

# Suvoktas autentiškumas kaip politiko populiarumo pagrindas Lietuvoje: Remigijaus Žemaitaičio sėkmės formulė

Ieva Petronytė-Urbonavičienė

Vilniaus universiteto Tarptautinių santykių ir politikos mokslo institutas  
El. paštas [ieva.petronyte@tspmi.vu.lt](mailto:ieva.petronyte@tspmi.vu.lt)

**Santrauka.** Šiame straipsnyje<sup>1</sup>, pasitelkus 2024 m. vasarą mokslinėje ekspedicijoje surinktų giluminių pusiau struktūruotų kokybinių interviu medžiagą, tiriamos „Nemuno aušros“ lyderio Remigijaus Žemaitaičio rinkiminio populiarumo priežastys atsispiriant nuo politinio autentiškumo sąvokos. Viena vertus, pasitelkta Lietuvos politikos moksluose veik nevertota suvokto politinio autentiškumo sąvoka leidžia naujai pažvelgti į veiksnius, lemiančius greitai įgyjamą dalies naujų politinių jėgų populiarumą Lietuvoje, ir išryškinti jų tarpusavio sąveikos mechanizmą. Antra vertus, tyrimas praplečia politinio autentiškumo tyrimų lauką atvejo analize iš mažai šiuo aspektu tirtu, santykinai mažu politiniu pasitikėjimu ir partine identifikacija bei dažnu naujų partijų iškilimu pažymėto regiono, detaliau atskleidžiant, kaip politinio autentiškumo mechanizmai veikia čia auginant politiko populiarumą. Straipsnyje, remiantis naujausiais srities darbais, taip pat detaliau pristatoma pati į Lietuvos politikos mokslų tyrimus įsiliejanti politinio autentiškumo sąvoka.

**Reikšminiai žodžiai:** politinis autentiškumas, politinio populiarumo priežastys, rinkiminė parama, Remigijus Žemaitaitis.

<sup>1</sup> Straipsnis parengtas kaip projekto „Parama demokratinėms institucijoms ir visuomenės polarizacija: tarpusavio sąveikų analizė“, finansuojamo Lietuvos mokslo tarybos (sutartis Nr. S-VIS-23-19), dalis.

## Perceived Authenticity as the Basis for a Politician's Popularity in Lithuania: The Success Formula of Remigijus Žemaitaitis

**Summary.** This article draws on empirical material from in-depth semi-structured qualitative interviews collected during a research expedition in the summer of 2024 to examine the causes of the electoral popularity of Remigijus Žemaitaitis, leader of Nemuno aušra, through the lens of the concept of political authenticity. On the one hand, the concept of perceived political authenticity — rarely employed in Lithuanian political science — offers a novel perspective on the factors underlying the rapid rise in popularity of certain new political forces in Lithuania and highlights the mechanisms of their interaction. On the other hand, the study expands the field of political authenticity research by providing a case analysis from a region that has received relatively little attention from this perspective and is characterized by comparatively low levels of political trust and party identification, as well as the frequent emergence of new parties. In doing so, it reveals in greater detail how the mechanisms of political authenticity operate in fostering a politician's popularity in such a context. The article also, drawing on the most recent scholarship in the field, presents a more detailed account of the concept of political authenticity itself, as it is being integrated into Lithuanian political science research.

**Keywords:** political authenticity, sources of political popularity, electoral support, Remigijus Žemaitaitis.

---

### *Įvadas*

Tiek ilgalaikiai politinio atstovavimo, politinės komunikacijos diskursyvūs ir technologiniai, piliečių santykio su politika pokyčiai demokratinėse visuomenėse, tiek itin ryškūs atskirų politikų iškilimo Vakarų visuomenėse pavyzdžiai pastaruoju metu akademinėje politikos mokslų ir politinės komunikacijos erdvėje vis daugiau dėmesio telkia į anaip tol ne naują, tačiau itin suaktualėjusią ir tyrimuose sparčiai populiarėjančią politinio autentiškumo sąvoką<sup>2</sup>. Pati autentiškumo sąvoka kildinama iš labai įvairių – filosofijos, psichologijos, antropologijos, rinkodaros ir kt. – sričių, tad plačios ištakos kelia keblumų prieinant prie vienalytės vartosenos. Atitinkamai nenuostabu, kad sąvoka net garsiausių srities autorių kartais vis dar įvardijama

---

<sup>2</sup> Pavyzdžiui, publikuotų dokumentų analizė tarptautinėje daugiadalykėje „Scopus“ duomenų bazėje atskleidžia, kad per pastaruosius 5–6 metus dokumentų, inkorporuojančių „politinio autentiškumo“ sąvoką, padaugėjo dvigubai, sąvokos vartojimas piką pasiekė 2024 m. (pvz., tokių dokumentų 2003 m. buvo 22, 2013 m. – 99, 2023 m. – 180, 2024 m. – 224 ir 2025 m. jau 315).

kaip gana miglota, teoriškai plėtotina ir empiriškai analizuotina<sup>3</sup>, tačiau pastarųjų metų pastangos politinį autentiškumą konceptualiai ir metodologiškai labiau apibrėžti, įvesti aiškesnę bendrą sutarimą bent jau politinio lauko studijose (pvz., Simono M. Luebke'ės ir tos pačios Gunn Enli darbai<sup>4</sup>) suteikia pakankamai solidų, politinių realiųjų tendencijas atliepiantį atspirties pagrindą gyvybingoms politinio ats-tovavimo, komunikacijos ir rinkiminių procesų studijoms.

Lietuvos politinio lauko tyrimuose politinio autentiškumo sąvoka ekstensyviau iš esmės nevirta<sup>5</sup>, tačiau dėl nusivylimo politinėmis jėgomis ir institucijomis, fiksuojamo mažu pasitikėjimu politinėmis partijomis, politikais, parlamentu ar vyriausybe, besitęsiančių vis naujų politinių atstovų paieškų, žymimų nuolat išylančių naujų poli-tinių jėgų ir jų atstovų viešosios savireprezentacijos, susidaro įspū-dis, jog potencialiai politinio autentiškumo sąvoka ir su ja siejamos diskusijos šiame lauke labai tiktų, galėtų suteikti papildomų įžvalgų ar bent praturtinti politinį lauką reflektuojantį žodyną. Ypač tinkamas tokiame Lietuvos politinio lauko tyrimui per autentiškumo priz-mę atrodo vienas pastarųjų pavyzdžių – greitas ir ryškus Remigijaus Žemaitaičio ir jo naujai sukurtos politinės partijos „Nemuno aušra“ išpopuliarėjimas prieš 2024 m. parlamento rinkimus.

Vos per metus nuo savo įkūrimo 2023 m. lapkritį ši partija pritrau-kė 13 proc. respondentų simpatijas ir iškopė į populiariausiųjų Lie-tuvos politinių partijų pozicijas, Seimo rinkimų laikotarpiu tapdama

<sup>3</sup> Gunn Enli, „Populism as ‘Truth’: How Mediated Authenticity Strengthens the Popu-list Message“, *The International Journal of Press/Politics* 30, nr. 1 (2025): 84, <https://doi.org/10.1177/19401612231221802>.

<sup>4</sup> Simon M. Luebke, „Political Authenticity: Conceptualization of a Popular Term“, *The International Journal of Press/Politics* 26, nr. 3 (2021): 635–653, <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>; Simon M. Luebke ir Ines Engelmann, „Perceiving Politicians as True to Themselves: Development and Validation of the Perceived Political Authenticity Scale“, *PLoS ONE* 18, nr. 5 (2023): 1–19, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>; Enli, „Populism as ‘Truth’“.

<sup>5</sup> Išskirti galima bene vienintelį ką tik pasirodžiusį Giedrės Vaičekauskienės straipsnį, kuriame tiriamas politinio autentiškumo santykis su populizmu Lietuvoje. Giedrė Vaičekauskienė, „„Tradicinis politikas yra nuobodus“. Politinio autentiškumo paieškos Lietuvoje per populizmo perspektyvą“, *Information & Media* 101 (2025): 136–158, <https://doi.org/10.15388/Im.2025.101.9>.

antra populiariausia partija Lietuvoje<sup>6</sup>. Partijos lyderis per metus taip pat daugiau nei dvigubai išplėtė savo palaikytojų ratą: 2023 m. pabaigoje atvirame apklausos klausime jį kaip geriausią savo interesų atstovą prisiminė ir įvardijo 2–3 proc. respondentų, 2024 m. vasarį ir liepą 4 proc. ir 5 proc., o arčiausiai Seimo rinkimų, 2024 m. rugsėjį – jau 8 proc. ir 9 proc. apklaustųjų 2025 m. vasarį<sup>7</sup>. Pažymėtina, jog čia R. Žemaitaitis kaip geriausias interesų atstovas per 2024 m. ne tik susilygino su kitais, jau įtvirtintą rinkėjų bazę turinčių politinių partijų lyderiais ir juos aplenkė, bet porinkiminiuose procesuose pasikeitus laimėtojos LSDP vedliui ir taip susikompromitavus V. Blinkevičiūtei, apskritai užėmė populiariausio visuomenės interesų atstovo po Lietuvos Respublikos Prezidento vietą. Nors atskirais mėnesiais atvirame klausime kaip geriausi atstovai sužibėdavo ir kiti politikai, viešintelio R. Žemaitaičio kreivė nuosekliai judėjo aukštyn, politikui iš 6–20-os vietos 2023 m. lapkritį–gruodį pakylant iki 2-osios 2025 m. vasarį<sup>8</sup>. Tokie pokyčiai išties žymi tvirtą asmeninio pasirodymo sėkmę tikslinėje visuomenės grupėje.

Didėjantis visuomenės palankumas apklausose atsispindėjo ir rinkimų rezultatuose. Jau 2024 m. gegužės mėnesį vykusiuose Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimuose R. Žemaitaitis pasirodė gana neprastai – surinko 9,21 proc. balsų ir atitinkamai užėmė ketvirtą vietą po G. Nausėdos, I. Šimonytės ir I. Vėgėlės. 2024 m. spalio mėnesį Lietuvos Respublikos Seimo rinkimuose R. Žemaitaičio vedama partija patyrė dar didesnę sėkmę – surinko 15 proc. balsų daugiamandatėje apygardoje, laimėjo šešiose vienmandatėse apygardose (vie-

<sup>6</sup> Remiantis apibendrintu Lietuvos politinių partijų populiarumo reitingu pagal „Vilmorus“, „Spinter tyrimų“ ir „Baltijos tyrimų“ atitinkamo laikotarpio apklausas. Justas Lavišius (Bucaneer), „Lietuvos partijų reitingai ir Seimo rinkimų prognozė“, žiūrėta 2025 m. rugsėjo 26 d., <https://bucaneer.github.io/lt-reitingai/index.html>.

<sup>7</sup> Vilmorus; *Lietuvos rytas*, „Lietuvos gyventojų nuomonės apklausa: Atviras klausimas „Kokie Lietuvos visuomenės veikėjai, Jūsų nuomone, geriausiai atstovauja Jūsų interesams?“ (2023 m. lapkritis–2025 m. vasaris)“, <http://www.vilmorus.lt/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=5&cntnt01returnid=20>

<sup>8</sup> *Ibid.* Atkreiptinas dėmesys, kad esant itin netolygiam atsakymų pasiskirstymui (pvz., 3/97, 5/95 ar 10/90), statistinė paklaida yra mažesnė nei maksimali 3,1 proc. paklaida ir atitinkamai siekia apie 1,1, 1,4 ar 1,9 proc.

noje – paties R. Žemaitaičio – jau po pirmojo turo) ir atitinkamai tiek pagal daugiamandatėje surinktus balsus, tiek pagal gautus mandatus užėmė trečią vietą po rinkimus laimėjusiųjų LSDP ir didžiausia opozicine jėga tapusios TS-LKD<sup>9</sup>.

Pažymėtina, jog ši rinkiminė sėkmė kai kuriuose Lietuvos regione buvo dar didesnė, atitinkamai žyminti ryškų geografinį palaikymo pasidalinimą. Prezidento rinkimuose R. Žemaitaitis tesurinko 4,66 proc. balsų Vilniaus mieste, tačiau net 30,34 proc. Šilalės rajono savivaldybėje, tiek joje, tiek gretimose Šilutės (23,80 proc.), Kelmės (20,39 proc.) ir kitose tapdamas antruoju populiariausiu kandidatu po perrinktojo prezidento G. Nausėdos<sup>10</sup>. Seimo rinkimuose rudenį ši geografinė skirtis išryškėjo dar labiau – trylikoje Žemaitijos rinkiminių apygardų „Nemuno aušra“ apskritai pasirodė kaip pirmaujanti partija, kai kuriose apygardose surinkusi po daugiau nei dvigubai Lietuvos vidurkį viršijančią balsų dalį – pavyzdžiui, 38,28 proc. rinkiminio palaikymo „Nemuno aušra“ sulaukė Šilutėje, 37,54 proc. Kelmės-Šilalės, 26,34 proc. Plungės-Rietavo apygardose (bendras partijos vidurkis visoje šalyje – 14,97 proc.). Iš kitos pusės, R. Žemaitaičio vedama politinė jėga (vėl, jei sąlyginai lygintume su Prezidento rinkimais) tesurinko 4,6 proc. Vilniaus Senamiesčio-Žvėryno, 5,75 proc. Vilniaus Antakalnio ar 5,8 proc. Šalčininkų-Vilniaus apygardose<sup>11</sup>. Taigi rinkimų rezultatai ne tik patvirtino greitą ir ženklų „Nemuno aušros“ partijos ir jos lyderio iškilimą, bet ir pabrėžė geografinę palaikymo pasidalinimo dimensiją, atskleidžiančią vos apčiuopiamą šios politinės jėgos palaikymą vienoje ir kartu konkurentus atokiai paliekantį dominavimą kitose savivaldybėse.

Toks greitas ir ženklus „Nemuno aušros“ ir R. Žemaitaičio populiarumo išaugimas, panašu, signalizuoja apie užkliudytą „atvirą skaudulį“

<sup>9</sup> VRK (Vyriausioji rinkimų komisija), „2024 m. Respublikos Prezidento rinkimų duomenys (žemėlapis)“, <https://rinkimai.maps.lt/rinkimai2024/prezidentas/>; VRK (Vyriausioji rinkimų komisija), „2024 m. Seimo rinkimų duomenys (žemėlapis)“, <https://rinkimai.maps.lt/rinkimai2024/seimas/>.

<sup>10</sup> VRK (Vyriausioji rinkimų komisija), „2024 m. Respublikos Prezidento rinkimų rezultatai“, <https://www.vrk.lt/2024-prezidento/rezultatai?srcUrl=/rinkimai/1504/1/2070/rezultatai/lt/rezultataiPreRezultatai.html>.

<sup>11</sup> VRK, „2024 m. Seimo rinkimų duomenys (žemėlapis)“.

dalyje visuomenės ir sėkmingai atlieptą „politinę paklausą“, kartu skatina ieškoti konkretesnių tokių populiarumą lėmusių veiksnių. Būtent tokioms paieškoms ir skirtas šis straipsnis, kuriame naujos politinės jėgos iškilimą ištirti siekiama atsispiriant nuo politinio autentiškumo sąvokos. Koks, iš kokių elementų kildinamas ir kokiose jungtyse su kitais veiksniais čia svarbus suvoktas politinis autentiškumas? Atsakymų į šiuos klausimus ieškoma remiantis 2024 m. vasarą vykusios mokslinės ekspedicijos metu Lietuvos regionuose imtų giluminių pusiau struktūruotų interviu analize. Atsižvelgiant į tai, kad „Nemuno aušra“ savo pirmuosius metus viešojoje erdvėje buvo pozicionuojama kaip tuo metu skandalingomis istorijomis daugiausia į save dėmesį atkreipusio lyderio inicijuota palaikymo jėga, būtent jam kalbant partijos vardu ir dominuojant partijos komunikacijoje bei per jo pasisakymus labiau nei viešai išplatintus dokumentus pristatant partijos pozicijas ir ideologines nuostatas, šiame straipsnyje „Nemuno aušros“ ir R. Žemaitaičio populiarumas bei jo augimas suprantamas kaip vientisas, pirmausia būtent lyderio populiarumo lemtas fenomenas<sup>12</sup>.

Lietuvos akademiniam lauke naujų politinių jėgų ir lyderių populiarumo klausimai nemažai tyrinėti. „Naujumo“ svarbą savaimė, remdamasis ir Darbo partijos pavyzdžiu, išskėlė A. Sikkas<sup>13</sup>, naujų politinių partijų programinį (ne)išskirtinumą ir patrauklumo rinkėjams priešastis analizavo P. Skirkevičius<sup>14</sup>, A. Ramonaitė tyrė Laisvės partijos<sup>15</sup> ir Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjungos iškilimo

<sup>12</sup> Kokybinei tyrimo medžiagai tokį pasirinkimą patvirtinant – atliktuose interviu apie „Nemuno aušrą“ kalbėta iš esmės tik per partijos lyderio prizmę.

<sup>13</sup> Allan Sikk, „Newness as a Winning Formula for New Political Parties“, *European Journal of Political Research* 50, nr. 4 (2011), 465–486, <https://doi.org/10.1177/1354068810389631>.

<sup>14</sup> Paulius Skirkevičius, „Skirtingos, bet panašios? Naujųjų partijų vieta Lietuvos partinėje sistemoje“, *Politologija* 102, nr. 2 (2021): 75–115, <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.3>; Paulius Skirkevičius, „Populistinės nuostatos ir balsavimas: ar populistinės nuostatos turintys rinkėjai balsuoja už naująsias partijas? (2016 metų Seimo rinkimų atvejis)“, *Politologija* 107, nr. 3 (2022): 51–89, <https://doi.org/10.15388/Polit.2022.107.2>.

<sup>15</sup> Ainė Ramonaitė, „Laisvės partijos fenomenas: naujumo efektas ar naujos vertybinės takoskyros pradžia?“, *Politologija* 101, nr. 1 (2021): 8–37, <https://www.zurnalai.vu.lt/politologija/lt/article/view/24625>.

atvejus<sup>16</sup>, J. Kavaliauskaitė – Tautos prisikėlimo partijos<sup>17</sup>. Politinių lyderių patrauklumo priežasčių taip pat ieškota V. Savukyno<sup>18</sup>, J. Kavaliauskaitės<sup>19</sup>, L. Bielinio<sup>20</sup> ir kitų tekstuose. Galiausiai, jau pasirodė V. Mažeikienės<sup>21</sup> ir V. Davoliūtės<sup>22</sup> straipsniai, kreipiantys dėmesį į R. Žemaitaičio komunikaciją aptariamam laikotarpiui ir ją analizuojantys. Politinio autentiškumo sąvoka, iš kitos pusės, plačiau kol kas pasitelkta tik G. Vaičekauskienės straipsnyje, analizuojančiame politinį autentiškumą iš populizmo perspektyvos<sup>23</sup>.

Straipsnyje keliami klausimai apie suvokto politinio autentiškumo pobūdį ir vietą jungtyse su kitais politiko populiarumą lemian-

<sup>16</sup> Ainė Ramonaitė, „Valstiečių ir žaliųjų sąjungos sėkmės paslaptis: vertybinė niša ar „viltingas rinkėjas“?, in *Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus? Trijų kūrų problema Lietuvos politikoje*, sud. Mažvydas Jastramskis (Vilniaus universiteto leidykla, 2018), 120–139.

<sup>17</sup> Jūratė Kavaliauskaitė, „Tautos prisikėlimo partija ženkle tikrovės akvariuose“, in *Partinės demokratijos pabaiga? Politinis atstovavimas ir ideologijos*, sud. Ainė Ramonaitė (Versus aureus, 2009), 248–306.

<sup>18</sup> Virginijus Savukynas, „Apokaliptiko“ sugrižimas: Apie Rolando Pakso įvaizdį“, *Naujasis Židinys-Aidai* 9 (2003): 452–458, [<sup>19</sup> Jūratė Kavaliauskaitė, „Simpatijų politiniams lyderiams galvosūkis: ar svarbios asmeninės politikų savybės?“, in \*Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai? Idėjos, interesai ir įvaizdžiai politikoje\*, sud. Ainė Ramonaitė \(Vilniaus universiteto leidykla, 2014\), 179–200; Jūratė Kavaliauskaitė, „The Secret of Political Leaders’ Personal Appeal: \(How\) do Personality Traits Matter?“, \*Baltic Journal of Political Science\*, nr. 3 \(2014\): 113–133, <https://doi.org/10.15388/BJPS.2014.3.4867>; Jūratė Kavaliauskaitė, „Anapus „myli-nemyli“ Lietuvos rinkėjų personalizuotų politinių simpatijų argumentai“, in \*Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus? Trijų kūrų problema Lietuvos politikoje\*, sud. Mažvydas Jastramskis \(Vilniaus universiteto leidykla, 2018\), 177–252.](https://etalpykla.lituanistika.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2003~1377006911269/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content; Virginijus Savukynas, „Maištininko“ mitologijos: Rolando Pakso įvaizdžiai (Aidai, 2004).</a></p></div><div data-bbox=)

<sup>20</sup> Lauras Bielinis, „Komunikacinis Rolando Pakso portretas prezidentinės krizės metu“, in *Politika kaip komunikacinis žaidimas* (Vilniaus universiteto leidykla, 2004), 184–185.

<sup>21</sup> Viktorija Mažeikienė, „The Language of Manipulation: Linguistic Manifestations of (Inter)Subjectivity and Affect in Distorted Communication in the Lithuanian Political Discourse“, *Journal of Intercultural Studies* (2025), 1–18, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/07256868.2025.2556384>.

<sup>22</sup> Violeta Davoliūtė, „Glorification, Whitewashing and Erasure in Lithuania“, *Berghof Foundation* (2025), 1–15, <https://berghof-foundation.org/library/glorification-whitewashing-erasure-lithuania>.

<sup>23</sup> Vaičekauskienė, „„Tradicionis politikas yra nuobodus“.

čiais veiksniais svarbūs žvelgiant ne tik iš empirinės Lietuvos atvejo problematikos (ieškant politikų iškilimą lemiančių veiksnių Lietuvoje), bet ir kaip Vakarų visuomenių ir politikų atvejų tyrimuose įsitvirtinančio teorinio konstrukto taikymo plėtra į itin mažo politinio pasitikėjimo ir didelio rinkiminės elgsenos kaitumo kontekstą, įvertinant konstrukto tinkamumą ir specifiką kitomis aplinkybėmis (Lietuva gali pasitarnauti kaip šiais atžvilgiais tipinis, taip pat – reprezentatyvus Vidurio ir Rytų Europos visuomenių atvejis<sup>24</sup>).

Tad toliau šiame straipsnyje pirmiausia kiek plačiau pristatome ir aptariame politinio lauko tyrimuose besikristalizuojantį autentiškumo sąvokos apibrėžimą, reiškinių vietą XXI a. politikoje ir svarbiausias sudedamąsias dimensijas. Vėliau, atsisirdami nuo šio teorinio pagrindo, įvertiname suvokto politinio autentiškumo pobūdį ir vietą bendroje politinio patrauklumo dėlionėje Lietuvoje, kokie jie ryškėja nagrinėjant R. Žemaitaičio iškilimo 2024 m. priežastis remiantis kokybinių interviu medžiaga.

## ***1. Politinis autentiškumas ir jo reikšmė XXI amžiaus politikoje***

Politiniame lauke pastaruoju metu autentiškumo sąvoką populiarinantys autoriai pabrėžia ne tik seną autentiškumo sąvokos istoriją, aprėpiančią ir senovės Graikijos filosofų, ir XX a. egzistencialistų darbus<sup>25</sup>, bet ir plačią sąvokos vartoseną ne tik politikos ir komunikacijos, bet ir psichologijos, ekonomikos, vadybos, meno istorijos,

<sup>24</sup> Rory Fitzgerald, „Political Trust in the European Social Survey“, *Encompass-Europe.com*, žiūrėta 2026 m. gegužės 17 d., <https://encompass-europe.com/comment/political-trust-in-the-european-social-survey>; Felice Addeo et al., „Electoral Volatility Index: Reliability Assessment and Dynamics in Europe. Working Paper no. 2.4.“, *TRUEDEM: Trust in European Democracies Project* ([www.truedem.eu](http://www.truedem.eu)), 2024: 15–17, [https://www.truedemdata.eu/truedem/D2.4\\_Electoral\\_Volatility\\_Index\\_Report.pdf](https://www.truedemdata.eu/truedem/D2.4_Electoral_Volatility_Index_Report.pdf).

<sup>25</sup> Viktor Orri Valgarðsson, Nick Clarke, Will Jennings ir Gerry Stoker, „The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics?“, *Political Studies* 69, nr. 4 (2021): 860, <https://doi.org/10.1177/0032321720928257>; Enli, „Populism as ‘Truth’“, 84.

antropologijos, gastronomijos, muzikos, turizmo ir kt. srityse<sup>26</sup>. Tokia gausi ir įvairi vartosenos tradicija ir kontekstas savo ruožtu kelia sunkumų ieškant vieningo apibrėžimo. Visgi bent jau politinio lauko aprėptyje pastaraisiais metais ryškėja aiškesnė politinio autentiškumo sąvokos apibrėžtis<sup>27</sup>, leidžianti sujungti su fenomenu siejamus tyrimus tiek teoriniu, tiek empiriniu lygmeniu ir labiau kreipti juos viena kryptimi.

Kaip pažymi Viktoras O. Valgarðssonas, Nickas Clarke'as, Wilis Jenningsas ir Gerry Stokeris, aktualioje vartosenoje galima skirti tris autentiškumo tipus, atitinkamai paremtus istoriniu nuoseklumu, kategoriniu atitikimu ir vertybiniu nuoseklumu. Pirmuoju atveju kalbama apie autentišką ryšį su istoriniu laikotarpiu ar subjektu („autentiškas Pikaso“), antruoju – atitiktį tam tikrai socialiai sukonstruotai kategorijai („autentiškas itališkas maistas“), trečiuoju – išorinės individo ar visuomenės vidinių vertybių išraiškos „tikrumą“ („autentiškas menininkas“)<sup>28</sup>. Būtent trečiasis tipas aktualiausias kalbant apie autentiškumą politikoje kaip apie politinių lyderių bruožą. Čia autentiškumas kaip „tikrojo aš“ išraiška viešojoje erdvėje tampa bendruoju sutarimo pagrindu sąvokos vartosenoje: apibrėžimuose išryškintas „buvimas“, „išlikimas“, „veikimas“ ir „praktika“ būti pačiu savimi („true to oneself“)<sup>29</sup>. Kontrastuojant pabrėžiama, kad autentiškumas

<sup>26</sup> Valgarðsson et al., „The Good Politician and Political Trust“, 860; Stephanie Madden ir Abbey Blake Levenshus, „Fake is not a Strategy for You: Unpacking Expectations of Authenticity for Women Political Candidates“, *Public Relations Review* 51, nr. 5 (2025): 1, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102634>; Enli, „Populism as ‘Truth’“, 84–85.

<sup>27</sup> Pirmiausia čia išskirtini Gunn Enli ir Simono M. Luebke'ės su kolegomis darbai.

<sup>28</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 860.

<sup>29</sup> Valgarðsson ir kt., *op. cit.*; Luebke, „Political Authenticity“, 637; Simon M. Luebke ir Dennis Steffan, „Pathway to Authenticity? The Influence of Politicians' Gender and Multimodal Self-Presentation in Social Media on Perceived Authenticity“, *New Media & Society* 27, nr. 4 (2025): 2375, <https://doi.org/10.1177/14614448231208920>; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians“, 3; Darian Harff ir Desirée Schmuck, „Is Authenticity Key? Mobilization by Social Media Influencers versus Celebrities and Young People's Political Participation“, *Psychology & Marketing* 41 (2024): 2759, <https://doi.org/10.1002/mar.22082>; Enli, „Populism as ‘Truth’“, 84; Andrea Whittle, Frank Mueller ir Chris Carter, „Authenticity and Political Leadership“, *Progressive Review* 28, nr. 2 (2021): 141, <https://doi.org/10.1111/newe.12259>.

ir autentiška laikoma raiška – tai priešprieša dviveidiškumui, patogumo, konkurencinio rinkos ar socialinio, medijų spaudimo, lūkesčių, ekspertinių patarimų ir strategijų lemiantiems instrumentiniams veiksams, kuriais manipuliatyviai siekiama patraukti (gauti balsų)<sup>30</sup>. Politinis autentiškumas akcentuoja „tikrumą“, atitiktį tarp reiškiamų pozicijų ir tikrųjų pažiūrų („scenos ir užkulisių“)<sup>31</sup>. Tiesa, čia būtina iškart pažymėti, jog kai kurių autorių išryškinama skirtis tarp politikų autentiškumo ir nuoširdumo („sincerity“) atkreipia dėmesį į tai, kad autentiškumas pirmiausia siejamas būtent su pačia politiko tapatybe, savęs apibrėžtimi labiau nei bendru visų turimų įsitikinimų tikslu viešu pristatymu (pastaroji, platesnė „atitiktis“ siejama su nuoširdumu)<sup>32</sup>. Kitaip tariant, buvimas autentiškam nereikalauja iš politiko nuolatinio tikslaus, „tikro“ visų įmanomų asmeninių pozicijų viešo pristatymo, o tik tų, kurios esminės, svarbiausios, labiausiai atitinkančios, apibrėžiančios jo tapatybę. Panašiai ir kontrastas su garbingumu, principingumu („integrity“) sąvoka pabrėžia, jog autentiškumas nekalba apie politiko įsipareigojimą bendriems moralės principams, kaip tik – autentiškumui svarbiausia politiko įsipareigojimas ir laikymasis savo paties principų (nesvarbu, kaip jie būtų traktuojami bendrosios moralės normų)<sup>33</sup>.

Svarbia ir neatsiejama įsivyrujančio politinio autentiškumo apibrėžimo dalimi tampa ir jo interakcinis pobūdis – politinis autentiškumas svarbus socialiniame santykiyje, kyla iš jo, jame konstruojamas (taip atmetant autentiškumo kaip intrasubjektyvios patirties

<sup>30</sup> Michael Serazio, *The Authenticity Industries: Keeping It Real in Media, Culture, and Politics* (Stanford University Press, 2023), 202; Diego Ceccobelli ir Luigi Di Gregorio, „The Triangle of Leadership: Authenticity, Competence and Ordinariness in Political Marketing“, *Journal of Political Marketing* 21, nr. 2 (2022): 116, <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2060644>; Valgarðsson et al., *op. cit.*; Whittle et al., *op. cit.*, 143.

<sup>31</sup> Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians“, 2; Yu-Hao Lee ir Chien Wen (Tina) Yuan, „The Authenticity Paradox of Political AI Chatbots: Effects on Candidate Credibility, Social Presence, and Voting Intentions“, *Telematics and Informatics* 103 (2025): 4, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102339>.

<sup>32</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 636–637.

<sup>33</sup> *Ibid.*

sampratą)<sup>34</sup>. Politinis autentiškumas sukuriamas ir derinamas komunikacijos procese, į kurį įsitraukia politikai, medijos ir auditorija<sup>35</sup>. Taip žvelgiant, paradoksaliai net nėra svarbu, ar politiko autentiškumas išties yra „tikras“ – svarbiau, ar jis atrodo kaip „tikras“ auditorijai, kaip toks yra jos suvokiamas<sup>36</sup>. Būtent auditorija įgyja sprendžiamąją galią – ji gali priimti politiko autentiškumą toki, koks jis demonstruojamas, bet gali jį ir atmesti kaip „dirbtinį“<sup>37</sup> (nesvarbu, kiek raiška buvo „tikra“ paties politiko tapatybės atžvilgiu). Maža to, ši interakcija – itin dinamiška, tarpusavyje susipinanti, joje auditorijos ir jų santykiyje su politiku tarpininkaujančios medijos ne tik vertina politikų autentiškumą, bet ir diskutuoja apie jį, keisdamos vienos kitų vertinimus, ir kelia specifinius lūkesčius, kuriuos politikai vėl stengiasi atliepti, atitinkamai perkonstruodami savo, kaip autentiškų, pri(si)statymą, politiniams konkurentams savo ruožtu siekiant šias pastangas diskredituoti<sup>38</sup>. Atitinkamai autoriai pradeda kalbėti apie „autentiškumo iliuzijas“<sup>39</sup> ir jas kurti padedančias „autentiškumo industrijas“<sup>40</sup>. Taigi nepaisant paties autentiškumo kaip „tikro“ apibrėžties, autentiškumas šioje konstruktyvistinėje prieigoje paradoksaliai tampa ir intersubjektyviu, socialiai konstruojamu, dinamišku,

<sup>34</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 637.

<sup>35</sup> *Ibid.*, 647.

<sup>36</sup> Luebke ir Steffan, „Pathway to Authenticity?“, 2375.

<sup>37</sup> Lone Sorensen ir Benjamin Kramer, „The Shift to Authenticity: A Framework for Analysis of Political Truth Claims“, *Communication Theory* 34 (2024): 119, <https://doi.org/10.1093/ct/qtae013>; Whittle et al., *op. cit.*, 142–143.

<sup>38</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 637–638, 640; Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2375; Kirsten Theye ir Steven Melling, „Total Losers and Bad Hombres: The Political Incorrectness and Perceived Authenticity of Donald J. Trump“, *Southern Communication Journal* 83, nr. 5 (2018): 330, <https://doi.org/10.1080/1041794X.2018.1511747>; Andrea McDonnell ir Mark Wheeler, „@realDonaldTrump: Political Celebrity, Authenticity, and Para-Social Engagement on Twitter“, *Celebrity Studies* 10, nr. 3 (2019): 429, <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1630157>; Tamar Liebes, „‘Look Me Straight in the Eye’: The Political Discourse of Authenticity, Spontaneity, and Sincerity“, *The Communication Review* 4, nr. 4 (2001): 505, <https://doi.org/10.1080/10714420109359482>.

<sup>39</sup> Gunn Enli, *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality* (New York: Peter Lang, 2015).

<sup>40</sup> Serazio, *op. cit.*

ties pačių politikų, tiek medių ir konkuruojančių veikėjų, tiek pačių auditorijų perbraižomu politikų bruožu.

Prasmingą tipologiją šiame dinamiškame, interakciniame autentiškumo kontekste pasiūlo ir išplėtoja S. M. Luebke'ė, politinį autentiškumą suskirstydama į atliktą („performed“), medijuotą („mediated“) ir suvoktą („perceived“)41. Patys politikai šiame modelyje, anot S. M. Luebke'ės, strategiškai atlieka autentiško politikos vaidmenį, siekdami sudaryti atitinkamą autentiškumo įspūdį. Tam reikia tiek įgūdžių, tiek gerai suformuotų politinių žinučių, tiek nuoseklumo (kuo labiau vengiant dviprasmiškumo, vaidybos įspūdžio). Socialinių medių naudojimas čia itin pabrėžiamas kaip apgalvotai pasirinkta erdvė, leidžianti sudaryti „užkulisių“, kuriuose politikas prieinamas, „toks kaip tu ir aš“, spontaniškas ir pan., įspūdį42. Paradoksaliai politinis autentiškumas – nesužadintas buvimas „tikru savimi“ – čia tampa strategiškai atliekamas43. Visgi nors S. M. Luebke'ė *atliktą autentiškumą* griežtai priskiria ne nuoširdžiai savęs prezentacijai, o tikslingai atliktam pasirodymui44, nors ir kiek komplikuoju, tačiau, matyt, labiau atspindint realybę (ar bent jau laisviau leidžiant jai reikštis empiriniame tyrime ir neprisiimant arbitro vaidmens) atliktą autentiškumą būtų galima suprasti ir plačiau, jame paliekant ir „natūraliai“ perteikto, tikro politinio autentiškumo variacijos galimybę. Antrasis, *medijuotas, politinis autentiškumas* modelyje atspindi tradicinių, „žurnalistinių“ medių kaip tarpininkų vaidmenį, įvertinant politikų pasirodymų autentiškumą ir jį (de)konstruojant auditorijai toliau perteikiamame paveiksle. Tradicinės medijos čia veikia kaip tam tikri šališki „autentifikavimo agentai“, vertinantys politikos atliktą autentiškumą (pvz., jo nuoseklumą, tipiškumą ir atitiktį (anksčiau

41 Luebke, „Political Authenticity“, 638–642, 647.

42 *Ibid.*, Maria Iranzo-Cabrera ir Andreu Casero-Ripollés, „Political Entrepreneurs in Social Media: Self-Monitoring, Authenticity and Connective Democracy. The Case of Íñigo Errejón“, *Heliyon* 9, nr. 2 (2023): 11, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13262>.

43 Luebke, „Political Authenticity“, 638; Liebes, „‘Look Me Straight in the Eye’“, 503.

44 *Ibid.*, 638.

reikštiems) įsitikinimams<sup>45</sup>), ypač telkiantys dėmesį į politikų neautentiškumo atvejus ir linkę juos išryškinti. Socialinės medijos svarbios ir čia – jau nebe tik kaip erdvė, kurioje autentiškumas žadamas, bet ir kaip erdvė, kur jis ginčijamas<sup>46</sup>.

Galiausiai šiame straipsnyje aktualiausias *suvoktas politinis autentiškumas* kreipia dėmesį į tiek tiesiogiai, pavyzdžiui, naudojantis socialinėmis medijomis, tiek netiesiogiai, tarpininkaujant tradicinėms medijoms (ar susiduriant su kitomis auditorijomis, vykstant kitoms interakcijoms), rinkėjų susikonstruojamą politiko autentiškumo paveikslą. Šio autentiškumo dėmens išskyrimas pabrėžia, kad tiek pats autentiškumo „atlikimas“, tiek jo pertransliavimas ar įvertinimas medijose nebūtinai tiesiogiai, besąlygiškai siekta kryptimi paveikia galutinį rezultatą – svarbiausias čia išties yra auditorijos subjektyvus politiko pripažinimas kaip autentiško, „tikro sau“<sup>47</sup>. Tiesa, dar daugiau variacijos atsiranda pažiūrėjus į auditoriją detaliau – tiek individuali informacinė aplinka, tam tikrų medijų vartojimas, tiek išankstiniai asmeniniai įsitikinimai ar lūkesčiai aktyviai formuoja skirtingą atskirų asmenų ar grupių santykį su tuo pačiu atlikto ir medijuoto autentiškumo atveju<sup>48</sup>. Ir vėlgi, dėl šių veiksnių (pvz., išankstinių nuostatų), paradoksaliai, net ir strategiškai (įtikinamai!) sukonstruotas politiko įvaizdis gali būti priimtas kaip autentiškas (auditorijai norint juo patikėti ar bent sulaikant savo skepsį<sup>49</sup>),

<sup>45</sup> Frank Mueller, Andrea Whittle ir Gyuzel Gadelshina, „The Discursive Construction of Authenticity: The Case of Jeremy Corbyn“, *Discourse, Context & Media* 31 (2019): 1–11, <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100324>.

<sup>46</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 639–641.

<sup>47</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 641–642; Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2375–2376, 2385; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians“, 3; Ceccobelli ir Di Gregorio, „The Triangle of Leadership“, 117.

<sup>48</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 641–642; Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2376, 2385; Whittle et al., *op. cit.*, 142; Simon M. Luebke ir Ines Engelmann, „Do We Know Politicians’ True Selves From the Media? Exploring the Relationship Between Political Media Exposure and Perceived Political Authenticity“, *Social Media + Society* 8, nr. 1 (2022), <https://doi.org/10.1177/20563051221077030>; Susan Grantham, Laura Cervi ir Manolo Iachizzi, „Double Tap Democracy: Political Authenticity in the TikTok Era“, *Media International Australia* (2025): 5, <https://doi.org/10.1177/1329878X251327232>.

<sup>49</sup> Liebes, *op. cit.*, 503.

ar atvirkesčiai – ir autentiški politiko raiškos atvejai gali būti neprimti kaip tokie.

Nepaisant interakcinės dinamikos keliamų iššūkių, politikai visgi aktyviai siekia „autentiškumo auros“<sup>50</sup>. Viena iš galimų priežasčių – autentiškumas pristatomas kaip glaudžiai susijęs su pasitikėjimu: autentiškas politikas matomas kaip tas, kuriuo galima pasitikėti – viena vertus, suvoktas „tikrojo aš“ atspindėjimas sudaro patikimas prielaidas nuspėti politiko veiksmus, antra vertus, suvoktas politiko autentiškumas leidžia užmegzti pasitikėjimą kuriantį intymų ryšį – tikrą, nuoširdų, spontanišką<sup>51</sup>. Autentiškumas siejamas ir su rūpesčiu – autentiškas politikas apibūdinamas kartu ir kaip tas, kuris (besidalindamas bendromis savybėmis) geba suprasti ir „kuriam rūpi“<sup>52</sup>. Tad nenuostabu, kad įvairūs tyrimai rodo, jog politiko autentiškumas turi įtakos tiek jo populiarumui, tiek mobilizaciniam poveikiui ir pačiai rinkiminei sėkmei<sup>53</sup> bei atitinkamai skambiai įvardijamas ir kaip „kertinė šiuolaikinės politikos sąvoka“<sup>54</sup>, ir kaip „kertinis šiandieninės politikos mūšio laukas“<sup>55</sup>. Kai kurie autoriai net spekuliuoja, kad XXI a. dramatiškas įvaizdžio pateikimas (kuriame svarbią dalį užima autentiškumas<sup>56</sup>) gali tapti ar tampa net svarbesnis nei politiko patirtis ar gebėjimas valdyti<sup>57</sup>. Kiti kiek atsargiau grindžia ar percituoja gausius tyrimus, kad ekspertizė, kaip ir patikimumas, sąžiningumas ar mėgstamumas, išlieka svarbūs renkantis politinius kandidatus, ta-

<sup>50</sup> Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 116.

<sup>51</sup> Liebes, *op. cit.*, 499, 503; Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 116–118.

<sup>52</sup> Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 114; Liebes, *op. cit.*, 499, 502, 503; Valgarðsson et al., *op. cit.*, 862, 866; Ben Jones, „Authenticity in Political Discourse“, *Ethical Theory and Moral Practice* 19, nr. 2 (2016): 489, <https://www.jstor.org/stable/24762640>.

<sup>53</sup> Tyrimus susumuoja Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians’ True Selves“, 1–3; Luebke, *op. cit.*, 642, 648; Whittle et al., *op. cit.*, 144; Enli, *Mediated Authenticity*; Harff ir Schmuck taip pat pristato autentiškumo svarbą įžymybėms socialiniuose tinkluose mobilizuojant jaunus žmones žmonės politiniam veiksmui. Harff ir Schmuck, „Is Authenticity Key? Mobilization“.

<sup>54</sup> Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2375.

<sup>55</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 141.

<sup>56</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 142.

<sup>57</sup> McDonnell ir Wheeler, „@realDonaldTrump: Political Celebrity, Authenticity“, 427.

čiau šalia šių savybių įsivirtina ir autentiškumo lūkestis<sup>58</sup>. Autentiškumo svarba išryškėja ir pasitelkiant dirbtinį intelektą (DI) rinkiminėje kampanijoje – būtent dėl autentiškumo stokos panaudotas DI mažina tikimybę, kad bus balsuojama už konkretų technologiją pasitelkusį kandidatą<sup>59</sup>.

Žvelgiant plačiau, literatūroje pripažįstama, kad autentiškumas priimamas kaip pozityvus bruožas ir vertinamas įvairiose šiandieninio gyvenimo sferose, siekiant autentiškų patirčių, produktų ir asmenybių<sup>60</sup>. Tačiau XXI a. politikoje autentiškumo reikšmė ypač išauga. Taip nutinka dėl kelių susiliejančių tendencijų, kurios, reprezentuodamos autentiškumo reiškinių kontekstą, dar geriau padeda apčiuopti sąvokos esmę. Iš vienos pusės, išaugusi autentiškumo paklausa siejama su jau plačiai politikos ir komunikacijos moksluose aptartomis, nuo XX a. besitęsiančiomis politikos personalizacijos ir lyderystės mediatizacijos tendencijomis. Lyderių asmenybės bruožai (ir autentiškumas tarp jų) tampa svarbesni pasirenkant atstovus nei partijų siūloma politika, grupinis ar partinis lojalumas, ir nebe tik prezidentinėse, bet ir parlamentinėse sistemose<sup>61</sup>. Menkos galimybės tiesiogiai susitikti su politiniais lyderiais verčia rinkėjus formuoti nuomonę apie politikus remiantis medijomis, taip ypač sustiprinant simbolinius lyderystės aspektus, pastaruoju metu dėmesį vis labiau kreipiant į pasakojamas istorijas apie politikus, kuriose savo ruožtu iškyla autentiškumas<sup>62</sup>. Šios tendencijos abipusiškai stiprinančių ryšių susipina su pačių medijų pokyčiais – iš pradžių vis labiau siekiantis paveikti emocijas, vis mažiau redaguotas, vis labiau „gyvas“ turinys televizijoje<sup>63</sup>, o vėliau – ir ypač – politikų (savi)reprezentacija socialinėse medijose stiprina paklausą politikams pasirodyti kaip asmenybėms, „tikriems“, patraukliems, panašiams į savo rin-

<sup>58</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 859; Lee ir Yuan, „The Authenticity Paradox“, 4.

<sup>59</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>60</sup> Luebke, „Political Authenticity“, 635–636; taip pat Serazio, *op. cit.*, 202.

<sup>61</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 141–142; Valgarðsson et al., *op. cit.*, 859; Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2374; Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians’ True Selves“, 1.

<sup>62</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 141–142.

<sup>63</sup> Liebes, *op. cit.*, 499.

kėjus<sup>64</sup>. Būtent socialinių medijų atsiradimas ir plėtra ypač įgalino autentiškumo prezentaciją, suteikė jai reikiamus įrankius, apeinant tradicinius medijų „vartininkus“ ir, kaip teigiama, net įtvirtino autentiškumą kaip šiuolaikinio pasaulio normą ir vertybę<sup>65</sup>, patrauklią ir už socialinės erdvės ribų.

Autentiškumo, ypač sietino su politiko paprastumu, prieinamumu, paklausos kilimas siejamas ir su „demokratinio egalitarizmo“, politikos horizontalizacijos tendencijomis<sup>66</sup>. Ir kartu – tiek su populistiniu<sup>67</sup>, tiek su deliberatyviuoju bandymais įveikti kylančias liberaliosios demokratijos krizes<sup>68</sup>. Čia pažymėtina, kad autentiškumas ypač pradedamas vertinti stiprėjant antipolitiniams ir socialinio apmaudo („resentment“) jausmams, didėjant piliečių jaučiamam atstumui nuo politikų, kurie imami matyti kaip homogeniška, vienodai mąstanti ir besielgianti, paprastų žmonių problemų ne(be)suprantanti „politinė klasė“<sup>69</sup>, „apsimetėliai“ („fake“), sakantys tai, kas „apsimoka“ labiau

<sup>64</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 860.

<sup>65</sup> Luebke ir Steffan, *op. cit.*, 2373, 2375–2376; Lee ir Yuan, *op. cit.*, 2; Serazio, *op. cit.*, 202; McDonnell ir Wheeler, *op. cit.*, 427–428; Grantham et al., „Double Tap Democracy“, 4; Gunn Enli ir Linda Therese Rosenberg, „Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic“, *Social Media + Society* 4, nr. 1 (2018), <https://doi.org/10.1177/2056305118764430>.

<sup>66</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 876; Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 113 (čia pažymėtina, kad Ceccobelli ir Di Gregorio paprastumą („ordinariness“), kitų laikomą autentiškumą apibrėžiančia dalimi (pvz., Enli, S. M. Luebke'ė ir kolegos), visgi atskiria nuo autentiškumo, o politikos horizontalizaciją sieja būtent su paprastumo paklausos iškilimu).

<sup>67</sup> Ypač autentiškumo ir populizmo sąsajoms, susipynimui aptarti atskirai galima skirti gerokai daugiau dėmesio, peržengiančio šio straipsnio apimties ribas. Platesnei diskusijai siūlytina žiūrėti Benjamin Moffitt, *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation* (Stanford, California: Stanford University Press, 2016), <https://academic.oup.com/stanford-scholarship-online/book/30346>; Catherine Fieschi, *Populocracy: The Tyranny of Authenticity and the Rise of Populism* (Newcastle upon Tyne: Agenda Publishing, 2019), <https://www.cambridge.org/core/books/populocracy/F061322AE0A5AA8899278A3D503F2E28>; Ruth Wodak, *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. 55 City Road, London: SAGE Publications Ltd, 2015, <https://doi.org/10.4135/9781446270073>; Sorensen ir Kramer, „The Shift to Authenticity“, *op. cit.*; Vaičekauskienė, *op. cit.* ir kt.

<sup>68</sup> Sorensen ir Kramer, „The Shift to Authenticity“, 118.

<sup>69</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 859, 875–877.

nei tai, ką išties galvoja, ir atitinkamai kylant nepasitikėjimui, nusi-vylimui, skepticizmui ir cinizmui<sup>70</sup>. Tyrimai rodo, jog autentiškumą labiausiai vertina politinį nepasitikėjimą išreiškiantys piliečiai<sup>71</sup>. Tad politinio autentiškumo paklausos augimas šiame kontekste pradeda-mas vertinti kaip atsakas į kylantį nepasitikėjimą politikoje, atsto-vavimo problemas<sup>72</sup>. Beje, savo ruožtu galintis ne tik padėti spęs-ti esamus iššūkius, bet ir kuriantis naujų – pavyzdžiui, politiniame diskurse stiprėjant konkuruojančioms poliarizuotoms „autentiškoms tiesoms“ (čia paliečiame posttiesos diskusijų lauką)<sup>73</sup>.

Taigi šiame skyriuje, plačiau pristatydami Lietuvos politikos moksluose dar menčiau vartotą politinio autentiškumo sąvoką, ren-gėme dirvą empiriniam tyrimui. Tiesa, kol kas liko neapžvelgtos pastarųjų metų tyrimuose išsikristalizavusios politinį autentiškumą operacionalizuoti padedančios dimensijos, kurios bus pasitelktos ir R. Žemaitaičio iškilimo 2024 m. analizėje. Trumpai jas aptarti skirtas kitas skyrius.

## ***2. Politinio autentiškumo operacionalizacija***

Tiek atliktas, tiek medijuotas, tiek suvoktas politinis autentiškumas empiriniuose tyrimuose matuoti labai įvairiai, skirtingomis dimen-sijomis apčiuopiant viešą (ne)sėkmingą politikų „tikrojo aš“ raišką. Politiko autentiškumas vertintas (įvairiomis kombinacijomis) žvel-giant į jo įsipareigojimą įsitikinimams, nuoseklumą, „realumą“, ati-piškumą, prieinamumą, paprastumą, mėgėjiškumą, spontaniškumą, gebėjimą kelti pasitikėjimą ir t. t. Visgi pastaraisiais metais bene plačiausiai ir universaliausiai (tiek kokybiniuose, tiek kiekybiniuose tyrimuose) taikomos G. Enli ir S. M. Luebke'ės pasiūlytos politi-

<sup>70</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 143–145; Enli, „Populism as ‘Truth’“, 85.

<sup>71</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 872.

<sup>72</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 860; Serazio, *op. cit.*, 206; Whittle et al., *op. cit.*, 144; Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 120; Sorensen ir Kramer, *op. cit.*, 120.

<sup>73</sup> Platesnę diskusiją žr. Sorensen ir Kramer, *op. cit.* Svarbu, kad straipsnyje pabrėžiami tiek „autentiškų tiesų“ (kaip priešpriešos vienai „objektyviai tiesai“) pranašumai, tiek trūkumai demokratijos kontekste.

nio autentiškumo detalizacijos. G. Enli, daugiausia orientuodamasi į atliktą ir medijuotą politinį autentiškumą, skiria septynias politinio autentiškumo strategijas: nuoseklumą („consistency“), spontaniškumą, betarpiškumą („immediacy“), išpažintis („confessions“), paprastumą („ordinariness“), ambivalentiškumą ir netobulumą („imperfection“)<sup>74</sup>. S. M. Luebke'ė savo ruožtu dalį šių strategijų sujungia ir papildo, politinį autentiškumą siūlydamas vertinti atsižvelgiant į politiko nuoseklumą, intymumą, paprastumą ir betarpiškumą<sup>75</sup>, o su Ines Engelmann sukonstruotoje empiriniais duomenimis patikrintoje būtent suvokto politinio autentiškumo skalėje dėmesį koncentruodami į politiko suvoktą paprastumą, nuoseklumą ir betarpiškumą<sup>76</sup> (panašu, kad G. Enli tokiam platesnio jos strategijų sąrašo bendrinimui pritaria, aptardama ryšius tarp savo strategijų ir išskirdama analogiškas pagrindines<sup>77</sup>). Būtent šie trys pagrindinių teminio lauko tyrėjų „išdistiliuoti“ autentiškumo elementai tampa atraminiais straipsnyje atliekant R. Žemaitaičio įvaizdžio rinkėjų akyse analizę, juos taip pat papildant išvalgomis iš kitų tyrimų. Šiame skyriuje, prieš nirdami į atvejo analizę, dar trumpai „išskleidžiame“ šių trijų politinio autentiškumo dimensijų turinį.

Politiko *paprastumas* autentiškumo suvokime<sup>78</sup> tampa svarbus kaip „tikrojo aš“ išraiška, nesistengiant elgtis ir nesielgiant kaip viską strategiškai apskaičiuojančiam politikui profesionalui, išliekant paprastam, „autentiškam sau“ ir patekus „į valdžią“, galbūt dėl to net tampant politikos „autsideriu“<sup>79</sup>. Paprastumas apima „žemiškumą“ („down to

<sup>74</sup> Enli, „*Mediated Authenticity*“; Enli, „Populism as ‘Truth’“.

<sup>75</sup> Luebke, *op. cit.*, 642–647.

<sup>76</sup> Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“.

<sup>77</sup> Enli, „Populism as ‘Truth’“, 93.

<sup>78</sup> Reikėtų pasakyti, jog yra autorių (žr. Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 116–117), kurie paprastumą ir autentiškumą skiria į atskiras lyderystei svarbių savybių dimensijas. Kita vertus, kiti (pvz., Valgarðsson et al., *op. cit.*) tyrimuose į autentiškumą susikoncentruoja veik išskirtinai kaip į paprastumo apibrėžtį. Šiame straipsnyje einama G. Enli ir S. M. Luebke'ės su kolegomis brėžiamu savotišku „vidurio keliu“, kur paprastumas suprantamas kaip viena iš autentiškumo dimensijų.

<sup>79</sup> Luebke, *op. cit.*, 644–645; Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians’ True Selves“, 2; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 4.

earth“), kasdieniškumą, įprastumą, net sąsajas su populiariąja kultūra ir kelia atpažįstamumo jausmą („familiar“ raiška, panašumas į žmones „gatvėje“), dėl kurių su politiku rinkėjams tampa lengva identifikuotis, suvokti jį kaip „vieną iš mūsų“<sup>80</sup>. Reprezentatyvi išvaizda, politikui derama apranga ir net gudrumas šiame kontekste savo ruožtu tampa trūkumais<sup>81</sup>, nes, kaip teigiama, politiko kaip „geresnio už mus“ suvokimas šiuolaikinėje politikoje gali neleisti aktyvuotis identifikaciniams mechanizams<sup>82</sup>. Atitinkamai politiko paprastumas signalizuoja ir apie kasdienio „paprasto piliečio“ gyvenimo ir jo problemų supratimą, komfortiškumą būnant tarp paprastų žmonių, nenutolinimą, neatsiskyrimą nuo jų<sup>83</sup>. Raiškos mėgėjiškumas ir net nebandymas jo maskuoti, nedidelės kalbos ar tipografinės klaidos padeda dar labiau sustiprinti tokį autentiškumo, neprofesionalizmo, nesurepetuoto ir „tikro“ įspūdį, mažina atskirtį tarp politiko ir rinkėjo, padeda jį matyti kaip „tokį patį“, klystantį kaip ir visi kiti<sup>84</sup>. Kai kurie autoriai prideda, kad autentiškumą gali patvirtinti ir „kukli“, paprasta kilmė, kuri dar akivaizdžiau signalizuoja „nesugadinimą rinkos motyvais“<sup>85</sup>, tačiau pagrindinėse prielaidose ji neįvardijama kaip būtina. Visi šie paprastumo elementai įtikina politiko autentiškumu, padeda su juo identifikuotis ir juo pasitikėti, kad politikas supras „paprastų žmonių problemas“, įtikina, kad jis gali tapti jų balsu. Svarbu akcentuoti, jog politinė identifikacija čia pasiekama ne tiek dalinimosi bendromis idėjomis, kiek artumo suvokimo būdu<sup>86</sup>.

*Nuoseklumas* savo ruožtu padeda kurti politiko autentiškumo aurą dviem pagrindiniais lygiais. Iš vienos pusės, autentiškumas kyla iš politiko stabilumo, nuoseklumo laike ir erdvėje. Politikas suvokiamas kaip autentiškas, jei jo asmenybė, elgsena, bendravimo stilius, nuomo-

<sup>80</sup> Luebke, *op. cit.*, 644–645; Whittle et al., *op. cit.*, 142; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 4, 12; Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 115.

<sup>81</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 864–866.

<sup>82</sup> Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 115.

<sup>83</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 866; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 12.

<sup>84</sup> Theye ir Melling, *op. cit.*, 326–331; Luebke, *op. cit.*, 644–645; Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 116.

<sup>85</sup> Serazio, *op. cit.*, 207.

<sup>86</sup> Ceccobelli ir Di Gregorio, *op. cit.*, 115.

nės, žinutės, pareiškimai ar bendresni naratyvai nekinta bėgant laikui, taip pat nepriklauso nuo to, kokiam kontekste (privačiame ar viešame), kokioje medijos priemonėje (spaudoje, televizijoje, socialinių medijų erdvėje ar pan.) ar su kokia auditorija bendraujama, reiškiamos pozicijos<sup>87</sup>. Šiuo aspektu net ir teatrališkas pasirodymas gali atrodyti „tikras“, autentiškas, jei tokia elgsena nuosekli<sup>88</sup>. Tai kelia nemažai iššūkių, tačiau padeda sukurti įvaizdį, jog politikas nepasiduoda išoriniam laiko ar erdvės, auditorijos spaudimui, nesitaiko prie jo ir išlieka „savimi“ nepaisydamas situacijos ir savo veiksmų joje pasekmių<sup>89</sup>. Suprantama, toks nuoseklumas turi būti matomas kaip natūralus ir neapima aklo „politinio papūgavimo“, t. y. žinučių ir šūkių kartojimo „pagal scenarijų“, kas kaip tik gali paskatinti dirbtinumo, neautentiškumo jausmą<sup>90</sup>. Iš kitos pusės, autentiškumą kuriantis nuoseklumas pasižymi politiko veiksmų ir auditorijos turimų, iš ankstesnių patirčių kylančių lūkesčių pačiam politikui, jo veiksams, apskritai politikams, jų lyčiai ar partijai atitiktimi<sup>91</sup>. Pavyzdžiui, jei politikas atlieka veiksmus, kurie auditorijos akyse atrodo neįprasti jam (nebūdingai sau šypsosi ar šoka rinkiminės kampanijos metu), jis imamas suvokti kaip besielgiantis „dirbtinai“, taigi neautentiškas<sup>92</sup>. Auditorijos lūkesčiai taip pat svarbūs (galbūt net svarbesni) vertinant ir paties pasirodymo nuoseklumą – net ir tam tikros politiko keičiamos politinės pozicijos ar melas gali atitikti auditorijos lūkestį ir atitinkamai palikti autentiškumo įspūdį<sup>93</sup>. Taigi tiek išlaikomas pozicijų, pasirodymo nuoseklumas, tiek atitiktis auditorijos lūkesčiams kuria „tikrumą“, suvokiamą politiko žodžių ir

<sup>87</sup> Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 3, 12; Luebke, *op. cit.*, 642–643; Theye ir Melling, *op. cit.*, 329, 331.

<sup>88</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 151.

<sup>89</sup> Enli, „Populism as ‘Truth’“, 87; Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians’ True Selves“, 2; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 12; Theye ir Melling, *op. cit.*, 330.

<sup>90</sup> Enli, „Populism as ‘Truth’“, 87–88.

<sup>91</sup> Luebke, *op. cit.*, 643; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 3.

<sup>92</sup> Whittle et al., *op. cit.*, 150.

<sup>93</sup> Luebke, *op. cit.*, 643; čia taip pat svarbu tai, kad kartais suklysdamas ar hiperbolizuodamas politikas elgiasi ir kaip paprastas žmogus, taip atliepdamas pirmąją autentiškumo dimensiją – paprastumą, Theye ir Melling, *op. cit.*, 330.

veiksmų atitiktį „tikrajam aš“, tikriesiems įsitikinimams (ypač, kaip jau aptarėme, svarbiausiems, tapatybiniais) ir atitinkamai – politinį autentiškumą.

Galiausiai *betarpiškumo* dimensija svarbi kaip autentiškumą kuriantis politiko atsivėrimas, „tikrojo aš“ atskleidimas<sup>94</sup>. Betarpiškumas, anot S. M. Luebke'ės, kuriamas, suvokiamas keturiais būdais. Pirmiausia, tokiam atsiskleidimui svarbus „gyvumas“ („liveness“), buvimo kartu „čia ir dabar“ kuriama patirtis, simbolinio intymumo, bendrystės (vietoj „nutolusio“ tradicinės politinės lyderystės autoriteto) jausmas<sup>95</sup>. Antra, betarpiškumas kyla iš spontaniškumo, indikuojančio, kad politikas be išankstinio pasirengimo, strategijos, „natūraliai“ sako tai ar elgiasi taip, kaip „iš tiesų“ galvoja<sup>96</sup>. Įspūdį, jog matoma tikra, nesuaidinta „tikrojo aš“ raiška, kuria ir nemandagumas ar politiškai nekorektiška kalba – taip politikas tarsi parodo save nekontroliuodamas, nešlifudamas ir negludindamas, be jokių filtrų ar suvaržymų pademonstruodamas neužmaskuotą prigimtį ir – teigiama, kad tai ypač ryšku Donaldo Trumpo atveju – drąsą (taip pat ir „būti savimi“)<sup>97</sup>. Galiausiai, betarpiškumą žymi emociingumas, kuriantis įspūdį, jog politikas „užsimiršo“, kad yra stebimas, nekontroliuoja savęs, atitinkamai dar labiau pabrėždamas, jog matoma raiška tikra, nesuaidinta<sup>98</sup>. Taigi visi šie keturi elementai kuria „tikrojo aš“ atsiskleidimą mezgant betarpišką santykį, priimamą kaip tokį, kuriame netelpa strateginės, instrumentinės užmačios ir savo ruožtu išsiskleidžia autentiškumas. Nors didėjanti betarpiškumo svarba pastebėta jau televizijos „epochoje“, socialinių medijų suteikiamos „gyvo“, necenzūruoto, tiesioginio, interaktyvaus bendravimo galimybės dar labiau leidžia patirti politiką betarpiškai ir atveria galimybes stiprėti autentiškumo vertinimui. Čia taip pat betarpiškai patiriamas intymumas („intimacy“) su politiku. Iš

<sup>94</sup> Luebke, *op. cit.*, 645; Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians' True Selves“, 2.

<sup>95</sup> Luebke, *op. cit.*, 645; Enli, „Populism as ‘Truth’“, 88–89.

<sup>96</sup> Luebke, *op. cit.*, 645; Luebke ir Engelmann, „Do We Know Politicians' True Selves“, 2; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 4; Whittle et al., *op. cit.*, 142.

<sup>97</sup> Luebke, *op. cit.*, 645–646; Luebke ir Engelmann, „Perceiving Politicians as True“, 4; Theye ir Melling, *op. cit.*, 324, 329, 331; McDonnell ir Wheeler, 430.

<sup>98</sup> Luebke, *op. cit.*, 646; Theye ir Melling, *op. cit.*, 331.

pradžią skirtas kaip atskira dimensija<sup>99</sup>, paskutiniuose darbuose intymumas, remiantis faktorine analize kiekybiniuose tyrimuose, suliejamas su betarpiškumu<sup>100</sup>. Panašu, kad intymumas galėtų būti laikomas penktuoju betarpiškumo būdu – politikas, intymiai atsiverdamas apie savo gyvenimą, dalindamasis privačiomis mintimis, nuomonėmis ir jausmais (tai atitiktų ir G. Enli „išpažinties“ dimensiją), leisdamas kitiems dalyvauti savo privačiame gyvenime, įgauna dar vieną progą užmegzti betarpišką, autentiškumą žymintį santykį.

Taigi visos trys aptartos dimensijos – paprastumas, nuoseklumas ir betarpiškumas – žymi empiriškai lengviau apčiuopiamą akademinėje literatūroje išsikristalizavusią politinio autentiškumo sampratą. Kiek paradoksalu, kad šios dimensijos – kartu ir strategijos<sup>101</sup>, atlikto ar medijuoto politinio autentiškumo lygmenimis padedančios politikams pasirodyti kuo „tikresniems“ ar juos parodyti kuo tikresnius (taigi kuo labiau atskleidžiančius savo „tikrąjį aš“) ir (paradoksaliai) kuo mažiau strategiškus. Suvokto autentiškumo lygmeniu taip pat galima kalbėti apie šių strategijų (ne)sėkmingą poveikį ir rezultata, kita vertus, per šias dimensijas galima žvelgti ir į patį susiformavusį politikų įvaizdį (atsiribojant nuo jo strateginės ar natūralios kilmės), leidžiantį apčiuopti tiek politiko iškilimui, tiek visuomenės (ar jos dalies) politinės paklausos poveiklui svarbius aspektus. Būtent tai ir bus daroma kitame skyriuje, tiriant R. Žemaitaičio greito ir ženkliaus populiarumo išaugimo 2024 m. priežastis.

### ***3. Suvoktas politinis autentiškumas lietuviškajame kontekste – Remigijaus Žemaitaičio rinkiminio populiarumo analizė***

Šiame skyriuje, atsispiriant nuo politinio autentiškumo sąvokos, rekonstruojamas R. Žemaitaičio greito ir ženkliaus populiarumo išau-

<sup>99</sup> Luebke, *op. cit.*

<sup>100</sup> Luebke, skalė, visas.

<sup>101</sup> Kaip tokios ypač pabrėžiamos G. Enli darbuose.

gimo 2024 m. priešasčių paveikslas. Tyrimas remiasi 2024 m. liepos 29 d.–rugpjūčio 3 d. vykusios mokslinės ekspedicijos metu Lietuvos regionuose imtų 48 giluminių pusiau struktūruotų interviu su 49 informantais duomenų analize<sup>102</sup>. Regionuose, kuriuose palaikymas R. Žemaitaičiui ir „Nemuno aušrai“ santykinai didelis, viršijantis Lietuvos vidurkį, įvairioms sociodemografinėms grupėms atstovaujantys informantai, tiek mėgstantys, palaikantys R. Žemaitaitį, tiek skeptiškai į jį žvelgiantys, apie jį ir (ar) „Nemuno aušrą“ kalbėjo 33-uose interviu. Svarbu pažymėti, kad interviu metu buvo kalbėta(si) apskritai apie politiką, politikus ir jų (ne)mėgimo priežastis ir nebuvo specifiskai taikytasi į autentiškumo sąvoką, tad naudojama interviu medžiaga be išankstinio pastūmėjimo („priming“) ir primestų asociacijų leidžia atskleisti teoriniu lygmeniu išsikristalizavusius suvokto politinio autentiškumo sąvokos atspindžius Lietuvos empiriniame kontekste ir įvertinti suvokto politinio autentiškumo vietą informantų pasakojimuose besiskleidžiančioje platesnėje R. Žemaitaičio patrauklumo daliai visuomenės priešasčių mozaikoje.

Tyrimo taikyta abdukcinės analizės principais paremta prieiga, įgalinanti kokybinę empirinę medžiagą analizuoti abipusėje sąveikoje su teorija (literatūroje abdukcinė analizė apibūdinama kaip iteratyvus dialogas tarp kokybinių duomenų ir esamų bei naujai kuriamų konceptualizacijų visumos<sup>103</sup>, judėjime sujungiantis tiek indukcinę, tiek dedukcinę tyrimo strategijas). Toks pasirinkimas leidžia sėkmingai atsekti politiko populiarumo priežastis ir identifikuoti su-

<sup>102</sup> Už pagalbą šioje mokslinėje ekspedicijoje 2024 m. vasarą dėkojame VU TSPMI Studentų mokslinės draugijos nariams Kristupui Neniškiui, Skirmantei Sakalauskaitei, Benui Putrimui, Rūtai Marijai Remeikaitei, Martynai Banytei, Gratui Jaudzemui, Aleksandrui Andrejevui, Gabijai Januškaitei, Aurimui Petkui, Emilijai Sasnauskaitei ir Justinui Baliukevičiui. Ačiū ir kitiems SMD nariams, padėjusiems surinktus interviu transkribuoti.

<sup>103</sup> Stefan Timmermans ir Iddo Tavory, „Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis“, *Sociological Theory* 30, nr. 3 (2012): 180, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0735275112457914>; tai pat žiūrėti, pavyzdžiui, Faraz Khurshid, Mario Veen, Jamie Thompson ir Iman Hegazi, „Navigating Thematic Analysis: Practical Strategies Grounded in Abductive Reasoning“, *Teaching and Learning in Medicine* 38, nr. 1 (2026): 106–115, doi:10.1080/10401334.2025.2475098.

vokto politinio autentiškumo vietą jose, analizės iš anksto pernelyg neapribojant ir kaip tik jos metu refleksyviai gretinant empirinius duomenis su konkrečiomis teorinėmis prielaidomis. Atliktame tyrime iš pradžių interviu medžiaga skaityta „atvirai“, be išankstinio konceptualaus rėmo, ieškant galimų politiko populiarumo priežasčių (šiam etape siekta identifikuoti iš duomenų kylančius vertinimo elementus, neapribojant analizės iš anksto pasirinktomis teorinėmis kategorijomis), o vėliau, interviu medžiagoje kristalizuojantis pagrindiniams politiko vertinimo elementams, analizėje pritaikyta politinio autentiškumo koncepcija kaip atraminė išskleidžiant populiarumo dëlionę. Vëlgi atsispyrimas nuo politinio autentiškumo teorijos tolesnėje iteracijoje sąlygojo pakartotinę interviu medžiagos peržiūrą, grįžtant prie pirminių duomenų, tikslinant, perstruktūruojant ir naujomis papildant pirmines iš jų kylančias įžvalgas, ir iš kitos pusės, išryškinant ir aiškinant empirinės medžiagos neatitiktį teorinėms prielaidoms.

Pažymėtina, kad abdukcinė prieiga, nors ir sudaro puikias prielaidas nuosekliai sieti kokybinius empirinius duomenis su teorinėmis įžvalgomis, kaip ir kiti metodai, turi savo ribotumą. Kaip ir vien indukcine logika grįstos metodologinės prieigos, ji leidžia pateikti labiausiai tikėtinus, surinktais duomenimis grįstus paaiškinimus, tačiau ne „garantuotą tiesą“. Atitinkamai šiame tyrime daromos įžvalgos stiprinamos remiantis gausia ir įvairia interviu medžiaga, aprėpiančia didelę suvokimų įvairovę, stengiamasi kuo išsamiau pagrįsti daromus apibendrinimus, o dėmesys pirmiausia kreipiamas į interviu atsiskleidžiančius atskirų politiko vertinimo kriterijų turinį, sąsajas, suvokimus, tačiau ne į jų kiekybinę dominavimą ar pan. Siekiant suvaldyti interpretacijų priklausomybę nuo tyrėjo, analizė šiame tyrime buvo grindžiama sistemingu grįžimu prie empirinės medžiagos, nuolat tikslinant ir grindžiant formuluojamas įžvalgas. Galiausiai, analizę pernelyg viena kryptimi kreipti galintis pasirinktos teorijos įtraukimas vėlesniame analizės etape buvo taikomas ne kaip griežta ir ribojanti kategorizavimo schema, o labiau kaip lankstus interpretacinis įrankis, leidžiantis ne tik struktūruoti identifikuotus elementus,

bet ir kvestionuoti jų atitiktį teorinėms prielaidoms, taip pat išlaikant atvirumą alternatyviems paaiškinimams.

Toliau pateikiamas atliktos analizės rezultatas – R. Žemaitaičio populiarumo dalyje visuomenės priežasčių dėlionė, atsispiriant nuo politinio autentiškumo sąvokos. Pirmame poskyryje detaliau išskleidžiamos suvokto politiko autentiškumo dimensijos, o antrajame aptariama jų vieta bendrame išryškėjusių populiarumo priežasčių kontekste.

### *3.1. Betarpiškumu, paprastumu ir nuoseklumu ženklinamas suvoktas politinis autentiškumas*

Interviu medžiagos masyvas atskleidžia, kad ryškiausiai suvoktą politinį autentiškumą R. Žemaitaičio atveju išreiškia betarpiškumo dimensija. Čia kaip svarbios – ir ypač „gyvuose“ susitikimuose efektyviai, įtaigiai atsiskleidžiančios – ryškėja pastangos užmegzti kontaktą (vien visiems paduodama ranka), pastebėti kiekvieną, pritaikymas prie susirinkusiems artimo bendravimo stiliaus, galima suprasti – jog ir formalaus atstumo nelaikymas. Taip kuriamas „šilto“, artimo, dėmesingo, net intymaus (kaip šeimoje) bendravimo įspūdis. Informantai tai pastebi tiek patys asmeniškai bendraudami su politiku, tiek stebėdami jo komunikaciją su kitais bendruomenės nariais: „*Bendravimas toks šiltas ir su visais, žiūriu, su bet kuo – priėjo, ar tu mažas, ar tu didelis, ar tu senas, ar tu su lazda, ar kuprose – jis šneka su žmonėm, jis nebijo. O už tat, už tat, na, na man, matai, jį-sai ir patinka, <...> jis man patinka už atvirumą, atvirumą, [prie] to žmogaus priėjimą. Jis atvažiavo, pasišnekėj – visiems rankas padavė, visiems. Nieko, jokios, kad be jokios atskirties, nėra. Gali bendrauti paprastų paprasčiausiai, kaip aš su vaiku galiu bendrauti“ (24-45). Šalia tokio bendravimo tiesioginį ryšį su auditorija kuria ir atviras kvietimas kalbėtis, taip pat laisva, nesuvaržyta kūno komunikacija, raiškos neformalumas (atsiraitojusios rankovės). Tai itin gerai atsiskleidžia šiame informantės pasakojime: „*Žemaitaitis, kai buvo susitikimas... Nu ašėjau į susitikimą jį gyvą pamatyt. T1: Ir koks**

*jis ten gyvas? I: Nu [juokiasi]. Nu rankovės atsiraitoję laisvai, po salę judėjo laisvai. <...> ten: „Duokit klausimus, aš jums atsakysiu.“ O aš klausiausi. <...> sako, vėl atvažiuos. Nėjau niekada į tokius susitikimus! [užtikrintai] Pirmąkart gyvenime [nu]ėjau [ir liko sužavėta]“ (24-03). Taigi politikas matomas kaip nuoširdžiai „tikras“, artimas, inicijuojantis kontaktą, panašu, tokią raišką suvokiant labiau kaip natūralų laisvumą nei apmąstyta strategiją.*

Kita vertus, rinkėjams įspūdį palieka ir R. Žemaitaičio tiesmukiškumas, atviras kritiškumas, net aršumas. Šie bruožai interviu susiejami su drąsa, stiprybe (kaip, beje, panašiai ir pastarojo meto tyrimuose, besikoncentruojančiuose į D. Trumpo patrauklumą). Tokia raiška kartu kuria kovotojo, galinčio ginti interesus, tvirto lyderio įvaizdį: „*Jo, aš pasirinkau iš pat pradžių. Man per televizorių patiko, kaip jis, kad tiesiog atvirai deda. <...> Man patinka, kai atvirai, o ne už kampo*“ (24-03); „*Nu, man atrodo, kad ons teisingai šneka visur. Drąsiai, atvirai, ons niek nebijo*“ (24-19); „*Jis protingas, tiesiai šviesiai, nu... <...> Man tiesiai šviesiai visko pasako, viską padaro, man toks... man daugiau Žemaitaitis ir viskas*“ (24-31). Aštrus atvirumas šioje raiškoje tampa paperkančiu „tikrumo be filtrų“, be (savi)kontrolės, lemtos visuomenės normų ar apskaičiuoto intereso (nuoroda į pasekmių nesibaiminimą) požymiu. Net šiaip jau skeptiški politiko atžvilgiu ir nepriimtinais tokius jo pareiškimus laikantys informantai, regis, vertina pačią šią drąsą, kuri jiems atrodo natūrali, nesuvaldyta, žyminti tam tikrą „*politinio chuligano*“ (24-23) įvaizdį ir todėl žavi<sup>104</sup>.

Tiesmukiškumas ir atvirumas susiję ir su R. Žemaitaičio retorikoje svarbia išskirtine leksika. Tiesa, ją labiau akcentuoja iš šono, skeptiškai į politiką žvelgiantieji: „*<...> ateina į, su rinkėju šnekėti jo kalba. <...> Man teko pačiai girdėti – Žemaitaičio vienas miestelyje susitikimas su gyventojais. Tai žinot, kai ateina žmogus iš tvarto, atsisėda pasiklausyt, ir atsisėda kandidatas, kuris šneka lygiai tuo pačiu, lygiai tuo pačiu tekstu, tom pačiom frazėm kaip tas žmogus [šneka]*

<sup>104</sup> Šiam įvaizdžiui brėžiant ir tam tikras paraleles su R. Paksu, žr. Savukynas, „„*Maištininko*“ mitologijos“.

*ir jis išeina, žmogus pasiklausęs, ir sako: „va tas tai mūsiškis – ir pasikeik, ir visus visokiais išvadin““ (24-36). Citatoje ne tik matyti betarpiškumą žyminčios nekorektiškos, necenzūrinės kalbos poveikis, bet išryškintas ir šios kalbos poveikis kitai politinio autentiškumo dimensijai – paprastumui. Necenzūrinė, nekorektiška kalba ne tik pabrėžia „tikrojo aš“ atskleidimą demonstruojamu nesivaldymu, bet ir kuria autentiškumo įspūdį vaizduodama kalbėtoją „tokiu pačiu“, paprastu ir artimu, „saviškiu“. Tiesa, būtų klaidinga manyti, kad visiems R. Žemaitaičio rinkėjams tokia kalba patraukli – tiksliau būtų teigti, kad vienus rinkėjus galimai patraukusi leksika kitų R. Žemaitaičio rėmėjų tiesiog neatbaido. Pastarieji traktuoja tokią raišką kaip kiek „perlenktą lazda“, nepatinkančią, tačiau instrumentiškai reikalingą – politikas vis viena išlieka patrauklus (tik čia jo mėgimas remiasi jau nebe autentiškumu): „Bet man tinka, man patinka jis kaip žmogus – šnekantis, [atsargiai] kai kada perlenkiantis savo, bet tas – norint įtikinti ir patikti visiems, nu, atėjusiems, turi kalbėt tų žmonių kalba. [nusijuokia], <...> tai kai kada ta kalba būna, nu... Juk susirenkam skirtingi visi. Kartais būna tokia... kad mano kaimynui patiktų, man gal – aš gal sakyčiau kitaip (24-34).“*

Visgi įvertinant R. Žemaitaičio betarpiškos raiškos išskirtinę vietą, svarbą ir įtaką auditorijai, derėtų pažymėti, kad interviu medžiaga pademonstruoja ir šios raiškos viršenybę prieš turinį (bent dalies auditorijos akyse). Ne viename interviu informantai, žavėjęsi R. Žemaitaičiu ir jo raiška, visgi negalėjo konkrečiau įvardyti ta raiška perteikiamo turinio, kas būtent tame turinyje jiems patinka: „I: Nu, man atrodo, kad ons teisingai šneka visur. Drąsiai, atvirai, ons niek nebijo. T: Nu kokį pavyzdį gal galėtumėt pasakyt? I: Nežinau, ne viską beatsimenu [nusijuokia]“ (24-19); „I: Jo, aš pasirinkau iš pat pradžių. Man per televizorių patiko, kaip jis, kad tiesiog atvirai deda. T: O čia tas vat tiesiog, kad jis kalba atvirai? Ar, kad jis sako kažkokius dalykus, kurie Jums patinka? I: Atvirai kad kalba ir kokie dalykai yra va, tai vo. T: O kokie dalykai, pavyzdžiui? I: Ką žinau [juokiasi]“ (24-03). Galbūt šiose citatose informantams pasitikslinantys klausimai yra netikėti, informantai tarsi užklupti, pri-

miršę, visgi akivaizdu, kad atmintyje dominuoja betarpiška, atvira raiška, o ne programa. Tiesa, suabsoliutinti ir čia nėra galima – interviu metu su politiškai aktyviais R. Žemaitaičio palaikytojais galima rasti ir minimų rezonuojančių nuostatų dėl „Igničio“ akcijų, bankų apmokestinimo, karinių pirkimų auditų, visuotinio skiepijimo pandemijos metu (24-34, 24-28, 24-46). Visgi tokios konkretesnės politiko programinės nuostatos, klausimai, bent trumpai minėti vos keliuose interviu, o apie juos kalbanti auditorijos grupė dėl savo didesnio aktyvumo nėra tipinė. Panašiau, kad programos vietą politiko patrauktų informantų akyse užima abstrakti orientacija „už paprastą žmogų“, kurios suvokimą sėkmingai kuria ir ta pati betarpiška politiko raiška. Negana to – būtent aštri raiška padeda šiai orientacijai įgyti svorio, įgauti papildomą jėgos ir telkimo dimensiją: R. Žemaitaitis matomas ir pristatomas kaip telkiantis kovotojas prieš „sistemą“, „už paprastą žmogų“: „*vėl grįžtu prie to pačio, kodėl traukia prie jo? Nes jis buria prieš. Kovotojas prieš*“ (24-34).

Kalbant apie paprastumą kaip apie antrąją analizės metu labiausiai ryškėjusią politinio autentiškumo dimensiją, interviu medžiagoje skeidėsi pasikartojantis R. Žemaitaičio kaip paprasto, esančio „arti žmonių“, suprantančio jų problemas ir į paprastą žmogų besiorientuojančio vertinimas. Politiko raiškoje informantai išskiria kalbos konkretumą, argumentų suprantamumą: „*Nu taip, kaip jisai, mano protu, taip šnek: nu teisingai, normaliai, ne-ne-ne neprigalvoja kokių ten pasakų, kaip dabar ta viena ministrė, kad ten kažkur į kosmosą skris, kur, tokių-tokių vėjų...*“ (24-25); „*Nu Žemaitaičio man patinka tas, kad ons žmogus šneka konkrečiai*“ (24-29). Tokia raiška žymi „žemiškumą“, praktiškumą, realistiškumą ir vertinama kaip atitinkanti atpažįstamo kalbėjimo „normą“, lūkestį.

Iš kitos pusės, intensyviai rinkiminėje kampanijoje pasitelkti gyvi susitikimai (tiek į juos vykstant, tiek, savo ruožtu, apie juos daug kalbant) taip pat kuria paprastumo, „savumo“, artumo, buvimo tarp „paprastų žmonių“ jausmą: „*sakau, jis toks daugiau tarp mūsų. Čia, pavyzdžiui, nieks nesirodo iš tų seimūnų, nieks, nieks... <...> prižada, prižada, prižada viską, o paskui kojos nekelia. Ne, pasisiuskit jūs*

čia. <...> [o Žemaitaitis] *lankosi, informuoja*“ (24-42). Kaip matyti, tokie asmeniniai susitikimai ne tik ryškiai išskiria R. Žemaitaitį iš kitų politikų, bet ir pelno pagarbą šiuos susitikimus traktuojant kaip tam tikrą informavimą, atskaitingumą (ar jo numanomą pažadą). Susitikimuose, kaip jau aptarta, autentiškumo jausmą kelia bendravimo ir laikysenos betarpiškumas, raiška, tačiau susitikimai kartu įtikina ir politiko paprastumu („*ir jis paprastas, labai paprasta bendrauti*“ (24-45)) bei padeda patį politiką matyti kaip drąsiai besijaučiantį tarp rinkėjų – jei ne komfortiškai, tai bent tokių susitikimų nebijant, taip rodant deramą požiūrį į atstovavimą, ir vėlgi ryškiai išsiskiriant iš matomo kitų politikų konteksto: „*jis nebijo. O už tat, už tat, na na man, matai, jisai ir patinka. <...> „O katras išlend? [apie kitus politikus] jinai nevažiuoja užtat. Bija, bija žmonių jinai, tai kaip jinai gali atstovauti žmonėms, tautai, jeigu jinai bija? Dar Nausėda pasirodė, per kelis miesčiukus pravažiavo, o daugiau kas važiavo – nieks. Žemaitaitis visur apvažiavo ir jis nebijo*“ (24-45). Ši „nebaimė“ susitikti, bendrauti dalies informantų akyse siejama su nuoširdžiu (tikru, nesužadintu) atsidavimu išgirsti „paprastą žmogų“, suvokiamu autentišku interesu jo rūpesčiais.

Apskritai, iš interviu medžiagos panašu, kad suvoktas paprastumas R. Žemaitaičio atveju labiau sietinas su jo bendravimo stiliaus kaip nepretenzingo, neformalaus, artimo paprastumu, gebėjimu konkrečiai, suprantamai, atitinkant auditoriją reikšti mintis vertinimu, taip pat, iš kitos pusės – su suvoktu buvimu „tarp paprastų žmonių“ ir – svarbiausia – su tuo susijusiu suvoktu „paprastų žmonių“ rūpesčių supratimu bei autentišku dėmesiu jiems. Kiti teoriškai politinio autentiškumo sampratoje reikšmingi paprastumo elementai, tokie kaip pabrėžtinas mėgėjiškumas, neprofesionalizmas, sąsajos su populiariąja kultūra, galbūt ir nėra nematomi ar nesvarbūs formuojant patį politiką kaip autentiško suvokimą, tačiau bent jau informantų refleksijose taip gerai neatsispindi, kartu suponuodami, kad jie ir nėra pagrindiniai.

Galiausiai nuoseklumas, kaip politinio autentiškumo dimensija, interviu mažiausiai akivaizdus. Iš vienos pusės, galbūt tai nėra

ir lengvai metodologiškai kokybiniuose interviu „pagaunamas“ pjūvis: jei politiko kalba ir veiksmai nuoseklūs, jis tiesiog matomas kaip autentiškas to detaliau nereflektuojant – galima būtų manyti, kad nenuoseklumas taptų ryškesnis kaip neatitinkantis išankstinio „vienitumo“ lūkesčio. Kita vertus, tam tikrų išryškėjančių nuoseklumo elementų vis dėlto galima įžvelgti. Pirmiausia, jau minėta informantų matoma ir vertinama bekompromisė politiko drąsa išsakyti nuomonę savo (dažnai ir nekorektišku) stiliumi signalizuoja apie tokio elgesio pasekmių nepaisymą – nesitaikymą prie mandagumo, priimtino viešo kalbėjimo normų, konteksto ir auditorijos ir kartu, tikėtina, lemia auditorijos suvoktą politiko nuoseklumą. Antra, nuoseklumo dimensija sustiprina jau kalbant apie betarpiškumą ir paprastumą aptartą informantų matomą ir autentiškumo pojūtį skatinantį dėmesį „paprastiems žmonėms“. Interviu pabrėžiamas žavesį ir pagarbą informantams keliantis nuoseklus R. Žemaitaičio įdirbis vykstant į susitikimus su rinkėjais: „*stebiuosi, žiūriu, tą, vadinkim, naująjį politiką, naująjį-senąjį politiką, sukūrusį naują judėjimą, kuris... tokio darbštumo aš nesu matęs žmonių, <...> turi į ką lygiuotis, matydamas tokį darbštumą, tą, tvarkaraščius, kiek žmonių lankosi, nesvarbu, kad į tą [nusijuokia] <...> anksčiau ateidavo keturi, du žmonės, visaip yra buvę“ (24-34); „*dabar per visą Lietuvą važiuoj į menkus tuos būriukus, kur atein dvylika žmonių, su tais šnekas. Dabar per visą rajoną pravažiuoja, per visas bendruomenes. Taip ir turi eiti. Jeigu tu nori užsikariauti žmogų, tą balsą gauti, jis turi važiuoti, o ne sėdėti ir laukti, kad tau mygtuką paspaus ir tau uždės tą pliusiuką. Ne tai... vat aš, dėl vien to jam toks pasitikėjimas“ (24-45); „*jis žmogus, tikrai, katras dabar, kuris po Lietuvą važinėjas dabar? Nieks! O jis vienas važinėjas, eina prie žmonių, sėd paplūdimy, a lietus ar karšta, sėdi jis, bendrauja. O katras išlend?“ (24-45). Matyti, jog vykimas susitikti, nesvarbu, kiek žmonių susirenka, kokios sąlygos susitikimui, ir vykimas nuolat kelia darbštumo, atsidavimo savo tikslui, patrauklaus užsispyrimo įspūdį, taip padėdamas R. Žemaitaitį suvokti kaip autentiškai nuoseklų savo pagrindiniu veikimo būdu ir politine orientacija. Trečia, iš ką tik pateiktų citatų taip pat matyti, kad toks***

veikimas atitinka auditorijos turimus lūkesčius politikams (autentiškumą kuriantis lūkesčių nuoseklumas) ir šiuo aspektu dar kartą pabrėžia priešpriešą lyginant su kitais politikais.

Taigi iš informantų tapomo politiko paveikslo matyti, jog tiek kalba, tiek elgsena demonstruojamas paprastumas, natūraliu, laisvu, atviru, tiesmukišku, nemaskuojamu ir atpažįstamo stiliaus bendravimu pažymėtas betarpiškas buvimas šalia žmonių, nuoseklus ir lūkesčius politikams atitinkantis jiems skiriamas dėmesys padeda matyti R. Žemaitaitį kaip autentišką, savą, „tikrą“, neapsimestinį ir ryškiai išsiskiriantį iš konteksto – „*kaip konkretų žmogų, ne, na, kažkokį atsivertėlį*“ (24-23). Matome, jog šiame suvokime svarbios visos trys politinio autentiškumo dimensijos. Ir visais trimis atvejais – tiek buvimu „tarp paprastų žmonių“, tiek betarpišku bendravimu, tiek dėmesio paprastiems žmonėms nuoseklumu – akcentuojama labiausiai iš suvokto paprastumo kylanti, tačiau už jo ribų jau išeinanti ir kaip politiko svarbiausia, kertinė, apibrėžianti, konkretesnės programos vietą užimanti politinė orientacija „už paprastus žmones“ („*tai atrodo, nu taip, tai ir, ir už tuos paprastus žmones, ir, ir viską, nu*“ 24-05). Dar kiek plačiau šią politinę orientaciją ir kitus R. Žemaitaičio priešrinkiminio populiarumo elementus bendrame paveiksle aptarti skirtas kitas poskyris.

### *3.2. Kiti priešrinkiminio populiarumo elementai ir suvokto politinio autentiškumo vieta bendroje dėlionėje*

Kaip jau aptarta teorinėje dalyje, suvoktas politinis autentiškumas kuria pasitikėjimą – matant politiką kaip „tikrą“, daroma prielaida, kad jo ateities veiksmus galima nuspėti, pasitikėjimą skatina ir užmegztas artimas ryšys. Be to – iš interviu matyti, jog pasitikėjimą sustiprina ir už politinio autentiškumo tiesioginės apibrėžties išeinantis, tačiau su joje aktualiais elementais itin susijęs suvoktas nuoširdus politiko rūpestis paprastais žmonėmis. Atskiro dėmesio šiame kontekste nusipelno tiesioginė pagalba rinkėjams. Tokia parama kaip artimo ryšio kūrimo strategija – labai panaši į Gabrielės Burbulytės-Tsiskarishvili

ir jos kolegijų (2023, 2021) aptartą<sup>105</sup> P. Gražulio naudojamą savo vienmandatėje apygardoje. Įvairaus tipo tiesioginė pagalba – finansinė, teisinė, spaudimo valstybinėms institucijoms – rinkėjams signalizuoja jau nebe tik apie paprastų žmonių problemų supratimą, dėmesį, bet ir rūpestį, padeda pelnyti užtarėjo, globėjo, gynėjo įvaizdį. Verta pažymėti, kad toks poveikis neapsiriboja tiesiogiai pagalbos sulaukusiais ar vien tik sava rinkimine apygarda kalbant apie vienmandates – kaip tik interviu metu nė vienas informantas nepaminėjo tokios paramos sulaukęs pats, tačiau ne vienas minėjo ją kaip populiarumo, žavesio priežastį. Interviu matyti, jog pagalba atsimenama per abstrakčius pažįstamų, giminių, kaimynų tinklus, ir atsimenama ilgai, net jei pati informacija nėra labai konkreči: „*Čia vat vienos kaimynkos, ten giminaičiai [miesto] rajone, buvo mergaitei, nu vaikui mažam buvo blogai, tai jisai ten suorganizavo, kad išvežė į Lenkiją, [ar] kur ten dabar, neatsimenu, jau praėjo gal kokie penki metai, gal daugiau. Nu operaciją darė. Nu paded žmonėm, katrie kreipiasi, tikrai jis padeda*“ (24-42). Panašu, kad labiausiai vertinamas būtent konkretus dėmesys žmonėms, susiduriantiems su problemomis, kuriamas veiksmingas išpūdis, kad, prireikus, tokios pagalbos gali sulaukti ir kiti (lyg tam tikras „garantijos“ pažadas, sukuriantis saugumo jausmą): „*Ir jisai irgi susitinka su žmonėm, jam galima, gali parašyti žmonės, paprastas, va ir aš galėčiau parašyti, kad va iškilo tokia ir tokia problema, ir jisai, žinokit, nemažai padeda*“ (24-48). Taigi tiesioginė pagalba tampa tam tikru paprastumo dimensijos autentiškumo teorijoje papildiniu, akcentuojant nebe tik buvimą šalia, paprasto žmogaus gyvenimo supratimą, bet ir įrodant neabejingumą, rūpestį juo, ir sustiprina orientacijos į paprastą žmogų vertinimą.

Suvokta orientacija į paprastą žmogų ir tiek politinio autentiškumo dimensijose, tiek plačiau matomi jos pagrindimai, remiantis

<sup>105</sup> Gabrielė Burbulytė-Tsiskarishvili, Edita Stumbraitė-Vilkišienė ir Alvyda Obrikienė, „Rinkėjo asmeninio patyrimo įgalinta politiko konceptualizacija: Petro „divergento“ trilogija“ (pranešimas metinėje Lietuvos politikos mokslų konferencijoje „Polikrizių atgarsiai Lietuvoje ir pasaulyje“ Vilniaus universitete, Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institute, 2023, gruodžio 1 d.).

R. Hardino „encapsulated interest“ teorija<sup>106</sup>, tampa svarbūs ir kaip pasitikėjimo šaltinis savaime – suvoktas politinis autentiškumas kartu su matoma orientacija į paprastą žmogų informantus įtikina, jog R. Žemaitaitis rinkiminės sėkmės atveju atsižvelgs į rinkėjų, save suprantančių kaip „paprastus žmones“, interesus priimdamas sprendimus valstybėje. Tačiau dėlionėje čia ryškėja ir dar vienas elementas, dėmesį atkreipiantis nebe tik į matomą autentišką artumą, buvimą tarp paprastų žmonių, jų supratimą ir rūpestį jais, bet ir į pajėgumą patikėtas problemas efektyviai spręsti (apie tai toliau).

Politinio autentiškumo apibrėžtyje kompetencijai daug dėmesio neskiriama, o kiek skiriama – ji matoma labiau kaip trūkumas, potencialiai galinti kurti labiau strategiško, profesionalaus nei „tikro“, autentiško politiko išpūdį, kliudanti kurti ir paprastumo dimensijoje akcentuojamą mėgėjiškumo paveikslą. Visgi R. Žemaitaičio atveju keli kompetenciją žymintys elementai stipriai ryškėja ir, panašu, visgi sklandžiai papildo matomus autentiško politiko bruožus. Politiko raiškoje informantams į akis krinta ir įvertinti lieka R. Žemaitaičio operavimas ir žongliravimas skaičiais, datomis ir kitais faktais, gebėjimas greitai reaguoti, užtikrintumas. Tokio tipo raiška akademinėje literatūroje dažnai susiejama su sėkmingai kuriamu ekspertiško įvaizdžiu, tad pasirinktas komunikacijos stilius padeda pozicionuoti politiką kaip kompetentingą lyderį auditorijos akyse (tyrimai parbrėžia, kad poveikis ypač stiprus mažiau besidomintiems<sup>107</sup>): „*Jam nereikia jokių užrašų. Jis viską atmintinai žino. Visus skaičius, viską, faktais, visą, visas datas. Jeigu kas nors paprieštaravo, tučtuojau datą atranda, parodo tau. Tai jis, reiškia, nesisem iš kažkur*“ (24-45); „*<...> yra žmonių mokytų ir jie žino. Vienas iš tokių – Žemaitaitis, i, ten enciklopedija vaikščiojanti. Žino dalykų, faktais žino, kaip sakyt, kad, kaip yra*“ (24-46). Svarbu, jog kuriamas ekspertiško išpūdis visgi ne kontrastuoja su suvokto politinio autentiškumo dimensija,

<sup>106</sup> Valgarðsson et al., *op. cit.*, 861–862.

<sup>107</sup> Pavyzdžiui, Paul C. Price ir Eric R. Stone, „Intuitive Evaluation of Likelihood Judgment Producers: Evidence for a Confidence Heuristic“, *Journal of Behavioral Decision Making* 17, nr. 1 (2004): 39–57, <https://doi.org/10.1002/bdm.460>.

o ją papildo, informantams patikint, kad politikas ne tik „iš tiesų“ nori, bet ir geba efektyviai spręsti matomas problemas.

Kompetencijos įspūdį dar labiau sustiprina informantų taip pat akcentuojamos tokios asmeninės savybės kaip jau minėta su jaunyste siejama drąsa, taip pat veiklumas, išvalgumas, gebėjimas sumaniai pasinaudoti aplinkybėmis: „*labai išvalgus yra, nu, labai veiklus, kad tik anam sveikatos užtekty*“ (24-29); „*ne pėsčias yr Žemaitaitis, tai labai gabus žmogus. <...> Reikia kelti, prabusti* [apie „Nemuno aušros“ įkūrimą], *va, tai žmogus daro, tai pagarbos vertas*“ (24-46); „*Dėl to [patiko], kad, nu, aš įsivaizduoju, i[r] pats, nu, a verslininks, a kas ons toks, ar ūkininks, [juokdamasi] kaip anų ten pavadint, nu. Aš įsivaizduoju, vis tiek nesėdi namuos rankų sudėjęs, vis tiek reikia rūpintis <...>*“ (24-05). Kai kurie, tvirtos rankos besiilgintieji, išskiria ir politiko „rimtumą“, griežtumą, tvirtumą: „*Griežtumas! <...> Prezidentas turi būti griežtas. O ne... <...> Taip ir šitas Žemaitaitis. <...> Rimts!*“ (24-03). Tiek šie matomi asmenybės bruožai, tiek ankstesnėje pastraipoje aptartas ekspertiskumo įvaizdis sklandžiai papildo suvokto politinio autentiškumo įspūdį pasitelkus tą pačią kertinę politiko orientaciją „už paprastą žmogų“: politikas matomas kaip veiklus, veržlus, sumanus, nors ir jaunas, bet pageidaujamai tvirtas, griežtas, jo raiška – kaip demonstruojanti ekspertiskumą, ir visa tai informantams kuria įspūdį (gerai matomą ir vienoje citatoje pirmiau), kad jis gali, turi gebėjimų sėkmingai pasirūpinti „paprastais žmonėmis“, kurie jam autentiškai rūpi. Beje, galima prisiminti, jog svorio čia suteikia ir tas pats autentiškumo suvokimą skatinęs tiesmukiškumas, aršumas, drąsa „atstovėti savo poziciją“.

Pirmiau minėtos matomos asmeninės politiko savybės analizuotuose interviu ryškiausias, tiesa, keliuose papildomai pasirodo ir su suvoktu politiniu autentiškumu glaudžiai susijusios nuorodos į sąžiningumą bei teisingumą („*toks teisingas*“ (24-46); „*tokie sąžiningi kaip Žemaitaitis*“ (24-19)). Iliustratyvu, kad daugumą šių savybių (išskyrus sąžiningumą ir teisingumą) vėlgi pastebi ir teigiamai vertina ne tik mėgstantys R. Žemaitaitį, bet ir nepalankiai į jį žvelgiantieji. Tad politiko asmeninių savybių poveikslas skirtingose visuomenės

grupėse – gana vientisas (vadinasi, ne kertinis patrauklumą lemiantis veiksnys). Kita vertus, tarp politiką mėgstančiųjų ir ne šio politiko autentiškumo suvokimas ryškiai skiriasi. Tai, kas pirmojoje grupėje matoma kaip nuoširdus, „tikras“, iš buvimo tarp paprastų žmonių ir jų problemų suvokimo kylantis dėmesys, antrojoje grupėje suvokiama kaip instrumentinių tikslų vedama manipuliacija („*Žemaitaitis, jis labai sąžiningai laikas nuo laiko jis čia važinėja ir pudrina tas smegenis*“ (24-44)), nenuoširdus įsipareigojimas („*Žemaitaitis yra visiškas šnekorius. Visiškas šnekorius*“ (24-20)), kas pirmoje grupėje traktuojama kaip betarpiška, atvira, santykį su auditorija kurianti raiška, antrojoje grupėje priimama kaip tiesiog perdėtas, net įžeidus familiarumas („*Amžiaus skirtumas, jis <...> iškart tujinasi*“ (24-44)). Pirmojoje grupėje akcentuotas autentiškumą kūręs nuoseklus politiko atsidasvimas svarbiausiu matomam tikslui (orientacijai „už paprastus žmones“) keičiamas matomu jo pozicijų, idėjų nenuoseklumu, atitinkamai neleidžiančiu ir (susi)kurti autentiškumo įvaizdžio („*Klausais jo, sako, vieną pasako, antrą pasako, antras teiginys pirmam prieštarauja, nori paklaust – ne, jis varo trečią, ketv..., negali, negali paskui jo tą melo mašiną, sustabdyti*“ (24-44)). Galiausiai pirmojoje grupėje autentiškumą sąlygojęs nuoseklus keliamų lūkesčių politikui (kaip tam tikram idealui) atitikimas antrojoje grupėje nepasiekiamas – ta pati R. Žemaitaičio raiška šiuos informantus kaip tik suerzina, papiktina, šokiruoja ir atbaido: jų nuomone, politiko leksika, retorinė laikysena (ypač konkurentų atžvilgiu) – nekultūringa, smarkiai neatitinka politikui keliamų standartų, nerodo deramo pavyzdžio, kurio iš politikų visgi yra tikimasi: „*Tai tiesiog, žinokit, man baisu, nors aš kai paklausau kaip jis šneka, man asmeniškai tai baisu, kaip tu išsilavinęs žmogus politikos gali taip*“ (24-48); „*jeigu toks žmogus, sėdintis tokiose aukštose pareigose – nu Seimo narys yra vienas iš aukščiausių, sakykim, pareigų, atstovaujantis – jeigu toks žmogus leidžia sau [taip] pasisakyti, tai ko mes galim tikėtis iš mūsų*“ (24-15). Taigi galime matyti, kad nors patrauklios (ar bent politikui tinkamomis informantų laikomos) asmeninės savybės matomos ir įvertinamos visame interviu masyve gana panašiai, politiko autentiš-

kumas suvokiamas, įtikina anaip tol ne visus ir atitinkamai yra labai ryškiai susijęs su politiko (ne)mėgimu. Iš interviu panašu, jog suvoktas politinis autentiškumas kartu su įtikinusia politiko orientacija „už paprastus žmones“ tampa R. Žemaitaičio patrauklumo pagrindu, gana universaliai suvoktoms asmeninėms savybėms – veržlumui, veiklumui, sumanumui, drąsai ir tvirtumui – ir dalį informantų įtikinusi „ekspertiškumui“ kartu veikiant kaip pastiprinančiam, apie pajėgumą ir galimą sėkmę įgyvendinant siekiamą bendrąją suvoktą politinę kryptį signalizuojančiam veiksniumi.

Tokio palankaus įvertinimo atveju R. Žemaitaitis išties suvokiamas kaip išskirtinis, ypatingas, vienintelis (bent atitinkamu laikotarpiu): „Nu tai Žemaitaitis. Tas – žmogus“ (24-29); „man daugiau Žemaitaitis ir viskas“ (24-31); „Nu toks, biškį iš tų kitaip, kitaip mąstančių ar darančių, nežinau, kažkoks kitoks negu, kad tie visi kiti“ (24-42). Taip žvelgiantiems politikas aiškiai išsiskiria iš konteksto, kai kuriems – net ir gerokai ilgesniame laikotarpyje (pvz., pirmoje citatoje antrą kartą gyvenime mobilizuojantis balsuoti 78-erių metų informantę) ir atitinkamai smarkiai patraukia ir mobilizuoja: „O taip aš gyvenime nėjau balsuot – nēr už ką. O dabar jau už Žemaitaitį. Vienintelis yr. <...> Per visą gyvenimą tik du kartus ėjau balsuot. O kas čia dabar buvo – finalas [apie Prezidento rinkimų antrą turą]. Nebebuvo už ką balsuot, tai aš sugadinau biuletenį“ (24-03); „Taip galvojau gal, gal-gal-gal už tą [Žemaitaitį] balsuosiu. Arba, sakiau, arba už tą, arba nueisiu visus nubrauksiu, kad sugadint – nē už nieką“ (24-25). Citatose atsispindi ir ypatingumo samprata protesto balso kontekste – balsavimas už R. Žemaitaitį keičiamas nebent į biuletenio gadinimą, nematant jokios kitos tinkamos alternatyvos. Taigi galime matyti, kaip politikas sugeba mobilizuoti ir atvesti prie balsadėžių ir tuos, kurie paprastai arba nebalsuotų, arba savo sugadintu biuleteniu reikštų protestą.

Tačiau populiarumą lemiantį išskirtinumo įspūdį padeda pasiekti ir tą patį suvoktą autentiškumą tiek sąlygoja, tiek jo poveikį sustiprina suvoktas politikos kontekstas. Jau ankstesniame poskyryje aptardami suvokto politinio autentiškumo dimensijas citatose matėme, kaip

įvairiais pjuviais pabrėžiamas R. Žemaitaičio išskirtinumas lyginant su kitais politikais – būtent šis kontrastas padeda ryškiai išskirti politiką, pamatyti jį kaip „savą“, artimą, suprantantį, taip pat (jau kiek išeinant už politinio autentiškumo ribų) – ir besirūpinantį<sup>108</sup>. Savo ruožtu tokia politinio autentiškumo paklausa, grindžiama kontrastu, signalizuoja ir platesnes politinio atstovavimo problemas, sustiprinančias politinio autentiškumo patrauklumą. Išties, iš Lietuvos regione atliktų interviu ryškėja, jog R. Žemaitaičio pasirinktos artimo ryšio su rinkėjais kūrimo strategijos (intensyvius susitikimus ir tiesioginę pagalbą traktuojant būtent kaip tikslingai pasirinktas priemonės), net nežiūrint į jų pačių įgyvendinimo konkrečias detales, yra tokios efektyvios pirmiausia todėl, kad megzdamas artimą santykį politikas pataiko į „tuščią vietą“. Interviu ryškėjantis regionų rinkėjų santykis su valdžios institucijomis ir kitais politikais apibūdinamas atitolimu, atitrūkimu, užmiršimu. Rinkėjai tada jaučiasi apleisti, nuvertinti, neatstovaujami. Tad kandidatai, atsigręžiantys į šiuos rinkėjus, dedantys pastangas juos pamatyti, išgirsti, jiems padėti, automatiškai gauna didelį simpatijų rezervuarą vien dėl konkurencijos (dėl dėmesio) trūkumo: „<...> kodėl išlenda naujų, ane? *Vot, Žemaitaitis, ane, kiti tokie – todėl, kad visgi valdžioj nėra prie žmogaus*“ (24-12); „*Nu Seimo narių, galbūt, va tas, vadinkim, taip, toks gal ir atitrūkimas nuo to, kad va jau išrinko, tai ir mes čia jau, kaip sakant, jau, žinot. O ne vat, kaip būtų, šitą va ir rinktu [lėšas], turėtų eit iš kiekvieno kaulyt pinigų. O tada galbūt ir, jau tada galbūt kitaip*“ (24-47); „*Tai vat jie buvo užmiršti. Reikia <...> domėtis žmonėm, pavažinėti biškį. Vą tų balsų nerinkt – nevažiavo Šimonytė, sako, „aš nekalėdosiu“. O tie kiti kandidatai kur buvo į Europarlamentą, jie važinėjosi po,*

<sup>108</sup> Išskirtinumą pabrėžti padeda ir politinio lauko reakcija į politiką: interviu matyti, jog ta pati 2024 m. vasarą viešojo lauko dėmesio centre besisukusi antisemitiniai Konstitucinio Teismo pripažintų R. Žemaitaičio pareiškimų istorija dalies informantų suprantama pirmiausia kaip „susidorojimas“ su pajėgiu, drąsiai nuomonę išsakančiu ir todėl „nepatogiu“, konkurentus gąsdinančiu politiku. Daugiau apie tai – Ieva Petronytė-Urbonavičienė, „Naujos poliarizuojančios politinės jėgos – kur Remigijaus Žemaitaičio ir „Nemuno aušros“ populiarumo pamatas?“, in *Bendrystės išbandymas. (Ne)pasitikėjimas valstybe ir visuomenės poliarizacija Lietuvoje*, sud. Ainė Ramonaitė. Rengiama spaudai.

*ir po pakraščius, ten irgi lietuviai gyven žmonės. Nesvarbu, gal jie lenkų tautybės, bet jie Lietuvoj, Lietuvos pilietybę turi“ (24-46).*

Dar viena citata puikai apibendrina pačių informantų pastebimą šią regionų rinkėjų ir nacionalinės valdžios institucijų, politikų atskirtį, ne tik paaiškindama R. Žemaitaičio taikomų jau aptartų artimo ryšio kūrimo strategijų poveikimo priežastis, bet ir įk kontekstindama R. Žemaitaičio iškilimą platesnėje laiko perspektyvoje: „*O dabar aš galvoju, kai yra valstybėj rimtų problemų, <...> nu aplink mus, jas reik spręst. Ten nueina ir jėgos, ir finansai, ir viskas, ir nebėr nei laiko, nei finansų užsiimt tais žmonėm. Aš taip matau tą situaciją. Ir tada, kaip bet kur, tuščia vieta nebūna šiaip sau. Atsirado tuščia erdvė, nu tai kažkas į ją ateina. Aš kai pats žvejojau: eini upe, ir žinai – šitam vingy prieš du metus [esi] pagavęs lydeką. Pamėtei, tam vingy vis vien ateis, nes tai yra gera vieta jam maitintis, vadinasi, tu ten pagausi. Tai jei valstybė neužsiima tais žmonėm, negali, ar nenori, ar neturi laiko jais užsiimt, tai atsiranda kas kas nori. Kažkados Uspaskichai, Karbauskiai kažkados, dabar Žemaitaičiai. Jei tas vingis tuščias, nėr kas jame stovi, būtinai ateis kažkas kitas“ (24-41). Tuose pačiuose regionuose gyvenantieji išvelgia atskirų politikų iškilimo dėsningumus – nesant konkurencijos, vien parodantieji dėmesį (ir pasirodantieji), kontaktą besistengiantys užmegzti politikai nesunkiai patraukia, susirenka atotrūkį jaučiančių rinkėjų balsus (išvadą sustiprinant – iš rinktų interviu panašu, kad rodant dėmesį, pavykstant pozicionuoti kaip artimam – auditorijai sėkmingai suvokus politiko autentiškumą, net pačios programinės pozicijos nėra tokios svarbios). Tad tradicinių politinių jėgų sėkmingai neužtaisytos politinio atstovavimo spragos, ypač kartu su regionuose jaučiamu socialiniu apmaudu<sup>109</sup>, kuria pamatą politinio autentiškumo paklausai.*

Taigi šiame kontekste į „paprastą žmogų“ dėmesį atkreipiantis politikas, demonstruojantis orientaciją į „paprastų žmonių“ proble-

<sup>109</sup> Apie jį daugiau: Ainė Ramonaitė, Monika Verbalytė ir Adelė Vaiginytė, „Transformacijos patirtys, regioninė atskirtis ir socialinis apmaudas“, in *Bendrystės išbandymas. (Ne)pasitikėjimas valstybe ir visuomenės polarizacija Lietuvoje*, sud. Ainė Ramonaitė. Rengiama spaudai.

mas, sėkmingai pasirodantis kaip autentiškas ir atitinkamai keliantis pasitikėjimą, taip pat įtikinantis savo kompetencijomis ir asmeninėmis savybėmis, reikalingomis tokią politinę kryptį įgyvendinti, išties sugeba įžiebti ir aplink save sukoncentruoti viltį, siejamą su permainingomis – tiek informantų asmeniniame, tiek jų bendruomenės, „regionų“, tiek plačiau, kaip visos valstybės suvokiamų „visų“ gyvenimuose. Su R. Žemaitaičiu informantai pirmiausia sieja socialinio teisingumo, skaidrumo, efektyvumo, tvarkos tikimybę ir lūkesčius: „Šiai dienai, jeigu mes visi norim permainų, tai aš jau dabar žiūriu su Remigiju[m] Žemaitaičiu, <...> noriu permainų ir pačioj valstybėj“ (24-34); „gal būtų ir geriau tada. Ir mana gal gyvenims pagerėtų, ir kitų žmonių“ (24-25); „Aš noriu, žinokit, kad pasikeistų gyvenimas. Kad kitaip gyventų. <...> Bus geriau [jei laimėtų R. Žemaitaitis]. O daugiau nieko čia nėra <...> Tvarkos reikia“ (24-03). Galiausiai dar vienoje citatoje iliustratyviai skleidžiasi viltis, atliepanti ir rinkimuose matytą labai netolygų R. Žemaitaičio populiarumo pasiskirstymą Lietuvos regionuose: „Nu gal tiktais pradės daugiau atkreipti [dėmesio] į regionus. Gal kažkas regionuose prasidės, lygybė tokia, pradės lygintis kažkas. Tai gal tada tas susvetimėjimas pranyktų, nes regionai priartėtų prie Vilniaus. Kažkaip tai ir būtų ta lygybė, gal nesijaustumėme mes tokie vargšai, tokie kažkokie atseit atstumti, kažko neįvertinti, kažko nepadaryta. Tik va dėl to. <...> Lygybė, pradėtų regionai atsigausti, kažkaip tai lygintis kartu prie Vilniaus ir kad būtų pragyvenimo šaltiniai, kad būtų suteiktas sąlygas keliavimo kad, ir nu, kad jau tos pačios mokyklos būtų aprūpintas. <...> Dabar visa valdžia, viskas, visos vyriausybės, viskas Vilniuj, viskas ten strateginis, kas viskas, viskas Vilnius. O taip ir lieka. O mes tokie atstumti. <...> jis [Žemaitaitis] neleistų tos neteisybės“ (24-45).

## **Išvados**

Šiame straipsnyje, į Lietuvos politikos mokslų lauką plačiau įvedant politinio autentiškumo sąvoką, tyrinėtas R. Žemaitaičio ženklus ir greitas politinio populiarumo išaugimas 2024 m. Iš vienos pusės,

pastaruoju metu akademinėje politikos mokslų literatūroje aktualiizuota, vientisesnę apibrėžtį įgaunanti politinio autentiškumo sąvoka leidžia kitu kampu pažvelgti į naujų ir ne tik politinių jėgų populiarumo priežastis Lietuvos visuomenėje. Iš kitos pusės, atvejo analizė iš mažai šiuo aspektu tyrinėto Vidurio ir Rytų Europos visuomenių regiono papildo ir patį besiplečiantį empirinių politinio autentiškumo tyrimų lauką, atskleisdama politinio autentiškumo vietą visuomenės, pasižyminčios santykinai dideliu politiniu nepasitikėjimu, menka partine identifikacija ir nuolat išskylančiomis naujomis politinėmis partijomis, kontekste. Kaip aiškėja iš tyrimo, politinis autentiškumas išties yra svarbus veiksnys dėlionėje, bendro nepasitikėjimo, nusivylimo aplinkoje įskeliantis pasitikėjimo kibirkštį ir patraukiantis dalį rinkėjų.

Analizuojant kokybinių giluminių interviu medžiagą, dėmesys tyrime sutelktas į informantų pasakojimuose ryškėjančias politiko populiarumo priežastis ir suvoktą politinį autentiškumą kaip vieną jų. Iš interviu medžiagos aiškėja, kad dalyje visuomenės R. Žemaitaitis tyrimo metu išties sėkmingai suvoktas kaip autentiškas politikas. Informantų pasakojimuose skleidėsi tiek teorijoje išskiriamos betarpiškumo, tiek paprastumo bei nuoseklumo dimensijos. Bene stipriausiai politinį autentiškumą R. Žemaitaičio atveju formavo betarpiškumo plotmė: informantų pabrėžiama politiko iniciatyva mezgant kontaktą, rodant dėmesį, artimas, neformalus bendravimo stilius, laisva komunikacija, taip pat tiesmukiškumas, kritiškumas. Visa tai daliai informantų kuria „tikro“, atviro, nesu vaidinto, savęs dirbtinai necenzūruojančio politiko įspūdį. Paprastumo dimensija savo ruožtu šį įvaizdį stiprina – konkreti, suprantama, „žemiška“ ir atpažįstama kalba, pats bendravimo paprastumas (papildantis betarpiškumą), suvoktas buvimas „tarp mūsų“, artimo santykio su rinkėjais nesibaidymas ir atitinkamai auditorijos priskiriamas paprastų žmonių problemų supratimas leidžia identifikuotis su politiku per artumą ir tikėti jo nuoširdžiu (tikru, nesu vaidintu) atsidavimu išgirsti „paprastą žmogų“, suvokiamu autentišku interesu jo rūpesčiais. Svarbu, kad kiek nukrypstant nuo teorinio lūkesčio, akcentuotas ne paties politi-

ko paprastumas kaip mėgėjiškumas, neprofesionalizmas, bet labiau jo paprastumas kaip komfortiškumas būnant tarp paprastų žmonių, gebėjimas juos suprasti, kaip nepretenzingas, neformalus, artimas bendravimo stilius.

Galiausiai nuoseklumo dimensija autentiškumo įspūdį stiprino pabrėždama drąsą kalbėti nebijant pasekmių (taip išryškinant politiko nuoseklumą nepaisant auditorijos ir konteksto bei atitinkamai kuriant autentiško, „tikro“, tikrąją savo poziciją išreiškiančio politiko vaizdinį), svarbus informantams buvo ir nuoseklumas orientacijoje „už paprastą žmogų“ kaip pagrindinėje, politiką apibrėžiančioje suprustoje politinėje kryptyje, ir pagaliau lūkesčių nuoseklumas – atitiktis apskritai politikams, tam tikriems „idealiems atstovams“, keliamiems lūkesčiams. Pažymėtina, kad šis trigubas išskirtas nuoseklumas daliai informantų buvo pakankamas politiką priimti kaip autentišką, „tikrą“, ir suvokto politinio autentiškumo atvejais visai neakcentuotas pozicijų įvairiais atskirais klausimais nuoseklumas ar sąryšingumas. Taigi turint mintyje visas tris – betarpiškumo, paprastumo ir nuoseklumo – dimensijas R. Žemaitaitis dalies auditorijos sėkmingai suvoktas kaip autentiškas, „tikras“, artimas ir „savas“, vertas pasitikėjimo.

Tiesa, žvelgiant į bendrą populiarumo priežasčių paveikslą, šis pasitikėjimą keliantis politinio autentiškumo elementas ryškėjo kaip pagrindinis, tačiau ne vienintelis svarbus. Jį taip pat sustiprina ir kiek už politinio autentiškumo apibrėžties išeinantis suvoktas (ir tokiais atskirais politiko veiksmis kaip tiesioginė pagalba rinkėjams į(si)rodomas) nuoširdus politiko rūpestis paprastais žmonėmis. Tokia kombinacija, atliepiant ir R. Hardino pasitikėjimo kaip „encapsulated interest“ teoriją, leidžia rinkėjams tikėtis, jog politikas iš tiesų „širdyje turi“ jų interesus ir juos gins. Apskritai, čia svarbi tampa tiek iš matomo rūpesčio, tiek iš to paties autentiškumo atskirų sudedamųjų dimensijų kylanti, jose besireiškianti (buvimu šalia „paprastų“ žmonių, betarpišku bendravimu su jais, nuosekliu dėmesiu jiems ir jų rūpesčių supratimu), tiek savo ruožtu politinio autentiškumo suvokimą stiprinanti suvokta politiko orientacija „už paprastus žmones“. Tokia orientacija

informantų suvokiama gana abstrakčiai, tačiau to nepaisant atsiskleidžia kaip sėkmingai pakeičianti konkrečias programines nuostatas (jos interviu medžiagoje neišsiskiria kaip svarbios vertinant politiko patrauklumą (su politiškai aktyviųjų išimtimi)).

Tyrimė taip pat išryškėjo politinio autentiškumo ir rūpesčio paprastais žmonėmis kuriamą pasitikėjimą papildanti kompetencijos kaip suvokto ekspertiškumo ir atitinkamų asmeninių savybių – veiklumo, veržlumo, sumanumo – svarba. Nors politinio autentiškumo tyrimuose (suvokta) politiko kompetencija paprastai laikoma politinį autentiškumą menkinančiu (turint mintyje paprastumo dimensiją) veiksmu, R. Žemaitaičio atvejo tyrimas atskleidė, jog suvokta politiko kompetencija gali kaip tik sklandžiai papildyti politinio autentiškumo kuriamą politiko patrauklumą būtent atsižvelgus į orientacijos „už paprastus žmones“ dėmenį, suteikdama tikėjimą, kad politikas ne tik supranta rūpesčius ir lūkesčius, bet ir gebės įgyvendinti reikiamus pokyčius.

Kaip paskutinė svarbi populiarumo dėlionės detalė tyrimė išsiskleidė pats R. Žemaitaičio patrauktųjų suvokiamas politinis kontekstas, matomas kaip paženklintas valdžios institucijų ir kitų politikų atotrūkio, susvetimėjimo, „paprastų žmonių“ ir jų lūkesčių užmaršties. Nuolat pastebimas R. Žemaitaičio kontrastas šiame kontekste ne tik atkreipia į jį dėmesį, skatina politiką suvokti kaip itin išskirtinį, bet ir patraukia bei mobilizuoja, įveikiant net ir ilgalaikį nusivylimą, atsitraukimą nuo politikos. Taigi politinis autentiškumas, susipynęs su matomu rūpesčiu „paprastais žmonėmis“, jų pabrėžiama orientacija „už paprastus žmones“ bei suvokta kompetencija įgyvendinti šios orientacijos suponuojamus lūkesčius bendrame politinio nusivylimo, nepasitikėjimo kontekste tampa pasitikėjimo ir tikėjimo politiku pagrindu, įrodančiu jo išskirtinumą (taip pat patvirtinamą ir matomos politikų bei viešojo diskurso reakcijos) ir įžiebiantį su politiku siejamą pokyčių viltį.

Nors straipsnyje nagrinėtas R. Žemaitaičio 2024 m. populiarumo atvejis, tačiau išryškėjusios jo patrauklumo daliai auditorijos priežastys atskleidžia, kad aptiktieji patrauklumo formavimosi mechanizmai – gana universalūs ir, tikėtina, generalizuotini plačiau, bent jau

lietuviškajame kontekste, kalbant apie kitomis politinėmis jėgomis nusivylusius, politiniu nepasitikėjimu pasižyminčius rinkėjus (tam pagrindo teiktų ir tuose pačiuose interviu įvairiais pjūviais vis matyti sulyginimai su tokiais politikais kaip R. Paksas, V. Uspaskich, R. Karbauskis ar P. Gražulis). Kita vertus, jau egzistuojantys politinio autentiškumo tyrimai kitose šalyse taip pat indikuoja jo paklausumo priklausomybę nuo politinio nepasitikėjimo, nusivylimo, skepticizmo ir cinizmo, tad Lietuvos atveju atsiskleidęs suvokto politinio autentiškumo santykis su kitais elementais bendrame populiarumo paveiksle galėtų būti aktualus ir platesniuose kontekstuose. Galiausiai, šis atvejo tyrimas atkreipė dėmesį tik į vieną politinio autentiškumo lygmenų – suvoktą politinį autentiškumą, ateities tyrimuose kviesdamas diskusijai tiek apie performatyvųjį, tiek apie medijuotą politinį autentiškumą.

#### Literatūra

- Addeo, Felice et al. „Electoral Volatility Index: Reliability Assessment and Dynamics in Europe. Working Paper no. 2.4“. TRUEDEM: *Trust in European Democracies Project* (www.truedem.eu), 2024. [https://www.truedemdata.eu/truedem/D2.4\\_Electoral\\_Volatility\\_Index\\_Report.pdf](https://www.truedemdata.eu/truedem/D2.4_Electoral_Volatility_Index_Report.pdf).
- Bielinis, Lauras. „Komunikacinis Rolando Pakso portretas prezidentinės krizės metu“. In *Politika kaip komunikacinis žaidimas*, 184–185. Vilniaus universiteto leidykla, 2004.
- Burbulytė-Tsiskarishvili, Gabrielė, Edita Stumbraitė-Vilkišienė ir Alvyda Obrikenė. „Rinkėjo asmeninio patyrimo įgalinta politiko conceptualizacija: Petro „divergento“ trilogija“. Pranešimas metinėje Lietuvos politikos mokslų konferencijoje „Polikrizių atgarsiai Lietuvoje ir pasaulyje“, Vilniaus universitetas, Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas, 2023, gruodžio 1 d.
- Ceccobelli, Diego ir Luigi Di Gregorio. „The Triangle of Leadership: Authenticity, Competence and Ordinarity in Political Marketing“. *Journal of Political Marketing* 21, nr. 2 (2022): 113–125. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2060644>.
- Davoliūtė, Violeta. „Glorification, Whitewashing and Erasure in Lithuania“. *Berghof Foundation* (2025): 1–15. <https://berghof-foundation.org/library/glorification-whitewashing-erasure-lithuania>.
- Enli, Gunn ir Linda Therese Rosenberg. „Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic“. *Social Media + Society* 4, nr. 1 (2018): 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305118764430>.

- Enli, Gunn. „Populism as ‘Truth’: How Mediated Authenticity Strengthens the Populist Message“. *The International Journal of Press/Politics* 30, nr. 1 (2025): 83–99. <https://doi.org/10.1177/19401612231221802>.
- Enli, Gunn. *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. New York: Peter Lang, 2015.
- Fitzgerald, Rory. „Political Trust in the European Social Survey“. *Encompass-Europe.com*. Žiūrėta 2026 m. gegužės 17 d. <https://encompass-europe.com/comment/political-trust-in-the-european-social-survey>.
- Fieschi, Catherine. *Populocracy: The Tyranny of Authenticity and the Rise of Populism*. Newcastle upon Tyne: Agenda Publishing, 2019. <https://www.cambridge.org/core/books/populocracy/F061322AE0A5AA8899278A3D503F2E28>.
- Grantham, Susan, Laura Cervi ir Manolo Iachizzi. „Double Tap Democracy: Political Authenticity in the TikTok Era“. *Media International Australia* (2025): 1–21. <https://doi.org/10.1177/1329878X251327232>.
- Harff, Darian ir Desirée Schmuck. „Is Authenticity Key? Mobilization by Social Media Influencers versus Celebrities and Young People’s Political Participation“. *Psychology & Marketing* 41 (2024): 2759. <https://doi.org/10.1002/mar.22082>.
- Iranzo-Cabrera, María ir Andreu Casero-Ripollés. „Political Entrepreneurs in Social Media: Self-Monitoring, Authenticity and Connective Democracy. The Case of Íñigo Errejón“. *Heliyon* 9, nr. 2 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13262>.
- Jones, Ben. „Authenticity in Political Discourse“. *Ethical Theory and Moral Practice* 19, nr. 2 (2016): 489–504. <http://www.jstor.org/stable/24762640>.
- Kavaliauskaitė, Jūratė. „Anapus „myli-nemyli“? Lietuvos rinkėjų personalizuotų politinių simpatijų argumentai“. In *Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus? Trijų kūnų problema Lietuvos politikoje*, sud. Mažvydas Jastramskis, 177–252. Vilniaus universiteto leidykla, 2018.
- Kavaliauskaitė, Jūratė. „Simpatijų politiniams lyderiams galvosūkis: ar svarbios asmeninės politikų savybės?“. In *Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai? Idėjos, interesai ir įvaizdžiai politikoje*, sud. Ainė Ramonaitė, 179–200. Vilniaus universiteto leidykla, 2014.
- Kavaliauskaitė, Jūratė. „Tautos prisikėlimo partija ženklo tikrovės akivaruose“. In *Partinės demokratijos pabaiga? Politinis atstovavimas ir ideologijos*, sud. Ainė Ramonaitė, 248–306. Versus aureus, 2009.
- Kavaliauskaitė, Jūratė. „The Secret of Political Leaders’ Personal Appeal: (How) Do Personality Traits Matter?“. *Baltic Journal of Political Science*, nr. 3 (2014): 113–133. <https://doi.org/10.15388/BJPS.2014.3.4867>.
- Khurshid, Faraz, Mario Veen, Jamie Thompson ir Iman Hegazi. „Navigating Thematic Analysis: Practical Strategies Grounded in Abductive Reasoning“. *Teaching*

- and *Learning in Medicine* 38, nr. 1 (2026): 106–115. doi:10.1080/10401334.2025.2475098.
- Lavišius, Justas (Bucaneer). „Lietuvos partijų reitingai ir Seimo rinkimų prognozė“. Žiūrėta 2025 m. rugsėjo 26 d. <https://bucaneer.github.io/lt-reitingai/index.html>.
- Lee, Yu-Hao ir Chien Wen (Tina) Yuan. „The Authenticity Paradox of Political AI Chatbots: Effects on Candidate Credibility, Social Presence, and Voting Intentions“. *Telematics and Informatics* 103 (2025): 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102339>.
- Liebes, Tamar. „‘Look Me Straight in the Eye’: The Political Discourse of Authenticity, Spontaneity, and Sincerity“. *The Communication Review* 4, nr. 4 (2001): 499–510. <https://doi.org/10.1080/10714420109359482>.
- Luebke, Simon M. „Political Authenticity: Conceptualization of a Popular Term“. *The International Journal of Press/Politics* 26, nr. 3 (2021): 635–653. <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>.
- Luebke, Simon M. ir Ines Engelmann. „Perceiving Politicians as true to Themselves: Development and Validation of the Perceived Political Authenticity Scale“. *PLoS ONE*, 18, nr. 5 (2023): 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>.
- Luebke, Simon M. ir Dennis Steffan. „Pathway to Authenticity? The Influence of Politicians’ Gender and Multimodal Self-Presentation in Social Media on Perceived Authenticity“. *New Media & Society* 27, nr. 4 (2025): 2373–2392. <https://doi.org/10.1177/14614448231208920>.
- Luebke, Simon M. ir Ines Engelmann. „Do We Know Politicians’ True Selves From the Media? Exploring the Relationship Between Political Media Exposure and Perceived Political Authenticity“. *Social Media + Society* 8, nr. 1 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077030>.
- Madden, Stephanie ir Abbey Blake Levenshus. „Fake is Not a Strategy for You: Unpacking Expectations of Authenticity for Women Political Candidates“. *Public Relations Review* 51, nr. 5 (2025): 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102634>.
- Mažeikienė, Viktorija. „The Language of Manipulation: Linguistic Manifestations of (Inter)Subjectivity and Affect in Distorted Communication in the Lithuanian Political Discourse“. *Journal of Intercultural Studies* (2025): 1–18. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/07256868.2025.2556384>.
- McDonnell, Andrea ir Mark Wheeler. „@realDonaldTrump: Political Celebrity, Authenticity, and Para-Social Engagement on Twitter“. *Celebrity Studies* 10, nr. 3 (2019): 427–431. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1630157>.
- Moffitt, Benjamin. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2016. <https://academic.oup.com/stanford-scholarship-online/book/30346>.

- Mueller, Frank, Andrea Whittle ir Gyuzel Gadelshina. „The Discursive Construction of Authenticity: The Case of Jeremy Corbyn“. *Discourse, Context & Media* 31 (2019): 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100324>.
- Petronytė-Urbonavičienė, Ieva. „Naujos poliarizuojančios politinės jėgos – kur Remigijaus Žemaitaičio ir „Nemuno aušros“ populiarumo pamatas?“. In *Bendrystės išbandymas. (Ne)pasitikėjimas valstybe ir visuomenės poliarizacija Lietuvoje*, sud. Ainė Ramonaitė. *Rengiama spaudai*.
- Price, Paul C. ir Eric R. Stone. „Intuitive Evaluation of Likelihood Judgment Producers: Evidence for a Confidence Heuristic“. *Journal of Behavioral Decision Making* 17, nr. 1 (2004): 39–57. <https://doi.org/10.1002/bdm.460>.
- Ramonaitė, Ainė, Monika Verbalytė ir Adelė Vaiginytė. „Transformacijos patirtys, regioninė atskirtis ir socialinis apmaudas“. In *Bendrystės išbandymas. (Ne)pasitikėjimas valstybe ir visuomenės poliarizacija Lietuvoje*, sud. Ainė Ramonaitė. *Rengiama spaudai*.
- Ramonaitė, Ainė. „Laisvės partijos fenomenas: naujumo efektas ar naujos vertybinės takoskyros pradžia?“. *Politologija* 101, nr. 1 (2021): 8–37. <https://www.zurnalai.vu.lt/politologija/lt/article/view/24625>.
- Ramonaitė, Ainė. „Valstiečių ir žaliųjų sąjungos sėkmės paslaptis: vertybinė niša ar „viltigasis rinkėjas“?“. In *Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus? Trijų kūnų problema Lietuvos politikoje*, sud. Mažvydas Jastramskis, 120–139. Vilniaus universiteto leidykla, 2018.
- Savukynas, Virginijus. „Apokaliptiko“ sugrįžimas: Apie Rolando Pakso įvaizdį“. *Naujasis Židinys-Aidai* 9 (2003): 452–458. <https://etalpykla.lituanistika.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2003~1377006911269/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>.
- Savukynas, Virginijus. „Maištininko“ mitologijos: Rolando Pakso įvaizdžiai. Aidai, 2004.
- Serazio, Michael. *The Authenticity Industries: Keeping It Real in Media, Culture, and Politics*. Stanford University Press, 2023.
- Sikk, Allan. „Newness as a Winning Formula for New Political Parties“. *European Journal of Political Research* 50, nr. 4 (2011): 465–486. <https://doi.org/10.1177/1354068810389631>.
- Skirkevičius, Paulius. „Populistinės nuostatos ir balsavimas: ar populistinės nuostatos turintys rinkėjai balsuoja už naująsias partijas? (2016 metų Seimo rinkimų atvejis)“. *Politologija* 107, nr. 3 (2022): 51–89. <https://doi.org/10.15388/Polit.2022.107.2>.
- Skirkevičius, Paulius. „Skirtingos, bet panašios? Naujųjų partijų vieta Lietuvos partinėje sistemoje“. *Politologija* 102, nr. 2 (2021): 75–115. <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.3>.

- Sorensen, Lone ir Benjamin Kramer. „The Shift to Authenticity: A Framework for Analysis of Political Truth Claims“. *Communication Theory* 34 (2024): 118–129. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac013>.
- Theye, Kirsten ir Steven Melling. „Total Losers and Bad Hombres: The Political Incorrectness and Perceived Authenticity of Donald J. Trump“. *Southern Communication Journal* 83, nr. 5 (2018): 322–337. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2018.1511747>.
- Timmermans, Stefan ir Iddo Tavory. „Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis“. *Sociological Theory* 30, nr. 3 (2012): 167–186. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0735275112457914>.
- Vaičekauskienė, Giedrė. „Tradicinis politikas yra nuobodus“. Politinio autentiškumo paieškos Lietuvoje per populizmo perspektyvą“. *Information & Media* 101 (2025): 136–158. <https://doi.org/10.15388/Im.2025.101.9>.
- Valgarðsson, Viktor Orri, Nick Clarke, Will Jennings ir Gerry Stoker. „The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics?“. *Political Studies* 69, nr. 4 (2021): 858–880. <https://doi.org/10.1177/0032321720928257>.
- Vilmorus ir Lietuvos rytas. „Lietuvos gyventojų nuomonės apklausa: Atviras klausimas ‘Kokie Lietuvos visuomenės veikėjai, Jūsų nuomone, geriausiai atstovauja Jūsų interesams?’ (2023 m. lapkritis – 2025 m. vasaris)“. <http://www.vilmorus.lt/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=5&cntnt01returnid=20>.
- VRK (Vyriausioji rinkimų komisija). „2024 m. Respublikos Prezidento rinkimų duomenys (žemėlapis)“. <https://rinkimai.maps.lt/rinkimai2024/prezidentas/>.
- VRK (Vyriausioji rinkimų komisija). „2024 m. Respublikos Prezidento rinkimų rezultatai“. <https://www.vrk.lt/2024-prezidento/rezultatai?srcUrl=/rinkimai/1504/1/2070/rezultatai/lt/rezultataiPreRezultatai.html>.
- VRK (Vyriausioji rinkimų komisija). „2024 m. Seimo rinkimų duomenys (žemėlapis)“. <https://rinkimai.maps.lt/rinkimai2024/seimas/>.
- Whittle, Andrea, Frank Mueller ir Chris Carter. „Authenticity and Political Leadership“. *Progressive Review* 28, nr. 2 (2021): 140–152. <https://doi.org/10.1111/newe.12259>.
- Wodak, Ruth. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. 55 City Road, London: SAGE Publications Ltd, 2015. <https://doi.org/10.4135/9781446270073>.