

„Tradicionis politikas yra nuobodus“. Politinio autentiškumo paieškos Lietuvoje per populizmo perspektyvą

Giedrė Vaičekauskienė

Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas

giedre.vaicekauskiene@kf.vu.lt

<https://orcid.org/0009-0006-7603-7522>

<https://ror.org/03nadee84>

Santrauka. Šiame straipsnyje politinio autentiškumo samprata ir termino problematika aptariama populizmo, liberalios demokratijos nuosmukio kontekste. Lietuviškoje politinės komunikacijos tyrimų tradicijoje iniciuojama nauja diskusija apie politinį autentiškumą, analizuojamas pasitikėjimas / nepasitikėjimas politiniais lyderiais iš visuomenės perspektyvos. Šiuo straipsniu teoriškai ir empiriškai ieškoma atsakymų į klausimus, siekiant paaiškinti dabarties populistinių jėgų sėkmės Vakarų demokratijose priežastis ir tradicinių politikų pralaimėjimo / atstovavimo trūkumus. Straipsnyje remiamasi originalaus fokusuotų grupių diskusijų tyrimo, atlikto 2025 m., rezultatais. Surengta penkiolika diskusijų su 2024 m. Lietuvos Seimo rinkimuose dalyvavusių politinių partijų ir koalicijų sąrašų simpatikais. Iš viso tyrime dalyvavo 82 informantai iš Lietuvos regiono ir didžiųjų šalies miestų. Kokybinių duomenų teminė analizė atskleidė šiuos rezultatus: Lietuvos piliečiai, kaip rinkėjai, pasitiki politiniais lyderiais ir juos vadina autentiškais, kurie savo kalba geba sukurti socialinį ryšį, įrodyti charizmatišką jėgą. Populistinių aktorių patrauklumas aiškinamas jų laisva laikysena. Kita vertus, tyrimu nustatytas ryškus nusivylimas dabarties politikais, pasigendama lyderių, kurie turėtų autoritetą tarp įvairių demokratijos balsų Lietuvoje, mažinant piliečių susiskaldymą. Fokusuotų grupių diskusijų tyrimu patvirtintas stabilus susipriešinimas tarp skirtingų politinių partijų simpatikų. Tyrimo duomenys rodo, kad populistinės partijos ir joms pritariantys balsai Lietuvoje gimsta iš tylaus protesto „esame nematomi ir negirdimi“ iniciatyvos.

Pagrindiniai žodžiai: politinis autentiškumas; populizmas; politinė lyderystė; populistinė retorika; fokusuotų grupių diskusijos

“A Traditional Politician is Boring”: The Search for Political Authenticity in Lithuania through the Lens of Populism

Abstract. This article discusses the concept of political authenticity and associated issues in the context of populism and the decline of liberal democracy. It initiates a new discussion on political authenticity in the Lithuanian tradition of political communication research by analysing trust and distrust in political leaders from a societal perspective. The article seeks to provide theoretical and empirical answers to questions that explain why populist forces are successful in Western democracies today, and why traditional politicians are defeated or fail to represent their constituents. The article is based on the results of an original focus group study conducted in 2025. Fifteen discussions were held with supporters of the political parties and coalitions that participated in the Lithuanian parliamentary elections of the year 2024. A total of 82 informants participated in the study. Thematic analysis of the qualitative data revealed that Lithuanian citizens, as voters, trust

Received: 2025-10-24. Accepted: 2026-01-20.

Copyright © 2025 Giedrė Vaičekauskienė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Licence, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

political leaders and consider them authentic, capable of creating social connections through their language, thereby demonstrating charismatic power. In that light, informants explain why populists are interesting. The study indicated significant dissatisfaction with traditional politicians and a lack of authoritative leaders among the diverse voices of democracy who can mitigate dividing lines in Lithuania.

Keywords: political authenticity, populism, political leadership, populist rhetoric, focus group discussions.

Įvadas

Politinis autentiškumas šiandien yra kaip paklausiausia prekė politikoje, nes tai reiškia politinių lyderių gebėjimą įtikinti rinkėjus savo patikimu įvaizdžiu. Tačiau pats autentiškumo terminas išlieka miglotas, pirmiausia todėl, kad „politinis autentiškumas yra daugiasluoksnis socialinis konstruktas“, „tai ne politikų turima savybė, o stebėtojų išpūdis, kad jie yra ištikimi savo vidiniam „aš“ (Luebke, Engelmann, 2023). Autentiškumas yra konstruojamas, jį sudaro komunikacijos procesai tarp politikų, žiniasklaidos ir auditorijos, autentiškumas – tai ir socialinis vaidinimas, politikų savęs pristatymas viešojoje erdvėje, politikams siekiant pasirodyti nuosekliams su tikruoju „aš“ (Luebke, 2020).

Autentiško politiko apibūdinimas demokratinėse visuomenėse dažniausiai turi teigiamą konotaciją, nes reiškia gebėjimą betarpiškai ir tiesiogiai bendrauti su potencialiais rinkėjais. Kita vertus, politinis autentiškumas yra siejamas su populizmu ir laikomas „slaptu populizmo ingredientu“ (Enli, 2024, p. 87). Populistai sutrikdė ilgai nusistovėjusius partijų konkurencijos modelius daugelyje šiuolaikinių Vakarų visuomenių (Norris, Inglehart, 2019).

Dabartinė situacija Lietuvos partinėje sistemoje, turint galvoje paskutinius LR Seimo rinkimus 2020 ir 2024 m., leidžia kalbėti apie išlaikomą pliuralistinę demokratiją, kurioje dominuoja tradicinės partijos. Kita vertus, svarbu pažymėti, kad kiekvienuose rinkimuose Lietuvoje sėkmė dažniausiai lydi naują ar atsinaujinusią politinę jėgą, kuri vadinama populistine partija (Skirkevičius, 2022), protesto partija (Jurkynas, 2019) arba alternatyva regionų rinkėjams (Jurkynas, 2025). 2024 m. Seimo rinkimuose trečią vietą laimėjo R. Žemaitaičio vedama, metai prieš rinkimus įsteigta „Nemuno aušra“ ir pateko į valdančiąją koaliciją parlamente. Populistinės partijos Lietuvoje istoriškai veikė kaip partinės sistemos autsaiderės, o kai kurios iš jų ir jų lyderiai dingo iš politikos po nacionalinių parlamento rinkimų (žr. šalių ataskaitas Rooduijn et al., 2023), iki 2024 m. įvykusio lūžio. 2024 m. Europos Parlamento (EP) rinkimuose Lietuvos populistinė partija pirmą kartą peržengė 5 proc. rinkimų ribą (Ulinskaitė, 2024). Tautos ir teisingumo sąjungos (centristai, tautininkai) lyderis P. Gražulis tapo EP nariu.

Įsigalėjusiame populistiniame diskurse globaliai reiškiamas susirūpinimas demokratijos regresu (angl. *backsliding*), nuosmukiu (Haggard, Kaufman, 2021), kuris aiškinamas autokratiinių lyderių panieka liberalios demokratijos taisyklėms, oponentų teisėtumo neigimu, noru varžyti pilietines laisves. Politinis elitas ir masinė visuomenė vis labiau susiskaldo dėl viešosios politikos, ideologijos ir galiausiai dėl partinės priklausomybės. Demokratijos silpnėjimas siejamas ir su priešininkų demonizavimu, išpuoliais prieš

etninių, rasinių, religinių ar seksualinių mažumų teises (Norris, Inglehart, 2019; Wodak et al., 2020; Wodak, 2021; Haggard, Kaufman, 2021).

Populizmo esmė yra pliuralizmo atmetimas (Müller, 2016). JAV prezidentas D. Trumpas laikomas lyderiu, kuris naudoja populistinę retoriką savo valdymo stiliui pateisinti, kartu skatindamas autoritarines vertybes, kurios kelia grėsmę liberalioms normoms (Norris, Inglehart, 2019). Senosios tvarkos vertybių turbulencijos kontekste politikų komunikuojamas autentiškumas skleidžiasi su manipuliacijų perspektyva ir visais kitais po tiesos kultūros neigiamais efektais: melu, sąmokslų teorijomis, faktų, valstybės institucijų reikšmės neigimu, demagogija. Šiandien grįžti prie politikų autentiškumo įrodymų ir pasitikėjimo jais klausimų svarbu ir dėl visuomenių poliarizacijos (Haggard, Kaufman, 2021).

Šis tyrimas palaiko kitų autorių idėją, kad dezinformacijos, dirbtinio intelekto ir po tiesos politikos kultūriniame kontekste reikia iš naujo vertinti konstruojamą autentiškumą (Enli, 2024, p. 85). Straipsnyje pasitikėjimas politiniais lyderiais analizuojamas iš Lietuvos perspektyvos. *Tyrimo klausimai*: koks politikų kalbėjimas Lietuvoje iškyla kaip autentiškas ir suponuoja visuomenės pasitikėjimą ir paramą? Kaip visuomenės suvokiama autentiška politinė lyderystė ir jos raiška dera / nederą su populistine retorika? Kas Lietuvoje yra populistai?

Straipsnio tikslas: atskleisti Lietuvos visuomenės, kaip rinkėjų, suvokiamą politinį autentiškumą populizmo ir po tiesos kultūros įtakose.

Tyrimo rezultatuose iškyla patvirtinimas apie ryškų susipriešinimą tarp skirtingų politinių jėgų rėmėjų. Šiame kontekste populistų etiketės klijuojamos visiems politiniams oponentams. Empiriniame tyrime taip pat nustatyta, kad Lietuvos populizmui, kaip komunikacijos stiliui, būdingesnis priešiško įvaizdžio kūrimas tarp vidaus, o ne išorės grupių.

Literatūros apžvalga. Politinio autentiškumo diskusijos yra senos, siekiančios Antikos laikus. Autentiškumo samprata kildinama iš klasikinės Graikijos laikotarpio, kai *auto* reiškia „aš“, *hentes* – „veikėjas“ (Umbach, Humphrey, 2017). Atstovaujamoje demokratijoje rūpestis autentiškumu yra dorybė (Jones, 2015). Tyrimai apie autentiškumą politinėje komunikacijoje prasidėjo prieš 30–40 m. ir diskusijos pirmiausia yra susijusios su rinkėjų reikalavimais politikams būti paprastesniems (Ceccobelli, Gregorio, 2022). Nors iki šiol yra nustatyta nemažai savybių, kurios sudaro politinio autentiškumo charakteristiką (nuoseklumas, betarpiškumas, nuoširdumas, intymumas, spontaniškumas, netobulumas, kt.), pripažįstama, kad šis sąrašas nėra išsamus ir baigtinis, „autentiškumo“ sąvoka politikoje vis dar neapibrėžta, paslaptina ir jos aiškesniam supratimui trūksta auditorijos tyrimų, analizių skirtingose politinėse sistemose, kultūrose (Luebke, 2020; Ceccobelli, Gregorio, 2022; Luebke, Engelmann, 2023; Sorensen, Krämer, 2024; Enli, 2024). Populistiniai aktoriai šiandien iškyla kaip paslėptos, „tikros“ tiesos skelbėjai (Enli, 2024), jų tikslas – parodyti skirtumą nuo tradicinių, vadinamųjų sisteminių politikų. Skaitmeninėje visuomenėje politinio autentiškumo tyrimai atkreipė dėmesį į tai, kaip manipuliatyvios politikų reprezentacijos socialinių tinklų formatuose sukuria artimumo aurą rinkėjams. Enli (2015) parodo, kad autentiškumo iliuzijos yra strategiškai suplanuotos ir valdomos, medijuojant „natūralumą“ ir „neformalumą“. Autorė teigia, kad politinis autentiškumas tampa retorine ir vizualine strategija, skirta sukurti artumo ir pasitikėjimo jausmui tarp politiko ir rinkėjų.

Enli ir Rosenberg (2018) tyrime analizuojama, kaip socialinėje žiniasklaidoje populistiniai politikai atrodo labiau autentiški nei tradiciniai politiniai veikėjai. Daroma išvada, kad paprastas kalbėjimo stilius, emocinis nuoširdumas ir tiesioginis bendravimas su rinkėjais stiprina pasitikėjimo ir artumo įspūdį, net jei tai yra komunikacinė strategija, o ne tikras atvirumas. Naujausiame straipsnyje Enli (2024) toliau plėtoja šią idėją, teigdama, kad populizmas remiasi medijuojamu autentiškumu (angl. *mediated authenticity*) medijose kuriama nuoširdumo vaizdiniu, kuris pateikiamas kaip „tiesos“ forma. Ji argumentuoja, kad toks autentiškumo konstravimas sustiprina populistinį naratyvą, nes leidžia politikams atrodyti kaip „tikriesiems žmonėms“, kalbantiems „tikrą tiesą“ prieš „elitus“ ir tradicines institucijas. 2016–2020 m. kadencijos Lietuvos Seimo politinių lyderių R. Karbauskio ir G. Landsbergio retorikos diskurso analizė atskleidė, kad nepaisant politinės partijos ideologijos ir statuso (esi valdžioje ar opozicijoje) socialinio tinklo platformoje „Facebook“ kaip scenoje kurti asmeninius pasirodymus naudojamos tos pačios populistinės retorikos ypatybės: oponentų aršus menkinimas, tikrovės dramatinizavimas (Vaičekauskienė, 2019; 2022), diskurso analizė lietuviškame feisbuke atskleidė, kad politinių lyderių populizmą kaip bendravimo stilių remia aktyvių piliečių populistinė komunikacija internete (Vaičekauskienė, 2019). Literatūroje atskleista, kad populistinės komunikacijos tyrimas yra itin svarbus norint visiškai suprasti politinio populizmo iškilimą, nes populizmas dažniausiai atsispindi politinių veikėjų žodinėje, rašytinėje ir vizualinėje komunikacijoje (Ernst et al., 2019). Kritinio diskurso analizės autorė Wodak atkreipia dėmesį, kaip po tiesos eros kontekste skaitmeninė demagogija, blogas elgesys ir antipolitika palaiko galingų politikų nederamą elgseną, kuri dažnai jų pagrindiniams rėmėjams (simpatikams) skamba kaip „autentiška“¹ (Wodak, 2019). Wodak ir kt. (2020) tyrime nustatė, kad nemandagumas yra strateginė autentiškumo įrodymo priemonė, taigi palengvina jo normalizavimą. Autoriai teigia, kad nemažai mokslininkų pastebėjo esminį ryšį tarp nemandagumo ir emocijų, kuriant autentišką asmenybę.

Šiame darbe populizmas analizuojamas kaip retorikos forma, teigiant, kad teisėta valdžia kyla iš *vox populi* (Mes), o ne iš valdančio elito (Jie) (Norris, Inglehart, 2019, p. 14)². Rinkėjų viltis Lietuvoje siejama su nauja, netradicine partija ir noru naujų veidų, permainų, nes „visi vienodi“ (Jastramskis, 2018, p. 317). Politinio populizmo tendencijas Lietuvoje analizuojanti Ulinskaitė savo darbe taip pat pastebi vykstančius „kultūrinius karus valstybės viduje“ (Ulinskaitė, 2024), populizmas, kaip politinės komunikacijos stilius, rinkimams laimėti analizuotas teorine perspektyva (Aleknonis, Matkevičienė,

¹ Darbe žodis „autentiškas“ rašomas kabutėse tuomet, kai omenyje turimas politinio aktoriaus įsivaizduojamas autentiškumas.

² Šį konceptą autoriai Norris ir Inglehartas išplėtojo knygoje „Cultural Backlash. Trump, Brexit, and Authoritarian Populism“. Pasak Norris ir Ingleharto (2019, p. 247), populistinė retorika teigia liaudies suvereniteto teisėtumą (angl. *The Legitimacy of Popular Sovereignty*) – prireikus, nepaisydama pliuralistinių mažumų teisių, elito patirties, įprastų valdžios struktūrų liberalioje demokratijoje ir išrinktų atstovų bei profesionalių biurokratų sprendimų priėmimo principų. Tokiu būdu populizmas delegitimizuoja institucines vykdomosios valdžios galių kontrolės ir atsvaros sistemas, kenkdamas pasitikėjimu teismų ir teisinės valstybės, rinkimų, nepriklausomos žiniasklaidos, intelektualų ir mokslininkų, pilietinės visuomenės organizacijų ir interesų grupių, opozicinių partijų, valstybės tarnautojų ir išrinktų įstatymų leidėjų nešališkumu.

2016). Politikos mokslų literatūroje vis dažniau kreipiamas dėmesys į socialinį kontekstą, kuriame yra piliečiai. Informacija keliauja ne tik iš viršaus į apačią ir iš apačios į viršų, ji taip pat keliauja horizontaliai, tarp bendraamžių socialinėse grupėse ir socialiniuose tinkluose (Kriesi, 2020). Piliečių tarpusavio pokalbiai gali eliminuoti elito retoriką, formuojamą kaip viešąją nuomonę (Kertzer, Zeitzoff, 2017). Autoriai Kertzeris ir Zeitzoffas (2017, p. 555) nurodo, kad „naujųjų medijų amžiuje reikia mažiau nerimauti dėl klasikinio „iš viršaus į apačią“ veikiančio Chomsky modelio, kai žiniasklaida nekritiškai atkartoja tai, ką sako elitas, o daugiau susitelkti į manipuliavimą per bendrapiliečius“. Po tiesos amžiuje ginčai dėl tiesos, gerų ir blogų politikų vyksta grupėse socialiniuose tinkluose, todėl tyrėjai svarbiais veiksniais, formuojant viešąją nuomonę, laiko socialinės grupės užuominas, replikas, reakcijas. Horizontalioje grupių „socialinių burbulų“ infrastruktūroje šiandien priimami sprendimai dėl balsavimo (Kriesi, 2020).

Metodai. Remiantis idėjomis, kad šiandien sprendimai dėl balsavimo priimami horizontaliose visuomenės grupėse, grindžiamas pasirinkimas atlikti fokusuotų grupių diskusijas (angl. *focus group*) su Lietuvos visuomene, kaip tam tikrų politinių jėgų Lietuvoje sekėjais, simpatikais. Fokusuotų grupių diskusijos kaip metodas suteikia galimybę gauti reikšmingų įžvalgų apie grupės narių patirtį, pastebėjimus ir nuomonę, informaciją, kurios anksčiau nebuvo. O dalyvių požiūrio, įsitikinimų ir nuomonių santrauka, vertinama platesniame kontekste kartu su kitų teiginiais, gali suteikti svarbių naujų įžvalgų ir padėti geriau suprasti dominančias temas (Massey, 2011, p. 27). Fokusuotų grupių metodas sujungia tiek interviu, tiek dalyvaujamojo stebėjimo elementus ir suteikia galimybę gilintis į kognityvines ir emocines dalyvių reakcijas, kartu stebint grupės dinamiką (Massey, 2011).

Tyrimo imtis. Empiriniame tyrime 2025 m. vasario–liepos mėnesiais iš viso dalyvavo 82 informantai iš įvairių Lietuvos didžiųjų ir mažesnių miestų, rajoninių gyvenviečių, kaimų. Nuotoliniu būdu, darant vaizdo įrašus, buvo atlikta trylika išsamių (kai dalyvavo mažiausiai keturi asmenys) fokusuotų grupių diskusijų. Tyrimo dalyvių charakteristika pateikiama priede, 1 lentelėje. Tyrimo dalyvių amžiaus diapazonas yra nuo 19 iki 74 m. Ne visi informantai nurodė savo amžių, tačiau pagal pateiktųjų duomenis, vidutinis tyrimo dalyvių amžius yra 47 m. Iš viso tyrime dalyvavo 45 vyrai ir 37 moterys. Diskusijose nuomonėmis dalijosi studentai, ūkininkai, verslininkai, pensininkai, mokslų daktarai, pedagogai, teisininkai, įvairių sričių specialistai, miestų ir rajonų tarybų politikai, buvę kandidatai į Seimą. Viena diskusija vyko vidutiniškai pusantros valandos. Informantų atranka į fokusuotų grupių diskusijas vykdėta remiantis šiais kriterijais: 1) aktyviai kuria nors Lietuvos politinę jėgą remiantis rinkėjas (-a); 2) Lietuvos gyventojai iš mažo / didelio miesto, 3) vyras / moteris, 4) įvairus informantų amžius. Dalyviai atrinkti po vieną ir kruopščiai skirstyti į atskiras grupes, imtyje derinant homogeniškumą su heterogeniškumu ir taikant nedirektyvų moderavimą (Duchesne, 2017, p. 2). Grupių homogeniškumas pagal preferencijas tam tikroms politinėms jėgoms buvo pasirinktas dėl praktinių dalykų, kad atvyktų pakankamai dalyvių, kad jie norėtų kalbėtis tarpusavyje ir kad įvyktų grupinė diskusija (Duchesne, 2017).

Diskutuota su dviem partijų – Nacionalinio susivienijimo ir Lietuvos liaudies partijos – atstovais: pirmu atveju – su trimis, antru – su dviem dalyviais. Tautos ir teisingumo

sąjungos (TTS) fokusuota diskusija vyko per dvi atskiras grupes, 1 lentelėje TTS simpatikai sujungti į vieną grupę. Šiuos tyrimo apribojimus aptarsiu diskusijos dalyje, taip pat svarbu pasakyti, kad pavyko pasiekti visų 2024 m. LR Seimo rinkimuose dalyvavusių politinių sąrašų (tiek laimėjusių rinkimus, tiek pralaimėjusių) rėmėjus ir sudaryti sąlygas pasisakyti visiems, sutikusiems dalyvauti tyrime.

Analizės metodas. Visą empirinio tyrimo duomenų korpusą sudaro 21 valanda vaizdo įrašų, daugiau nei 140 tūkst. žodžių. Dalis įrašų buvo automatiškai transkribuoti MS Teams platformos įrankių, kita – naudojantis programa „Tildē“. Kokybiniai dideli duomenys buvo mažinami į reikšmingus pasikartojančius prasminius bendrumus / temas), koduojami. Buvo atlikta duomenų teminė analizė, fokusuojantis į tyrimo klausimus. Teminė analizė kaip metodas buvo pasirinkta todėl, kad „suteikia galimybę tyrėjui išvelgti ir suprasti kolektyvines ar bendras reikšmes bei patirtis, atsiskleidžiančias visoje duomenų visumoje. Susitelkiant į prasminius modelius, teminė analizė leidžia ne tik aprašyti duomenis, bet ir paaiškinti, kaip bei kodėl tam tikros reikšmės ar patirtys yra bendros tiriamosios grupės nariams“ (Braun, Clarke, 2012, p. 57). Teminė analizė dažnai taikoma, kai duomenys surinkti specialiai tyrimui (pvz., interviu ar fokusuotų grupių diskusijos) (Braun, Clarke, 2006). Laikantis kokybinių tyrimų etikos, dalyvių apsaugos, informantai buvo nuasmeninti, jiems buvo suteikti kodai. Analizės tekste citatų pabaigoje skliaustuose nurodoma didžioji raidė „D“ reiškia „dalyvis“, šalia esantis skaičius yra dalyvio konkretus kodas, santrumpa po kablelio reiškia politinę partiją ar koaliciją, 2024 m. dalyvavusią LR Seimo rinkimuose.

Diskusijos vadove visiems tyrimo dalyviams buvo pateikti šie pagrindiniai klausimai: Pasitikėjimas politikais Lietuvoje: koks politikas (-ė) šiandien jums atrodo autentiškas (-a), patikimas (-a) ir kodėl?; Demokratijos būklė Lietuvoje: ar visi gali kalbėti?; Koks yra medijų vaidmuo, palaikant demokratiją Lietuvoje?; Pasitikėjimo / įtikėjimo populistais fenomenas: kas yra populistai? Kaip atpažįstate populistinę retoriką?; Kokios yra Lietuvos visuomenės susipriešinimo priežastys? Kokią matote politinės lyderystės būklę dabar, kokios tikėtės ateityje?

Rezultatai. Kaip gimsta pasitikėjimas politiku visuomenėje?

Tyrimo kokybiniai duomenys indukcine logika buvo jungiami į atskirus tekstus, kuriuose tematiškai iškilo bendra reikšmė iš pasikartojančių tyrimo dalyvių liudijimų, patirčių. Informantų teiginiai šioje rezultatų dalyje tampa tekstiniais įrodymais. Teminė analizė atskleidė šias tris pagrindines temas: *Įtikina dėmesys ir santykis; Populistų paveikslas: tarp naujos vilties ir charizmatiškos jėgos; Susipriešinimas: etiketės politiniams oponentams.* Galima teigti, kad, viena vertus, šių trijų temų iškilimui įtakos turėjo ir diskusijos vadovo klausimai, kita vertus, gautas reikšmingas visas tris tematikas vienijantis tas pats rezultatas, kad **pasitikėjimas politiku, kaip autentišku lyderiu, kyla iš jo kalbos: per bendravimą, idėjos siūlymą, pozicijos reiškimą, argumentaciją, kritiką.** Pagal tyrimo duomenis, tai apima visas demokratiškai išrinktų politikų reprezentacijos vietas, kuriose vartojama kalba: nuo parlamento, interviu tradicinei žiniasklaidai, asmeninių pareiškimų socialiniuose tinkluose iki individualios argumentacijos, įskaitant kritiką politiniams

oponentams, ar gyvos asmeninės akistatos. Šiuo požiūriu svarbu pasakyti, kad atliktas empirinis tyrimas iš dalies paneigia nusistovėjusį populiarių naratyvą Lietuvos viešojoje erdvėje, kad rinkėjų atmintis yra trumpa. Dauguma tyrimo dalyvių savo argumentacijose naudojo daug pavyzdžių apie tinkamą ar netinkamą politinių lyderių kalbinį elgesį ne tik aptariamų rinkimų kontekste, bet ir nuo 1993 m. vykusių prezidento rinkimų, buvo minimos A. M. Brazausko, R. Pakso, V. Adamkaus ir kitų politikų pavardės, prisimintas A. Smetona.

Pirmame rezultatų poskyryje *Įtikina dėmesys ir santykis* bus pateikti empiriniai įrodymai, kurie patvirtina potencialių rinkėjų / auditorijos aktyvų klausymą ir net politikų pozicijų nuolatinį sekimą, lyginimą, o asmeninėse sąveikose – santykio ir retorinio tono vertinimą, kurį kalbėjimo metu sukuria tam tikras politikas (-ė). Duomenims analizuoti ir interpretuoti buvo pasitelkta Aristotelio tradiciją sekančios politinio ir medijų diskurso autorės R. Amossy savęs pristatymo ir verbalinio *ethos* teorija, kuri teigia, kad subjekto *ethos* (charakterį) ir su juo sutampantį įvaizdį galima laikyti „patikimumo“ šaltiniu (Vaičekauskienė, 2019, p. 103). Antrame rezultatų poskyryje *Populistų paveikslas: tarp naujos vilties ir charizmatiškos jėgos*, remiantis tekstiniais įrodymais, bus išskleista, kaip dalis tyrimo dalyvių nusivylė tradicinėmis partijomis ir kur slypi populistinių aktorių patrauklumas, lietuviškame kontekste aptariamų politikų P. Gražulio ir R. Žemaitaičio atvejai. Rezultatų analizėje buvo reikšminga Norris ir Ingleharto (2019) konceptualizuota populistinės retorikos forma „mes“ ir „jie“, kai per „paprastų žmonių“ kovą su „korumpuotu elitu“ liberalioje demokratijoje sėjamas nepasitikėjimas išrinktais atstovais, didinamas skepticizmas valstybės institucijomis, atskiromis visuomenės grupėmis. Interpretacijose apie kuriamą autentišką įvaizdį populistinės retorikos požiūriu remtasi koncepto „baimės politika“ (angl. *The Politics of Fear*) ir darbotvarkės „viskas tinka“³ autorės Wodak (2019; 2021) idėjomis.

Paskutiniame, trečiame rezultatų poskyryje *Susipriešinimas: etiketės politiniams oponentams* empiriniai duomenys leis apmąstyti skirtingų Lietuvos politinių jėgų simpatikų liudijimus apie gaunamas etiketes iš priešininkų stovyklų, vertybines skirtis dėl požiūrio į LGBTQ+ bendruomenę, tradicinę šeimą. Šio poskyrio duomenys taip pat įrodo, kad kalba yra reikšminga kuriant projektuojamus „tikrojo aš“ ir „priešo“ įvaizdžius. Konkurencingame disкурse, kuris apima visuomenę, medijas, komunikaciją ir politiką, išgalėjusi etikečių retorika toliau palaiko susipriešinimą Lietuvoje.

Įtikina dėmesys ir santykis

Su skirtingų politinių jėgų simpatikais kalbėjaisi jau praėjus keliems mėnesiams ar net pusmečiui po 2024 m. LR Seimo rinkimų, tačiau informantų išpūdžiai apie kandidatų pasisakymus buvo gyvi. Empirinio tyrimo gausūs duomenys patvirtino, kad rinkėjai Lietuvoje atidžiai klausosi ir vertina politikų kalbėjimą. Tyrimo dalyviams imponuoja

³ Pagal Wodak (2021), darbotvarkė „viskas tinka“ suprantama kaip begėdiškas nemandagaus elgesio normalizavimas (angl. *The Shameless Normalization*), kai nebereikia atsiprašinėti už akivaizdų melą ir kai tam tikrų elgesio normų nepaisymas reiškia autentišką ir patrauklią nuomonę.

politikų atvirumas, nuoširdumas, gebėjimas sudėtingus dalykus žmonėms paaiškinti paprastai. Tokiu būdu rinkėjams kuriamas žemiško politiko, suprantančio ir neatitolusio nuo visuomenės problemų, įvaizdis:

Aš suprantu tą autentiškumą, bet gal ne tiek autentiškumą, kiek paprastumą, kai labai sudėtingus dalykus, politinius, nepolitinius, ekonominius, kas susiję su gynyba, mokesčiais ir visais kitais dalykais ir tie dalykai paaiškinami, na, ta žmonių kalba vadinama be kažkokių tai daugybės tarptautinių žodžių, kurių tie vadinami paprasti žmonės ar žmonės iš regionų, su visa pagarba regionų gyventojams, aš ir pati taip čia gyvenu, žmonės suprantą (D6, LSDP).

Diskusijos fokusuotose grupėse atskleidė, kad kalbos supaprastinimas, nuoširdžiai stengiantis paaiškinti *kažką*, taip pat buvo suprantamas kaip tiesioginė pagarba auditorijai. Priešingas veiksmas rodo nepagarbą. Geras politikas⁴ tyrimo dalyviams yra žinantis bendruomenių problemas, pats mokantis klausytis ir girdėti kitus. Tyrimo metu dažnai pasikartojo informantų teiginiai, kad jiems, kaip rinkėjams, patinka politiko atkaklus ir drąsus individualios pozicijos reiškimas, nepaisant, kad tai išsakomai nuomonei ne visada pritariama (*Autentiškas tas, kuris, nepaisant skirtingų laikotarpių, vėjų, laikosi savo krypties*, D68, LS). Toks politikų verbalinis elgesys yra priimamas pozityviai, nurodant, kad tai reiškia tam tikrų politinių lyderių nuoseklumą. Gilinantis į esminį tyrimo klausimą – pasitikėjimą politikais, gauti rezultatai aiškiai nurodo skirtingų Lietuvos politinių partijų simpatikų reikalavimą – geras politikas nesislapsto nuo visuomenės, nebijo nepatogių klausimų, moka pripažinti klaidas, nevengia susitikti, pabendrauti, komunikacinėse akistatose nuolat turi autentiškus, t. y. savo, žodžius. Rinkėjams yra svarbu girdėti originalias mintis, kurios yra priešingos tyrimo dalyvių įvardytai *robotiškai*, nenatūraliai kalbai:

Pirmas žodis, kuris šauna į galvą, tai yra autentiškumas. Vis tiek išsiskiria žmonės, kurie turi savo mąstymo stilių, savo kalbėjimo stilių, kurio jie nebando nušifuoti iki to robotiško politinio kalbėjimo, kuriuo kalba visi. Tai yra tie žmonės, kurie išsiskiria savo kalbėjimu, beje, atkreipia dėmesį, nebūtinai sutinki su jų idėjomis, bet tu jas girdi (D22, LP).

Tyrimo dalyviai, akcentavę politikų komunikacijos, asmeninio stiliaus reikšmę, iš esmės kalba apie retorikos, kaip įtikinimo meno, svarbą. Retorikos mene dalyvauja ilgaamžėmis pripažintos trys aristoteliškos apeliacijos į auditoriją: *ethos* (kalbėtojo charakteris), *logos* (kalbėtojo parenkami konkretūs argumentai, žodžiai konkrečiai auditorijai) ir *pathos* (santykis ir emocijos, kurias siekia sukurti kalbėtojas konkrečioje įtikinėjimo sąveikoje). Per politikų, kaip kalbėtojų, verbalinį *ethos* rinkėjai girdi arba ne lyderystės charakterį, per kalbos *pathos* – kokias emocijas (pyktį, užuojautą, nerimą, patriotizmą) siekiama sužadinti konkrečioje sąveikoje (Norris, Inglehart, 2019). Retorikoje, kaip įtikinimo mene, atsidasavimas auditorijai, „ištikimybė žmogui“ reiškia identifikaciją su kitais. Visų politikų, tiek siekiančių išrinkimo, tiek perrinkimo, siekiamybė – sukurti bendrystės jausmą auditorijos pripažįstamų vertybių atžvilgiu ir tokiu būdu įkūnyti patrauklų projektuojamą įvaizdį (Vaičekauskienė, 2019). Politiniame diskurse neretai iškyla tėvo (Lietuvoje šiuo požiūriu

⁴ Geras politikas šiame darbe suprantamas kaip autentiškas politikas. Kaip politiniam autentiškumui pagal literatūrą priskiriamos nuoširdumo, atvirumo, betarpiškumo savybės, taip ir geram politikui apibūdinti visuomenės nurodo empatijos, artimumo, drąsos būti savimi bruožus.

minėtinas Brazausko kaip griežto, turinčio nuomonę tėvo įvaizdis: *Brazauskas – nuo žagrės, mes visi nuo žagrės. Brazauskas gerai įkūnijo tautą, D40, TTS*), taip pat motinos (pavyzdžiui, Italijos ministrės pirmininkės Giorgijos Meloni, įgijusios galią COVID-19 pandemijos metu dėl augančio nepasitenkinimo karantinais ir ekonominiais sunkumais Italijoje, pritariusiai antiimigracinei politikai) paveikslai. Šio tyrimo rėmuose motinišką įvaizdį daliai rinkėjų per 2024 m. Seimo rinkimus sukūrė V. Blinkevičiūtė:

Klausėte pradžioje, kokie politikai imponuoja, patinka. Pirma prieš akis iškilo Blinkevičiūtė. Kodėl? Kadangi, kai studijavau, mano akimis, jinai buvo viena geriausių socialinių reikalų ministrių. Bet jinai dar neseniai buvo kritikuojama už tą keistą nuomonę, tai vat. Aš dėl to nesakiau ir prieštaringai jaučiausi. Bet jinai moteris – motiniška. Iš jos šiaip kažkas empatiška sklinda. Dėl to ir patikėjo ją žmonės. Ir labai supyko vėliau visuomenė. Bet, vat, mieli Lietuvos žmonės. Ir jinai nuo to pradėjo. Iš tikrųjų, labai žmonės ją pamėgo dėl to (D79, LLRA-KŠS).

Pateiktoje citatoje galime aiškiai išskirti pasitikėjimo branduolį – kalbėjimo metu sukurtą V. Blinkevičiūtės motinišką charakterį. Pasitikėjimą sukuria santykis. Santykis įtikina. Suprantama, gali kilti klausimas, ar retorikos projektavimas, siekiant pelnyti rinkėjų simpatijas, yra toks paprastas procesas? Ar tai paprasta manipuliacija? Ir taip, ir ne. Pirma, politinis aktorius turi įtikinamai suvaidinti savo pasirinktą *ethos*, pateikti kaip įrodymą. Ir tai nėra paprasta, nes tik auditorija nusprendžia priimti tą vaidinimą ar ne. Kaip jau akcentuota literatūros apžvalgoje, apie politinių aktorių tikrumą sprendžia stebėtojai, tai yra jų išpuodis. Pasitikėjimas gimsta klausytojų, stebėtojų akyse, ausyse, sąmonėje. Antra, sunku prognozuoti, kokia retorika tam tikru laikotarpiu bus paveiki tam tikros kultūros visuomenei, kokias vertybes ji aukštins, kokios vertybės jai bus nesvarbios. Tai visada yra mįslė ir patiems politiniams lyderiams, ir juos konsultuojančioms komunikacijos komandoms: atspėti rinkėjų nuotaikas, lūkesčius, preferencijas. Reikia pasakyti ir tai, kad žmonių sąmonėje įstrigęs įtaigus Blinkevičiūtės kreipinys „mieli Lietuvos žmonės“ po demaskuoto melo apie pažadus būti Lietuvos premjere vienosė fokusuotų grupių diskusijose buvo vertinamas kaip labai nuviliantis dalykas, kitose – jos rėmėjai pateisino tą melą, „nes taip liepė partija“. Tyrimo dalyviai akcentavo, kad jiems imponuoja nekatgoriškas lyderių tonas:

Na, aš visada klausydamasis politiko, viena smegenų puse, visada, jeigu pažįstamas, tai tikrinu, ką jis yra sakęs, ką jis yra kalbėjęs ir kokia jo bendra pozicija, nes, tarkim, šiuo metu vienu momentu jis gali ir ne visai protingai, ir ne visai argumentuotai, ir ne visai tą, ką reikia, pasakyt, bet žiūrint visumą, na ir imponuoja, kada bet koku klausimu kalba ramiai, tarkim, net man atrodo, kad ir rytoj būtų, prasidės karas, jau žinom visa šita, vis tiek reikėtų kalbėt ramiai ir tenai nespaukt iš to jokių isterikų ar kokio nors neramumo (D27, TS-LKD).

Diskusijose isteriškumas buvo aptariamasis kaip bruožas, tinkantis religinėms sektoms, o ne politikai, vykstančiai sudėtingame geopolitiniame kontekste. Tebevykstant Rusijos karui prieš Ukrainą, kylant naujiems kariniams konfliktams, žmonėms reikia dėmesio, paaiškinant situaciją. Keliose grupėse paaiškėjo, koks svarbus rinkėjams yra politikų pozityvumas: *<...> pašmaikštauti galbūt, ar ne, ties tom liūdnesnėm temom, bet su ta vizija, kad vis dėlto tai yra išsprendžiamas sprendimas (D75, LRP).*

Apibendrinant, politiko kalba rinkėjams atskleidžia santykį į juos, kalba sukuria politiko charakterį (geras, blogas, jautrus, arogantiškas). Vis dėlto retorinis įtikinimas išlieka mįslė, nes, viena vertus, šis menas apima tiek sąmoningą, tiek nesąmoningą politikų kaip kalbėtojų patrauklaus įvaizdžio projektavimą, iš anksto neaiškias rinkėjų vertybes, kita vertus, žmonių sąveikoje nuolat veikė nuoširdumas (tikras ar suvaidintas), atvirumas, sukurtas artumas, dėmesį rodantis draugiškas santykis.

Šios teorinės ir empirinės tezės leidžia paaiškinti tiek tam tikrų tradicinių lyderių populiarumą, tiek dabarties visuomenėje dažnai išreiškiamą nustebimą, kodėl ir kaip tam tikri populistiniai aktoriai įgyja žmonių pasitikėjimą. Populistai, kaip geri visuomenės nuotaikų diagnozuotojai – „žmonių ekspertai“, socialinėse ir politinėse įtampose geba apčiuopti jautriausias žmonių temas, vibracijas ir jas įtikinamai ištransliuoti. Pirmiausia savo asmeninei naudai. Štai čia priartėjome prie kitos tyrimo metu išryškėjusios temos – populisto paveikslą sudarančių elementų.

Populistų paveikslas: tarp naujos vilties ir charizmatiškos jėgos

Fokusuotų grupių diskusijose tarp pašnekovų iškilo dviejų ryškiausių populistinių veikėjų – P. Gražulio ir R. Žemaitaičio, politikų, 2024 m. rinkimuose patyrusių pergalę, paveikslai. Šie du Lietuvos politikos veikėjai buvo paminėti dėl: a) nuoseklaus veikimo, ypač Gražulio atveju, b) asmenybių charizmatiškumo, c) laisvės kalbėti nevaržomai (nepaisant nepritrimto tam, kas sakoma). Gražulio ir Žemaitaičio, kaip populistinių aktorių, veikimas gali būti paaiškinamas per politinį diskursą, sutelktą į antagonizmą tarp „liaudies“ ir „elito“, kuris reiškia paramą liaudies suverenitetui prieš neatsakingą arba korumpuotą elito valdymą (Mudde, 2007). Šiuo požiūriu, populizmą traktuojau kaip komunikacijos reiškinį, kalbėjimo stilių. Šiame poskyryje pirmiausia apmąstysime, dėl kokių savybių demokratijose kyla pasitikėjimas populistais apskritai, koks yra Lietuvos rinkėjų populizmo tendencijų, raiškos vertinimas ir į kokią populistinį diskursą Lietuvoje įtraukia politikos veikėjai europarlamentaras Gražulis, Seimo narys, valdančiosios koalicijos atstovas Žemaitaitis.

Populistiniai aktoriai meistriškai supriešina „dorą ir vienalytę tautą“ su elitu ir pavojingais „kitais“, kurie kartu vaizduojami kaip atimantys (arba bandantys atimti) iš suverenios tautos jos teises, vertybes, gerovę, tapatybę ir balsą (Gera, 2023). Tokioje šviesoje populistiniai veikėjai iškyla kaip tautos gynėjai, gelbėtojai, saugumo garantas. Įtikinančiai kovai reikia scenos, kuria šiandien tapo socialiniai tinklai. Šiuolaikinė politika vis mažiau remiasi tradicine žiniasklaida, populistinių aktorių pasirodymai vyksta interneto scenoje (Wodak, 2021). Empirinio tyrimo dalyviai teigė suprantantys, kad retoriniam įtikinimui neužtenka vien iš anksto paruoštų scenarijų, reikia, kad populistinis politikas pirmiausia pats pademonstruotų asmeninį tikėjimą ir jėgą, kurie ir pavergia mases⁵. Įsijautimas į

⁵ Informantų pasidalytos mintys nuveda į masių psichologiją, kurią jau seniai aprašė prancūzų filosofas G. Le Bonas aktualumo nepraradusioje knygoje „Minios psichologija“, kurioje teigiama, kad pirmiausia charizmatiškas lyderis pats įtiki savo nepaprasta jėga, kuri skatina ir minią jam paklusti. „Didžiųjų lyderių vaidmuo – sukurti tikėjimą: religinį, politinį ar socialinį; tikėjimą kūriniu, asmeniu ar idėja. Iš visų žmonijos galių tikėjimas visada buvo reikšmingiausias <...>“ (Le Bon, 2020, p. 116–117).

gelbėtojų vaidinimą projektuoja politinį autentiškumą. Štai kaip pašnekovai iš skirtingų Lietuvos politinių partijų argumentuoja populistų patrauklumą:

Norėčiau vieną išskirtinumą pažymėti populistų. Iš kitos pusės, ne taip ir paprasta būti, nes populistui reikia turėti tam tikrų savybių. Tu turi turėti tą visuomenės meilę sau tokią, savotišką charizmą, nes kitaip tu nepralysi su bele kuo, bet kokiom kalbom. Turi būti pakankamai artistišku, netgi ir mokėti manipuluoti žmogumi, jausti, kaip jis girdi, jausti tą nuotaiką visuomenės. Kam tu kalbi, mokėti staigiai persiorientuoti. Jeigu apie kainas kalba... Kažkokia tai tikėjimo kalba, jina visiškai absoliutiškai nesiremia jokiais, ten, sakykim, moksliniais skaičiais. Ar ten kažkokiais straipsniais, ar kažkokiais tyrimais, nes tai yra nuobodu. Nu, kam ten įdomu, niekam ten neįdomu, o, va, ten pasakyti kažkokią nuomonę. Tai kada jau iš karto gauni tokių pigių... nemažai bonusų prisirenki visuomenės akyse (D53, LVŽS).

Reaguodama į tyrimo dalyvės išsakytas mintis dėl populistų kuriamo nenuobodaus diskurso, atkreipčiau dėmesį, kad politikoje, kaip ir teatre, vartojamos tos pačios sąvokos „scena“, „avanscena“, „užkulisiai“. Populistinis aktorius rūpinasi išvaizda, veikia pagal populiariosios kultūros, įžymybių politiką, išmano žiniasklaidos veikimo logiką, pagal ją sumaniai kuriamos savos viešosios erdvės, savo pasauliai, ignoruojant tradicines medijas (Wodak, 2021). Fokusuotų grupių diskusijose susiformavo nuomonė, kad populistų iškilimas liberaliose demokratijose rinkėjams reiškia naujumą, viltį, ko šiandien nepasiūlo tradicinės partijos. Lietuvoje išvelgiamos tos pačios tendencijos:

Na, žiūrėkit, paskutiniai rinkimai čia, Europoj, jau parodė, kad jų populistai, jų atsiranda vis daugiau, daugiau ir jie laimi, ir tokia tendencija jau ir Lietuvoj yra. Populistų visąlaik buvo, bet dabar populizmas, jisai labai plačiai paplito. Bet klausimas, kodėl tas populizmas taip paplinta, reiškia, atsakymas yra paprastas, tai yra patinka žmonėms ir rinkėjams, bet reiškia, tradicinis politikas yra jisai nuobodus. Vėl čia truputį jau mūsų gaunasi rinkėjų problema, bet, deja, tokių rinkėjų daugėja, nes nusivylę tradicinėm partijom, jie kažko tai nori naujo (D58, CDS).

Pateiktoje citatoje pašnekovas atkreipia dėmesį į rinkėjų kritiško mąstymo svarbą, kita vertus, patvirtina, kad „populizmas patinka žmonėms, rinkėjams, reiškia, tradicinis politikas yra nuobodus“. Populizmas kaip diskursas, stilius supaprastina sudėtingus dalykus ieškodamas kaltininko (Wodak, 2021), tokia konflikto dramaturgija įtraukia, kelia susidomėjimą. Tyrimo dalyviai diskusijose dalijosi savo pastebėjimais; pavyzdžiui, štai kilo karas, o dalis politikų Lietuvoje pametė realybę, nebuvo savalaikės reakcijos, atsirado politinės jėgos, kurios visuomenei svarbias aktualijas įtraukė į savo emocionales naratyvus ir tam panaudojo tradicinių partijų padarytas klaidas:

Man X metai, aš balsuoju nuo 1993 turbūt, ar ne, metų. Reiškia, aš tą patį galiu dalinai pasakyti ir apie Lietuvos partijas, ar ne? Jos feilino, jos feilino, joms turėtų būti gėda, mūsų dešinieji pavirto liberalais, mūsų kairieji pavirto amorfine mase, jie davė galimybę atsirasti kitom populistinėm partijom, ar ne? Kai mes kalbam apie kokią nors „Nemuno aušrą“ arba apie valstiečius ankstyvuosius tenai ir panašiai, tai yra mūsų tradicinės partijos feilino <..>. Vietoj socdemų mes turim valstiečius arba „Nemuno aušrą“, vietoj konservatorių mes turim Nacionalinį susivienijimą, kuris auga, ir aš manau, kad tai bus tikrai nemaža partinė, sakykim, nemaža partija per kitus rinkimus, jeigu ne dominuojantis (D18, NS).

Visuotinai žinoma, kad charizmatiški lyderiai iškyla didelių neramumų ar krizių laikotarpiu, t. y. sąlygomis, kai visuomenei reikia atsakymų čia ir dabar, kai reikia drąsios pozicijos. Tyrimo dalyviai populistų paveiksle mato stiprią energiją, pasitikėjimą savimi. Informantė iš Lietuvos žaliųjų partijos sako, kad atsakymas dėl pasitikėjimo populistais slypi jų autentiškame elgesyje, laisvėje sakyti, ką nori:

Man atrodo, aš bandžiau irgi sau atsakyti į šitą klausimą, kas yra charizma, ir man jina labai susijusi su vis dėlto laisvo žmogaus laikysena, kai žmogus yra laisvas sakyti, ką nori. Mes galim nepritarti Žemaitaičiui, bet jisai daug labai žmonių patraukia. Kodėl? Nes jis turi tą va tokią laikyseną, laisvės sakyti, ką nori, ir ta prasme tai čia labai prastas pavyzdys <...>. Ko reikėtų mūsų politikams, tai laisvės, laisvų žmonių mums reikia, tiesiog tas nėra paprasta būt laisvu žmogus (D15, LŽP).

2024 m. mažai kas prognozavo P. Gražulio išrinkimą į Europos Parlamentą. Gražulis buvo Lietuvos parlamento narys nuo 1996 iki 2023 m., nuolat laimėdavo mandatus vienmandatėse apygardose (LRS, 2024). Lūžis jo politinėje karjeroje įvyko 2023 m. žiemą, kai Seimas jį pašalino iš pareigų apkaltos būdu. Apkaltos procesas buvo pradėtas, nes Gražulis be leidimo balsavo už kitą Seimo narį, taip sulaužydamas savo priesaiką ir pažeisdamas Konstituciją. Gražulio retorika remiasi priešiškuumu LGBTQ+ bendruomenei, Stambulo konvencijai, „genderizmui“, „Pride“ renginiams. Gražulio „kovoje“ supriešinama LGBTQ+ bendruomenė su tradicine šeima, reiškiamą neapykanta elitui, politinėms institucijoms, teismams (Mos, 2022; Davydova, 2012; delfi.lt, 2013; bernardinai.lt, 2024). Lietuvos rinkėjų sąmonėje ilgam išliko Gražulio kaip kovotojo šūkis „Už Lietuvą, vyrai!“, pelnęs jam populiarumą. Kalbantis su tyrimo dalyviais, net patys Gražulio partijos simpatikai teigė, kad taip kalbėti jie nesugebėtų. Kita vertus, buvo tvirtinama, kad politikas Lietuvoje yra suvokiamas kaip atsidavęs tautos vertybių gynėjas:

Aš taip nesugebėčiau, kaip Petras, na, jis tikrai turi to populizmo, kad patiktų žmonėms, jis moka, sako, aš tau rojį sukursiu, kad tik mane išrinktų. Aš, pavyzdžiui, to nesugebėčiau, bet to reikia žmonėms <...> (D43, TTS); Petras veža viską vienas ant savo pečių, jis yra kovotojas nuo pat tremties iki pat dabar, nesugeba suburti komandos, jis nėra piktybinis, nelaiko pykčio, ir keršto neturi žmogus <...> (D44, TTS).

Informantai galvoje turėjo jų partijos lyderio gebėjimą kurti meistriškus santykius su rinkėjais. Vienas iš populistinės retorikos tikslų – pasiekti, kad žmonės tapatintųsi su vidine grupe (angl. *in-group*), taip dar labiau sustiprinant vidinės grupės palankumą ir išorinės grupės (angl. *out-group*) priešišumą (Gera, 2023, p. 107).

R. Žemaitaičio populistiniame diskurse pavojingi „kiti“ dažniausiai yra įvardijami politiniai oponentai iš tradicinių partijų (konservatorių, liberalų). Žemaitaičio populistinė retorika pabrėžia dominuojantį konfliktą tarp „paprastų žmonių“, kuriems jis teigia atstovaujantis, ir elito Lietuvoje, Vakarų valstybėse. Žemaitaičio retorikoje kuriamas nepasitikėjimas demokratiniais lyderiais, tarptautinėmis institucijomis, nepriklausomais žurnalistais, visuomeniniu transliuotoju LRT (BNS, 2025a, b; LRT, 2025; OOCR, 2025). Žemaitaitis pirmą kartą dalyvavo Lietuvos Seimo rinkimuose 2008 m. su partija „Tvarka ir teisingumas“. 2016–2018 m. jis buvo vienas iš šios politinės partijos lyderių (Jurkynas,

2019). Po partijos „Tvarka ir teisingumas“ reorganizavimo 2020 m. Žemaitaitis tapo naujos politinės jėgos – „Laisvė ir teisingumas“ – įkūrėju ir pirmininku. Tačiau 2022 m., paskelbęs antisemitinių pareiškimų socialiniuose tinkluose, Žemaitaitis buvo pašalintas iš partijos. „Ši valdybos sprendimą išprovokavo Remigijaus Žemaitaičio pareiškimai socialinėje erdvėje, kurstantys nacionalinę nesantaiką ir skatinantys neapykantą mūsų bendrapiliečiams žydams“, – 2023 m. gegužę žiniasklaidai pranešė partija (ELTA, 2023). Tais pačiais 2023 m. Žemaitaitis inicijavo politinės partijos „Nemuno aušra“ steigimą (Jastramskis, Ramonaitė, 2024). Žemaitaičio vedama „Nemuno aušra“ 2024 m. rinkimuose laimėjo 20 vietų parlamente (trečioji vieta).

Per diskusiją fokusuotoje grupėje tarp Žemaitaičio partijos simpatikų pripažinta, kad jų partijos lyderis yra emocionalus, *tačiau daug teisybės vėliau pasitvirtina* (D7, PPNA). Kalbantis su partijos „Nemuno aušra“ rėmėjais, paaiškėjo, kad pagrindinis informacijos šaltinis Žemaitaičio sekėjams yra jų lyderio paskyra feisbuke. Informantai dalijosi, kad Žemaitaitis juos įtikino, jog bus pradėti spręsti ekonominiai klausimai tiems žmonėms, kurių gyvenimas blogėja, kad atsiras dialogas tarp valdžios ir piliečių:

Remigijaus Žemaitaičio fenomenas buvo tame, kad jis pradėjo kelti tuos klausimus, apie kuriuos kai kurie net nedrįso kalbėti, sakyčiau <...> (D8, PPNA).

Politinės jėgos „Nemuno aušra“ simpatikų grupėje taip pat atsiskleidė ir partijos lyderio sekėjų skepticizmas, įtarimai tradicinių medijų atžvilgiu dėl objektyvumo. Informantų teigimu, tiek jų lyderis, tiek artimiausi jo bendražygiai, tiek ir jie patys, kaip šios partijos rėmėjai, yra *narstomi po kaulelį labiau nei, pavyzdžiui, konservatorių ar dar kitų partijų atstovai, kurie buvo dar baisesni visi* (D7, PPNA). Paskutinė citata kartu su kitais liudijimais kitose diskusijose tyrime liudijo Lietuvos visuomenės susipriešinimą partinės priklausomybės atžvilgiu. Paskutiniame empirinio tyrimo rezultatų poskyryje bus aptarta etikečių politiniams oponentams retorika, kurios menkinantys, žeminantys apibūdinimai skurdina Lietuvos politinę kultūrą ir įteisina poliarizacijos naratyvus.

Susipriešinimas: etiketės politiniams oponentams

Remiantis duomenimis iš fokusuotų grupių diskusijų tyrimo, galima tvirtinti, kad Lietuvoje populizmas, kaip retorika, pasiekė tą visuomenės dalį, kuri paprastai nėra rinkimų pilietinės pareigos entuziastai. Juos galima pavadinti tiek protesto balsais, tiek tyliąja dauguma, kurios atstovų paprastai mažai ar visai negirdime tradicinių medijų platformose. Tyrimo dalyvių grupėse išsiskyrė pasikartojančios nuomonės, kad susipriešinusioje Lietuvoje žmonės atvirai sako, kad net nebenori klausyti vienas kito ir kad kritika vienas kitam ateina ne iš perspektyvos, jog pasakytum, kas man nepatinka tavo požiūryje ir kaip galėtų būti, o kategoriškai nukertant, kad tavo požiūris yra tiesiog neteisingas. Tokie atviri pasisakymai iliustruoja po tiesos kultūros esmę: tikėjimu / emocijomis pagrįstą kalbėjimą ir per tai konstruojamą tiesą, atskiriant savus ir svetimus. Remiantis piliečių, sutikusių dalyvauti kolektyviniuose interviu, teigimu, Žemaitaičio partija jiems „davė bent viltį“ „valstybėje pamirštiems žmonėms“:

Taip pasakyčiau, kad dalis visuomenės pilnavertiškai nedalyvauja valstybės gyvenime ir visi bandymai visuomenės tame gyvenime dalyvauti ir visi bandymai pakeisti vieną ar kitą partiją valdžioje atsirėmė į tai, kad žmonių lūkesčiai neįgyvendinami. Tada žmonės kai mato dar labai daug kriterijų, kada jų gyvenimas, sakykime, blogėja, jie, tiesiog nerasdami atsakymo, dalinasi į dvi ir tris stovyklas ir tos vienybės nebus <...> (D8, PPNA).

Mūsų⁶ atlikto kokybinio tyrimo rezultatai sutampa su Pilietinės visuomenės instituto 2025 m. kovo mėnesį paskelbta tyrimo ataskaita⁷, kuri Lietuvos visuomenės susipriešinimą rodo tose pačiose poliarizuojančiose temose: pirmoje vietoje – per LGBTQ+ bendruomenės narių teises (68 proc.), antroje vietoje – tarp skirtingų politinių partijų rėmėjų (56 proc.). Fokusuotų grupių diskusijose tyrimo dalyviai atvirai pasakojo savo asmenines istorijas, kurios juos skaudina, nes jaučiasi socialiai kategorizuojami, nepalaikomi. Ypač kai kalba pasisuka apie LGBTQ+ temą. Net šeimose:

Taip, visiškai pritariu X, kad šeimos klausimas yra skaldantis, ypač LGBTQ plius tema, ji yra labai nepageidaujama prie vieno stalo, tai yra labai bloga tema. Per Valentino dieną socialinio tinklo istorijoje (story) pasidalijau žinute „Už laisvę mylėti–, mes organizavome piketą, tada sulaukiau artimo žmogaus žinutės, pirmiausia paklausė: „Kokia tavo orientacija?“ Normalus čia klausimas, bet po to pasakė, kad yra pirmaeiliai dalykai, po to antraeiliai reikalai. Reikia suprasti, kad LGBTQ plius bendruomenės reikalai yra antraeiliai dalykai, tada pasako, kad žmonės yra manimi nusivylę... Mane įskaudino, per širdį davė, man svarbūs ir kiti žmonės... Kad gauni tokią žinutę, jei palaikai LGBTQ plius bendruomenę, artimi žmonės yra tavimi nusivylę... Mane tai skaudina... (D67, LS).

Tyrimo nustatyta ir daugiau menkinamų požiūrių skirtingose politinių oponentų stovyklose, specifinių etikečių – *populistai, vatnikai, antivakseriai, didžioji visuomenė* – klijavimo. Informantai tikino, kad dėl baimės pasirodyti, kas kokią nuomonę turi ar jai prijaučia, feisbuke daug žmonių nerodo savo nuotraukų ir todėl nėra tikrų vardų. Taip pat buvo teigiama, kad dalis jungiasi į tam tikras uždaras bendruomenes, nes ten yra „tikra demokratija“, o „didžiojoje visuomenėje“ jie jaučiasi svetimi ir ten nekviečiami:

Aš šiandien kada susidūriau su tais visais stabdžiais rinkimų kampanijoj, su tom visom patyčiom, etikečių klijavimais visokiais, ne kiekvienas tai gali iškęsti žmogus <...>. Žmonės bijo tų etikečių „vatnikas“, niekas nesako, kad laukia ruso, priešingai, mes pamatėme, kad Amerikoje užtenka pasikeisti valdžiai ir viskas verčiasi <...> mūsų mažuose burbuluose temos yra visuotinio gėrio ieškojimas, tai mes turime savo vystyti, savo kultūrą palaikyti, tradicijas stengtis išlaikyti visas, pavyzdžiui, kaip buvo mūsų vadovėliuose, o kaip yra dabar... (D44, TTS).

⁶ Šis tyrimas yra LMTLT finansuojamo projekto „Populizmas kaip visuomenę skaldantis diskursas“, Nr. S-MIP-24-22, dalis. Fokusuotų grupių diskusijas vykdėme kartu su projekto partnere dr. Erika Nabažaitė; kai kurios straipsnyje formuluojamos įžvalgos gimė iš bendrų diskusijų tiek žodžiu, tiek raštu. Dalies diskusijų grupių organizacijoje padėjo Žurnalistikos ir medijų tyrimo centro stažuotojas studentas Nedas Šukys. Projekto vadovė dr. Giedrė Vaičekauskienė.

⁷ Plačiau apie kiekybinio tyrimo ataskaitą: Uab, D. (n.d.). Civitas. Civitas. <https://www.civitas.lt/pilietines-galios-indekso-2024-m-tyrimas-atskleide-pilietinio-parengtumo-prielaidas-lietuvoje/>.

Informantai diskusijose teigė suprantantys, kad politikos varomasis variklis – pasakyk, kas tavo priešas. Reikia pasakyti ir tai, kad tyrimo duomenys rodo, jog, esant skirtinguose poliuiose, gebama kritiškai įvertinti, kad balsų įvairovė demokratijoje yra normalu. Kita vertus, reikšmingą dalį informantų dabartinė situacija Lietuvos politikoje labai nuvilia, tyrime užfiksuotas pasikartojantis akcentas apie nenorą klausytis vieni kitų. Šis reiškinys tyrimo dalyvių buvo įvardytas jau nesveiku susipriešinimu, chaosu valstybėje, kai nėra lyderio, kuris galėtų susikalbėti su visais balsais ir turėtų autoritetą įvairiuose visuomenės sluoksniuose: *Brazauskas mokėjo kalbėtis su kiekvienu, nesvarbu, kokiam socialiniam sluoksniui priklausė, na dar gal Grybauskaitė <...>* (D39, TTS). Buvo paminėta ir tai, kad šalies Prezidento retorika turėtų labiau vienyti, o ne skaldyti, kad reikia rasti tokius žodžius be etikečių, kuriuos vienodai suprastų visi, ir net jeigu kažkas su juo nesutiktų, jie vis tiek jį gerbtų. Empiriniame tyrime susipriešinimo leitmotyvas iškilo su stipriu nepasitikėjimu tradicine žiniasklaida. Šį nepasitenkinimą labiau išreiškė partijų, nepatekusių į parlamentą, simpatikai:

Nu, imkim tokių tų atvejų dėl kovid, kaip buvo, ir dėl tų pačių protestų yra labai daug tų nuomonių, bet skaldymas jaučiasi visuomenės, ir aš taip galvoju, kad čia yra dirbtinas skaldymas. Aš manyčiau šitą. Kaip į jūsų klausimą atsakyti? Kaip to galima būtų išvengti, kad būtų kviečiama į televizijas ar radijo laidas, tas, sakysim, valstybines, valstybės apmokamas, nu LRT. Turiu omeny, kad kviestų daugiau opozicinių partijų, mažesnių partijų atstovus, kad išreikštų savo nuomonę, kad pasisakytų, kad leistų visiems pasisakyti, o ne būtų, sakysim, išrinktųjų eteris (D76, LRP).

Tyrimo dalyvių teigimu, vertybių skirtumai, paremti asmeniniu tikėjimu, yra pagrindiniai šiandienos visuomenės nesutarimo židiniai. Tyrime buvo dalijamasi liudijimais, kad iš feisbuko nedraugų sulaukiama žinučių susidoroti dėl „kitokios“ nuomonės:

Vieni sako – tai yra mūsų vertybės, o kiti sako ne, tai yra mūsų vertybės, ir čia įvyko susipriešinimas tame, kad nei vienas nenori užleisti tų pozicijų dėl senamadiškų vertybių, o kiti dėl naujoviškų vertybių. Dar vėliau buvo ir tuo pačiu metu tas pats rutulys sukinėjosi, tai buvo kovid, kada buvo skirstomi į teisinguosius, tie, kurie vakcinavosi, ir antivakseriai, ir tos sąvokos pradėjo eiti ne iš žmonių, o pradėjo eiti iš medijos <...>. Vieni tapo geri, kiti blogi, kada prasidėjo Ukrainos konfliktas. Dabar vėlgi pradėjo vieni žmonės eit kaip už Ukrainą, kiti sako, kad tai nėra gerai, kadangi mes pasigendame savo Lietuvos vėliavų (D46, TK).

Tyrimo medžiagos analizė parodė, kad populizmas, kaip retorikos forma, vis dėlto labiau naudojama kurti priešų įvaizdį tarp vidaus, o ne išorės grupių. Atvykstantys sve-timšaliai fokusuotų grupių dalyviams atrodo mažiau pavojingi nei politiniai oponentai ir jų ideologija, tarkime, šeimos, partnerystės, pajamų nelygybės klausimais. Radikalių pasisakymų tyrime užfiksuota nedaug, buvo teiginių, kad Lietuvai reikia Vengrijos, Or-bano, griežtos rankos, pasiūlyto sprendimo grįžti prie religijos kaip Rusijoje. Vertinant visų informantų nuomones dėl Lietuvos demokratijos būklės išlaikytas labiau pozityvus tonas, pasitaikė atskirų vertinimų, skelbiamų kaip „neabejotina tiesa“ ir kad *Lietuva nėra demokratinė valstybė, o yra chuntos. Uzurpuota* (D78, LLP). Išsakydami savo asmenines nuomones, didesnė pusė tyrimo dalyvių priėjo prie išvados, kad Lietuvos demokratijoje

vis dėlto gerai veikia žodžio laisvė: *Manau, kad pas mus su žodžio laisve yra viskas gerai, mes niekada dar tiek tos žodžio laisvės neturėjom* (D16, LŽP), kartu pabrėžė, kad labai trūksta atsakomybės už laisvą žodį, o toks senovinis pasakymas kaip *garbės žodis* pradingo iš politikų žodyno. Tyrimo dalyviai, išsakydami savo nuomones, apeliavo į dabartinių ir būsimų Lietuvos politinių lyderių atsakomybę ir pozityviai vertino plačiosios auditorijos, kaip rinkėjų, sąmoningumą atskirti politikų tikrumą:

Mes mokam gi pajusti, kas yra tikra. Kai labai pradėjom papirkinėti tuos rinkėjus ir galvoti, kas jiems patinka, patys pasidarėm tokie netikri. Aš tikiu, kad būtent natūralumas, tikrumas ir pozityvas tikrai išgelbės pasaulį. Nes tada nereiks kariauti, nereikės pykti. Kas darosi, labai viskas pirk–parduok naują nugali. Čia auklėja kažkas ar moko? Bet jūs sakote sakyti, ką galvojam, tai aš ir sakau, ką galvoju (D 33, DSVL).

Išties kalbėtis ir įsiklausyti yra svarbu, nes kaip atskleidžia tyrimo medžiaga, skirtingų politinių jėgų rėmėjai gyvena „atskirose demokratijose“ su atskirais informacijos šaltiniais. Dalis Lietuvos visuomenės jau reikšmingą laiką neskaito, nežiūri tradicinės žiniasklaidos todėl, kad ten „viena mintis“, o „visas reikalingas naujienas“ sužino sekamo, palaikomo politinio lyderio socialiniame tinkle.

Diskusija

Tiesa dabarties demokratių visuomenių gyvenime yra vienas labiausiai neapibrėžtų, neaiškių žodžių. Turtingoje fragmentuotoje medijų ekosistemoje tiek įvairios žiniasklaidos priemonės, tiek kiekvienas pilietis teigia savo tiesą, ją kategoriškai gina ir nerodo pastangų suprasti kitą. Pasitikima tik tuos pačius įsitikinimus, tas pačias vertybes turinčiais piliečiais. Surasti juos socialiniuose tinkluose yra greitas ir lengvas procesas, taip kuriamos uždarnos bendruomenės, kurių mes nematome, galime tik nujausti. Tuose atskiruose socialiniuose burbuluose gimsta retorikos strategijos, skirtos mobilizuoti rinkėjams per naujus supriešinimo naratyvus, įdarbinant baimės emocijas, nepasitikėjimą valstybės institucijomis, stiprinant skepticizmą demokratiškai išrinktais politikais, demonizuojant tam tikras socialines grupes. Remiantis tyrimo išsakytomis nuomonėmis, svarbu atkreipti dėmesį ir į tai, kad populistinis aktorius yra tos pačios visuomenės atspindys, kad yra pamirštama, jog yra kiti žmonės ir jog jie kitaip mąsto. Šiuo empiriniu tyrimu siekta suprasti ir išklausti kuo daugiau Lietuvos skirtingų balsų, identifikuoti požiūrius, temas, kurios labiausiai poliarizuoja. Svarbus momentas, kad organizuodami ir vykdydami fokusuotų grupių diskusijas patys patyrėme realų nepasitikėjimą mokslu, tyrimais, tyrėjais. Teksto autorė buvo tikrinama, skeptikams rūpėjo, kas yra tyrimo užsakovas. Kita vertus, sulaukta nemažai pilietinio susidomėjimo, aktyvumo, *insaiderių* pagalbos, padedant pakviesti ir įtikinti žmones prisijungti prie tyrimo. Patirtas ir dėkingumas išklausant. Nepaisant augančio fokusuotų grupių diskusijų populiarumo žurnaluose, mokslininkai retai kalba apie jų atlikimo metodologiją, išdėstoma „vos vienu ar dviem sakiniais“ (Boas, 2024), tad būtina dalytis patirtimi, ji reikalinga skaitytojams suprasti, kas buvo padaryta, ir, jei pageidaujama, galėtų pakartoti procesą (Boas, 2024, p. 388). Rinkdami grupes atkreipė-

me dėmesį, kad Lietuvoje, pasibaigus rinkimams, partijų internetiniai puslapiai, vieši el. paštai ir telefonai neveikia, o jei veikia, tai būna reta išimtis. Apie tyrimą pateikta vieša informacija socialiniuose tinkluose sulaukė labai menkos galimų tyrimo dalyvių reakcijos. Ieškojome *insaiderių* kiekvienoje partijoje. Taigi pirmiausia partijų *insaideriams* pristatydavome tyrimo tikslus, metodą, elektroniniu paštu pateikdami tyrimo pristatymą ir dalyvio sutikimo formą. Tyrime sutikę dalyvauti asmenys pasidalydavo asmeniniais kontaktais ir „sniego gniūžtės“ principu pakviesdavo kitus dalyvius, kurie atitiko mūsų atrankos pagrindinius kriterijus. Tyrimo kvietime-informanto sutikime esantis vienas iš raktažodžių „populizmas“, manyčiau, atbaidė dalį informantų. Tyrimo apribojimai yra susiję su mažiausios fokusuotos grupės imties netolygumais, to nepavyko išvengti, nes, norėdami pasiekti tam tikrus partijų rėmėjus, taikėmės prie tyrimo dalyvių sąlygų. Diskusijas surengėme su visų penkiolikos politinių sąrašų, dalyvavusių 2024 m. LR Seimo rinkimuose, simpatikais. Organizuojant fokusuotų grupių diskusijų tyrimą labai svarbus tyrėjų atvirumas, kantrybė, nes reikalingas nuolatinis kontaktavimas su galimais informantais, aiškiai nurodant atliekamo tyrimo etinius principus, diskusijos / įrašo procedūrą, reikšmę ne tik mokslui, bet ir visuomenei: „o kas iš to“. Šio empirinio tyrimo metu iškilusios temos, susipriešinimo priežastys gali paaiškinti ir ankstesnes rinkimų patirtis Lietuvoje, kai, nepaisant preliminarinių tendencijų kiekybinėse visuomenės nuomonės apklausose, kartu su rinkimus laiminčiomis tradicinėmis partijomis į šalies parlamentą cikliška netikėtai patekdavo nauja politinė jėga.

Išvados

Šiame straipsnyje gilintasi į politinį autentiškumą Lietuvoje poliarizacijos įkarštyje per populizmo perspektyvą, ieškant atsakymų, kai didėja populistų pergalės, stiprėja skepticizmas tradiciniais politikais, pačia demokratija apskritai. Straipsnyje fokusuotos į Lietuvos kaip mažos valstybės populizmą per retorikos formą, komunikacijos stilių.

Būtina pabrėžti, kad nėra vienodo populizmo, būdingo visoms demokratinėms valstybėms. Lietuvoje populizmas kaip retorika gerai veikia, mobilizuojant tų pačių įsitikinimų ir vertybių piliečius, susiskaldžiusius dar nuo COVID-19 pandemijos, dabar vykstant prieštarangiems debatams dėl šeimos sampratos, LGBTQ+ bendruomenės teisių, priklausymo skirtingoms politinėms partijoms. Gindami „paprastų žmonių“ interesus populistiniai veikėjai kuria priešų įvaizdžius vidaus grupėse, jų grėsmės retorika yra susijusi su politinių oponentų darbotvarka.

Atlikto empirinio tyrimo rezultatai leidžia teigti, kad dalis visuomenės palaiko populistinę retoriką, nes rinkėjams imponuoja politikų laisvė kalbėti, charizmatiška jėga, artistiškas dinamiškumas, greita orientacija. Šiuo požiūriu tradiciniams politikams, kritikuojamiems už menką bendravimą su atstovaujamaisiais, toliau svarbu permąstyti savo komunikaciją.

Tyrimu nustatyta, kad argumentuotas, solidus, ramus kalbėjimas išlieka politinio lyderio patikimumo šaltiniu. Toks stilius rinkėjų nėra užmirštas, tačiau politikos autoritetai

Lietuvoje yra labiau siejami ne su dabartimi, o praeitimi. Nostalgijos apeliacijos buvo skirtos tiek Smetonos, tiek Brazausko lyderystėms. Po 2024 m. rinkimų Lietuvoje rinkėjai nemato lyderio, galinčio susikalbėti su visais.

Liberalios demokratijos vertybių turbulencijos akivaizdoje rinkėjai tikisi daugiau idėjų Lietuvai, rūpinimosi lietuviškomis tradicijomis. Karų, krizių laikmečiu, viena vertus, reikalaujama drąsios pozicijos, griežtos retorikos, kita vertus, empatijos ir atjautos neapibrėžtumo sąlygomis.

Politinio autentiškumo konstrukte dar labiau ryškėja politinių lyderių vaidmuo socialinių tinklų platformose kaip naujienų tarnybose, ten, kur renkasi saviškiai, kur egzistuoja ta pati tiesa. Šis rezultatas rodo būtinybę toliau analizuoti medijuojamą autentiškumą, nes empiriniai duomenys atskleidė piliečių nūsiskukimą nuo tradicinės žiniasklaidos.

Padėka

Publikacija parengta pagal skaitytą pranešimą Antrame tarptautiniame politinės komunikacijos simpoziume „Politika kaip komunikacinė prekė“, vykusiame Vilniuje 2025 m. gegužės mėnesį.

Literatūra

- Aleknonis, G., & Matkevičienė, R. (2016). Populism in Lithuania: Defining the Research Tradition. *Baltic Journal of Law & Politics*, 9(1), 26–48. <https://doi.org/10.1515/bjlp-2016-0002>
- Bernardinai.lt / Skėrytė, J. (2024, birželio 10). Europarlamentaro mandatą gavęs P. Gražulis žada EP kovoti prieš moralinį supuvimą. *Bernardinai.lt*. <https://www.bernardinai.lt/europarlamentaro-mandata-gaves-p-grazulis-zada-ep-kovoti-pries-moralini-supuvima/>
- BNS / Jakučionis, S. (2025, sausio 16). *Prokuratūra nutraukė tyrimą R. Žemaitaičio atžvilgiu dėl šmeižto ir neapykantos kurstymo (dar papildytas)*. BNS. <https://bns.lt/naujiena/prokuratūra-nutraukė-tyrimą-r-žemaitaičio-atžvilgiu-dėl-smeižto-ir-neapykantos-kurstymo-dar-papildytas-e91xaw7x>
- BNS / Perminas, P. (2025, lapkričio 8). „Aušriečių“ priimtoje rezoliucijoje – perspėjimai dėl valdžios uzurpavimo, kaltinimai žiniasklaidai. 15min.lt. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/ausriecių-priimtoje-rezoliucijoje-perspėjimai-dėl-valdžios-uzurpavimo-kaltinimai-ziniasklaidai-56-2559898>
- Boas, T. C. (2024). Who participates in focus groups? Diagnosing Self-Selection. *PS: Political Science & Politics*, 57(3), 384–389. <https://doi.org/10.1017/s104909652400009x>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (pp. 57–71). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-004>
- Ceccobelli, D., & Di Gregorio, L. (2022). The Triangle of Leadership. Authenticity, Competence and Ordinarity in Political Marketing. *Journal of Political Marketing*, 21(2), 113–125. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2060644>
- Davydova, D. (2012). Baltic Pride 2010: Articulating sexual difference and heteronormative nationalism in contemporary Lithuania. *Sextures*, 2(2), 32–46. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=92d53593403f6b078529c3400dcb107f6742f8f7#page=35>

Delfi. (2013, birželio 22). *P. Gražulio kova su gėjais: siūlymas bausti už mažumų eitynes – pirmą barjerą Seime įveikė*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/p-grazulio-kova-su-gejais-siulymas-bausti-uz-mazumu-eitynes-pirma-barjera-seime-iveike-61441441>

Duchesne, S. (2017). Using Focus Groups to Study the Process of (de)Politicization. In R. Barbour & D. Morgan (Eds.), *A New Era in Focus Group Research* (pp. 365–387). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-58614-8_17

ELTA. (2023, gegužės 19). „Laisvė ir teisingumas“ stabdo Žemaitaičio narystę partijoje. Lrt.lt. <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1993738/laisve-ir-teisingumas-stabdo-zemaitaicio-naryste-partijoje>

Enli, G. (2015). *Trust me, I am authentic! Authenticity illusions in social media politics*. In A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson, & C. Christensen (Eds.), *The Routledge companion to social media and politics* (pp. 121–136). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315716299-10>

Enli, G. (2024). Populism as “Truth”: How Mediated Authenticity Strengthens the Populist Message. *The International Journal of Press/Politics*, 30(1), 83–99. <https://doi.org/10.1177/19401612231221802>

Enli, G., & Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the age of social media: Populist politicians seem more authentic. *Social Media + Society*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305118764430>

Ernst, N., Blassnig, S., Engesser, S., Büchel, F., & Esser, F. (2019). Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries. *Social Media + Society*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118823358>

Gera, M. (2023). “Here, the Hungarian people will decide how to raise our children”: Populist rhetoric and social categorization in Viktor Orbán’s anti-LGBTQ campaign in Hungary. *New Perspectives*, 31(2), 104–129. <https://doi.org/10.1177/2336825x231164311>

Haggard, S., & Kaufman, R. (2021). *Backsliding: Democratic Regress in the Contemporary World*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108957809>

Jastramskis, M. (red.). (2018). *Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus? Trijų kūnų problema Lietuvos politikoje: monografija*. Vilniaus universiteto leidykla.

Jastramskis, M., & Ramonaitė, A. (2024). Lithuania: Political developments and data in 2023: Local Elections, NATO Summit and Expenses Scandal. *European Journal of Political Research Political Data Yearbook*, 63(1), 285–293. <https://doi.org/10.1111/2047-8852.12445>

Jones, B. (2015). Authenticity in political discourse. *Ethical Theory and Moral Practice*, 19(2), 489–504. <https://doi.org/10.1007/s10677-015-9649-6>

Jurkynas, M. (2019). Populist parties in Lithuania: Curious case of party Order and Justice and its leadership. *Polish Political Science Review*, 7(1), 120–137. <https://doi.org/10.2478/ppsr-2019-0008>

Jurkynas, M. (2025). The left bites back: 2024 parliamentary election in Lithuania. *Journal of Baltic Studies*, 1–9. <https://doi.org/10.1080/01629778.2025.2479283>

Kertzer, J. D., & Zeitzoff, T. (2017). A Bottom-Up Theory of Public Opinion about Foreign Policy. *American Journal of Political Science*, 61(3), 543–558. <http://www.jstor.org/stable/26379509>

Kriesi, H. (2020). Political Communication today. The perspective of a political scientist who studies public opinion and electoral behavior. *Comunicazione Politica*, 1, 21–34. <https://doi.org/10.3270/96420>

Le Bon, G. (2020). *Minios psichologija*. Vaga.

Lietuvos Respublikos Seimas. (2024). *Seimo nariai*. https://www.lrs.lt/sip/portal.show?p_r=35299&p_k=1&p_a=498&p_asm_id=7199&p_kade_id=9

Lietuvos Respublikos vyriausioji rinkimų komisija. (2024). *Rinkimai ir referendumai*. <https://www.vrk.lt/rinkimai>

LRT / ELTA (2025, birželio 13). *Išanalizavo, kaip keitėsi prezidentūros pozicija dėl valdančio-*

sios daugumos. Lrt.lt. <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/2589700/isanalizavo-kaip-keitesi-prezidenturos-pozicija-del-valdanciosios-daugumos?srsId=AfmBOordCXRhxcCDG0Vv6j9usUjXbsTl-Yjawn2BGMruq-IL9uGfaWpy>

Luebke, S. M. (2020). Political authenticity: conceptualization of a popular term. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 635–653. <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>

Luebke, S. M., & Engelmann, I. (2023). Perceiving politicians as true to themselves: Development and validation of the Perceived Political Authenticity Scale. *PLoS ONE*, 18(5), Article e0285344. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>

Maguire, M., & Delahunt, B. (2017). Doing a thematic analysis: A practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars. *All Ireland Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 9(3), 1–14. <http://ojs.aishe.org/index.php/aishe-j/article/view/335>

Massey, O. T. (2011). A proposed model for the analysis and interpretation of focus groups in evaluation research. *Evaluation and Program Planning*, 34(1), 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2010.06.003>

Mos, M. (2022). Routing or rerouting Europe? The civilizational mission of anti-gender politics in Eastern Europe. *Problems of Post-Communism*, 70(2), 143–152. <https://doi.org/10.1080/10758216.2022.2050927>

Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press.

Müller, J. (2016). *What is populism*. University of Pennsylvania Press. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB25098924>

Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press. <https://dx.doi.org/10.1017/9781108595841>

OCCRP / Juršys, K., & Krancevičiūtė, M. (2025, December 2). *Lithuanian journalists accuse populist party of threatening independence of public broadcaster*. OCCRP. https://www.occrp.org/en/news/lithuanian-journalists-accuse-populist-party-of-threatening-independence-of-public-broadcaster?fbclid=IwY2xjawOb63pleHRuA2FlbQIxMABicmlkETfkNUxtQndGMTN0WmFpOVNyc3J0YwZhcHBfaWQQMjlyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHp30Cz9gkzleOJ2ljbXwCltXPoz264uU_CQKu-0dzNxxgFXaJcTvBW8Y4fJn4_aem_btsIF2JUCmgRv38U3A15rw

Rooduijn, M., Pirro, A. L. P., Halikiopoulou, D., Froio, C., Van Kessel, S., De Lange, S. L., Mudde, C., & Taggart, P. (2023). The PopuList: A Database of Populist, Far-Left, and Far-Right Parties Using Expert-Informed Qualitative Comparative Classification (EiQCC). *British Journal of Political Science*, 1–10. <https://doi.org/10.1017/S0007123423000431>

Skirkevičius, P. (2022). Populist Attitudes and Voting: Does Populist Voters vote for New Political Parties? (The Case of 2016 Seimas Elections?). *Politologija*, 107(3), 51–89. <https://doi.org/10.15388/Polit.2022.107.2>

Sorensen, L., & Krämer, B. (2024). The shift to authenticity: a framework for analysis of political truth claims. *Communication Theory*, 34(3), 118–129. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac013>

Ulinskaitė, J. (2024). Lithuanian populist far-right (in)security discourse during the European Parliament elections in the face of Russia's war against Ukraine. In G. Ivaldi & E. Zankina (Eds.), *2024 EP elections under the shadow of rising populism* (pp. 261–271). European Center for Populism Studies. <https://doi.org/10.55271/rp0077>

Umbach, M., & Humphrey, M. (2017). *Authenticity: the cultural history of a political concept*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-68566-3>

Vaičekauskienė, G. (2022). Populistinė retorika kaip politinis pasirodymas internete. In L. Bielinis (sud.), *Politikos ir komunikacijos sankirtoje: tendencijos, diskursai, efektai* (p. 105–128). Vytauto Didžiojo universitetas.

Vaičekauskienė, G. (2019). *Lietuvos politinių lyderių retorikos projektavimas ir sugestyvumo išraiškos* [Daktaro disertacija, Klaipėdos universitetas]. <https://www.lituanistika.lt/content/92091>

Wodak, R. (2019). *Europe at the Crossroads: Confronting Populist, Nationalist, and Global Challenges*. Nordicum Press.

Wodak, R. (2021). *The Politics of fear: the shameless normalization of Far-Right discourse*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529739664>

Wodak, R., Culpeper, J., & Semino, E. (2020). Shameless normalisation of impoliteness: Berlusconi's and Trump's press conferences. *Discourse & Society*, 32(3), 369–393. <https://doi.org/10.1177/0957926520977217>

Priedas

1 lentelė. Tyrimo dalyvių charakteristika

Grupės skaičius	Fokusuotos grupės pavadinimas	Dalyvių skaičius	Dalyvių lytis	Dalyvių geografija	Dalyvių kodai
1.	Lietuvos socialdemokratų partijos (LSDP) simpatikai	6	4 moterys 2 vyrai	Klaipėda (2) Akmenė (1) Joniškis (1) Alytus (1) Trakai (1)	D1, LSDP D2, LSDP D3, LSDP D4, LSDP D5, LSDP D6, LSDP
2.	Politinės partijos „Nemuno aušra“ (PPNA) simpatikai	4	3 moterys 1 vyras	Klaipėda (3) Šilalė (1)	D7, PPNA D8, PPNA D9, PPNA D10, PPNA
3.	Lietuvos žaliųjų partijos (LŽP) simpatikai	6	3 vyrai 3 moterys	Vilnius (3) Radviliškis (1) Šiauliai (1) Utena (1)	D11, LŽP D12, LŽP D13, LŽP D14, LŽP D15, LŽP D16, LŽP
4.	Nacionalinio susivienijimo (NS) simpatikai	3	2 vyrai 1 moteris	Vilnius (3)	D17, NS D18, NS D19, NS
5.	Laisvės partijos (LP) sim- patikai	7	4 vyrai 3 moterys	Jonava (1) Vilnius (3) Mažeikiai (2) Šakių rajonas (1)	D20, LP D21, LP D22, LP D23, LP D24, LP D25, LP D26, LP

Grupės skaičius	Fokusuotos grupės pavadinimas	Dalyvių skaičius	Dalyvių lytis	Dalyvių geografija	Dalyvių kodai
6.	Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų (TS-LKD) simpatikai	5	3 vyrai 2 moterys	Vilnius (1) Gargždai (1) Kauno rajonas (1) Klaipėda (1) Kupiškio rajonas (1)	D27, TS- LKD D28, TS- LKD D29, TS- LKD D30, TS- LKD D31, TS- LKD
7.	Demokratų sąjungos „Var- dan Lietuvos“ (DSVL) simpatikai	6	4 moterys 2 vyrai	Vilnius (3) Šiauliai (2) Kaunas (1)	D32, DSVL D33, DSVL D34, DSVL D35, DSVL D36, DSVL D37, DSVL
8.	Tautos ir teisingumo są- jungos (TTS) (centristai, tautininkai) simpatikai	7	6 vyrai 1 moteris	Panevėžio rajonas (1) Vilnius (2) Kupiškis (1) Mažeikiai (1) Gargždai (1) Šilutė (1)	D38, TTS D39, TTS D40, TTS D41, TTS D42, TTS D43, TTS D44, TTS
9.	Taikos koalicijos (TK) simpatikai	5	2 moterys 3 vyrai	Švenčionių rajonas (1) Kaunas (1) Vilnius (2) Palanga (1)	D45, TK D46, TK D47, TK D48, TK D49, TK
10.	Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjungos (LVŽS) simpatikai	8	6 moterys 2 vyrai	Kaišiadorių rajonas (1) Klaipėdos rajonas (1) Kupiškio rajonas (1) Vilnius (1) Kaunas (2) Pasvalio rajonas (1) Šiauliai (1)	D50, LVŽS D51, LVŽS D52, LVŽS D53, LVŽS D54, LVŽS D55, LVŽS D56, LVŽS D57, LVŽS
11.	Centro dešinės sąjungos (CDS) simpatikai	5	4 vyrai 1 moteris	Molėtų rajonas (1) Vilniaus rajonas (2) Vilnius (2)	D58, CDS D59, CDS D60, CDS D61, CDS D62, CDS

Grupės skaičius	Fokusuotos grupės pavadinimas	Dalyvių skaičius	Dalyvių lytis	Dalyvių geografija	Dalyvių kodai
12.	Liberalų sąjūdžio (LS) simpatikai	8	5 moterys 3 vyrai	Šilutė (1) Vilnius (2) Jonava (1) Klaipėda (1) Panevėžys (1) Anykščiai (1) Prienai (1)	D63, LS D64, LS D65, LS D66, LS D67, LS D68, LS D69, LS D70, LS
13.	Lietuvos regionų partijos (LRP) simpatikai	6	3 vyrai 3 moterys	Šilalė (1) Raseiniai (1) Kaišiadorių rajonas (1) Kauno rajonas (2) Vilnius (1)	D71, LRP D72, LRP D73, LRP D74, LRP D75, LRP D76, LRP
14.	Lietuvos liaudies partijos (LLP) simpatikai	2	2 vyrai	Kaunas (1) Vilnius (1)	D77, LLP D78, LLP
15.	Lietuvos lenkų rinkimų ak- cija-Lietuvos krikščioniškų šeimų sąjūdžio (LLRA- KŠS) simpatikai	4	2 moterys 2 vyrai	Vilniaus rajonas (3) Visaginas (1) Vilnius (1)	D79, LLRA- KŠS D80, LLRA- KŠS D81, LLRA- KŠS D82, LLRA- KŠS