

NUOMONĖS LYDERIO IR JO KALBOS FUNKCIJOS

Diana Liepinytė-Kytrienė

Vilniaus universitetas

ĮVADAS

Terminas *nuomonės lyderis* (angl. opinion leader) pirmą kartą paminėtas 1948-aisiais (Lazarsfeldo, Berelsono ir Gaudeto studijoje), tačiau Lietuvoje informacijos šia tema yra itin mažai. Apie nuomonės lyderius šiek tiek kalbama žiniasklaidoje, bet mokslinėje literatūroje dažniau aprašomos lyderio vadybinės savybės, o ne kalbinės. Tiesa, Jurga Cibulskienė (2006) savo disertacijoje aprašydama konceptualiąją metaforą¹ ir V. Makarova (2008) savo disertacijoje tyrinėdama argumentavimo techniką² apčiuopia tam tikras politinių lyderių kalbines ypatybes, kai kuriais aspektais sietinas su nuomonės lyderių retorika. Dar arčiau nuomonės lyderių priartėjo Nedas Jurgaitis (2014)³, aprašęs konceptualiąsias metaforas ekonomikos diskurse. Kadangi populiariausi Lietuvoje nuomonės lyderiai viešajame diskurse dažniausiai rašo ekonomikos temomis, N. Jurgaičio tyrimas tam tikrais aspektais gali būti siejamas su nuomonės lyderių retorika. Vis dėlto, šiuo metu populiariausių Lietuvos nuomonės lyderių kalbinės ypatybės iki šiol neištirtos.

Šio straipsnio objektas – internete skelbti straipsniai, kuriuose pasirinkti nuomonės lyderiai išreiškia savo požiūrį vienu ar kitu klausimu. Analizei paeiliui surinkti 2013-ais metais Lietuvos interneto naujienų portaluose publikuoti 226 straipsniai, kuriuose tirtos ne tik pasirinktų nuomonės lyderių citatos, bet ir bendras kontekstas (perfrazavimai, antraštės ir pan.). Remiantis tyrimų bendrovės TNS LT duomenimis⁴, tyrimui pasirinkti populiariausi 2013 metų nuomonės lyderiai. Šio straipsnio tikslas – aprašyti nuomonės lyderio ir jo kalbos funkcijas.

Du kartus per metus rinkos ir žiniasklaidos tyrimų bendrovė TNS LT atlieka tyrimą, kuriame atskleidžiami populiariausi Lietuvoje nuomonės lyderiai. Vis dėlto jie aptariami tik žiniasklaidoje, o ne mokslinėje literatūroje. Paminėtina kad Lietuvos žiniasklaidoje nuomonės lyderiai dar vadinami reputacijos advokatais⁵, tačiau pastarasis pavadinimas mažiau paplitęs, todėl šiame tekste nebus vartojamas.

¹ Cibulskienė Jurga 2006, *Konceptualioji metafora Lietuvos ir Didžiosios Britanijos rinkimų diskursuose*, humanitarinių m. daktaro disertacija Vilniaus universitetas.

² Makarova Viktorija 2008, *Argumentavimo technika šiuolaikiniame rusų ir lietuvių politiniame diskurse* (remiantis metiniais 2000–2007 m. prezidentų kreipimais), humanitarinių m. daktaro disertacija, Vilniaus universitetas.

³ Būdvytytė-Gudienė Aina, Aloyzas Gudavičius, Nedas Jurgaitis, Silvija Papaurėlytė-Klovienė, Reda Toleikienė 2014, *Konceptualiosios metaforos viešajame diskurse*, Šiauliai.

⁴ <http://www.tns.lt/lt/news/tns-lt-banku-atstovu-nuomone-vis-dar-paklausiausia/> (Žiūrėta 2015 06 21)

⁵ <http://www.tns.lt/lt/news/tns-lt-pernai-daugiausiai-demesio-buvo-skiriama-n-maciului/>

Terminas *nuomonės lyderis* kilo iš Elihu Katzo (1957) dviejų pakopų komunikacijos srauto teorijos, kurioje teigiama, kad dauguma žmonių pasirenka savo poziciją remdamiesi nuomonės lyderio išsakytu vertinimu. Nuomonės lyderis joje apibūdinamas kaip asmuo, sulaukiantis daugiau nei kiti žiniasklaidos dėmesio. Jis paprastai būna itin kompetentingas tam tikroje srityje, siekia visuomenės pripažinimo ir yra suinteresuotas pagerinti savo socialinį statusą (Katz, 1957, 61–78)⁶. Kitaip sakant, jis puikiai suvokia kokią nors informaciją ir geba ją aiškiai ir suprantama kalba pateikti visuomenei. Pasak Dewano ir Myatto, daugiau profesinių įgūdžių turintis lyderis turi ir daugiau įtakos (2009, 2). Kadangi įgūdžiai susiformuoja per tam tikrą laiko tarpą, tai ir nuomonės lyderiais siekiantys tapti kokios nors srities specialistai turi kuo dažniau teikti su jų specializacija susijusią informaciją įvairiais žiniasklaidos kanalais: dalyvaudami televizijos, radijo laidose, siųsdami pranešimus spaudai, dalyvaudami interviu, savo nuomonę reikšdami socialiniuose tinkluose.

Iš to matyti, jog viena pagrindinių nuomonės lyderio egzistavimo sąlygų – socialinis aktyvumas. Taigi, pirmiausia nuomonės lyderis nustatomas remiantis kiekybiniu aspektu – pagal citatų kiekį žiniasklaidoje. Remiantis TNS LT tyrimų duomenimis⁷, jau ne pirmus metus nuomonės lyderių aukščiausias pozicijas užima bankinio sektoriaus darbuotojai ekonomikos specialistai. Todėl ir šiame straipsnyje, kalbant apie nuomonės lyderių funkcijas bei kalbines ypatybes, remiamasi populiariausiais nuomonės lyderiais Lietuvoje: šiuo metu Lietuvos žiniasklaidoje dažniausiai minimu „Swedbank“ vyriausiuoju ekonomikos specialistu Nerijumi Mačiuliu, SEB banko prezidento patarėju Gitanu Nausėda, buvusiu „Danske Bank“ vyresniąja analitike Baltijos šalims Violeta Klyviene, „Swedbank“ asmeninių finansų instituto vadove Lietuvoje Odeta Bložiene.

Kiekvienas šių asmenų yra nuomonės lyderis – asmuo, sulaukiantis daugiau žiniasklaidos dėmesio nei kiti profesionalai, paprastai itin kompetentingas tam tikroje srityje, gerai pažįstantis aptariamą veiklą, nuolat besidomintis ją supančiu informaciniu lauku ir gebantis aiškiai, suprantamai bei patraukliai pateikti kokią nors svarbią informaciją visuomenei. Remdamiesi jo išsakyta nuomone dauguma žmonių susidaro savo požiūrį. Kadangi šie nuomonės lyderiai vaidina svarbų vaidmenį visuomenėje – ne tik teikia informaciją, bet ir formuoja visuomenės nuomonę, būtinas atidesnis žvilgsnis tiek į jų veiklą, tiek į pagrindinį jų darbo įrankį – kalbą.

Nuomonės lyderio funkcijos

Kaip anksčiau minėta, nuomonės lyderio populiarumas (ir statusas) priklauso nuo jo vardo paminėjimų kiekio. Siekdami didesnio populiarumo savo žiniomis nuomonės lyderiai dalijasi

⁶ Elihu Katz, The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis, *The Public Opinion Quarterly* 21:1 (Spring, 1957), pp. 61–78.

⁷ <http://www.tns.lt/lt/news/tns-lt-banku-atstovu-nuomone-vis-dar-paklausiausia/> (Žiūrėta 2015 06 21)

radijuje, televizijoje, spaudoje, internete. Tai daro prašomi žurnalistų arba savo iniciatyva – siųsdami pranešimus spaudai. Kad pranešimai sudomintų visuomenę, juose turi būti aktualijų. Kaip rodo autorės tyrimas, nuomonės lyderiai **aktualijas** paprastai **aptaria pasirinktu aspektu**, dažniausiai susijusiu su profesine kompetencija, pavyzdžiui:

1) *Pirkti būstą dabar yra naudingiau nei nuomotis.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 03 14)

2) *Kodėl Lietuvoje gimsta mažai vaikų ir kaip tai pakeisti?* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 06 04)

Pavyzdyje (1) (straipsnio antraštėje) N. Mačiulis iškelia tuometinę aktualiją dėl būsto ir toliau straipsnyje, pagrįsdamas sumažėjusiomis palūkanų normomis, paaiškina, kodėl labiau verta pirkti nei nuomotis. Pavyzdyje (2) keliamas retorinis klausimas, o toliau straipsnyje socialinę problemą – mažą gimstamumą – ekonomistas siūlo spręsti nuolatine mokestine paskata dirbantiems – pakankamu papildomų neapmokestinamų pajamų didinimu. Abiem atvejais aktualios problemos aptariamoms tik tais aspektais, kuriais nuomonės lyderis gali atskleisti savo kompetenciją. Nuomonės išreiškimas skatina skaitytojus pažvelgti į tam tikras aktualijas iš tam tikros perspektyvos (formuoja požiūrį), o pasirinktas aspektas suteikia galimybę parodyti savo išmanymą konkrečioje srityje ir tokiu būdu didinti asmeninį autoritetą.

Dažnai nuomonės lyderiai **pateikia ne naujienas, bet tik savo nuomonę apie jas**, taip papildydami kasdienę žiniasklaidos informaciją. Kad paskelbta informacija – tik nuomonė, patvirtina tokie įterpiniai kaip „manau“, „mano nuomone“, „galbūt“ ir pan. Tiesa, kartais šie įterpiniai tekste nevartojami, tačiau greta antraštės pateikta teksto autoriaus pavardė leidžia presuponuoti, kad tekstas – šio asmens subjektyvi nuomonė, nebent tekste pateikiama faktinė informacija. Neretai nuomonės lyderiai padeda žmonėms geriau suprasti ekonomines aktualijas, sudėtingus dalykus perteikdami lengviau suprantama kalba, pavyzdžiui:

3) *Tvariai šalies ekonomikai reikšminga ir tinkama fiskalinė politika, kuri šiuo metu yra per daug prociklinė: esant sunkmečiui mažinamos išlaidos, keliami mokesčiai, o ekonomikai augant nesugebama suformuoti biudžeto pertekliaus, kaupti pinigų juodai dienai.* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 11 07)

4) *Europos Komisija prognozuoja, kad gimstamumo rodiklis iki normalaus lygio per ateinančią penkiasdešimtmetį nesugrįš, o svyruos tarp 1,5 ir 1,7. Tai reiškia, kad gyventojų skaičius Lietuvoje mažės ne dėl tarptautinės migracijos, o dėl natūralių priežasčių – gims mažiau žmonių, nei jų mirs.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 05 27)

Pavyzdyje (4) pasakymu „tai reiškia“ išduodama autoriaus pozicija – jis numano, kad skaitytojas gali nesuprasti jo teiginio, todėl skuba tai perteikti kitais, lengviau suprantamais, žodžiais. Pavyzdyje (3) po dvitaškio paaiškinamos tiek prociklinės fiskalinės politikos, tiek biudžeto pertekliaus sąvokos. Detaliai pakomentavus sudėtingus terminus ar pasakymus ne tik išvengiama

klaidingos interpretacijos tikimybės, bet ir apeliuojama į platesnį skaitytojų (klausytojų) ratą – kuomet tekstas paprastesnis, tuo didesnė auditorija gali jį suprasti.

Aiškindami ir komentuodami įvykius jie ne tik **supaprastina tai, kas sudėtinga**, bet ir **pasiūlo savo nuomonę, siekia padėti pasirinkti bei priimti galutinį sprendimą**, pavyzdžiui:

- 5) *Čia ir išryškėja visų progresinių mokesčių siūlymų absurdiškumas. Sutelkiant dėmesį į darbo jėgos apmokestinimą ir jo progresyvumo didinimą, tyčia užmiršamos kitos pajamos, kurios yra apskritai neapmokestintos. <...> Teisingiausias ir efektyviausias pajamų apmokestinimo principas turėtų nediskriminuoti pajamų pagal jų kilmę. Reikėtų įvertinti visas gyventojų pajamas – atlyginimus, dividendus, palūkanas, premijas, iš valstybės gaunamas išmokas, o bendram pajamų katilui taikyti diferencijuojamą NPD, kelis kartus didesnę, nei taikomas dabar. Tai būtų visapusiškai daug produktyvesnė reforma, galinti padėti tašką nesibaigiančiai parodomajai diskusijai apie progresinius mokesčius.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 06 22)
- 6) *Valstybės tikslas nėra teikti socialines pašalpas, kaip ir valstybės tikslas nėra surinkti mokesčius. Tai tik priemonės kitiems tikslams pasiekti. Mokėdama socialines pašalpas valstybė pasirūpina tais, kurie negali (laikinais ar nuolat) patys pasirūpinti savimi. Tačiau jei žmogus yra sveikas ir darbingas, bet negali ar nenori susirasti darbo, valstybės tikslas turėtų būti suteikti jam galimybę dirbti, pavyzdžiui, socialinius darbus arba pakeisti jo kvalifikaciją.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 01 04)

Pavyzdyje (5) pateikta N. Mačiulio straipsnio apie progresinius mokesčius pabaiga. Joje labai aiškiai išreikšta ekonomisto pozicija – jis kritikuoja politikų siūlymus įvesti progresinius mokesčius. Svarbu atkreipti dėmesį, kad prieš tai šiame straipsnyje nuosekliai pateikiami konkretūs tokios kritikos argumentai, padedantys suprasti, kodėl verta į šiuos mokesčius žvelgti itin kritiškai. Kritiškas žvilgsnis gali paskatinti ir atidžiau pažvelgti į N. Mačiulio siūlymus: *Reikėtų įvertinti visas gyventojų pajamas: atlyginimus, dividendus, palūkanas, premijas, iš valstybės gaunamas išmokas, o bendram pajamų katilui taikyti diferencijuojamą NPD, kelis kartus didesnę, nei taikomas dabar.* Toks nuomonės ir kartu pasiūlymo, kaip elgtis, reiškinys gali ne tik padėti suprasti susiklosčiusią su progresiniais mokesčiais susijusią informaciją, bet paskatinti elgtis būtent taip, kaip siūlo straipsnio autorius. Pavyzdyje (6) aiškinant apie valstybės pašalpų politiką palaikoma pozicija, kad gavę pašalpą darbingi gyventojai turi atidirbti. Nors išsakyti teiginiai yra tik **subjektyvi nuomonė**, tačiau nuomonės lyderio autoritetas gali paskatinti žmones, turinčius mažiau žinių nei kalbantysis, palaikyti straipsnio autoriaus poziciją.

Pasisakymus esant subjektyvius išduoda tų pasisakymų žanras – komentaras – „analitinis žurnalistikos kūrinys, kuriame aiškinami visuomeninio politinio gyvenimo įvykiai, reiškiniai, aptariamos su jais susijusios aplinkybės, nagrinėjamos problemos. Jame galima pateikti dažniausiai

jau skelbtų faktų vertinimus, asmeninį komentatoriaus požiūrį. Komentarui būdingas operatyvumas ir įtaigumas, nes tai aktualus atsiliepimas, staigi reakcija į įvykius, kuriuos reikia tuoj pat vertinti“ (Mažylė 2012, 176). Toks žanras suteikia autoriui daugiau laisvės – jis gali išreikšti asmeninę nuomonę ir pasiūlyti, jo manymu, geriausią aptariamos problemos sprendimą. Todėl čia neišvengiamas subjektyvumas, kuris atsiskleidžia per naujienos „įrėminimą“⁸. Vadinamasis įrėminimas – tai autoriaus interpretacija apie pranešamą įvykį, kurio skaitytojas pats nepatyrė, arba pasakojama apie reiškinį, kurio nepažįsta ar menkai pažįsta. Tuomet pasiūlytas autoriaus požiūris gali nulemti auditorijos nuomonę apie įvykį arba reiškinį (Scheufele ir Tewksbury, 2007,11), pavyzdžiui:

- 7) *Ką laimėtume uždraudę užsieniečiams įsigyti žemės? <...> Žinome, kad Lietuva yra viena iš ES valstybių, kur itin didelė dalis žemės ūkio paskirties žemės yra dirvonuojanti – nuolat apleista, nekurianti vertės ir darbo vietų. Jei Lietuvoje neatsiranda gyventojų, norinčių tą žemę įsigyti ir joje ūkininkauti, kodėl nesuteikti tokios galimybės kitų ES šalių piliečiams? Juk naudą gautų ne tik čia pinigų investavę užsieniečiai – būtų sukuriamos darbo vietos, šalyje būtų pagaminama daugiau prekių, didėtų valstybės biudžeto pajamos. Dar svarbiau – galbūt pagaliau pradėtų mažėti regioninė atskirtis.* (N. Mačiulis, Delfi.lt 2013 12 17)

Pavyzdyje (7) kalbama apie referendumą dėl žemės Lietuvoje pardavimo užsieniečiams, kuriame tautiečiai turi apsispręsti dėl savo pozicijos. Autoritetingas nuomonės lyderis, išsakydamas savo nuomonę, pateikia tam tikrus atrinktus realybės aspektus ir, sudėtingus terminus pakeitęs paprastesniais, juos akcentuoja. Kartais pateikiami konkretūs pasiūlymai, o kartais – svarstymai, skatinantys veikti kokia nors konkrečia linkme. Tokiu būdu samprotauti adresatą skatina retorinis klausimas (*Ką laimėtume uždraudę užsieniečiams įsigyti žemės?*), kuriuo ne tiek klausiama, kiek teigiama. Paveiki ir antitezė *didėtų – pradėtų mažėti*. Susidaryti savo požiūrį ir galutinai įtikinti padeda su antiteze einanti nuosekli minties gradacija: *juk naudą gautų... būtų sukuriamos darbo vietos... šalyje būtų pagaminama daugiau prekių, didėtų... pajamos... Dar svarbiau... pradėtų mažėti...* Tiek vienu, tiek kitu atveju **nuomonės lyderis savo kalbos ypatybėmis dažnai lemia, į kuriuos aspektus skaitytojai atkreips dėmesį, ką įsidėmės.**

Siekiant paveikti visuomenę, Owenas Fitzpatrickas (2013, 154) rekomenduoja atsižvelgti į keturis elementus: informacijos šaltinį, žinią, žinios perteikimo priemonę ir klausytojus. Pirmiausia, nuomonės lyderis turi būti įtaigus šaltinis. Kaip teigia Fitzpatrickas (2013, 154–161), ar šaltiniui pavyks įtikinti, neretai lemia tam tikros savybės – vadinamieji septyni įtikinimo stulpai. Tai **pasitikėjimas savimi, kompetencija, simpatingumas, panašumas** (stengiantis būti

⁸ Angl. *news framing* – supaprastintas įvykio arba reiškinio esmės apibūdinimas. Įrėminimu pateikiama svarbiausia naujieną įprasminanti idėja, kuri padeda atsakyti į klausimą – kodėl tai svarbu? Sudėtingi klausimai tampa suprantamesni, sukuriama interpretacija, vieniems jų aspektams suteikiant daugiau svarbos negu kitiems (Franklin, 2005, 85–86; McCombs, 2004, 89; Nisbet, 2010, 47; Vreese, 2005, 51).

panašiams į tuos, kam perduodama žinia), **įtraukimas** (gebėjimas suprantamai perteikti dalyką, apie kurį kalbama), **patikimumas** (sąžiningumas) ir **atvirumas**. Kadangi šios savybės yra sunkiai išmatuojamos, galima tik pasakyti, kad vieni nuomonės lyderiai turi stipriau išreikštas vienas savybes, kiti – kitas. Štai kompetencija visų tiriamų nuomonės lyderių gana panašaus lygio – visi yra savo srities specialistai, du iš jų – ekonomikos mokslų daktarai, turi pakankamai darbo patirties ekonomikos srityje. Pasitikėjimo savimi visi turi pakankamai, kad galėtų ne tik pakomentuoti aktualią situaciją, bet ir pasiūlyti savo idėjas, sprendimus. O štai pasitikima ne visais vienodai. Nors N. Mačiulis 2012-aisiais buvo dažniausiai cituojamas (900 paminėjimų per metus⁹), atlikus apklausą¹⁰ paaiškėjo, kad labiausiai iš Lietuvos ekonomikos specialistų pasitikima G. Nausėda (533 paminėjimai per metus). Tyrimų specialistas Ignas Zokas¹¹ tokį pasitikėjimą pagrindžia ilgalaikę G. Nausėdos patirtimi ir tuo, kad jis labai žinomas. Kaip teigia Fitzpatrickas, simpatingumą gali lemti ne tik malonus elgesys ir draugiškas požiūris, bet ir populiarumas, nes žmonės yra linkę mėgti kitus vien todėl, kad šie yra matyti (2013, 157). Kitas aspektas, patraukiantis žmones – panašumas į adresatus. Jei kalbančiajam daugiau ar mažiau pavyksta susitapatinti su adresatu, tikėtina, kad ir jo perteikiama žinia bus įtaigesnė. Panašumo poveikį patvirtina „Sprinter“ tyrimų¹² rezultatai. G. Nausėda labiau pasitiki aukštesnio išsilavinimo bei didmiesčio gyventojai, o antrą vietą užėmusi A. Maldeikienė¹³ populiarsnė tarp žemesnio išsilavinimo, mažesnes pajamas gaunančių šalies gyventojų¹⁴. Nors šie abu specialistai kalba ekonomikos temomis, jų retorika skiriasi, pavyzdžiui:

8) *2013 m. BVP prognozė: X faktorius yra eksporto rinkų raida* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 01 30)

9) *Fiskalinis deficitas: per žingsnelį nuo Maastrichto kriterijaus* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2015 04 22)

10) *A. Maldeikienė: neturėkite finansinių reikalų su tais, kurie savo gimtadienius švenčia Rotušėje* (A. Maldeikienė, Delfi.lt, 2011 11 29)

11) *A. Maldeikienė: kol jauni, arba maukit iš čia, arba imkitės ką nors keisti* (A. Maldeikienė, Delfi.lt, 2012 04 19)

Pavyzdžiuose (8, 9) pateiktose Nausėdos antraštėse fiksuotina konkreti, ekonomikos terminų (*BVP prognozė, eksporto rinkos, fiskalinis deficitas*) kupina kalba. Kadangi tokia komunikacija reikalauja

⁹ TNS.LT duomenys, <http://www.tns.lt/lt/news/tns-lt-bernai-daugiausiai-demesio-buvo-skiriama-n-maciuliui/> (žiūrėta 2015 05 01).

¹⁰ Rinkos tyrimų bendrovė „Sprinter tyrimai“ naujienų portalo „Delfi“ užsakymu atliko viešosios nuomonės apklausą: <http://www.spinter.lt/site/lt/vidinis/menutop/9/home/publish/NDQ4Ozk7OzA> (žiūrėta 2015 07 01).

¹¹ „Sprinter tyrimai“ vadovas Ignas Zokas pasisako skelbiant populiariausius nuomonės lyderius: <http://www.spinter.lt/site/lt/vidinis/menutop/9/home/publish/NDQ4Ozk7OzA> = (žiūrėta 2015 05 01).

¹² „Sprinter“ atlikto tyrimo apžvalgos nuoroda internete - <http://www.spinter.lt/site/lt/vidinis/menutop/9/home/publish/NDQ4Ozk7OzA> = (žiūrėta 2015 05 01).

¹³ Nors Aušros Maldeikienės nėra tarp straipsnio autorės tiriamų nuomonės lyderių, tačiau jos antraštės pateiktos kaip kontrastingos retorikos, lyginant su Gitanu Nausėda, pavyzdžiai.

¹⁴ Rinkos tyrimų bendrovė „Sprinter tyrimai“ naujienų portalo „Delfi“ užsakymu atliko viešosios nuomonės apklausą: <http://www.spinter.lt/site/lt/vidinis/menutop/9/home/publish/NDQ4Ozk7OzA> =

tam tikro ekonomikos išmanymo, ją supranta tik dalis skaitytojų. Tikėtina, kad toji dalis ir yra tikslinė straipsnio autoriaus auditorija. Palyginkite, pavyzdžiuose (10, 11) pateiktose A. Maldeikienės straipsnių antraštėse kalba yra paprastesnė (nėra specialių terminų), šturkštoka (liepimas *maukit iš čia*, kuriame pavartotas buitinės vulgarios kalbos veiksmazodis *maukit*, taip pat išankstinė viešai deklaruojama nuostata prieš tuos, kurie švenčia Rotušėje). Tikėtina, kad tokiu kalbos stiliumi ji atkreipia dėmesį tų skaitytojų, kuriems priimtinas toks kalbėjimas, o ekonomikos terminai jiems gali būti nežinomi. Abiejų ekonomistų kalba išduoda jų požiūrį tiek į aprašomus dalykus, tiek į adresatą. Tikėtina, kad abu kalbėtojai apeliuoja į savo tikslinę auditoriją, todėl stengiasi pritaikyti tai auditorijai būdingą kalbėjimo manierą. Būtent tai gali jiems padėti sudominti adresatą.

Taigi, galima teigti, kad pagrindinė nuomonės lyderio funkcija – **raštu bei žodžiu teikti visuomenei informaciją koku nors aktualių klausimų ir išsakyti savo požiūrį savo tikslinei auditorijai būdinga kalba pateikiant savo interpretaciją apie pranešamą įvykį**. Tokiose kalbose būdinga supaprastinti sudėtingus terminus ir pasakymus taip suteikiant galimybę pateiktą informaciją iššifruoti platesniam skaitytojų ratui. Be to, nevengiama pasiūlyti ne tik savo nuomonės, bet ir konkretaus aptariamos problemos sprendimų būdų.

Nuomonės lyderio kalbos funkcijos

Teikdamas visuomenei vienokią ar kitokią informaciją nuomonė lyderis pirmiausia mėgina **paašškinti** susiklosčiusią situaciją, suprantamai pakomentuoti įvykius, papildyti žiniasklaidoje jau aptartas aktualijas, padeda geriau suvokti įvykius. To siekiama įvairiomis priemonėmis: pavyzdžiais, paašškinimais, įvardijant priežastis, pavyzdžiui:

12) *Įsivaizduokime bandelių kepyklėlę, kuri vienais metais patyrė milijoną litų nuostolių, o kitais metais uždirbo 800 tūkstančius litų pelno. Pagal siūlomą pelno mokesčio įstatymo pataisą, kuriai praėjusią savaitę pritarė Seimas, ši bandelių kepyklėlė turėtų sumokėti 45 tūkst. litų pelno mokesčių.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 10 30)

13) *Neseniai eurą įsivedusių Slovėnijos, Slovakijos ir Estijos pavyzdžiai rodo, kad tokia baimė yra nepagrįsta. Pavyzdžiui, Estijoje pirmaisiais metais po euro įvedimo infliacija buvo maždaug vienu procentiniu punktu didesnė nei Lietuvoje, tačiau tiek pat sparčiau augo ir BVP bei atlyginimai.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 06 05)

Pavyzdyje (12) norėdamas iliustruoti pelno mokesčio įstatymo pataisos pasekmes autorius pateikia bandelių kepyklėlės pavyzdį. Tokiu būdu skaitytojams lengviau suvokti pasekmes ir susidaryti savo nuomonę šiuo klausimu. Pavyzdyje (13) pateikdamas pavyzdį Mačiulis patvirtina savo teiginį, kad baimė dėl kainų kilimo įvedus eurą nėra pagrįsta. Ne vienos, o kelių šalių įvardijimas gali būti svaresnis argumentas atsikratyti išankstinių nuostatų.

Aiškinama gali būti ir kitais žodžiais su tokiais palydimaisiais pasakymais kaip *tai reiškia, kitaip sakant* ir pan., pavyzdžiui:

14) *Viršplaninių pajamų bus labai nedaug <...>. Tai reiškia, kad galimybių kompensuoti pensijas bus tik keliems procentams dabartinių pensininkų.* (N. Mačiulis, LRT radijo laida „60 minučių“, 2013 12 11)

15) *Kai kurie garsūs praėjusio amžiaus ekonomistai (pavyzdžiui, Nobelio premijos laureatas James Mirrlees) netgi įrodė, kad optimalus yra mažėjantis ribinis pajamų mokesčio tarifas. Kitaip sakant, turėtų būti taikoma regresinė pajamų apmokestinimo sistema (kurią yra taikiusi, pavyzdžiui, Šveicarija).* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 04 05)

Pavyzdyje (14) Mačiulis presuponuoja, kad klausytojai (skaitytojai) gali nesuprasti tokio ekonomikos termino kaip *viršplaninės pajamos*, todėl skuba paaiškinti savo teiginį kitais žodžiais. Pirmame sakinyje tarsi parodoma kalbėtojo kompetencija (geba kalbėti srities, kuriai atstovauja, terminais). Antrame sakinyje mintis reiškiamą paprastesniais žodžiais, kad būtų aišku ne tik ekonomikos terminus išmanančiai auditorijai. Panašiai yra pavyzdyje (15), tik pasitelktas kitas palydimasis pasakymas *kitaip sakant*. Pirmu sakiniu teigiama remiantis žinomu autoritetu, tačiau suvokiama, kad ekonomikos terminais pateikta teorija gali būti nesuprasta ir (arba) gali būti neaišku, kaip ji turėtų būti pritaikyta konkrečiame kontekste. Todėl antru sakiniu teorija paaiškinama kitais žodžiais, pasakoma, kaip ši teorija galėtų būti pritaikoma konkrečiai Lietuvos mokesčių sistemoje.

Paašškinti galima ne tik kitais žodžiais, bet ir įvardijant konkrečią priežastį, pavyzdžiui:

16) *Prasidėjus ekonominei recesijai, atotrūkis tarp vyrų ir moterų vidutinio atlygio ėmė mažėti dėl didesnio vyrų atlyginimų bei nedarbo.* (O. Bložienė, Delfi.lt)

17) *Lietuvoje mažės ne dėl tarptautinės migracijos, o dėl natūralių priežasčių – gims mažiau žmonių, nei jų mirs.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 05 27)

Pavyzdyje (16) nurodomos problemos priežastys – didesni vyrų atlyginimai ir nedarbas – konkrečios priežastys, kurias įvardijus galima kalbėti (mąstyti) apie galimus problemos sprendimo būdus. Panašiai ir pavyzdyje (17): įvardijus konkrečią priežastį toliau straipsnyje kalbama apie konkrečius pasiūlymus, kaip išspręsti įvardintą problemą. Tikėtina, kad specialistas, galintis identifikuoti visuomeninių problemų priežastis, gali pasiūlyti ir racionalių jų sprendimo būdų.

Paašškinęs situaciją nuomonės lyderis siekia **įrodyti**, t. y. pagrįsti savo teiginius argumentais. Pasak Michailo Litvako, įrodymo sudedamosios dalys yra tezė, argumentai ir demonstracija. Tezė – tai teiginys, kurio teisingumą reikia įrodyti. Argumentai – tai jau patikrinti teiginiai, kuriais remiamasi norint ką nors įrodyti. Demonstracija – tai tezės išvedimas iš argumentų, jos patvirtinimas arba paneigimas (Litvakas 2013, 223). Taigi nuomonės lyderiai pirmiausia pateikia

(dažnai antraštėje arba paantraštėje) tezė. Vėliau dėsto argumentus ir galiausiai pateikia demonstraciją, pavyzdžiui:

18) Tezė: *Teikti socialines pašalpas nėra valstybės reikalas.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 01 04)

Demonstracija: *Valstybės tikslas nėra teikti socialines pašalpas, taip kaip ir valstybės tikslas nėra surinkti mokesčius. Tai tik priemonės kitiems tikslas pasiekti. Mokėdama socialines pašalpas valstybė pasirūpina tais, kurie negali (laikinais ar nuolat) patys pasirūpinti savimi. Tačiau jei žmogus yra sveikas ir darbingas, bet negali ar nenori susirasti darbo, valstybės tikslas turėtų būti suteikti jam galimybę dirbti, pavyzdžiui, socialinius darbus arba pakeisti jo kvalifikaciją.*

19) Tezė: *Darbo užmokesčio augimas įgaus pagreitį.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 02 25)

Demonstracija: *Materialinių investicijų mažėjimas praėjusių metų pabaigoje paspartėjo – ketvirtąjį ketvirtį jos buvo net 9,5 proc. mažesnės nei prieš metus. Tai nerimą kelianti tendencija, tačiau prognozuojame, kad po „investicijų abstinencijos“, kuri tęsiasi jau maždaug ketverius metus, įmonės šiemet ir ateinančiais metais investuos daug aktyviau, o tai sukurs tvaresnę ilgalaikio produktyvumo ir darbo užmokesčio augimo pamatą.*

Pavyzdyje (18) tezė pateikta antraštėje. Vėliau straipsnyje dėstomi svarstymai ir argumentai, kam turi būti mokamos pašalpos ir kokios jos turėtų būti. Galiausiai, paskutinėje pastraipoje pateikiamas tezės patvirtinimas – demonstracija, kuri ne tik apibendrina straipsnyje nagrinėjamą temą, bet ja autorius dar kartą akcentuoja svarbiausius savo teiginius. Pavyzdyje (19) tezė taip pat pateikiama antraštėje, o demonstracija – pabaigoje. Nors šiame straipsnyje aptarta daug negatyvių veiksnių, baigiama optimistiškai. Tikėtina, kad darbo užmokesčio augimo prognozė iš ekonomisto lūpų nemažai visuomenės daliai suteiks optimizmo. Galbūt dėl šios priežasties dalis skaitytojų pozityviau ims vertinti ir Mačiulį. Kaip teigia Deividas Zarefsky'is, argumentavimas vaidina lemiamą vaidmenį pagrindžiančią medžiagą susiejant su tvirtinimu (2011, 208). Nuo jų priklauso ne tik įtikinimo sėkmė, bet ir asmeninis įvaizdis. Įrodymas – tai asmeninės kompetencijos panaudojimas siekiant paveikti auditoriją, jos nuomonę. Galbūt todėl populiariausių nuomonės lyderių kalbose gausu argumentų.

Vis dėlto žiniasklaidos pobūdis leidžia daryti prielaidą, kad ne visuomet skaitytojai yra linkę įsigilinti į argumentus. Kaip teigia Visvaldas Legkauskas, tokiais atvejais pirmiausia panaudojamos euristikos – paprastos, gyvenimiška patirtimi pagrįstos taisyklės, kurios paprastai būna teisingos ir naudojamos siekiant greitai, nesigilinant į detales, įvertinti kalbėtojo siūlomos pozicijos pagrįstumą (2012, 199). Pavyzdžiui, nuomonės lyderio kalbai gali būti pritaikomos tokios euristikos, kaip „ekspertai paprastai būna teisūs“ ir „jei argumentų daug, jie greičiausiai yra teisingi“. Vis dėlto tokio pobūdžio euristikomis pasikliauja tik tie skaitytojai, kurie neturi galimybių ar noro gilintis į pateiktą informaciją. Būtent jiems, kaip teigia V. Legkauskas, didelis informacijos kiekis sukuria

argumentuotumo ir faktologinio pagrįstumo įspūdį ir padeda įtikinti. Tačiau jei auditorija linkusi gilintis į pateikiamą informaciją, jos gausa bus įtaigi tik tuo atveju, jei argumentai yra kokybiški ir gerai susisteminti. Galbūt todėl nuomonės lyderiai dažnai pateikia ne vieną argumentą, o visą jų eilę kartu su samprotavimais ir pavyzdžiais. „Išplėtota ir struktūruota argumentų visuma visuomet bus galingesnė nei pora argumentų, kad ir labai stiprių. Susisteminta kvailystė yra galingesnė nei padrika tiesa“ (Legkauskas 2012, 201). Kadangi informacija neretai skiriama itin plačiai auditorijai, nuomonės lyderių tekstuose neišvengiama abiejų argumentavimo tipų.

Faktiškai pagrįstą argumentavimą pagal pobūdį galima skirstyti į du tipus: indukcinį ir dedukcinį. Pirmuoju būdu nuo atskirų detalių, įrodymų einama prie išvados, pavyzdžiui:

20) *Reformos negali būti grįstos nei pesimizmu, nei optimizmu. <...> Reformos negali būti grįstos nei pesimizmu, nei optimizmu. Turėdami visą mums prieinamą informaciją turime modeliuoti labiausiai tikėtinus ateities scenarijus ir apsidrausti nuo galimų netikėtumų.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2015 03 15)

21) *Kipro gelbėjimas turės įtakos ir Lietuvai. <...> Jei tai taptų realybe, ši šalis būtų šiek tiek mažiau patraukli ir Lietuvos įmonėms, siekiančioms sumažinti savo mokesčių naštą.* (N. Mačiulis, 2013 03 18)

Tiek pavyzdyje (20) (*Reformos negali būti grįstos nei pesimizmu, nei optimizmu.*), tiek pavyzdyje (21) (*Kipro gelbėjimas turės įtakos ir Lietuvai.*) sudominama antraštėmis, toliau dėstoma faktais ir pavyzdžiais pagrįsta informacija, kuri, tikėtina, bus aktuali visiems, kam įdomūs ne tik patys faktai, bet ir jų priežastys bei galimos pasekmės. Straipsnio pabaigoje apibendrinama pateikiant tiesioginį ar netiesioginį sprendimo pasiūlymą. Kadangi atsakymai į antraštės klausimus (*Kodėl reformos negali būti grįstos nei pesimizmu, nei optimizmu? Kokios įtakos Kipro gelbėjimas turės Lietuvai?*) pateikiami tik straipsnio pabaigoje, tikėtina, ieškodami šių atsakymų skaitytojai perskaitys ar bent jau peržvelgs visą straipsnį.

Antruoju – dedukcijos – atveju einama nuo apibendrinimo prie pavienių detalių, pakomentuojančių, paaiškinančių pagrindinį teiginį, pavyzdžiui:

22) *Kokius mokesčius nori mokėti gyventojai? <...> Pirmasis populiarus mokestis yra pelno mokestis. <...> Dažniausiai manoma, kad šį mokestį sumokės ne gyventojai, o „godžios“ bendrovės ir korporacijos. <...> Pelno mokestis turi dar vieną logikai prieštaraujančią ydą – tai dvigubas apmokestinimas.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 02 28)

23) *Kipro krizė suvaldyta, bet neišspręsta <...> Panašu, kad suderintas pagalbos paketas trumpam nuramins finansų rinkas. Tačiau pasirinktas gelbėjimo planas gali iššaukti potencialias grėsmes ateityje – nauji kapitalo suvaržymai ir indėlių nuostoliai kelia tam tikrą riziką visai euro zonai. Kipro atvejis gali pagilinti Graikijos ir Ispanijos problemas. Nors Kiprui mestas gelbėjimo ratas*

kol kas išgelbėjo šalies ekonomiką, ateityje jai gali prireikti vis daugiau ir daugiau finansinės paramos. (V. Klyvienė, Delfi.lt, 2013 03 26)

Pavyzdyje (22) antraštėje klausiama, koks mokestis, o pačioje pirmoje pastraipoje iškart atsakoma – *pelno*. Toliau pateikiamos šio veiksnio priežastys ir mėginama įrodyti, kodėl tai klaidinga mintis. Pats apibendrinimo paneigimas, tikėtina, skaitytojus domina ne mažiau nei atsakymas į antraštėje užduotą klausimą. Pavyzdyje (23) antraštėje (*Kipro krizė suvaldyta, bet neišspręsta.*) pateiktas teiginys (*Panašu, kad suderintas pagalbos paketas trumpam nuramins finansų rinkas. Tačiau pasirinktas gelbėjimo planas gali iššaukti potencialias grėsmes ateityje – nauji kapitalo suvaržymai ir indėlių nuostoliai kelia tam tikrą riziką visai euro zonai. Kipro atvejis gali pagilinti Graikijos ir Ispanijos problemas. Nors Kiprui mestas gelbėjimo ratas kol kas išgelbėjo šalies ekonomiką, ateityje jai gali prireikti vis daugiau ir daugiau finansinės paramos.*) skatina kelti klausimą – kodėl neišspręsta? Straipsnio pradžioje pateiktas ir atsakymas į šį klausimą. Tačiau paaiškinimas dėl savo abstraktumo kelia daugiau klausimų: kodėl nuramins tik trumpam? Kokie kapitalo suvaržymai? Kokie indėlių nuostoliai? Kaip gali būti pagilintos Graikijos ir Ispanijos problemos? Kodėl ateityje gali Kiprui prireikti vis daugiau fiskalinės paramos? Į šiuos klausimus atsakoma toliau straipsnyje, tad, tikėtina, skaitytojai, norėdami gauti atsakymus į kylančius klausimus, perskaitys visą straipsnį.

Žiniasklaidoje pasirodančiuose pranešimuose esama tiek indukcinio, tiek dedukcinio tipo argumentavimo. Vis dėlto, tirtų nuomonės lyderių rašytuose straipsniuose vyrauja indukcinis tipas. Jo esama 65 proc. nuomonės lyderių parašytų straipsnių. Dedukcinio tipo esama beveik dvigubai mažiau – 35 proc. Pastebėtina, kad dedukcinis tipas būdingas straipsniams, kuriuose ne mažiau nei apibendrinantis teiginys skaitytojus domina priežastys ir detalės. Todėl tikėtina, kad skaitytojai nepasitenkins tik pradžioje pateikta pagrindine faktine informacija, bet domėsis ir toliau tekste dėstomomis detalėmis, svarstymais. Indukcinis tipas dažnai aptinkamas straipsniuose, kuriuose antraštėje užduodamas tiesioginis (arba netiesioginis) probleminis klausimas, o atsakymas į jį pateikiamas tik straipsnio pabaigoje. Tad skaitytojai, norintys, sužinoti atsakymą, turi perskaityti (ar bent jau peržvelgti) visą straipsnį. Matyti, kad tiek vienu, tiek kitu argumentavimo tipu siekiama to paties tikslo – sudominti skaitytojus tekstu ir įtikinti tuo, kas jame rašoma.

Galiausiai, paaiškinęs ir įrodęs nuomonės lyderis siekia svarbiausio tikslo – įtikinti. Svarbu paminėti, kad įtikinti galima ir peršokus antrąją pakopą – neįrodžius, tačiau toks atvejis, pasak Koženiauskieneš, laikytinas nesėkmingu kalbėjimu (2005, 145). Neįrodžius teiginys tampa nestabilus ir lengviau paneigiamas, todėl ilgainiui gali būti lengvai pakeičiamas kitu. Įrodymas paprastai siejamas su logika, nes yra pagrindžiamas jos dėsniais. O štai įtikinimas neretai tapatinamas su žavesiu, charizma ir gebėjimu raiškiai komunikuoti. Teikdami visuomenei informaciją nuomonės lyderiai įrodinėja savo tiesas, kad įtikintų, t. y. paveiktų skaitytojų valią,

nuostatas, elgesį¹⁵. Taip jie gali ne tik paskatinti tam tikrus skaitytojų veiksmus (pirkti, balsuoti, dalintis informacija su artimaisiais ir pan.), bet ir formuoti visuomenės (ar jos dalies) nuomonę, pavyzdžiui:

- 24) *Teisingiausias ir efektyviausias pajamų apmokestinimo principas turėtų nediskriminuoti pajamų pagal jų kilmę. Reikėtų įvertinti visas gyventojų pajamas – atlyginimus, dividendus, palūkanas, premijas, iš valstybės gaunamas išmokas, o bendram pajamų katilui taikyti diferencijuojamą NPD, kelis kartus didesnę, nei taikomas dabar. Tai būtų visapusiškai daug produktyvesnė reforma, galinti padėti tašką nesibaigiančiai parodomajai diskusijai apie progresinius mokesčius.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 06 21)
- 25) *Galiausiai turime suvokti, kad šia iniciatyva siūloma pakeisti Konstituciją, atimant iš kiekvieno Lietuvos piliečio teisę laisvai disponuoti asmeniniu turtu – parduoti jį aukščiausią kainą pasiūliusiam asmeniui. Tai būtų vienas rimčiausių asmens laisvių suvaržymų, paminantis pamatinį Konstitucijos principą – 46 Konstitucijos straipsnį, teigiantį, kad „Lietuvos ūkis grindžiamas privačios nuosavybės teise, asmens ūkinės veiklos laisve ir iniciatyva“.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 12 17)

Pavyzdyje (24) Mačiulis tvirtina žinąs teisingiausią ir efektyviausią pajamų apmokestinimo principą ir vardija konkrečius veiksmus, kurių, pasak jo, reikėtų imtis. Savo žinias jis patvirtina tiek asmeniniu autoritetu, tiek argumentais. Užtikrintas kalbėjimas nuomonės lyderiu pasitikintiems skaitytojams gali paskatinti ne tik pritarti jo nuomonei, bet ir dalintis išsakytomis mintimis su kitais. Pavyzdyje (25) kalbama daugiskaitos pirmuoju asmeniu – visuomenės vardu. Tarsi tautos balsas autorius teigia, ką būtina suvokti ir kokios pasekmės laukia taip nepasielgus. Susitapatinimas su visuomene, tapimas jos dalimi, gali paskatinti skaitytojus palankiau žvelgti tiek į kalbėtoją, tiek į jo išsakomas mintis. Savo srities išmanymas (kalbėjimas iš specialisto pozicijos) bei faktų pagrindimas argumentais leidžia daryti prielaidą, kad nuomonės lyderis ne tik bus išklaustas (perskaitytas jo straipsnis), bet juo bus tikima.

Taigi, pagrindinės nuomonės lyderio kalbos funkcijos yra artimos advokatų kalboms. Tiek vienu, tiek kitų kalboms būdingos pagrindinės retorinės funkcijos: **išaiškinti, įrodyti ir įtikinti** (Koženiauskiene 2005, 144). Aiškinama dažnai pavyzdžiais, paaiškinimais bei įvardijant priežastis. Įrodyti dažniausiai mėginama argumentais (beveik visuomet – ne vienu, o bent keliais) kartu su samprotavimais ir pavyzdžiais. Faktiškai pagrįstas argumentavimas pagal pobūdį skirstomas į du tipus: indukcinį (nuo detalių einama prie išvados) ir dedukcinį (nuo išvados einama prie detalių). Nuomonės lyderių rašytuose straipsniuose vyrauja (65 proc.) indukcinio tipo argumentavimas – kai norint sužinoti atsakymą į antraštėje užduotą klausimą reikia perskaityti visą straipsnį. Mažiau

¹⁵ Kaip teigia V. Legkauskas, įtaka – žmogaus ar grupės pajėgumas neprievartiniais būdais pakeisti kito žmogaus nuostatas ir elgesį (2012, 385).

populiarus (35 proc.) – dedukcinis tipas, kai ne mažiau nei straipsnio pradžioje pateiktas apibendrinantis teiginys skaitytojus domina toliau straipsnyje išsakytos priežastys ir detalės. Ir galiausiai, įtikinti nuomonės lyderiams padeda ne tik individuali charizma ir gebėjimas aiškiai komunikuoti bei asmeninis per tam tikrą laiką įgytas autoritetas visuomenėje, bet ir ryžtingi patarimai ar net paliepimai.

Nuomonės lyderio kalbos ypatybės

Nuomonės lyderio populiarumas matuojamas kiekybiniu aspektu, tačiau svarbi ir kokybė. Jei skelbiama informacija nebūtų priimtina nacionaliniams žiniasklaidos kanalams ar jų skaitytojams, ji nebūtų publikuojama. Todėl pirmiausia nuomonės lyderių kalba ir turinys turi atitikti naujienu portalų reikalavimus. Kaip teigia portalo „Delfi.lt“ vyriausioji redaktorė Monika Garbačiauskaitė-Budrienė, geras tekstas yra toks, kurį perskaitai be atsikvėpimo nuo pradžios iki pabaigos (Delfi.tv, 2012 12 12¹⁶). Todėl ji rekomenduoja rašantiesiems publikacinius tekstus susikoncentruoti ties viena mintimi ir tą pagrindinę idėją išlaikyti visu tekstu, o tik pabaigoje apibendrinti. Nereikia perkrauti teksto, per daug nukrypti į detales (Delfi.tv, 2012 12 12¹⁷). Siekiant publikacijų kiekybės, šie patarimai taikytini ir nuomonės lyderiams. Jie turi gebėti aiškiai ir glaustai dėstyti savo mintis tiek raštu, tiek žodžiu, nes jų sakiniai tekstai yra ne tik publikuojami, bet ir cituojami.

Svarbu atkreipti dėmesį, kad nuomonės lyderių pasakymuose rašytinė kalba susipina su sakytine. Kaip pastebi R. Koženiauskiene, rašytinis tekstas gali būti pateikiamas sakytinei kalbai būdingu stiliumi, siekiant retorinio įtaigumo ir efektyvumo. Tokiu būdu autoriai siekia rašyti ne oficialiu stiliumi, o natūraliai, laisvai, gyvai, įtikinamai (2013, 12–13). Taip ir nuomonės lyderiai savo kalbose siekia kalbos natūralumo įspūdžio, neprarasdami ekonominėms temoms būdingo solidumo, pavyzdžiui:

26) *Apdirbamoji pramonė ir kitos daug eksportuojančios ūkio šakos, pernelyg nesišvalgydamos per petį, praėjusiais metais mušė vieną apyvartos rekordą po kito.* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 01 30)

27) *Moterys vis sėkmingiau įsilieja į darbo rinką. Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2012 m. moterų nedarbo lygis buvo mažesnis nei vyrų ir sudarė 11,5 proc. (vyrų – 15,1 proc.).* (O. Bložienė, Delfi.lt, 2013 03 08)

Pavyzdžiuose (26, 27) kalbai gyvumo suteikia metaforos: *ūkio šakos nesišvalgydamos per petį, moterys įsilieja į darbo rinką*. Nevengiama ir solidumo suteikiančių ekonomikos terminų: *apdirbamoji pramonė, eksportuojančios ūkio šakos, apyvarta, nedarbo lygis*. Taip kalbėdami nuomonės lyderiai reprezentuoja save kaip konkrečios srities specialistus (ekonomistus) ir kartu kaip paprastus

¹⁶ <http://www.delfi.lt/video/aktualijos/pilietis-tv/patarimai-rasantiems-kaip-rasyti-komentara.d?id=62850007>

¹⁷ <http://www.delfi.lt/video/aktualijos/pilietis-tv/patarimai-rasantiems-kaip-rasyti-komentara.d?id=62850007>

žmones – tokius, kaip dauguma skaitytojų (ne ekonomikos specialistus), kalbančius natūraliai ir laisvai. Gyvos ir laisvos kalbos pobūdis padeda būti suprastiems plataus skaitytojų rato ir išlaikyti specialisto autoritetą jų akyse.

Siekiant plačiau aptarti kokybinius nuomonės lyderių kalbų aspektus, verta prisiminti **bendruosius oratorinio stiliaus reikalavimus**: taisyklingumą, grynumą, aiškumą, paprastumą, glaustumą, gyvumą, tinkamumą ir estetiškumą (Koženiauskiene, 2001, 181–198).

Taisyklingumas siejamas su kalbos normomis, kurių ir sakytinėje, ir rašytinėje kalboje paprastai paisoma. Natūralu, kad jų paiso ir nuomonės lyderiai. Be to, naujienų portaluose dirba kalbos redaktoriai, todėl dažniausiai aptinkama tik vadinamųjų skubėjimo klaidų¹⁸. Jei pašnekovo kalba yra netaisyklinga, prieš publikuojant būtina daugiau laiko skirti redagavimui. Todėl, kaip teigia Romas Sakadolskis, žurnalistai dažniau renkasi pašnekovus, kalbančius normine kalba (2012, 146). Tikėtina, kad nuomonės lyderių populiarumui turi įtakos ir gebėjimas taisyklingai kalbėti ir rašyti. Kadangi tiriama rašytinė medžiaga, kurioje dominuoja taisyklinga kalba, taisyklingumo aspektas nebus tiriamas.

Vertinant kalbos grynumą, pastebimas svetimybų vengimas ir tarptautinių žodžių, kurie yra lietuvių kalbos žodyno dalis, vartojimas. Svetimybų tiriamuose nuomonės lyderių pasakymuose neaptikta, paprastai vartojami lietuviški atitikmenys arba lietuviški atitikmenys kartu su angliškais terminais, pavyzdžiui:

28) *Kainų kilimą Latvijoje turėjo „kaitinti“ ne tik sąnaudų spaudimo (angl. cost-push) kaip Lietuvoje, bet ir paklausos traukos (demand-pull) veiksnys.* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 04 22)

Pavyzdyje (28) skliausteliuose pateikiami angliški lietuviškų terminų atitikmenys. Taip siekiama patikslinti į lietuvių kalbą išverstus angliškus terminus. Gali būti, kad angliškai ekonomikos naujienas skaitantiems asmenims angliškas pasakymas bus aiškesnis nei lietuviškas. Kadangi tiriama nuomonės lyderių ekonomistų kalba, neišvengiami tokie tarptautiniai terminai kaip *investicija*, *infliacija*, *importas*, *eksportas* ir pan. Tačiau žiniasklaidoje, kitaip nei mokslinėje literatūroje, jų esama gerokai mažiau. Vartojant specialius terminus rizikuojama, kad dalis skaitytojų jų nesupras, todėl pastebima tendencija vartoti paprastesnius tarptautinių žodžių atitikmenis arba sudėtingesnius terminus pakomentuoti tekste, pavyzdžiui:

29) *Lietuvos BVP, tenkantis vienam šalies gyventojui, pernai net pralenkė Estijos. Kitaip sakant, vidutiniškai vienas lietuvis sukuria daugiau pridėtinės vertės nei estas.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 10 14)

30) *Per trumpą laikotarpį didelių proveržių tikėtis negalime, dar dauguma valstybių vykdo vadinamąsias fiskalinės konsolidacijos priemones, t. y. mažina biudžeto išlaidas, kai kuriais*

¹⁸ Skubėjimo klaidomis įprasta vadinti klaidas, padarytas ne dėl gramatikos neišmanymo, bet dėl skubėjimo.

atvejais didina mokesčius, o tai reiškia, kad bent jau šiemet vis dar išliks neigiamas poveikis BVP augimui. (N. Mačiulis, *lrt.lt*, 2013 05 20)

Pavyzdyje (29) pirma pasakomas ekonomikos terminais išreikštas teiginys. Antrame sakinyje paaiškinama – tas pats pasakoma kitais žodžiais. Pavyzdyje (30) presuponuojama, kad terminas „fiskalinės konsolidacijos priemonės“ gali būti ne visiems suprantamas, todėl po kablelio paaiškinama. Taip nuomonės lyderis apsidraudžia, kad jo pasakymas būtų aiškus daugiau ar mažiau ekonomikos terminus išmanantiems skaitytojams (klausytojams).

Kalbos aiškumas priklauso nuo gebėjimo pažinti savo auditoriją. Kaip teigia R. Koženiauskiene (2001, 189), „ar kalba aiški, ryškėja iš to, kaip kalbėtojas jaučia auditoriją, prisitaiko prie klausytojų mentaliteto“. Nors žiniasklaida aprėpia itin plačią auditoriją, ši susiskaido į mažesnes grupes pagal interesus ir skaito tik tam tikrose skiltyse („Verslas“, „Gyvenimas“, „Politika“ ir pan.) esančią informaciją. Tiriamų nuomonės lyderių kalbos dažniausiai aptinkamos skiltyje „Verslas“, kuriose skaitytojams yra aktualios ekonomikos (verslo) naujienos. Identifikavus savo skaitytoją nebūtina net supaprastinti kalbinės raiškos – tikėtina, kad jis supras net ir sudėtingesnius ekonomikos terminus. Kita vertus, vadinamasis pažinimas yra sąlyginis, nes skaitytojų yra daug, jie kinta, turi tarpusavio skirtumų, t. y. nors ir domisi tokia pačia žinių sritimi, skaitytojai turi skirtingas patirtis, nevienodą žinių bagažą. Todėl ir jų reakcija į vienokią ar kitokią informaciją, jos pateikimą bei interpretavimą gali skirtis. Dėl šios priežasties dažniausiai rašoma vadinamajam idealiajam (tos rubrikos) skaitytojui, t. y. „išsivaizduojamam konkrečiam skaitytojui, turinčiam tam tikrą skonį, vertybes ir nuostatas“ (Marcinkevičienė 2008, 60). Gebėjimas prisitaikyti prie skaitytojo mentaliteto ir pateisinti jo lūkesčius gali lemti tiek pačios kalbos (kaip raiškos priemonės), tiek kalbos tikslo (dažniausiai įtikinimo) sėkmę. Nuomonės lyderiai yra linkę ne tik prisitaikyti, bet ir susitapatinti su savo tiksline auditorija. Tai itin akivaizdžiai parodo kalbėjimas „mes“ vardu, pavyzdžiui:

31) *Jei norime gyventi kaip tikri europiečiai ir nebekelti klausimo, kodėl mūsų atlyginimai kelis kartus mažesni nei ES, turime atsisakyti ir progresą stabdančių inkarų bei liautis skirstyti investuotojus pagal jų kilmę, tautybę, rasę ar kitus subjektyvius kriterijus.* (N. Mačiulis, *Delfi.lt*, 2013 12 17)

32) *Mes jau matėme, kaip 2009 metais, kai labai pabrango litai ir gyventojų indėlių palūkanos siekė vos ne 10 procentų, tai įmokos už paskolas kai kuriems gyventojams padidėjo 30 procentų, kai kuriems ir 50 procentų. Todėl reikia suprasti, kad savyruojant ekonomikai, keisis ir įmokos. Aišku, palūkanos yra skaičiuojamos nuo paskolos likučio, tačiau jis taip greitai nemažėja, kaip norėtume.* (O. Bložienė, „Šiaulių naujienos“, 2013 02 05)

Pavyzdyje (31) „mes“ – tai lietuviai. Susitapatinus su skaitytojais apeliuojama į jų jausmus ir veiksmus: jei *norime* būti turtingesni, *turime atsisakyti* ir *liautis*. Jei būtų kalbama liepiamąja nuosaka ir kreipiamasi antruoju asmeniu, liepimas atrodytų įsakmus ir skatintų dvejoti jo efektyvumu. Tačiau kai teksto autorius agituoja kitus imtis tam tikrų veiksmų ir neišskiria savęs iš

kitų (ketina ir pats taip elgtis), liepimas tampa panašus į pasiūlymą, kuris naudingas visiems tautiečiams, autoriui – taip pat. Pavyzdyje (32) daugiskaitos pirmuoju asmeniu primenami praeities faktai, turintys įtakos dabarties įvykiams (*Todėl reikia suprasti, kad svyruojant ekonomikai, keisis ir įmokos*). Nors esama tikimybės, kad ne visi skaitytojai „matė“, pasakymu „mes jau matėme“ tarsi užtikrinama, kad tai tikrai vyko, todėl ir dabar vykstantys įmokų pasikeitimai yra tarsi dėsningas reiškinys. Taip pat autorė išreiškia mintį, kad ji, kaip ir visi kiti, norėtų, kad paskolos likutis greičiau mažėtų, tačiau taip nevyksta. Kalbėdama „mes“ vardu ji tarsi solidarizuojasi su paskolas turinčiais žmonėmis, o ne kalba kaip banko atstovė. Tikėtina, kad taip autorė siekia būti artimesnė (o kartu ir patikimesnė) auditorijai, kuriai kalba.

Kalbos paprastumas, kaip teigia R. Koženiausienė, glaudžiai susijęs su aiškumu (2001, 190). Kalbėti paprastai, pasak autorės, kalbėti išmintingai, populiariai, prieinamai tai kategorijai klausytojų, kuriai kalbama. Siekiant paprastumo rekomenduojama vengti sudėtingų terminų, įmantrių žodžių, nes jie gali būti klaidingai suprasti arba visai nesuprasti. Nuomonės lyderių sudėtingesni (dažnai tarptautiniai) ekonomikos terminai gali būti pateisinami tais atvejais, kai numanoma, kad skaitytojas turi pakankamai kompetencijos teisingai juos suprasti. Jei esama tinkamų lietuviškų atitikmenų, Valstybinė lietuvių kalbos komisija rekomenduoja vartoti lietuviškus. Vis dėlto, jei siūlomi lietuviški atitikmenys dar nėra pakankamai prigiję kalboje ir gali būti skaitytojų nesuprasti, siekiant aiškumo vertėtų pasirinkti labiau visuomenėje paplitusį žodį. Todėl, jei manoma, kad skaitytojas gali nesuprasti tarptautinio žodžio ar perkeltine reikšme išreikštos minties, geriau pasakyti tiesiogiai, pavyzdžiui:

33) *Neturiu iliuzijų – kvislingizmas¹⁹ Lietuvoje gyvuoja nuo pat valstybės įkūrimo ir, matyt, egzistuos dar ilgai.* (G. Nausėda, žurnalas „Valstybė“, 2013 11 06)

34) *Kas perkirs Gordijaus mazgą²⁰ energetikoje?* (V. Klyvienė, *Delfi.lt*, 2013 10 16)

Pavyzdyje (33) G. Nausėda sąvoką „kvislingizmas“ vartoja norėdamas akcentuoti lietuvių patriotiškumo stygių, tėvynės išdavimą. Vis dėlto šis istorinių žinių reikalaujantis terminas gali būti nesuprastas arba suprastas netiksliai. Pavyzdyje (34) minėdama „Gordijaus mazgą“ V. Klyvienė numano, kad jos skaitytojai supras šį metaforišką posakį, tačiau gali atsitikti ir kitaip. Taigi pasirinkdami intelektualesnį apibūdinimą kalbėtojai rizikuoja būti nesuprasti. „Lyderis su gerais sprendimais gali suteikti naudingos informacijos, išsklaidysiančios neaiškumus, o lyderis, kuris geba aiškiai komunikuoti, gali paskleisti pranešimą, suvienysiantį jo sekėjus bendram tikslui“ (Dewan,

¹⁹ *Kvislingizmas* [pagal Norvegijos fašistų veikėjo V. Kvislingo (Quisling), padėjusio vokiečiams okupuoti Norvegiją, pavardę] – bendrininkavimas su hitlerininkais (*Tarptautinių žodžių žodynas*, 1985, 281).

²⁰ *Gordijaus mazgas* – senovės graikų legenda susijusi su Aleksandru Makedoniečiu. Posakis dažnai vartojamas kaip metafora norint apibūdinti neišsprendžiamą, beviltišką problemą. „Perkirsti gordijaus mazgą“ reiškia surasti išeitį (dažnai drastišką) iš sudėtingos situacijos (Freeman 2012, 138–139).

Myatt, 2009, 1). Pasak Dewano ir Myatto, lyderio meistriškumas yra priimti tinkamus sprendimus ir aiškiai perteikti idėjas. Adresatai labiau domisi tais, kurie kalba jiems suprantama kalba (2009, 2).

Nuomonės lyderiai tiesiog privalo išdėstyti savo požiūrį glaustai, jų siunčiama žinia turi būti aiški ir trumpa. Kaip teigia Koženiauskiene, „Glaustumas yra oratoriaus gebėjimas atsirinkti tai, kas geriausia“ (Koženiauskiene 2001, 191). Šis oratorinio stiliaus reikalavimas itin svarbus žiniasklaidoje, kur jis įvardijamas kaip viena pagrindinių žinutės savybių (Mažylė, 2012, 171). Nepaisant šio kriterijaus (kartojantis, vartojant daug perteklinės leksikos, daugiažodžiaujant) rizikuojama nutolti nuo kalbos esmės ir atitolinti skaitytoją nuo norėtos perteikti minties. Nuomonės lyderių gebėjimas kalbėti glaustai gali lemti jų populiarumą, nes, kaip teigia Romas Sakadolskis, „jeigu šaltinį ketinama cituoti, tuomet tinkamiausias yra tas, kuris geba aiškiai, suprantamai, glaustai, įsimintinai išsakyti mintį“ (Sakadolskis, 2012, 146), pavyzdžiui:

35) *Biudžetas buvo patvirtintas su labai nedidelėmis korekcijomis, kuris buvo sudarytas dar senos Vyriausybės. Mes supratome, kad naujoji koalicija finansinei disciplinai teikia dėmesį ne tik žodžiais, bet ir darbais. Tai leido sumažinti deficito prognozę.* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 03 21)

36) *Aktyvesnis moterų įsiliejimas į darbo rinką sietinas ne tik su ekonomine recesija, lėmusia vyrų pajamų sumažėjimą bei nedarbo augimą, bet ir ekonomine šalies politika, skatinančia moteris dirbti. Kaip tokios politikos pavyzdžius galima įvardinti motinystės/tėvystės išmokų įstatymo pakeitimus 2011-aisiais, kurie sudarė galimybę antrais vaiko priežiūros atostogų metais tėvams ir dirbti, ir gauti pašalpą.* (O. Bložienė, Delfi.lt, 2013 03 08)

Pavyzdyje (35) Nausėda komentuoja SEB banko sumažintą viešųjų finansų deficito prognozę: pasako faktą (*biudžetas buvo patvirtintas*), aplinkybes (*su korekcijomis, sudarytas senos Vyriausybės*), deficito sumažinimo priežastis (*supratome, kad naujoji koalicija finansinei disciplinai teikia dėmesį ne tik žodžiais, bet ir darbais*). Šiame gana trumpame komentare – ir konkreti faktinė informacija, ir vaizdingas pasakymas: *teikia dėmesį ne tik žodžiais, bet ir darbais*. Kalbėtojas išduoda savo išankstinį požiūrį – manė, kad naujoji koalicija apie finansinę discipliną kalbėjo populistiskai, t. y. siekdama ne imtis konkrečių veiksmų, o įtikinti tautiečiams savo kalbomis. Taigi posakio autorius geba trumpai, aiškiai pateikti ir pakomentuoti faktus suteikdamas skaitytojams naujos informacijos ir išreiškdamas savo požiūrį į tai. Pavyzdyje (36) O. Bložienė, komentuodama aktyvesnį moterų įsiliejimą į darbo rinką, įvardija šio veiksnio priežastis ir pateikia pavyzdžių. Svarbiausia, tai pasako glaustai ir informatyviai. Dėl gebėjimo aiškiai, glaustai ir suprantamai reikšti mintis nuomonės lyderiai dažnai kalbinami žurnalistų. Žiniasklaidos atstovams, tikėtina, patogu gauti informacijos, kurią galima cituoti neabejojant, ar skaitytojais ją supras.

Nors gyva paprastai vadinama sakytinė kalba, gyvumas juntamas ir straipsnių tekstuose. Ir vienu, ir kitu atveju svarbiausias tikslas toks pat – įtikinti adresatą. Gyvumu itin pasižymi naujienų

portaluose skelbiami nuomonės lyderių pasakymai – citatos iš jų kalbų, pasakytų radijuje ar televizijoje (12 proc.). Tokiais atvejais negalima įvertinti vizualiai fiksuotinių oratoriaus savybių (gestikuliacijos, mimikos, išvaizdos ir pan.), tačiau laisvumas gali būti juntamas iš gana laisvos sintaksinės sakinių struktūros, pavyzdžiui:

37) *Mes įsivaizduojame, kad euro įvedimas yra, jeigu kalbant krepšinio terminais, kažkoks trijų metrų skersmens krepšinio lankas, į kurį kamuolį gali įmesti bet kada. Šiandien nenoriu, įmesiu rytoj... Bet juk taip nėra. Mes šiuo metu turime tikrai labai neblogas sąlygas patekti į euro zoną tiek dėl infliacijos, tiek dėl valstybės skolos, tiek dėl net biudžeto deficito, o rytoj nėra jokių garantijų, kad pasaulyje infliacija neišaugs, Europoje infliacija neišaugs, Lietuvoje infliacija neišaugs... Ji gali išaugti ir mums gali būti labai sunku į tą korsetą įsisprausti 2015 ar 2016 m.* (G. Nausėda, „Žinių radijo“ laida „Atviras pokalbis“, 2013 09 13)

38) *Žinot, ką padarė Estija ir ką būtinai turi padaryti Lietuva, tai pusę metų prieš įsivedant eurą kainos turi būti skelbiamos ir nacionaline valiuta, ir eurai, ir metus po įvedimo turi būti skelbiamos kainos tom pačiom valiutom, tai yra ir buvusią nacionalinę, ir eurai.* (N. Mačiulis, „Žinių radijo“ laida „Aktualusis interviu“, 2013 03 29)

Pavyzdyje (37) gyvumo kalbai teikia ir vaizdingas palyginimas iš krepšinio pasaulio, ir tariama tiesioginė kalba *Šiandien nenoriu, įmesiu rytoj...*, ir kalbėjimas „mes“ vardu, ir trinaris *ties, ties, ties* polisindetonas, kuriam ritmišką atsvarą teikia autoriaus mėgstama nuosekliai logiška gradacija: nuo pasaulio einama prie Europos, nuo Europos prie Lietuvos situacijos. Ritmiška kalba visada gyva, ritmiškumo jai teikia ir trinarė epifora, užverianti kiekvieną atskirą mintį. Kalbos gyvumas juntamas ir pavyzdyje (38) – jau pirmu žodžiu „žinot“ betarpiškai kreipiamasi į pašnekovus (klausytojus). Nors pateikta rašytinė citata, toks komunikavimo būdas kuria gyvo kalbėjimo įspūdį ir priartina skaitytojos prie kalbančiojo. Gyvumas taip pat neatsiejamas nuo intonacijos. Rašytiniuose tekstuose intonaciją perteikia skyrybos ženklai: daugtaškis (sakytinėje nutylėjimas), šauktukas, klaustukas. Daugtaškiu reiškiamas nutylėjimas gali paskatinti skaitytojus suabejoti, apsvarstyti prieš tai pasakytą mintį, pavyzdžiui:

39) *Kitaip tariant, gal reikia, bet gal ir ne, gal norim, bet gal ir ne... Tai mes taip nieko ir nepadaram: nei energetikos sistemoje, nei euro įvedime, nei kažkuriuose kitose srityse.* (G. Nausėda, „Žinių radijo“ laida „Atviras pokalbis“, 2013 09 13)

40) *Taigi šio kertinio valstybės pamatų akmens negali išmušti konjunktūriniai vėjai ar žmonių nusioyimas savimi ir bendruomene. Kita vertus, išklibinti gali...* (G. Nausėda, „Valstybė“, 2013 11 06)

Pavyzdyje (39) pirmuoju sakiniu Nausėda iliustruoja Lietuvos politikų nesugebėjimą apsispręsti dėl įsisenėjusių strateginių klausimų ir daugtaškiu skatina apie tai pamąstyti, po to apibendrina: *tai mes taip nieko ir nepadaram*. Keturis kartus pakartota abejonė „gal“ suteikia sakiniui ekspresyvumo,

todėl sakinio pabaigoje esanti pauzė kuria negalėjimo apsispręsti įspūdi. Kadangi kalbama ne apie buvusią, o apie esamą situaciją, problema atrodo dar aktualesnė. Pavyzdyje (40) daugtaškis skatina susimąstyti apie galimas pasekmes dėl žmonių nusivylimo savimi ir bendruomene. Tikėtina, kad pateikdamas argumentus, po to „duodamas laiko“ (pauzė, arba daugtaškis) juos apsvarstyti autorius gali paskatinti tam tikrus visuomenės veiksmus, turinčius įtakos bendrai elgsenai.

Šauktukas ekonomikos srities tekstuose nėra dažnas. Paprastai čia informacija perteikiama gana ramiai ir apgalvotai, keliami klausimai ir pateikiami atsakymai. Klaustukas, priešingai nei šauktukas, neretai vartojamas ir itin efektyviai bei įtaigiai veikia antraštėse, kuriomis ne tik trumpai apibendrinama straipsnyje pateikta informacija, bet ir skatinama perskaityti visą straipsnį, pavyzdžiui:

41) *Kodėl estų atlyginimai 50 proc. didesni nei lietuvių?* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 10 14)

42) *Ar akcijų rinkoje pučiasi naujas burbulas?* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 11 08)

43) *Ar lietuvių tautos savivertė nukeliaus į šiukšlyną?* (G. Nausėda, „Valstybė“, 2013 11 06)

Pavyzdyje (41) Mačiulis klausia, kodėl lietuvių kaimynų atlyginimai gerokai didesni, ir tuo, tikėtina, sudomina skaitytojus, kuriems tos priežastys įdomios. Pradėdamas straipsnį faktine informacija, patvirtinančia, kad estų atlyginimai iš tiesų didesni, ekonomikos specialistas tik pačioje pabaigoje atsako į antraštėje užduotą klausimą. Skaitytojai, norėdami sužinoti atsakymą, turi perskaityti (ar bent peržvelgti) visą straipsnį. Panaši teksto struktūra matyti ir pavyzdyje (42) – antraštėje užduodamas klausimas, paantraštėje patvirtinama, kad vadinamųjų burbulų akcijų rinkoje esama, toliau tekste dėstomi įvykiai bei pasvarstymai ir tik pabaigoje mėginama atsakyti į pradžioje užduotą klausimą. Beje, tiesiogiai neatsakoma, tik pasvarstoma: *finansų rinkose brangstantys aktyvai dažnai sukuria ir pakursto neracionalų lūkestį, kad augimas tęsis toliau ir pritraukia vis daugiau naujų pirkėjų, todėl kainų augimo lūkestis tampa savaiminio išsipildymo reiškiniu*. Tikėtina, kad tokie svarstymai skatina skaitytojus pačius atsakyti į užduotą klausimą, todėl gali būti, kad ir iš tiesioginio teksto autoriaus atsakymo nepasigendama. Kitaip nei prieš tai pateiktuose dviejuose pavyzdžiuose, pavyzdyje (43) tiesioginio atsakymo veikiausiai nesitikima. Čia metaforiškai kalbama apie tokį neapčiuopiamą dalyką kaip savivertė, todėl klausimą galima vertinti kaip retorinį. Tikėtina, kad skaitytojų susidomėjimą šiuo atveju kelia pats klausimo kėlimas – ką autorius turi omenyje? Kodėl taip mano? Taip pat netikėta, kad ekonomikos specialistas svarsto tarsi neįprasta – tautiškumo – tema. Kita vertus, tautiškumo specialistai neegzistuoja, bene kiekvienas turi savo nuomonę šia tema. O tie, kam Nausėda yra autoritetas, tikėtina, susidomės ir jo svarstymais, ir nebūtinai ekonomikos tema. Be to, jautri tema gali ne tik sudominti tuos, kurie ekonomika nesidomi, bet ir padėti atkreipti dėmesį į teksto autorių, ir taip didinti jo populiarumą. Žinoma, tai taikoma tais atvejais, kai aptariama kalba tinka kalbėtojui.

Kalbos tinkamumas R. Koženiauskiene apibūdinamas kaip žodinės raiškos ir turinio atitikimas. „Tinkama kalba – tai mintys ir žodžiai, tinkantys pačiam kalbėtojų, temai, klausytojams, laikui ir aplinkybėms“ (Koženiauskiene 2001, 195). Nuomonės lyderiai paprastai savo mintis perteikia tikslinei auditorijai, kurią daugiau ar mažiau žinodami geba prie jos prisitaikyti bei tenkinti jos poreikius. Be to, žiniasklaidoje jie paprastai kalba ekonomikos temomis, kurias puikiai išmano, arba aptaria kokių nors aktualijų ekonominius aspektus, pavyzdžiui:

44) *Vilniuje nuomos pajamingumas šiuo metu siekia 5,8 proc., – sako jis. – Už būsto paskolą mokamos palūkanos yra daug žemesnės, aišku, jos yra labai žemos dėl Europos centrinio banko labai žemų nustatytų bazinių palūkanų, jos amžinai tokios neišliks, galbūt tokios bus dar 2–3 metus, bet ateityje pakils. Vertinant nuomos pajamingumo rodiklį, dabar įsigijimo alternatyva yra patrauklesnė.* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 03 14)

45) *Pastarąsias keletą savaitių Lietuvos viešąją erdvę užplūdo straipsniai ir komentarai Rusijos valdžios veiksmų prieš mūsų šalies eksportuotojus klausimu. Nors beveik vieningai sutariama, kad konflikto šaknys – politinės, pasekmės yra ekonominės ir kol kas sunkiai išmatuojamos.* (G. Nausėda, Delfi.lt, 2013 10 22)

Pavyzdyje (44) Mačiulis teigia, kad pirkti būstą dabar yra naudingiau nei nuomotis. Savo nuomonę daugeliui aktualiu klausimu jis pagrindžia ekonominiais skaičiavimais. Kadangi Mačiulis banke dirbantis ekonomikos specialistas, tikėtina, jo nuomonė turi įtakos skaitytojų sprendimams būsto nuomos (pirkimo) klausimais, ypač kai kalbama apie finansinį aspektą. Pavyzdyje (45) Nausėda bene didžiausią to meto aktualiją – Rusijos valdžios apribojimus Lietuvos eksportuotojams – aptaria konkrečiu siauru (atitinkančiu jo profesinės kompetencijos ribas) aspektu. Nors iš pirmo žvilgsnio šis klausimas atrodo politinis, tačiau ekonomistas paaiškina, kodėl būtina į jį pažvelgti iš ekonominės perspektyvos: *Nors konflikto šaknys – politinės, pasekmės yra ekonominės.* Šiuo teiginiu Nausėda tarsi patvirtina, kad jam tinka kalbėti pasirinkta tema, kad ta tema jis gali suteikti skaitytojams naudingos informacijos.

Paskutinis oratorinio stiliaus reikalavimas – estetiškumas. Pasak R. Koženiauskiene, „kalba laikoma estetiška, kai ji sutvarkyta, kai joje yra viso to, ko reikia ir kas jai tinka, ir atsisakyta, ko nereikia ir kas netinka“ (2001, 197). Nuomonės lyderių tekstai (arba citatos) dažniausiai yra aiškinamojo, argumentacinio ir skatinamojo tipo, todėl juose retai nukrypstama nuo teksto informacinės struktūros žingsnių (problema – sprendimas – sprendimo pagrindimas – sprendimo įvertinimas (Marcinkevičienė, 2008, 48)), pavyzdžiui:

46) *Kaip reformuoti Lietuvos mokesčių sistemą? (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 04 05) <...> Pajamų apmokestinimas turėtų mažėti, nes gyventojų elgseną jis iškraipo labiau nei vartojimo ar turto mokesčiai. <...> Didelis darbo jėgos apmokestinimas verčia slėpti pajamas arba kraštutiniiais atvejais apskritai mėgautis bedarbio pašalpa. Per didelis vartojimo apmokestinimas gali skatinti*

neapskaitomą prekybą, kontrabandą arba gyventojų polinkį apsipirkti kaimyninėse šalyse. Per didelis kapitalo apmokestinimas gali slopinti įmonių investicijas, o dėl to lėčiau auga produktyvumas ir užimtumas bei kuriama mažiau naujų darbo vietų. <...> Tokia mokestinė sistema mažiausiai iškraipytų ekonominę elgseną ir didintų šalies konkurencingumą bei galimybes kurti gerai apmokamas darbo vietas.

47) *Kodėl Rusija nemėgsta Lietuvos eksportuotojų* (N. Mačiulis, Delfi.lt, 2013 09 19) <...> *Lietuva turi pasikliauti PPO ir Europos Komisijos vaidmeniu užtikrinant, kad Rusija nediskriminuos Lietuvos eksportuotojų. <...> Bet kokios Lietuvos sugalvotos ekonominės sankcijos didelės įtakos Rusijos ekonomikai neturėtų, bet suteiktų jai oficialų pretekstą rimtesniam ekonominiam karui. <...> Labiausiai tikėtina, kad kryptingos priemonės siekiant apriboti importą iš ES valstybės negalės tęstis ilgai, todėl apčiuopiamų ilgalaikių neigimų pasekmių Lietuvos ekonomikai jos neturės.*

Nors pavyzdyje (46) problema neįvardinta tiesiogiai, ji numatoma jau antraštėje (pirmame sakinyje) – jei keliamas klausimas, kaip reformuoti, vadinasi reforma reikalinga, taigi problema – ydinga Lietuvos mokesčių sistema. Tekste pateikiama aiški išeitis iš susiklosčiusios situacijos (*pajamų apmokestinimas turėtų mažėti, nes gyventojų elgseną jis iškraipo labiau nei vartojimo ar turto mokesčiai*) ir kodėl tai, autoriaus nuomone, tinkamiausias sprendimas (*Didelis darbo jėgos apmokestinimas verčia slėpti pajamas arba kraštutiniais atvejais apskritai mėgautis bedarbio pašalpa. Per didelis vartojimo apmokestinimas gali skatinti neapskaitomą prekybą, kontrabandą arba gyventojų polinkį apsipirkti kaimyninėse šalyse. Per didelis kapitalo apmokestinimas gali slopinti įmonių investicijas, o dėl to lėčiau auga produktyvumas ir užimtumas bei kuriama mažiau naujų darbo vietų.*). Atkreiptinas dėmesys, kad problema, jos sprendimas, pagrindimas ir įvertinimas (*Tokia mokestinė sistema mažiausiai iškraipytų ekonominę elgseną ir didintų šalies konkurencingumą bei galimybes kurti gerai apmokamas darbo vietas.*) pateikiami nuosekliai – šiame pavyzdyje problemos sprendimas pateikiamas straipsnio pabaigoje, prieš tai išvardijus pasvarstymus ir argumentuotus teiginius.

Pavyzdyje (47) problema taip pat užkoduota antraštėje – Rusija nemėgsta Lietuvos eksportuotojų. Kodėl taip manoma, pakomentuojama paantraštėje: Rusija apribojo prekių importą iš Lietuvos. Po to apsvarstomi galimi Rusijos motyvai ir kiti veiksmai ir galiausiai, straipsnio pabaigoje, pateikiamas galimas sprendimas (*Lietuva turi pasikliauti PPO ir Europos Komisijos vaidmeniu užtikrinant, kad Rusija nediskriminuos Lietuvos eksportuotojų.*), jo pagrindimas (*Bet kokios Lietuvos sugalvotos ekonominės sankcijos didelės įtakos Rusijos ekonomikai neturėtų, bet suteiktų jai oficialų pretekstą rimtesniam ekonominiam karui.*) bei įvertinimas (*Labiausiai tikėtina, kad kryptingos priemonės siekiant apriboti importą iš ES valstybės negalės tęstis ilgai, todėl apčiuopiamų ilgalaikių neigimų pasekmių Lietuvos ekonomikai jos neturės*). Taigi ne taip svarbu, kokia eilės tvarka pateikti teksto informacinės struktūros žingsniai, svarbu, kad jie būtų. Laikantis tokių rėmų ir kalbant

aiškiai bei glaustai galima tikėtis sklandaus informacinio turinio perdavimo skaitytojui. Jei skaitytojais supras tekstą, galbūt pritaris ir autoriaus pasiūlytiems sprendimo būdams.

Taigi, nuomonės lyderio kalbos ypatybės, pirmiausia, atitinka bendruosius oratorinio stiliaus reikalavimus:

- Taisyklingumą, siejamą su kalbos normomis, kurių nuomonės lyderiai paprastai paiso. Taisyklingai rašantieji įgyja naujienų portalų redakcijų palankumą, publikuoja daugiau savo parašytų straipsnių ir taip siekia didesnio populiarumo visuomenėje.
- Grynumą, kai pastebimas svetimybų vengimas ir tarptautinių žodžių vartojimas. Pastaruosius nuomonės lyderiai dažnai pakeičia lietuviškais atitikmenimis, jei ne – pakomentuoja tekste arba greta skliausteliuose pateikia terminus anglų kalba tuo apsidrausdami, kad daugiau ar mažiau ekonomikos terminus išmanantys skaitytojai (klausytojams) viską suprastų.
- Aiškumą, kurį lemia gebėjimas pažinti savo auditoriją. Tiriami nuomonės lyderiai kalbas dažniausiai skiria savo idealiesiems skaitytojams, kuriems aktualios ekonomikos (verslo) naujienos. Jie dažnai ne tik prisitaiko, bet ir siekia susitapatinti, priartėti prie savo tikslinės auditorijos (pavyzdžiui, vartodami įvardį „mes“), apeliuoja į skaitytojų jausmus.
- Paprastumą, glaudžiai susijusį su aiškumu. Jei manoma, kad skaitytojas gali nesuprasti tarptautinio žodžio ar perkeltine reikšme išreikštos minties, pasakoma tiesiogiai. Kita vertus, nors specialūs terminai gali būti ne visiems skaitytojams suprantami, tačiau juos vartodamas nuomonės lyderis presuponuoja, kad jo tikslinė auditorija supras tai, ką norima pasakyti.
- Glaustumą, gebėjimą atsirinkti tai, kas svarbiausia. Nuomonės lyderiai geba trumpai, aiškiai pateikti ir pakomentuoti faktus ne tik suteikdami skaitytojams naujos informacijos, bet ir pateikdami savo požiūrį į tai. Dėl gebėjimo aiškiai, glaustai ir suprantamai reikšti mintis jie yra dažnai kalbinami žurnalistų.
- Gyvumą, kuriuo itin pasižymi naujienų portaluose skelbiami nuomonės lyderių pasakymai – citatos iš jų kalbų, pasakytų radijuje ar televizijoje (tokių esama 12 proc.). Laisvumą nuomonės lyderių kalboms teikia sintaksiškai laisva sakinių konstrukcija, gyvumą – intonaciją perteikiantys skyrybos ženklai (daugtaškiai, klaustukai).
- Tinkamumą, raiškos ir turinio atitikimą, nes paprastai mintys perteikiamos tikslinei auditorijai prisitaikant bei tenkinant jos poreikius. Be to, žiniasklaidoje nuomonės lyderiai dažniausiai kalba ekonomikos temomis, kurias puikiai išmano, arba aptaria kokių nors aktualijų ekonominius aspektus.
- Estetiškumą, kuris pasireiškia minties ir jos raiškos darna. Be to, nuomonės lyderių tekstai dažniausiai yra aiškinamojo, argumentacinio ir skatinamojo tipo, todėl juose retai

nukrypstama ir nuo teksto informacinės struktūros žingsnių (problema – sprendimas – sprendimo pagrindimas – sprendimo įvertinimas).

Šie bendrieji oratorinio stiliaus reikalavimai vienas su kitu susiję, todėl tik visi kartu padeda nuomonės lyderiui sukurti įtaigų tekstą.

IŠVADOS

Pagrindinės nuomonės lyderio kalbos funkcijos yra išaiškinti, įrodyti ir įtikinti. Aiškinama dažnai pavyzdžiais, paaiškinimais bei įvardijant priežastis. Įrodyti dažniausiai mėginama argumentais kartu su samprotavimais ir pavyzdžiais. Nuomonės lyderių rašytuose straipsniuose vyrauja (65 proc.) indukcinio tipo argumentavimas, kai norint sužinoti atsakymą į antraštėje užduotą klausimą reikia perskaityti visą straipsnį. Mažiau populiarius (35 proc.) – dedukcinis tipas, kai ne mažiau nei apibendrinantis teiginys skaitytojus domina priežastys ir detalės. Įtikinti nuomonės lyderiams padeda ne tik individuali charizma, gebėjimas aiškiai komunikuoti bei asmeninis per tam tikrą laiką įgytas autoritetas visuomenėje, bet ir kalbos ypatybės.

Nuomonės lyderių kalbos ypatybės glaudžiai susijusios su bendraisiais oratorinio stiliaus reikalavimais: taisyklingumu, grynumu, aiškumu, paprastumu, glaustumu, gyvumu, tinkamumu ir estetiškumu. Taisyklingai rašydami nuomonės lyderiai įgyja naujienų portalų redakcijų palankumą, galimybę publikuoti daugiau savo parašytų straipsnių ir taip siekti didesnio populiarumo visuomenėje. Svetimybės ir tarptautinius žodžius pakeisdami paprastesniais lietuviškais atitikmenimis jie apsidraudžia, kad visi pasakymai bus suprantami daugiau ar mažiau ekonomikos terminus išmanantiems skaitytojams (klausotojams). Pažinę savo tikslinę auditoriją ekonomistai dažnai ne tik prisitaiko prie jos, bet ir susitapatina su ja, kad labiau priartėtų prie savo skaitytojų. Nuomonės lyderiai siekia kalbėti kuo paprastesne kalba, bet nevengia ir specialių terminų. Tikėtina, kad juos vartodami nuomonės lyderiai presuponuoja, kad jų tikslinė auditorija supras, kas norėta pasakyti. Dėl gebėjimo aiškiai, glaustai ir suprantamai reikšti mintis jie dažnai yra kalbinami žurnalistų. Gyvumu itin pasižymi naujienų portaluose skelbiami nuomonės lyderių pasakymai – citatos iš jų kalbų, pasakytų radijuje ar televizijoje. Tokios kalbos pasižymi laisvumu (kai nepaisoma griežtų sintaksės normų), gyvumu (kai intonacija perteikiama skyrybos ženklais). Daugeliu atvejų nuomonės lyderių kalbos atitinka oratorinio stiliaus reikalavimą tinkamumą, nes jie paprastai kalba temomis, kurias puikiai išmano, ir apeliuoja į auditoriją, kurią daugiau ar mažiau pažinodami geba prie jos prisitaikyti bei tenkinti jos poreikius. Ir galiausiai, nuomonės lyderių kalbas galima vadinti estetiškomis bent jau dėl jų aiškumo bei gebėjimo nenukrypti nuo teksto informacinės struktūros žingsnių (problema – sprendimas – sprendimo pagrindimas – sprendimo įvertinimas).

Literatūra

- Ambrazas Vytautas (red.) 2006, *Dabartinės lietuvių kalbos gramatika*, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
- Čiužaitė Giedrė, Andrius Gudauskas, Deimantas Jastramskis, Aurelija Juodytė, Mantas Martišius, Jolanta Mažylė, Žygyntas Pečiulis, Romas Sakadolskis 2012, *Medijos, žiniasklaida, žurnalistika tradicinėje ir tinklaveikos visuomenėje*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Dewan Torun, Myatt David P. 2009, On the Rhetorical Strategies of Leaders: Speaking Clearly, Standing Back, and Stepping Down, *Political Science and Political Economy Working Paper*, Department of Government, London School of Economics, Nr. 6.
- Entman Robert M. 1993, Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Fitzpatrick Owen 2013, *Charizmos pranašumas. Žavaus ir įtikinamo bendravimo menas*, Vilnius: Luceo.
- Freeman Philip 2012, *Aleksandras Makedonietis*, Vilnius: Tyto alba.
- Garbačiauskaitė-Budrienė Monika 2012, *Patarimai rašantiems: kaip rašyti komentarą? Delfi.tv*. <http://www.delfi.lt/video/aktualijos/pilietis-tv/patarimai-rasantiems-kaip-rasyti-komentara.d?id=62850007#ixzz3UjLGoarT>
- Richardson John E. 2005, *Key Concepts in Journalism Studies*, London: Sage.
- Katz James E. 1957, *The Two-Step of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis*, University of Pennsylvania.
- Koženiauskienė Regina 2001, *Retorika*, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
- Koženiauskienė Regina 2005, *Juridinė retorika*, Vilnius: VĮ Teisinės informacijos centras.
- Koženiauskienė Regina 2013, *Retorinė ir stilistinė publicistinių tekstų analizė*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Lazarsfeld Paul F., Bernard Berelson, Hazel Gaudet 1948, *The People's Choice*, New York: Columbia University Press.
- Legkauskas Visvaldas 2012, *Socialinė psichologija*, Vilnius: Vaga.
- Litvakas Michailas 2011, *Kaip sužinoti ir pakeisti likimą*, Vilnius: Luceo.
- LKŽ – Gertrūda Naktinienė (red.), *Lietuvių kalbos žodynas*, 1–20 (1941–2002): elektroninis variantas, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2005 (www.lkz.lt).
- Marcinkevičienė Rūta 2004, Užsakomųjų reklaminių straipsnių tarpasmeninės funkcijos raiška, *Respectus Philologicus* Nr. 6 (11), p. 56–63.
- Marcinkevičienė Rūta 2008, *Žanro ribos ir paribiai*, Vilnius: Versus Aureus.
- Scheufele Dietram A., Tewksbury David 2007, Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, *Journal of Communication*, no. 57, p. 9–20.

Zarefsky David 2011, *Oratorystės menas. Sėkmės strategijos*, Vilnius: Alma littera.

<http://www.delfi.lt/pilietis/naujienos/piliecio-zurnalistikos-mokykla-patarimai-rasantiems-kaip-rasyti-komentaravii.d?id=61156009#ixzz3UjO5jd28>

Gauta 2015 m. gegužės 20 d.

Priimta 2015 m. rugsėjo 10 d.

Diana Liepinytė-Kytrienė
Lietuvių kalbos katedra
Vilniaus universitetas
Universiteto g. 5, 01513 Vilnius, Lietuva
[diana.liepinyte@gmail.com]