

PUBLICISTINIO STILIAUS SAKINIO ILGIS IR STRUKTŪRA

Audronė BITINIENĖ

Publicistinio stiliaus, kaip ir kitų bendrinės kalbos atmainų, skyrimo kriterijai yra vartojimo sfera ir kalbos funkcijos (Pikčilingis, 1971, 307; Župerka, 1983, 108). Be to, nurodoma, kad publicistinio stiliaus turinys nėra vienalytis, nes apima tekstus visuomenei aktualiais klausimais: Publicistinio stiliaus tekstų įvairovę integruoja stereotipinis adresanto ir adresato bendravimo pobūdis. Perduodama aktualią informaciją ar ją remdamasi, publicistika visada vertina, formuoja visuomenės nuomonę. Taigi publicistiniame stiliuje sąveikauja dvi kalbos akto funkcijos – komunikatyvinė (informacinė, pranešimo) ir ekspresyvinė (poveikio). Išskyrę kelis poveikio funkcijos aspektus (Župerka, 1988, 222), galėtume patikslinti, kad publicistiniame stiliuje realizuojamos pranešimo ir agitacijos kalbos funkcijos, kurios daro poveikį visų lygmenų kalbos priemonių atrankai.

Svarbiausia publicistinio stiliaus vartojimo forma yra periodinė spauda, ypač laikraščiai, kuriuose spausdinami tekstai reprezentuoja publicistinio stiliaus modelį (pagrindines kalbos funkcijas, stilistines ypatybes, lingvistinius požymius). Todėl šiame straipsnyje ribojamasi laikraščių tekstų analize, turinčia senesnes tradicijas ir kitų kalbų sakinio ilgio tyrėjų darbuose (Rotar¹, 1973; Rjabkova, 1973; Veselovskaja, 1987; Jakovlev, 1979).

Straipsnio tikslas – remiantis statistiniais metodais, išnagrinėti publicistinio stiliaus sakinio ilgį, jo struktūrą, apžvelgti, kokią įtaką sakinio ilgio pokyčiams turi vidinė publicistinio stiliaus diferenciacija – postiliai, terminės tekstų grupės.

Postilių skyrimo kriterijus – pagrindinių kalbos funkcijų (informacinės ir ekspresyvinės) dermė. Pirmiausia išskiriame informacinio postilio¹ tekstus, kuriuose vyrauja informacinė kalbos funkcija, o ekspresyvinė kalbos funkcija realizuojama ne tokiomis akivaizdžiomis kalbos priemonėmis. Šio postilio tekstų esmė – tikslus pranešimas, kuris gali sudominti adresatą, o ne subjektyvų įvykių komentavimas ar analizė. Informacinio analitinio postilio tekstuose informacija nagrinėjama ir apibendrinama, įtaigiai formuojamas požiūris į tam tikrą visuomenei aktualią problemą. Svarbiausias tikslas – įtikinti skaitytoją, pasiskatinti jį aktyviai veikti. Adresantas susieja objektyvų požiūrį su subjektyviu, racionalųjį

¹ Publicistiniam stiliui nepriskiriame administracinio stiliaus (vyrauja informacinė funkcija) ir grožinio stiliaus (vyrauja ekspresyvinė funkcija) tekstų, kurie labai dažnai spausdinami laikraščių puslapiuose.

pradą su emociniu ir veikia ne tik intelektą, bet ir jausmus. Šio postilio tekstai – publicistinio stiliaus branduolys. Ekspresyvosios informacijos (meninės publicistikos) postilyje į pirmą vietą iškyla poveikio funkcija (sąveikauja tiek estetinis, tiek agitacinis poveikis). Tokių tekstų esmė – konkretus faktas, susijęs su visuomenei aktualiomis problemomis. Adresato nuomone formuojama apibendrintais (ne individualiais!) meniniais vaizdais. Konstruktivusis tokių tekstų principas – subjektyvus faktų, įvykių ar tikrovės reiškinių vertinimas, padedantis įteigti tam tikrą požiūrį, skatinantis adresatą konkrečiai veiklai. Ekspresyvosios informacijos postilyje informaciniai, analitiniai ir emociniai elementai keičia vienas kitą, vienas kitą papildo ir suartina jį su grožiniu stiliumi.

Publicistinio stiliaus tekstus turinio požiūriu skirstome į kelias grupes: 1) vidaus ir užsienio politika; 2) pramonė, mokslas ir technika; 3) švietimas, pedagogika ir etikos problemos; 4) menas (literatūra, dailės, muzikos, teatro ir pan. klausimai) ir 5) sportas, būtines tematikas straipsniai (plg. Žilinskene, 1979; Jakubajtis, 1981).

Atsižvelgę į tris publicistinio stiliaus postilius ir keturias pirmąsias temines laikraščių publikacijų grupes, sudarėme stratifikuotą 12000 sakinių imtį statistiniam tyrimui.

Publicistinio stiliaus vidutinis sakinio ilgis – 13,3 žodžių² (didesnis negu grožinio stiliaus), standartinis nuokrypis tik 7,9 žodžių. Pvz.:

(13) *Vainkote įsteigė studiją, mokė studentus, jais rūpinosi, bičiuliauosi su Amerikos dailininkais, aktyviai tapė. Diena 95 05 19. (13) Dresiruoti šunys ieškojo bombų, kurias galėjo padėti paliaubas ignoruojantys IRA arba protestantų teroristai. Liet. ryt. 95 03 11.*

Palyginti nedidelį vidutinį sakinio ilgį bus lėmęs konstruktivusis šio stiliaus principas – „komunikatyvinės ir ekspresyvinės funkcijos darna“ (Župerka, 1983, 108), nurodomas ir kitų kalbų tyrėjų darbuose. Šio stiliaus tekstuose informacija dažnai perteikiama ne objektyviai kaip esti moksliniame stiliuje, o subjektyviai, ryškinant paties autoriaus poziciją. Pats autorius – kūrinio veikėjas, todėl dažnai bando kurti intymaus pokalbio su skaitytoju efektą. Pvz.:

(4) *Permainų laikas visiems nelengvas. (4) Mokyklai ir mokytojams – ypač (3) Džiaugiamės nepriklausomybės viltimis. (3) Abejojame ir skaudinamės. (9) Bet turime svarbiausia – galimybę dirbti, dirbti laisvai ir atsakingai. Tėvyn. šv. 91 09 30.*

Todėl publicistinio stiliaus tekstams būdingas polinkis į suskaidytą (aktualizuotą) prozą (plg. Arutjunova, 1973, 183), nes kiekvienas informacijos elementas yra atskiro sakinio pamatas. Tokie sakiniai nėra informatyvūs, bet lygiaverčiai, o jų visuma padeda sukurti didaktišką pasakojimą, ypač paveikų, įtaigų.

Įvairaus ilgio sakinių pasiskirstymas asimetriskas: mediana (11 žodžių) dviem žodžiais trumpesnė už vidutinį sakinio ilgį, moda lygi 10 žodžių, jai artimi 11 žodžių ilgio sakiniai. Tokie dažniausio ilgio sakiniai sudaro 6,0–6,7%. Pvz.:

(11) *Liaudies meistrų skulptūrų beveik nebeliko: vienos sudegintos, kitos sulaužytos, trečios – išniekintos. (11) Lyg koks neapykantos grožiu siaubūnas per porą metų būtų surijęs*

² Šis pats bendriausias sakinio ilgio parametras nesiskiria nuo rusų ir slovakų kalbų publicistinių tekstų: rusų kalbos tekstų \bar{x} = 13,1 žodžių (Veselovskaja, 1987, 9), slovakų kalbos \bar{x} = 12,0 žodžių (Mistrík, 1965, 304), bet skiria vokiečių kalbos publicistikos tekstus \bar{x} = 19,7 žodžių (Jakovlev, 1979, 247).

viską. Liet. aid. 95 03 16. (10) *Iš milijardo žvaigždžių sudarytas Paukščių Takas atrodo kaip cukraus kruopelytė.* Liet. aid. 95 03 11. (10) *Per šias parodas lankytojai gali susipažinti su fonduose esančiais eksponatais.* Diena 95 05 19.

Sakinių ilgio svyravimo amplitudė kiek mažesnė negu kitų funkcinių stilių, nes laikraščio tekstų autoriai orientuojasi ne tik į masinę auditoriją, bet ir į tas neįprastas sąlygas, kuriomis vyksta komunikacija (retas skaitytojas turi laiko įsigilinti į kiekvieną sakinį). Trumpiausias sakinytis – 1 žodis (sudaro 0,5%), ilgiausias – 68 žodžių (0,02%). Lengviau suvokti trumpesnius (bent jau 54 žodžių) sakinius, todėl publicistiniuose tekstuose jų esama kiek daugiau. Pvz.:

Užtat abiem gimė po sūnų. (1) Užtenka... Resp. 95 04 22. Jokių žinių apie jų likimą iki pirmadienio nėra. (1) Paleisti? (1) Suimti? (1) Nušauti? Resp. 91 10 08.

(54) *Tarp vasario 16 ir kovo 11 kalendoriuje mažas laiko plyšelis – tos dvi reikšmingiausios Lietuvai dvidešimtojo amžiaus datos, tie epochų lūžiai beveik sutampa, gula vienas prie kito ir tarsi skatina išvelgti įstabius istorijos pasikartojimus, suvokti mūsų dienų prasmę, kuri dažnai mums lyg silpnaregiams liejasi, skęsta pilkos kasdienybės miglose, nuovargy ar žmonių nusivylimų ašarose... Liet. aid. 95 03 11.*

Suskirstius sakinius į ilgio grupes (Bitinene, 1987, 17), paaiškėja, kad persvarą turi trumpi ir labai trumpi (45,5% ir 30,6%) sakiniai, visai nedaug esama vidutinio ilgio sakinių (20,0%). Ilgų ir labai ilgų sakinių struktūra nėra sudėtinga, nes adresatas turi tuoj pat dekoduoti jį dominančią informaciją.

Dažniausiai vartojamų sakinių grupė peržengia įprastinių grupių ribas ir apima 6–8 žodžių (labai trumpi sakiniai) ir 9–12 žodžių (trumpi sakiniai) ilgio sakinius. Šio intervalo sakiniai pasiskirstę ypač tolygiai (sudaro net 36,4%). Pvz.:

(6) *Nebuvo jų giminėje gabių verslui žmonių. (8) O ir ji pati visą laiką knygyne dirba. (9) Grįžo Darius su skolomis, o jas atiduoti sukasi abu.* Diena 95 05 20.

(12) *Naujasis energetikos ministras Arvydas Leščinskas penktadienį lankėsi Mažeikių naftos perdirbimo gamykloje „Nafta“.* Diena 95 05 20.

Prie anksčiau minėto ilgio sakinių šliejasi ir kiek rečiau vartojami 13–15 žodžių sakiniai (visi kartu sudaro daugiau kaip pusę imties). Pvz.:

(13) *Nepaisant visko yra susikūrusios kelios restauravimo organizacijos, kurios ima tvarkyti vieną kitą objektą.* Diena 95 05 12. (15) *Rajono apylinkės teisme nuolatos nagrinėjamos bylos dėl asmeninio ar valstybinio, žemės ūkio bendrovių turto vagysčių.* Diena 95 05 16.

Toks tolygus dažnumų pasiskirstymas, rodantis polinkį į stereotipinę raišką – lingvistinis publicistinio stiliaus požymis. Mokslinio ir grožinio stiliaus tekstuose šio ilgio sakiniai pasiskirstę diskretiškai.

Didesnę publicistinio stiliaus sakinių dalį galima suskirstyti į du klodus: pirmieji perteikia faktinę informaciją apie visuomenės gyvenimo įvykius, reiškinius ar procesus, aktualius adresatui. Tokia informacija visada verbalinė ir eksplisitinė (plg. Galperin, 1981, 28), todėl kuriant tekstą eliminuojami sintaksiniai konektoriai – jį tarsi sieja bendra tema. Faktinė informacija perteikiama labai trumpais ar trumpais sakiniiais, ją lengvai dekoduoja adresatas. Pvz.:

(8) *Kauno AB „Žemkasyš“ Žasliuose stato vandens valymo įrenginius.* (11) *Jų projektą parengė valstybinė akcinė įmonė „Hidroprojektas“ kartu su Danijos specialistais.* (14) *Vanduo bus natūraliai valomas tvenkinyje, kuriame augs nendrės, o vėliau pateks į melioracijos griovį.* Diena 95 05 15.

O koceptinė informacija perteikia adresanto subjektyvų požiūrį į reiškinį ir faktų priežastinius ryšius (jie dažnai pabrėžiami), jų reikšmę socialiniam, ekonominiam, politiniam ir pan. tautos (ar individo) gyvenimui (Min. veik., 28). Tokia informacijai dekoduoti (dažnai samprotavimo formos) reikia papildomo proto pastangų, nes ją adekvačiai gali suvokti ne kiekvienas skaitytojas – galima ne viena interpretacija. Taip organizuoto teksto turinys abstraktesnis, tad ir sakinių ilgio varijavimo amplitudė kiek didesnė – nuo trumpų iki labai ilgų sakinių.

Sakinių ilgis gali priklausyti nuo vidinės publicistinio stiliaus diferenciacijos – teksto tematikos ir postilių (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Sakinių ilgio priklausomybė nuo teksto tematikos

Teksto tematika	Sakinių ilgio parametrai			Sakinių ilgio grupės (žodžiais)				
	\bar{x}	s	v	labai trumpi 1–8	trumpi 9–17	vidutinio ilgio 18–30	ilgi 31–46	labai ilgi 47 ir daugiau
Politika	13,6	8,1	59,5	29,4	44,4	22,3	3,5	0,4
Mokslas	13,1	7,5	57,2	29,1	47,1	20,6	3,2	–
Švietimas	12,7	7,7	60,6	34,1	45,7	16,4	3,5	0,3
Menas	13,9	8,2	50,9	26,5	49,8	18,7	4,7	0,3

Matyti, kad vidutinis sakinio ilgis beveik nepriklauso nuo tekstų tematikos. Standartinis nuokrypis nežymiai diferencijuoja meno tematikos tekstus, tačiau skirtumas statistiškai nereikšmingas. Informatyvesnis sakinių ilgio grupių pasiskirstymas: išsiskiria švietimo, pedagogikos ir šeimos tematikos tekstai, kuriuose persvarą turi labai trumpi sakiniai. Mažiau negu kituose tekstuose esama vidutinio ilgio sakinių, o ilgų ir labai ilgų sakinių dažnumu šie tekstai beveik nesiskiria. Suprantama, šios tematikos informacija aktuali ypač gausiam skaitytojų sluoksniui, todėl atrenkami paprastesnės struktūros, mažesnės apimties sakiniai. Patikrinę duomenų statistinį reikšmingumą χ^2 kriterijumi, gavome, kad skirtumas tarp šių ir politikos tematikos tekstų lygus 10,3, todėl $p > 0,10$, tarp mokslo tematikos tekstų skirtumas yra 6,82, o $p > 0,60$, tarp meno tekstų – 6,65, todėl $p > 0,20$.

Kitos tematikos tekstuose viršų ima trumpi sakiniai (jų mažiausia meno problemoms skirtuose straipsniuose). Mokslo tematikos straipsniai skiriasi kiek mažesniu ilgų sakinių dažnumu, visai neužfiksuota labai ilgų sakinių, kuriuos adresatui ypač sunku dekoduoti, kai perteikiama abstrakti mokslinė informacija. Palyginti tolygų sakinių ilgio grupių pasiskirstymą patvirtina χ^2 kriterijus: skirtumas tarp politikos ir mokslo tematikos straipsnių lygus 2,68, todėl $p > 0,80$, tarp politikos ir meno tematikos tekstų – 10,13, o $p > 0,10$ ir tarp mokslo tematikos ir meno tematikos tekstų – 3,58, todėl $p > 0,60$.

Sakinių ilgio grupių pasiskirstymas informacinio, analitinės informacijos ir ekspresyvosios informacijos postilio tekstuose išlaiko bendrąsias publicistinio stiliaus tendencijas: viršų ima trumpi sakiniai (jie yra postilių sąlyčio zona). Kitų grupių dažnumas priklauso nuo postilio: informacinio postilio tekstai skiriasi vienuodu labai trumpų ir vidutinio ilgio sakinių dažnumu (26,9 ir 25,2%), analitinės ir ekspresyvosios informacijos tekstuose persvarą turi labai trumpi sakiniai (37,0 ir 39,3%). χ^2 kriterijus rodo, kad informacinis postilis statistiškai reikšmingai skiriasi nuo analitinės informacijos postilio (27,2, todėl $p < 0,001$) ir nuo ekspresyvosios informacijos tekstų (34,6, todėl $p < 0,001$). Informacinio postilio tekstuose siekiama perteikti tikslų, objektyvų ir išsamų pranešimą apie visuomenės gyvenimo faktus ir įvykius, kurie reglamentuoja adresato poziciją. Todėl labai ilgi sakiniai sudaro net 0,8%, o analitinės informacijos tekstuose šios grupės sakinių visai neužfiksuota. Skirtumas tarp analitinės ir ekspresyvosios informacijos postilių statistiškai nereikšmingas ($\chi^2 = 1,21, p > 0,50$). Pirmajame postilyje pagrindinė šios grupės sakinių funkcija – perteikti kondensuota forma informaciją, o antrajame postilyje šie sakiniai dažnai esti sakinių skaidos rezultatas, todėl abiejų postilių skirtumas yra kokybinis.

Publicistiniame stilyje persvarą turi vientisiniai sakiniai – 54,2%³ Vientisiniais sakiniiais, dažnusyk sudėtinių sakinių konkurentais, siekiama kondensuotai perteikti informaciją apie visuomenės gyvenimo faktus, įvykius ar reiškinius (taip realizuojamas kalbos ekonomijos principas, ypač aktualus ribotos apimties publicistikos žanrams). Be abejo, svarbus ir jau minėtas polinkis skaidyti sakinius, greičiausiai atsiradęs dėl nekalbinių faktorių poveikio: padidėjęs visuomenės gyvenimo aktyvumas, polinkis į demokratiją keičia komunikantų – adresanto ir adresato – santykius kalbinių įgūdžių artėjimo linkme. Publikacijas aktualiais gyvenimo klausimais rašo ne tik specialų pasirengimą turintys autoriai, bet ir įvairaus išsilavinimo asmenys, dažnai stokojantys publicistinio stiliaus įgūdžių. Adresato samprata dar platesnė – tai masinis skaitytojas, prie kurio poreikių turi taikytis adresantas.

Kita vertus, vientisinių sakinių persvara ir nedidelė jų apimtis (žr. 2 lentelę) galėjo atsirasti ir dėl sąveikos su kitais funkciniais stiliais. Į tai yra atkreipęs akis K. Župerka. Jo nuomone, buitinis stilius „veikia kitus stilius: labiausiai meninį, taip pat publicistinį, turi poveikio ir moksliniam stiliui, jo išraiškos priemonės skverbiasi į masinę komunikaciją, net į administracinio stiliaus sferą“ (Župerka, 1983, 116).

Į publicistinio stiliaus tekstus, ypač ekspresyvosios informacijos, skverbiasi paprastos struktūros sakiniai, būdingi sakytinei kalbai, ypač dialogui. Arčiausiai dialogo yra teksto organizavimas lakoniškų klausimų ir visai trumpų (1–4 žodžiai) atsakymų forma. Šis dėstymo būdas „padaeda pabrėžti, išskirti mintį, įtraukti skaitytoją į straipsnyje nagrinėjamų problemų svarstymą. Klausimai ir atsakymai minčių perteikimą daro paprastesnį ir gyvesnį“ (Švec, 1979, 38).

³ Šis parametras rodo kelių kalbų publicistikos tekstų standartiškumą, stereotipiškumą: rusų kalbos publicistikoje vientisinių sakinių esama 55,8% (Veselovskaja, 1987, 10), vokiečių kalbos – 55,0 (Jakovlev, 1979, 252). Vientisinių sakinių dažnumą, matyt, veikia laiko faktorius: L. Ivinskio kalendoriuose vientisiniai sakiniai sudaro tik 39,6%.

Tokių sakytinės kalbos fragmentų struktūra stereotipiška: pirmąją dalį gali sudaryti palyginti trumpas klausiamasis sakiny, o antrąją – dar trumpesnis teigiamas ar neigiamas atsakymas, kuris tiesiogiai veikia adresatą: jam nereikia ieškoti atsakymo, savarankiškai vertinti iškeltą problemą. Kategoriškas atsakymas adresato nuomonę nukreipia tinkama linkme – realizuojama agitacinė kalbos funkcija. Pvz.:

(6) *Ar galėjo komunizmo kūrimas būti kitoks? (2) Taip, galėjo.* Lit. men. 89 11 18.
(10) *Nejaugi visi jie, tą dieną išėję į mūsų gatves, okupantai? (3) Ne, ne visi.* Gimt. kr. 91 05 16–22. (4) *Prieš ką jie veikė? (3) Prieš organizuotą nusikalstamumą? (2) Nieko panašaus.* Resp. 91 09 10. (6) *Koks procentas žmonių gyvena daugiabutėse dėžutėse? (2) Absoliuti dauguma.* Liet. aid. 95 02 03.

Analitinės informacijos tekstuose kalbarnieji fragmentai kiek pakinta – priartėja prie rašto kalbos, nes atsakymas gali būti išsamesnis ir net įvairiai interpretuojamas: pati klausimų pateikimo tvarka palieka erdvės adresato minties plėtrai. Šio tipo fragmentų struktūra dažnai asimetriška: trumpesnis esti klausiamasis vientisinis sakiny, o sudėtingesnės struktūros ir ilgesnis – atsakymas. (Dažnai ir sudėtinis sakiny.) Pvz.:

(7) *Koks turėtų būti bankų veiklos teisinis pamatas? (7) Pirmiausia visi bankai turi vadovautis vienodais įstatymais.* Resp. 91 11 07. (4) *O kas bus apgautas? (7) Ogi tas, kuris sąžiningas, tas, kuris sumokėjo.* Liet. aid. 95 02 03.

Dažnas klausiamasis sakiny tarsi pertraukia monotonišką samprotavimo ar įrodinėjimo grandį (vyrąja ilgi sakiniai) ir kartu eina ekspresyvia teksto organizavimo priemonė, kuri nukreipia skaitytoją bendrai veiklai. Pvz.:

(3) *Tai ką daryti? (7) Ar yra išeitis įstrigusiems tokioje gyvenimo situacijoje? (7) Yra trys principai, kurių gerai būtų laikytis.* Lit. men. 91 03 30.

Ekspresyvios informacijos tekstuose vartinė lakoniškų klausimų (tarp jų diduma retoriinių) konkretina, papildo vienas kitą – kuriamas lakoniškas, dinamiškas tekstas. Pvz.:

(8) *Kieno ranka jį paskutinį kartą čiupinėjo, glostė, glamonėjo? (2) Tavo paties? (1) Motinos? (1) Tėvo? (1) Brolio? (1) Sesers?* Lit. men. 91 09 31. *Apkapotas, apiplėštas kraštas, kurį ims gelbėt kas? (1) Sentimentalieji? (1) Stiprieji?* Šiaur. Atėn. 91 04 07. (4) *Kokia bus ta laisvė? (3) Kiek jos bus? (4) Kaip mes jai pasiruošė?* Liet. ryt. 91 09 11? (5) *Kam kliūva mūsų istorijos datos? (1) Rusijai? (1) Lenkijai? (3) Ar mums, lietuviams?* Dienov. 95 02 24.

Šių dienų publicistikoje dažnas parceliacijos reiškinys, t.y. vientisinių ir sudėtinųjų sakinių skaidymas į vartinę lakoniškų struktūrų, einančių po skiriamosios pauzės (plg. Skovorodnikov, 1981, 141). Tokia sakinių skaida ypač paveiki, nes susikryžiuoja intelektinė ir ekspresyvinė aktualizacija. Pvz.:

Vilnių vėl užplūdo... tie patys. (1) Tankai. (1) Automatininkai. Gimt. kr. 91 06 03. *Gal kada kokią brošiūrą parašys? (5) Arba televizijos kamera juostą susuks.* Resp. 91 09 19. *Mes visi ties riba – tarp dviejų epochų, tarp dviejų gyvenimų. (4) Tarp Rytų ir Vakarų. (7) Iš vakar dienos savęs į rytdienos save.* Gimt. kr. 90 10 29. *Visi lenda į savo būstus, o prie durų išridena didelius akmenis. (3) Kad dvasios neišstytų.* Liet. aid. 95 03 04. *Miška perregimi. (6) Kol lapai dar nepakilo iš pumpurų. Ir žvaigždės nusileidžia prie žemės, kad pažvelgtų į miškus. (4) Kol jie dar vaiskūs. (4) Kol jie dar perregimi.* Liet. ryt. 95 03 11.

Tokią pat šnekamosios kalbos žymę turi ir parceliuotos priduriamosios konstrukcijos, kurių „antrašis komponentas, pasakytas po ilgesnės negu paprastai pauzės, praleidus kažkokią tarpinę grandį, sukelia netikėtumo įspūdį“ (Piročkinas, 1969, 63).

Žmonės bijo: ateis bolševikai ir vėl atims. (2) *Ir nubaus.* (2) *Ir išveš.* Šiaur. Atėn. 91 02 16. *Žalsvėja žilvičių viršūnės.* (4) *Ir alksniai nebe tie.* (4) *Nebe blankiai, žiemiskai pilki.* Liet. ryt. 95 03 11. *Ir nieko nepadarysi – nuėjo tavo žmogus.* (2) *Myluotas, lauktas.* Liet. aid. 95 03 16. *Karščių padariniai: šiandien jau du nukrito.* (4) *Jauni, net pusamžio nepašeikę.* (1) *Statybose.* Liet. aid. 95 03 11.

Labai trumpi nominatyviniai sakiniai – implicitinė sintaksinė struktūra, perteikianti kondensuotą informaciją. Tokių lakoniškų sakinių, kurie asocijuojasi su filmo kadrais, virtinė (dažnai pagreičiu su sakinių skaida) padeda kurti vaizdingą, dinamišką – įtaigų tekstą. Pvz.:

Ant kalnų – aukšti, lieknai, gražūs žmonės. (1) *Medžiotojai. Priekalnėse – žemi, pilvoti.* (1) *Prekėjai.* Liet. aid. 95 03 04. (1) *Vienetas.* (1) *Vienas.* (1) *Vienatvė.* (1) *Vienuolynas.* (1) *Vientisumas.* (1) *Vienintelis... Keisto, permainingo ir tragiško gyvenimo verpetuose įsklautos mūsų vienintelio gyvenimo vaitelės.* Dienov. 92 01 10. (1) *Sekmadienis.* (1) *Rekolekcijos. Visi traukia į bažnyčią. O iš bažnyčios – pasižmonėti. Į kontorą ar kultūros rūmus.* Šiaur. Atėn. 91 03 20.

Publicistinio stiliaus sakinio ilgis priklauso ir nuo atkuriamosios, ypač menamosios, kalbos ir monologo santykio tekste, kai „autorius gali veikėjo kalbą ar mintis įjungti į savo (autorinį) pasakojimą, svarstymus taip, kad net sunku vieną nuo kito atskirti“ (Sirtautas, Grenda, 1988, 177). Ekspresyvosios informacijos tekstuose menamoji kalba praranda tą vidinį klodą, kuris būdingas grožiniam stiliui (plg. Balkevičius, 1963, 417), o perima tik raiškios formą – lakonišką kaip šnekamoji kalba (vyrauja trumpi vientisiniai sakiniai), dinamišką. Pvz.:

Jam galbūt gražesnis ir protingesnis jo paties baseinas – išklotas marmuru – statomame namo. (3) *Dėl skonio nesiginčijama.* (2) *Kiekvieno savas.* (3) *Ir tegu sau.* Resp. 91 07 05.

Labai trumpi vientisiniai sakiniai, dažnai neišplėsti arba išplėsti tik faktinę informaciją perteikiančiomis sakinio dalimis, sudaro neutralų foną, kuriame išryškėja ekspresyvosios sintaksės elementų stilistinė vertė. Neutralūs tekstų fragmentai – dažna pasakojimo sudėtinė dalis. Pvz.:

(7) *Pagrindinėje Vilniaus gatvėje įsivyravo rimtis ir susikaupimas.* (6) *Sustoję žmonės pagerbė Lietuvos nežinomą karį.* (9) *Prie Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos rūmų procesija trumpai sustojo.* (8) *Sarkofagas su kareivio palaikais buvo pastatytas priešais rūmus.* (7) *Čia jau laukė Lietuvos Aukščiausiosios Tarybos deputatai.* Tiesa 90 11 23.

Trumpų sakinių dažnumas negu labai trumpų, o vidutinio ilgio sakinių polėčiai dar didesni (jie sudaro tik nežymią sakinių dalį). Abiejų grupių sakiniai publicistiniuose tekstuose realizuoja informacinę kalbos funkciją. Sakinių informatyvumas ypač padidėja, kai jie išplečiami vienarūšių sakinio dalių eilėmis ar dalyvinėmis žodžių grupėmis. Sakinių, kuriuose būna vartojami įspraudai, mažiau negu grožinio ar mokslinio stiliaus tekstuose. Kiek dažnesni yra palyginti didelės apimties įterpiniai, kurie tiksliai nurodo perteikiamos informacijos šaltinį, o kartais ir tekste aptariamo posakio autorių. Pvz.:

Pasak liudininkų ir Rusijos saugumo tarybos šaltinių, bomba buvo padėta ant tilto, o ne įtaisyta automobilyje. Diena 95 09 21.

Labai ilgų vientisinių sakinių (0,3%) esama informacinio stiliaus tekstuose, kurių svarbiausia funkcija – tiksliai, išsamiai ir objektyviai perteikti pranešimą, aktualų masiniams skaitytojui. Todėl šio stiliaus tekstuose faktinei informacijai perteikti vartojami sudėtingesnės struktūros vientisiniai sakiniai, dažnai išplėsti didelės apimties vienarūšių sakinio dalių eilėmis, sudėtiniais pažymintais ar dalyvinėmis aplinkybėmis. Pvz.:

(48) Lietuvos delegacijos vadovo, Seimo pirmininko pavaduotojo Egidijaus Bičkausko ir Baltijos Asamblėjos prezidento nario, Seimo kanclerio Nerio Germano laiške Latvijos delegacijos Baltijos asamblėjos nariams reiškiamas susirūpinimas dėl spaudos pranešimų apie galimą Latvijos Vyriausybės sprendimą pasirašyti sutartį su JAV bendrove AMOCO ir Švedijos firma OPAB dėl minėto naftos telkinio eksploatavimo. Liet. aid. 95 10 25.

Sudėtiniai sakiniai sudaro mažiau negu pusę imties, nes publicistiniame stiliuje, kaip minėta, tarp konkuruojančių sakinių tipų pirmenybė teikiama vientisiniams sakiniams kaip geriau atitinkantiems komunikacijos uždavinius visuomeninės veiklos sferoje. Sudėtinųjų sakinių dažnumo dinamika, ypač ekstralingvistinių faktorių poveikis, nesiskiria nuo vientisinių sakinių pokyčių. Išsamesnę informaciją apie publicistinio stiliaus specifiką gali teikti sudėtinųjų sakinių tipų pasiskirstymas ir jų ilgis (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Publicistinių tekstų sakinių dažnumas ir ilgis

Sakinio tipai	Sakinio ilgio parametrai			Sakinių ilgio grupės				
	\bar{x}	s	%	labai trumpi 1–8	trumpi 9–17	vidut. ilgio 18–30	ilgi 31–46	labai ilgi 47 ir daugiau
Vientisiniai	9,8	5,9	54,2	49,4	41,6	8,0	0,8	0,2
Sudėtiniai	17,4	7,5	45,8	8,6	48,2	35,1	7,2	0,9
Sujungiamieji	15,3	6,1	12,2	11,8	56,8	29,1	2,3	–
Prijungiamieji	16,9	7,5	52,3	7,5	54,6	32,1	5,2	0,6
Bejungtukiai	16,2	7,8	17,5	13,6	50,9	28,5	7,0	–
Mišrieji	22,3	8,7	17,9	1,5	31,9	50,9	14,5	1,2

Matyti, kad sudėtinųjų sakinių pasiskirstymas turi savitą struktūrą. Tarp sudėtinųjų sakinių vyrauja prijungiamieji, tačiau jų dažnumas skiriasi ir nuo mokslinio, ir nuo grožinio stiliaus. Mažiausia vartojama sujungiamųjų sakinių, o bejungtukiai ir mišrieji sakiniai pasiskirstę tolygiai. Bejungtukiai sakiniai kaip dinamiškesni, lakoniškesni (jų dėmenys dažnai eliptiniai) negu jungtukiniai publicistiniame stiliuje ypač ekspresyvi, todėl jų dažnumas nesiskiria nuo grožinio stiliaus.

Atskirų sudėtinųjų sakinių tipų vidutinis ilgis gana tolygus: trumpiausi sujungiamieji sakiniai, iš esmės nesiskiria bejungtukųjų ir prijungiamųjų sakinių ilgis, o ilgiausi, be abejo, mišrieji sakiniai. Pvz.:

(15) Gegužės vidury Nidoje nemažai kavinių dar nedirba, o jau veikiančių savininkai nekantriai laukia saulėtų dienų. Liet. ryt. 95 05 29. (17) Periferijoje toks atsiribojimas būtų ypač sunkus, nes ten liktų labai nedaug gabių žmonių, kurie negalėtų sėkmingai veikti. Resp. 90 04 21. (15) Plungės rajono savivaldybė įsteigė pagalbos Cečėnijai komitetą, jam

vadovauja rajono tarybos pirmininko pavaduotojas R. Macijauskas. Liet. aid. 95 02 08. (23) Lyg aprimsta garsai, ir tada, laukdamas, kas bus toliau, dar labiau jauti, kad kažkas eina, kažkas sėlina, tik dabar jau tyliai ir ramiai. Dienov. 95 02 24.

Iš 2 lentelės matyti, kad suskirstčius sudėtinius sakinius į ilgio grupes, labai trumpų sakinių grupėje daugiausia esama bejungtukių, o mažiausia – prijungiamųjų sakinių. Dėl to prijungiamieji sakiniai tolygiau pasiskirstę visose ilgio grupėse: dažniausiai jie esti trumpi, rečiau – labai trumpi, nedidelę dalį sudaro labai ilgi prijungiamieji sakiniai. To paties vidutinio ilgio bejungtukių sakinių pasiskirstymas kitoks, nes visai neužfiksuoja labai ilgų sakinių, o trumpi ir vidutinio ilgio sakiniai vartojami rečiau; didesnis ilgų sakinių lyginamasis svoris tarsi kompensuoja labai trumpų sakinių dažnumą. Sujungiamųjų sakinių ilgio grupių požymis – didesnis standartiškumas, nes ypač daug esama trumpų sakinių (daugiau negu pusė). Įvertinę sudėtinių sakinių ilgio grupių dažnumus χ^2 kriterijumi, gauname, kad sujungiamųjų ir prijungiamųjų sakinių ilgio grupių $\chi^2 = 9,1$, o $p > 0,10$, t.y. skirtumas statistškai nėra informatyvus, tarp sujungiamųjų ir bejungtukių $\chi^2 = 6,84$, todėl $p > 0,20$, o tarp prijungiamųjų ir bejungtukių $\chi^2 = 14,8$ ir $p < 0,05$. Taigi statistškai reikšmingai skiriasi vienodą vidutinį sakinio ilgį turinčių prijungiamųjų ir bejungtukių sakinių ilgio grupės. Kitaip tariant, dar kartą patvirtinamas teiginys, kad patys bendriausias sakinio ilgio parametrai (vidutinis sakinio ilgis, standartinis nuokrypis) gaunami susumavus labai skirtingų ilgio grupių sakinius.

Sudėtinių mišriųjų sakinių ilgis nuo grynujų tipų skiriasi viena faze: didumą sudaro vidutinio ilgio sakiniai, dažniau vartojami ilgi ir labai ilgi sakiniai. Skirtumas tarp mišriųjų ir grynujų tipų sudėtinių sakinių ilgio grupių visais atvejais yra statistiškai reikšmingas ($\chi^2 = 86,4, 95,8, 82,1$, o $p < 0,0001$).

Sudėtinių sakinių dažnumas, o tuo labiau jų ilgis pareina dar nuo vieno veiksnio – individualiojo sintaksinio stiliaus, t.y. siekimo priešintis standartinei, stereotipinei raiškai. Todėl atskirų autorių proginuose straipsniuose galima aptikti hierarchinės prozos (priešprieša suskaidytai prozai) fragmentų, priartinančių publicistiką prie grožinio stiliaus tekstų. Tokie fragmentai įgyja jau kitą stilistinį skambesį, nes ypač svarbi agitacinė kalbos funkcija (noras patraukti skaitytoją savo pusėn, įtikinti, paveikti ne tik jo emocijas, bet ir intelektą). Pvz.:

(79) Šitoj lyg ir nereikšmingoj istorinės dramos scenoj daug gaudulio ir tragikomiško prado, nes čia kaip ir vandens lašely galėjom išvysti visas dabartines mūsų bėdų ir vargano gyvenimo priežastis: štai deputatas, kaip ir visi neatsilikdamas, balsuoja už Nepriklausomybę ir tuoj pat elgiasi kaip iširdęs, užgautas iki širdies gelmių vergas, amžinas vasalas, žūri pikom alutėm į tą realybės jausmą kaip visada praradusį profesorių, kaip visada vedantį tautą į pražūtį Don Kichotą ir nyčia erzinanų toki grėsmingą Rytų Šeimininką savo kvailais kreipiniais. Liet. aid. 95 03 11.

Sudėtinių sakinių ilgis, kaip žinome, priklauso nuo dviejų kalbinių veiksnių – dėmenų skaičiaus (žr. 3 lentelę) ir jų ilgio (žr. 4 lentelę). Pirmojo veiksnio poveikiui nustatyti skirtingo dėmenų skaičiaus sakinius suskirstėme į ilgio grupes ir apskaičiavome kontingencijos koeficientą. Jis rodo, kad ryšys tarp sakinio ilgio ir dėmenų skaičiaus nėra tiesinis, nes kontingencijos koeficientas $C = 0,56$, publicistinio stiliaus sudėtinio sakinio plėtra ne mažiau priklauso nuo dėmenų ilgio.

3 lentelė. Sudėtinių sakinių ilgis ir dėmenų skaičius

Sakinių ilgio grupės (žodžiai)	Dėmenų skaičius					
	2	3	4	5	6	7 ir daugiau
1–8	90,3	6,9	2,8	–	–	–
9–17	82,1	15,8	1,9	0,2	–	–
18–30	53,8	32,7	10,6	2,2	0,4	0,3
31–46	32,5	34,1	24,4	5,6	3,4	–
47 ir daugiau	16,6	25,1	16,6	8,9	8,8	24,0
Iš viso	68,2	22,2	6,5	1,3	0,5	0,3

Publicistinio stiliaus stereotipiškumą dar kartą patvirtina sudėtinių sakinių struktūra: akivaizdžiai persvarą turi dviejų dėmenų sakiniai (grožiniame stiliuje jų yra 60,0%, moksliniame – 66,0%), o daugiau negu 7 dėmenų apimties sakiniai turi ypač mažą lyginamąją dalį. Suprantama, kalbamajame stiliuje vyrauja trumpasakė kalba, nes sudėtinės struktūros sakiniams sukurti, kaip žinome, reikia ne tik papildomų proto pastangų, bet ir daugiau laiko (beje, ir labiau sutelkto adresato).

Sudėtinio sakinio ilgis, kaip minėta, priklauso ir nuo dėmenų ilgio (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Sudėtinių sakinių dėmenų ilgis

Sudėtinių sakinių dėmenų tipas	Parametrai			Ilgio grupės (žodžiais)				
	̄	s	v	1–3	4–8	9–15	16–24	25 ir daugiau
Sujungiamasis	9,2	5,2	56,2	6,7	45,9	37,7	7,9	1,8
Prijungiamasis:								
pagrindinis	7,3	5,5	75,3	23,6	45,2	23,7	6,2	1,3
šalutinis	8,7	5,5	63,2	7,5	52,5	29,8	8,2	2,0
Bejungtukis	7,9	5,1	64,5	11,6	54,9	26,0	5,4	2,1
Mišrusis	10,9	9,1	83,5	15,6	39,8	20,4	14,8	9,4
Bendras	9,1	6,1	67,0	13,2	49,3	27,9	7,5	2,1

Matome, kad nuo vidutinio dėmenų ilgio iš esmės nesiskiria sujungiamųjų sakinių ir prijungiamųjų sakinių šalutinių dėmenų ilgis (bendras prijungiamųjų sakinių dėmenų vidutinis ilgis 8,1 žodžių, standartinis nuokrypis 5,5 žodžių). Trumpiausi yra prijungiamojo sakinio pagrindiniai dėmenys ir bejungtukių sakinių dėmenys. Atkreipia akis ypač pastovus visų tipų dėmenų standartinis nuokrypis, kuris nepriklauso net nuo vidutinio dėmenų ilgio ir rodo tam tikrų nekalbinių veiksnių poveikį: dažname nedidelės apimties straipsnyje nelengvai išsitenka ilgi sakiniai.

Sakinio struktūra mažai priklauso nuo teksto tematikos, nes visų grupių tekstuose vyrauja dviejų dėmenų sudėtiniai sakiniai. Didesnis vidaus ir užsienio politikos tekstų sakinių kompleksškumas (esama net 10 dėmenų sakinių, o mokslo ir meno publikacijų sakinių ap-

imtis neviršija 6 dėmenų). Patikrinę įvairios struktūros sakinių pasiskirstymą χ^2 kriterijumi, gauname, kad politikos, mokslo bei švietimo problemas nagrinėjančių straipsnių $\chi^2 = 6,03$, todėl $p > 0,30$ ir $\chi^2 = 12,11$, todėl $p < 0,05$. Taigi sakinio struktūra skiria sudėtingesnio, abstraktesnio turinio mokslines publikacijas nuo konkretesnę informaciją perteikiančių švietimo problematikos tekstų. Visi kiti skirtumai nėra informatyvūs: politikos ir meno tekstų $\chi^2 = 3,26$, todėl $p > 0,70$; palyginę meno tematikos publikacijas su mokslinėmis, gauname $\chi^2 = 7,3$, $p > 0,20$ ir su švietimo tematikos tekstais $\chi^2 = 3,27$, $p > 0,70$.

Sudėtinių sakinių struktūra skiria informacinio postilio tekstus, nes skirtumas tarp jų ir analitinės informacijos tekstų vertintinas 17,4, todėl $p < 0,01$, bei meno tekstų, nes $\chi^2 = 13,5$, $p < 0,05$. Visai nesiskiria analitinės ir ekspresyvosios informacijos tekstai, nes $\chi^2 = 3,97$, $p > 0,50$.

Pats didžiausias yra mišriųjų sudėtinių sakinių dėmenų ilgis, nes palyginti dažnai vartojami ilgi (jų dažnumas nesiskiria nuo labai trumpų) ir labai ilgi dėmenys. Toks rezultatas kiek nelauktas: publicistinio stiliaus adresanto ir adresato komunikacijos pobūdis eliminuoja ilgų sudėtingos struktūros sakinių vartojimą. Tačiau šis prieštaravimas neutralizuojamas tam tikru būdu: publicistiniame stiliuje persvarą turi minimalios mišriųjų sakinių struktūros – trijų (67,8%) ir keturių (24,4%) dėmenų sakiniai. Pastebima dar viena tendencija: didėjant dėmenų skaičiui, mažėja jų ilgis. Štai 10 dėmenų sakinys, sudarytas iš 47 žodžių (vidutinis dėmens ilgis $\bar{x} = 4,7$ žodžių):

(4) *Suformuluočiau tą nuostatą taip: (2) aš žinau, (6) kad žmogus yra netobulas, piktas, žiaurus, (5) bet aš privalau gyventi taip, (5) tarsi žmogus galėtų būti kitoks, (2) aš žinau, (7) kad pasaulis yra netobulas, žiaurus, klastingas ir (6) kad jis apskritai niekad nebus kitoks, (5) bet aš privalau gyventi taip, (5) tarsi pasaulis galėtų būti kitoks.* Resp. 90 07 26.

Suskirsčius sakinius į ilgio grupes, paaiškėja, kad didžiausią persvarą turi 4–8 žodžių ilgio dėmenys (tokio ilgio mažiausia būna mišriųjų sakinių dėmenų), kiek labiau svyruoja labai trumpų dėmenų ilgis. Dažniausiai tokio ilgio būna prijungiamųjų sakinių pagrindinis dėmuo, o rečiausiai – sujungiamasis. Iš dėmenų ilgio matyti asimetriška publicistinio stiliaus prijungiamųjų sakinių struktūra, nes ypač dažni stereotipiški aiškinamieji sakiniai.

Apskaičiavę sakinių ilgį apibendrinantį rodiklį (vienetu laikomas sudėtinių sakinių ilgis), galime palyginti publicistinio stiliaus tekstų vientisinių ir sudėtinių sakinių ilgio santykį 1 : 1 : 1,9. Taigi panašios publicistinio stiliaus sakinio ilgio plėtros tendencijos būdingos vientisiniams sakiniams ir sudėtinių sakinių dėmenims, o pati sakinio struktūra artimesnė ne mokslinio, o grožinio stiliaus tekstams.

SENTENCE LENGTH AND STRUCTURE IN PUBLICISTIC STYLE

Summary

This investigation is based upon the statistical and comprehensive analysis of 12,000 sentences of publicistic style (newspapers). The distinctive feature of publicistic style in Lithuanian is the average length of sentences (13.5 words) and its parameters. In publicistic style very short (1–8 words) and short sentences

(9–17 words) prevail (45,5% and 30,6%). Sentence length depends upon the frequency of simple and complex or compound sentences. In publicistic style simple sentences are more frequent (54,2%) than complex or compound ones. Sentence length and structure in publicistic style depend little upon sub-styles (variants) and the author's individuality.

In publicistic style the same tendencies of sentence development are characteristic of simple sentences and the constituent parts of compound and complex sentences.

Sutrupinimai

Dienov.	– „Dienovidis“
Gimt. kr.	– „Gimtasis kraštas“
Liet. aid.	– „Lietuvos aidas“
Liet. ryt.	– „Lietuvos rytas“
Lit. men.	– „Literatūra ir menas“
Resp.	– „Respublika“
Šiaur. Atėn.	– „Šiaurės Atėnai“
Tėvyn. šv.	– „Tėvynės šviesa“

LITERATŪRA

- Aruņunova*, 1973 – Арутюнова Н. Д. О синтаксических разновидностях прозы. – Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-та иностр. яз. им. М. Тореца, вып. 73, 183–189.
- Balkevičius J.*, 1963, *Dabartinės lietuvių kalbos sintaksė*. Vilnius: Valst. polit. ir moksl. lit. l-kla.
- Bitinene*, 1987 – Битинене О. А. Функционирование синтаксических структур в научном стиле литовского языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Вильнюс.
- Galperin*, 1981 – Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва: Наука.
- Jakovlev*, 1979 – Яковлев Ю. Н. Размер предложения в современной немецкой газете. – Структура предложения и словосочетания в индоевропейских языках / Отв. ред. В. Г. Адмони. Москва, 246–255.
- Jakubajis*, 1981 – Якубайtis Т. А. Части речи и типы текстов. Рига: Зинатне.
- Mistrik J.*, 1965, *Slovenská štylistika*. Bratislava: Sloven. ped. nakl-vo.
- Pikčilingis J.*, 1971, *Lietuvių kalbos stilytika*. Vilnius: Mintis, t. 1.
- Pivčėnas A.*, 1969, *Priduriamosios konstrukcijos dabartinėje lietuvių literatūrinėje kalboje*. Vilnius: VU.
- Rjabkova*, 1973 – Рябкова Л. Ф. Об объеме предложения и лексики в газетных жанрах современной немецкой прессы. – Изучение лексики германских языков. Новгород, 32–45.
- Rotar*, 1973 – Ротарь А. С. О некоторых особенностях синтаксиса немецкой публицистики (газетный вариант). – Структура предложения и классы слов в романо-германских языках, вып. 2, 171–183.
- Sirtautas V., Grenda Č.*, 1988, *Lietuvių kalbos sintaksė*. Vilnius: Mokslas.
- Skovorodnikov*, 1981 – Сквородников А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского языка. Томск: Томский ун-тет.
- Švec*, 1979 – Швец А. В. Публицистический стиль современного русского литературного языка. Киев: Киевский гос. ун-т.
- Veslovskaja*, 1987 – Веселовская Т. М. Размер предложения как фактор грамматики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ленинград.
- Žilinskėne*, 1979 – Жилинскае В. Ю. Статистический анализ морфологии литовских газетно-журнальных текстов. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Вильнюс.
- Župerka K.*, 1983, *Lietuvių kalbos stilytika*. Vilnius: Mokslas.
- Župerka K.*, 1988, *Dėl funkcinių stilių ir kalbos akto funkcijų santykio*. – Pedagoginių institutų studentų mokymo metodikos tobulinimas aukštosios mokyklos pertvarkymo sąlygomis / Ats. red. P. Alekna. Šiauliai, 221–222.