo strategijos* aprašymu, šitas pavyzdys gali būtų laikomas *pataisymų strategijos* panaudojimo atveju? Kodėl?

11. Kai kurios iš L. Bielinio ir T. A. van Dijk išskiriamų strategijų nebuvo tiesiogiai aptiktos analizuotose R. Pakso kalbose, tačiau jas galima atpažinti iš bendro kalbos teksto, kai į kalbą žiūrima kaip į visumą bei žinant kontekstą. Kaip Jūs manote, ar svarbus konkretaus politinio konteksto išmanymas, analizuojant politines kalbas? Ar žinomas kontekstas gali būti tam tikros kalbėjimo strategijos nustatymo pagrindu?

12. Jūs susipažinote su kalbėjimo strategijų tyrimo metodika, išsakėte savo nuomonę. Kaip Jūs manote, ar tiriant/nustatant kalbėjimo strategijas greta kalbėjimo strategijų tyrimo metodikos išmanymo svarbi nuojauta? Kodėl?

13. Analizuojant R. Pakso kalbas kalbėjimo strategijų tyrimo pagalba bandoma atskleisti R. Pakso įvaizdžio raišką oficialiose kalbose. Jūsų nuomone, ar tam tikro politiko kalba gali būti jo įvaizdžio atspindys?

3 priedas. Interviu išrašas

- Gerbiama, Jurgita. Jūs jau susipažinote su iš anksto pateikta kalbėjimo strategijų tyrimo, nustatymo tekste metodika, bei preliminariu interviu klausimynu, todėl pereikime iš karto prie konkrečių kalbėjimo strategijų aptarimo.

- Taip. Taigi pradėsime nuo apibendrinimo strategijos ir Jūsų klausimyne pateiktos citatos. Taip, šioje citatoje galima matyti apibendrinimo strategiją, jei Prezidento pasakytus žodžius „*Jūs kenčiate nuo nepriteklių* <...>“ ir taip toliau vertinsime kaip apibendrinimą, skirtą visiems žmonėms. Tačiau čia reikėtų atkreipti dėmesį į tą tiesioginį kreipimąsi „*Jūs, Lietuvos žmonės*“, kuris sukuria tokią intymumo atmosferą. Šioje citatoje galima išvelgti ir intymumo strategijos panaudojimą. Apskritai, apibendrinimo strategijos nustatymui dažniausiai reikalingas kontekstas, kad būtų galima ją identifikuoti tekste. Kiekvienu atveju būtina žiūrėti į testą kaip į visumą ir ne tik matyti, ar pavartoti tie žodeliai „nuolat“, „visada taip“ ir panašiai. Jie gali būti ir nepavartoti, tačiau iš pačio teksto, konteksto galima atpažinti, kad kalbėtojas apibendrina savo išsakytas mintis ir panašiai. Tai tiek prie šios strategijos.

- **Gerai, pereikime prie kitos klausimyne pateiktos strategijos – pavyzdžio vartojimas.**

- Dabar pavyzdžio. Čia buvo irgi įdomi situacija ir čia aišku atrodytų viskas labai paprasta, kadangi pavyzdį rodytų jau pats tekste pavartotas žodis „pavyzdžiui“. Tačiau pavyzdžio strategija gali būti panaudojama ir nevartojant šių žodžių. Reikšminga atkreipti dėmesį į analizuojamoje kalboje naudojamą intertekstą, kai vienoje kalboje pavartojamas kitas tekstas. Tai gali būti pasirėmimas tam tikrais šaltiniais, istoriniais įvykiais, autoritetais ir panašiai. Ir būtent Jūsų pateiktame pavyzdyje matomas tas intertekstualumas, o kartu ir pasirėmimas autoritetais. Taigi pavyzdys gali būti iliustruojamas arba apeliuojant į autoritetus, arba panaudojant intertekstą.

- **Tačiau kalbėjimo strategijose *pavyzdžio vartojimo strategija* yra atskirta nuo *apeliacijos strategijos*. Ir būtent apeliacinė strategija apibūdinama kaip apeliavimas į autoritetus. Kaip Jūs siūlytumėte skirti pavyzdžio vartojimo ir apeliacinę strategijas?**

- Jūs labai norite viską sudėlioti į lentynėles. Kartais taip neišeina ir šiuo atveju ribos tarp pavyzdžio ir apeliacijos yra išplaukusios. Tokiu atveju svarbu nusistatyti griežtus kriterijus, ką Jūs laikote pavyzdžiu, o ką apeliacija. Kaip aš suprantu van Dijk'as išskyrė tik pavyzdžio strategiją, kas rodo, kad apeliaciją jis buvo įtraukęs į pavyzdį. O Bielinis išsmulkina šią strategiją ir greta pavyzdžio skiria apeliacijos strategiją kaip atskirą.

- **Taip. Van Dijk'as neskiria apeliacijos ir intymumo strategijų.**

- Toks atskyrimas galimas. Tada apeliacijos strategija turėtų būti tik tada, kai yra apeliuojama į tam tikrą autoritetą. Matote, apeliacija labiau susijusi su tam tikrom moralinėms normomis. Kalbantysis apeliuoja tik į tuos, kuriais tiki, žavisi ir panašiai. Tuo tarpu pavyzdys yra

daugiau neutralus. Jis pateikiamas, siekiant pagrįsti savo poziciją, įtikinti arba tiesiog iliustruojant tam tikrą situaciją. Pavyzdys labai platus. Tai nebūtinai tam tikri faktai ar statistiniai duomenys. Jūsų pateiktame pavyzdyje ir Pakso kalbos pavyzdys yra iliustruojamas cituojant kitus.

Na manau čia kaip ir aišku.

- Taip Jūsų paaiškinimas aiškus. Tokiu atveju galima pereiti prie trečiosios klausimyne pateiktos sustiprinimo strategijos ir konkretaus pavyzdžio aptarimo. Jūsų nuomone, ar pateikta citata ir joje panaudotas žodžių junginys „atsakingai pareiškiu“ gali būti vertinamas kaip *sustiprinimo strategijos* panaudojimo atvejis?

- Taip, Jūsų pateiktame pavyzdyje tikrai yra panaudota sustiprinimo strategija. Frazė „atsakingai pareiškiu“, parodo, kad aš noriu pabrėžti tai, ką aš sakau. Kalbėjimas pirmu asmeniu ir minėtos frazės panaudojimas tarsi rodo, kad R. Paksas kaip prezidentas turi teisę taip kalbėti, yra įgaliojotas. Žodis „atsakingai“ taip pat turi stiprią emocinę konotaciją, kad aš prisiimu atsakomybę už tai, ką aš teigiu. Šitie dalykai ir duoda sustiprinimo efektą.

- O pats sustiprinimo strategijos nustatymas. Ar nustatant šios strategijos panaudojimą tekste reikėtų remtis tik šią strategiją parodančiais žodžių dariniais kaip „tai labai svarbu“, „norėčiau pabrėžti“, „įsimintina“ ir panašiai?

- Šiuo atveju vėlgi ne visada kalboje bus panaudoti būtent tokie žodžių junginiai. Šis sąrašas tikrai nėra baigtinis. Reikia atsižvelgti į bendrą kalbos suvokimą. Tarkim frazė „atsakingai pareiškiu“ ir „atsakingai patikinu“. Abi frazės gali būti kaip sustiprinimo strategijos panaudojimo įrodymas, tačiau žodis „pareiškiu“ yra formalus, „turintis svorį“: kad aš esu įgaliojotas ir aš žinau, ką kalbu, aš turiu teisę taip kalbėti. Kada grįši namo ir pasakysi „aš pareiškiu, kad šiandien nedarysiu vakarienės“ – tai atrodo juokingai. O Jūsų pateiktame pavyzdyje šis žodis įtikina, sustiprina.

- Pereikime prie *suminkštinimo strategijos* metodikos aptarimo. Jūs esate susipažinę su šios strategijos apibūdinimu, nustatymo tekste specifika. Pakomentuokite patį strategijos nustatymą, ar interviu klausimyne pateikti pavyzdžiai atspindi *suminkštinimo strategijos* panaudojimą?

- Taigi suminkštinimas. Pateiktame pirmame pavyzdyje „*Tikiu, kad ekspertų jau pripažįstamos Lietuvos ūkio pažangos rezultatus netrukus pajus ir žmonės*“ suminkštinimo strategijos panaudojimas yra diskutuotinas. Žodis „tikiu“ išreiškia tam tikrą emociją. Jei nebūtų šio žodžio, tai būtų tik paprastas sakinys, o tas „tikiu“ sukuria tam tikrą intymumą. Prezidentas tarsi sako „aš tikiu Jumis, tai ir Jūs pasitikėkite manimi ir tuo, ką aš sakau“. Būtent todėl šiame pavyzdyje labiau galima įžiūrėti intymumo strategiją. Tačiau jei žiūrėsime pagal suminkštinimo strategijos apibrėžimą, tai šiame pavyzdyje galima pajusti kalbančiojo toleranciją ir panašiai. Jūsų pateiktas pavyzdys dviprasmiškas, sunku pasakyti, kuriai iš strategijų jis galėtų būti priskirtas. Galimi keli variantai ir viskas priklauso tik nuo tyrėjo suvokimo ir gebėjimo apginti savo poziciją.

- Gal galėtumėte pateikti pavyzdžių, kada suminkštinimo strategijos panaudojimas būtų akivaizdus?

- Sunku pasakyti. Manau, kad nustatant šią strategiją reikšminga stebėti eufemizmų vartojimą. Eufemizmas yra tada, kai pasakai tą patį dalyką tik švelnesniais žodžiais. Tarsi įvynioji į vatą visą situaciją. Jūsų pateiktame pavyzdyje vargu, ar galima sakyti, jog Prezidentas kažką vynioja į vatą. Pavyzdžiui, jei sakytumė „nelabai išsilavinęs“, tai reiškia, jog iš tiesų mes norime pasakyti „visiškai neišsilavinęs“, tačiau pasakome švelniau - eufemizmo pagalba sušvelniname situaciją.

- O jeigu paimtume grynai politinį pavyzdį. Tarkim Lietuvos ir Lenkijos santykiai. Istoriskai susiklostė, jog šiuose dvišaliuose santykiuose yra „aštrių kampų“, tam tikrų nesutarimų sferų. Jei Prezidentas savo kalboje pateiktų teiginį, kuris žymėtų norą užmiršti praeities nesutarimus ar panašiai. Ar tokiu atveju būtų galima atpažinti suminkštinimo strategijos panaudojimą?

- Greičiausiai taip, nes būtų bandymas suminkštinti aštrią problemą. Tačiau bet kuriuo atveju reiktų matyti konkrečią kalbą ir jos testą ir pagal tai spęsti ar tai suminkštinimas ar ne. Turi būti tam tikri rodikliai, žymintys tą suminkštinimą.

- Tai Jūsų manymu svarbiausia yra ne pati problema, o tai kaip ji pateikiama?

- Taip, būtent, svarbiausia kaip ji pateikiama. Reikia žiūrėti į konkrečią situaciją ir įtakos turi ne problemos svarbumas ar mastas, o jos pateikimas. Taip pat svarbi paties tyrėjo argumentacija. Pavyzdžiui, kodėl Jūs čia (pateiktame pirmame pavyzdyje) matote suminkštinimą?

- Minėtą citatą priskyriau kaip suminkštinimo strategijos panaudojimą dėl labai paprastos priežasties. Prezidentas kalba apie ekonominę pažangą. Lietuvoje kaip ir daugelyje kitų pasaulio valstybių socialinės ir ekonominės gerovės užtikrinimas yra vienas iš visuomenei aktualiausių politinio diskurso klausimų. Taigi Prezidentas paima šią opią, reikšmingą problemą ir per žodį „tikiau“ suteikia žmonėms viltį, kad jie tikrai pajus ekonominės pažangos rezultatus. Taip jis suminkština ekonominės gerovės problemą.

- Na taip. Jūsų argumentai įtikinantys. Būtent todėl aš ir sakau, kad analizuojant kalbas ir ieškant tam tikrų strategijų svarbus ne tik jų nustatymo metodikos išmanymas, bet ir paties tyrėjo gebėjimas interpretuoti ir pagrįsti savo interpretacijas. Taip, gerai.

Antras Jūsų pateiktas pavyzdys taip pat diskutuotinas. Jau pati sakinio struktūra „*Dabar Jūs (Seimo nariai) priimsite sprendimą. Kad ir koks jis būtų, priimsiu jį garbingai <...>*“ rodo, kad tai yra nuolaidos sakinytis. Sintaksiškai šia yra nuolaidos sakinytis, todėl man atrodo, kad čia pavartota nuolaidos strategija. Ar tai suminkštinimas, aš nežinau. Ką jisai čia suminkština? Savo poziciją? Galima galbūt čia žiūrėti ir suminkštinimą, tačiau šiuo atveju vien dėl sintaksinės struktūros aš šį pavyzdį skirčiau prie nuolaidos strategijos. Jūsų pavyzdžiai pateikti prie akivaizdžios nuolaidos

strategijos – taip, abu jie teisingi. Pirmąją pavyzdyje tikrai galima matyti akivaizdžią nuolaidą. Vėlgi sintaksiškai, ta yra nuolaidos sakiny. Na o realioji nuolaida... Tai, kiek aš apie ją žinau iš Jūsų pateiktos medžiagos, tai taip, beabejojo Prezidento atsiprašymas ir klaidų pripažinimas yra akivaizdus realiosios nuolaidos strategijos panaudojimo atvejis. Veiksmažodžiai „neneigiu“, „padariau“, „suklydau“ ir „klaidą ištaisiau“ yra savotiškas kaltės pripažinimas, nuolaida. Bet kartu šiame sakinyje yra toks kaip pasiteisinimas. Tezė „bandydamas remtis vien žmogiškaisais jausmais“ rodo, kalbančiojo bandymą primesti tai, kad klysti žmogiška ir kad ta mano kaltė nėra jau tokia didelė. Tiesiog reiktų atkreipti dėmesį, kad ta realioji nuolaida, tai kas vyksta realiai „darau“, „padariau“ ir panašiai, kaip tam tikras prisipažinimas, o akivaizdžioji nuolaida tiesiog bendrai politiko demonstruojama tolerancija ir panašiai.

- Jūs išsakėte savo nuomonę ir *suminkštinimo*, ir *akivaizdžios* bei *realios nuolaidos* strategijų atžvilgiu. Galima pastebėti panašumą tarp *suminkštinimo* strategijos ir *akivaizdžios nuolaidos* strategijos. Abi jos apibūdinamos kaip politiko toleranciją, supratingumą žyminčios strategijos. Jūsų nuomone, koks yra pagrindinis skirtumas tarp šių strategijų?

- Sunku pasakyti. Šios dvi strategijos iš tiesų labai panašios, todėl reiktų įsivesti tam tikrus jų atskyrimo kriterijus. Kaip jau minėjau atpažįstant *suminkštinimo* strategiją reikia žiūrėti į bendrą sakinio esmę ir eufemizmų vartojimą. Na o nuolaidos panaudojimo nustatymas dažniausiai yra pagrįstas sintaksiškai. Jei yra šalutinis nuolaidos sakiny, tada yra akivaizdžios nuolaidos strategiją. Mano toks būtų pastebėjimas.

- Ačiū už išsamų paaiškinimą ir pereikime prie kitos Rolando Pakso kalbose dažnai aptinkamos strategijos – kontrasto.

- Politinis diskursas yra dažniausiai konstruojamas opozicijų pagalba. Priešpastatant „aš-mes“ ir „tu-jie“. Tačiau kartai gali būti taip, kad tas „mes“ gali atsidurti priešingoje stovykloje. Kas yra „mes“? „Mes“ yra politinis lyderis, jo atstovaujama partija, bendražygiai ir „mes“ gali būti šalia paminėtųjų įtraukiant rinkėjus. Kartais „mes“ gali būti priešpastatomas rinkėjams, tai yra, „mes“ – aš ir mano partija ir „Jūs“ rinkėjai. Pateiktame pavyzdyje pirmiausia yra „Aš“ ir „Jūs“ rinkėjai yra viena opozicija ir „kiti politikai“ yra kita opozicija. Prezidento kalbėjimas pirmu asmeniu „susitikdamas su Jumis“ kuria bendrumo su rinkėjais jausmą ir kartu tai prieš pastatoma kitiems politikam, pateikiant save kaip kitokį nei kiti politikai.

- Tai šiuo konkrečiu atveju ir apskirtai galima atpažinti kontrasto strategija, kai yra savęs priešpastatymas, atskyrimas nuo kitų politinių partijų, politinių veikėjų?

- Taip. Jūsų pateiktame pavyzdyje tikrai yra pavartota kontrasto strategija. Ir apskirtai kontrastas pats savaime lemia, kad turi būti kažkokia akivaizdi atskirtis, priešpastatymas. Dažniausiai tai daroma per įvardžius. Net jei nėra įvardžio, jis matomas per veiksmažodines formas.

Šita strategija yra turbūt viena iš lengviausiai atpažįstamų tekste, akivaizdi. Manau, tiriant politines kalbas šios strategijos panaudojimo atvejų turėtų būti daug.

- **Taip, iš tiesų ši strategija yra dažnai sutinkama. Kai kuriose Rolando Pakso kalbose ši strategija yra tiesiog visos kalbos pagrindas, nes visa kalba pateikiama kaip kontrastas, „savęs“ ir „kitų“ atskyrimas.**

- Kaip jau minėjau politiniame diskurse tai yra tiesiog neišvengiama. Siekiant identifikuoti save kaip lyderį, politinę jėgą, būtina atskirti save nuo kitų ir dažniausiai tai daroma kontrastų pagalba.

- **Dar viena strategija – intymumo. Jūs susipažinote su šios strategijos apibūdinimu, nustatymo tekste specifika, konkrečiais pavyzdžiais, kur galimai panaudojama intymumo strategija. Pakomentuokite, pašau, šios strategijos atpažinimo teste metodiką?**

- Šita strategija viena įdomiausių. Jūsų pateikiamame pavyzdyje intymumas susiejamas su dėkojimu. Mano manymu, pirmiausia intymumą rodo, kaip jau ir sakiau, tiesioginis kreipinys. Tiesiogiai kreipiantis į kažką sukuriamas betarpiškas ryšys, intymumas. Tačiau Jūsų pavyzdyje yra ir tiesioginis kreipinys ir kartu išreikšta padėka. Šis pavyzdys gali būti laikomas intymumo strategijos panaudojimo atveju. Tik dar šiame pavyzdyje vėlgi galima matyti šalutinį nuolaidos sakinį, kas rodo, kad čia panaudojamas ir akivaizdžios nuolaidos strategija.

- **O Jūsų nuomone, intymumo strategija tekste, kaip ji turėtų būti atpažįstamas, jei nežiūrėsime į šią strategiją žyminčius žodžių junginius, kurie patekti klausimyne?**

- Na tai pirmiausia, kaip sakiau yra tiesioginis kreipimasis į kažką tai. Kaip pavyzdžiui būna senoviniuose romanuose „Mielas skaitytojau“. Tokie kreipiniai tiek politikoje, tiek kitoje aplinkoje sukuria intymumą. Kai į tave kažkas kreipiasi, tu suvoki, kad visi vėliau pasakyti žodžiai bus adresuoti būtent tau. Kitas svarbus dalykas, kalbėjimas pirmu asmeniu. Intymumo strategija yra tada, kai politikas kalba už save. Jis nekalba bendrai kaip nuo partijos ar tam tikros institucijos, o kalba pirmu asmeniu ir tiesiogiai klausytojui. Manau, šie du aspektai yra svarbiausi ir žymintys intymumo strategijos panaudojimą tekste.

- **Analizuotose R. Pakso kalbose galimai aptinkama ir *apeliacijos strategija*. Remiantis klausimyne patektu apeliacijos strategijos aprašymu ir konkrečiu pavyzdžiu iš Prezidento Rolando Pakso inauguracinės kalbos, pasakytos iškilmingame Seimo posėdyje, pakomentuokite, prašau, *apeliacijos strategijos* atpažinimo tekste metodiką.**

- Jūsų pateiktame pavyzdyje neabejotinai panaudota apeliacijos strategija. Na o dėl metodikos, tai kaip mes ir išsiaiškinome aptardamos pavyzdžio strategiją, apeliacija yra tais išimtiniais atvejais, kai apeliuojama į kažkokį konkretų, pripažintą autoritetą. Pateiktame pavyzdyje apeliuojama į Džoną Kenedį. Neabejotinai šis politikas yra laikomas autoritetu pasaulio mastu, kaip buvęs vienos didžiausių ir įtakingiausių pasaulio valstybių vadovas. Kartu šio politiko žodžių

citavimas gali būti suvokiamas kaip tai, kad Džonas Kenedis yra Rolando Pakso moralinis autoritetas.

- O kaip Jūs vertinate teiginį, kad pasirėmimas tam tikru autoritetu padeda įtvirtinti savo paties autoritetą?

- Neabejotinai. Visiškai sutinku su šiuo teiginiu. Visada apeliuojama tik į tam tikrus idealus. Jeigu aš kaip politikas cituoju ar remiuosi tam tikru autoritetu, tai vadinasi aš kaip tas autoritetingas asmuo laikaisi panašių moralinių principų, įsitikinimų, panašaus darbo, vadovavimo stiliaus, požiūrio į politiką, gyvenimą ir panašiai. Per tai galima įtvirtinti save, legitimizuoti save kaip politiką, o kartu tapatinimasis su tam tikrais autoritetais leidžia sustiprinti politiko identifikaciją. Kontrasto strategijos pagalba bandoma parodyti skirtumus tarp savęs ir kitų, o apeliacijos strategijos panaudojimo atveju išryškinami tam tikri panašumai su kažkuo.

- Dar viena R. Pakso kalbose aptinkama strategija – pakartojimo strategija. Tuen van Dijk ir L. Bielinis nepateikia detalią šios strategijos nustatymo teste metodiką. Jūsų nuomone, pagal ką turėtų būti atpažįstama ši strategija?

- Jūsų pateiktame pavyzdyje pakartojimas tiesiog akivaizdus. Jau patys žodžiai „dar kartą kreipiuosi <...>“ žymi, jog tai kas bus pasakyta toliau yra sakoma ne pirmą kartą. Pakartojimas būtų ir tuo atveju, jei būtų panaudojamas tiesioginis pakartojimas, tai yra, kai tas pats pasakoma kitais žodžiais. Pakartojimas bus tada, jei tie patys žodžiai bus pasakomi keletą kartų, bet tai rečiau pasitaikantis atvejis, nes stilistiškai stengiamasi nekartoti tų pačių žodžių. Apskritai kalbose, galima per visą tekstą stebėti tam tikrų raktinių žodžių pakartojimą. Gali būti sakinyus užbaigiamas ir kitas pardedamas tuo pačiu žodžiu – tai vadinama anafora katafora. Visais tais atvejais būtų galima laikyti, jog naudojama pakartojimo strategija.

- Ar galima tam tikros tematikos pakartojimą tekste laikyti pakartojimo strategijos vartojimo atveju? Pavyzdžiui, jei politiko kalba iš esmės yra skirta užsienio politikos perspektyvoms aptarti, pristatyti, tačiau matoma, kad net keletą kartų yra nukrypstama prie vidaus, socialinių problemų analizės.

- Geras klausimas. Tematika yra labai bendras dalykas, kurio tyrimui sunku pritaikyti konkrečias lingvistines taisykles. Žinoma, toks požiūris yra galimas, nes jeigu kalboje matomas tam tikros tematikos, problematikos akcentavimas, tai yra svarbiausių minčių, idėjų pakartojimas, o kartu ir sustiprinimas. Manau, kad tokiais atvejais galima nustatyti pakartojimo strategijos panaudojimą, tik tai bus siejama ne su konkrečiais žodžiais ar junginiais, o bendrai su kalbos tekstu, turiniu.

- Liko aptarti paskutinę, dešimtąją pataisymo strategiją.

- Pagal pateiktą pavyzdį matau, kad Jūs priskyrėte šitą sakinį kaip pataisymo strategijos panaudojimo atvejį tik todėl, kad jame yra žodžių junginys „tai yra“.

- Taip. Apskritai šita strategija nėra dominuojanti analizuotose Rolando Pakso kalbose ir nustatoma tik pagal jai priskiriamus žodžių junginius. Gal Jūs galėtumėte pateikti papildomų pataisymo strategijos nustatymo teste galimybių?

- Man pataisymo strategija glaudžiai siejasi su prieš tai nagrinėta pakartojimo strategija, nes pataisymas yra kaip patikslinimas, tam tikrų akcentų sudėliojimas. Atpažįstamas jis, žinoma, pagal tuos Jūsų pateiktus žodžių junginius ir remiantis pačiu kalbos turiniu. Tyrėjas turi jausti, kur kalbėtojas bando korektuoti prieš tai pasakytą mintį ar teiginį. Šiuo atveju sunku nurodyti tam tikras tikslias taisykles, kuriomis remiantis būtų galima tekste nustatyti pakartojimo strategijos panaudojimą.

- Analizuotose Prezidento Rolando Pakso kalbose nebuvo aptiktas tiesioginis poslinkio ir vengimo strategijų panaudojimas, tačiau netiesioginį šių strategijų panaudojimą galima atpažinti iš bendro kalbos teksto, kai į kalbą žiūrima kaip į visumą bei žinant kontekstą. Pavyzdžiui, visuomenei skirtoje inauguracinėje kalboje Rolandas Paksas daugiausia kalba apie Lietuvą, lietuvių tautą, žmonių problemas ir panašiai, tačiau beveik neakcentuoja užsienio politikos aspektų, apie kuriuos jis turėtų kalbėti kaip pareigūnas, konstituciškai privalantis vykdyti Lietuvos užsienio politiką. Ar tokiu atveju galima teigti, jog yra panaudojama vengimo strategija, kai vengiama liesti tam tikras temas, prioritetą duodant kitoms?

- Kalbiškai tai vėlgi sunku padaryti, nes nėra kažkokių konkrečių požymių, o tik abstraktus interpretavimas. Kita vertus, kai yra aiškiai apibrėžta arba kai yra nusistovėjusios tam tikros normos, ką jis kaip pareigūnas turėtų kalbėti, žinoma galima įžiūrėti vengimą. Tačiau svarbu suvokti tai, jog tokios oficialios kalbos yra paruoštos iš anksto. Tai nėra spontaniškas kalbėjimas. O vengimo ir poslinkio strategijas būtų lengviau įžiūrėti, kai kalbama iš anksto nepasiruošus. Tai suvokiant ir pasirinkus analizuoti būtent oficialias kalbas būtų reikšminga atmesti strategijas, kurios nėra būdingos tokio pobūdžio kalboms.

- Aptarėme Rolando Pakso kalbose dominuojančias strategijas, jų nustatymo teste metodiką. Jūs ne karą minėjote, jog dažnai viena ar kita kalbinė strategija gali būti atpažįstamas ne pagal tam tikrus joms priskiriamus raktinius žodžius, o remiantis bendro konteksto žinojimu, kalbos turiniu ir panašiai. Jūsų nuomone, kiek tiriant politines kalbas yra svarbus politinio konteksto žinojimas?

- Priklausomai nuo tiriamo objekto, tyrėjas visada daugiau ar mažiau privalo išmanyti bendrą kontekstą. Tiriant politines kalbas tai ypač svarbus, nes elementariai nustatant apeliacijos strategiją, tu kaip tyrėjas turi žinoti, kas yra tas autoritetas, į kurį apeliuojama, koks jo ir kalbančiojo santykis, panašumas ir taip toliau. Jeigu kalba būtų tirama tik techniškai nustatant tam tikras kalbėjimo strategijas, šis tyrimas neturėtų prasmės. Labai svarbu išmanyti bendrą politinį kontekstą.

- **Užsiminėti, kad tiriant kalbėjimo strategijas techniškai, pagal joms priskiriamus žodžių junginius ir panašiai, tyrimas netenka prasmės. Tačiau siekiant išvengti „techniškumo“, sunku atsiriboti nuo interpretacijų, nuojautos. Jūsų nuomone, tiriant kalbėjimo strategijas svarbi tyrėjo nuojauta?**

- Iš tiesų kiekvienas žmogus turi kalbinę nuojautą ir jos nuvertinti kaip nemoksliško metodo negalima. Žinoma, labai gerai, kai tam tikra nuojauta, interpretacija yra kažkuo pagrindžiama, bet kartais tai padaryti sunku, ypač jei tiriamas naujas mokslinio diskurso objektas. Žinoma galima pasiremti sintakse, morfologija, kalbos aktais, stebėti žodžių konotacijas ir panašiai. Tiriant kalbėjimo strategijas svarbus kalbos, lingvistikos išmanymas, tačiau reikšminga ir tyrėjo interpretacija, argumentai, pastebėjimai.

- **Kaip jau buvau minėjusi, magistriniame darbe kalbėjimo strategijų tyrimo pagalba, analizuojant oficialias Prezidento Rolando Pakso kalbas, bandoma atskleisti Rolando Pakso įvaizdžio raišką oficialiose kalbose. Kaip Jūs manote, ar tam tikro politiko kalba gali būti jo įvaizdžio atspindys? Ar per kalbos analizę galima atpažinti tam tikrus kalbėtojo įvaizdžiui būdingus bruožus?**

- Žinoma galima. Kalba yra susijusi su mastymu. Net jeigu kalba paruošta iš anksto ir gal net rašyta ne paties politiko, teigti, kad kalba yra tik tušti žodžiai negalima. Taip nėra. Per įvairius lingvistinius, pragmatinius aspektus, per tas pačias kalbėjimo strategijas galima matyti ne tik tai, ką politikas norėjo pasakyti, bet ir daug už žodžių paslėptų dalykų. Jų tarpe ir įvaizdžio raišką. Analizuojant kalbėjimo strategijų kaitą galima matyti politinio įvaizdžio kaitą.

- **Dėkoju Jums už išsamius atsakymus.**

4 priedas. Kalbėjimo strategijų žymimi įvaizdžio tipai

4 lentelė. Kalbėjimo strategijų žymimi įvaizdžio tipai (sudaryta remiantis: Dijk, 1983; Bielinis, 1996)

Kalbėjimo strategija	Kalbėjimo strategijos atskleidžiamos kalbančiojo savybės	Galimi įvaizdžio tipai
Apibendrinimo strategija	-	Apibendrinimo strategija orientuota į tam tikros situacijos supratimo kontrolę. Nustatant šios strategijos parodomą įvaizdžio tipą reikšmingas kalbos kontekstas. Priklausomai nuo konteksto šios strategijos panaudojimas gali atskleisti bet kurį įvaizdžio tipą.
Pavyzdžio strategija	-	Pavyzdžio strategija orientuota į įtikinimą, tam tikros minties įteigimą. Per tai gali atsiskleisti visi įmanomi įvaizdžio tipai.
Sustiprinimo strategija	„Žino, ko nori“, stiprus, ryžtingas, atsakingas	„Kovotojas“, „stiprus lyderis“, „tautos prezidentas“. Kadangi sustiprinimo strategija orientuota į pateikiamos informacijos kontrolę, priklausomai nuo konkretaus šios strategijos panaudojimo atvejo, konteksto gali būti identifikuojami ne tik minėti įvaizdžio tipai.
Suminkštinimo strategija	Supratingas, rūpestingas, tolerantiškas	„Paprastas žmogus“, „tautos prezidentas“, „kovotojas“ (už visuomenės gerovę), „šeimos žmogus“
Nuolaidos strategija:		
a) akivaizdi nuolaida	Sąžiningas, šiltas, artimas, savas, supratingas, rūpestingas, tolerantiškas, rimtas, kompetentingas, ryžtingas;	„Paprastas žmogus“, „tautos prezidentas“, „kovotojas“, „stiprus lyderis“, „šeimos žmogus“;
b) realioji nuolaida	silpnas, neryžtingas, pažeidžiamas, nesugebantis būti stipriu lyderiu ir priimti optimalius sprendimus	„paprastas žmogus“, „auka“

4 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Kalbėjimo strategija	Kalbėjimo strategijos atskleidžiamos kalbančiojo savybės	Galimi įvaizdžio tipai
Kontrasto strategija	Teigiamų kalbančiojo savybių priešpastatymas kitiems	„Kovotojas“, „stiprus lyderis“, „paprastas žmogus“ (greta išvardintų pagrindinių įvaizdžio tipų, kuriuose svarbų vaidmenį vaidina savęs (aš/mes) ir kitų (jis/jie) atskyrimas, priklausomai nuo konteksto kontrasto strategija gali būti panaudojama ir kitiems įvaizdžio tipams atskleisti)
Intymumo strategija	Artimas, savas, pasitikintis klausytoju	„Paprastas žmogus“, „tautos prezidentas“, „šėimos žmogus“
Apeliacijos strategija	Priklausomai nuo subjekto į kurį apeliuoja kalbantysis gali atsiskleisti įvairios savybės	Autoritetas į kurį apeliuoja kalbantysis ir tam autoritetui priskiriamos savybės galimai apsprendžia pozicionuojamą įvaizdžio tipą. Apeliacijos strategijos panaudojimo pagrindu įmanomas įvairių įvaizdžio tipų atsiskleidimas.
Pakartojimo strategija	-	Pakartojimo strategija orientuota į įtikinimą, tam tikros informacijos struktūravimą. Priklausomai nuo akcentuojamos informacijos turinio, konteksto, gali atsiskleisti visi įmanomi įvaizdžio tipai
Pataisymų strategija	Solidus, rimtas, kompetentingas, suinteresuotas klausytojo/skaitytojo dėmesiu bei gaunamų žinių tikslumu	Priklausomai nuo konkretaus analizuojamo atvejo šios savybės gali būti inkorporuotos į bet kurį iš įvaizdžio tipų.