



VILNIAUS UNIVERSITETAS
FILOLOGIJOS FAKULTETAS

Roberta Marčiulaitytė

Taikomoji kalbotyra

Magistro II kursas

Skundų žanrinė analizė

Magistro darbas

Darbo vadovė doc. dr. Inga Hilbig

Vilnius, 2025

Roberta Marčiulaitytė, *Skundų žanrinė analizė, Magistro darbas*, vadovė doc. dr. Inga Hilbig, Vilniaus universitetas, Filologijos fakultetas, Lituanistinių studijų katedra, 2025, X p.

Raktažodžiai: skundai, elektroniniai skundai, žanras, strategijos, nemandagumas, šnekos aktai.

Anotacija

Šiame magistro darbe nagrinėjamas elektroninių skundų žanras, analizuojant skundų struktūrinius ir pragmatinius aspektus. Tyrimo objektas – 140 klientų skundų, gautų iš privačios maitinimo įstaigos. Pagrindinis darbo tikslas – išanalizuoti elektroninius skundus ir nustatyti, kokios strategijos yra būdingos šiam žanrui, taip pat – kokiomis priemonėmis yra reiškiamas (ne)mandagumas, kokie strateginiai modeliai yra būdingi kiekvienai kategorijai, pagal skundų ilgį. Privačios maitinimo įstaigos skundai buvo tiriami kokybiniu diskurso analizės metodu. Pirmiausia išskiriamos skundų strategijos, vėliau skundai klasifikuojami pagal jų ilgį, atskleidžiant strateginius modelius kiekvienoje kategorijoje. Tiriamojoje dalyje taip pat analizuojama, kaip klientai skunduose realizuoja kalbinį mandagumą ir nemandagumą bei kokiomis priemonėmis tai išreiškiama. Nustatyta, kad ilgesni skundai pasižymi detalesne struktūra ir platesniu strategijų spektru, tuo tarpu trumpiausi skundai yra tiesmuki, su aiškiai dominuojančia kaltinimo ir nepasitenkinimo raiškos strategijomis. Nustatyta, kad kaltinimas yra pagrindinė ir dažniausiai naudojama skundo strategija. Lygiagrečiai nustatyta, kad rečiausiai naudotos šios strategijos: įžeidimo, įrodymų pateikimo ir švelninimo. Švelninimas buvo priskirtas prie mandagumo apraiškų, bet jų šiame tyrime pasitaikė labai nedaug.

Turinys

IVADAS	4
1. TEORINIAI SKUNDŲ TYRIMO PAMATAI	7
1.1. Skundai	7
1.1.1. Skundo samprata.....	7
1.1.2. Elektroninis skundas.....	10
1.1.3. Skundų tyrimų apžvalga	12
1.1.4. Direktyvai, ilokucija, perlukucija	13
1.1.5. Galimos skundų strategijos.....	15
1.2. Mandagumas ir nemandagumas	17
1.2.1. Mandagumo ir nemandagumo samprata.....	17
1.2.2. Skundų mandagumo ir nemandagumo tyrimai.....	19
1.3. Skundas kaip žanras ir jo analizė.....	21
1.3.1. Skundo žanriniai tyrimai	21
1.3.2. Žanro teorija	23
2. SKUNDO ŽANRINĖ ANALIZĖ.....	26
2.1. Skundų pragmatinė analizė.....	26
2.1.1. Kaltinimas.....	27
2.1.2. Nepasitenkinimo raiška	28
2.1.3. Moralizavimas	29
2.1.4. Sarkazmas	31
2.1.5. Prašymas atitaisyti žalą.....	32
2.1.6. Švelninimas	33
2.1.7. Emocijų raiška	35
2.1.8. Įrodymų pateikimas	36
2.1.9. Įžeidimai	38
2.1.10. Apibendrinimas	39
2.2. Skundų strategijų modeliai	41
2.2.1. Trumpiausi skundai	42
2.2.2. Vidutinio ilgio skundai	43

2.2.3. Ilgesni skundai	44
2.2.4. Ilgiausi skundai	46
2.2.5. Apibendrinimas	48
2.3.1. Skundų nemandagumas	50
2.3.1.1. Tiesioginis nemandagumas.....	50
2.3.1.2. Netiesioginis nemandagumas	51
2.3.1.3. Mandagumas.....	53
2.3.1.4. Apibendrinimas	55
IŠVADOS	56
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	59
Santrauka	63
Summary.....	64

IVADAS

Darbo temos aktualumas ir naujumas. Šio darbo dėmesio centre yra skundai ir jų žanrinė analizė. Darbas pradedamas nuo skundo suvokimo plačiąja prasme ir pereinama prie konkrečiai šiam darbui aktualių vartotojų skundų analizės.

Šiandienos globalioje visuomenėje vartotojų skundai tampa vis svarbesniu komunikacijos įrankiu tarp klientų ir įmonių. Skundai gali turėti didelę įtaką įmonių reputacijai, lojalumo palaikymui bei tiesioginiams santykiams su klientais. Analizuojant skundus kaip atskirą žanrą, galima geriau suprasti, kaip įmonės ir klientai keičiasi informacija ir kokie kalbiniai bei struktūriniai elementai yra būdingi tokiems skundams. Pasak Gretos Grigaliūnaitės: „Žanrų prigimtinė savybė yra skirstyti į grupes, rūšiuoti, taigi, rasti tam tikrą vidinę struktūrą, interpretuojant ieškoti universalijų, bendrybių, kad būtų galima lengviau suprasti sudėtingus reiškinius, situacijas, tekstus ir pan.“ (Grigaliūnaitė, 2017: 4). Skundų formulavimas reikalauja atidumo, kadangi klientai nori, kad jų žinutė būtų aiški ir suprantama, dėl jų patirtų nemalonių emocijų ir neigiamos apsilankymo patirties. Tačiau tuo pačiu metu stengiasi išlaikyti tam tikrą mandagumą, kad neprarastų galimybės gauti norimą atsakymą ir sprendimą. Skundai gali būti kuriami skirtingais būdais, priklausomai nuo konteksto ir tikslų. Tai dar labiau sustiprina mintį, kad skundas yra sudėtingas kalbos aktas, nes, priešingai nei labiau šabloniški kalbos aktai, pavyzdžiui, prašymai, jis „neturi iš anksto nustatytos formos“ (Chen et al., 2011: 203).

Skundai, kaip žanras, jau yra tyrinėti Lietuvoje, tačiau ši sritis dar nėra tokia populiari lyginant pasaulio mastu. Lietuvoje labiausiai skundų sritį išplėtojo ir tyrė Grigaliūnaitė savo magistro darbe „Skundo žanras kaip šnekos makroaktas“ (2017). Skundus plačiausiai tyrinėję užsienio tyrėjai yra šie: Diana Boxer (1993), ji nagrinėjo neformalius skundus tarp pažįstamų žmonių, Juliane House ir Gabriele Kasper (1981) akcentavo skundus, kurie buvo teikiami tarp skirtingų kultūrų žmonių, Olshtain ir Weinbach (1987, 1993) tyrė skunduose naudojamas taktikas arba kitaip - strategijas, Trosborg (1995) skundų klasifikacija tyrimų laukas, Murphy ir Neu (1996) tyrė atsiprašymų ir skundų strategijas tarpkultūriniame kontekste, Chen et al. (2011) tyrė skundus socialiuose tinkluose, Meinel'as (2010) nagrinėja, kaip skundai gali būti panaudoti kaip strategijos. Sofie Decock ir Anneleen Spiessens (2017) pateikia požiūrį, jog skunduose yra laikomasi dviejų strategijų – švelninimo ir intensyvinimo.

Tačiau tai tik dalis visų užsienio tyrėjų, kurie domėjosi skundo žanru ir jo specifika. Tai rodo, kad ši tema yra ypač aktuali, nes šiuolaikinėje visuomenėje klientų skundai vis dažniau reiškiami įvairiomis formomis – nuo oficialių laiškų iki socialinių tinklų įrašų, ir skirtinguose kultūriniuose bei verslo kontekstuose. Be to, technologijų plėtra ir globalizacija skatina naujas komunikacijos praktikas,

kuriose skundų žanras tampa vis dinamiškesnis ir įvairesnis. Anksčiau skundai įprastai buvo rašomi ant popieriaus, išsakomi telefono skambučiu, tačiau dabar dauguma skundų yra pateikiama elektroniniu būdu. Šiems tekstams gali būti būdinga savita struktūra ir kalbinės priemonės, kurios perteikia tiek informaciją, tiek emocinį turinį. Tai dar vienas aspektas, kuris šiame darbe bus naujesnis, nei prieš tai buvę tyrimai.

Lingvistiniai skundų ir nesutarimų tyrimai remiasi diskurso ir pragmatiniu požiūriu, sutelkdami dėmesį į tai, kaip šie kalbos aktai lingvistiškai realizuojami diskurso strategijų bei švelninimo ir intensyvinimo tipų požiūriu (Decock ir Spiessens, 2017: 5). Vienas svarbiausių skundų tekstų aspektų yra kalbinė mandagumo ir nemandagumo raiška, kuri lemia skundo toną, tikėtiną atsaką ir abiejų pusių bendravimo efektyvumą. Remiantis Brown ir Levinson (1987) mandagumo teorija, žmonės skundų tekstuose dažnai siekia apsaugoti tiek savo, tiek adresato „įvaizdžius“. Skundų žanrinė analizė leidžia giliau suprasti, kaip vartotojai manipuliuoja mandagumu ir nemandagumu, siekdami išreikšti savo nusiskundimus ir pasiekti konkrečių tikslų. Šis tyrimas gali pateikti naują požiūrį į skundus, kaip į kitokį kalbinį žanrą, kuris skiriasi nuo panašaus prašymų žanro. Tai yra itin aktualu, ypač šiandieninėje skaitmeninėje erdvėje, kur klientų nuomonės gali greitai išplisti ir paveikti įmonių reputaciją. Lietuvoje elektroninių skundų kalbinė analizė pasitelkiant mandagumo ir nemandagumo raiškos aspektu, iki šiol dar nėra tyrinėta sritis. Nors skundai tampa vis dažnesniu komunikacijos įrankiu tarp klientų ir organizacijų, ypač skaitmeninėje erdvėje, jų kalbinės strategijos – mandagumo išlaikymas ar nemandagumo naudojimas siekiant efektyviau išreikšti nepasitenkinimą – nėra nuodugniai išanalizuotos.

Taigi, nors skundų sritis jau yra analizuota, šiame darbe bus pateikiamas naujas žvilgsnis į skundų lietuvių kalba ypatybes, struktūravimą bei mandagumo ir nemandagumo raišką. Tyrime analizuojami ne tik patys skundai, bet ir jų kalbinė raiška, kuri gali paveikti skundo priėmimą ir atsakymą. Remiantis anksčiau minėtais tyrimais, kiekvienas skundas leidžia identifikuoti skirtingas diskurso strategijas, kurias klientai taiko, siekdami išreikšti savo nepasitenkinimą, nusivylimą ir neigiamas emocijas. Be to, nagrinėjant mandagumo ir nemandagumo aspektus, darbu siekiama atskleisti, kaip šios raiškos formos veikia skundo efektyvumą ir socialinį kontekstą.

Šio darbo **objektas** yra elektroniniai klientų skundai, gauti iš privačios maitinimo įmonės. **Tikslas** – išanalizuoti elektroninius skundus ir nustatyti, kokios strategijos yra būdingos šiam žanrui, taip pat – kokiomis priemonėmis yra išreiškiamas (ne)mandagumas, kokie strateginiai modeliai yra būdingi kiekvienai kategorijai, pagal skundų ilgį. **Darbo uždaviniai:**

1. Surinkti privačios maitinimo įstaigos klientų skundų.
2. Išanalizuoti skundus ir nustatyti, kokios strategijos juose taikomos.

3. Suklasifikuoti skundus pagal jų ilgį, nustatyti kiekvienai kategorijai būdingus strateginius modelius.
4. Ištirti (ne)mandagumo raišką skunduose, išanalizuoti, kokiais kalbiniais būdais klientai reiškia nepasitenkinimą ir ar pažeidžia mandagumo normas.

Darbo **tyrimo medžiagą** sudaro 140 skundų iš privačios maitinimo įstaigos elektroninio pašto. Skundai buvo renkami neatsižvelgiant į jų ilgį ir turinį, tačiau atsižvelgiant į jų gavimo laiką t. y. atrinkti ne senesni nei penkerių metų. Toks laiko tarpas pasirinktas todėl, kad prieš penkerius metus elektroninių skundų dar nebuvo taip gausu kaip paskutiniaisiais metais, dėl to atrodė aktualu išanalizuoti naujausią sukauptą medžiagą. Skundų tekstai šio darbo autorės nebuvo taisyti ar koreguoti, tačiau, dėl įmonės konfidencialumo, skunduose buvo panaikintos detalės, galinčios padėti identifikuoti įmonės pavadinimą. Nors skundai įmonei nebuvo pateikiami anonimiškai, jokie asmeniniai duomenys apie klientus taip pat nėra nurodami. Medžiaga rinkta ir naudota gavus įmonės leidimą.

Darbo metodas. Privačios maitinimo įstaigos skundai buvo tiriami kokybiniu diskurso analizės metodu, pasitelkiant (ne)mandagumo aspektus bei skundų strategijas.

Darbo struktūra. Pristatomą darbą sudaro įvadas, teorinė ir tiriamoji dalys, išvados bei literatūros sąrašas. Įvade aptariamas darbo temos aktualumas ir naujumas, apibrėžiamas tyrimo objektas, formuluojama tyrimo problema, tikslas, uždaviniai bei pasirinktasis metodas. Taip pat nurodoma analizuojama tyrimo medžiaga ir trumpai pristatoma darbo struktūra. Teorinėje dalyje yra pateikiama skundo samprata, elektroninio skundo samprata, apžvelgiami tyrimai susiję su skundais, aptariamos galimos skundo strategijos, toliau pereinama prie (ne)mandagumo aptarimo skundo kontekste ir žanrinės analizės. Antra šio darbo dalis yra skundų tyrimas: pirmoji dalis yra skundų strategijos ir jų modeliai, antroje dalyje yra nemandagumo analizė. Išvadose apibendrinami tyrimo rezultatai. Pabaigoje pateikiamas mokslinės literatūros sąrašas.

1. TEORINIAI SKUNDŲ TYRIMO PAMATAI

1.1. Skundai

1.1.1. Skundo samprata

Skundas yra kalbinis veiksmas, dar vadinamas šnekos aktu, kuriuo kalbėtojas išreiškia nepasitenkinimą ar nusiskundimą dėl tam tikros situacijos. John'as Searle'as (1969), vienas iš šnekos aktų teorijos kūrėjų, teigė, kad šnekos aktai yra veiksmai, kuriuos atliekame kalba, o skundas atspindi kalbėtojo neigiamą reakciją į tai, kas jam atrodo neteisinga arba netinkama, taip siekiant įvairios naudos: kompensacijos, atsiprašymo, susidariusios situacijos paaiškinimo ar tiesiog išsakyti kritiką. Šis šnekos aktas gali būti susijęs su tam tikrais socialiniais lūkesčiais ar normomis, kurių pažeidimas lemia, kad reiškiamas nusiskundimas (Searle, 1969). Skundas gali būti suvokiamas nuo vaiko pasiskundimo mamai, kad jam mokykloje buvo šalta ar neskanus valgyklos maistas, iki raštiško pavaldinio skundo vadovui – dėl nesaugios darbo aplinkos, kliento skundas – dėl nekokybiško maisto ar valstybinei įstaigai išsakytas arba parašytas skundas – dėl netinkamo jos darbuotojo bendravimo.

Norint tiksliau suprasti skundo žanrą, pirmiausia būtina aptarti paties žodžio *skundas* reikšmę, kaip ją apibrėžia žodynai. Grigaliūnaitė (2017) skundo sąvoką aiškina remdamasi etimologiniu žodynu: „lietuvių kalbos etimologinio žodyno duomenų bazėje (LKEŽdb) pateikiami žodžių skundas, skūsti giminiški žodžiai *skauda*, *skaudus*, kurie iš dalies paaiškina skundo priežastį – skundžiamasi, nes patiriamas skausmas“ (2017: 11). Žodis *skausmas* yra išties stiprus, ir to nereikėtų suprasti tiesiogiai, tačiau galime tapatinti skausmą su patiriama žala ar kitu netinkamu elgesiu, dėl, kurio žmogus skundžiasi. Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne pateikiamos trys skundo reikšmės: 1) nurodoma, kad skundas yra nepasitenkinimo reiškimas, 2) kad tai yra pranešimas arba paskundimas ir 3) prašymas atitaisyti skriaudą. Tęsiant šią mintį, galima teigti, kad skundo sąvoka apima ne tik emocinį nepasitenkinimo reiškimą, bet ir komunikaciją, kuria siekiama atkreipti dėmesį į netinkamą veiklą ar situaciją ir prašyti imtis veiksmų, kad problema būtų išspręsta.

Anglų kalboje, remiantis Kembridžo universiteto žodynu, *complaint* reiškia: rašytinis ar žodinis pareiškimas, kuriame teigiama, kad kažkas padarė ką nors netinkamo, arba kad kažkas nėra patenkinama (Cambridge Advanced Learner's Dictionary, 2013). Oksfordo universiteto žodynas pateikia mažiau tikslų paaiškinimą, tačiau reikšmė panaši: skundas – „tai pareiškimas, kad kažkas yra nepatenkinama arba nepriimtina“ (Oxford Dictionary, 2011). Šis apibrėžimas, nors ir ne toks išplėtotas, išryškina skundo esmę kaip tam tikros tvarkos pažeidimo atskleidimą, ir kad tai nepriimtina besiskundžiančiam asmeniui. „Skundai niekada neturėjo teigiamos reikšmės. Šis žodis kilęs iš lotyniško veiksmažodžio *plangere*,

kurio pradinė reikšmė – „smogti“ (metaforiškai – smogti kam nors į nugarą)“ (Klovienė, 2017: 123). Agus‘as Wijayanto‘as, Mauliy Halwat Hikmat, Aryati Prasetyarini (2008) skundą apibūdina kaip kasdienės kalbos dalį, pavyzdžiui, kai žmogus išreiškia savo susierzinimą ar nepasitenkinimą dėl nemalonių įvykių ar situacijų, dėl kurių jis patenka į nemalonią situaciją (2008: 97). Tęsiant mintį apie besiskundžiantį asmenį, reiktų pridėti, jog skūstis gali ne tik vienas asmuo, tačiau ir grupė žmonių (Decock ir Spiessens, 2017). Plačiau apie tai bus rašoma kitame skyrelyje. Taigi, skundas yra būdas išreikšti nusivylimą ir siekti teisingumo savo atžvilgiu arba korekcijos, kai kas nors neatitinka lūkesčių ir visuomenės priimtų normų.

Kaip teigia Trosborg (1995) ir Chen et al. (2011), skundžiantis ne tik reiškiamas nepasitenkinimas, bet pateikiant jį siekiama tam tikro atsako ar problemos sprendimo. Šis šnekos aktas dažnai turi būdingų kalbinių ir pragmatinių savybių, kurios padeda atskleisti skundo autoriaus emocinę būseną, intenciją bei socialinį santykį su adresatu. Besiskundžiančiojo emocinė būsena yra esminė skundo dalis. Tai yra skundo teikėjas išreiškia savo nepasitenkinimą, nusivylimą, pyktį ar kitą neigiamą emociją, reaguodamas į jam nepalankią situaciją. Jonathan‘ as Culpeper‘is (1996) savo nemandagumo teorijoje taip pat pabrėžia, kad šnekos aktai (tokie kaip skundai) yra būdas išreikšti žmogaus vidinę būseną ir socialinį nusivylimą. Intencijos skunde yra tai, ko siekia skundo teikėjas. Trosborg (1995) teigia, kad intencijos skunde gali būti įvairios – nuo paprasčiausio pasipiktinimo raiškos iki aiškaus reikalavimo kompensacijos ar problemos sprendimo. Remiantis įvairiais užsienio tyrėjais, skundas tikslo požiūriu gali būti apibrėžiamas kaip nepasitenkinimo išraiška, kai kalbantysis išsako nusiskundimą, kuris gali būti susijęs su patirta neigiama patirtimi, neatitikimu lūkesčių ar nederamu elgesiu (Drew, 1998; Boote, 1998; Schegloff, 2005; Kevoe-Feldman, 2018). Kalbant apie įmonės ar įstaigos, kuri gauna skundą, tikslas yra atitaisyti šią žalą, kad neprarastų kliento. Panašiai mano ir Claes‘as Fornell‘as ir Birger‘is Wernerfelt‘as (1987) ir skundus apibrėžia, kaip kliento bandymą pakeisti nepatenkinamą pirkimo patirtį. Tai rodo, kad skundu galima realizuoti kelias intencijas, pradedant nuo nepasitenkinimo pateikimo ir baigiant konkrečiais veiksmais, kurie galėtų susidariusią situaciją pagerinti arba visiškai ištaisyti. „Skundai – tai ne neigiami atsiliepimai, o problemos, kurias reikia išspręsti, ir nuo to, kaip tai pavyksta teisingai padaryti, klientų skundai kartoja arba ne“ (Klovienė, 2017: 123). Tai reiškia, kad emocijos ir skundo intencija yra vieni svarbiausių pateikiant skundą adresantui. Taigi, apibendrinus kitų tyrėjų patirtį galima pateikti tokią skundo apibrėžtį: skundas – tai šnekos aktas, kuriuo asmuo arba asmenų grupė siekia pranešti apie patirtą žalą ar netinkamą elgesį ir pateikti reikalavimą arba prašymą, kad adresatas ištaisyty klaidą.

Nemažiau svarbūs yra ir socialiniai santykiai, kaip pabrėžia Chen et al. (2011). Jo teigimu jie yra esminis aspektas analizuojant skundus, nes atskleidžia galios ir socialinę hierarchiją. Taip pat verta

paminėti ir konteksto svarbą šioje temoje. Skundas gali turėti nevienodą svarbą ir poveikį priklausomai nuo konteksto, kuriame jis pateikiamas. Pavyzdžiui, kai dukra skundžiasi savo motinai dėl to, kad ji kažkam papasakojo tai, ko dukters nuomone neturėjo pasakoti motina, tai dažniausiai liečia tik jų santykius, ir ši situacija atspindi asmeninius jausmus bei lūkesčius, nes tiek viena, tiek dukra yra to paties socialinio statuso – jos yra šeima. Tokiu atveju, nors skundas perteikia asmeninį nepasitenkinimą, jis neperžengia artimo bendravimo ribų ir neturi platesnio poveikio visuomenei ar socialinei hierarchijai. Kita vertus, kai klientas skundžiasi įmonės veikla, skundo poveikis gali būti daug platesnis ir skundas turi aiškesnę struktūrą, kurioje galios santykiai yra aiškiai matomi: klientas, kaip paslaugų gavėjas, hierarchiškai turi kitą poziciją nei įmonės atstovas, kuris kontroliuoja paslaugos teikimo kokybę. Tokiu atveju skundas gali atspindėti ne tik asmeninį nepasitenkinimą, bet ir tikslą gauti kompensaciją už neigiamą patirtį.

Searl'as (1969) teigia, kad šnekos aktų, tokių kaip skundai, pragmatinė funkcija yra susijusi su tam tikro atsako arba veiksmų inicijavimu. Skundai, priskiriami prie ekspresyviųjų veiksmų, iš esmės išreiškia neigiamą skundžiamo elgesio ar veiksmų vertinimą (Edwards, 2005; Traverso, 2009). Skundas turi tam tikras struktūrinės savybes, tokias kaip argumentacija, nuoskaudos raiška ir numanomas lūkestis, kurie tiesiogiai nurodo, kokio atsako tikimasi (Decock ir Spiessens, 2017) Skundo konstrukcija taip pat priklauso nuo konteksto ir kalbėjimo situacijos, tačiau apie tai bus plačiau aptariama kitame skyrelyje.

Lingvistiniu požiūriu skundai gali skirtis savo struktūra ir turiniu priklausomai nuo to, ar jie reiškiami žodžiu ar raštu. Pavyzdžiui, neformalūs skundai gali būti reiškiami kasdieniame pokalbyje, dažniau yra išsakomi žodžiu, tuo tarpu formalūs skundai dažnai pateikiami oficialiai institucijai su tikslu išspręsti problemą ar gauti kompensaciją, dažniau pateikiami rašytine forma. Searl'as (1969) teigia, kad skundai dažnai patenka į išraiškingus kalbos aktus, nes jie išreiškia kalbėtojo emocijas ar nuostatas dėl tam tikros situacijos. Šiame darbe analizuojami skundai savo pobūdžiu yra labiau panašūs į formalius skundus, nes jie dažniausiai pateikiami rašytine forma, aiškiai struktūruoti, dažnai suformuluoti siekiant konkretaus rezultato arba oficialios reakcijos.

Apžvelgus šį skyrelį, galima teigti, kad skundas yra įvairiapusis šnekos aktas, kuris gali būti tiek kasdieninis pasiskundimas, tarkime, šeimos nariui, tiek raštiškai pateiktas skundas įmonei ar įstaigai dėl netinkamos paslaugų kokybės, prekės ar pan. Taip pats skundas gali kisti priklausomai nuo adresato ir adresanto santykių, konteksto ar net asmeninių besiskundžiančiojo savybių. Taip pat svarbu pabrėžti, kad skundą ne visada pateikia vienas asmuo. Kai kuriais atvejais visa grupė gali būti įsitraukusi į problemą ir pateikti skundą kaip vieningas subjektas, koordinuotai pateikdamas savo susirūpinimą keliančius klausimus ar išreikšti nepasitenkinimą. Šios kolektyvinės pastangos pabrėžia dinamišką skundų pobūdį

ir jų gebėjimą atspindėti tiek individualias, tiek grupines perspektyvas įvairiose komunikacinėse situacijose.

1.1.2. Elektroninis skundas

Elektroninis diskursas yra viena iš šiuolaikinės komunikacijos formų, kuriai būdinga dinamiška, greita ir technologijų tarpininkaujama kalbinė sąveika. Pristatomo tyrimo medžiagą sudaro būtent elektroniniu būdu gauti skundai. Elektroninis diskursas yra plačiai nagrinėjamas visame pasaulyje, dėl gausaus jo paplitimo ir naudojamo šiuolaikiniame pasaulyje. Miriam A. Locher (2005) teigia, kad dalis tyrėjų visgi nepritaria elektroninio diskurso, kaip termino, vartojimui, nes tai yra per plati sąvoka, tačiau Locher laikosi pozicijos, kad šis terminas tinkamas (2005: 556). Locher taip pat pabrėžia, jog elektroninis diskursas su laiku pasikeitė. Elektroninio diskurso sąvoka, nors kai kurių tyrėjų ir kritikuojama dėl savo plataus apibrėžimo, atrodo tinkama apibūdinti technologijų tarpininkaujamai komunikacijai, ypač atsižvelgiant į jos įvairovę ir nuolatinę kaitą. Kadangi ši komunikacijos forma apima tiek oficialius elektroninius laiškus, tiek neformalius socialinių tinklų įrašus ar komentarus, bendras terminas leidžia apjungti skirtingus aspektus ir analizuoti bendras kalbines bei pragmatines tendencijas. Be to, kaip pastebi Locher (2005), elektroninis diskursas nuolat kinta, todėl lankstus jo apibrėžimas suteikia galimybę prisitaikyti prie besikeičiančių komunikacijos formų ir analizuoti jų raidą. Anksčiau žinutės arba laiškai įprastai būdavo trumpi, svarbiausia funkcija buvo perduoti informaciją greitai ir nedaugiažodžiaujant, tačiau šiuo metu elektroninio diskurso komunikacijos funkcijų spektras apima daugybę įvairių veiklos rūšių. Elektroninis diskursas yra tarsi tarpininkas tarp sakytinės ir rašytinės kalbos, nes jis sujungia rašytinės kalbos formalumą ir struktūrą su sakytinei kalbai būdingu spontaniškumu, interaktyvumu ir emocinės išraiškos galimybėmis. Šios savybės lemia, kad elektroniniame diskurse egzistuoja tam tikras kalbinis lankstumas, kuris priklauso nuo pasirinktos komunikacijos priemonės ir konteksto. Kaip teigia Asta Ryklienė: „bendraudant nesinchroniniais komunikacijos būdais (el. paštu, naujienų grupėse, diskusijų svetainėse), sukurta tekstą galima tvarkyti ir redaguoti. Tačiau pastebėta, kad interneto pokalbių dalyviai nėra linkę tvarkyti savo sukurto teksto“ (2000: 100). Dėl šių priežasčių yra svarbu aptarti elektroninį skundą ir jo ypatybes.

Skundų tyrimų Lietuvoje yra tik vienas – Grigaliūnaitės (2017), ir jis atliktas naudojant būtent elektroninius skundus. Užsienio tyrėjų atliktų tyrimų apie elektroninį diskursą yra daugiau. Hartford'as ir Mahboob'as (2004) atliko tyrimą apie elektroninius skundus laiškus laikraščių redaktoriams anglų ir urdu kalbomis Pietų Azijos šalyse Meinl'o (2010) analizavo vokiečių ir anglų kalbomis rašytus klientų

skundus *eBay* svetainėje, Camilla Vasquez tyrė (2011) neigiamus viešbučių atsiliepimus anglų kalba. Decock ir Spiessens (2017) analizavo elektroninius ¹verslas verslui skundus. Šių tyrėjų rezultatai rodo, kad elektroninis skundas pasižymi tiesiogiškumu bei mažiau švelninimo strategijų, nei kituose kalbiniuose aktuose. To priežastis, kaip nurodo šie tyrėjai yra elektroninio skundo trumpumas ir iš dalies arba visiškai anonimiškas bendravimas. Remiantis tokiais išvadomis, galima daryt prielaidą, kad ir šiame darbe skundai pasižymės sustiprintu emociniu tonu, kuomet klientai reikš nepasitenkinimą prekėmis ar paslaugomis.

Dar vienas reikšmingas elektroninio skundo ypatumas, kad jis nors ir gali būti rašomas privačiai įmonei, tačiau laiku negavus tinkamos reakcijos, jis gali paplisti plačiajai visuomenei, o tai yra didelė grėsmė įmonės įvaizdžiui. Yau Ni Wan (2024) savo tyrime apie klientų skundus viešbučių versle, nurodo, kad įmonės, kurios neatsako greitai į gautus nusiskundimus, gali sulaukti dar daugiau kritikos ir nepasitenkinimo. Jis taip pat pažymėjo, kad greitas atsakymas gali sušvelninti situaciją ir padėti greičiau susigrąžinti prarastą reputaciją. Klovienė, kuri yra egzistencinės psichoterapijos specialistė, teikianti individualias ir grupines psichoterapijos paslaugas Vilniuje, įvardino įmonės žlugimą, dėl netinkamai suvaldytų skundų: „kad verslas nežlugtų, įmonėms tikslinga valdyti skundus įdiegiant savo veikloje skundų valdymo modelius, kurie orientuoti į klientų poreikių tenkinimą ir pasitenkinimą“ (2017: 123). Tai tik patvirtina, kad skundas, o ypač elektroninis skundas gali tapti įrodymu, kurio pagalba nepatenkintas klientas gali pagrįsti savo nuomonę ir pridaryti dar daugiau žalos įmonės įvaizdžiui.

Kiti svarbūs elektroninio diskurso, į kurį įtraukiamas ir elektroninis skundas, elementai – jausmaženklių vartojimas (šypsėnėlės, pikti ar liūdini „veidukai“), naudojami tokie skyrybos ženklai, kaip šauktukai ar kiti ženklai, kurie gali skundą paversti grėsmingu šnekos aktu. Kaip teigia Hennig-Thurau, „elektroninių skundų diskursas išsiskiria didesne teksto elementų įvairove: vartojami jaustukai, didžiosios raidės ar net multimedijos įterpiniai“ (2004: 366). Tiriant skundus yra svarbus kiekvienas panaudotas elementas, kuris gali nusakyti adresanto ketinimus, norus ar nuotaiką. Yau Ni Wan (2024) pabrėžia, kad jaustukai ir šauktukai arba klaustukai gali būti naudojami norint pabrėžti nusiskundimo intensyvumą, emocinį krūvį ar net ironiją. Šie elementai, pasak Wan (2024), ne tik papildomai sustiprina pranešimo toną, bet ir suteikia galimybę geriau atskleisti skundų intencijas, padeda atsakyti į skundus tinkamu tonu ir sušvelninti emocijas, sukeliančias neigiamą vartotojo patirtį.

Taigi, elektroninis diskursas, nors dažnai apibūdinamas kaip šnekamosios ir rašytinės kalbos hibridas, pasižymi savitomis ypatybėmis: išsiskiria kalbėjimo tonu, galimybe greitai plisti visuomenėje,

¹ „Verslas verslui“ – tai tokie skundai, kai įmonės teikiančios viena kitai paslaugas gali rašyti atsiliepimus apie tos įmonės netinkamą bendravimą, prekės defektus ir pan.

specifiniu skyrybos ženklų naudojimu ir jausmaženklų naudojimu, kurie gali dar labiau sustiprinti skundo emocinį toną. Taip galima susieti ir elektroninius skundus, kurie išsiskiria greitu plitimu, kas gali pakenkti įmonės ar asmens įvaizdžiui, taip pat reikia paminėti anonimiškumo galimybę, kuri leidžia adresantui nevaržyti savo kalbos ir emocijų.

1.1.3. Skundų tyrimų apžvalga

Platesnę skundų tyrimų apžvalgą tikslinga pradėti nuo Lietuvos autorių darbų. Akvilė Feiferytė (2011) savo magistro darbe nagrinėjo dviejų įmonių gaunamus skundus. Jos tikslas buvo pateikti rekomendacijas įmonėms, kaip gerinti savo komunikaciją atsižvelgiant į dviejų Lietuvos įmonių gautus skundus. Šis tyrimas dar nebuvo paminėtas darbe, nes tai nėra lingvistinis tyrimas, tačiau jis yra naudingas savo tematika. Jau minėta Klovienė (2017) aptarė skundų svarbą komunikaciniu aspektu ir kaip svarbu įmonėms juos tinkamai valdyti, kad būtų išsaugotas klientų pasitikėjimas, palaikomi ilgalaikiai santykiai bei gerinama įmonės reputacija. Efektyvus skundų valdymas ne tik padeda spręsti konfliktus, bet ir tampa galimybe tobulinti teikiamas paslaugas, gerinti klientų aptarnavimą ir įgyti konkurencinį pranašumą rinkoje.

Užsienio tyrėjai skundus tiria lingvistiniu, socialiniu ir kultūriniu aspektu skirtinguose kontekstuose. Viena seniausiai tyrinėjančių skundus yra Diana Boxer (1993), ji nagrinėjo neformalius skundus tarp pažįstamų žmonių, akcentuodama socialines normas ir santykių dinamiką. Tai patvirtina anksčiau šiame darbe išsakytą mintį, kad skundai gali būti asmeniniai ir pateikiami privačioje verta paminėti Murphy ir Neu (1996), kurie skundų analizę naudojo kaip įrankį mokant užsienio kalbų. Jų tikslas buvo supažindinti besimokančiuosius su realia komunikacijos praktika, leidžiančia suprasti ir tinkamai naudoti skundus įvairiuose socialiniuose ir kultūriniuose kontekstuose. Jų tyrimas akcentavo, kaip skundų formuluotės atskleidžia kalbinę įvairovę ir pragmatikos svarbą tarpkultūrinėje komunikacijoje. Tuo tarpu Mary Ellen Guffey (2003) išskyrė skundų ir atsakymų strategijas verslo laiškuose, ypatingą dėmesį skirdama tinkamo tono ir efektyvios komunikacijos svarbai.

Decock ir Depraetere (2018) taip pat atliko skundų tyrimą, kurio tikslas buvo atskleisti netiesioginio kalbėjimo svarbą skundų analizėje. Jų objektas buvo verslo skundai, kuriuos jos atrado susirašinėjimuose tarp įmonės ir klientų. Taip pat šiame tyrime jos pasiūlė naują skundų nagrinėjimo klasifikaciją: atskirti tiesioginius skundus nuo netiesioginių. 2023 metais Decock publikuoja net du naujus tyrimus apie skundus. Decock kartu su kolegomis analizuoja, kaip žodžių pasirinkimai ir papildomi ženklai (pvz., emocijos ar tonas) paveikia kitų vartotojų reakcijas į skundus

„Twitter“ platformoje. Ir antras tyrimas, kuriame tiriama, kaip empatiškas kalbėjimas atsakant į klientų skundus el. paštu gali paveikti pasitikėjimą prekės ženklu.

Žvelgiant į naujausius tyrimus, taip pat galima rasti vertingų įžvalgų ir metodologinių priemonių, kurios prisideda prie skundų analizės. Vienas iš jų gausios komandos, kurią sudarė: Paulina M. Schenk, Alison R. McKinlay, Paul Chadwick¹, Carly Meyer, Beckie Gibson, Falko F. Sniehotta, Fabiana Lorencatto, Ivo Vlaev, Angel M. Chater, atliktas skundų tyrimas sveikatos srityje (2024). Šiame tyrime buvo nagrinėjami pacientų skundai, kuriuose jie skundžiasi nemaloniu gydytojų ir kitu ligoninės personalo bendravimu, netinkamu gydymu ir kitais su ligoninės veikla susijusiais dalykais. Dauguma tyrimu daugiausiai siejami su klientų skundais įmonėms, dėl paslaugų ir prekių, tačiau tokio tipo tyrimų, kaip šis yra išties dar nėra daug.

Šiame skyrelyje buvo aprašyta tik nedidelė tyrimų dalis, tačiau buvo stengiamasi apžvelgti tyrimus nuo senesnių iki pačių naujausių. Taip pat buvo koncentruojamasi į skirtingas tematikas, norint parodyti, kokio plataus masto šie tyrimai gali būti ir, ką galima pritaikyti Lietuvos tyrėjams, kurie domisi skundų tyrimais. Šių tyrimų apžvalga aktuali šiam darbui tuo, kad tai leis šiame darbe aiškiau interpretuoti surinktus duomenis, pasirinkti tinkamą analizės metodą ir giliau įžvelgti, kokios strategijos, kalbinės priemonės ir mandagumo ar nemandagumo formos pasireiškia tiriamuose skunduose.

1.1.4. Direktyvai, ilokucija, perlokucija

Direktyvai – tai kalbiniai veiksmai, kuriais kalbėtojas siekia paveikti adresato elgesį, skatindamas jį atlikti tam tikrą veiksmą (Searle, 1976). Šie aktai būdingi įvairiems kalbiniams kontekstams, tačiau ypač dažnai pasitaiko skunduose, kur adresantas siekia atitaisyti patirtą žalą ar gauti kompensaciją. Iš pragmatinės perspektyvos direktyvų aktų analizė neatsiejama nuo ilokucinės ir perlokucinės galios sąvokų. Šnekos aktai gali būti tiesioginiai ir netiesioginiai. Tiesioginiais šnekos aktais laikoma kalba, kai viskas yra pasakoma pažodžiui, nepaslepiant jokių minčių ir nepaliekant vietos interpretacijoms. Tuo tarpu netiesioginiai šnekos aktai yra sudėtingesnės konstrukcijos ir reikalauja daugiau foninių, enciklopedinių ar kontekstinių žinių. Netiesioginis šnekos aktas yra reiškiamas nuorodomis, užuominomis, metaforomis, ironija, tad pasakymo reikšmė skiriasi nuo sakinio pažodinės reikšmės – gali būti papildoma reikšmė ar visai priešinga (Searle 1979: 30). Taip pat šnekos aktas gali turėti dvi ilokucines galias – tiesioginę ir netiesioginę (1979: 31), – kurios paaiškina vieną svarbiausių lingvistinės pragmatikos klausimų – kaip žmonės, sakydami pasakymą, pasako daugiau nei išreiškia žodžiais.

Ilokacinė jėga reiškia tai, ką kalbėtojas daro pasakydamas tam tikrą teiginį – tai gali būti prašymas, reikalavimas, patarimas ar net įsakymas. Pavyzdžiui, skunde išsakyta frazė „Prašau grąžinti pinigus už nekokybišką prekę“ turi aiškią ilokacinę jėgą – tai prašymas atitaisyti žalą. Tuo tarpu perlokucinė jėga reiškia poveikį, kurį toks kalbinis aktas sukelia adresatui. Skunduose perlokucinė jėga gali būti skirtinga: adresatas gali priimti skundą palankiai ir imtis veiksmų, tačiau gali ir pasipriešinti arba netgi neatsižvelgti į adresanto reikalavimus. Pavyzdžiui, jei įmonės atstovas reaguoja į skundą ir kompensuoja patirtą žalą, vadinasi, direktyvus aktas buvo sėkmingas ir sukėlė norimą perlokucinį efektą. Tačiau jei adresatas ignoruoja skundą arba atsako formaliai, tai rodo, kad direktyvo perlokucinis poveikis buvo silpnas arba priešingas nei tikėtasi. Direktyvų aktų ilokacinė ir perlokucinė galia ypač ryški, kai skundų autoriai pasitelkia įvairias strategijas: nuo mandagių prašymų (*Būtume dėkingi, jei išspręstumėte šią problemą*) iki griežtų reikalavimų ar net grasinimų (*Jei nesulauksime atsakymo, kreipsimės į vartotojų teises*). Šie kalbiniai pasirinkimai daro įtaką ne tik tam, kaip adresatas suvokia skundą, bet ir jo tolimesniems veiksams, t. y. kokį perlokucinį efektą sukels pateiktas direktyvus aktas.

Siekiant ištirti ilgesnius šnekos aktus nei vienas pasakymas, įvedamos makroakto ir mikroakto sąvokos: mikroaktai – tai konkretūs pasakymai, o makroaktai – visa komunikacinės interakcijos struktūra, t. y. skirtingų mikroaktų seka, sudaranti visuminį bendravimo situacijos pasakymą (Van Dijk 1992, 232). Kalbant apie skundo žanrą jis daugiausiai yra nagrinėjimas, kaip makroaktas. Šiame darbe taip pat bus bandoma iš surinktų pavyzdžių atskleisti skundo, kaip makroakto ypatybes, konstrukciją ir pragmatinius bruožus. Tačiau nemažiau svarbus bus ir mikroaktas, nes skundas nebūtinai gali būti ilgos apimties, kaip jau minėta anksčiau – konkretūs ir trumpi pasakymai.

Searle'o (1975) teigia, kad norint, kad skundo šnekos aktas būtų sėkmingas, būtinas motyvas skundui išreikšti, adresanto intencija, adresanto ir adresato socialinių požymių nustatymas bei tinkamas adresanto perlokucinio efekto numatymas. Taip pat galima pridėti, kad jog skundas būtų sėkmingas šnekos aktas reikalingas įrodymas bei pagrįstas adresato nusiskundimas. Be pagrindimo adresantas nebūtinai gali ar turi tikėti adresato keliamo problema ie nėra įpareigotas svarstyti ar siūlyti problemos sprendimo būdus. Vienas iš tyrėjų (Chaika 1990) tai apibūdina kaip motyvą ar intenciją.

Apibendrinant, direktyvų aktai skunduose nėra vien tik formaliai išsakyti reikalavimai, jie pasižymi tiek ilokacine, tiek perlokacine galia, kuri lemia, kaip adresantas reaguos ir ar bus pasiektas norimas rezultatas. Analizuojant skundus, svarbu išskirti dvi sąvokas: mikroaktą ir makroaktą. Mikroaktas – tai atskiras kalbinis veiksmas, o makroaktas – tai visa mikroaktų seka, sudaranti bendrą skundo struktūrą. Kitaip tariant, skundas gali būti sukonstruotas kaip vienas konkretus direktyvus

makroaktas arba kaip kelių mikroaktų derinys, apimantis problemos aprašymą, emocijų išreiškimą, kaltinimus, įrodymų pateikimą ir galutinį reikalavimą.

1.1.5. Galimos skundų strategijos

Skundas, kaip ir bet koks šnekos aktas, turi jam būdingus požymius ir strategijas, kuriomis naudojasi skundo pateikėjas. Skundo pateikėjas siekia, jog jo išreikštas nepasitenkinimas būtų, kuo geriau suprantamas ir įvertintas rimtai. Dėl šios priežasties adresantas gali taikyti įvairias strategijas, kurios sustiprina skundo poveikį ir padeda aiškiau strategijos perteikti patirtą nepasitenkinimą.

Svarbu yra apibrėžti, kaip šiame darbe yra suprantama *strategija* ir *strategijų modeliai*. Inga Daraškienė ir Inga Hilbig (2019), remdamiesi pokalbių analizės principais, pokalbio strategiją apibūdino, kaip įvairias taisykles, principus, būdus ir priemones pokalbiams kurti. Kadangi šis darbas yra apie skundus, tai strategija yra labiau suprantama, kaip priemonė pasiekti tam tikrų tikslų (kompensacijos, atsiprašymo) arba išlieti savo emocijas. Tai įrankis, kurį adresantas pasirenka siekdamas pasiskųsti ar gauti naudos iš susiklosčiusios situacijos. Iš šio apibrėžimo galima suprasti, jog strategijų modeliai šiame darbe bus laikomi dviejų ar daugiau tarpusavyje susijusių strategijų visuma, kuri padeda pasiekti konkretų tikslą – šiuo atveju, efektyviai išreikšti skundą. Tai reiškia, kad analizuojant skundus bus nagrinėjama ne tik pavienė strategija, bet ir tai, kaip kelios strategijos derinamos tarpusavyje, kaip jos vieną kitą papildo ar sustiprina, siekiant paveikti adresatą ir pasiekti norimą rezultatą.

Šiame skyrelyje bus išskirti pagrindiniai, jau kituose tyrimuose apžvelgti ir ištirti strategijos būdai. Decock ir Spiessens (2017) išskyrė šias strategijas, kurios, kaip manoma, bus būdingos ir šio darbo tyrimui: kaltinimas, moralizavimai, sarkazmas, nepasitenkinimo išraiška, prašymas atitaisyti žalą, aiškus nesutikimas, grasinimai, įrodymų pateikimas, švelninimas, emocijų raiška/išsakymas. Žr. 1 lentelę.

1 lentelė Skundo strategijos. Sudaryta šio darbo autorės, remiantis Decock ir Spiessens, 2017.

Strategija	Paaiškinimas
Kaltinimas	Klientas išreiškia nesutikimą, pareikšdamas savo įsitikinimą, kad įmonė yra atsakinga už problemą. Aiškiai išdėsto faktus, kuriais perkelia visą atsakomybę adresatui. Kaltinimas gali būti tiesioginis ir netiesioginis. Tiesioginis kaltinimas yra, kai adresantas aiškiai nurodo, kas yra atsakingas, dėl skriaudos. Netiesioginis kaltinimas – išreiškiamas

	nusivylimas ar nepasitenkinimas, tačiau nenurodoma kaltė tiesiogiai arba tai daroma sušvelnintomis priemonėmis.
Sarkazmas	Šaipomasi, ironizuojama, jaučiamas paslėptas priešiškumas, dažnai naudojant priešingas žodžių reikšmes nei tikroji mintis.
Nepasitenkinimo išraiška	Klientas nurodo probleminę situaciją (tiesiogiai ar netiesiogiai) neminėdamas darbuotojo/įmonės, arba klientas išsako neigiamas pasekmes, kylančias dėl pažeidimo, už kurį atsakingas darbuotojas/įmonė.
Prašymas atitaisyti žalą	Aiškiai išreikštas noras, kad problema būtų išspręsta. Pateikiami būdai, kaip tai būtų galima išspręsti.
Grėsmė/grasinimas	Pagrįsdami savo skundą ar nesutikimą, klientai grąsina darbuotojui, leisdami suprasti, kad nepalankus rezultatas neigiamai paveiks jų būsimus santykius ar būsimus pardavimus.
Švelninimas	Naudojami pagyrimai arba pozityvesnės kalbinės išraiškos, kurios gali sušvelninti skundą.
Emocijų raiška	Aiškiai įvardintos emocijos (<i>man liūdna, esu nusivylęs(usi), man nesmagu</i> ir kt.).
Moralizavimas	Asmuo linkęs mokyti, kritikuoti ar pamokslauti kitiems remdamasis savo asmeniniais moraliniais įsitikinimais arba vertybėmis.
Įžeidimai	Konkrečiai vienam asmeniui ar asmenų grupei išsakyta grubi kritika, vartojami įžeidūs žodžiai, žeminantys ar kitaip galintys įskaudinti.
Įrodymų pateikimas	Pateikiami įrodymai tokie, kaip čekio kopija, nuotraukos ir pan.

Ši lentelė sudaryta remiantis jau minėtu tyrimu ir modifikuota šio darbo autorės. Svarbu pabrėžti, kad ši klasifikacija yra pasirinkta šiam darbui. Reikia pabrėžti, kad kiekvienas skundas yra individualus ir gali skirtis priklausomai nuo laiko, socialinės klasės, priežasties, padarytos žalos ir kt. Šnekos akte gali būti derinamos kelios išvardytos strategijos. Šis kintamumas išryškina dinamišką skundų, kaip žanro,

pobūdį, kai kelių strategijų sąveika leidžia asmenims orientuotis socialinėse normose, pareikšti savo nusiskundimus ir veiksmingai derėtis dėl sprendimų. Tai taip pat Decock ir Spiessens (2017) pabrėžia, kad analizuojant skundų strategijas svarbu atsižvelgti į kontekstinius ir tarpasmeninius veiksnius.

Meinl (2014) pateikia tokias skundo galimas strategijas: nusivylimas, pyktis, neigiamas vertinimas, pažadas, kitų perspėjimas, grasinimas ir įžeidimas. Pagalbinės strategijos, tai tokios strategijos, kurios prisijungia prie pagrindinės skunde esančios strategijos. Pavyzdžiui, jeigu skunde dominuoja kaltinimas, tai pagalbinė strategija gali būti moralizavimas, kuris pasirodo tik vienoje skundo dalyje, kuri nėra pagrindinė. Jos reikalingos skundo pagrindimui – kuo geriau, išsamiau argumentuotas yra skundas, tuo mažiau galimybės, kad jis bus atmestas ar užginčytas (Trosborg 1995, 313). Skundo veiksmingumui įtakos turi ir tai, kokioje terpėje jis pateikiamas. Elektroninių skundų tyrimai, pavyzdžiui, Einwiller ir Steilen (2015), rodo, kad ir skundai paprastai būna tiesmukiškesni ir emocingesni dėl to, kad nėra tiesioginių tarpasmeninių pasekmių ir internetinės platformos suteikia anonimiškumo.

Be to, skundai gali būti strategiškai parengti siekiant įvairių rezultatų, pavyzdžiui, siekiant žalos atlyginimo, išreiškiant nepasitenkinimą arba įspėjant kitus. Blum-Kulka ir Olshtain (1984) pabrėžia, kad mandagumo normos lemia skundų struktūrą: kai kuriose kultūrose pirmenybė teikiama netiesioginiam elgesiui, o kitose – aiškesniam nepasitenkinimui. Supratus skirtingų skundų strategijų sąveiką, galima gauti vertingų įžvalgų apie vartotojų diskurso ir skundų valdymo dinamiką įvairiuose komunikaciniuose kontekstuose.

1.2. Mandagumas ir nemandagumas

1.2.1. Mandagumo ir nemandagumo samprata

Mandagumo ir nemandagumo supratimas yra viena iš svarbiausių dalių šiame darbe. Pats skundo pateikimas jau yra iššūkis, kurio metu yra labai svarbu suprasti, kaip komunikuoti ir koks yra pokalbio tonas. Visų pirma mandagumas lingvistinėje pragmatikoje yra siejamas su „įvaizdžio“ (angl. *face*)² teorija. Pirmasis šį apibrėžimą pateikė Goffmanas (1967), norėdamas paaiškinti, kaip pokalbio dalyviai vienu metu stengiasi apginti savo asmeninę teritoriją ir sudaryti teigiamą įvaizdį. Vėliau šią teoriją praplėtė pasaulyje gerai žinomi tyrėjai Brown ir Levinson'as (1987), kurie padėjo pamatus tolesniems tyrimams šioje srityje. Šių pagrindinių mandagumo tyrinėtojų teorija grįsta „įvaizdžio“ samprata, ir jų

^{2 2} Angl. *face* is a linguistic term that is used in semantics, pragmatics, sociolinguistics, as well as sociology, psychology, and political science (Lonel, 2011: 76).

iki šiol laikoma vienu pagrindinių modelių, aiškinant, kaip kalbinės strategijos padeda išlaikyti socialinę harmoniją ir valdyti tarpasmeninius santykius. Ši teorija ne tik suformavo tolesnių kalbinio mandagumo tyrimų pagrindą, bet ir paskatino daugelį kitų tyrėjų plėtoti alternatyvius požiūrius bei pritaikyti šį modelį įvairiuose kultūriniuose kontekstuose.

Nemandagumas šiam darbui yra svarbesnė sąvoka už mandagumą, kadangi skundas, kaip šnekosaktas yra iš esmės susijęs su nepasitenkinimo reiškimu, kuris dažnai pasireiškia nemandagumo strategijomis siekiant išreikšti stiprias emocijas, parodyti spaudimą adresatui ar netgi paveikti jo veiksmus. Nemandagumo tyrimų pradininku yra laikomas Jonathan'as Culpeper'is (2008). Nors, kaip teigia šis tyrėjas nėra vieno sutarimo, kaip apibrėžti nemandagumą, jis pats išskiria šiuos apibūdinimus: įžūlumas, nepagarba, panieka, grubumas (2010: 3233). Apibendrinęs ankstesnius savo ir kitų tyrėjų darbus, jis pateikia tokią apibrėžtį: „nemandagumas – tai neigiamas požiūris į tam tikrą elgesį tam tikrame kontekste. Jį palaiko lūkesčiai, norai ir (arba) įsitikinimai apie socialinę organizaciją, įskaitant visų pirma tai, kaip sąveikos metu kiti asmenys tarpininkauja vieno asmens ar grupės tapatybėms“ (2010: 3233). Taip pat jis pabrėžia emocines pasekmes, kurias sukelia nemandagus bendravimas.

Lietuvoje nemandagumo tyrimų nėra daug, tačiau susidomėjimas jais yra palyginus gerokai išaugęs. Bousfield ir Locher (2008) nemandagumą apibūdina kaip įvaizdį bloginantį elgesį tam tikroje aplinkoje. Holmes, Marra ir Schnurr (2008: 196) teigia, kad žodinį nemandagumą sudaro „kalbinis elgesys, kurį klausytojas vertina kaip keliantį grėsmę jo įvaizdžiui ar socialinei tapatybei“. Eglė Žurauskaitė (2020) pateikia nemandagumo apibrėžimą taip: „Nemandagumas yra tam tikras žmonių elgesys bendraujant, kuris paprastai vertinamas neigiamai ir gali daryti įtaką tarpasmeniniams ryšiams ateityje“ (2020: 82). Kaip ši tyrėja teigia, nemandagumas negali būti apibrėžtas ir suvokiamas vienodai visose kultūrose, todėl vis daugiau tyrėjų jį tiria kaip kintamą ir kultūriškai priklausomą reiškinį. Skirtingose kultūrose įvairios elgesio formos gali būti vertinamos kaip nemandagios arba mandagios, priklausomai nuo socialinių normų ir vertybių, todėl svarbu analizuoti nemandagumą tiek kaip kalbinį, tiek kaip kultūrinį reiškinį, atsižvelgiant į kontekstą.

Dar vienas garsus užsienio tyrėjas, kuris nagrinėja mandagumą – Richardas Wattsas (2005 [1992]) yra pateikęs dvejopą mandagumo sampratą, kurios pagalba kiti tyrėjai tiria priešišškai – nemandagumą. Jo apibrėžimas susideda iš dviejų dalių: pirmos eilės mandagumas (angl. first-order politeness arba politeness1) ir antros eilės mandagumas (angl. second-order politeness arba politeness2) (2005). Pirmuoju atveju tai yra susijęs su pačių diskurso dalyvių požiūriu. Tai būdas, kuriuo asmenys suvokia ir vertina mandagumą kasdienėje sąveikoje. Šiame lygmenyje daugiausia dėmesio skiriama tam, kaip kalbėtojai ir klausytojai supranta ir interpretuoja mandagumą socialiniame bendravimo kontekste.

Antruoju atveju mandagumas susijęs su tyrėjo perspektyva. Jis apima tai, kaip mokslininkai, remdamiesi faktinio kalbos vartojimo analize, vertina, kada elgesys laikomas mandagiu. Šio požiūrio tyrėjai, siekdami suprasti ir apibrėžti mandagumą, remiasi realiais bendravimo pavyzdžiais, peržengdami individualaus suvokimo ribas ir pereidami prie analitiškesnės, objektyvesnės sistemos (2005:3).

Taigi, apibendrinant šį skyrelį galime padaryti išvadą, jog nemandagumas yra sudėtingas reiškinys, kuris skiriasi įvairiose kultūrose ir kontekstuose, todėl negali būti visuotinai apibrėžtas ar interpretuojamas vienodai. Norint suprasti nemandagumą, reikia atsižvelgti ir į individualų suvokimą, ir į platesnes socialines normas, kurios daro įtaką tam, kaip mandagumas perduodamas ir suprantamas. Šiame darbe bus laikomasi minties, kad nemandagumas yra priešprieša mandagumui, nes mandagumas yra laikomas socialine strategija, padedančia palaikyti harmoniją, pagarbą ir teigiamus tarpasmeninius santykius, o nemandagumas suprantamas kaip elgesys, kurio metu yra pažeidžiamos šios socialinės normos arba joms yra prieštaraujama.

1.2.2. Skundų mandagumo ir nemandagumo tyrimai

Lietuvoje tokio lingvistinio tyrimo, kuris būtų orientuotas į mandagumo ir nemandagumo strategijas bei jų taikymą pateikiant skundus – nėra. Mandagus arba nemandagus bendravimas yra vienas esminių momentų, kuomet kalbame apie tokio tipo diskursą. Nors mandagumo ir nemandagumo sąvokos buvo nagrinėjamos įvairiuose lingvistiniuose ir sociolingvistiniuose kontekstuose, jų konkretus taikymas skundams kaip žanrui Lietuvos moksliniuose tyrimuose dar tik pradedamas. Tačiau pasauliniu mastu jau yra vis daugiau tyrimų, kuriuose gilinamasi į šiuos aspektus.

Užsienio tyrimuose nagrinėjama, kaip mandagumo strategijos taikomos skunduose siekiant sušvelninti grėsmę įvaizdžiui keliančius veiksmus ar palaikyti socialinę darną, taip pat kaip nemandagumas atsiranda kaip sąmoninga ar pasąmoninga strategija nepasitenkinimui išreikšti ar valdžiai įtvirtinti. Galima pastebėti, kad tyrėjus traukia besimokančiųjų skundai ir toliau bus aptarti tokie tyrimai. Šie besimokančiųjų skundų tyrimai dažniausiai yra siejami su kultūriniais aspektais ir yra ištirta nemažai įdomių dalykų. Pavyzdžiui: korėjiečiai, besimokantys anglų kalbos, skųsdamiesi angliškai yra linkę išsakyti agresyvią ir nepagarbią kritiką (Murphy ir Neu, 1996). Besimokantieji anglų kalbos iš Sudano pateikia konfrontacinio pobūdžio skundus ir demonstruoja žemą mandagumo lygį (Umar, 2006). Kraft ir Geluykents (2002) atliktas tyrimas parodė, kad K2 besimokantieji dažniau nei gimtakalbiai vartoja aiškius skundus.

Vienas naujausių atliktų tyrimų yra Mark Aaron A. Dacalano, Shine M. Cani Grachelle T. Osiba, Christian Jay O. Syting (2024), šie mokslininkai tyrė studentų skundus, kai šie būdavo nepatenkinti universiteto, dėstytojų, bibliotekos darbu ar kitais su studijomis susijusiais dalykais. Studentų ir kitų besimokančiųjų skundų analizė yra plačiai pripažinta akademinėje bendruomenėje kaip svarbi ir dažnai tyrinėjama tema, sulaukianti didelio mokslininkų dėmesio.

Wei Feng ir Wei Ren (2020) atliko tyrimą, kurio tikslas buvo palyginti dviem kalbomis pateiktus klientų atsiliepimus ir nustatyti, kokios yra dažniausios nemandagumo strategijos. Tyrimas parodė, kad nemandagumo raiška skiriasi priklausomai nuo kalbinio ir kultūrinio konteksto. Skirtingose kalbose vartotojai taiko įvairias strategijas, kad išreikštų nepasitenkinimą, tačiau bendri modeliai, tokie kaip tiesioginiai kaltinimai, sarkazmas ir grasinimai, pasireiškia abejose tirtose kalbose. Tai rodo, kad skundas yra gana universalus, tačiau išlieka tam tikri skirtumai, kurie atveria naujus požiūrius į šį diskursą ir į pačias kultūras. Panašus tyrimas, kurį atliko Nurul Akmal Binti A. Abdul Ghani (2018), šiame tyrime nagrinėjami neigiami ir priešiški komentarai bei tiriamas priešiškus naudojant nemandagumo strategijas ir, kuriuos atitinkamai 1996 ir 2011 m. sukūrė Jonathan'as Culpeper'is. Tyrimas parodė, kad ne visos modelio strategijos ir trigeriai pasireiškė. Preliminarios išvados taip pat parodė, kad dauguma tiriamųjų pirmenybę teikė tiesioginiam ir aiškiam skundimuisi. Be to, komentatoriai vyrai linkę būti priešiškesni nei moterys.

Tuo tarpu Shamilah Abdul Halim (2015) pastebėjo, kad dažniausias jų tyrimuose komentatorių naudojamas nemandagumo trigeris yra įžeidimas. Šis atliktas tyrimas priėjo prie nemažai reikšmingų išvadų: buvo nustatyta, kad skundų teikėjai dažnai sąmoningai naudoja nemandagumą, kad pabrėžtų savo nepasitenkinimo rimtumą ir pareikalautų neatidėliotino dėmesio arba sprendimo. Dažnai pastebėtos tokios strategijos kaip tiesioginiai kaltinimai, sarkazmas ir kritika. Tyrimas parodė, kad kultūrinės normos atlieka svarbų vaidmenį formuojant nemandagumo suvokimą ir išraišką. Nemandagumo lygis skyrėsi priklausomai nuo konteksto ir skundo pateikėjo bei gavėjo santykių. Pavyzdžiui, skundai, kurie yra nukreipti į institucijas ar korporacijas, paprastai būdavo neutralūs, bet griežtesni, o su tarpasmeniniais santykiais susiję skundai dažnai būdavo švelninami mandagumu, siekiant išlaikyti socialinę harmoniją. Nemandagumo laipsnis didėja, kai skundo pateikėjai jaučia, kad jų problemos ignoruojamos arba atmetamos. Galiausiai tyrimo metu buvo nustatyti pasikartojantys nemandagių skundų lingvistiniai bruožai, pavyzdžiui: imperatyvai, stiprūs neigiami būdvardžiai ir perdėti išsireiškimai.

Svarbų vaidmenį taip pat atlieka kultūriniai skirtumai, kurie formuoja skirtingą mandagumo ir nemandagumo suvokimą. Be to, nemandagumo išraiškai įtakos turi padarytos žalos mastas – kuo didesnė žala, tuo griežtesni ir dažniau nemandagūs tampa skundai. Kitas reikšmingas veiksnys yra atsakymo

greitis: ilgai trunkantis atsakymas ar visai jo nebuvimas dažnai išprovokuoja aštresnes ir nemandagesnes reakcijas. Kai kuriais atvejais net lytis gali turėti įtakos skundo tonui – tyrimai rodo, kad vyrai ir moterys skirtingai naudoja kalbines strategijas, išreikšdami pasipiktinimą ar nusivylimą. Janet Holmes (2013) sociolingvistikos vadovyje nurodo, kad moterys dažniau yra linkusios būti mandagesnėmis, išlaikyti pagarbų atstumą ir vengti konfliktų.

Taigi, apžvelgus kitų tyrėjų darbus, galima prieiti išvados, jog tarp mandagumo ir nemandagumo yra „plona riba“, kurią skundo adresantas dažnai peržengia, siekdamas išreikšti savo nepasitenkinimą ir pabrėžti nusivylimą susidariusia situacija. Šios ribos peržengimą lemia ne tik asmens emocinė būsena ir nuotaika, bet ir kontekstas, kuriame skundas pateikiamas. Šie veiksniai kartu pabrėžia, kaip subtiliai ir kompleksiskai mandagumo ir nemandagumo ribos yra nubrėžtos skundų diskurse ir kodėl yra verta tyrinėti šią sritį Lietuvoje.

1.3. Skundas kaip žanras ir jo analizė

1.3.1. Skundo žanriniai tyrimai

Žanro tyrimai yra plačiai paplitę tiek Lietuvoje tiek ir užsienyje. Žanrų tyrimais siekiama nustatyti struktūrines, kalbines ir funkcines įvairių tipų tekstų ypatybes, atskleisti konvencijas ir lūkesčius, kurie lemia bendravimą konkrečiame socialiniame ar kultūriniame kontekste. Nagrinėdami žanrus tyrėjai siekia suprasti, kaip tekstai veikia jiems skirtose aplinkose, kokią įtaką jiems daro kultūrinės normos ir kaip jie padeda veiksmingai bendrauti įvairioms auditorijoms. Be to, žanrų tyrimai dažnai pabrėžia dinamišką tradicijų ir naujovių sąveiką, nes žanrai evoliucionuoja, kad atitiktų kintančios šiuolaikinės visuomenės bendravimo praktikos poreikius.

Keletas žymių mokslininkų įnešė svarų indėlį į žanrinės analizės sritį, formuodami jos teorinius ir metodologinius pagrindus. Carolyn Miller „Žanras kaip socialinis veiksmas“ (1984 m.) apibrėžė žanrus kaip socialinius veiksmus, atliekančius konkrečias funkcijas tam tikrame kontekste. Ši koncepcija turėjo įtakos daugeliui įvairių disciplinų tyrimų. Tuo tarpu Johnas Swales'as išgarsėjo savo knyga „Žanrų analizė“ (1990), kurioje jis pristatė „judesio analizę“, skirtą akademinį tekstų retorinei struktūrai tirti – metodiką, kuri iki šiol plačiai naudojama žanrų analizėje. Vijay K. Bhatia (1993) nagrinėjo profesinius žanrus, tokius kaip teisiniai dokumentai ir reklamos, pabrėždamas kontekstinius ir funkcinius profesinės komunikacijos aspektus. Berkenkotter ir Huckin (1995), pabrėžė žanro žinių vaidmenį profesinėje ir akademinėje socializacijoje, kuris ir toliau daro įtaką žanrų tyrimams švietimo kontekste. Guntheris

Kressas ir Theo van Leeuwenas (1996) praplėtė žanrų tyrimus į multimodalinę³ analizę, tyrinėdami, kaip tekstas, vaizdai ir dizainas veikia kartu kurdami prasmę šiuolaikinėje komunikacijoje. Amy Devitt (2004) toliau plėtojo žanrų kaip socialinių konstruktų idėją, aptardama, kaip žanrai vystosi kartu su kultūriniais ir visuomeniniais pokyčiais ir kaip jie lemia socialinę praktiką. Naujausi darbai, tokie kaip Amy J. Devitt (2019) ir Ingrid Curl bei Sandros K. Kluge (2019) darbas apie žanrus ir tapatybę, nagrinėjo, kaip žanrai formuoja individualią tapatybę ir daro įtaką tarpkultūriniam bendravimui. Kartu šie mokslininkai pateikia esminius pagrindus, padedančius suprasti žanrų struktūrą, funkcijas ir raidą įvairiose srityse.

Kaip teigia Grigaliūnaitė, Lietuvoje daugiausiai yra tyrinėjama grožinė literatūra: „Lietuvoje žanrų tyrimai pirmiausia siejami su literatūrologija, todėl galima teigti, kad daugiausia žanriniu aspektu tirta grožinė literatūra“ (2017: 10). Kalbant apie negrožinės literatūros žanro tyrimus, pirmiausiai reiktų paminėti Rūtą Marcinkevičienę. Vienas svarbiausių jos darbų yra vadovėlis „Spaudos tekstų žanrai“ (2007) ir knyga „Žanro ribos ir paribiai“ (2008). Taip pat ir nemažai straipsnių, tokių kaip: „Žanrų kaita posovietinės Lietuvos dienraščiuose“ (2008), „Internetinių straipsnių komentarai žanriniu aspektu“ (2006), „Spaudos žanrų tipologija“ ir vienas naujausių „Filologija. Žanrai“ (2019). Ji savo darbuose kalba nuo tradicinių spaudos žanrų apibrėžimo ir klasifikavimo iki šiuolaikinių žanrų kaitos, ribų nykimo ir naujų žanrų atsiradimo, ypač interneto ir skaitmeninės komunikacijos kontekste.

Taip pat reikia paminėti Eglę Kontutytę (2012), kuri atliko tyrimą: „Knygos viršelio tekstas ir anotacija paskutiniame knygos puslapyje gretinamuoju tekstų žanrų analizės požiūriu“. Žanrinės analizės kontekste buvo nagrinėjamos knygų viršelių ir paskutinio puslapio anotacijų tekstinės ir diskursyvos charakteristikos. Šiame tyrime daugiausia dėmesio skiriama tam, kaip šie tekstai, atliekantys reklaminės medžiagos funkciją, sąveikauja su kitomis komunikacijos formomis ir kaip juos veikia kultūrinės bei socialinės literatūros ir leidybos konvencijos. Tyrime pateikiama išsami knygų viršelių tekstų ir anotacijų struktūros ir funkcijų analizė, vertinant juos kaip atskirus diskurso žanrus, turinčius savo konvencijas ir lūkesčius. Kontutytė (2012), remdamasi žanrų teorija, analizuoja, kaip šie tekstai funkcionuoja informuodami, įtikinėdami ir pritraukdami skaitytojus, ir pateikia juos platesniame komunikaciniame kontekste. Nagrinėdama lyginamuosius knygos viršelio tekstų ir anotacijų santykius, tyrėja atskleidžia žanrui būdingus bruožus, padedančius nukreipti skaitytojo interpretaciją ir sąveiką su knyga, įskaitant manipuliavimą kalba, tonu ir stiliumi, siekiant atitikti tam tikrus lūkesčius. „Išanalizavus knygos viršelio teksto ir anotacijos paskutiniame puslapyje bruožus, galima teigti, kad knygos viršelio tekstas mažiau standartizuotas teks-to žanras nei anotacija paskutiniame knygos puslapyje“ (2012: 86).

³ Multimodal analysis in simple words refers to the processing of multiple data types corresponding to a given task, in order to extract relevant joint representations that are useful for carrying out the task (Naveed Khan, 2023)

Naujausi tyrimai apie žanrus rodo, kad, vis daugiau skiria dėmesio elektroniniam diskursui. Tai visiškai nestebina žinant, kad šiuolaikinė komunikacija ir bendravimas tarp žmonių yra persikėlęs būtent į elektroninį diskursą. Vienas iš tokių darbų, kuris kalba apie tai yra Sandros Paškevičiūtės „Tinklalaidės: naujas medijų žanras ir būdingiausi jo bruožai“ (2024). Ji savo darbe aprašė tinklalaidžių žanro būdingiausius bruožus, tokius kaip: turinio įvairovė, prieinamumas, lankstumas ir nišinis pobūdis. Šis tyrimas yra itin svarbus, nes leidžia identifikuoti naujausias tendencijas šiuolaikinėje medijų aplinkoje bei suprasti tinklalaidžių fenomeną kaip savitą žanrą.

Žanras yra ištis daugialypis terminas, kuris apima įvairias sritis ir yra plačiai tyrinėjimas daugybėje sričių. „Iš tikrųjų reikia pažymėti, kad žanro teorijos plėtojimas ir tekstų žanrų tyrimai yra įnašas į kelių skirtingų mokslo sričių – literatūrologijos, lingvistikos, kalbos filosofijos, komunikacijos teorijos, retorikos mokslo – tradicijų tęstinumą“ (Danguolė Kalinauskaitė, 2014). Tai rodo, kad žanras yra apžvelgtas iš daugybės sričių ir yra dominantis tyrimų laukas tyrėjams. Tarpdisciplininis žanrų studijų pobūdis pabrėžia jų svarbą įvairiose akademinėse srityse. Pavyzdžiui, lingvistikoje žanrų analizė sutelkia dėmesį į tai, kaip skirtingi tekstų tipai ir komunikacinės praktikos yra struktūruojami ir suprantami kultūriniame ir socialiniame kontekste. Komunikacijos teorijoje žanras dažnai nagrinėjamas kaip priemonė, padedanti organizuoti ir interpretuoti pranešimus, nukreipti sąveiką ir nustatyti bendravimo dalyvių lūkesčius. Be to, literatūrologijoje žanras yra kūrinių kategorizavimo ir analizės sistema, grindžiama bendromis konvencijomis ir stilistiniais bruožais.

Taigi galima teigti, kad žanro tyrimai yra plačiai paplitę tiek tarptautiniu, tiek nacionaliniu mastu, tačiau skundo žanras iki šiol Lietuvoje buvo analizuotas tik Grigaliūnaitės (2015 ir 2017) darbuose. Svarbu pažymėti, kad Grigaliūnaitės tyrimų objektą sudarė viešieji ir administracinio pobūdžio skundai, tuo tarpu šiame darbe analizei bus naudojami privatūs skundai, surinkti iš maitinimo įmonės. Tokia metodologinė prieiga suteikia galimybę suprasti, ar skundo savybės yra universalios vienodos, ar jos gali skirtis priklausomai nuo konteksto, laikotarpio bei skundų kilmės (t. y. viešos ar privačios erdvės). Šis aspektas yra esminis siekiant giliau suvokti skundo žanro įvairovę ir jo dinamiką šiuolaikinėje komunikacinėje praktikoje.

1.3.2. Žanro teorija

Žanrų teorija – tai daugialypė mokslo sritis, nagrinėjanti žanrų apibrėžimą, funkcijas ir taikymą įvairiuose diskursuose. Pradedant kalbėti apie šią teoriją reikia paminėti, kad ji jau prasidėjo nuo Aristotelio laikų ir yra sparčiai plėtojama iki šiol. Nuo seniausių laikų žanras buvo viena pagrindinių

sąvokų literatūroje (Gabija Bankauskaitė-Sereikienė, 2016). Anksčiau žanras buvo siejamas su menu, taip aiškina ir lietuvių kalbos žodynas: *žanras - meno kūrinio rūšis, turinti tam tikrų siužetinių ar stilistinių požymių* (LKŽ). Tačiau šiuolaikinis suvokimas žanrą apibūdina ne tik, kaip meno kūrinius, bet ir apie bet koki tekstą (Marcinkevičienė, 2004). Pereinant konkrečiai prie teksto žanro, reikia paminėti ir tuo pačiu paantrinti Marcinkevičienei (2004), kad dabartiniame supratime žanras skyla į dar mažesnius vienetus: konferencijas, renginius, pamokas.

Žanras taip pat gali būti suprantamas kaip tekstų ar diskurso kategorija, kuriai būdingi pasikartojantys bruožai ir specifiniai komunikaciniai tikslai (Swales, 1990). Tai ne tik formos ar turinio elementų rinkinys, bet ir socialinė veikla, įsišaknijusi konkrečiame kontekste ir atliekanti tam tikras funkcijas. Šiame darbe taip pat bus aktualiausi tekstai.

Žanrai pasižymi tam tikromis struktūrinėmis ir stilistinėmis ypatybėmis, pavyzdžiui, pasikartojančiomis frazėmis, sakinių modeliais ir tam tikru registru, kartu atspindėdami savo socialinę ir kultūrinę aplinką. Žanrai veikia kaip priemonės, palengvinančios veiksmingą bendravimą, nes suteikia bendrą sistemą kalbėtojams arba rašytojams jeigu tai yra tekstas bei auditorijai. Jie padeda nustatyti lūkesčius ir sumažinti dviprasmybes, užtikrindami, kad pranešimai būtų perduodami ir interpretuojami tiksliai. Tai ypač svarbu kalbant apie skundus, kuriuose galima rasti daug dviprasmybių, nepatenkintų lūkesčių, nesusipratimų. Pavyzdžiui, oficialiame laiške skaitytojas tikisi pasveikinimo, pagrindinių pastraipų ir pabaigos, kad bendravimas būtų aiškus ir formalus. Taip pat reikia paminėti, kad žanras nėra apibūdinamas vienu požymiu. „Teksto žanrui būdingas ne koks nors vienas požymis, o požymių rinkinys“ (Marcinkevičienė, 2008: 13). „Žanru, žanrinėmis konvencijomis šiandien taip pat paaiškinama daugelis kitaip nepaaiškinamų visuomenės gyvenimo normų, o posakis „toks žanras“ imtas vartoti taip pat plačiai kaip ir jo pirmtakas „toks gyvenimas“.“ (Marcinkevičienė, 2004: 191). Teksto žanras yra ribotas kiekis tekstų, kurie turi įvairių lygmenų bendrus bruožus (Heinemann 2007: 19).

Pagrindiniai teoretikai, tokie kaip Swales'as (1990) pabrėžia žanrus kaip komunikacinius įvykius, turinčius identifikuojamus tikslus ir kalbinius bruožus, Carolyn Miller (1984) pabrėžia jų retorinį pobūdį kaip atsaką į pasikartojančias situacijas, o Bachtinas (1986) nusako jų ryšį su konkrečiomis aplinkybėmis ir nuolatinį prisitaikymą. Grigaliūnaitė žanrą apibrėžia taip: „Žanras yra neatsiejamas nuo taisyklių, kanonų, klasifikacijų ir taksonomijų. Jo esminė, prigimtinė savybė skirstyti į grupes (lot. gener-, genus – ‘gimimas, giminė, gentis’), rūšiuoti, taigi, rasti tam tikrą vidinę struktūrą, interpretuojant ieškoti universalijų, bendrybių, kad būtų galima lengviau suprasti sudėtingus reiškinius, tekstus ir pan.“ (2017: 7). Šiame darbe taip pat bus laikomasi tokios nuomonės.

Aurelija Usonienė, Jonė Grigaliūnienė, Birutė Ryvitytė, Linas Būtėnas ir Erika Jasionytė teigia, kad žanro analizės teorija yra dar jaunas mokslas: „kadangi žanro analizės teorija dar palyginti jaunas mokslas, įvairuoja panašiai apibrėžiami terminai (registas, žanras, teksto tipas), kuriuos reikėtų atskirti. Terminas registras vartojamas tada, kai kalbama apie teksto žodyną ir sintaksę, o terminas žanras – kai pereinama į diskurso lygmenį ir kalbama apie teksto struktūrą“ (2008: 108). Šis skirtumas išryškina žanrų tyrimų sudėtingumą, nes norint suprasti įvairius kalbos vartojimo aspektus, reikia subtilaus požiūrio. Registruose daugiausia dėmesio skiriama techniniams ir kalbiniais teksto komponentams, pavyzdžiui, žodyno pasirinkimui ir sintaksinėms struktūroms. „Tekstų žanrai yra vienas pagrindinių teksto lingvistikos objektų, tačiau, reikia pasakyti, jų tyrimai sietini jau ne tik su šia kalbotyros mokslo šaka, nes tekstų žanrams tirti taikytina metodika gali būti labai įvairi, t. y. jų tyrimas – plačiai apimantis“ (Usonienė ir kt. 2008: 108). Tuo tarpu žanrų analizė gilinasi į socialinius ir komunikacinius teksto vaidmenis, tyrinédama, kaip jo struktūra ir turinys tarnauja tam tikriems tikslams skirtinguose kontekstuose. Todėl žanro tyrimas apima ne tik lingvistinę analizę, bet ir platesnę socialinę ir kultūrinę dinamiką, kuri lemia, kaip tekstai kuriami, interpretuojami ir suprantami, kas yra labai svarbu kalbant apie skundus.

Taigi, žanro teorija prasidėjo dar nuo Aristotelio ir yra tęsiama iki šių dienų tyrimų ir analizių. Žanrinė analizė išties traukia tyrėjus, kurie pateikia vis kitokių įžvalgų šioje srityje. Toliau šiame darbe bus atliekama skundo žanrinė analizė ir bus atskleistos jos ypatybės bei bruožai, kurie gali būti panašūs tiek į kitus žanrus, tiek turėti savitumo.

2. SKUNDO ŽANRINĖ ANALIZĖ

Šio darbo tiriamąją medžiagą sudaro skundai, gauti iš privačios įmonės. Skundai buvo surinkti gavus įmonės sutikimą, kuris buvo pateiktas laisva forma elektroniniu paštu. Tyrimui atsitiktine tvarka, neatsižvelgiant į gavimo laiką ar skundo ilgį, buvo atrinkti 140 skundai. Visi skundai yra elektroninio formato, klientai juos dažniausiai pateikia specialioje, tam skirtoje elektroninėje įmonės svetainės formoje, iš kurios jie automatiškai persiunčiami atsakingiems asmenims elektroniniu paštu. Klientai pateikia visą reikalingą asmeninę (el. paštas, telefono numeris) ir apsilankymo informaciją, kad įmonė galėtų su jais susisiekti ir tinkamai identifikuoti esamą problemą.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymu, visa faktinė informacija, galinti identifikuoti asmenį ar įmonę, buvo anonimizuoti. Identifikuojantieji duomenys pašalinti, o jų vietoje skliausteliuose įrašytas abstraktus apibūdinimas, kuris neatskleidžia konkrečios informacijos, tačiau išlaiko teksto nuoseklumą ir leidžia suprasti esmę. Taip pat nė vienas skundas nebuvo taisytas ar kitaip koreguotas (paliktos visos gramatinės, skyrybos, rašybos ir kitos klaidos). Tokiu būdu užtikrinta tiek etika, tie duomenų vientisumas ir autentiškumas. Visi skundai buvo priskirti vienai iš keturių kategorijų pagal jų ilgį: nuo 0 – iki 10 žodžių (toliau žymimas T), 11–25 (toliau žymimas V), 26–50 (toliau žymimas Y) ir daugiau, nei 50 žodžių (toliau žymimas A). Klasifikuoti skundus pagal jų ilgį buvo pasirinkt, dėl to, kad būtų galima matyti, kas keičiasi ilgėjant skundams, kokios tendencijos ryškėja kiekvieno kategorijoje ir, kaip būtent Lietuvos klientai pateikia skundus. Taip pat kiekvienam skundui buvo priskirta viena arba kelios strategijos.

Toliau pateikiama skundų žanrinė analizė, kurios tikslas yra išsiaiškinti, kokios yra būdingiausios strategijos ir kokie nemandagumo (ne)mandagumo aspektai atsiskleidžia skunduose. Kiekviena strategija yra pateikiama atskiruose skyreliuose su pavyzdžiais.

2.1. Skundų pragmatinė analizė

Remiantis Decock ir Spiessens (2017) skundų strategijų modifikacija ir idėja, toliau pateikiamos strategijos ir kiekvienai jų priskirti pavyzdžiai, su išsamiais paaiškinimais. Taip pat bus palyginama su Grigaravičiūtės (2017) atliktu skundų analizės tyrimu.

2.1.1. Kaltinimas

Pirmiausia aptariama pati būdingiausia skundo strategija – kaltinimas. Kaltinimas gali būti tiesioginis ir netiesioginis. Tiesioginis kaltinimas – tai atvejai, kai klientas aiškiai ir nedviprasmiškai išreiškia nepasitenkinimą bei tiesiogiai priskiria atsakomybę adresatui (Trosborg, 1995). Tokie skundai dažnai pasižymi stipria emocine išraiška, kategoriškais teiginiais ar net kaltinamojo tono leksika, pavyzdžiui: *pardavėja (vardas) rėkauja ant klientų, sako kad viskas buvo gerai ir apsimetu (A10)*. Netiesioginis kaltinimas yra subtilesnis – klientas gali išreikšti nusivylimą ar nepasitenkinimą, tačiau nenurodo kaltės tiesiogiai arba tai daro sušvelnintomis priemonėmis. Tokie kaltinimai gali būti pateikiami per užuominas, palyginimus ar retorinius klausimus, pavyzdžiui: *esu labai nusivyles. Vis kartojasi ir kartojasi. Si karta truksta vieno (patiekalo pavadinimas)(Y11)*.

Atlikus analizę matyti, kad dauguma skundų yra parašyti pasinaudojant kaltinimo strategija. Šios strategijos naudojimas dar labiau sustiprina padarytos žalos svarbą ir jo pagalba bandoma intensyviau įtikinti, kad skriauda buvo padaryta. Galime pateikti tokių pavyzdžių:

1. *...Esu alergiška (ingrediento pavadinimas) man draskydami akis duoda papildoma su (ingrediento pavadinimas), tai kam man jis jei aš jo net valgyt negalėsiu. (A22)*
2. *...Suprantu, kad kartais būna daugybė užsakymų ir jie visi užtrunka, bet šiuo atveju specifiškai mano paprasto užsakymo, kuriam buvo paruošti visi patiekalai, darbuotoja nusprendė tiesiog nesurinkti kiek įmanoma ilgiau (A23)*
3. *Pamiršo įdėti vieną (patiekalo pavadinimas) nors sumokėjome už abu. Pilnas užsakymas buvo : (išvardintas užsakymas). Labai blogas aptarnavimas. (V6)*
4. *Aciu, daugiau nevalgysim čia, nes mes ne kiaules ir plius norim, kad visi liktume pavalge, o ne vieno maista iš musu atimtu. Gero vakaro (A30)*

1) pavyzdyje aiškiai naudojama tiesioginio kaltinimo strategija, klientė nurodo priežastį – alergiją, dėl kurios negalės valgyti patiekalo, kurį gavo per klaidą. Taip pat vartoja ekspresyvius išsireiškimus tokius, kaip: *draskydami akis; aš jo net valgyt negalėsiu*, kurie sustiprina emocinį krūvį. 2) pavyzdyje taip pat matyti tiesioginis kaltinimas – *darbuotoja nusprendė tiesiog nesurinkti kiek įmanoma ilgiau*. Nors pradžioje naudojama švelninimo strategija (*suprantu, kad kartais būna daugybė užsakymų*), dėl žmonių srauto ir tarsi suvokimą, kad užsakymo galima palaukti, kiek ilgiau, nei įprastai, tačiau pereina prie tiesioginio kaltinimo. Šiame skunde akivaizdus ir ilokucinis aktas – adresantas iš pradžių demonstruoja supratingumą, bet galiausiai jo tonas stiprėja ir virsta aiškiu kaltinimu, kas rodo perėjimą nuo švelnesnės prie aštresnės strategijos. (3) pavyzdyje taip pat naudojama tiesioginio kaltinimo

strategija, nes klientas aiškiai išsako problemą - *užsakytas ir apmokėtas patiekalas nebuvo pridėtas*. Šis skundas struktūruotas nuosekliai: faktinė informacija - klientas nurodo, kas buvo užsakyta ir kas neatitiko (*trūko vieno patiekalo*). Finansinis aspektas akcentuojama, kad už abu patiekalus buvo sumokėta. Papildoma detalė - pateikiamas visas užsakymas, kad išvengti nesusipratimų. (4) pavyzdyje yra matoma netiesioginė kaltinimo strategija, nes klientas neįvardija konkretaus kaltininko ar tiesiogiai nenurodo, kad kas nors padarė klaidą. Vietoj to, jis naudoja ironiją (*mes ne kiaulės*) ir užuominas (*norim, kad visi liktume pavalgę, o ne vieno maistą atimtų*), kad perteiktų nepasitenkinimą. Verta paminėti, kad netiesioginiai skundai yra mandagesni, netiesiogiai suformuluotas skundas kelia mažesnę grėsmę skundo pateikėjui, todėl yra mandagesnis. (Decock ir Spiessens, 2017).

Tiesioginio kaltinimo strategija, šiame tyrime yra dominuojanti, dėl aiškių priežasčių: norima greito situacijos sprendimo ir atsakymo, kad nekiltų papildomų klausimų ar abejonių, todėl iškart aiškiai nurodoma, dėl ko yra adresantas nepatektas. Taip pat ši strategija padeda išreikšti ne tik faktinį nepasitenkinimą, bet ir suformuluoti reikalavimus, pavyzdžiui, prašymą kompensuoti nuostolius ar ištaisyti klaidą. Apibendrinant, ši strategija yra viena dažniausiai pasitaikančių skunduose. Kaip nurodo Grigaliūnaitė (2017), kaltinimas yra esminis skundų komponentas. Nors šio tyrimo duomenys skyrėsi nuo Grigaliūnaitės nagrinėtų atvejų, kaltinimo strategija išlieka labai panaši abiejuose tyrimuose, ji paprastai išreiškiama tvirtais argumentais apie netinkamą aptarnavimą, nekokybišką maistą ar nemalonų personalo elgesį.

2.1.2. Nepasitenkinimo raiška

Nepasitenkinimo raiška yra tada, kai klientas nurodo probleminę situaciją (aiškiai ar netiesiogiai) neminėdamas darbuotojo / įmonės, arba klientas išsako neigiamas pasekmes, kylančias dėl pažeidimo, už kurį atsakingas darbuotojas/įmonė (Chen et al. 1995). Ši strategija yra viena iš dažniausiai naudojamų, kuomet kalbama apie skundus. Skundas iš esmės negalėtų egzistuoti be nepasitenkinimo. Pats žodis *skundas* jau identifikuoja mums, kad bus išreiškiamas neigiamas vertinimas ar kritika dėl tam tikros situacijos. Nepasitenkinimo išraiška gali pasireikšti įvairiomis kalbinėmis priemonėmis – nuo neutralaus fakto konstatavimo iki stipriai emocingų pasisakymų.

5. *Jau trečią kartą iš eilės, užsisakant iš anksto (adresas) grįžus namo pastebime, kad trūksta (patiekalo pavadinimas). suprantu, kad vieną kartą darbuotojai gali apsižiūrėti, ir netyčia neįdėti, bet ne TRIS KARTUS IŠ EILĖS. suprantu, kad galima važiuoti atgal, ir pasiimti, bet kodėl turiu gaišti savo laiką, ir važiuoti ~20km pirmyn atgal, dėl vieno (patiekalo pavadinimas). (A14)*

6. *Pamiršo įdėti vieną (patiekalo pavadinimas) nors sumokėjome už abu. Pilnas užsakymas buvo : (išvardintas užsakymas). Labai blogas aptarnavimas. (V6)*

7. *Prastas aptarnavimas, nemandagus bendravimas atsiėmime. NE PIRMAS KARTAS! (T1)*

12 pavyzdyje aiškiai išreiškiamas nepasitenkinimas, dėl nesudėto pilnai užsakymo ir, dėl to, kad atsiimti jį tektų važiuoti atgal, taip sugaištant savo laiką: *bet kodėl turiu gaišti savo laiką, ir važiuoti ~20km pirmyn-atgal*. Tai yra kompleksinis skundas, kuriame dvi nepasitenkinimo išraiškos yra išsakomos viename skunde. Galima matyti, kad vienas blogai atliktas veiksmas (neįdėtas produktas), daro įtaką kitam (važiavimui atgal). Klientas tarsi randa sprendimo būdą, tačiau iškart paaiškina, kodėl jis nėra tinkamas, taip automatiškai jį priskirdamas antram nepasitenkinimo išreiškimui. 13 pavyzdyje nepasitenkinimas išsakomas taip pat, dėl nepilnai sukomplektuoto užsakymo ir pačiame gale dar pridėdamas vertinimą, kuris nurodo, kad adresantas yra nepatenkintas: *labai blogas aptarnavimas*. 14 skunde, nors jis yra priskirtas trumpiausių skundų kategorijai yra panaudotos net trys nepasitenkinimo išsireiškimai. Pirmiausiai yra paminima, kad prastas aptarnavimas ir patikslinama, jog nemandagus aptarnavimas ir galiausiai pasakoma, kad tai ne pirmas kartas. Įdomu tai, kad didžiosiomis raidėmis yra pabrėžiama, kad tai ne pirmas toks kartas, tarsi norima pabrėžti, kad klientas nepatenkintas buvo jau kelis ar daugiau kartų. Nors skundas yra labai trumpas, tačiau jo emocija yra labai aiškiai išreikšta. Nepasitenkinimą išryškina ir gale skundo panaudotas šauktukas. Skunduose galima dažnai matyti naudojamus šauktukus ar perteklinius klaustukus, kurie skundas paverčia dar grėsmingesniais šnekos aktais.

Apibendrinant šį skyrelį, verta paminėti, kad nepasitenkinimo išraiškos strategija yra išties dažnai naudojama rašant skundus. Ši strategija dažnai pasitelkiama kartu su kitomis, pavyzdžiui, kaltinimo, moralizavimo ar sarkazmo, taip sustiprinant emocinį skundo toną. Kadangi pagrindinis skundo tikslas yra atkreipti dėmesį į problemą ir paskatinti jos sprendimą, nepasitenkinimo išraiška tampa pagrindine komunikacine priemone, kuria klientai siekia sukelti reakciją ir išprovokuoti pokyčius.

2.1.3. Moralizavimas

Teorinėje šio darbo dalyje moralizavimas buvo apibrėžtas kaip kritika ar pamokslavimas, remiantis savo asmeniniais moraliniais įsitikinimais arba vertybėmis. Moralizuoti – tai pasirodyti daugiau žinančiam ar išmanančiam (Žukauskienė, 2021). Tokio pobūdžio išraiška dažnai pasireiškia skunduose, kai klientai ne tik reiškia nepasitenkinimą, dėl konkrečios situacijos, bet ir pateikia platesnį vertybinį vertinimą. Moralizavimas gali būti naudojamas siekiant pabrėžti, kad aptarnavimo kokybė,

darbuotojų elgesys ar įmonės politika neatitinka tam tikrų visuotinai priimtinių normų ar asmeninių lūkesčių. Dažnai jis pasireiškia per apibendrinimus, ironiją ar net hiperbolizavimą, pavyzdžiui, lyginant situaciją su bendromis etikos ar sąžiningumo taisyklėmis. Toks skundų pobūdis gali ne tik iškelti problemą, bet ir siekti paveikti kitų klientų nuomonę ar skatinti pokyčius įmonės veikloje.

8. *Užsisakeme siandien per programele. Parsivežus namo tikejomes rasti užsakytus (patiekalo pavadinimas), tačiau truksta vieno (patiekalo pavadinimas). Kaip dirba jūsu darbuotojai? (Y5)*
9. *Žmogus moka pinigus, tai jūs būkite malonūs kepkite šviežiai (patiekalo pavadinimas). Labai labai tikiuosi, kad pakeisite šį dalyką ir (patiekalo pavadinimas) kepti pradėsite tada, kai klientas užsisako. Gero vakaro. (A5)*
10. *Suprantu už įrangą ne visada atsako restorano darbuotojai, bet tos jaunos merginos aprekinimas ir bendravimas su klientu tai yra manimi pasirodė labai įžūlus bei piktybinis. Mačiau kaip kaupėsi ašaros jaunos merginos akyse vadinasi yra kažkoks psichologinis krūvis kolektyve. Žiūrėkite kaip bendraujate prie klientų dirbate restorane o ne tvarte! (A13)*
11. *Vakar vakare sugalvojome užsukti į Jūsų restoraną 20:55 kuris randasi (miesto pavadinimas), bet atvykę ten mūsų užsakymo nepriėmė, nes jie nebedirba. Ir jų darbo laikas yra iki 21:00. Tai problema yra tame, kad sutvarkykite informaciją paduodama žemėlapių ir neapgaukite žmonių! Ačiū (Y10)*

5 pavyzdyje moralizavimas išreiškiamas klausiant *kaip jūsu darbuotojai dirba???* Šiame skunde moralizavimo elementai pasireiškia darbuotojų darbo kokybės kritika, kuri peržengia konkretų faktinį trūkumo nurodymą ir implikuoja platesnę vertybinę problemą. Ši retorinė klausimo forma ne tik išreiškia nepasitenkinimą, bet ir implikuoja, kad darbuotojai yra aplaidūs ar nekompetentingi. Vietoj objektyvaus trūkumo konstatavimo (pvz.: *trūksta vieno patiekalo, prašome paaiškinimo*), klientas kelia platesnį klausimą apie aptarnavimo standartus. 6 skundo atkarpoje klientas pateikia ne tik pageidavimą, bet ir normatyvinį reikalavimą, kuris remiasi bendra vertybine nuostata: *jei klientas moka, jis turi teisę į geresnį aptarnavimą*. Tai moralizuojanti pozicija, nes implikuojama, kad dabartinė situacija yra ne tik klaida, bet ir neatitinka tam tikrų priimtų standartų. 7 pavyzdyje labiausiai išryškėja moralinis vertinimas – *Žiūrėkite, kaip bendraujate, prie klientų dirbate restorane, o ne tvarte!* Čia išreiškiama ne tik kritika konkrečiai situacijai, bet ir platesnė moralinė pamoka apie tai, kaip darbuotojai turėtų elgtis. Palyginimas su tvartu rodo stiprią normatyvinę poziciją, implikuojančią, kad restoranas turi laikytis aukštesnių elgesio standartų. 8 skunde klientas neapsiriboja fakto konstatavimu, bet pateikia platesnį etikos vertinimą, kaltindamas restoraną klaidinančia informacija. Žodis *neapgaukite* suponuoja, kad situacija nėra tik nesusipratimas, o sąmoningas nesąžiningumas.

Taigi, moralizavimo strategija skunduose pasireiškia ne tik kaip nepasitenkinimo išraiška, bet ir kaip normatyvinis vertinimas bei pamokymas, kaip turėtų elgtis aptarnavimo sektoriaus darbuotojai ar įmonės. Moralizuodami klientai dažnai remiasi tam tikromis socialinėmis ar etinėmis vertybėmis,

pavyzdžiui, sąžiningumu, profesionalumu, pagarba klientui ar darbo etika higienos normomis. Ši strategija dažnai sustiprinama emociniais argumentais, hiperbolėmis ar retoriniais klausimais, kurie leidžia ne tik kritikuoti konkrečią situaciją, bet ir pateikti platesnį vertinimą.

2.1.4. Sarkazmas

„Dabartinis lietuvių kalbos žodynas sarkazmą“ aiškina, kaip kandžią ironiją ar piktą pašiepimą (LKŽ). Sarkazmas yra viena iš kalbinės ironijos formų, pasižyminti aštresne, dažnai pašiepama arba net įžeidžia intencija. Skunduose sarkazmas gali būti naudojamas kaip stipri emocinio poveikio priemonė, leidžianti klientams išreikšti savo nepasitenkinimą ne tiesiogiai, o per ironiją. Jis dažnai pasireiškia prieštaringomis frazėmis, perdėtais palyginimais arba apsimestiniais pagyrimais, kurie iš tikrųjų reiškia priešingą prasmę.

12. *Užsčiau per programėlę, atvažiavau pasiimti, grįžus namo randu ne savo užsakymą, skambinu - nekelia (klasika, turbūt garsas sugedęs). Grįžtu atgal, visi susiraukę kaip š... Būtų atsiprašę, pasiūlę kavos, ir būtų tuo pasibaigę, bet geriau perkreiptu veidu pabambėti. Vakariene sugadinta, (gėrimo pavadinimas) keliavo tiesiai į kriauklę, nebenorėjau gilintis ar jie prarūgę ar čia toks jų skonis. (Patiekalo pavadinimas) beskoniai, turbūt specialiai druskos nepabarstė, nes ko gi aš grįžau... (patiekalo pavadinimas) turbūt iš šiukšlinės ištraukė, bet tai ir nesugebėjo įdėti didelio pakelio koks ir buvo užsakyta, trečią kartą dėl (patiekalo pavadinimas) nebenorėjo važiuoti 10km. (patiekalo pavadinimas) buvo neblogas, bet jis vienas nepatempė restorano gėdos. Taip, kad geriau negaišti laiko ir iš karto į (konkurentų restoraną) važiuoti. (A1)*
13. *Sveiki, ka tik (restorano pavadinimas) pirkau pas Jus maista, nepatikrinau maiselio ir grįžęs namo pamaciau, jog neidejote mano užsakymo (patiekalo pavadinimas). Aciu už sugadintą vakariene:) (Y4)*
14. *...šiai ne taip užsakymą nusinešus ant stalo, ačiū Dievui, kad patikrinau ar užsakyti gėrimai be ledukų, nes jeigu būčiau paragavęs bent gurgšnį nepatikrinus - angina garantuota... (A19)*

9 pavyzdyje galima matyti ne vieną sarkazmo išraišką, pirmoji yra, dėl neatsiliepto skambučio: *skambinu - nekelia (klasika, turbūt garsas sugedęs)*, čia klientas (-ė) ironiškai interpretuoja situaciją, tarsi numanydamas, kad priežastis – ne darbuotojų aplaidumas, o sugedęs įrenginys. Tokiu būdu ne tiesiogiai, o per pašaipią užuominą kritikuojama įmonės reakcija į klientų skambučius. Antras šio skundo sarkazmo komponentas yra darbuotojų veido išraiškos palyginimas: *Grįžtu atgal, visi susiraukę kaip š...*, lengvai galima nuspėti, kokį žodį buvo bandoma nuslėpti. Tokia išraiška kuria aštrią pašaipą, tarsi rodydama, kad klientas tikėjosi bent minimalaus mandagumo, bet vietoj to sulaukė neigiamų emocijų

demonstravimo. Paskutinis šiame skunde panaudotas sarkazmo elementas: *(Patiekalo pavadinimas) beskoniai, turbūt specialiai druskos nepabarstė, nes ko gi aš grįžau... (patiekalo pavadinimas) turbūt iš šiukšlinės ištraukė*. Taip pat bandoma pašiepti personalo darbą, be jokių aiškių įrodymų yra spekuliuojama, kas galėjo nutikti. 10 skunde yra padėkojama už sugadintą vakarienę, nors puikiai yra suprantama, kad įprastai už blogą patirtį nėra reiškiamas dėkingumas. 11 pavyzdyje vietoje pasakymo, kad gėrimas buvo per šaltas ar jame per daug įdėta ledukų, adresantas pasinaudoja sarkazmu: *...nes jeigu būčiau paragavęs bent gurgšnį nepatikrinus - angina garantuota*. Jo pasirinkta metafora leidžia suprasti, kad jeigu jis būtų išgėręs šio šalto gėrimo būtų susirgęs angina, kuri, kaip žinoma dažnai pirmiausiai pasireiškia gerklės skausmu.

Šie pavyzdžiai parodo, kaip sarkazmas gali stipriai paaštrinti situaciją ir sustiprinti kliento nepasitenkinimą, suteikdamas skundai emocinio svorio. Tokia strategija ne tik leidžia išreikšti nusivylimą, bet ir kuria pašaipų, kartais net agresyvų toną, kuris gali daryti poveikį tiek skundą skaitantiems darbuotojams, tiek viešajai nuomonei apie įmonę. Nors sarkazmas padeda išryškinti aptarnavimo trūkumus, jis taip pat gali sukelti neigiamą reakciją – darbuotojai ar įmonės atstovai gali suvokti tokį bendravimą kaip nepagarbą, o tai gali lemti ne konstruktyvų problemos sprendimą, o emocinį atmetimą. Taigi, sarkazmo naudojimas skunduose yra dvilypis – jis gali būti veiksmingas spaudimo įrankis, tačiau kartu ir rizikingas komunikacijos būdas, galintis apsunkinti dialogą tarp kliento ir paslaugos teikėjo.

2.1.5. Prašymas atitaisyti žalą

Prašymai ar reikalavimai atitaisyti padarytą žalą yra priskiriami direktyvos aktams (Trosborg 1995; Chen et al. 2011). Tai tokie skundai arba viena iš skundo sudedamųjų dalių, kada adresantas nelaukia atsakymo iš adresato ir pats nurodo, kokia žala ir kaip ji turi būti ištaisyta arba tiesiogiai prašo ieškoti sprendimų, kaip tai ištaisyti. Toks tiesioginis ar netiesioginis reikalavimas dažnai pasitelkiamas kaip strategija siekiant įpareigoti adresatą imtis veiksmų. Blum-Kulka (1987) išskiria, kad direktyvos aktuose galima pastebėti tiek atlygio tikimybę, tiek veiksmo būtinybę, o tai ypač ryšku skunduose, kai adresantas siekia kompensacijos.

15. *...Prasau grazinti pinigų už (patiekalo pavadinimas). Ateityje turbūt reikės iskraustyti maiselius ir tikrinti maistą vietoje (Y12)*

16. ...*Priedu čekio foto ir tinklalapio, kur aiškiai matyti, kad (patiekalo pavadinimas), o (patiekalo pavadinimas)..Norime atgauti pinigus, nes buvome visiškai apgauti!! (A4)*

17. ...*Tokia bloga patirtis. Pardavėja (vardas) rėksuja snt klientų, sako kad viskas buvo gerai ir apsimetu. Cekis buvo sulamdytas darbuotoju ir ismestas. Tikiuosi pinigų gražinimo atgal. (A10)*

Visuose trejuose pateiktuose skundų pavyzdžiuose yra pateikiamas vienodas reikalavimas – gražinti pinigus už negautus produktus. Šis prašymas yra vienas dažniausiai panaudojamų, norint, kad žala būtų atitaisyta. Svarbu paminėti, kad šiuose skunduose, prieš išsakant reikalavimą dėl pinigų gražinimo, pasinaudojama ilokucine galia, kuri, kaip teigia Eglė Gudavičienė (2006), yra glaudžiai susijusi su kalbos vartotojo tikslais ir poveikiu adresatui. Gudavičienė savo tyrimuose analizuoja, kaip įvairios kalbinės strategijos, ypač mandagumo formulės, veikia adresato suvokimą ir gali turėti įtakos jo reakcijai. Nors šie pasisakymai (*prašau gražinti pinigus, tikiuosi pinigų gražinimo, norime atgauti pinigus*) skamba, kaip prašymai, tačiau sunku pasakyti ar adresantas liepia ar visgi prašo. Kaip teigia Čepaitienė (2017), yra sudėtinga atskirti liepimą nuo prašymo, tai priklauso nuo tarpusavio santykių su adresatu. 16 pavyzdyje ryškiausiai matomas liepimas ir netgi įsakymas, naudojami šauktukai gale sakinio ir išreikštas kaltinimas (*buvome visiškai apgauti*) sukuria spaudimą adresatui. Tačiau kartu naudojamas trečiasis asmuo leidžia išlaikyti tam tikrą distanciją ir netiesioginį reikalavimą.

Taigi, direktyvų aktai, vartojami skunduose, ne tik išreiškia problemą, bet ir tampa pagrindiniu įrankiu, siekiant, kad adresantas imtųsi veiksmų. Prašymai atitaisyti žalą gali virsti į tiesioginius arba netiesioginius reikalavimus adresatui, šiuo atveju – įmonei. Netiesioginiai reikalavimai pasižymi mandagesniu tonu ir didesniu tarpusavio santykių atstumu – dažnai jie formuluojami kaip pageidavimai (*Norėčiau atgauti pinigus už savo užsakyta (patiekalo pavadinimas). Y19*). Tokie išsireiškimai leidžia klientui išlaikyti mandagumo principus, tuo pačiu išreiškiant nepasitenkinimą. Tuo tarpu tiesioginiai reikalavimai yra kategoriškesni, neretai lydimi emocinio krūvio ar ultimatyvumo, (*Dėl to norėčiau reikalauti kompensacijos – galimybės nemokamai pasivaišinti tokiu pačiu užsakymu. A52*). Šie aktai aiškiai išreiškia lūkestį, kad problema turi būti išspręsta greitai ir konkrečiai, ir dažnai atspindi kliento nekantrumą. Abu šie prašymų tipai, tiek tiesioginiai, tiek netiesioginiai yra svarbi skundų žanro dalis, atskleidžianti, kaip kalba gali būti vartojama tiek spaudimui daryti, tiek išlaikyti mandagumą.

2.1.6. Švelninimas

Švelninimo strategija – tai kalbinė strategija, kuri naudojama norint sušvelninti pasakymo aštrumą, išvengti pernelyg tiesmuko tono arba sumažinti galimą konfliktą tarp adresanto ir adresato. Švelninimas dažnai pasitelkiamas siekiant išlaikyti mandagumą net ir išreiškiant nepasitenkinimą (Decock ir Spiessens, 2017). Šią strategiją klientai naudoja, kai vengia galimo konflikto arba nori išsiaiškinti situaciją, kiek įmanoma greičiau ir paprasčiau. Dažniausiai ši strategija yra atpažįstama iš įvairių kalbinių formų, kurios indikuoja apie ramesnį kalbėjimo toną (...*suprantu, nieko čia baisaus. A12*) arba yra pagiriama, pasakomas teigiamas dalykas (*visuomet mėgstame apsilankyti pas Jus, viskas būna lyg ir gerai A12*).

18. ...*Beje, jau esu minėjęs, nes gali jums kilti klausimų, o kodėl aš vis dar grįžtu pas jus valgyti, nes natūraliai, kiti žmonės jau būtų atsisakę jūsų restorano. Tai vienintelis dalykas, kas kviečia sugrįžti yra - skanus maistas, nes jūsų klientas esu jau 15 metų. (A19)*

19. ...*Suprantu, kad kartais būna daugybė užsakymų ir jie visi užtrunka, bet šiuo atveju specifiškai mano paprasto užsakymo, kuriam buvo paruošti visi patiekalai, darbuotoja nusprendė tiesiog nesurinkti kiek įmanoma ilgiau. (A23)*

20. ...*Tikiu kad darbuotojai jau skubejo nes jau restoranas užsidarinėjo, tiesiog nesmagi situacija. (A34)*

Visi pateikti pavyzdžiai priklauso ilgiausių skundų kategorijai. Tai leidžia daryti prielaidą, kad švelninimo elementai gali būti naudojami kaip papildoma strategija, tačiau jie nėra pagrindinė ar vienintelė skundo raiškos priemonė. Taip pat švelninimas dažniausiai atsiranda skundo gale ir tai rodo, kad klientai pirmiausiai išsako kaltinimus, moralizavimus, pateikia situacijos detales ir tik galiausiai pasinaudoja galimybe viską sušvelninti. 18 pavyzdyje adresantas švelnina situaciją ir kartu tarsi teisinasi, kodėl dažnai besiskųsdamas ir reikšdamas nepasitenkinimą, jis ir toliau lankosi restorane. Jis užbėga įvykiams už akių ir pasako, kad skanus maistas jį verčia būti lojaliu įmonės klientu. Nors tai galima traktuoti, kaip dar didesnę spaudimą įmonei, tačiau tai visgi išlieka, kaip situacijos švelninimas. 19 pavyzdyje adresantas švelnina situaciją, išsakydamas, kad supranta personalą, kuris kartais gali nespėti laiku atlikti savo darbo. Tačiau vėliau jis pabrėžia, kad šis atvejis yra išskirtinis – ne tik paminima, jog situacija nepateisinama, bet ir išreiškiamas aiškus nepasitenkinimas. Tai rodo, kad švelninimo strategija pasitelkiama tik pradiniam skundo etape, siekiant išlaikyti mandagumą, tačiau vėliau ji užleidžia vietą aiškiam nesutikimui ar net kaltinimui. 20 pavyzdyje panašiai, kaip ir 19 pavyzdyje, adresantas švelnina situaciją išreišdamas savo supratingumą, dėl galimai padarytos žalos. Šiuose skunduose yra būdingas jungtuko *kad* vartojimas po, kurio yra iškart išsakomas priežastis, kodėl adresantas teisina arba kitaip sakant švelnina situaciją.

Taigi, švelninimas gali būti naudojamas kaip lojalumo išreiškimas, situacijos pateisinimas ar supratingumo demonstravimas, tačiau net ir tokiais atvejais jis dažnai lydimas užuominų į aiškų

nepasitenkinimą. Tai leidžia daryti išvadą, kad švelninimo elementai skunduose nėra skirti visiškai neutralizuoti konfliktą, o veikiau sudaro dalį platesnės strategijos, kuria klientai bando išreikšti savo nusiskundimus, išlaikydami tam tikrą socialinį balansą.

2.1.7. Emocijų raiška

Emocijos, yra labai svarbios, kai yra kalbama apie skundus kaip atskirą šnekos aktą, nes jos ne tik sustiprina adresanto poziciją, bet ir daro tiesioginį poveikį adresatui. Skunduose emocijos gali būti išreiškiamos įvairiomis kalbinėmis priemonėmis – stipriais vertinamaisiais žodžiais, šauktukais, retoriniais klausimais ar net sarkazmu. Jos padeda adresantui pabrėžti savo nepasitenkinimą, nusivylimą ar net pyktį, taip sustiprindamos skundo argumentaciją. Be to, emocijos gali lemti, kaip adresatas interpretuos ir reaguos į skundą – kuo stipresnės ir kategoriškesnės emocijos, tuo didesnė tikimybė, kad skundas bus suvokiamas kaip ultimatyvus reikalavimas, o ne tiesiog pasipiktinimo išraiška.

21. ...Labai liūdna, nes kas kartą taip, jau kokius kelis mėn.. paprašius mandagiai šviežiai paruošto maisto, lyg pasityčiojimas būna, nes rezultatas būna blogesnis... (A21)

22. Esu labai nusivyles. Vis kartojasi ir kartojasi. Ši karta truksta vieno (patiekalo pavadinimas). Suprasciau kad tai pasitaikytu kar ar du metuose. Karta* Bet kai kiekviena savaite tokie dalykai vyksta nebera noro grįžti atgal.. (Y11)

23. Svarbu man bent pranešti apie šį įvykį, nes tikrai nuvyle mane sitas atvejis ir sunervavo (A17)

24. Atsiėmiau užsakymą Negana to dar ir neįdėjo 1 (patiekalo pavadinimas). Pikta,esu nusivylusi. (V1)

21 Pavyzdyje emocijos yra išreiškiamos tiesiogiai (labai liūdna), taip pat yra pabrėžiamasis žodis – labai. Vėliau ši nuotaika yra sustiprinama paaiškinimu, kodėl adresantui liūdna (lyg pasityčiojimas būna), tai irgi galima priskirti emocijai, kuri nėra taip tiesiogiai išreikšta, kaip pirmoji. Pasityčiojimą galima suprasti, kaip adresanto nuotaiką apsilankymo metu, kuomet jis jautėsi lyg iš jo būtų tyčiojamas. 22 pavyzdyje, kaip ir pirmame – tiesioginės emocijos yra išreiškiamos pradedant sakinį (esu labai nusivyles). Taip pat prieš emociją yra vartojamas žodis labai, kuris sustiprina emociją ir tarsi iškelia ją į viršų. Vėliau tame pačiame skunde, kaip ir pirmame galima matyti netiesioginės emocijos išraišką (nebera noro grįžti atgal..). Šį išsireiškimą galėtume priskirti prie netiesioginių emocijų, nes aiški būseną nenurodoma, tačiau galima suprasti, kad adresantas yra tikrai nusivylęs tiek, kad grįžti į šį restoraną jis nenori. Taip pat įdomu tai, kad gale skundo yra dedamas ne taškas, o dvitaškis, kurį taip pat galime interpretuoti, kaip liūdesio ženklą, tarsi minties neužbaigimą. 23 pavyzdys panašus į prieš tai buvusias, tačiau čia labiau dominuoja piktesnės emocijos ir jų raiška. Kaip ir prieš tai, taip ir čia prieš pasakant

emociją yra stiprinamasis žodis, tačiau ne *labai*, o *tikrai*. Čia galima suprasti, kad emocija ne tik pabrėžiama, bet tarsi norima adresatą įtikinti, kad nusivylimas yra didelis ir nenuginčijamas (*tikrai nuvyle mane sitas atvejis*). Skundas užbaigiamas dar viena emocija – *sunervavo*. Šiame skunde yra labiau jaučiamas pyktis, nei liūdesys. Nors pavyzdys nėra iš ilgiausių skundų kategorijos, tačiau jame dominuoja emocijų raiška. 24 pavyzdyje, kitaip, nei prieš tai buvusiuose, emocijos yra nukeliamos į skundo pabaigą. Pirmiausiai yra paaiškinama, kas nutiko ir tik tada išreiškiamas nusivylimas, dėl to (*pikta, esu nusivylusi*). Joris Kazlauskas (2017) tyręs emocijas socialiniame tinkle, rado, kad moterys dažniau yra linkusios išreikšti savo emocijas. Šiame tyrime sunku pasakyti, vyrai ar moterys dominuoja, iš pavyzdžių matyti, kad viename emocijas reiškia vyras (22 pavyzdys) ir viename – moteris (24 pavyzdys). Kituose dvejuose neįmanoma pasakyti, kas skundą rašė, dėl naudojamų konstrukcijų, kurios nenurodo į aiškią lytį.

Apibendrinant šią strategiją, galima teigti, kad emocijos yra ištis svarbios skundo šnekos akte. Jos yra pagalbinė priemonė, kuri adresatui leidžia suprasti, kaip skundžiamasis įvykis pakeitė nuotaiką ar net supykė adresantą. Ši strategija parodo, kad emocijos skunduose yra ne tik asmeninė adresanto reakcija, bet ir strateginė priemonė, padedanti sustiprinti reikalavimą bei išreikšti nepasitenkinimą dar įtaigiau.

2.1.8. Įrodymų pateikimas

Skunduose įrodymų pateikimas yra viena svarbiausių dalių. Jis padeda ne tik pagrįsti išsakytus argumentus ir įrodyti patirtą žalą, bet ir ženkliai pagreitina komunikaciją tarp adresanto ir adresato, nes aiškiai nurodo problemos esmę. Be to, pateikti įrodymai gali labiau įtikinti, sumažinti nesusipratimų tikimybę bei padidinti tikimybę, kad skundas bus išnagrinėtas palankiai adresantui. Kaip teigia Decock ir Spiessens pateikdami įrodymus, klientai pagrindžia savo skundą taip, kad jis atrodytų pagrįstas ir įtikinamas (2017).

25. *Sveiki, norėjau pasipiktinti vakarykščiu (restorano pavadinimas) 15:00 valandos pamainos. Užsisakiau išankstini užsakyma(prisegu nuotrauka). Prieš prie kasos paprašiau savo pagaminto užsakymo, atidave teisinga gėrima ir paėmė užsakymo maišą ir patikrino ir viskas gerai. Taip greit patikrino kad nespejau sumirkseti. Atidave maisa ir išvykau. Bevaziuodamas sugalvojau patikrinti ar viskas yra ka užsisakiau. Ir pasirodo jog gavau visai ne savo užsakyma. Gavau kažkieno (patiekalo pavadinimas). Kazkokia didžiule sumaistis. Užsisakiau maista per skubėjimą nes skubėjau. Ir buvau visa diena nevalges tai tikejau kad nors kiek pasisotinsiu tai prabadavau visa diena:/ Kadangi*

užsakymo čekio ar nedave ar jau speju pamesti net nežinau ir nesuprantu, tai net nelabai galiu prasyti kompensacijos. Svarbu man bent pranešti apie šį įvykį, nes tikrai nuvyle mane sitas atvejis ir sunervavo :/ (A16)

26. *Labas vakaras. Kviečiu pasigrozėti jūsų darbuotojų gebėjimais dirbti.⁴ Puse maisto produktu salia, pats maistas yra šaltas ir ne tai kad atsales bet nufotkinau vieta kurioje aiškiai matyti nei biskio neissilydes suris. Nenorejau kelti viesai, bet panasu jau teks, nes tai nera pirmas kartas kai labia prastos kokybes maista pasiemu. Si karta nusprendziau visa tai nufotkinti. Nemalonu. Tuo labiau kad cia mano darbo pertraukos pietus kurie turetu buti silti ir produktai. (A20)*

27. *Šiandieną buvo pirktas ne mažai, pridėdau screenshotus, tačiau ne visas užsakymas sukomplektuotas. Trūko didelio (patiekalo pavadinimas). Bandžiau prisiskambinti į restoraną - nekeliu. Prašau pasiaiškinti dėl esamos situacijos. Deja, pastebėjau tik atvykus į namus, o tai 15 KM atstumas nuo pirkimo vietos. (A36)*

Abiejuose skunduose klientai pateikia blogo aptarnavimo įrodymus – nuotraukas. Taip jie siekia, kad jų žodžiai būtų pagrįsti ir skundas atrodytų labiau įtikinamas. 25 pavyzdyje klientas išreiškia savo nusivylimą dėl neteisingai pateikto užsakymo ir aiškiai nurodo, kad nors neturi čekio, jis vis tiek jaučia pareigą informuoti apie įvykį. Čia ypač svarbus emocinis aspektas – klientas pabrėžia, kad buvo alkanas visą dieną ir dėl įvykusios klaidos negalėjo pasisotinti, kas dar labiau sustiprina jo nepasitenkinimą. 26 pavyzdyje klientas naudoja vizualiais įrodymais, norėdamas parodyti, kad jo patiekalas buvo ne tik netinkamai pateiktas, bet ir nekokybiškas. Jis iš anksto įspėja įmonę, kad jei problema nebus sprendžiama, jis ketina pavišinti situaciją. Tai gali būti traktuojama kaip tam tikra spaudimo priemonė, skatinanti įmonę reaguoti greičiau. Be to, jis aiškiai nurodo, kad tai nėra pirmas toks atvejis, taip dar labiau stiprindamas savo skundo pagrįstumą ir bandydamas parodyti, kad problema nėra vienkartinė klaida, bet pasikartojantis reiškinys. 27 pavyzdyje taip pat klientas pridėjo užsakymo maisto nuotrauką. Šis įrodymų būdas (vaizdinė medžiaga) yra vienas iš dažniausiai naudojamų, kai adresantas nori pagrįsti savo skundą.

Šie pavyzdžiai rodo, kad įrodymų pateikimas ne tik sustiprina skundų patikimumą, bet ir daro juos labiau pagrįstus bei grėsmingus. Kaip pastebi Decock ir Spiessens (2017), vizualiniai įrodymai, tokie kaip nuotraukos, leidžia klientams efektyviau pagrįsti savo argumentus ir padidinti tikimybę, kad įmonė imsis veiksmų. Nuotraukos ar kiti aiškūs įrodymai tampa papildoma priemone, padedančia klientams ne tik išreikšti nepasitenkinimą, bet ir paskatinti įmonę imtis atsakomybės už suteiktas paslaugas.

⁴ Šiame skunde buvo pridėta nuotrauka, kuri į šį darbą nebuvo įkelta dėl konfidencialumo.

2.1.9. Įžeidimai

Įžeidimas gali būti naudojamas, kaip strategija, kuria siekiama ne tik pašiepti, bet ir įžeisti, sugėdinti. Įžeidimas – eksplicitiškai smerkiamas adresatas, pravardžiuojama (Grigaliūnaitė, 2017). Įžeidimas gali būti naudojamas kaip strategija, kuria siekiama ne tik pašiepti, bet ir įžeisti, sugėdinti. Tai gali būti daroma tiek tiesiogiai, tiek netiesiogiai, pasitelkiant sarkazmą, ironiją ar hiperbolizavimą. Įžeidimas gali būti nukreiptas į asmens elgesį, išvaizdą, vertybes ar socialinį statusą, siekiant sumenkinti jo reputaciją ar sukelti emocinį diskomfortą. Šiame darbe buvo surasti trys skundai, kuriuose yra įžeidimas, kito asmens arba asmenų grupės.

28. *Sveiki. Vėl keista situacija. Vėl tas pats žmogus prie kasos/langelio. Uzsiskinejom 5 (patiekalo pavadinimas). 1 akcija, 1(patiekalo pavadinimas) ir 3 (patiekalo pavadinimas). Sudėjo viską, apart 1 (patiekalo pavadinimas).Ne esmė tas (patiekalas). Bet dar 1 toks kasekas ir aš pradėsiu baidytis (restorano pavadinimas) pamatęs tą žmogų. Jaunas vaikinukas su tokiom šiek tiek "moterišką" manierom. (Y2)*
29. *...Užsisakant pasakyta buvo kad išsinešimui. Bet pateikė kaip vietoje ir paskui betkaip i maišeli sumete ir juokiasi . Aptarnavimas tragiškas uždaryčiau ta kekšide (V22)*
30. *...Pardavėja aplamai kaip iš medžio iškritus ir dar numetė ragelį ir nebeatsiliepė.*

28 Skunde pasityčiojimas yra subtiliai užslėptas. Jame nėra vartojami keiksmazodžiai ar kiti nešvankūs žodžiai ar visuomenėje įprasti patyčių išsireiškimai, tačiau naudojama sarkastiška ir menkinanti kalba. Darbuotojas yra apibūdinamas kaip *jaunas vaikinukas su moteriškomis manieromis*, kas gali būti interpretuojama kaip pašaipa dėl jo elgsenos ar išvaizdos neatitikimo stereotipiniams lūkesčiams. Toks aprašymas ne tik peržengia įprasto skundo ribas, bet ir gali būti laikomas diskriminaciniu. Be to, frazė „dar vienas toks atvejis ir pradėsiu baidytis“ rodo ne tik nepasitenkinimą aptarnavimu, bet ir asmeninį nusistatymą prieš konkretų darbuotoją, kas rodo užslėptą neigiamą nuostatą. 29 skunde yra, kiek kitaip, nei prieš tai buvusiam. Čia patyčios yra nukreiptos ne į konkrečiai vieną asmenį, bet į visą grupę žmonių ir į pati restoraną. *Aptarnavimas tragiškas uždaryčiau ta kekšide*, terminų žodyne žodis *kekšė* reiškia ištvirkusi moteris, paleistuvė. Tokia kalbinė raiška peržengia įprasto skundo ribas ir tampa ne tik vertinamąja nuomone, bet ir agresyvia, įžeidžia forma išreikšta nuostata. Be to, šis teiginys nėra tik paprasta aptarnavimo kritika – jis implikuoja, kad visas restoranai yra nekompetentingas ar net nevertingas egzistuoti. 30 skunde patyčios yra išreiškiamos šiame pasakyme: *pardavėja aplamai kaip iš medžio iškritus*. Tai yra stipriai vertinamasis ir neigiamai konotuotas pasisakymas. Tai metaforinis posakis, kuris lietuvių kalboje dažnai vartojamas norint perteikti žmogaus sumišimą, nerangumą ar

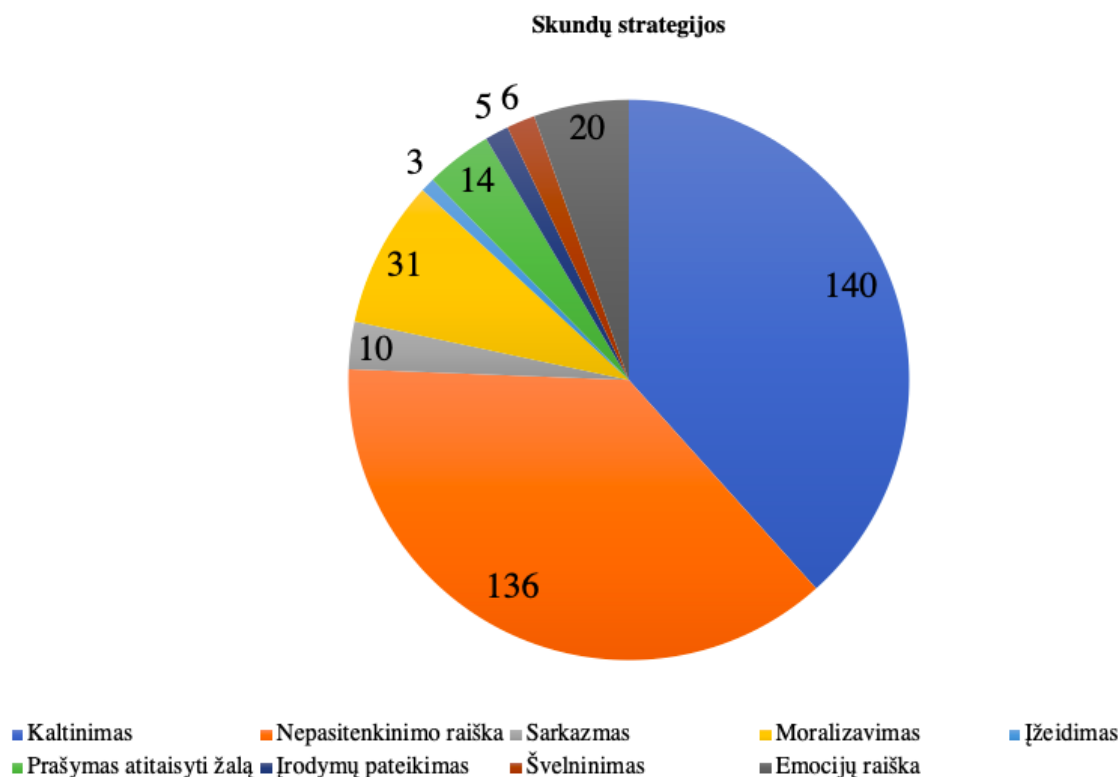
nesusivokimą. Tačiau tuo pačiu šis išsireiškimas yra menkinantis, nes leidžia suprasti, kad pardavėja yra visiškai negebanti atlikti savo darbo.

Apibendrinant, ši tema yra ištis jautri ir aktuali visuomenėje, o tai atsispindi net skunduose. Analizuojant pateiktus skundus, matyti, kad įžeidinėjimai gali būti reiškiami įvairiais būdais, tiek tiesiogiai įžeidžiant asmenį, tiek netiesiogiai menkinant jo savybes ar su juo susijusias grupes. Tai strategija, kuri nėra plačiai aptarinėjama lingvistiniuose skundų tyrimuose, tačiau šiame tyrime išryškėjo įžeidinėjimų vartojimas, kaip įrankis, kuriuo adresantas skundžiasi. Pateiktuose pavyzdžiuose atsiskleidė vyriškumo ir moteriškumo menkinimas bei apskritai žeminantis požiūris į aptarnaujančią personalą.

2.1.10. Apibendrinimas

Atlikus išsamią skundų strategijų analizę ir aptarus visas dešimt strategijų, galima teigti, kad kiekvienas skundas yra unikalus ir atspindi skundą rašančio asmens emocijas, lūkesčius bei komunikacinį tikslą. Nors dažniausiai pasitaikanti strategija yra kaltinimas ir nepasitenkinimo išraiška, skunduose aptinkamos ir kitos strategijos, kurios dažnai persipina tarpusavyje, priklausomai nuo situacijos ir adresanto komunikacinio stiliaus.

Svarbu paminėti, kad skundo struktūra ir jame naudojamos strategijos gali skirtis priklausomai nuo konteksto – skundo ilgumo, adresato statuso, santykio su adresantu ar net paties skundą rašančio asmens kalbėjimo stiliaus. Vieni skundų autoriai renkasi griežtesnį, tiesmuką toną, siekdami spaudimo ir greitesnio problemos sprendimo, kiti – švelnesnes strategijas, tokias kaip švelninimas ar emocijų išsakymas, kurios gali padėti išlaikyti mandagumo normą ir palankesnę santykį su adresatu. Taip pat buvo rasta nauja strategija, kuri dažnai tyrimuose yra paliekama nuošalyje, tai įžeidimų strategija. Šiuose skunduose adresantai drąsiai išreiškia savo nuomonę apie aptarnaujančią personalą, nesilaikydami taktiškumo. Toliau pateikiami šios tyrimo dalies rezultatai.



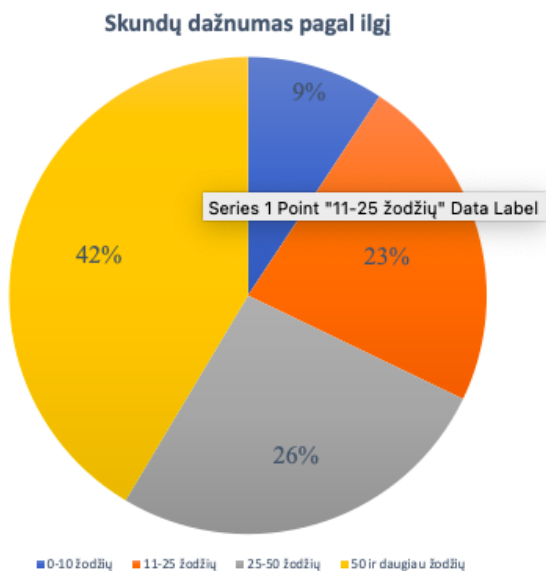
1. pav. Skundų strategijos tekstuose.

Iš rezultatų matyti, kad kaltinimas ir nepasitenkinimo raiška yra pagrindinės ir dominuojančios strategijos. Visos kitos strategijos yra pagalbinės strategijos. Tačiau nepaisant dažniausiai pasitaikančių tendencijų, skundų strategijų pasirinkimas yra individualus, dažniausiai priklauso nuo situacijos, įvykių eigos ir pačio adresato nusiteikimo. Dalis skundų yra gana lakoniški, su mažai pateiktų detalių, todėl jie gali būti laikomi tiesioginiais, siekiant kuo greičiau pritraukti dėmesį arba išspręsti problemą. Kita dalis skundų yra išsamūs, smulkiai aprašyti, emocingi ir dažnai pasitelkiantys įvairias kalbines strategijas – kaip sarkazmą, ižeidimus ar švelninimo priemones. Tokie skundai gali būti naudojami siekiant ne tik išspręsti problemą, bet ir išreikšti didesnį nepasitenkinimą ar nusivylimą, kartais net siekiant paveikti adresatą arba inicijuoti tam tikrą pokytį. Tai rodo, kad skundų pobūdis ir jų strategijos priklauso nuo asmeninių pasirinkimų, tačiau taip pat yra glaudžiai susiję su socialiniu kontekstu ir komunikacijos tikslu. Toliau bus pereinama prie strategijų modelių ir aptariama, kokios dažniausiai pasitaikančios strategijos yra šio darbo skundų medžiagoje. To tikslas yra apžvelgti, kaip skundų ilgis gali daryti įtaką strategijų pasirinkimui ir ar ilgėjant skundams – ilgėja ir strategijų skaičius.

2.2. Skundų strategijų modeliai

Šiame tyrimo etape bus analizuojamos skundų strategijos. Remiantis Gretos Grigaliūnaitės (2017) tyrimu, pastebėta, kad didėjant skundo apimčiai, dažnėja ir naudojamų strategijų įvairovė – kuo ilgesnis skundas, tuo daugiau skirtingų strategijų jame aptinkama. Minėtame tyrime taip pat buvo išskirti penki būdingiausi administracinių skundų strategijų komponavimo modeliai bei septyni modeliai, būdingi viešiesiems skundams.

Šiame darbe skundų strategijų komponavimas analizuojamas šiek tiek kitaip. Tyrimas pradedamas nuo trumpiausių skundų analizės, siekiant nustatyti, kokios strategijos jiems būdingos. Toliau nuosekliai pereinama prie ilgesnių skundų, nagrinėjant, kaip ilgėjant tekstui kinta strategijų gausa, pobūdis ir jų derinimo būdai. Tokiu būdu siekiama atskleisti strategijų pasiskirstymo dėsningumus priklausomai nuo skundo ilgio. Šiame tyrime skundai buvo suklasifikuoti į keturias grupes, nuo trumpiausių iki ilgiausių: nuo 0 – iki 10 žodžių (toliau žymimas T) ir vadinsis trumpiausiais skundais, 11-25 (toliau žymimas V) vadinsis vidutinio ilgio skundais, 26-50 (toliau žymimas Y) vadinsis ilgesniais skundais ir daugiau, nei 50 žodžių (toliau žymimas A) vadinsis ilgiausiais skundais. Toliau pateikiama diagrama, iliustruojanti, kaip skundai pasiskirstė pagal ilgį.



2 pav. Skundai pagal ilgumą

Pagal diagramą matyti, kad ilgiausių skundų šiame tyrime yra daugiausiai 42% (n=58) ir įdomu tai, kad jie mažėja atitinkamai trumpėjant skundams. Ilgesnių skundų šiame tyrime yra 26 % (n=37), vidutinių 23 % (n=32) ir trumpiausių 9 % (n=13). Tai rodo, kad šio tyrimo skundų adresantai yra linkę pateikti ilgesnius ir detalesnius skundus.

2.2.1. Trumpiausi skundai

Iš viso buvo analizuoti 140 skundų, iš kurių 13 priskirti trumpiausių skundų kategorijai. Nors tai sudaro nedidelę viso duomenų kiekio dalį, šie skundai išsiskiria aiškumu, tiesmukumu ir trumpu išdėstymu – juose nevartojama perteklinė informacija, o pagrindinė mintis ir nepasitenkinimas išreiškiami glaustai bei koncentruotai.

- 31. *Prastas aptarnavimas, nemandagus bendravimas atsiėmime. NE PIRMAS KARTAS!* (T1)
- 32. *Uzsakius telefonu dviejų (patiekalo pavadinimas) komplekta telefonu, idejo i maiseli tik viena..* (T2)
- 33. *Eilinį kartą neįdėjo kažko - šį kartą (patiekalo pavadinimas).* (T4)
- 34. *Du (patiekalo pavadinimas) gamina 20 minuciu, restoranas tragiskas viduje siukslynas.* (T5)
- 35. *Neįdėjo (patiekalo pavadinimas). Aptarnavimas nemalonus buvo.* (T11)

Trumpuose skunduose buvo įžvelgtos tik dvi strategijos, kurios dažnu atveju yra panaudojamos kartu: **kaltinimas ir nepasitenkinimo raiška**. Dėl trumpumo ir tiesmukumo tokie skundai pasižymi mažesniu strategijų sluoksniavimu ar švelninimu. Retai kada vartojamos mandagumo ar emocijų argumentavimo priemonės, o kalbėtojas tiesiogiai įvardija problemą. Taip pat pastebėta, kad trumpiausiuose skunduose visiškai nėra mandagumo formų, tokių kaip pasisveikinimai ar atsisveikinimai. Nepasitenkinimas juose išreiškiamas glaustai – vienu sakiniu arba keliais labai trumpais sakiniais. Tokie skundai orientuoti į greitą ir aiškų problemos įvardijimą, be jokių švelninimo priemonių ar emocinio konteksto plėtojimo. 31, 34 ir 35 skundų pavyzdžiuose kiekviename išreiškiami du kaltinimai: (pvz., neįdėtas produktas ar ilgas laukimo laikas) ir pateikiama papildoma neigiama nuomonė, susijusi su aptarnavimu ar aplinka (pvz., nemalonus aptarnavimas, netvarkingas restoranas). Tuo tarpu 32 ir 33 skunduose kaltinimas išsakomas vienu trumpu sakiniu, susijusiu su konkrečia problema – neįdėtu produktu. Abu šie skundai pasižymi itin glausta forma ir aiškiu problemos įvardijimu, be papildomo emocinio komentaro ar platesnio konteksto. Tokia struktūra rodo, kad trumpuose skunduose dominuoja viena (kaltinimo) arba dvi (kaltinimo ir nepasitenkinimo raiškos) strategijos, o pats kalbėjimas orientuotas į tiesioginį nusiskundimo išsakymą, išlaikant minimalų kalbinį apipavidalinimą.

Apibendrinant šį skyrelį, galima daryti išvadą, kad trumpi skundai pasižymi tiesiogiskumu, glaustumu ir aiškiai išreikštu nepasitenkinimu. Jie orientuoti į konkrečios problemos įvardijimą, vengiant aplinkinių komentarų, švelninimo priemonių ar mandagumo formų. Šios kategorijos skunduose buvo surastos kaltinimo ir nepasitenkinimo strategijos.

2.2.2. Vidutinio ilgio skundai

Šios kategorijos skundų buvo 32 iš 140, tai yra beveik tris kart daugiau, nei pačių trumpiausių skundų. Šie skundai taip pat išsiskiria aiškumu ir tiesmukumu, tačiau visgi informacijos ir strategijų juose yra daugiau ir įvairesnių. Skundų turinys čia tampa labiau struktūruotas. Matomas aiškus probleminės situacijos išdėstymas, pagrindimas, kartais siūlomas sprendimas ar išreiškiamas moralinis vertinimas.

36. *Kada bus sudetas pilnai maistas truko 2 (patiekalo pavadinimas) Atsiemus užsakymą reikia pastoviai persitikrinti ar tikrai viska ideda kiek galima mokėti pinigus už negauta maista ? (V8)*

37. *Užsakėme išsinešimui 2 porcijas (patiekalo pavadinimas), 2 porcijas (patiekalo pavadinimas), 2 porcijas (patiekalo pavadinimas), + 2 (patiekalo pavadinimas). Atsivežę užsakymą pastebėjome, kad (patiekalo pavadinimas), nebuvo įdėti. (V10)*

38. *Nebuvo pridėta (patiekalo pavadinimas). Kadangi snigo, nebuvo patogų tyrinėti maišelio turinį, tai trūkumą pastebėjau tik grįžus namo. (V11)*

39. *Dar nėra buvę kad užsakymas būtų atliktas laiku. Vėluojama minimum 15 minučių. (V16)*

40. *Mergaitė darbuotoja pamiršo įdėti viens porcija (patiekalo pavadinimas) ir viena (patiekalo pavadinimas) .Kai išvažiavom tada pastebėjome .Užsakyne jome dar dusavo turbūt pavargus labia. (V28)*

36 pavyzdyje susipina trys strategijos: kaltinimas (*truko 2 (patiekalo pavadinimas)*), nepasitenkinimo išraiška. (*Kada bus sudetas pilnai maistas*) ir moralizavimas (*kiek galima mokėti pinigus už negauta maista ?*). 37 pavyzdyje yra matoma tik kaltinimo strategija, dėl neįdėto patiekalo, tačiau šis skundas priklauso ilgesnių skundų kategorijai, nes jame yra pateikiama pilna informacija apie pilną užsakymą, dėl šios priežasties skundas išilgėjo. 38 pavyzdyje taip pat yra tik kaltinimo strategija, tačiau jis panašus į prieš tai aptartą skundą, dėl pateikiamos papildomos informacijos. Skirtumas tik tas, kad papildoma informacija yra ne apie užsakymą, o panaudojamas pasiteisinimas, kodėl adresantas restorane nepatikrino savo užsakymo, taip galėdamas išvengti nemalonios situacijos (*Kadangi snigo, nebuvo patogų tyrinėti maišelio turinį*). 39 pavyzdyje galima įžvelgti tris strategijas: kaltinimą, nepasitenkinimo išraišką ir moralizavimą. Adresantas yra nepatenkintas, kad užsakymus atiduoti darbuotojai visada vėluoja ir kartu galima matyti, kad moralizuoja, jog užsakymas niekada nebūna paruoštas laiku. Toks teiginys implikuoja

ne tik faktinį kaltinimą dėl paslaugos kokybės, bet ir moralinę pretenziją. Adresantas tarsi teisia darbuotojus už nuolatinius vėlavimus, perkeldamas atsakomybę ne tik už konkretų atvejį, bet ir už visą pasikartojančią situaciją. Tokiu būdu kuriamas įspūdis, kad problema yra sisteminė, o ne atsitiktinė, todėl adresantas jaučiasi turįs teisę moralizuoti apie pareigingumo ir punktualumo stoką. 40 pavyzdyje yra dvi strategijos: kaltinimas (*darbuotoja pamiršo įdėti viens porcija (patiekalo pavadinimas) ir viena (patiekalo pavadinimas)*) ir sarkazmas (*dar dusavo turbūt pavargus labia..*). Sarkazmas čia veikia kaip papildoma nepasitenkinimo išraiškos priemonė, adresantas pasitelkia ironiją, kad sumenkintų darbuotojos elgesį ir perteiktų savo nusivylimą netiesioginiu, bet aštriu tonu. Toks strategijų derinys rodo ne tik emocinį įsitraukimą, bet ir norą paveikti adresatą stipresne retorine forma.

Apibendrinant, ilgesniuose skunduose dažniau aptinkamas strategijų sluoksniavimas, juose ne tik išsakoma pagrindinė problema, bet ir pateikiamas platesnis kontekstas, emocinis vertinimas ar net ironija. Toks skundų pobūdis rodo ne tik didesnę adresanto įsitraukimą, bet ir norą argumentuotai pagrįsti savo nepasitenkinimą. Pačiuose trumpiausiuose skunduose buvo matyti tik nepasitenkinimo išraiška bei kaltinimas, o ilgėjant skundams atsiranda sarkazmas, platesnis situacijos aprašymas ir moralizavimas. Ilgėjant skundams prisideda po vieną arba dvi papildomas strategijas.

2.2.3. Ilgesni skundai

Šios kategorijos skundų buvo 37 iš 140, tai yra daugiau nei trumpiausių (13) ir vidutinio ilgio (32) skundų. Tai rodo, kad ilgesni skundai sudaro reikšmingą visų analizuotų skundų dalį ir yra dažniausiai pasitaikanti kategorija. Šiuose skunduose pateikiama daugiau faktinės informacijos ir emocinio turinio, o viename skunde naudojamų strategijų kiekis didėja.

41. *Pasidariau užsakymą, panele ivede ne tai ko prasčiau, susimokejau dvigubai daugiau. Kai pranesiau, irodynejo man kad užakymas buvo visiskai kitoks. Susibarem. Grazino pinigų. Bet kai padave (patiekalo pavadinimas), matesi, kad padarytas žymiai seniau ir labai smirdejo. Po visko kol sėdėjau dar čia, kreivai i mane žiurejo ir apkalbinejo. Manau tokiu darbuotoju reikia vengt! (Y15)*
42. *Esu tikrai nepatenkinta aptarnavimu. Nebe pirma karta kažkas netaip, kodėl turiu eikvoti savo laiką ir kura gryzimui ir keitimui per visa miestą. Prasau grazinti pinigų už (patiekalo pavadinimas). Ateityje turbūt reikės iskraustyti maiselius ir tikrinti maistą vietoje. (Y12)*
43. *Labas vakaras, eilinį kartą šiame restorane buvo sumaišytas užsakymas kliento ne naudai. Iš užsakyme esamų dviejų (pat, buvo tik vienas. Pasikartojant tokioms situacijoms, darbuotojai savo darbu švaisto klientų pinigų. Tikiuosi ši situacija bus išspręsta, kadangi tai liečia klientų pinigų. (Y23)*

44. *Darbuotojai tikriausiai reiktų pakeisti darbą, bendravimas tragiškas, nei laba diena nei viso gero, net nenorisi važiuoti į Jūsų (restorano pavadinimas) restoraną dėl tokio bendravimo su klientais suprantu, kad buna klientų, bet taip bendrauti tai čia tragedija (Y25)*

41 pavyzdyje glaustai, tačiau pakankamai aiškiai yra išdėstoma visa įvykių eiga: nuo užsakymo pateikimo iki užsakymo gavimo. Šiame skunde prie nepasitenkinimo išraiškos ir kaltinimo prisideda ir moralizavimas (*Manau tokiu darbuotoju reikia vengt!*). 42 skundas pradedamas nuo emocijų įvardijimo (*Esu tikrai nepatenkinta aptarnavimu*), nors įprastai šiame skundų rinkinyje emocijų išreiškimas pasirodo skundo pabaigoje. Toliau seka kaltinimas (*Nebe pirma karta kažkas netaip*) ir netiesioginis moralizavimas (*kodel turiu eikvoti savo laika ir kura gryzimui ir keitimui per visa miesta*), kuriame implikuojama, kad vartotojas neturėtų kentėti dėl kitų klaidų. Tuomet seka prašymas atitaisyti žalą (*Prasau grazinti pinigų*) ir galiausiai paskutiniame sakinyje galima įžvelgti moralizavimą bei ironiją (*Ateityje turbūt reikės iskraustyti maiselius ir tikrinti maista vietoje*). Šis skundas pasižymi struktūriniu nuoseklumu ir strategijų įvairove, kuri stiprina vartotojo poziciją ir pabrėžia ne tik problemą, bet ir emocinį bei moralinį požiūrį į situaciją. 43 skundas pradedamas pasisveikinimu, kas nėra itin būdinga šios kategorijos skundams. Tuomet iškart matomas kaltinimas (*eilinį kartą šiame restorane buvo sumaišytas užsakymas*), po kaltinimo galima įžvelgti moralizavimą kartu su kaltinimu (*darbuotojai savo darbu švaisto klientų pinigų*) ir pabaigoje panaudojamas netiesioginis prašymas atitaisyti žalą (*Tikiuosi ši situacija bus išspręsta*). 43 skundas išsiskiria tuo, kad jame aiškiai struktūruojamos kelios strategijos: pradžioje – mandagus kreipinys, vėliau – kaltinimas, moralizavimas bei netiesioginis prašymas atitaisyti žalą. Visa tai rodo, kad skundo autorius stengiasi išlaikyti pusiausvyrą tarp emocinės raiškos ir racionalaus argumento, tuo pačiu akcentuodamas ne tik problemą, bet ir lūkesčius sulaukti situacijos sprendimo. 44 skunde yra jaučiamas didelis nepasitenkinimas ir apmaudas. Adresantas skundą pradeda moralizavimu (*Darbuotojai tikriausiai reiktų pakeisti darbą*) ir tame pačiame sakinyje pereinama prie aiškaus kaltinimo, dėl darbuotojos nemandagaus elgesio (*bendravimas tragiškas, nei laba diena nei viso gero*). Šiame skunde yra net du kartus panaudojamas neigiamos reikšmės būdvardis *tragiškas*, kas rodo didelį adresanto nepasitenkinimą. Įdomus dalykas šiame skunde yra tas, kad adresantas kaltina darbuotojus nemandagiu elgesiu, tačiau pats adresantas rašydamas skundą taip nepasisveikina ar kitaip neparodo mandagumo elementų.

Apibendrinant šios kategorijos skundus, galima teigti, kad ilgėjant skundai, taip pat ilgėja ir taikomų strategijų įvairovė. Kuo ilgesnis skundas, tuo daugiau galimybių skundžiančiam asmeniui išreikšti savo nuomonę, pabrėžti detales ir pateikti argumentus, kad jo nepasitenkinimas būtų suprastas ir priimtas. Prie pagrindinės skundų strategijos kaltinimo, prisideda moralizavimas, sarkazmas, emocijų išreiškimas bei prašymas atitaisyti žalą. Taip pat svarbu paminėti, kad šiuose skunduose yra pateikiama

daugiau informacijos apie situacijas ir net kartais galima aptikti tokių mandagumo formų, kaip pasisveikinimas.

2.2.4. Ilgiausi skundai

Šioje kategorijoje skundų buvo daugiausiai – 58. Tai rodo, kad klientai yra linkę į išsamius ir informatyvius skundus. Taip pat, kaip bus matyti šiame skyrelyje, šie skundai pasižymi didele strategijų įvairove.

45. *Sveiki, Norečiau pasidalinti nemalona situacija Vilnius, (gatvės pavadinimas) esančia restorana 10 val aspilankiau, prasidejo nuo to, kad užsakiau (patiekalo pavadinimas), o man užskaite kaip (patiekalo pavadinimas)! Nors (produkto pavadinimas) netoleruoju! Veliau (patiekalo pavadinimas) buvo begalo surios, net po poto supykino, dar neteko ant tiek suriu valgyti, tai pat aplink mane ir ant maisto sedosi dvi laukines muses, ar tai higieniskai? Baisiai nemalonu visa kita istorija sudejus, jeigu nepavuks ispresti šia problema, manau daugiau jusu restorana nelankysiu. (A6)*
46. *Sveiki, rašau dėl labai nemalonos situacijos restorane (gatvės pavadinimas) Vilnius. Privažiuovm prie langelio, pardavėjos paklausėme, ar dar yra pardavime (pateikalo pavadinimas), ji atsakė, kad yra, užsakėme. Paragavę supratome, kad čia visai ne (patiekalo pavadinimas), o naujasis (patiekalo pavadinimas)..Atvežus pardavėja atsiprašė, kad suklydo, paprašėme grąžinti pinigus, pralaukėme apie 15-20min su mažu vaiku automobilyje ir atėjus pardavėja pasakė, kad restorano vadovė liepė negražinti, nes esame patys kalti, kad nepaklausėme alergenų..kokių alergenų, kai užsakinėjome visiškai kitą (patiekalo pavadinimas)? Pridedu čekio foto ir tinklalapio, kur aiškiai matyti, kad (patiekalo pavadinimas), o (patiekalo pavadinimas)..Norime atgauti pinigus, nes buvome visiškai apgauti!! (A4)*
47. *Tragiskas aptarnavimas siandienos pamainos, ipac to bernioko. Drive in pries mane buvo viena masina, pralaukem beveik 20 min ! Nors mazai viduje zmoniu buvo ! Berniokas iskarto visus uzsakymus susidejo ir daug kalbejo su kolegom, o mano maistas taip ir liko guleti , nors ten tik (patiekalo pavadinimas). Maistas buvo šaltas ! (Patiekalo pavadinimas) visas suvartytas lyg ant jo parkrite buvo o (patiekalo pavadinimas) lyg kelias valandas gulejo ! Pinigai I bala! (A51)*
48. *Sveiki, norėjau pasipiktinti vakarykščiu (restorano pavadinimas) 15:00 valandos pamainos personalu. Užsisakiau užsakyma (prisegu nuotrauka). Priejes prie kasos paprašiau savo pagaminto užsakymo, atidave teisinga gėrima ir paeme užsakymo maiša ir patikrino ir viskas gerai. Taip greit patikrino kad nespejau sumirkseti. Atidave maisa ir isvykau. Bevaziuodamas sugalvojau patikrinti ar viskas yra ka uzsisakiau. Ir pasirodo jog gavau visai ne savo uzsakyma. Gavau kažkieno (patiekalo pavadinimas). Kazkokia didziule sumaistis. Uzsiskiau maista per skubejima nes skubejau. Ir buvau visa diena*

nevalges tai tikejaus kad nors kiek pasisotinsiu tai prabadavau visa diena:/ Kadangi užsakymo čekio ar nedave ar jau spejau pamesti net nežinau ir nesuprantu, tai net nelabai galiu prasyti kompensacijos. Svarbu man bent pranešti apie ši ivyki, nes tikrai nuvyle mane sitas atvejis ir sunervavo :/ (A16)

45 pavyzdys yra vienas iš nedaugelio, kuriame galima pamatyti pasisveikinimą su adresatu. Toliau šiame skunde adresantas tarsi supažindina adresatą su savo ketinimu – jis aiškiai įvardija, kad nori pasidalinti nemalonia patirtimi (*Noreciau pasidalinti nemalonia situacija*). Toks įvadas sukuria formalesnį toną. Vėliau pradedama pasakoti įvykių seka ir skundas atrodo pakankamai mandagus bei racionalus, tačiau pabaigoje sakinio pradedama naudoti šauktukus, kas rodo didelį nepasitenkinimą. Po nepasitenkinimo seka kaltinimai (*užsakiau (patiekalo pavadinimas), o man užskaite kaip (patiekalo pavadinimas)!* *Nors (produkto pavadinimas) netoleruoju!* *Veliau (patiekalo pavadinimas) buvo begalo surios, net po poto supykino*) ir tame pačiame sakinyje pasinaudojama sarkazmo strategija, kuri išreiškiama retoriniu klausimu (*sedosi dvi laukines muses, ar tai higieniskai?*). Šis skundas yra užbaigiamas grasinimu (*jeigu nepavuks ispresti šia problema, manau daugiau jusu restorana nelankysiu*). Taigi 45 pavyzdyje buvo panaudotos keturios strategijos: nepasitenkinimo išraiška, kaltinimas, sarkazmas ir grasinimas.

46 pavyzdys taip pat prasideda nuo pasisveikinimo su adresatu ir taip pat yra išsakoma, kad rašoma, dėl nemalonios situacijos (*rašau dėl labai nemalonios situacijos restorane*). Toliau šiame skunde yra smulkiai išdėstoma įvykių eiga, kurią galima priskirti prie nepasitenkinimo išraiškos, vėliau yra panaudojamas kaltinimas (*esame patys kalti, kad nepaklausėme alergenų..kokių alergenų, kai užsakinėjome visiškai kitą (patiekalo pavadinimas)?*), galiausiai šiame skunde yra pasinaudojama įrodymų pateikimo strategija (*Pridedu čekio foto ir tinklalapio*) ir žalos atitaisymo strategija (*Norime atgauti pinigus*). Taigi šiame skunde buvo panaudotos keturios strategijos: nepasitenkinimo išraiškos, kaltinimo, prašymo atitaisyti žalą ir įrodymų pateikimo.

47 pavyzdys prasideda iškart nuo stiprios nepasitenkinimo išraiškos (*Tragiškas aptarnavimas siandienos pamainos, ipač to bernioko*), be jokio įvado ar mandagumo ženklų. Toks tiesioginis ir emocingas sakinyš nurodo į aiškų kaltinimą, įvardijamas konkretus asmuo (*„berniokas“*) ir iš karto jam priskiriama atsakomybė už situaciją. Vartojamas būdvardis tragiškas dar kartą pabrėžia itin žemą aptarnavimo įvertinimą ir emocinį adresanto nusistatymą. Visas skundas yra pilnas kaltinimų, kurie seka vienas po kito, taip pat svarbu paminėti skundo emocionalumą. Visame tekste dominuoja stiprios emocinės reakcijos: pyktis, nusivylimas, net pasibjaurėjimas. Emocijos ypač ryškios: naudojami daugtaškiai, šauktukai, hiperbolizuoti vertinimai, tokie kaip *„maistas lyg kelias valandas gulėjo“* ir *„pinigai į balą!“*. Tokie išsireiškimai veikia kaip emociniai indikatoriai, aiškiai signalizuojantys, kad skundas nebuvo rašomas ramiai. Šiame skunde labiausiai išryškėjo dvi strategijos: kaltinimas ir nepasitenkinimas, tačiau

reikia pabrėžti, kad ilgėjant skundams jie tampa daug emocingesni ir turi griežtesnį toną, ką ir įrodo šis pavyzdys.

Paskutinis, 48 pavyzdys, prasideda nuo pasisveikinimo, kas rodo tam tikrą mandagumo išraišką. Netrukus po pasisveikinimo pasirodo frazė „*norėjau pasipiktinti*“, kuri jau aiškiai signalizuoja apie neigiamą emocinę nuostatą. Tai galima laikyti įžangine strategija, kurioje apjungiamas mandagumas su aiškia nepasitenkinimo išraiška. Toliau skundas vystomas per pasakojamąją formą, adresantas nuosekliai ir detalai perteikia įvykio eigą, naudodamas chronologinę struktūrą. Taip pat, kaip yra būdinga ilgiausiems skundams – yra nurodomos tokios detalės, kaip vieta ir laikas. Šiame skunde taip pat yra pateikiami įrodymai (*Užsisakiau užsakymą(prisegu nuotrauka)*), daug įvairių emocijų, kurie yra sustiprinami jausmaženkliais (*prabadavau visa diena:/; tikrai nuvyle mane; sunervavo*) ir žinoma kaltinimai (*Ir pasirodo jog gavau visai ne savo užsakymą. Gavau kažkieno (patiekalo pavadinimas). Kazkokia didžiule sumaistis*). Šiame skunde buvo keturios ryškios strategijos: kaltinimas, nepasitenkinimo išraiška, emocijų raiška ir įrodymų pateikimo strategija.

Apibendrinant, šios kategorijos skundus galima daryti išvadą, kad ilgiausi skundai dažnai yra pradedami nuo pasisveikinimo su adresatu ir tai rodo bent minimalų mandagumą. Šie skundai yra informatyvūs, juose pateikiama daug detalių apie situaciją, o pats pasakojimas dažnai vystomas chronologiškai, tarsi norint nuosekliai atskleisti problemą. Tokiu būdu adresantai ne tik išreiškia savo emocijas, bet ir siekia pagrįsti nusiskundimą faktais. Nepaisant emocijų, kurios kartais pasireiškia nusivylimu ar pasipiktinimu, dažnai jaučiamas noras ne vien kaltinti, bet ir būti išgirstam – pasiekti, kad į jų patirtį būtų atsižvelgta. Tai rodo tam tikrą racionalumo ir emocingumo pusiausvyrą, būdingą ilgesniems, labiau apgalvotiems skundams. Šiuose skunduose dominuoja kaltinimo strategija prie, kurios prisijungia nepasitenkinimo išraiška, grasinimai, moralizavimai, dažnu atveju – įrodymų pateikimas, prašymas atitaisyti žalą, sarkazmas. Taip pat šie skundai pasižymi emocijomis, kurios dažnai išreiškiamos subtiliai, bet nuosekliai. Nors pradžioje gali vyrauti mandagus tonas, toliau pasakojant situaciją emocinis fonas stiprėja – atsiranda nusivylimo, pykčio, apmaudo ženklų.

2.2.5. Apibendrinimas

Apibendrinant, kaip ir galima tikėtis ilgėjant skundams – ilgėja strategijų sąrašas juose. Trumpiausi skundai (iki 10 žodžių) šiame tyrime pasižymi itin glausta forma. Dažniausiai tai vieno ar dviejų sakinių tekstai, primenantys komentarus ar spontaniškas emocines reakcijas. Juose visiškai nevartojamos mandagumo formos: nėra pasisveikinimo, padėkos ar bandymo kalbėti švelniai. Skundai

koncentruojasi ties pagrindiniu tikslu – išreikšti nepasitenkinimą ir perduoti kaltinimą dėl konkretaus įvykio ar situacijos. Šiuose skunduose identifikuojamos tik dvi pagrindinės strategijos: kaltinimas ir nepasitenkinimo išraiška. Vidutinio ilgio skundai (nuo 11 iki 25 žodžių) pasižymi detalesne struktūra, prie kaltinimo dažnai prisideda sarkazmas ir moralizavimas. Šiuose skunduose yra daugiau emocinio vertinimo, keletas papildomų įvykio detalių, kurių nėra randama trumpiausiuose skunduose. Šios kategorijos skunduose taip pat nėra mandagumo formų. Ilgesniuose skunduose (nuo 26 iki 50 žodžių) atsiranda daugiau detalių, tačiau dar nėra labai aiškaus ar nuoseklaus įvykių atpasakojimo. Dažniausiai adresantai išplečia situacijos aprašymą, įvardija kelis nepasitenkinimą sukėlusius aspektus, tačiau vis dar dominuoja emocinis krūvis, o ne loginė pasakojimo struktūra. Kai kuriuose iš šios kategorijos skundų atsiranda keletas mandagumo formų, tokių, kaip pasisveikinimas. Prie kaltinimo ir nepasitenkinimo strategijos prisideda sarkazmas, moralizavimas, emocijų įvardijimas ir dažnu atveju – prašymas atitaisyti žalą. Verta pabrėžti, kad prieš tai buvusiose kategorijose ši strategija nebuvo naudojama arba naudojama labai retais atvejais, tačiau ilgesniuose skunduose ji yra dominuojanti strategija prie kaltinimo. Taip pat šiuose skunduose gausu emocijų, kurios išreiškiamos tokiais žodžiais, kaip: esu nusivylęs, esu nepatenkintas, esu piktas ir pan. Be šių būdvardžių taip pat nevengiama naudoti šauktukus, kurie sustiprina adresanto nepasitenkinimą. Ilgiausi skundai (daugiau nei 50 žodžių), kurių šiame tyrime buvo daugiausiai (58 iš 140), pasižymi itin detaliu įvykių atpasakojimu: nurodoma tiksli vieta, laikas, net įvardijami konkretūs aptarnavę darbuotojai. Šie skundai yra išsamūs ir aiškūs. Taip pat jiems būdingos tokios mandagumo formos, kaip pasisveikinimas ir kartais atsisveikinimas. Lyginant su kitomis kategorijomis, tai žymiai dažniau yra pradedamas skundas nuo būtent pasisveikinimo su adresatu. Prie kaltinimo ir nepasitenkinimo strategijos prisideda visos kitos galimos strategijos: sarkazmas, moralizavimas, prašymas atitaisyti žalą, emocijos, įžeidinėjimai ir šioje kategorijoje atsiranda – švelninimas, kuris prieš tai nebuvo naudojamas. Nors švelninimo strategija nėra dažnai naudojama (6 iš 140), tačiau visi jie pasitaikė tik ilgiausių skundų kategorijoje. Švelninimas dažniausiai išreiškiamas teigiamų komentarų įterpimu, bandymų pateisinti situaciją, jausmaženklių vartojimu. Švelninimas dažniausiai išreiškiamas per bandymą suprasti ar pateisinti situaciją, per teigiamų komentarų įterpimą arba jausmaženklių vartojimą, kuris gali sumažinti žinutės griežtumą. Tokie skundai dažnai įgyja pusiau oficialų toną ir tampa artimesni formaliam laiškui. Tai rodo, kad kuo daugiau laiko klientas skiria skundo rašymui, tuo didesnė tikimybė, kad jis ne tik išreiškia emocijas, bet ir siekia realaus problemos sprendimo bei reakcijos iš įstaigos pusės. Bus pradedama nuo nemandagumo analizės ir pereinama prie mandagumo. Kadangi mandagumo apraiškų šiame skundų rinkinyje nebuvo daug, todėl yra skiriamas tik vienas skyrelis.

2.3.1. Skundų nemandagumas

Nemandagumo analizė skundų kontekste yra ypač reikšminga, nes ji leidžia atskleisti, kaip kalbiniai pasirinkimai veikia bendravimą tarp klientų ir įstaigų. Iki šiol Lietuvoje tokio pobūdžio tyrimai buvo reti, todėl tai suteikia naują perspektyvą nagrinėjant, kaip vartotojai išreiškia nepasitenkinimą ir kokias strategijas pasitelkia siekdami savo tikslų. Šis tyrimas leis geriau suprasti, kaip skundų autoriai naudoja nemandagumo strategijas: ar jos labiau grindžiamos emociniu intensyvumu, ar sąmoningai nukreiptos į adresato spaudimą. Taip pat bus analizuojama, ar nemandagumas dažniau pasireiškia per tiesioginius kaltinimus, sarkazmą, ar netiesioginius užuominų būdus. Šios išvalgos prisidės prie platesnio supratimo apie skundų žanrą ir jų poveikį tarpasmeninei komunikacijai verslo aplinkoje.

(Ne)mandagumas jau buvo iš dalies aptartas skyreliuose prieš tai, kur buvo kalbama apie skundų strategijas. Trumpai buvo komentuojama ar skundai, kurie buvo pateikiami pavyzdžiuose turi mandagumo formų ar ne. Šiame skyriuje bus pažiūrėta plačiau, aptarta, kokiomis priemonėmis (ne)mandagumas pasireiškia, kokios detalės atskleidžia adresanto nuotaiką ir intenciją.

2.3.1.1. Tiesioginis nemandagumas

Adresato menkinimas atpažįstamas pirmiausia iš jo įvaizdį menkinančio turinio. Dėl įvaizdžio sąsajų su konkrečiomis vertybėmis arba savybėmis, analizuojant įvaizdžiui grėsmingus šnekos aktus, svarbu žinoti, kokio įvaizdžio siekia žmonės tam tikrose socialinėse situacijose (Žurauskaitė, 2021). Menkinimas dažnai siejamas su įvaizdžiui grėsmingais aktais (Brown ir Levinson, 1987), kurie gali pažeisti tiek teigiamą veidą (norą būti priimtam ir pripažintam), tiek neigiamą veidą (norą išvengti kitų primetamų įsipareigojimų). Menkinimo strategijos yra skirstomos į tiesioginį menkinimą – aiškų, atvirą negatyvų vertinimą (*Žiūrėkite kaip bendraujate prie klientų dirbate restorane o ne tvarte!!* A13), netiesioginį menkinimą – ironišką kritiką (*Gal kita karta padėty darbuotojams?* A31). Taip pat į sarkazmą– dažnai naudojamą skunduose, siekiant pabrėžti nepasitenkinimą (*Aciu uz sugadinta vakariene*☺ Y4) bei kaltinimus ir atsakomybės perkėlimą – kai adresatas laikomas kaltu dėl situacijos (*Jūs visai nesirūpinate klientais!* Y10).

Kalbant apie tiesioginius šnekos aktus, šio tyrimo skundų rinkinyje - jų yra kur kas daugiau, nei netiesioginių. Taip yra dėl to, kad skundas rašomas tiesiogiai įmonei ir siekiant gauti iš jos atsakymą (atsiprašymą, pasiaiškinimą ar kompensaciją). Dėl šios priežasties skunduose vengiama netiesioginės kalbos. Tai pat svarbus momentas tiesioginėje kalboje yra skyrybos ženklai, kuriais tiesioginė kalba yra

dar labiau sustiprinama. Dažnai yra naudojame šauktukai (*Tai problema yra tame, kad sutvarkykite informacija paduodama žemėlapių ir neapgaurinekite žmonių!* Y10), daugiau negu du klaustukai, kurie rodo grėsmę ir nepasitenkinimą (*kietos kaip metalas ir be druskos!!!! Už ką jums moku?????* Y1), didžiosiomis raidėmis išskirtas tekstas taip pat naudojamas norint sustiprinti toną ir pabrėžti nusivylimą ir pyktį (gali apsižiūrėti, ir netyčia neįdėti, bet ne TRIS KARTUS IŠ EILĖS A14). Tokie vizualiniai elementai ne tik sustiprina emocinį krūvį, bet ir gali turėti reikšmingą pragmatinį poveikį adresatui. Tokie skyrybos ženklų ir rašybos ypatumai ne tik veikia kalbinę skundo išraišką, bet ir padeda stipriau komunikuoti emocijas, kurios dažniausiai būna susijusios su neigiamais kliento potyriais. Be to, jie gali turėti įtakos tam, kaip į skundą reaguos adresatas – griežtai suformuluoti pranešimai gali sukelti gynybinę reakciją, o subtiliau išreikšti nepasitenkinimai gali būti veiksmingesni sprendžiant konfliktą.

Taigi šiame poskyryje aptarti tiesioginiai šnekos aktai parodė, kad klientai dažnai reiškia kritiką tiesiogiai, nevengdami aiškiai išsakyti savo nepasitenkinimo. Jie pasitelkia griežtą toną, stiprius emocinius išsireiškimus, sustiprintus skyrybos ženklais, didžiosiomis raidėmis ar sarkazmu. Tai rodo, kad skundų autoriai dažniausiai nesiekia švelninti savo pranešimų, o priešingai – juos pabrėžia, siekdami aiškaus atsako ar problemos sprendimo. Toks tiesioginis komunikacijos būdas atskleidžia, kad klientai jaučiasi įžeisti ar nepatenkinti, todėl jų kalbinės strategijos orientuotos į emocinio poveikio didinimą. Be to, šie skundai atskleidžia socialinį santykį tarp kliento ir paslaugos teikėjo – dažnai tai nėra dialogas, o vienašalė pretenzija, kurioje adresato reakcija nėra iš anksto numatoma. Atsižvelgiant į šiuos rezultatus, tolesniame tyrimo etape bus svarbu įvertinti, kaip tokie tiesioginiai šnekos aktai veikia adresato reakcijas ir kokias strategijas jie pasitelkia atsakydami į šiuos skundus.

2.3.1.2. Netiesioginis nemandagumas

Netiesioginiai šnekos aktai gali turėti skirtingą poveikį priklausomai nuo situacijos. Kai kurie adresatai gali juos suprasti kaip mažiau konfrontacinius ir labiau konstruktyvius, tuo tarpu kiti gali interpretuoti kaip pasyvią agresiją. Tokie išraiškos būdai taip pat leidžia klientui išlaikyti socialinį mandagumą, kartu aiškiai signalizuojant apie problemą. Netiesioginiai šnekos aktai yra ypač įdomūs analizuojant pragmatinius aspektus skundų kontekste, nes jie atskleidžia subtilius kalbinius mechanizmus, kuriais klientai siekia išsakyti kritiką, neprarandant visiško mandagumo.

Retorinių klausimų uždavimas gali būti traktuojamas, kaip netiesioginis nemandagumas, kurio metu bandoma tarsi paklausti to į ką adresatas negalės atsakyti, tačiau tokiu būdu yra pažeminimas adresatas (*Gal kita karta padėty darbuotojams?* A31). Pateiktame pavyzdyje skundo pateikėjas klausia

ar reikia padėti darbuotojams, nors iš tikrųjų nėra suinteresuotas gauti atsakymo. Tokiu būdu vartotojas netiesiogiai išreiškia kritiką, leisdamas suprasti, kad darbuotojai nesusitvarko su savo pareigomis. Retoriniai klausimai dažnai kuriami taip, kad adresatas negalėtų jų tiesiogiai paneigti ar į juos atsakyti be gėdos jausmo, todėl jie gali būti interpretuojami kaip pažeminimo ar sarkazmo forma. (*Gal jau laikas išmokti atiduoti maistą pagal standartus?*) Netiesioginė kritika – vietoje tiesioginio kaltinimo, skundo autorius naudoja retorinį klausimą, kuris suponuoja, kad adresatas iki šiol nesugeba laikytis standartų. Taip pat šiame klausime galima įžvelgti pažeminimą – vartojant frazę „Gal jau laikas išmokti...“, implikuojama, kad darbuotojai vis dar nesupranta, kaip reikia tinkamai atlikti darbą. Tai gali būti suvokiama kaip menkinantis teiginys. Spaudimas adresatui – tokio pobūdžio klausimai skatina gėdos jausmą ir priverčia adresatą jaustis atsakingu už situaciją. Jie sukuria emocinį spaudimą keisti elgesį. (*Atmosfera šlykšti, nuotaika po apsilankymo sugadinta. Kaip jie išvis samdo tokius žmones?* Y25) pradžioje šio skundo yra tiesioginis kaltinimas, tačiau užduodamas klausimas yra netiesioginis menkinimo pavyzdys. Klausimas „kaip jie išvis samdo tokius žmones?“ yra retorinis ir netiesiogiai perteikia kritiką tiek darbuotojams, tiek įmonei. Taip pat nėra įvardintas „jie“ todėl klausimas lieka dviprasmiškas. „Jie“ gali reikšti tiek vadovybę, tiek personalo atranką vykdančius asmenis, tiek pačius darbuotojus kaip kolektyvą. Tokia neapibrėžta nuoroda sustiprina kritiką, nes adresatas turi pats interpretuoti, kam skundas yra tiesiogiai skirtas.

Į netiesioginio nemandagumo sąvoką galime pridėti ir tam tikrus prašymus. Prašymai įprastai laikomi mandagumo išraiška, tačiau tam tikrose situacijose jie gali įgauti nemandagumo aspektų. Tai ypač būdinga skundams, kuriuose prašymas naudojamas ne kaip nuoširdus pageidavimas, o kaip būdas pabrėžti nepasitenkinimą, menkinti adresatą ar perduoti kaltinimą. Tai ypač būdinga skundams (*Laba diena, prašau išmokyti savo darbuotojus darbo etikos bendraujant su klientais* A37), kuriuose prašymas naudojamas ne kaip nuoširdus pageidavimas, o kaip būdas pabrėžti nepasitenkinimą, menkinti adresatą ar perduoti kaltinimą. A37 pavyzdyje adresantas prašo išmokyti darbuotojus bendrauti su klientais, akivaizdu, kad tai nėra mandagus prašymas, o verčiau užslėpta kritika, kuri implikuoja, kad darbuotojai šiuo metu bendrauja netinkamai ar nemandagiai. Inga Hilbig (2009) teigia, kad: intencija „aš noriu, kad tu darytum X“ gali būti realizuojama tiek prašymais, tiek liepimais – taigi riba tarp šių dviejų direktyvų yra pati neaiškiausia (2009:41). Skundų kontekste šią ribą nubrėžti yra dar sunkiau nes prašymai gali įgauti kategorišką, reikalavimą primenantį toną, o liepimai – būti sušvelninti mandagumo strategijomis. Skunduose dažnai pasitaiko tokių prašymų, kurie iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti kaip mandagūs, tačiau iš tiesų slepia reikalavimą ar net grasinimą.

- *ačiū už dėmesį.* Y21

- *Ačiū už šaltą maistą ir sugadintą nuotaiką. A53*
- *Tai problema yra tame, kad sutvarkykyte informacija paduodama žemėlapių ir neapgaurinekite žmonių! Ačiū. Y10*
- *Aciu už sugadinta vakariene:.) Y4*
- *Aciu, daugiau nevalgysim čia, nes mes ne kiaules ir plus norim, kad visi liktume pavalge. A30*
- *Dekui už demesi, nuliudinoy. A8*

Šiuose pavyzdžiuose yra aiškiai matoma ironija ir sarkazmas, kurie pasitelkiami norint netiesiogiai išreikšti nepasitenkinimą. Tokie padėkojimai nėra nuoširdūs, o veikiau tarnauja kaip priemonė išreikšti nusivylimą ar pyktį. Ironiška padėka dažniausiai naudojama siekiant perkelti atsakomybę adresatui ir pabrėžti neigiamą patirtį. Frazė „*Ačiū už šaltą maistą ir sugadintą nuotaiką*“ (A52) ne tik parodo pasipiktinimą, bet ir akcentuoja, kad dėl neigiamų pasekmių kaltas paslaugos teikėjas. Kitas pavyzdys – „*Dekui už demesi, nuliudinoy*“ (A8) perteikia nusivylimą, kuris gali būti susijęs su nepakankamu ar netinkamu aptarnavimu. Tokios frazės leidžia klientui išreikšti savo jausmus netiesioginiu būdu, dažnai išlaikant tam tikrą sarkastišką toną.

Apibendrinant, netiesioginiai šnekos aktai, pasitelkiant ironiją ir sarkazmą, yra efektyvi strategija išreikšti nepasitenkinimą neperžengiant atviro konflikto ribų. Tokios išraiškos leidžia klientams perteikti savo emocijas subtiliai, tačiau pakankamai aiškiai, kad būtų suprastas jų nusivylimas ar pyktis. Be to, sarkastiška padėka dažnai veikia kaip strateginis būdas perkelti atsakomybę paslaugos teikėjui, išryškinant patirtą neigiamą situaciją. Tai rodo, kad net ir mandagumo formos, tokios kaip „*ačiū*“ ar „*dėkui*“, gali įgauti priešingą – kritišką ir nepasitenkinimą reiškiantį – atspalvį, priklausomai nuo konteksto ir kalbinių priemonių, kuriomis jos yra pateikiamos.

2.3.1.3. Mandagumas

Inga Hilbig teigia, kad: „Mandagumas nėra paties veiksmo ypatybė: jis randasi žmonėms sąveikaujant ir remiantis socialinės grupės narių pripažįstamu, taikomu, bet taip pat ir galinčiu kisti standartu. Taigi nors mandagūs veiksmai atliekami atskirų individų, aptariamas reiškinytis yra bendruomeninis, veikiamas socialinių veiksmų ir nukreiptas į socialinės interakcijos palaikymą, jos struktūravimą“ (2009: 11). Nors skundai nepasižymi mandagia elgsena ir ieškoti mandagumo formų yra sudėtinga, visgi galima keletą jų įžvelgti.

Pirmoje vietoje, ką pavyko šiame skundų rinkinyje surasti – pasisveikinimai. Kaip jau buvo minėta anksčiau šiame darbe, pasisveikinimai dažniausiai atsiranda ilgiausiuose skunduose, kurie yra

panašiausi į formalią kalbą, formalaus laiško struktūrą. Pasisveikinimai yra mandagūs ir formalūs, nes juose yra kreipiamasi ne „tu“ įvardžiu, o „jūs“. Nors tai nebūna įvardinta, tačiau iš tokių pasisveikinimų, kaip „laba diena“, „labas vakaras“ ar „sveiki“ galima suprasti pasisveikinimo formalumą. Įdomu tai, kad pasisveikinimai neretai derinami su emociniu kontekstu – iškart po pasisveikinimo pateikiamas nusivylimas, pavyzdžiui: *Noreciau pasidalinti nemalone situacija (A6) arba Sveiki, norėjau pasipiktinti vakarykščiu (restorano pavadinimas) 15:00 valandos pamainos personalu. (A16)*. Tokios formuluotės leidžia adresantui išlaikyti mandagumo toną, net jeigu vėliau tekste pasirodo nemandagumo ženklų ar piktesnių išraiškų.

Kita mandagumo apraiška šiame tyrime yra pabaigoje skundo parašytas palinkėjimas. Dažniausiai sutinkami buvo *geros dienos ir gero vakaro (Sausas, karsta, bei neimoniškai neskanus. Aciū už dėmesį, geros dienos. A29), (Aciū, daugiau nevalgysim čia, nes mes ne kiaules ir plius norim, kad visi liktume pavalge, o ne vieno maisto iš mūsų atimtu. Gero vakaro. A30), (Labai labai tikiuosi, kad pakeisite šį dalyką ir (patiekalo pavadinimas) kepti pradėsite tada, kai klientas užsisako. Gero vakaro. A5)*. Nors ir sunku pasakyti ar šie palinkėjimai yra nuoširdūs ir ne sarkastiški, tačiau jie vis tiek prisideda prie mandagumo strategijų raiškos skunde. Tokie palinkėjimai formaliai užbaigia tekstą ir bent paviršutiniškai sukuria pagarbos adresatui įspūdį.

Taip pat prie mandagumo šiame tyrime galima pridėti švelninimo strategiją, kurios pagalba skundas atrodo ne toks grėsmingas, o jo tonas tampa subtilesnis bei labiau orientuotas į bendradarbiavimą, o ne konfrontaciją. Švelninimo strategijos dažniausiai pasireiškia per tokias raiškos formas kaip atsiprašymai, bandymai suprasti kitą pusę (*Suprantu, nieko čia baisaus. A12; Suprantu už įrangą ne visada atsako restorano darbuotojai. A13, Suprantu, kad vaikinukas dar praktikantas. A39*), teigiamų komentarų įterpimas (*Tai vienintelis dalykas, kas kviečia sugrįžti yra - skanus maistas, nes jūsų klientas esu jau 15 metų. A19*) ir jausmaženklių vartojimas (*moku pinigų ir noriu to, ką užsisakau ☺. A19*). Kaip jau minėta šiame tyrime (žr. 2.1.6), švelninimo strategija, nors ir pasitaiko retai, vis dėlto laikytina mandagumo išraiška.

Mandagumas tikrai nėra būdingiausia skundų tekstų savybė, nes pagrindinis jų tikslas – išreikšti nepasitenkinimą ar nusiskundimą. Vis dėlto tam tikros mandagumo formos, tokios kaip pasisveikinimas, palinkėjimai ar švelninimo strategijos, vis dar pasitaiko, ypač ilgesniuose, labiau apgalvotuose ir struktūruotuose skunduose. Tai rodo, kad net ir išreiškiant nepasitenkinimą, kai kurie klientai siekia išlaikyti pagarbų toną bei konstruktyvų bendravimą. Toks mandagumo išlaikymas gali padėti sukurti pozityvesnį dialogą tarp adresato ir adresanto. Taip pat tai gali būti siekis, kad skundas būtų išnagrinėtas ir pasiūlytas palankesnis sprendimo būdas.

2.3.1.4. Apibendrinimas

Šioje analizėje buvo išskirtas tiesioginis ir netiesioginis nemandagumas bei mandagumas. Skunduose daugiausiai pasitaikė nemandagumo apraiškų. Taip pat dominuojantis nemandagumo tipas yra tiesioginis nemandagumas – tai rodo, jog klientai nevengia atvirai reikšti savo nepasitenkinimo, dažnai naudodami kaltinimus, sarkazmą ar įžeidimus. Tokia raiška gali būti sąmoningas pasirinkimas siekiant greitesnio dėmesio ar reakcijos iš aptarnaujančio personalo. Tiesioginis nemandagumas leidžia išsakyti emocijas aiškiai ir be užuolankų, o tai dažnai laikoma efektyvesniu būdu išreikšti neigiamą patirtį. Mandagų elgesį šiame tyrime atrasti buvo sudėtinga, tačiau keli kalbiniai elementai visgi atskleidė, kad klientai gali būti mandagūs tokiose situacijose. Pasisveikinimai, švelninimo strategija ir padėka gali būti traktuojami kaip mandagaus elgesio elementai. Tokios mandagumo apraiškos dažniausiai pastebimos ilgiausiuose skunduose, kuriuose klientai labiau linkę išsamiai paaiškinti situaciją, o ne vien tik išreikšti emocijas. Švelninimo strategija – tokia kaip bandymas suprasti darbuotojo klaidą, nuosaikus tonas ar teigiamų pastabų įterpimas – parodo, kad net ir neigiamame kontekste siekiama išlaikyti tam tikrą pagarbą.

IŠVADOS

Šiame darbe buvo analizuojami elektroniniai klientų skundai, surinkti iš privačios maitinimo įstaigos. Tyrimo imtį sudarė 140 skundų, atrinktų atsitiktine tvarka. Tyrimas buvo vykdomas trimis etapais. Pirmiausia buvo sistemingai analizuojamos skunduose pasitaikančios strategijos, išryškinant kiekvienai strategijai būdingus požymius. Po to skundai buvo klasifikuoti pagal jų ilgį į keturias kategorijas, siekiant nustatyti kiekvienai kategorijai būdingus struktūrinius modelius. Galiausiai nagrinėta kalbinė (ne)mandagumo raiška skunduose. Atlikus tyrimą buvo prieita tokių išvadų:

1. Išanalizavus skundų strategijas paaiškėjo, kad dažniausia strategija, pasikartojanti visuose 140 skundų, yra kaltinimas. Toks atradimas nestebina, nes ir ankstesniuose tyrėjų darbuose kaltinimas nustatytas kaip pagrindinė strategija. Toliau eina nepasitenkinimo raiška, kuri yra būdinga 136 skundams. Kitos strategijos pasitaikė rečiau ir yra priskirtinos pagalbinėms strategijoms. Moralizavimas buvo aptiktas 31 skunde, emocijų raiška – 20 skundų, prašymas atitaisyti žalą – 14, sarkazmas – 10, švelninimas – 6, įrodymų pateikimas – 5 ir įžeidinėjimai – 3.

1.1. Kaltinimas šiame tyrime dažniausiai pasireiškė tiesiogine forma. Dauguma analizuotų skundų buvo rašomi pasitelkiant tiesioginius kaltinimus: taip adresantai siekė aiškiai ir nedviprasmiškai išreikšti savo nepasitenkinimą, tikėdamiesi greitesnio atsako ir problemos sprendimo. Tiesioginis kaltinimas padeda sutelkti dėmesį į pagrindinę problemą ir sustiprinti adresanto poziciją skunde.

1.2. Nepasitenkinimas tirtuose skunduose pasireiškė įvairiomis emocinėmis priemonėmis: vartojant skyrybos ženklus (šauktukus, du ar daugiau klaustukų), didžiąsias raides, kai norėta pabrėžti stiprų nepasitenkinimą ar emocinį krūvį. Tokios grafinės priemonės sustiprino skundo emocinį toną ir padėjo aiškiau perteikti adresanto išgyvenimus.

1.3. Moralizavimas buvo dažniausia pagalbinė strategija greta kaltinimų ir nepasitenkinimo. Adresantai dažnai mėgino pamokyti, sudrausminti ar priminti apie tinkamo elgesio normas. Moralizavimas sustiprino skundo emocinį toną.

1.4. Emocijų raiška dažniausiai buvo reiškiamą tokiais žodžiais, kaip *nusivylęs (-usi)*, *piktas (-a)*, *liūdnas (-a)*, *sunervavo*. Šie žodžiai buvo pagrindiniai, nuolat kartojosi tirtose medžiagoje.

1.5. Prašymas atitaisyti žalą tirtuose skunduose buvo naudojamas kaip prašymas arba reikalavimas kompensuoti nuostolius. Adresantai prašė pinigų grąžinimo, kaip žalos atlyginimo. Nebuvo aptikta prašymų atsiprašyti, pergaminti netinkamus produktus ar pakeisti kitais.

1.6. Tikėtasi, kad sarkazmas bus viena iš dažniausiai pasitaikančių strategijų, bet tyrimo duomenys to nepatvirtino. Vis dėlto tam tikruose skunduose buvo aptikta ironijos ir sarkazmo apraiškų.

Sarkazmas pasireiškė darbuotojų menkinimu, pašiepimais, kandžiomis pastabomis bei tariamomis padėkomis už nemalonią patirtį. Tokios išraiškos sustiprino skundo emocinį toną ir išryškino adresanto nepasitenkinimą.

1.7. Švelninimai, kaip ir tikėtasi buvo naudoti retai. Jie pasireiškė pagyrimais, išreikštu supratingumu, mandagiais įžanginiais sakiniais arba atsiprašymais prieš išsakant pagrindinį nepasitenkinimą.

1.8. Įrodymų pateikimas ir įžeidinėjimai buvo rečiausiai naudojamos strategijos. Adresantai retai pateikdavo įrodymus, tačiau kai jie buvo pateikiami, dažniausiai tai būdavo pridėti pirkimo čekiai arba nekokybiško maisto nuotraukos. Šiame tyrime įrodymai buvo suprantami kaip vizualinė medžiaga, patvirtinanti skunde išdėstytus teiginius. Įžeidinėjimai buvo nukreipti į konkrečius asmenis – darbuotojus. Įžeidimai buvo menkinantys, viename skunde vartojama necenzūrinė kalba.

2. Šiame tyrime daugiausiai skundų buvo iš ilgiausių skundų kategorijos (58 skundai, kuriuos sudaro daugiau nei 50 žodžių), 26 – 50 žodžių skundų buvo 37, 11-25 žodžių – 32 skundai ir trumpiausių 0-10 skundų buvo tik 13. Įdomu tai, kad trumpiausių skundų buvo mažiausiai, o ilgiausių daugiausiai. Juose buvo tiriama, kokios strategijos yra dažniausios ir, kaip strategijos pildosi ilgėjant skundams. Nustatyti tokie būdingiausi modeliai:

2.1. Trumpiausiuose skunduose vyrauja viena pagrindinės strategijos – kaltinimas ir nepasitenkinimo raiška. Šie skundai nepasižymi mandagumu, juose nėra pasisveikinimų ar atsisveikinimų, jie aprašomi trumpai, be detalaus pasakojimo ar kitų detalių.

2.2. Vidutinio ilgio skundai pasižymi labiau struktūruotu turiniu, pateikiama šiek tiek daugiau detalių. Šiuose skunduose prie kaltinimo prisijungia sarkazmas, emocijos, nepasitenkinimo raiška ir moralizavimas. Šios kategorijos skunduose taip pat nebuvo surasta mandagių formų.

2.3. Ilgesniuose skunduose atsiranda detalumas, daugiau pateikiama faktų ir matomos aiškesnės emocijos. Prie pagrindinių strategijų šioje kategorijoje prisijungia sarkazmas, moralizavimas, emocijos ir prašymas atitaisyti žalą. Nors ir retai, tačiau šios kategorijos skunduose buvo mandagumo apraiškų, tokių, kaip pasisveikinimas su adresatu.

2.4. Ilgiausi skundai yra išsamūs, labai detalūs, pateikiama daug faktinės informacijos. Šios kategorijos skunduose prisijungia visos strategijos, kurios buvo aptartos šiame tyrime, taip pat ilgiausiuose skunduose galima matyti švelninimą, kuris nebuvo būdingas trumpesniems skundams. Šiuose skunduose taip pat yra daugiau mandagumo: pasisveikinimo, atsisveikinimo ar palinkėjimų.

3. Mandagumas šiame tyrime buvo aptariamas visose tyrimo dalyse, tačiau dar atskirai buvo kalbama apie tiesioginį arba netiesioginį mandagumą ir mandagumą.

3.1. Tiesioginio nemandagumo šiame tyrime buvo daugiausia. Jis pasireiškė stipriomis emocijomis, intensyviu skyrybos ženklų vartojimu, tokiais kaip šauktukai, daugiau nei du klaustukai, žodžių rašymas didžiosiomis raidėmis, taip pat sarkazmo ir ironijos elementais. Tiesioginis nemandagumas dažnai buvo naudojamas siekiant pabrėžti nepasitenkinimą, išreikšti stiprias neigiamas emocijas bei spausti adresatą imtis greitų veiksmų.

3.2. Netiesioginis nemandagumas šiame tyrime pasitaikė rečiau. Jis buvo reiškiamas retoriniais klausimais, užslėptais kaltinimais, pasiūlymais ar pastabomis, kurios netiesiogiai menkino įmonę ar konkrečius darbuotojus. Dažnai buvo naudojamos sarkastiškos padėkos, kuriomis, formaliai dėkojant, iš tiesų buvo išreiškiamas nepasitenkinimas ar ironija. Tokios strategijos leido adresantams išsakyti kritiką išlaikant tam tikrą socialinį atstumą ir vengiant atviro konflikto.

3.3. Mandagumo, kaip ir galima buvo tikėtis skundų kontekste buvo labai mažai, tačiau pavyko išvelgti. Mandagumas pasireiškė pasisveikinimu su adresatu ir švelninimo kategorija: išreikštu supratingumu darbuotojų atžvilgiu, pagyrimais arba jausmaženkliais.

Atlikus analizę galima teigti, kad skundai yra daugialypiai kalbos aktai, apimantys įvairias strategijas, emocines reakcijas ir socialines dinamines sąveikas. Skundų turinys ir struktūra priklauso nuo daugelio veiksnių, tokių kaip situacija, santykiai tarp adresanto ir adresato, taip pat nuo tikslų, kurių siekiama. Be to, skundai gali būti išreikšti tiek tiesiogiai, su akivaizdžiu nepasitenkinimu, tiek netiesiogiai, su užslėptais kaltinimais ir sarkazmu.

Svarbu pabrėžti šio tyrimo ribotumus. Skundai buvo renkami tik iš vienos įmonės, todėl gauti rezultatai neatspindi visos skundų įvairovės, kuri gali egzistuoti įvairiose organizacijose ar sektoriuose. Be to, tyrimas apima tik tam tikrą skundų spektrą, todėl gali būti neaptartos tam tikros kitos skundų išraiškos formos ar strategijos. Ateityje būtų naudinga atlikti platesnį tyrimą, apimančį kitas įmones ir skirtingus sektorius, kad būtų galima tiksliau įvertinti skundų tendencijas ir kalbines strategijas.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Barlow, J., & Møller, C. (2008). *A complaint is a gift: Recovering customer loyalty when things go wrong*. Berrett-Koehler Publishers.
2. Bhatia, V. K. (2014). *Analysing genre: Language use in professional settings*. Routledge.
3. Blum-Kulka, S. (1987). Indirectness and politeness in requests: Same or different? *Journal of Pragmatics*, 11(2), 131–146.
4. Boote, J. (1998). Towards a comprehensive taxonomy and model of consumer complaining behaviour. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 11, 140–151.
5. Bousfield, D., & Locher, M. A. (Eds.). (2008). *Impoliteness in language: Studies on its interplay with power in theory and practice* (Vol. 21). Walter de Gruyter.
6. Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage* (No. 4). Cambridge University Press.
7. Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3), 349–367.
8. Culpeper, J. (2008). Reflections on impoliteness, relational work and power. *Language Power and Social Process*, 21, 17.
9. Culpeper, J., & Kytö, M. (2015). The development of impoliteness in English, 1500–2000: An exploration. In *The Cambridge Handbook of Politeness*. Cambridge University Press.
10. Daraškienė, I., & Hilbig, I. (2019). Pokalbio strategijos vaikų kalboje. *Taikomoji kalbotyra.*, 1-38.
11. Decock, S., & Depraetere, I. (2018). (In)directness and complaints: A reassessment. *Journal of Pragmatics*, 132, 33–46.
12. Decock, S., & Spiessens, A. (2017). Customer complaints and disagreements in a multilingual business environment: A discursive-pragmatic analysis. *Intercultural Pragmatics*, 14(1), 77–115.
13. Devitt, A. (2004). *Writing genres*. Southern Illinois University Press.
14. Drew, P. (1998). Complaints about transgressions and misconduct. *Research on Language & Social Interaction*, 31(3–4), 295–325.
15. Edwards, D. (2005). Moaning, whinging and laughing: The subjective side of complaints. *Discourse Studies*, 7(1), 5–29.
16. Feng, W., & Ren, W. (2020). Impoliteness in negative online consumer reviews: A cross-language and cross-sector comparison. *Intercultural Pragmatics*, 17(1), 1–25.

17. Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337–346.
18. Ghani, N. A. A. A. (2018). Online animosity: Impoliteness strategies and triggers of hostility in a social networking site in Brunei. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*, 18, 71–84.
19. Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Pantheon Books.
20. Goffman, W., & Newill, V. A. (1967). Communication and epidemic processes. *Proceedings of the Royal Society of London. Series A. Mathematical and Physical Sciences*, 298(1454), 316–334.
21. Green, J. B. (2005). *Acts of translation: Young people, American teen dramas, and Australian television 1992–2004* (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
22. Grigaliūnaitė, G. (2017). *Skundo žanras kaip šnekos makroaktas* (PhD Thesis). Vilniaus universitetas.
23. Gudavičienė, E. (2006). Direktyvai kaip ilokucinių aktų rūšis. *Lituanistica*(3).
24. Guffey, M. E. (2003). *Business communication: Process and product*. South-Western.
25. Gumperz, J. J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press.
26. Halim, S. A. (2015). Impoliteness strategies used in a politician's Facebook. (Master's thesis). University of Malaya.
27. Hartford, B., & Mahboob, A. (2004). Models of discourse in the letter of complaint. *World Englishes*, 23(4), 585–600.
28. Heinemann, M. (2007). *Genre and second language writing*. University of Michigan Press.
29. Hilbig, I. (2009). *Lietuvių ir anglų lingvistinis mandagumas: Prašymai* (Doctoral dissertation, Vilniaus universitetas).
30. Holmes, J. (1992). *An introduction to sociolinguistics*. Longman.
31. Holmes, J., Marra, M., & Schnurr, S. (2008). Impoliteness and ethnicity: Māori and Pākehā discourse in New Zealand workplaces.
32. House, J. (1981). Politeness markers in English and German. In *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech*. Mouton.
33. Hudson, R. (1994). Review of Holmes, J. *An introduction to sociolinguistics*. *Language in Society*, 23(3), 443–445.
34. Hymes, D. (1972). Towards ethnographies of communication. In *Sociolinguistics*.
35. Jenkins, R. (2007). *Rethinking ethnicity: Arguments and explorations*. SAGE Publications.

36. Kevoe-Feldman, H. (2018). The interactional work of suppressing complaints in customer service encounters. *Journal of Pragmatics*, 123, 102–112.
37. Lakoff, R. (1975). *Language and woman's place*. Harper & Row.
38. Locher, M. A. (2004). *Power and politeness in action: Negotiating and changing social relations*. Mouton de Gruyter.
39. Locher, M. A. (2005). Politeness in online communication. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 515–540). Oxford: Blackwell.
40. López, A., & Rodríguez, G. (2019). *Pragmatics in complaint communication*. Cambridge University Press.
41. Marcinkevičienė, R. (2008). Žanro ribos ir paribiai. In *Spaudos patirtys*. Versus Aureus.
42. Marra, M., & Holmes, J. (2004). Gender and politeness in New Zealand workplaces.
43. Meinl, M. E. (2010). *Electronic complaints: An empirical study on British English and German complaints on eBay*. Friedrich-Wilhelm University Bonn.
44. Meinl, M. E. (2013). *Electronic complaints: An empirical study on British English and German complaints on eBay* (Vol. 18). Frank & Timme GmbH.
45. Miller, C. R. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 70(2), 151–167.
46. Miller, C. R., & Devitt, A. J. (2019). Introduction to rhetorical genre studies. In *Landmark essays on rhetorical genre studies* (pp. 1–6). Routledge.
47. Neu, B. M. J., & Murphy, B. (1996). My grade's too low: The speech act set of complaining. In *Speech acts across cultures: Challenges to communication in a second language* (pp. 191–216). Mouton de Gruyter.
48. Olshtain, E., & Weinbach, L. (1987). Complaints: A study of speech act behavior among native and non-native speakers of Hebrew. In J. Verschueren & M. B. Papi (Eds.), *The pragmatic perspective* (pp. 195–211). John Benjamins.
49. Paškevičiūtė, S. (2024). Tinklaidės: naujas medijų žanras ir būdingiausi jo bruoža. *Darbai ir dienos*, 81, 153–175.
50. Petrauskaitė, R. (2007). *Spaudos tekstų žanrai*.
51. Petrauskaitė, R., & Ruzaitė, J. (2019). Žanrai. In A. Krupavičius & R. Petrauskaitė (Eds.), *Duomenų bazė „Lituanistika“: objektas ir žanrai*. Lietuvos mokslo taryba.
52. Rykliienė, A. (2000). Bendravimas internetu: kalbėjimas rašant. *Darbai ir dienos*, 24, 99–107.
53. Schegloff, E. A. (2005). On complainability. *Social Problems*, 52(4), 449–476.

54. Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
55. Silverstein, M. (2001). The speaker and the word: Writing, speaking, and the question of authority.
56. Stevenson, A., & Waite, M. (Eds.). (2011). *Concise Oxford English Dictionary: Book & CD-ROM Set*. OUP Oxford.
57. Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge University Press.
58. Tannen, D. (2005). *Talking voices: Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse*. Cambridge University Press.
59. Traverso, V. (2009). The dilemmas of third-party complaints in conversation between friends. *Journal of Pragmatics*, 41(12), 2385–2399.
60. Trosborg, A. (1995). *Interlanguage pragmatics: Requests, complaints and apologies*. Mouton de Gruyter.
61. Umar, S. (2006). Alleviating adverse effects of water stress on yield of sorghum, mustard and groundnut by potassium application. *Pak. J. Bot.*, 38(5), 1373–1380.
62. Usonienė, A., Grigaliūnienė, J., Ryvitytė, B., Būtėnas, L., & Jasionytė, E. (2011). Lietuvių mokslo kalbos tekstynas. *Baltistica*, 43(1), 101–114.
63. Verschueren, J. (1999). *Understanding pragmatics*. SAGE Publications.
64. Watts, R. J. (2003). *Politeness*. Cambridge University Press.
65. Wijayanto, A., Hikmat, M. H., & Prasetyarini, A. (2018). Impoliteness in English as a foreign language complaints: Exploring its intentions and motivating factors. *Online Submission*, 12(1), 97–104.
66. Žalkauskaitė, G. (2012). Idiolekto požymiai elektroniniuose laiškuose.
67. Žanro žinynas. (2024). *Lietuvių kalbos žodynas*.
68. Žiūrė, S. (2017). *Šiuolaikiniai skundų žanrai*. Vilniaus universitetas.
69. LKŽ – Lietuvių kalbos žodynas. (2005). Internetinė versija.
70. Zimmerman, D. H. (1998). Discourse and professional communication.

Santrauka

Skundas – šnekos aktas, kuriuo vienas ar keli asmenys skundžiasi dėl ko nors, kas, jų manymu, yra neteisinga, netinkama ar sukėlė neigiamų padarinių. Skundu siekiama, kad būtų imtasi veiksmų problemai išspręsti ar tiesiog išlieti emocijas. Šiame darbe keliamas tikslas išanalizuoti elektroninius skundus ir nustatyti, kokios strategijos yra būdingos šiam žanrui, taip pat, kokiomis priemonėmis yra išreiškiamas (ne)mandagumas, nustatyti, kokie strateginiai modeliai yra būdingi kiekvienai kategorijai, pagal skundų ilgį. Tikslui įgyvendinti buvo pasirinktas kokybinis diskurso analizės metodas, pasitelkiant (ne)mandagumo aspektus bei skundų strategijas. Tyrimo medžiagą sudaro 140 skundų, gautų iš privačios maitinimo įstaigos, skundai rinkti atsitiktiniu būdu, vėliau suskirstyti į keturias grupes pagal jų ilgumą. Pirmiausiai aptariama kiekviena strategija atskirai, pateikiant ir pakomentuojant pavyzdžius. Antroje tyrimo dalyje surasti dažniausiai pasikartojantys strategijų modeliai ir, kaip jie kinta ilgėjant skundams. Trečioje dalyje aptariamas (ne)mandagumas, kokiomis priemonėmis yra išreiškiamas tiesioginis ir netiesioginis nemandagumas bei, kokie mandagumo momentai pasitaiko skunduose.

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad ilgesni skundai pasižymi detalesne struktūra ir platesniu strategijų spektru, tuo tarpu trumpiausi skundai yra tiesmuki, su aiškiai dominuojančia kaltinimo ir nepasitenkinimo raiškos strategijomis. Nustatyta, kad kaltinimas yra pagrindinė ir dažniausiai naudojama skundo strategija. Lygiagrečiai nustatyta, kad mažiausiai buvo panaudotos šios strategijos: įžeidimo, įrodymų pateikimo ir švelninimo. Tyrimas taip pat parodė, kad didėjant skundų ilgiui, didėjo ir juose taikomų strategijų įvairovė. Tiesioginis nemandagumas pasireiškia stipriomis emocijomis, intensyviu pasikartojančių skyrybos ženklų vartojimu, žodžių rašymu didžiosiomis raidėmis, taip pat sarkazmo ir ironijos elementais. Netiesioginis nemandagumas reiškiamas retoriniais klausimais, užslėptais kaltinimais, pastabomis ir pasiūlymais, kurie netiesiogiai menkino įmonę ar konkrečius darbuotojus. Mandagumas buvo vartojamas retai ir dažniausiai išreiškiamas pasisveikinimais, jausmaženkliais ir padėkojimais. Šis tyrimas gali būti naudingas tolimesniems skundų tyrimams, kurie galėtų tirti įvairių sričių skundus.

A Genre Analysis of Complaints

Summary

A complaint is an act of speech in which one or more persons complain about something that they believe to be wrong, inappropriate, or causing negative consequences. The purpose of a complaint is to prompt action to resolve the problem or just to express emotions. The aim of this paper is to analyze electronic complaints and identify the strategies characteristic of this genre, as well as the means by which (im)politeness is expressed, and to determine the strategic models of each category according to the length of the complaints. To achieve this goal, a qualitative discourse analysis method was chosen, using aspects of (im)politeness and complaint strategies. The research material consists of 140 complaints received from a private catering company. The complaints were collected at random and then divided into four groups according to their length. First, each strategy is discussed separately, with examples provided and commented on. The second part of the study identifies the most common patterns of strategies and how they change as complaints become longer. The third part discusses (im)politeness, the means by which direct and indirect impoliteness are expressed, and examples of politeness in complaints.

The results of the study revealed that longer complaints are characterized by a more detailed structure and a wider range of strategies, while the shortest complaints are straightforward, with clearly dominant strategies of accusation and expression of dissatisfaction. It was found that accusation is the main and the most frequently used complaint strategy. At the same time, it was found that the following strategies were used the least: insult, presentation of evidence, and mitigation. It was also found that complaint strategies increase as complaints become longer. Direct impoliteness manifests itself in strong emotions, intensive use of punctuation marks, writing words in capital letters, as well as elements of sarcasm and irony. Indirect impoliteness is expressed through rhetorical questions, hidden accusations, suggestions, or comments that indirectly disparage the company or specific employees. Politeness was found to be minimal and it was most often expressed through greetings, emoticons, and expressions of gratitude. This study may be useful for further complaint research that could examine complaints in various fields.