

RŪTA ŠLEPIKIENĖ, NIJOLĖ LINKEVIČIENĖ

Vilniaus universitetas

AUTORIAUS IR SKAITYTOJO SANTYKIŲ RAIŠKA PUBLICISTINIO STILIAUS TEKSTUOSE: REDAKCINIŲ STRAIPSNIŲ KOKYBINĖ ANALIZĖ

1. Įvadas

Per pastaruosius keletą dešimtmečių pasaulio lingvistikoje išaugo susidomėjimas ne tik skelbiamomis naujomis idėjomis, mokslo teorijomis, politinių ir kitų visuomeninių reiškinių interpretacijomis, bet ir tuo, kaip jos pateikiamos. Todėl šalia įvairių teksto tyrimo aspektų atkreiptas dėmesys ir į autoriaus pozicijos raišką, jo kuriamą santykį su skaitytoju, nes šie dalykai daro nemažą įtaką paties teksto suvokimui, jo priimtinumui. Latouras (2002: 53–54) autoriaus vaidmenį kuriant tekstą yra palyginęs su talentingu dirigavimu orkestrui.

Nemaža reikšmingų tyrimų atlikta iš mokslinio diskurso srities – autoriaus pozicijos raiška analizuojama remiantis mandagumo teorija (Brown ir Levinson 1978; Meyers 1989), kaip metadiskurso dalis (Crismore ir Farnsworth 1990), kuriant autoriaus identiteto modelius (Ivanič 1998) ir vertinimo aspektus (Hunston ir Thompson 2003; Martin ir White 2005).

Gana išsamiai ištirta autoriaus pozicijos raiška asmeniniais įvardžiais anglų akademiniam diskurse (šiam straipsnyje remiamasi Šinkūnienės (2010) atlikta užsienio lingvistų darbų apžvalga). Tirti vienos šakos mokslininkų vartojami asmeniniai įvardžiai, pavyzdžiui, politikos mokslų (Harwood 2007), kalbininkų (Vladimirou 2007), arba kelių mokslo šakų (Kuo 1999; Hyland 2001, 2004, 2005; Harwood 2005). Atlikta lyginamųjų analizių – ištirta, kaip asmeninius įvardžius vartoja gimtakalbiai ir negimtakalbiai, pavyzdžiui, studentai, rašantys akademinis rašto darbus (Tang ir John 1999; Hyland 2002; Luzon 2009).

Paskelbta ir tarpkalbinių studijų, kurios atskleidžia ne tik tarpdalykines autoriaus identiteto ir pozicijos raiškos galimybes, bet ir kultūrinius aspektus. Pavyzdžiui, asmeninių įvardžių vartosenos lyginimas anglų, vokiečių, prancūzų, rusų ir bulgarų kalbų (Vassileva 1998), anglų ir ispanų kalbų (Martin Martin 2003; Mur-Duenas 2007), anglų, prancūzų ir norvegų kalbų (Breivega et al. 2002) akademinuose tekstuose.

Lietuvių kalboje asmuo gali būti reiškiamas žodžių junginiu – įvardžiu ir veiksmažodžio asmenuojamosiomis formomis, tačiau pastebėta, kad dviguba asmens raiška pasitaiko palyginti retai, siekiant specialiai ką pabrėžti, o dažniausiai asmenį žymi veiksmažodžio formos. Autoriaus pozicijos raiška asmeniniais įvardžiais lietuvių akademiniam diskurse pradėta tirti visai neseniai (Šinkūnienė 2010; Linkevičienė, Šinkūnienė 2012), atsiradus mokslo kalbos tekstynui CorALit (2011);

Šinkūnienė savo tyrimo reikmėms nedidelį tekstyną sudarė pati. Akademinių diskurso tekstynas kol kas nėra anotuotas, todėl ištirta tik autoriaus pozicijos raiška su asmeniniais įvardžiais.

Apie autoriaus tapatybę užsakomuosiuose reklaminiuose straipsniuose, kituose publicistiniuose tekstuose kalbama Marcinkevičienės (2004, 2008) darbuose.

Šio straipsnio **tikslas** yra išsamiau supažindinti akademinę visuomenę su autoriaus ir skaitytojo santykių raiška viename iš publicistinių žanrų – redakciniuose straipsniuose, įrodyti, kad tarpasmeninės teksto funkcijos raiška asmeniniais įvardžiais ir veiksmažodžio formomis nemažai priklauso nuo leidinio tipo ir jo paskirties. Šiuo tikslu preliminariam tyrimui buvo pasirinkta po vienuolika skirtingos tematikos 2010–2012 metų leidinių – dienraščio „Lietuvos rytas“ ir savaitinio žurnalo moterims „Moters savaitė“ – redakcinių straipsnių ir atlikta kokybinė reliacinės reikšmės analizė. Savaimė suprantama, dėl nedidelės tiriamų straipsnių imties atliktos analizės rezultatai nepretenduoja į kokius nors platesnius apibendrinimus, o tik parodo tendencijas, kur link gali pakrypti didesnės apimties ir išsamesni autoriaus raiškos tyrimai.

2. Reliacinė reikšmė

Pagal tarpasmeninės teksto funkcijos raišką yra skiriami du interakcinės reikšmės, arba tarpasmeninės funkcijos, tipai: *pozicinė* reikšmė (atsirandanti tarp teksto autoriaus ir jo aprašomojo dalyko) ir *reliacinė* reikšmė – rašytojo ir skaitytojo santykis (Stillar, Glenn 1998: 32).

Adresanto ir adresato santykį įprastai lemia tam tikri veiksniai: autoriaus pasirinkta pozicija, leidinio tipas ir tematika bei kalbinė adresanto raiška. Šie aspektai yra glaudžiai tarpusavyje susiję: rašytojo poziciją, t. y. kaip jis pateikia save skaitytojui: ar kaip visažinį, aukščiau esantį, todėl patariantį, konsultuojantį asmenį, ar kaip to paties lygio draugišką pašnekovą, su kuriuo nori ir gali dalintis savo patirtimi, lemia leidinio tipas. Nuo leidinio, suprantama, priklauso ir kas kartą vis kitokia autoriaus kalbinė raiška.

Adresanto ir adresato santykis ryškėja iš tekste vartojamų įvardžių, kreipinių, asmeninių veiksmažodžių, pasirinktų sakinių rūšių ir pan. Autoriaus tapatybę gali būti įvardijama įvardžiais *aš* ar *mes* arba slepiama beasmenėmis konstrukcijomis, neveikiamąja rūšimi, tai yra tomis kalbinės raiškos priemonėmis, kurios padeda kurti neegzistuojančio arba kolektyvinio autoriaus regimybę (Marcinkevičienė 2004: 59). Siekdamas susitapatinti su skaitytoju autorius paprastai renkasi daugiskaitos pirmąjį asmenį (*mes*) arba asmens raišką, išreikštą veiksmažodžio fleksija (pvz., *rašome*). Tokia kalbinė raiška kuria glaudų rašytojo ir skaitytojo santykį, naikina skirtingus socialinius vaidmenis. Kurti draugišką santykį su skaitytoju taip pat padeda ir autoriaus pasirinkto teksto tipas: oficialiesni tekstai paprastai būna vien informaciniai, objektyvūs, o tie, kuriuose matomas bendravimas su adresatu – informaciniai dialoginiai. Kitaip tariant, pastaruosiuose

tekstuose autorius siekia imituoti dialogą su savo skaitytoju ir tokiu būdu kuria artimą santykį. Visos šios teksto savybės atskleidžia požiūrį į idealų skaitytoją, rašytojo pastangas į jį atsižvelgti, su juo bendrauti. Kiekvieno rašytojo valia pasirinkti santykio su skaitytoju modelį, įsivaizduojamą lygiaverčių ar nelygiaverčių pašnekovų dialogą, o gal vien tik neutraliai perduodamą informaciją. Pastebima, jog didesnio poveikimo pasiekama suasmeninant tekstą ir kiek tik įmanoma priartinant jį prie dialogo, prie šnekamosios kalbos struktūros, vartojant trumpus įvairių tipų sakinius, klausimus, sušukimus (Marcinkevičienė 2004: 60). Reikia pasakyti, kad nesvarbu, koks tekstas būtų: subjektyvus ar objektyvus, jame visuomet galima aptikti rašytojo valios žymių ir nuomonės ženklų. Jei jie ir nėra įvardyti aiškiai, dažniausiai jaučiami iš to, kaip parašytas tekstas, kokie faktai ir kaip jie pateikti, kurie šaltiniai cituojami, kaip argumentuojama (Marcinkevičienė 2004: 61). Tai padeda suvokti, kaip autorius vertina ne tik aprašomuosius dalykus, bet ir patį adresatą. Anot Marcinkevičienės, adresanto pozicija visuomet yra kuriama ir kintanti, kartais galinti kisti net tame pačiame tekste (Marcinkevičienė 2008: 62).

Kurdamas tekstą, jo autorius visada prieš akis turi įsivaizduojamą skaitytoją, į kurį atsižvelgdamas ir pasirenka atitinkamą rašymo manierą, adresuoja tekstą tam tikram skaitytojui. Kitaip sakant, autorius savo tekstu konstruoja idealų skaitytoją, sau tolygų ar nelygiavertį, mažiau žinantį ir išmanantį pašnekovą.

Idealusis skaitytojas – tai specialiai kuriama įsivaizduojamo skaitytojo pozicija, padedanti autoriui lengviau konstruoti tekstą (McLoughlin 2000: 67–81.). Šiam skaitytojui priskiriamos tam tikros ypatybės, į kurias atsižvelgus ir yra kuriamas tekstas. Idealusis skaitytojas yra toks, kuris visiškai atitinka rašytojo įsivaizdavimą ir susitapatina su autoriaus jam skirta vieta ir vaidmeniu, t. y. susirūpina dėl aprašomų problemų, supranta, ką rašytojas norėjo pasakyti, ir visiškai pasiduoda jo įtaigai: neprieštarauja, neprotestuota, neieško priekabių ir net nemąsto kritiškai (Marcinkevičienė 2004: 58). Autorė teigia, jog bet koks tekstas visuomet turi idealų skaitytoją – tam tikros socialinės klasės, amžiaus, lyties, išsilavinimo, etniškumo, tam tikrų pažiūrų ir nusiteikimo kalbamąja tema atstovą (Marcinkevičienė 2008: 64). Teigiama, kad jei idealusis skaitytojas sutampa su realiuoju, tai rašytojui pavyko, jo tikslas pasiektas, o jei ne – autoriaus mintys sunkiai pasieks skaitytoją. Neįsivaizduojant auditorijos, teksto autoriui labai sunku nuspręsti, ką įtraukti į tekstą, o ką palikti už jo ribų, todėl ir manoma, kad kiekviename sakinyje esama idealaus skaitytojo atspindžių (Coulthard 1994: 4–5).

Mokslinėje literatūroje taip pat teigiama, kad įtakos adresanto ir adresato santykio formavimui turi ir žanro galia. Anot Marcinkevičienės, net ne rašytojas, o diskursas ir žanras lemia abiejų dalyvių vietą bei paskirtį. Pasirinkus žanrą, juo iš anksto, nepriklausomai nuo rašytojo ir skaitytojo valios, konstruojama tarpasmeninė teksto reikšmė (Marcinkevičienė 2008, 64). Taigi analizuojant

redakcinius straipsnius taip pat galima daryti prielaidą, kad pats žanras lemia tam tikrą autorių pozicijos raišką, adresanto ir adresato santykį bei rašomų tekstų paskirtį. Redakcinis straipsnis – tai autoriaus kreipimasis į leidinio skaitytoją. Pagrindinė šių straipsnių funkcija, anot Marcinkevičienės, – siekti įtikinti skaitytoją ir formuoti jo nuomonę.

3. Redakcinių straipsnių tyrimas

Atliekant pasirinktų leidinių redakcinių straipsnių analizę, pastebėta, kad adresanto raiška skirtinguose leidiniuose yra nevienoda. Kaip minėta anksčiau, skirtinga leidinių tematika visuomet lemia skirtingą skaitytojų auditoriją, savitą autoriaus pozicijos raišką ir kas kartą kitokius adresanto ir adresato santykius. Taigi toliau atskirai aptarsime „Lietuvos ryto“ ir „Moters savaitės“ redakcinius straipsnius.

Tirtuose „Lietuvos ryto“ redakciniuose straipsniuose autorius paprastai nepasirašo arba pasirašo slapyvardžiu Apžvalgininkas ir tokiu būdu leidžia sau išlaikyti tam tikrą atstumą bei neprisiimti atsakomybės už pasakytą žodį. Tačiau, žinant faktą, kad redakcinius straipsnius dažniausiai rašo vyriausieji redaktoriai, galima daryti prielaidą, jog slapyvardžiu pasirašinėjantis asmuo iki 2011 m. spalio 21 d. buvo „Lietuvos ryto“ vyriausiasis redaktorius Rimvydas Valatka. Tiesa, reikia pasakyti, kad net ir perdavęs vyriausiojo redaktoriaus pareigas Gedvydui Vainauskui, R. Valatka dar apie pusmetį rašė redakcinius straipsnius. Šis jis dažniausiai pateikdavo kaip konkrečios dalykinės srities žinovą arba visažinį. Atliekant tyrimą pastebėta, kad autoriaus santykis su skaitytojais 2010–2012 m. redakciniuose „Lietuvos ryto“ straipsniuose kiek kito. 2010–2011 m. adresantas žymiai dažniau siekdavo susitapatinti su adresatu, rinkosi veiksmažodžio fleksijomis išreikštą daugiskaitos pirmąjį asmenį arba junginius su įvardžiu mes, kitas šio įvardžio formas (*mūsų, mus*). Pvz.:

- (1) *Sausio 13-ąją mūsų tautos žmonių krauju aplaistyta laisvė yra tik sąlyga, kuria pasinaudoję galime kurti geresnį gyvenimą arba nusišalinti nuo jo kūrimo manydami, kad tai už mus padarys kokie nors „gelbėtojai“, lengva dalies mūsų balsuotojų ranka vis išsviedžiami į valdžią.* („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (96074), 2011 m. sausio 15 d.)
- (2) *Tokie mūsų rinktos valdžios prioritetai: valdiškiems užkampių muziejukams – viskas, kultūrai ir istorijai – tik špyga taukuota.* („Lietuvos rytas“ Nr. 294 (6058), 2010 m. gruodžio 23 d.)
- (3) *Po trijų dienų minėsime ir liūdnas naktinio mokesčių perversmo, kurį įvykdė A. Kubiliaus vadovaujami konservatoriai, abiem liberalų partijoms*

nuolankiai linksint galva, metines. („Lietuvos rytas“ Nr. 288 (5750), 2009 m. gruodžio 12 d.)

(4) **Žiūrīm, ką turim.** *Sausį Vilniuje šildymo kaina siekė 29,23 cento, šį mėnesį – 29,65 cento už kilovatvalandę.* („Lietuvos rytas“ Nr. 44 (6407), 2012 m. vasario 23 d.)

(5) *Aišku ir tai, kad tikėti ar abejoti mūsų šalies ateitimi yra kiekvieno iš mūsų laisvo apsisprendimo reikalas.* („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (6074), 2011 m. sausio 15 d.)

(1), (3), (4) pavyzdžiuose matome veiksmažodžio fleksijomis išreikštą daugiskaitos pirmąjį asmenį, (2) ir (5) – inkliuzyvinę įvardžio *mes* formų vartoseną. Tokia kalbinė autoriaus pozicija kuria glaudų santykį su leidinio adresatu. Skaitytojas jaučiasi dalyvaujantis diskusijoje, esantis svarbus, taip kuriama bendrumo atmosfera. Ši autoriaus pasirinkta kalbinė raiška yra itin įtaigi ir įtraukianti skaitytoją, taigi yra ypač tinkama redakciniams „Lietuvos ryto“ straipsniams, nes jie, kaip žinia, yra skirti visuomeniškai, kritiškai mąstančiai auditorijai. Anot van Dijko, „kalboje yra nedaug žodžių, turinčių tokį ideologinį ir socialinį užtaisą, kaip paprastas žodelis *mes*“ (1988: 203). Pastebėta, kad redakciniuose „Lietuvos ryto“ straipsniuose dažniau renkama veiksmažodžio fleksijomis reiškiamą daugiskaitos pirmąjį asmenį, be įvardžio *mes*. Galbūt tai lemia leidinio tipas ir paskirtis. „Lietuvos ryto“ straipsniai yra ypatingi tuo, kad turi būti įtaigūs, bet kartu neprarasti ir populiariausio Lietuvos dienraščio oficialumo. Būtent dėl šios priežasties šiuose straipsniuose neaptinkama veiksmažodžių vienaskaitos pirmojo asmens ar įvardžio *aš* vartosenos.

Redakciniai savaitinio žurnalo „Moters savaitė“ straipsniai taip pat priklauso nenaratyviųjų tekstų tipui. Tačiau tarpasmeninės funkcijos raiška juose gerokai skiriasi. Vienas iš esminių skirtumų – poveikio apeliacinės funkcijos raiška. „Lietuvos ryto“ redakciniuose straipsniuose autorius apeliuoja ne tik į žmogaus jausmus, bet ir į protą: skatina kritiškai vertinti situaciją, mąstyti, būti aktyviu Lietuvos piliečiu, siekia ne tik paveikti, bet ir informuoti savo skaitytoją. Tuo tarpu „Moters savaitėje“ apeliuojama tik į jausmus ir su jais susijusią emocinę skaitytojo būseną, vadovaujama posakiu: kaip jautiesi, taip ir gyveni. Šiuose straipsniuose beveik nėra informavimo funkcijos, tik apeliacinė. Svarbu paminėti ir tai, kad minėtuose redakciniuose straipsniuose skiriasi pats apeliacinis poveikis: „Lietuvos ryte“ nuolat jaučiamas negatyvumas ir pesimistinis požiūris, o „Moters savaitės“ redakciniuose straipsniuose priešingai – daug optimistinių idėjų ir pozityvumo.

Savaitraščio adresatas – moteris. Tai akivaizdžiai rodo ne tik žurnalo straipsnių temos, bet ir leidinio pavadinimas *Moters savaitė* bei aiškiai įvardytas kreipinys redakcinėje skiltyje *Mielos skaitytojos*. Kitaip nei „Lietuvos ryte“, autorė čia savęs nepateikia kaip konkrečios dalykinės srities žinovės ar visažinės. Ji lygiai tokia pati kaip ir jos straipsnio skaitytojos, puikiai išmano visas

moteris kamuojančias problemas bei visus joms rūpimus klausimus. Autorė nekuria jokios socialinės skirties, o kaip tik stengiasi priartėti ir susitapatinti su savaitraščio skaitytojomis. Še visuomet pateikia kaip draugę, kuri su savo skaitytojomis gali dalytis patirtimi bei naudingais patarimais, siekia kuo artimesnio bendravimo. Tai, N. Faircougho terminais sakant, *sintetinė personalizacija*, kuri dažniausiai yra įgyvendinama kalbinėmis raiškos priemonėmis simuliuojant dialogą (Marcinkevičienė 2004: 209). Svarbu paminėti tai, kad kitaip nei dienraštyje „Lietuvos rytas“, „Moters savaitės“ redakcinių straipsnių autorės visuomet pasirašo ir save identifikuoja. Tiesa, visuomet prisistato tik vardu, pvz.: *Ieva, Loreta, Snieguolė*, tuo parodydamos glaudų ir artimą ryšį su skaitytoju, vengdamos oficialumo. Reikia paminėti, kad nors „Lietuvos ryto“ ir „Moters savaitės“ redakciniuose straipsniuose įprasta vartoti daugiskaitos pirmąjį asmenį ir tokiu būdu susitapatinti su savo skaitytoju, pats santykis su adresatu leidiniuose skiriasi. „Moters savaitės“ straipsniuose jis yra kur kas artimesnis ir glaudesnis, o „Lietuvos ryte“ – tai tik veiksminga kalbinė priemonė, padedanti kurti bendrumą siekiant įtaigos. Artimesnį adresanto ir adresato santykį „Moters savaitės“ straipsniuose rodo ne tik daugiskaitos, bet ir ne ką rečiau vartojamas vienaskaitos pirmasis asmuo. Pvz.:

- (6) *Būna nubudimų, kai **džiaugiamės**, kiek daug **galėsime** nuveikti šiandien, ir **šiepdamos** dantis galvoje energingai **dėliojame** sąrašus, kad viską **spėtume** laiku.* („Moters savaitė“ Nr. 1 (424), 2011 m. sausio 11–17 d.)
- (7) *Kita vertus, gal ir gerai, kad net **nuėjusios** nusipirkti duonos ir obuolių, jau **girdime** amžinąsias kalėdines melodijas ir **matome** šventinę atributiką. Pamažu ja **patikime**, **pradedame** rinktis dovanas ir dekoracijas, o gruodžio viduryje jau **būname** **prisirovijusios** prekybininkus kalėdiniu „užsidegimu“.* („Moters savaitė“ Nr. 45 (419), 2010 11 30–12 06)
- (8) *Kiemsargio gyvenimo būdą išduoda pamėlusi nosis ir išvaizda, bet **aš** kuo maloniausiai **kreipiuosiu** į tą poną: „Atsiprašau, gal galėtumėte ir šituos kelis metrus smėliu pabarstyti – labai jau čia slidu...“* („Moters savaitė“ Nr. 7 (381), 2010 m. kovo 2–8 d.)
- (9) ***Patvirtinu** tai asmeniniu potyriu – kartą **perskaičiau** to paties Johno Gray knygoje du puslapius apie meditaciją, įdomumo dėlei čia pat su knyga patogiai **įsitaisiau** ir iškart **pasinėriau** į savotišką būseną.* („Moters savaitė“ Nr. 38 (511), 2012 m. spalio 2–8 d.)

Pavyzdžiuose paryškintos daugiskaitos ir vienaskaitos pirmojo asmens formos. Daugiskaitos pirmojo asmens vartojimas (6 ir 7 pavyzdys) padeda adresantui susitapatinti su savo skaitytojais, jausti bendrumą, o vienaskaitos – rodo dar artimesnį santykį, kai nevengiama prisiimti atsakomybės už ištartą žodį bei dalijamasi asmenine patirtimi (8 ir 9 pavyzdys).

Tiriant dienraščio „Lietuvos rytas“ straipsnius pastebėta, kad dažnai daugiskaitos pirmasis asmuo yra vartojamas siekiant ne vien susitapatinti su adresatu, bet ir norint įtaigiau perteikti savo subjektyvią nuomonę. Pvz.:

- (10) **Nesiimsime** spręsti, ar tie rėksniai, kurie naudojasi 1991-ųjų sausį apginta valstybės laisve, kuri reiškia ir laisvę laisvai reikšti savo nuomonę, tikrai tada buvo prie televizijos bokšto, Lietuvos televizijos pastato ir supo gyvu žiedu Aukščiausiąją Tarybą. („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (6074), 2011 m. sausio 15 d.)
- (11) *Kažkam atrodo, kad to per mažai? Pamiršome*, kad dar prieš kokius 23 metus apie tokius dalykus net svajoti mažai kas Lietuvoje drįso. („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (6074), 2011 m. sausio 15 d.)
- (12) Tokius pavyzdžius **galėjome** stebėti ir šiomis dienomis – kai paaiškėjo, kad į korupcijos pelkę įklimpęs buvęs Radviliškio karaliukas konservatorius A. Čepononis ir jo parankiniai gyvena puikiai. („Lietuvos rytas“ Nr. 149 (6512), 2012 m. birželio 27 d.)

Pateiktuose pavyzdžiuose vartojamos veiksmazodžių daugiskaitos pirmojo asmens formos leidžia autoriui neprisiimti atsakomybės už pasakytą žodį ir tokiu būdu kuria objektyvaus teksto įspūdį. Akivaizdu, kad pasirinkęs tokią kalbinę raišką autorius nesiekia susitapatinti su savo adresatu, o nori išreikšti subjektyvią nuomonę kalbamųjų dalykų atžvilgiu. Tokiais atvejais dažnai koreliuoja pozicinė ir reliacinė reikšmės, t. y. tekste regimas ne tik adresanto ir adresato santykis, bet ir autoriaus kalbinėmis priemonėmis perteikiamas vertinimas. (10), (12) pavyzdžiuose bei kitur taip pat matyti autoriaus nuomonės ženklų, išreikštų skirtingais vertinamaisiais žodžiais: *rėksniai; į korupcijos pelkę įklimpęs; Radviliškio karaliukas; Čepononis ir jo parankiniai; neapsiėjo be viskuo nepatenkintų zirzlių choro rypavimų ar net spygavimo*. Įvairios metaforos, vaizdingi palyginimai, posakiai ir epitetai visada perteikia vienokį ar kitokį autoriaus vertinimą ir požiūrį į aprašomus dalykus.

Toliau analizuojant daugiskaitos pirmojo asmens vartoseną redakciniuose straipsniuose, atkreiptinas dėmesys į tai, kad skiriami du pagrindiniai semantiniai įvardžio *mes* tipai: ekskliuzyvinis *mes* (kalbėtojas ir kiti, neįskaitant adresato) ir inkliuzyvinis *mes* (kalbėtojas ir kiti, įskaitant adresatą) (Linkevičienė, Šinkūnienė 2012: 89). Tiesa, kartais gali pasitaikyti ir įvardžio *mes* dviprasmybė, tuomet tenka pasikliauti konteksto ir situacijos interpretacija arba palikti nuspręsti adresatui, kokia tiksli *mes* reikšmė (Biber *et al.* 1999: 329). Autoriaus pirminė intencija nebūtinai turi sutapti su skaitytojo interpretacija. Juolab kad, kaip pažymi Harwoodas (2007: 28), įvardžių vartoseną pragmatiniu požiūriu gali būti daugiafunkcė, t. y. įvardis gali būti vartojamas turint ne vieną, o kelis tikslus. Prieš tai minėtuose (1), (2), (5) pavyzdžiuose matome inkliuzyvinę

mes formos vartoseną (*mūsų tautos žmonių; mus; mūsų balsuotojų; ne vienam iš mūsų; mūsų šalies; kiekvieno iš mūsų*). Iš pavyzdžių suvokiame, kad taip kalbėdamas autorius omenyje turi ir save, ir skaitytoją. Jis sąmoningai renkasi inkliuzyvinį *mes*, norėdamas įtraukti skaitytoją į diskusiją ir taip užsitikrinti jo pritarimą ir palaikymą. Šis semantinis įvardžio *mes* tipas yra dažnesnis nei ekskliuzyvinis tiek redakciniuose „Lietuvos ryto“, tiek ir „Moters savaitės“ straipsniuose. Tačiau rasta ir tokių pavyzdžių:

(13) Šiandien minėdami dienraščio dvidešimtmetį ir aiškiai suvokdami, kad šalyje yra daugybė žmonių, kurie džiūgautų, jei „Lietuvos rytas“ nebūtų sulaukęs 20-ojo gimtadienio, **pabrėžiame**: „**Mes tuo didžiuojamės!**“. („Lietuvos rytas“ Nr. 302 (5764), 2010 m. sausio 3 d.)

(14) Šią savaitę baigiasi mūsų žurnalo „Kavos pertraukėlės“ konkursas – kitame „Moters savaitės“ numeryje **skelbsime**, kas laimėjo kavos virimo aparatą. **Mes jau žvilgčiojame** į dideliausią krūvą laiškų ir nekantriai **laukiame**, kada **rinksime** nugalėtoją: net **užuodžiame**, kaip skaniai jos ar jo namuose **kvėpia kava**. („Moters savaitė“ Nr. 31 (504), 2012 m. rugpjūčio 14–20 d.)

(15) *Beje, apie greitėjantį laiką šiame numeryje parengėme nemenką straipsnį, pasidomėkite*. („Moters savaitė“ Nr. 38 (511), 2012 m. spalio 2–8 d.)

Pavyzdžiuose paryškintos ekskliuzyvinės *mes* formos. Beveik visos jos (išskyrus dalį 13 pavyzdžio, pasakymą „*Mes tuo didžiuojamės!*“) yra išreikštos tik veiksmažodžių fleksijomis, be įvardžio. Akivaizdu, kad vartodami daugiskaitos pirmąjį asmenį, autoriai omenyje turi save ir „Lietuvos ryto“ arba „Moters savaitės“ kolektyvo narius, bet ne save ir adresatą. (15) pavyzdyje, pabaigoje, pavartota daugiskaitos antrojo asmens forma *pasidomėkite*. Analizuojant autorių pozicijos raišką ir adresanto ir adresato santykį būtina atkreipti dėmesį į tai, kaip autorius kreipiasi į savo adresatą, kokią asmeninę formą renkasi. Ši forma padeda suvokti, koks tai santykis – oficialus ar familiarus, taip pat šia forma dažnai įvardijama tiksli auditorija, kam yra skirtas tekstas.

„Lietuvos ryto“ redakciniams straipsniams yra būdinga oficialesnė autoriaus pozicijos raiška, nėra lyties skirties. Pastebėta, kad autorius apskritai vengia kreiptis į savo skaitytojus, dažniausiai tiesiog bando juos sudominti ir įtraukti į diskusiją. Tačiau, žinoma, randama pavyzdžių, kai adresantas į savo skaitytojus kreipiasi vartodamas daugiskaitos antrąjį asmenį. Pvz.:

(16) *Laikraštis, kurį dabar laikote savo rankose, užbaigia 19-uosius gyvenimo metus – rytoj sukaks 20 metų nuo „Lietuvos ryto“ gimimo*. („Lietuvos rytas“ Nr. 302 (5754), 2010 m. sausio 3 d.)

(17) *Su artėjančiomis šventomis Kalėdomis, **mieli skaitytojai!** Teužlieja Kalėdų šviesa kiekvieno jūsų namus ir gyvenimus.* („Lietuvos rytas“ Nr. 294 (6058), 2010 m. gruodžio 23–27 d.)

(18) ***Išsigandote?** Ne, tai ne apie Lietuvą.* („Lietuvos rytas“ Nr. 255 (6618), 2012 m. spalio 31 d.)

Kreipimasis į savo skaitytoją vartojant antrąjį daugiskaitos asmenį imituoja dialogą ir įtraukia adresatą į diskusiją. Tai padeda kurti santykį su skaitytoju, tačiau kartu išlaiko ir deramą oficialumą.

(17) pavyzdyje pavartotas kreipinys *Mieli skaitytojai*, kuris rodo, jog „Lietuvos ryto“ redakciniuose straipsniuose, kaip minėta anksčiau, nėra lyties skirties. Tuo tarpu visi „Moters savaitės“ redakciniai straipsniai yra pradedami aiškią lyties skirtį rodančiu kreipiniu *Mielos skaitytojos*, kuris įvardija savaitraščio adresatą – moterį. Taip pat pastebėta, kad absoliučiai visuose straipsniuose yra nuolat kreipiamasi į savo skaitytoją vartojant daugiskaitos antrąjį asmenį.

Pvz.:

(19) *Jei **įsimylėsite**, **galite** tikėtis gražaus abipusio ryšio. Jei jau **mylite**, atsiskleis visas šio jausmo grožis.* („Moters savaitė“ Nr. 1 (375), 2010 m. sausio 12–18 d.)

(20) *Žinoma, jei visą gyvenimą **manėte**, kad tai, ką **darote**, yra tikriausias pašaukimas ir vieną dieną **nubudote**, praradusi bet kokią įkvėpimą tęsti veiklą, trupinio gyvenimo džiaugsmo gali ir nepakakti, kad **atsistotumėte** ant kojų.* („Moters savaitė“ Nr. 1 (424), 2011 m. sausio 11–17 d.)

Iš pavyzdžiuose pavartotų daugiskaitos antrojo asmens formų matyti, kad jomis kuriamas autoriaus santykis su skaitytoju, siekiama įtraukti jį į diskursą kaip lygiavertį narį (Hyland 2005: 53–54). Taigi daugiskaitos antrojo asmens vartoseną dažnai padeda imituoti pokalbį. Pastebėta, jog tai yra būdinga tiek „Lietuvos ryto“, tiek „Moters savaitės“ straipsniams. Tiesa, pastariesiems šiek tiek labiau. Tačiau, ko gero, galima daryti išvadą, jog tai yra susiję su pačiu redakcinio straipsnio žanru ir viena iš pagrindinių jo funkcijų – sudominti, prisijaukinti savo skaitytoją. Keli iš „Lietuvos ryte“ rastų imitacinio dialogo pavyzdžių:

(21) *Du trečdaliai skaitytojų pritarė šiai nuomonei. Tačiau ar iš tikrųjų jie gilinosi į esmę? Ar susituokusios šeimos bus stipresnės ir nesiskirs? Ar pakeitus apibrėžimą šeimose suklestės meilė ir neliks smurto? Ar padidės gimstamumas?* („Lietuvos rytas“ Nr. 108 (6471), 2012 m. gegužės 10 d.)

(22) *Ar galima tikėtis, kad V. Telyčėną pakeis geresnis pareigūnas? – Būtų puiku, bet pakeitus prokuratūros vadovus ten jau nėra kam susigaudyti net*

kokių įstatymų institucija turi vadovautis. („Lietuvos rytas“ Nr. 38 (6100), 2011 m. vasario 15 d.)

(23) *Ar tai jau reiškia darbo nerandančių žmonių, kurių skaičius vėl šoktelėjo iki 313 tūkstančių, kančių pabaigą? Tikrai ne.* („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (6074), 2011 m. sausio 15 d.)

Iš pavyzdžių galima matyti, kaip autorius kuria dialogą su skaitytoju ir įtraukia jį į diskursą: pateikia klausimą ir atsakymą arba užduoda retorinius klausimus ir tokiu būdu skatina kritiškai mąstyti.

Atliekant kokybinę analizę pastebėta, kad „Moters savaitės“ redakciniuose straipsniuose imitacinio dialogo formą renkama dažniau nei „Lietuvos ryte“. Taigi daugiau aptinkama tiek kreipimūsi į savo skaitytoją antruoju daugiskaitos asmeniu, tiek imitacinio dialogo apraiškų. Pvz.:

(24) **Galite** įsivaizduoti tokią situaciją: smagiame vakarėlyje per patį įkarštį **pastebite**, kaip prie jūsų sutuoktinio siūbuodama klubais prisišvartuoja“ *įžūli moteriškė ir išsiveda jūsiškį šokti lėto šokio. Kaip, apimta pavydo, jūs elgsitės?* („Moters savaitė“ Nr. 4 (378), 2010 m. vasario 2–8 d.)

(25) **Nesisiūkite** ir **jūs** naujų suknelių, mielosios. **Nepirkite** dar vienų aukštakulnių, ilgaaulių, dar vienos mažos juodos suknutės. („Moters savaitė“ Nr. 3 (377), 2010 m. sausio 26–vasario 1 d.)

(26) *Smagu tai girdėti, matyti. Bet ar **ryžtumėtės** kaip nors panašiai pasielgti **jūs**? Drąsos jums ten, kur reikia, ir atsargumo ten, kur jis privalomas.* („Moters savaitė“ Nr. 17 (491), 2012 m. gegužės 8–14 d.)

Nors į skaitytoją ištraukose kreipiamasi daugiskaitos antruoju (*galite, pastebite, jūsų, jūs, elgsitės, nesisiūkite, nepirkite, ryžtumėtės*), o ne pirmuoju asmeniu, teksto autorė vis tiek susitapatina su skaitytojomis, jaučiasi esanti tarp jų. Tai rodo kreipimūsi į savo skaitytoją, pokalbio palaikymą. Pristatoma aktuali auditorijai situacija, o vėliau žurnalo skaitytojoms dar užduodamas ir klausimas. Taip imituojamas pokalbis. Straipsnio tikslas – tapti skaitytojų draugu. Veiksmažodžiai *nesisiūkite, nepirkite* (25) pavyzdyje yra antrojo asmens ir kartu liepiamosios nuosakos formos, tačiau šiuo atveju tai nėra liepimas. Tai labiau prašymas ar net draugiškas pasiūlymas, kuriuo taip pat išlaikomas artimas autoriaus ir skaitytojo ryšys. Atliekant analizę buvo rasta ir vienaskaitinių formų. Pvz.:

(27) *Bet nieko **nepadarysi**: kovotojos su negerovėmis įvaizdis šalies vadovei daug svarbesnis.* („Lietuvos rytas“ Nr. 44 (6407), 2012 m. vasario 23 d.)

- (28) *Net tarptautiniai kreditoriai Lietuvos jau nebelaiko juodąja skyle, į kurią sukištų pinigų niekada **nebeatgausi**.* („Lietuvos rytas“ Nr. 250 (6014), 2010 m. lapkričio 2 d.)
- (29) *Tarsi kažkas jas būtų pasiskolinęs ir užmiršęs grąžinti – vis **viliesi**, kad saulė kaip vaikystėje lėtai pakils iš už horizonto, ilgai kabos danguje, o paskui lėtai nugrims į tolimas ūkanas.* („Moters savaitė“ Nr. 38 (511), 2012 m. spalio 2–8 d.)
- (30) *Sunkūs tie rytai, kai **negali** atplėšti galvos nuo pagalvės...[...].* („Moters savaitė“ Nr. 1 (424), 2011 m. sausio 11–17 d.)
- (31) *Taip naujojo elgesio linija pamažu išsiklaipė, vėl iš naujo įgavo mano charakterio formas ir supratau, kad patarimai patarimais, o **tu**, žmogau, vis tiek **turi** eiti savo keliu. Tavo klaidos – tarsi tavojo kelio ženklai.* („Moters savaitė“ Nr. 6 (480), 2012 vasario 14–20 d.)

Visuose pateiktuose pavyzdžiuose autorius vartoja vienaskaitos antrojo asmens formas, tačiau matome, kad tai nėra tiesioginis kreipimasis į skaitytoją, o tik abstraktūs, retoriniai, apibendrinamieji pasakymai. Tai puikiai rodo ne tik antrojo asmens formos, bet ir apibendrinamasis kreipinys *žmogau* (31) pavyzdyje.

Straipsnio pradžioje buvo minėta, jog autoriaus santykis su skaitytojais 2010–2012 m. redakciniuose „Lietuvos ryto“ straipsniuose kito. 2010–2011 m. autorius kur kas dažniau siekė susitapatinti su adresatu, dažniau rinkosi veiksmažodžio fleksijomis išreikštą daugiskaitos pirmąjį asmenį, rečiau veiksmažodžio ir įvardžio *mes* junginį. Suprantama, jog susitapatindamas su skaitytoju adresantas visuomet leidžia suprasti, kad jis pritaria viešai išsakytai nuomonei. Tačiau pastebėta, jog 2011 m. pab.–2012 m. „Lietuvos ryto“ redakciniai straipsniai tapo kiek objektyvesni. Visuomenei gerai žinoma, kad buvęs dienraščio vyriausiasis redaktorius gana dažnai sulaukdavo kritikos dėl pašaipaus visuomeninio gyvenimo aktualijų vertinimo ir viešos asmeninės nuomonės, taigi galima spėti, kad vėliau rašomuose straipsniuose adresantas sąmoningai stengiasi rinktis objektyvesnę raišką. Pastebėta, kad išlaikydamas dialogą su skaitytoju, tačiau vengdamas asmeniškumo „Lietuvos ryto“ redakcinių straipsnių autorius vis dažniau renkasi beasmens veiksmažodžių formas, dažniau vartoja trečiąjį asmenį, reikiamybės dalyvius, tariamąją nuosaką. Pvz.:

- (32) *Šiuo atveju tik KT gali pasakyti, ar reikia Konstitucijos pataisų. **Tikėtina**, kad būtent toks ir bus šio teismo sprendimas.* („Lietuvos rytas“ Nr. 120 (6483), 2012 m. gegužės 24 d.)

- (33) *Neatmestina*, jog dešinieji koalicijos partnerius mėgina gėdyti ir ragina nesivadovauti partiniais interesais sprendžiant tokį svarbų valstybės klausimą. („Lietuvos rytas“ Nr. 149 (6512), 2012 m. birželio 27 d.)
- (34) *Atrodytu*, po tokių naujienų **reikėtų** lėkti į parduotuvę, prisikrauti pilną vežimėlį labai ir ne taip labai reikalingų prekių ir kaip reikiant atšvęsti krizės pabaigą. („Lietuvos rytas“ Nr. 250 (6014), 2010 m. lapkričio 2 d.)
- (35) *Be abejo, Lietuva negali nepaisyti EŽTT sprendimo.* („Lietuvos rytas“ Nr. 120 (6483), 2012 m. gegužės 24 d.)
- (36) *Vis dėlto Seimas, atrodo, mėgino pergudrauti KT.* („Lietuvos rytas“ Nr. 120 (6483), 2012 m. gegužės 24 d.)

(32) ir (33) pavyzdžiuose vartodamas reikiamybės dalyvių formas *Tikėtina*, *Neatmestina* autorius tiesiogiai neprisiima atsakomybės už pasakytos minties teisingumą, todėl stengiasi likti nuošalyje. (34) pavyzdyje nelinkęs savęs parodyti bei vartodamas tariamosios nuosakos formas *Atrodytu*, *reikėtų* autorius išreiškia labiau nepritarimą savo sakomai minčiai negu pritarimą, t. y. nori pasakyti, kad nereikia tuoj pat bėgti į parduotuvę ir prisipirkti nereikalingų prekių. Pastebėta, kad 2011–2012 m. redakciniuose „Lietuvos ryto“ straipsniuose dažniau rinktasi vartoti trečiojo asmens formas siekiant išvengti konkrečių asmenų įvardijimo (pvz., (35) ir (36) sakiniuose autorius renkasi apibendrintus pasakymus *Lietuva*, *Seimas*). Ankstesnių metų straipsniuose nevengiama tiksliai įvardyti žinomų asmenų ir komentuoti su jais susijusių valstybei aktualių situacijų.

Straipsnio pradžioje minėta, jog vienas pagrindinių redakcinių straipsnių autoriaus tikslų yra įtikinti savo skaitytoją ir pelnyti jo palankumą. Taigi tam tikrais atvejais apeliacinė poveikio funkcija gali užgožti informacinę. Tiesa yra pagrindinis kriterijus, kuris labiausiai veikia skaitytoją ir skatina pasitikėti teksto autoriumi. Tinkamiausias būdas tai padaryti – pateikti faktų, citatų, perfrazavimų arba statistikos. Šiomis priemonėmis dažnai naudojasi „Lietuvos ryto“ redakcinių straipsnių autorius. Pvz.:

- (37) *O prezidentės patarėja S. Cirtautienė tada pažadėjo, kad dėl to šildymas atpigs 10 procentų.* („Lietuvos rytas“ Nr. 44 (6407), 2012 vasario 23 d.)
- (38) *Sausį Vilniuje šildymo kaina siekė 29,23 cento, šį mėnesį – 29,65 cento už kilovatvalandę. Panevėžyje atitinkamai 24,05 ir 26,68 cento.* („Lietuvos rytas“ Nr. 44(6407), 2012 vasario 23 d.)
- (39) *Nors mūsų augimo tempas ir per lėtas, pažanga akivaizdi, kartoja A. Ramanavičius. O į klausimą, kodėl nepadarėme daugiau, jis atsako: „Priežastis – mes patys. Mes, lietuviai, esame linke blaškytis, dvejoti ir į priekį judėti lėtai <...>.“* („Lietuvos rytas“ Nr. 12 (6074), 2011 m. sausio 15 d.)

Pateiktose straipsnių ištraukose matome citatų, perfrazavimų, faktų ir statistikos pavyzdžių. Tokia autoriaus pasirinkta pozicijos raiška įprastai yra labai įtaigi. Jei ir ne visada pasakoma informacija yra tiksli ir teisinga – skaitytojai yra linkę ja tikėti. Tai teksto autoriui leidžia tiesiogiai formuoti skaitytojų nuomonę apie kalbamus dalykus. Pastebėta, kad tokiu būdu pelnyti skaitytojų pasitikėjimą dažnai siekia „Lietuvos ryto“, bet ne „Moters savaitės“ autoriai. Atidžiau patyrinėjus abiejų leidinių straipsnius galima daryti išvadą, kad skiriasi siekiamos įtaigos tikslas: „Lietuvos ryte“ svarbu pelnyti palankumą ir formuoti adresato nuomonę, o „Moters savaitėje“ – kuo labiau priartėti prie savo skaitytojų, tapti jų draugėmis ir įgyti pasitikėjimą.

Įtaigumui pasiekti nemažai įtakos turi ir pati autoriaus kalba, ne tik informacija, kurią jis perduoda. Kaip teigia R. Koženiauskiene, paveikti klausytoją (skaitytoją) nėra taip paprasta. Puiki iškalba – tai menas (Koženiauskiene 1999: 181). Žmonės, gebantys įtaigiai kalbėti ir puikiai kontroliuojantys savo kalbą, neretai leidžia sau manipuliuoti faktais. Taisyklinga, aiški, vaizdinga kalba visuomet atrodo įtaigi. Šie iškalbos bruožai, be abejonės, ypač būdingi „Lietuvos ryto“ redakcinių straipsnių autoriams.

Aptarus tirtų redakcinių straipsnių adresanto ir adresato santykį bei autorių pozicijos raišką, reikėtų paanalizuoti ir idealiuosius leidinių skaitytojus. Straipsnio pradžioje minėta, jog *idealusis skaitytojas* – tai specialiai kuriama įsivaizduojamo skaitytojo pozicija, padedanti autoriui lengviau konstruoti tekstą. Tirti „Lietuvos ryto“ ir „Moters savaitės“ leidiniai iš esmės skiriasi savo tikslais ir tematika, taigi natūralu, kad yra orientuoti į skirtingas adresatų grupes. Idealusis „Lietuvos ryto“ skaitytojas – tai vidutinio amžiaus, visuomeniškas, išsilavinęs, sekantis visas valstybės aktualijas žmogus. Straipsniuose nematoma jokios lyties skirties – dienraštis yra skirtas tiek vyrams, tiek moterims. Tai įrodo redakcinių straipsnių temos ir aprašomi aktualiausi įvykiai, pavyzdžiui: mokesčių reformos, valstybės skolos, ES parama, valstybės biudžetas, ekonominė krizė, rinkimai ir pan.

Savaitraščio „Moters savaitė“ idealusis skaitytojas – vidutinio amžiaus, savimi ir savo šeima, jos sveikata, gerove, vertybėmis bei namų jaukumu ir buitimi besirūpinanti moteris. Kaip minėta anksčiau, aiškias nuorodas į tikslinį adresatą tai pat nurodo ir kiekvieno straipsnio pradžioje rašomas kreipinys *Mielos skaitytojos*. Su konkrečiu adresatu susijusios ir redakcinių straipsnių temos: Kovo 8-osios, Vasario 14-osios šventės, kalėdinė karštinė, žmonių tarpusavio santykiai, namų jaukumas, vaikų auklėjimas, ligos ir kt.

Taigi galima teigti, kad autoriaus santykį su skaitytoju formuoja ne tik paties adresanto nuostata būti identifikuotam ar susitapatinti su adresatu, bet ir publikuojamo leidinio tikslai bei tematika – reliacinės reikšmės raiška redakciniuose „Lietuvos ryto“ ir „Moters savaitės“ straipsniuose gerokai skiriasi.

4. Apibendrinimai ir išvados

Atlikus kokybinį redakcinių straipsnių tyrimą daromos tokios preliminarios išvados:

1. Redakcinio straipsnio tikslas – išreikšti savo leidinio poziciją ir formuoti skaitytojo nuomonę. Šiam tikslui pasiekti didelę įtaką turi adresanto ir adresato santykių raiška, priklausanti nuo leidinio tipo ir jo paskirties.

2. Abu leidiniai turi savo tikslinį adresatą, į kurį ir orientuojamas redakcinis straipsnis: „Lietuvos ryto“ adresatas – vidutinio amžiaus, visuomeniškas, išsilavinęs, sekantis visas valstybės aktualijas žmogus; „Moters savaitės“ adresatas – vidutinio amžiaus, savimi ir savo šeima, jos sveikata, gerove, vertybėmis bei namų jaukumu ir buitimi besirūpinanti moteris.

3. Skirtingų leidinių adresanto pozicija redakciniuose straipsniuose reiškia nevienodai: „Lietuvos ryto“ adresantas įprastai save pateikia kaip konkrečios dalykinės srities žinovą arba visažinį. Nors autorius dažnai siekia susitapatinti su skaitytojais ir vartoja daugiskaitos pirmojo asmens raišką, akivaizdu, kad adresantas ir adresatas nėra lygūs. Autorius puikiai strateguoja: pasirinkęs asmeninę kalbinę raišką leidžia sau įtaigiau pateikti informaciją ir tokiu būdu veikti savo skaitytoją bei formuoti jo nuomonę. Daugiskaitos pirmojo asmens vartojimas šiuose straipsniuose dažnai yra tiesiog būdas perduoti visuomenei savo subjektyvią nuomonę neprisiimant atsakomybės už pasakytą žodį. Pastebėta, kad redakciniuose „Lietuvos ryto“ straipsniuose nėra vartojamas vienaskaitos pirmasis asmuo, o dažniau renkama vartoti veiksmažodžio fleksijomis reiškiamą daugiskaitos pirmąjį asmenį be įvardžio *mes*; „Moters savaitės“ redakcinių straipsnių autorė nepateikia savęs kaip konkrečios dalykinės srities žinovės ar visažinės. Ji lygiai tokia pati kaip ir jos straipsnio skaitytojos, puikiai išmano visas moteris kamuojančias problemas bei visus joms rūpimus klausimus. Save ji visuomet pateikia kaip draugę, kuri su savo skaitytojomis gali dalytis patirtimi bei naudingais patarimais. Straipsniuose nekuriama jokia socialinė skirtis, o kaip tik nuoširdžiai stengiamasi priartėti ir susitapatinti su savaitraščio skaitytojomis. Įprasta kalbinė raiška – daugiskaitos ir vienaskaitos pirmojo asmens vartojimas. Šiuose straipsniuose adresanto ir adresato santykis yra kur kas glaudesnis ir artimesnis nei „Lietuvos ryte“. Tai rodo pozicijos raiška asmeniniais įvardžiais, tiesioginis kreipimasis į savo skaitytoją (*Mielos skaitytojos, jūs* ir pan.), autoriaus indentifikavimas („Lietuvos ryto“ redakcinių straipsnių autoriai savęs neidentifikuoja, „Moters savaitės“ – identifikuoja, pasirašo vardu) bei nuolatinė imitacinio dialogo raiška. Tiesa, pastarasis aspektas yra būdingas ir „Lietuvos ryto“ redakciniams straipsniams, bet remiantis tyrimo medžiaga – kur kas rečiau nei „Moters savaitės“ straipsniams.

4. Akivaizdūs adresanto kuriami poveikio, apeliacinės funkcijos raiškos skirtumai: „Lietuvos ryto“ redakciniuose straipsniuose autorius apeliuoja ne tik į žmogaus jausmus, bet ir į protą: skatina

kritiškai vertinti situaciją, mąstyti, būti aktyviu Lietuvos piliečiu, siekia ne tik paveikti, bet ir informuoti savo skaitytoją. Tuo tarpu „Moters savaitėje“ adresantas apeliuoja tik į jausmus ir su jais susijusią emocinę skaitytojo būseną, beveik nesiimdamas informavimo funkcijos. Atlikus kokybinę straipsnių analizę galima konstatuoti, kad skiriasi ir pats autorių perteikiamas apeliacinis poveikis: „Lietuvos ryte“ nuolat jaučiamas negatyvumas ir pesimistinis požiūris, o „Moters savaitės“ redakciniuose straipsniuose priešingai – daug optimistinių idėjų ir pozityvumo.

Šaltiniai

- Lietuvos rytas* Nr. 302 (5764), 2010 m. sausio 3 d.
Lietuvos rytas Nr. 250 (6014), 2010 m. lapkričio 2 d.
Lietuvos rytas Nr. 294 (6058), 2010 m. gruodžio 23 d.
Lietuvos rytas Nr. 294 (6058), 2010 m. gruodžio 23–27 d.
Lietuvos rytas Nr. 12 96074), 2011 m. sausio 15 d.
Lietuvos rytas Nr. 38 (6100), 2011 m. vasario 15 d.
Lietuvos rytas Nr. 44 (6407), 2012 m. vasario 23 d.
Lietuvos rytas Nr. 149 (6512), 2012 m. birželio 27 d.
Lietuvos rytas Nr. 108 (6471), 2012 m. gegužės 10 d.
Lietuvos rytas Nr. 120 (6483), 2012 m. gegužės 24 d.
Lietuvos rytas Nr. 255 (6618), 2012 m. spalio 31 d.
Moters savaitė Nr. 1 (375), 2010 m. sausio 12–18 d.
Moters savaitė Nr. 3 (377), 2010 m. sausio 26 – vasario 1 d.
Moters savaitė Nr. 4 (378), 2010 m. vasario 2–8 d.
Moters savaitė Nr. 7 (381), 2010 m. kovo 2–8 d.
Moters savaitė Nr. 45 (419), 2010 m. lapkričio 30 – gruodžio 6 d.
Moters savaitė Nr. 1 (424), 2011 m. sausio 11–17 d.
Moters savaitė Nr. 42 (465), 2011 spalio 25–31 d.
Moters savaitė Nr. 6 (480), 2012 vasario 14–20 d.
Moters savaitė Nr. 17 (491), 2012 m. gegužės 8–14 d.
Moters savaitė Nr. 31 (504), 2012 m. rugpjūčio 14–20 d.
Moters savaitė Nr. 38 (511), 2012 m. spalio 2–8 d.

Literatūra

Biber, D., Stig J., Leech, G., Conrad, S. & Finegan, E. 1999: *The Longman grammar of spoken and written English*. Harlow: Longman.

Breivega, K. R., Dahl, T., Flottum, K. 2002: Traces of self and others in research articles. A comparative pilot study of English, French and Norwegian research articles in medicine, economics and linguistics. *International Journal of Applied Linguistics* 12 (2), 218–239.

Brown, P., Levinson, S. C. 1978: *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.

Coulthard, M. 1994: On Analyzing and Evaluating Written Text. In *Advances in Written Text Analysis*. London, New York: Routledge.

Crismore, A., Farnsworth, R. 1990: Metadiscourse in popular and professional science discourse. In: W. Nash (ed.) *The writing scholar: Studies in academic discourse*, Newbury Park: Sage, CA, 118–136.

Van Dijk, T. 1998: *Ideology: A multidisciplinary approach*. London: Sage Publications.

Harwood, N. 2005: 'Nowhere has anyone attempted ... In this article I aim to do just that': A corpus-based study of self-promotional I and we in academic writing across four disciplines. *Journal of Pragmatics* 37, 1207–1231.

Harwood, N. 2007: Political scientists on the functions of personal pronouns in their writing: An interview based study of 'I' and 'we', *Text & Talk* 27(1), 27–54.

Hyland, K. 2001: Humble servants of the discipline? Self-mention in research articles, *English for Specific Purposes* 20, 207–226.

Hyland, K. 2002: Authority and invisibility: Authorial identity in academic writing. *Journal of Pragmatics* 34, 1091–1112.

Hyland, K. 2004: A convincing argument: Corpus analysis and academic persuasion. In: U. Connor & Th. A. Upton *Discourse in the professions*, John Benjamins B.V., 87–112.

Hyland, K. 2005: *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*, London, New York: Continuum.

Hunston, S., Thompson, G. 2003: *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*, Oxford University Press.

Ivanič, R. 1998: *Writing and Identity: the Discoursal Construction of Identity in Academic Writing*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Koženiauskienė, R. 1999: *Retorika: iškalbos stilistika*, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.

Kuo, Ch.-H. 1999: The Use of Personal Pronouns: Role Relationships in Scientific Journal Articles, *English for Specific Purposes* 18(2), 121–138.

Latour, B. 2002: *Science in Action*, Cambridge: Harvard University Press. Linkevičienė,

N., Šinkūnienė, J. 2012: Asmeniniai įvardžiai mokslo kalboje, *Kalbotyra*, 64 (3), 78–102.

Luzon, M. 2009: The Use of *we* in a Learner Corpus of Reports Written by EFL Engineering Students. *Journal of English for Academic Purposes* 8(3), 192–206.

Marcinkevičienė, R. 2008: *Žanro ribos ir paribiai. Spaudos patirtys*, Vilnius: Versus aureus.

Marcinkevičienė, R. 2004: Užsakovų reklaminių straipsnių tarpasmeninės funkcijos raiška, *Respectus philologicus*, 6 (11).

Martin Martin, P. 2003: Personal attribution in English and Spanish scientific texts. *Bells* 12. <http://www.publicacions.ub.es/revistes/bells12/PDF/art09.pdf> (medžiaga naudotasi 2012–11–05).

Martin, J. R., White, P. R. R. 2006: *The Language of Evaluation: appraisal in English*. Palgrave Macmillan Publishing Company.

McLoughlin, L. 2000: *The Language of Magazines*. London, New York: Routledge.

Myers, G. 1998: The pragmatics of politeness in scientific articles. *Applied Linguistics* 10, 1–35.

Mur-Duenas, P. 2007: 'I/we focus on...': A cross-cultural analysis of self-mentions in business management research articles. *Journal of English for Academic Purposes* 6(2), 143–162.

Stillar, Glenn F. 1999: *Analyzing everyday texts: Discourse, Rhetoric, and Social Perspectives*, Thousand Oaks: SAGE.

Šinkūnienė, J. 2010: Autoriaus pozicijos raiška asmeniniais įvardžiais rašytiniame akademiname diskurse, *Filologija* 15, 124–141.

Tang, R., John, S. 1999: The 'I' identity: Exploring writer identity in student academic writing through the first person pronoun. *English for Specific Purposes* 18, S23–S39.

Vassileva, I. 1998: Who am I / who are we in academic writing? A contrastive analysis of authorial presence in English, German, French, Russian and Bulgarian, *International Journal of Applied Linguistics* 8(2), 163–190.

Vladimirou, D. 2007: „I suggest that we need more research' Personal reference in linguistics journal articles, Volume 1, *Papers from LAEL PG 2006*.

Gauta 2012 m. gruodžio 21 d.

Priimta 2013 m. sausio 07 d.

RŪTA ŠLEPIKIENĖ
Vilniaus universitetas
Lietuvių kalbos katedra
Bendroji kalbotyra, MA II

Universiteto g. 5
LT-01513 Vilnius
[\[ruta.slepikiene@gmail.com\]](mailto:ruta.slepikiene@gmail.com)

NIJOLĖ LINKEVIČIENĖ
Vilniaus universitetas
Lietuvių kalbos katedra
[\[nijole.linkeviciene@flf.vu.lt\]](mailto:nijole.linkeviciene@flf.vu.lt)