

Retorinė elokucija: politinio diskurso figūratyvioji raiška

EGLĖ GABRĖNAITĖ

Vilniaus universitetas, Kauno fakultetas, Kalbų, literatūros ir vertimo studijų institutas,

Muitinės g. 8, 44280 Kaunas

El. paštas egle.gabrenaite@knf.vu.lt

Straipsnyje dėmesys telkiamas į aktualaus politinio diskurso figūratyvią raišką. Siekta apibrėžti paveikiųjų diskursų retorinės elokucijos tyrimų specifiką bei identifikuoti ir išskleisti dominuojančią figūratyvią raišką pasirinktame diskurse. Straipsnyje taip pat aiškinamasi, ar figūratyvioji raiška gali implikuoti papildomas diskurso prasmes, paremti arba imituoti loginę argumentaciją, kurdama ekspresyvią ir paveikią retoriką? Politinio diskurso kalbinė raiška tiriama pasitelkus retorikos ir stilistikos mokslų teikiamus metodologinius instrumentus, taip pat remtasi kontekstinės ir kontekstinės analizės metodais.

Raktažodžiai: retorika, elokucija, figūratyvioji raiška, paralogika, politinis diskursas

IVADINĖS PASTABOS

Lingvistikoje ir literatūros moksle gajus požiūris, esą retorinės figūros – kalbos dekoras, turėjo įtakos tam, kad figūros ilgą laiką buvo vien meninių tekstų tyrėjų akiratyje. Atotrūkis tarp loginės minties raiškos ir figūrų vartojimo praktikos įtvirtino nuomonę, esą tai savarankiškos ar bent jau menkai susijusios raiškos formos. Taigi kalbėjimas apie tūkstantmetes tradicijas turinčius figūratyvosios raiškos tyrimus šiandien yra iššūkis – iš naujo aktualizuoti tradicinį tyrimo objektą, peržengti statiško aprašo ribas, argumentuoti tokio tyrimo poreikį apskritai. Kitaip tariant, svarbu pagrįsti, kodėl dinamiškame medijų komunikacijos ir informacijos analizės amžiuje prasminga kalbėti apie figūratyvią diskurso raišką.

Pažymėtina, kad XX a. antroje pusėje įvairūs tyrimai nesyk patvirtino tiesioginę retorinių figūrų ir persvazijos sąveiką. Vieni pirmųjų retorinių figūrų vartojimo paveikiuosiuose diskursuose ypatybes pradėjo tirti G. N. Leech (1969), J. Dubois (1970), R. Barthes (1985), J. Durand (1987) [23, 424–427]. Atskleista, kad figūratyvus diskursas paveikus netgi jį ignoruojant – retorinės raiškos priemonės veikia kaip masalas, motyvatorius atkreipti dėmesį į komunikaciją, įsitraukti į ją; figūros atlieka informacijos adaptavimo prie adresato lūkesčių funkciją, aktyvina vaizduotę, interpretacinius gebėjimus [21, 37–54]. Nustatyta, jog figūratyvaus diskurso percepcija, t. y. gautos informacijos tvarkymas ir interpretavimas, leidžiantis atpažinti prasmingus objektus ar įvykius, reikalauja iš adresato daugiau dėmesio [27, 319–357; 25, 258–63], todėl diskursas yra geriau įsimenamas. Paveikiųjų diskursų

tyrėjai pagrindžia, jog reklamų antraštės, kuriose vartojamos figūros, įsimenamos geriau [23, 424–438; 22, 287–312]. Atlikus televizijos reklamų tyrimą, taip pat prieita prie išvados, jog adresatas pirmenybę teikia toms reklamoms, kurių kalba figūratyvi [20, 125–139]. Elokucinės topikos reklamoje tyrimai rodo, jog figūromis kuriami prasminiai efektai papildo, paremia ar net pakeičia loginę argumentaciją [7, 137–211].

Nepaisant to, kalbėjimas apie konkretaus diskurso figūratyviąją raišką, o ypač tos raiškos priemonių stilistinės, retorinės studijos, neretai tebėra formalus figūrų registravimas, *a priori* konstatuojant, esą figūros funkcionuoja kaip persvazijos instrumentai. Vis dėlto gebėjimas identifikuoti figūras savaime nepaaiškina jų sąveikos su paveikiąja komunikacija, figūrų veikimo principas lieka nutylėtas, sakytumėi, tai būtų pagrindimo nereikalaujanti aksioma. Jau nekalbant apie tai, kad sąmoningai figūratyvaus diskurso kūrimo praktikai reikalingos nemenkos pastangos ir įdirbis. Šį procesą prozininkas, poetas, rusų lingvistas E. V. Kliujevas (Евгений Васильевич Ключев) palygina su daugybės lentelės mokymusi: idealiu atveju reikia įsiminti kuo daugiau skirtingų figūrų, o tada jas „pamiršti“ ir, reikalui esant, automatiškai pritaikyti [35, 172].

Straipsnyje pristatomą tyrimą inspiravo rusų retorikos E. V. Kliujevo hipotezė, esą vienos figūros (pavyzdžiui, paralelizmai, anaforos) imituoja loginę minties seką, bet už demonstratyviai organizuotos sintaksinės struktūros slypi semantinė sujauktis ar apskritai beprasmybė; kitos – atkreipia dėmesį, laužydamos sintaksės taisykles (pavyzdžiui, įprastinę žodžių tvarką keičianti inversija), kurdamos pertekliaus, chaoso įspūdį, tačiau išlaiko nuoseklią prasminę logiką [35, 180].

Straipsnyje dėmesys telkiamas į aktualaus politinio diskurso retorinę elokuciją, konkrečiai – figūratyviąją diskurso raišką. Siekta (1) apibrėžti paveikiųjų diskursų retorinės elokucijos tyrimų specifika bei (2) remiantis retorikos mokslo metodologine prieiga ir jau atliktais ankstesniais tyrimais nustatyti ir išskleisti dominuojančią figūratyviąją raišką pasirinktame diskurse. Atliekant tyrimą taip pat ieškota atsakymų į šiuos klausimus: ar figūratyvioji raiška gali sustiprinti esamas ar net implikuoti papildomas prasmes; ar gali ji maskuoti tų prasmų nebuvimą, kurdama ekspresyvią ir paveikią retoriką?

Reiškinį iliustruojančio tyrimo medžiaga – trijų pagrindinių kandidatų (Gitano Nausėdos, Sauliaus Skvernelio, Ingridos Šimonytės) į Lietuvos Respublikos Prezidento postą rinkiminės kampanijos metu skelbti tekstai – programos, publikuotos kandidatų svetainėse, taip pat agitaciniai pasisakymai kandidatų paskyrose socialiniame tinkle „Facebook“ 2019 metais.

Atkreiptinas dėmesys, kad rinkiminės programos yra išskirtinai kontekstuali medžiaga, be to, politinio diskurso elokucijos lygmens retorinei analizei esminės yra tos raiškos priemonės, „kurių reikšmės geriausiai atspindi diskurso dalyvių sąmonėje susiformavusį pasaulio vaizdą ir vertybines nuostatas“ [5, 6]. Taigi, be retorinės ir stilistinės analizės, taip pat remtasi kontentinės (turinio) ir kontekstinės analizės metodais.

PAVEIKIOJO FIGŪRATYVAUS DISKURSO SAMPRATA

Plačiąja reikšme diskursu vadinama lingvistinė komunikacija, suvokiama kaip transakcija tarp adresanto ir adresato, kaip socialinė veikla, kurios formas determinuoja jos socialinis tikslas [24, 4]. Retorinei diskurso sampratai nusakyti tinka bendroji kalbos studijose taikoma apibrėžtis: tai socialinis veiksmas ir sąveika, kurių išraiška yra vienokią ar kitokią prasmę turintis (ne)kalbinis procesas.

Modernioji retorikos apibrėžtis yra grindžiama retorikos kaip universalios įtikinėjimo sistemos samprata, taigi pagrindinis retorinių tyrimų objektas – paveikieji diskursai.

Paveikiojo diskurso išėities taškas yra adresanto bandymas paveikti adresatą: pakeisti elgesį, jausmus, požiūrį į tam tikrą objektą arba subjektą [19, 26]. Esminiai paveikiojo diskurso dėmenys: dėmesio verbavimas, komunikacijos dalyvių tarpusavio pasitikėjimas, emocijų kontrolė, problemos svarba, grįžtamasis ryšys [29, 10; 10, 156].

Politinės retorikos pagrindinis tikslas yra persvazija, taigi politinis diskursas – tipinio paveikiojo diskurso pavyzdys. Politika bendriausia reikšme šiandien suprantama kaip galios, valdžios, sprendimų priėmimo įrankis, kurio paskirtis – organizuoti visuomenės gyvenimą, daryti jam įtaką. Platono, Aristotelio, Nikolo Makiavelio, Tomo Hobso ir kitų žymių filosofų požiūriu, politika – „tai menas sukurti taisykles, kurių laikydamiesi žmonės galėtų gyventi tokioje visuomenėje, valstybėje, kurioje galėtų siekti savo užsibrėžtų tikslų“ [31]. Politinio diskurso turinys nusakomas kaip politinių dokumentų, politikų kalbų, vyriausybės pranešimų spaudai, spaudos konferencijų, partijų, manifestų, rinkimų agitacijos kalbų, politinių forumų, interviu, kalbų, raštų ir panašaus pobūdžio tekstų visuma [2, 3]. Kitaip tariant, politinio diskurso aprėptis sutampa su politinės komunikacijos – proceso „tarp politikų ir visuomenės, kai politikai komunikuoja su potencialiais rinkėjais pasitelkę žiniasklaidą, telekomunikacijų tinklus, komunikacijos institucijas“ [32, 24] – aprėptimi. Politologas profesorius Lauras Bielinis politinę komunikaciją vadina „valdžios instrumentu, kuriuo politikai ir žiniasklaida veikia visuomenės nuomonę politiniais klausimais, struktūruoja jos politinę elgseną, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus, organizuoja ideologines struktūras ir pan.“ [4, 49].

Politine retorika neretai pavadinamas tikslinis kalbos vartojimas siekiant „kurti“ politiką. Dažniausiai turimas minty agitacinio pobūdžio žinutės turinys, apeliavimas į auditorijos emocijas [1, 47]. Ir iš tiesų, specifinė figūratyvioji raiška čia pasitelkiama siekiant išgauti maksimalų poveikumą, patraukti dėmesį, užmegzti diskusiją. Figūratyvioji raiška apibrėžiama kaip plati lingvistinė kategorija, apimanti estetinę ir (arba) persvazinę funkciją atliekančių (ne)kalbinių raiškos priemonių, turinčių daugiau nei vieną reikšmę ir stilistiškai motyvuotų, vartojimą [6, 129]. Retoriniuose tyrimuose figūratyvioji raiška suvokiama ir analizuojama ne kaip standartinis diskurso dekoras, bet visų pirma kaip persvazijos instrumentas.

ELOKUCINĖ PARALOGIKA

Retorika – integrali idėjos transformavimo į žodį sistema, kurioje turinys (*res*) ir forma (*verbum*) sudaro nedalomą vienovę. Vieno iš penkių pagrindinių retorikos kanonų – retorinės elokucijos – užduotis yra rasti tinkamiausias raiškos priemones minčiai atskleisti. Kaip apibendrina profesorė retorė Regina Koženiauskiene, elokucijos tikslas yra pasiekti, kad žodis tarnautų funkciniam tikslams, kad mintis ir žodis sudarytų turinio bei formos dermę [17, 68]. Žvelgiant iš praktinių diskurso kūrėjo pozicijų, elokucija yra kalbinio ir stilistinio teksto parengimo disciplina, „stiliaus ir žanro pasirinkimo kanonas“, aiškinantis, kaip „kalba turi būti pritaikyta konkrečioms aplinkybėms ir konkrečiai auditorijai“ [26, 63]. Taigi elokucinis tyrimas paprastai suprantamas kaip tam tikrų diskurso kalbinių – stilistinių standartų analizė.

Atkreiptinas dėmesys, kad elokucinis tyrimas netapatintinas vien tik su retoriniu arba vien tik su stilistiniu diskurso tyrimu. Retorikos, stilistikos, teksto lingvistikos, lingvistinės pragmatikos, kalbos kultūros studijose dažnai galima pamatyti susipynusius šių mokslų uždavinius. Tai ilgus amžius trukusios retorikos objekto transformacijos rezultatas. Retorinę elokuciją R. Koženiauskiene vadina „mokslu apie stiliaus kultūrą“ [17, 68]. Taip suprantama

ji glaudžiai susijusi su lingvistinės stilistikos, kalbos kultūros disciplinomis, yra tapusi teksto stilistikos ir teksto lingvistikos tyrimų objektu. Nepaisant retorinės elokucijos ir stilistikos sąveikos, retorikai būdingas savas santykis su kalbos raiškos priemonėmis. Retorika stiliaus kategoriją aiškina kaip tikslinės kalbinės raiškos ir diskurso atitiktį: „Retorinė elokucija aiškina stilių kaip tikimą. Stiliaus norma – tai formos tikimas turiniui, kalbos priemonių tikimas temai, klausytojams ir aplinkybėms“ [16, 180]. Taigi retorinė elokucijos analizė neapsiriboja vien diskurse esančių figūrų registru, ji apima ir figūratyvaus diskurso persvajijos klausimus.

Retorinės figūros pirmą kartą išskirtos ir aprašytos beveik prieš du tūkstančius metų, tokios pat senos pastangos jas susisteminti ir pateikti universalią klasifikaciją. Suprantama, figūratyviosios raiškos analizei kur kas esmingesnis ne figūrų klasifikacijos, bet jų veikimo principo klausimas. Pastarajam perprasti tikslinga atsigręžti į retorinės elokucijos kaip paralogikos dėsniams pavaldžios srities sampratą.

Logikoje paralogizmu vadinamas klaidingas samprotavimas, dėl kurio daroma klaidinga išvada, o iš šios kyla loginė klaida. Paralogikos kategorija retorikoje aiškintina kaip diskurso kūrimo principas: kiekvienas diskursas kuriamas laikantis tam tikrų taisyklių, susijusių su jo pobūdžiu, autoriaus siekiais ir sumanymais. Esti situacijų, kuriose svarbesnė loginė minties tėkmė, ir situacijų, kuriose pirmenybė teikiama paveikumui. E. V. Kliujevas šias taisykles apibendrintai vadina logikos arba paralogikos principais [35, 168].

Retorikoje paralogizmai netapatinami su loginėmis klaidomis, kurių atsiradimą lemia logikos ir paralogikos taisyklių supainiojimas. Retorikos teorijoje paralogika vadinamas „mokslas, esantis šalia logikos, t. y. nors ir atitolęs nuo logikos, bet gerai pasiduodantis gretinimui su ja (esantis *šalia, prie* logikos), nes egzistuoja tam tikros nuolat šalia viena kitos einančios analogijos, arba paralelės“ [15, 309]. Paralogika, kaip diskurso kūrimo principas, suteikia galimybę modifikuoti diskurso „realybę“: išgauti naujus prasminius efektus, kurti savitus santykius tarp tikrovės objektų. Tokia diskurso objektų santykių kaita atlieka retorinę funkciją ir yra realizuojama retorinėmis figūromis [plačiau žr. 8, 398–405].

Pasak klasikinio Kvintiliano apibrėžimo, tropai apima žodžio reikšmės variacijas, figūros – sintaksinės struktūros variacijas. Paralogikos požiūriu abu šie kalbiniai reiškiniai realizuojami vadovaujantis skirtingais principais: tropai modifikuoja logikos taisykles (pirmiausia – analogijos), o kuriant figūras laužomos sintaksės taisyklės, reprezentuojančios logiką sintaksės lygmeniu [35, 179].

Figūrų kaip paralogizmų samprata atveria galimybę analizuoti jas ne vien kaip stilistiškai žymėtus pasakymus, bet visų pirma kaip įvairias konotacijas slepiančią kodą, sąmoningos manipuliacijos priemones. Tropai ir figūros nėra vieno diskurso elemento pakeitimas kitu, jie susiję su giluminėmis mąstymo struktūromis, jų iš esmės yra neįmanoma „išversti“ į įprastinį loginį variantą. Galima tik sąlyginė reikšmės perkėlimo mechanizmų iliustracija, realizuojama „trečiąją“ kalba. Ši trečioji kalba yra retorinis aprašymas, arba *metakalba*, galinti atskleisti kitų dviejų kalbų – logikos ir paralogikos – sąveiką [35, 176].

POLITINIO DISKURSO FIGŪRATYVIOJI RAIŠKA

Politinis diskursas, ypač su reklama, agitacija, viešais kreipimais susijusi jo dalis, iliustruoja visus retorinių figūrų vartojimo niuansus – ir jų galią sustiprinti emocines apeliacijas, ir tinkamumą paremti loginius argumentus, net organizuoti diskurso kompoziciją, įtvirtinti argumentaciją. Įdėmiau pažvelgus į konkretų atvejį, ryškėja retorinės raiškos tendencijos. Visų pirma – tai antiteziška minties raiška ir kompozicija: antitezės čia ir tropai, ir sintaksinės figūros.

Kandidato į LR prezidentus Sauliaus Skvernelio viešoji retorika nuo pat politinės karjeros pradžios grindžiama priešprieša „mes – jie“, t. y. valdantieji ir opozicija, esama valdžia ir buvusioji, vyriausybė ir jos kritikai ir t. t. Įdomu pastebėti, kad identiškas antiteziškas naratyvas perkeliamas ir į kandidato rinkiminę programą [14]. Antitezės (gr. *antithesis* – priešingumas) apibrėžtis sako, kad tai figūra, kurios esmė – kontrastingų reiškinių gretinimas paralelinėmis sintaksinėmis konstrukcijomis. Antiteziška opozicija „padeda įtikinti ir įteigti, ji slypi pačioje retorikos prigimtyje, nes tik iš nuomonių, idėjų susidūrimo, priešingų argumentų kovos iškeliamas tiesa“ [18, 146]. Visa programos įžanginė dalis konstruojama antitezės principu kaip praeities ir ateities, tamsos ir šviesos, nusivylimo ir vilties opozicija. Jos raiška – nuo antiteziškų sakinio dėmenų iki kompozicinių diskursą struktūruojančių antitezių. Net ir pretendento pasižadėjimas rinkėjams – priesaika, sustiprinta parceliacijos, yra antiteziška: *Prisiekiu. Tarnausiu tik Lietuvos žmonėms, o ne siauroms interesų grupėms, oligarchams ar partiniams interesams* [14].

Akivaizdi antitezių emocinė-ekspresinė funkcija, „priešpriešiais statomi žodžiai daikto, asmens ar jų ypatybės charakteristiką daro išpūdingesnę, dalyko esmės perteikimą – įtaigesnį“ [28, 229]: *Dėl to būtina užtikrinti realy, o ne fasadinį, teismų nepriklausomumą; Gebėjimas kalbėtis, o ne reikalauti pritarimo yra mano pasirinkimas; Nebijau sakyti to, ką matau. Net ir tais atvejais, kuriais vertėtų mandagiai nutylėti* [14]. I. Smetonienė taip pat pritaria, kad „antiteziškai supriešinami dalykai labiau išryškėja, jų kontrastas tampa dar didesnis“, todėl antitezė „turi įtikinimo ir įtaigos galios“ [30, 151]: *Valstybės atsigręžimas į Lietuvos žmonių kasdienybę reikalauja ne tik trumpalaikių sprendimų, bet ir visos valstybės darbo kultūros kaitos; Praėjusiais metais pavyko apšviesti daug tamsių mūsų valstybės užkaborių – Registrų centro, bausmių vykdymo sistemos, urėdijų, Lietuvos geležinkelių pasipelnymo schemoms atėjo pabaiga* [14].

Paralogikos požiūriu, klasikinės antitezės gana elementarios, priešprieša tarp jų dėmenų akivaizdi ir lengvai apčiuopiama, tokia figūra labiau iliustracinė, ji pernelyg logiška. Kitaip tariant, ji gali sėkmingai atlikti dekoratyvinę funkciją, tačiau taip nerealizuojamas retorinis potencialas, kuris skleidžiasi sugretinus ne antonimiškas reikšmes, bet sąvokas, junginius, kurių priešprieša kyla iš konteksto ir nėra tokia tiesmuka. Šios antitezės labiau primena atvirkščią analogiją, t. y. pažeidžia logikos dėsnius, sustiprindamos prieštaros kuriamą semantinį efektą: *Valstybinės įmonės tampa ne mokesčių mokėtojų suneštų lėšų siurbėlėmis, bet ima generuoti pilną valstybės biudžetui; Su komanda nuosekliai dirbome toliau ir link kolegų Lenkijoje siekėme nutiesti tiltus, o ne statėme sienas iš tuščių ambicijų* [14].

Iš pavyzdžių akivaizdu, kad S. Skvernelio programos kalba išskirtinai raiški, čia gausu stilistinių ir retorinių raiškos priemonių. Sodrus kreipimasis į rinkėjus protarpiais priartėja prie stilistinės amplifikacijos – įtikinimo ir įtaigos siekiančios figūros, kurioje vardijimas gausiai paremiamas papildomomis ekspresyviomis figūromis, vis stiprinant emocinį toną. Be antitezių, pasitelkiama vaizdingų metaforų, mintį pabrėžiančių anaforų, patetiškam abstrahavimui parankių visumos sinekdochų: *Pernelyg ilgai matėme užtildytą Lietuvą, su kuria galima tik šokti šventėse ar pozuoti mugėse, – išgirsti jos nereikėjo. Pernelyg ilgai matėme Lietuvą, raminamą gražiomis kalbomis, tačiau užduoti nesuderintų klausimų buvo nevalia. Myliu mūsų šalį ir čia gyvenančius žmones. Kviečiu atvirai kalbėtis ir susikaupusius skaudulius šalinti, o ne slėpti juos už gražiai nublizgintų fasadų* [14].

Kandidato į prezidentus Gitano Nausėdos politinė retorika kiek rafinuotesnė, netrūksta analogijų, periodų, įvairių paralelinių konstrukcijų, ekspresyvių eufoniją ir euritmią sustiprinančių kartojimų ir vardijimų. Žinoma, politinio diskurso turinys čia taip pat lemia

antitezišką jo raišką, kai šviesiais potėpiais tapomas savęs pozicionavimas priešinamas su negatyviais konkurentų įvaizdžiais: *Žmonėms nereikia šou, nereikia pompastiškų kalbų ir šūkių. Jie puikiai atskiria pelus nuo grūdų. Tuos, kurie iš Seimo ar Vyriausybės rūmų Vilniuje iki jų miestelio atvažiuoja tik kartą per ketverius metus, nes reikia balso, nuo tų, kurie siekia bendrauti nuolatos* [9, 2019 05 06]; *Man Prezidentūra nėra pastatas Vilniuje, o prezidentas – jame užsidaręs aukščiausias valstybės pareigūnas. Prezidentas – tai vienintelis žmonių tiesiogiai rinktas Lietuvos vadovas ir noriu, kad tai nebūtų tik žodžiai* [9, 2019 05 06].

Kandidato retorikoje dominuoja apeliacinė-impresinė funkcija, nukreipta į adresatų sužadimą, įtikinimą ir įtaigą. Retorinių kreipinių ir sušukimų, pakilių metaforų prisodrintas kreipimasis į rinkėjus pereina į kuo tikriausią aistringą patosą: *Jūsų – piliečių atsidavimas Lietuvai ir jos garsinimas pasaulyje veda mane pirmyn. Kartu kurkime šalį, kuria didžiulis gali kiekvienas! Už Lietuvą, kurią kiekvienas nešiojami širdyje. Už tvirtą ir vieningą Lietuvą!* [9, 2019 05 08]; *Esu tam, kad pagaliau pradėtume dialogą. Statykime pasitikėjimo tiltus ir drauge kurkime šalį, kurioje gyventi nori kiekvienas! Už tvirtą ir vieningą Lietuvą!* [9, 2019 04 16]. Tokia kalbėsena priartėja prie to, kas propagandos teorijoje vadinama skambių žodžių technika: kai pakiliomis frazėmis, emocinėmis apeliacijomis maskuojama prasmingo turinio stoka. G. Nausėda nevengia pakilios hiperbolizacijos – metaforiškai, personifikuotai padidinti kalbamo dalyko reikšmę ir svarbą: *Man tai patvirtinimas, kad siekiu išspręsti gyvybiškai svarbią Lietuvos problemą, o šis darbas yra reikalingas ir prasmingas* [9, 2019 04 18]; *Skurdas ir nelygybė – gilios žaizdos mūsų šalyje, kurias reikia skubiai gydyti, kad galutinai nenukraujotumėm* [9, 2019 04 12].

Net ir trumpi reklaminiai kandidato tekstai išsiskiria orientacija į išraiškos išskirtinumą, kreipimuisi į adresatą būdinga reikšmės augimo, stiprėjimo intonacija: *Pagarbos žmogui, valstybei, įstatymams ir duotam žodžiui trūkumas stabdo visos valstybės pažangą* [13]. Dialogiškumui, artumo atmosferai kurti gana dažnai pasitelkiama minties tikslinimo figūra – korekcija, pabrėžianti išsakytą mintį, ją sustiprinanti, kviečianti adresatą suklusti. Paprastai korekcija esti raiški, lydima kitų minties ir žodžių figūrų, susipynusi su jomis, pavyzdžiui, su epifora: *Žmonių palaikymas mane įkvepia dirbti Lietuvai, jos ateičiai, – Jūsų ateičiai* [9, 2019 05 09]. Korekcijos suaktyvina šnekamąją intonaciją, antitezės ir hiperbolės sąjunga priartėja prie auksezės – sinonimijos figūros atmainos, kai kalbantysis tariamai ieško kuo tinkamesnio savo minties patikslinimo: *Bet tai suprantama – nesu partinių žaidimų dalyvis. Priešingai – tas, kuris kliudo nusistovėjusiai tvarkai, tas, kuris erzina, neleidžia gyventi juodai baltame pasaulyje, kur viskas padalinta į „juos“ ir „mus“* [9, 2019 05 06]. Viena iš būdingų yra korekcijos ir anadiplozės sąjunga, vaizdingumą dar sustiprina anaforiškai jungiamos paralelinės konstrukcijos, antiteziškas gretinimas: *Tad eidamas į prezidento rinkimus puikiai suvokiau, jog patenku į kiek kitokį pasaulį. Pasaulį, kuriame daugiau intrigu, kur šypsomasi į akis ir smeigiama į nugarą, kur vertybės dažnai kinta priklausomai nuo to, kaip tą akimirką patogiau. Kur partijos žodis lemia kur kas daugiau nei žmogus* [9, 2019 05 06]. Panaši anaforos, korekcijos ir antitezės sintezė: *Ir tai yra kur kas didesnė bėda nei premjero nuolatinis siekis pasigirti visais įgyvendintais pažadais. Bėda, nes tai, kas pristatoma kaip reformos, dažnai yra tik jų imitacija. Kas pristatoma kaip judesys, yra tik truktelėjimas* [9, 2019 04 12].

Politinė retorika neišvengiamai nukreipta į savęs kaip lyderio pozicionavimą. Paprasčiausias būdas tą pasiekti – menkinant oponentų kompetenciją. Politinės komunikacijos guru vadinamas viešųjų ryšių specialistas Aurelijus Katkevičius, vedęs į pergalę Rolandą Paksą, akcentuoja tokių emocinių apeliacijų svarbą: „Gali stengtis kiek nori būti

išlaikytas, santūrus, vienijantis, bet anksčiau ar vėliau tu atsirausi į padėtį, kai tau šituose rinkimuose reikės kalbėti labai emocionaliai apie labai emocionalių dalykus. Nes tai yra tokie rinkimai, kur yra labiau apie emocijas, įvaizdžius negu apie programas“ [3]. Ir iš tiesų, rinkiminės kampanijos finišo tiesiojoje santūrias ir korektiškas intonacijas, jausmingą patosą vis dažniau keitė į konkurentus nutaikytos retorinės strėlės – kandi emfazė, tarsi tarp kitko, nesileidžiant į tiesioginę konfrontaciją, bet nepaliekant abejonių, ironiškai užsimenama apie oponentų politines nuodėmes: *Bet buvo sprendimų, kai ekonominio škvailo 2008 m. akivaizdoje valstybės laivo dugnas buvo kamšomas į atsiradusių angą, kojomis žemyn sukūšiant pensininkus ir biudžetinių įstaigų darbuotojus* [9, 2019 04 12]. Metaforizacija čia kuria hiperbolę, ši savo ruožtu – ironiją, rafinuotą pašaipą, tokią patrauklią politinės dramos geidžiantiems adresatams.

Oficialioje kandidatės Ingridos Šimonytės paskyroje socialiniame tinkle FB „Už Ingridą“ agitacija pateikiama trečiuoju asmeniu. Rinkėjams skirti tekstai, vaizdinė medžiaga labiau atlieka informacinę funkciją, orientuojamasi į aiškumą, paprastumą, retorinės raiškos priemonės naudojamos tiesmukai, neišsemiant jų potencialo. Tokie, pavyzdžiui, yra hiperbolės tropai, reiškiami aukščiausio laipsnio būdvardžiais (*Atlikėjas Vaidas Baumila sako, kad Ingrida yra geriausia, racionaliausia, nepopulistiška, kritinio mąstymo kupina kandidatė į Lietuvos Respublikos prezidentus*) [33, 2019 05 07], superlatyvinėmis formomis (*Paskutinis Ingridos susitikimas su visuomene prieš rinkimus – visą prezidentinę kampaniją apibendrinanti šventė sausakimšoje salėje. Ingrida subūrė ir įkvėpė gausybę žmonių. Vilniuje dar kartą įsitikinome, kaip ji geba telkti ir traukte traukia visus prie savęs*) [33, 2019 05 08]. Sunku nepastebėti, kad toks agitacijos pobūdis kontrastuoja su gyvybinga, natūraliai turtinga pačios kandidatės kalba. Kalbėjimas pirmuoju asmeniu kur kas raiškesnis, daug stipresnė apeliacinė funkcija. Net trumpuose tekstuose susipina įvairios retorinės raiškos priemonės – anafora, antitezė, laipsniavimas, korekcija, anadiplozė, retoriniai kreipiniai ir sušukimai: *Aš keliu sau didžiausius reikalavimus ir tikiu, kad tokius reikalavimus man keliate jūs. Prie laimėjimo atveda ne sėkmė – prie laimėjimo atveda ilgas ir sunkus darbas, savikritiškumas, sugebėjimas išklausti ir įsiklausymas. Jūs įkvėpėte mane ir kasdien stiprinatė ryžtą politinei lyderystei. Galiu jums aiškiai patvirtinti: kandidatuoju ne tam, kad laimėčiau aš, o tam, kad laimėtume mes visi! Tai sakydama turiu galvoje ne atsitiktinę sėkmę ar iš dangaus pabirsiančius pinigus – turiu galvoje susitelkimą ir bendrą darbą, kuris išpildytų bendrus tikslus. Aš esu pasiruošusi šiam darbui ir niekada nepasiduosiu. Nepasiduokime visi kartu!* [33, 2019 05 08]. Ir nors kandidatės pasisakymai išsiskiria aiškia struktūra ir logine minties raiška, akivaizdu, kad atėmus figūras, pasakymas ne tik netektų vaizdumo ir ekspresijos, išbluktų pati jo esmė. *Ne kartą esu sakiusi ir tą labai gerai jaučiu visuose susitikimuose su žmonėmis: ne mažesnio ar didesnio Seimo piliečiams norisi, juoba, kai Seimo dydis idealiai atitinka politikų auksinės taisyklės. <...> Piliečiams norisi geresnio Seimo. Ir nieko daugiau* [33, 2019 05 05].

Kandidatės rinkiminė programa paklūsta politinės retorikos dėsningumams ir taip pat konstruojama antiteziškumo principu – raiškia kontekstualia priešprieša pozicionuojamas kandidatės pranašumas prieš konkurentus: *Ne per skaldymą, o vienydama visą sistemą jungsiu sąžiningus ir galinčius prisidėti prie skaidrinimo proceso asmenis. Nesu ir nebūsiu valstybės vadovė-policininkė, neketinu žaisti galios žaidimų naudodamasi struktūromis tiesiogiai ar netiesiogiai, įskaitant įvairias pažymas ar kitus instrumentus. Politika nėra daroma pažymomis* [12]. Cituojamame pavyzdyje figūros nuosekliai įsilieja į diskursą, tapdamos loginės ir emocinės argumentacijos dalimi, kalbos žaismas koncentruoja adresatų dėmesį į turinį, į „įdėtos prasmės ribas ir galimybes“ [34, 229].

APIBENDRINAMOSIOS PASTABOS

Retorinių figūrų gausa ir sistemiškumas tirtame diskurse neleidžia abejoti jų vartojimo tikslingumu. Stilistinė-retorinė raiška čia funkcionuoja kaip esminis retorinės persvazijos dėmuo, figūratyvos struktūros veikia kaip hiperbolizuotų ir perkeltinių reikšmių, kurių neįmanoma išversti į tiesioginę pažodinę kalbą, tinklas. Retorinė analizė taip pat atskleidžia, kad figūratyvus diskursas, nors ir prisodrinamas diskursą ekspresijos ir paveikumo, ne prasčiau nei matematinis, loginiais simboliais ir formulėmis grįstas, gali perteikti racionalią, logišką mintį. Tačiau greta to jis turi dar vieną unikalią galią – paralogiškos figūrų prigimties jam suteiktą galią kurti tokios minties imitaciją, t. y. logikos ir racionalumo regimybę, tariamą *logos* argumentaciją.

Figūratyvosios raiškos teikiami ištekliai neišsemiami – ir ekspresyvaus vaizdumo, ir pragmatiško paveikumo prasme, taigi neabejotina, kad retorinių paralogikos dėsnų išmanymas atveria galimybę kurti maksimaliai efektyvų ir efektingą diskursą.

Gauta 2019 10 10
Priimta 2019 11 10

Šaltiniai ir literatūra

- [1] ALTIKRITI, S. Persuasive speech acts in Barack Obama's inaugural speeches (2009, 2013) and the last state of the union address. *International Journal of Linguistics*, 2016, 8(2), p. 47–66 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<https://doi.org/10.5296/ijl.v8i2.9274>>.
- [2] BAYLEY, P. Analysing language and politics. *Rivista online di studi interdisciplinari su lingue e culture*, 2010, p. 1–9 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <http://www.mediazioni.sitec.unibo.it/images/stories/PDF_folder/document-pdf/2005/articoli2005/4%20bayley.pdf>.
- [3] BAKŪNAITĖ, G. Paksą į prezidento postą vedęs Katkevičius: viskas yra taip pat, pamokų neišmokome. *Delfi*, 2018 12 12 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/paksa-i-prezidento-posta-vedes-katkevicius-viskas-yra-taip-pat-pamoku-neismokome.d?id=79832495>>.
- [4] BIELINIS, L. Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai. *Respectus Philologicus*, 2002, 2(7), p. 49–59.
- [5] BŪDVYTYTĖ-GUDIENĖ, A. *Metaforiniai modeliai 2000–2005 m. politikos diskurse. Filologija*, 2013, 18, p. 5–17 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<http://gs.elaba.lt/object/elaba:6096839/6096839.pdf>>.
- [6] COBB-STEVENS, V. Opposites, reversals, and ambiguities. The unsettled world of theognis. *Theognis of Megara: Poetry and the Polis*. Ed. T. J. Figueira, G. Nagy. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1985, p. 159–175.
- [7] GABRĖNAITĖ, E. Reklamos topika: persvazijos instrumentai. Daktaro disertacija. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2010.
- [8] GABRĖNAITĖ, E. Stiliaus figūros kaip retoriniai paralogizmai. *Valoda dažadu kultūru kontekstā*, 2014, p. 398–405 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <https://du.lv/wp-content/uploads/2015/12/Valoda_2014_DRUKAI.pdf>.
- [9] Gitanas Nausėda. Paskyra socialiniame tinkle Facebook, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://www.facebook.com/nausedagitanas/>>.
- [10] HARDIN, K. J. Trying to persuade: speech acts in the persuasive discourse of intermediate spanish learners. *A Mosaic of Languages and Cultures: Studies celebrating the Career of Karl J. Franklin*, 2010, p. 155–179 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<https://www.sil.org/system/files/reapdata/15/10/79/151079503317369668843773596249668169269/52538.pdf>>.

- [11] Kandidatai į Respublikos prezidentus. *Lietuvos Respublikos vyriausioji rinkimų komisija*, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://www.vrk.lt/kandidatai-i-respublikos-prezidentus-2019-pr>>.
- [12] *Kandidatės Ingridos Šimonytės rinkiminė programa*, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://ingridasimonyte.lt/>>.
- [13] *Kandidato Gitano Nausėdos rinkiminė programa*, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://www.nauseda2019.lt/>>.
- [14] *Kandidato Sauliaus Skvernelio rinkiminė programa*, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://www.saulius-skvernelis.lt/>>.
- [15] KOŽENIAUSKIENĖ, R. Konceptualiųjų metaforų etinis aspektas advokatų kalbose. *Filologija*, 2005, 10, p. 52–56.
- [16] KOŽENIAUSKIENĖ, R. *Retorika: iškalbos stilistika*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2001.
- [17] KOŽENIAUSKIENĖ, R. Retorinės elokucijos santykis su kalbos kultūra ir stilistika. *Bendrinės kalbos ribos*. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2002, p. 68–74.
- [18] KOŽENIAUSKIENĖ, R. Ž. Liauksmo iškalbos stiliaus nuosaikumas. *Respectus philologicus*, 2003, 4(9), p. 145–154.
- [19] LAKOF, R. Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising. *Analyzing Discourse: Text and Talk*, 1992, p. 25–42 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/555474/GURT_1981.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [20] LODISH, L.; ABRAHAM, M.; KALMENSON, S.; LIVELSBERGER, J. How TV advertising works: a meta-analysis of 389 real world split cable TV advertising experiments. *Journal of Marketing Research*, 1995, 32, p. 125–139.
- [21] MCQUARRIE, E. F.; MICK, D. G. Visual rhetoric in advertising: text-interpretive, experimental, and reader-response analyses. *Journal of Consumer Research*, 1999, 6(1), p. 37–54 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<https://gates.comm.virginia.edu/dgm9t/Papers/McQuarrie%20and%20Mick%201999%20Visual%20Rhetoric.pdf>>.
- [22] MCQUARRIE, E. F.; MICK, D. G. A laboratory study of the effect of verbal rhetoric versus repetition when consumers are not directed to process advertising. *Journal of Advertising*, 2009, 2, p. 287–312 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/228370902_A_laboratory_study_of_the_effect_of_verbal_rhetoric_versus_repetition_when_consumers_are_not_directed_to_process_advertising>.
- [23] MCQUARRIE, E. F.; MICK, D. G. Figures of rhetoric in advertising language. *Journal of Consumer Research*, 1996, 22(4), p. 424–438 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<http://www.uky.edu/~ngrant/CJT780/readings/Day%205/McQuarrieMick1996.pdf>>.
- [24] MILLS, S. *Discourse*. London: Routledge, 1997.
- [25] MZOUGH, N.; ABDELHAK, S. The impact of visual and verbal rhetoric in advertising on mental imagery and recall. *International Journal of Business & Social Science*, 2011, 2(9), p. 257–267 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<https://pdfs.semanticscholar.org/f3ff/e01f641229d0aee-2335b376ab09bde35a45f.pdf>>.
- [26] NAUCKŪNAITĖ, Z. Klasikinė retorika kaip komunikacinės kompetencijos ugdymo paradigma. *Žmogus ir žodis: didaktinė lingvistika*. Vilnius: VPU leidykla, 2002, 4, p. 59–68.
- [27] PASHLER, H. E. *The Psychology of Attention*. Cambridge: The MIT Press, 1998.
- [28] PIKČILINGIS, J. *Lietuvių kalbos stilistika*. T. 2. Vilnius: Mokslo, 1975.
- [29] RANK, H. *Persuasion Analysis: A Companion to Composition*. Parkforest, IL: Counter-Propaganda Press, 1988.

- [30] SMETONIENĖ, I. *Reklama... Reklama? Reklama!* Vilnius: Tyto Alba, 2009.
- [31] ŠLEKYS, D. Pasvarstymai apie politiką, kultūrą bei meną. *Post Scriptum*, 4: *Politika ir kultūra*, 2004 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<http://www.postscriptum.lt/4-politika-ir-kultura/pasvarstymai-apie-politika-kultura-bei-mena>>.
- [32] ŠUMINAS, A. Politinė komunikacija socialinių tinklų svetainėse. *Informacijos mokslai*, 2009, 51, p. 24–36 [žiūrėta 2019 10 15]. Prieiga per internetą: <<http://www.zurnalai.vu.lt/informacijos-mokslai/article/view/3208>>.
- [33] Už Ingridą. Paskyra socialiniame tinkle Facebook, 2019 [žiūrėta 2019 05 30]. Prieiga per internetą: <<https://www.facebook.com/uzingrida/>>.
- [34] БАРАНОВ, А. Н. *Лингвистическая экспертиза текста*. Москва: Наука, 2007.
- [35] КЛЮЕВ, Е. В. *Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция)*. Москва: ПРИОР, 2001.

EGLĖ GABRĖNAITĖ

Rhetorical Elocution: Figurative Expression of Political Discourse

Summary

The modern definition of rhetoric is based on the conception of rhetoric as a universal system of persuasion, so persuasive discourses are the main object of rhetorical researches. Political discourse, the primary purpose of which is persuasion, is a textbook example of persuasive discourse.

The paper presents a study into political rhetoric: the comments and political programmes of the candidates in the presidential election in the Republic of Lithuania. This research aimed to determine the dominant figurative expression in political comments according to the methodological approach of the discipline of rhetoric and on previous studies. Figurative expression is a broad linguistic category involving the use of (non-)linguistic tools of expression which perform the aesthetic and (or) persuasive function. In rhetorical studies, a figurative expression is realised and analysed not as a standard embellishment of discourse, but primarily as an instrument of persuasion. It must be noted that for elocution-level rhetoric analysis of political discourse, essential expression tools are those that reflect the worldview and the values of discourse participants. Therefore, besides the rhetorical analysis, the methods of content and context analysis are also invoked.

Discourse studies reveal a direct interaction between rhetorical tools and persuasion of the message. Rhetorical figures perform the function of information “framing” and adapting the expectations of the addressee.

Keywords: rhetoric, elocution, figurative expression, paralogic, political discourse