

## KLAUSIAMIEJI SAKINIAI PUBLICISTINIO STILIAUS TEKSTUOSE

Audronė BĪTINIENĖ

§ 1. Klausiamieji sakiniai įvairių kalbų lingvistų darbuose gana nuosekliai tyrinėjami: pateikta ne viena jų klasifikacija<sup>1</sup>, nes siekta nustatyti tuos ryšius, kurie izoliuotą klausiamąjį sakinį sieja su kitais kalbos vienetais tekste. Klausiamuoju sakiniu „kalbantysis asmuo pareiškia, ką jis nori sužinoti iš pašnekovo“ (Balkevičius, 1963, 60; plg. Labutis, 1998, 113). Šis apibrėžimas tikslinamas: akcentuojamas adresanto poreikis kaupti informaciją ir siekis ją verifikuoti. Tyrinėjant klausiamųjų sakinių dažnį ir vartojimo polinkius įvairių tipų tekstuose, svarbu ir tai, kad klausiamieji sakiniai gali teikti informaciją, o jų adresatas gali būti ir pats autorius. Kaip matyti, klausiamųjų sakinių funkcijos sietinos su daugeliu parametru, kurie rodo, kad pirminė šių sakinių vartojimo sritis yra dialogas. Klausiamieji sakiniai beveik visada projektuojami į atsakymą, todėl dažniausiai būtinas tiesioginis ar netiesioginis kontaktas su adresatu.

Klausimas implikuoja daugiau emocijų negu paprastas teigimas arba neigimas, todėl klausiamasis sakinytis „tiksliau perteikia adresanto santykį su aptariamuoju dalyku“ (Gal’perin, 1958, 216). Klausiamoji reikšmė<sup>2</sup> būdinga visiems šio tipo sakiniams, tačiau konkrečiuose tekstuose ji gali taip pakisti, kad ima vyrėti kitos reikšmės: O. Jesperseno žodžiais, jos gali „svyruoti nuo įsakymo iki maldavimo“ (cit. pagal Birenbaum, 1999, 17). Šias klausiamųjų sakinių ypatybes bandyta susisteminti ir sudaryti stilistinę klasifikaciją, paremtą stilistinių požymių opozicija (neutralieji sakiniai ir stilistiškai informatyvūs). Šios krypties darbuose didžiausias dėmesys telkiamas į funkcinį stilistinį atspalvį, kartu į klausiamųjų sakinių, vartojamų tam tikroje

<sup>1</sup> Literatūroje dažniausiai pateikiami šie klausiamųjų sakinių požymiai: klausiamasis žodis, intonacija ir žodžių tvarka. Tačiau nė vienas iš jų nėra invariantinis, todėl nei semantinė, nei struktūrinė ar pagaliau komunikacinė klasifikacija neapima visų šio tipo sakinių kaip lygiavertį. Gana tikslią klausiamųjų sakinių klasifikaciją yra pateikęs Ch. Bally. Jis atsižvelgia į klausimo ir atsakymo sąveiką dialoge (klausimai siejami su modusu ir diktumu (Balli, 1955, 47–48)).

<sup>2</sup> Desemantizuoti klausiamieji sakiniai naujos informacijos neperteikia ir jos netikrina; jų paskirtis – palaikyti kalbinį kontaktą su adresatu.

kalbinės veiklos sferoje, struktūrinius ir semantinius pokyčius (Vajs, 1964, 6). Stilis-  
tinė klasifikacija kelia nemažai sunkumų, nes ne visada įmanoma nustatyti struktū-  
rinę ir leksinę ekspresyvumo raišką, ypač rasti ribą tarp sisteminio ir situacinio eks-  
presyvumo formų. Stilistiniu aspektu klausiamųjų sakinių stilistines išgales,  
semantiką ir vartojimo polinkius yra tyrinėjęs J. Abaravičius (2002, 168–186). Šių  
sintaksinių struktūrų vartojimo savitumą padeda atskleisti ir jų analizė klausiamųjų  
(dialogizavimo) fragmentų<sup>3</sup> erdvėje kartu su galimu atsakymu, atsižvelgiant į kon-  
kretaus funkcinio stiliaus specifiką.

§ 2. Publicistinio stiliaus tekstų dialogizavimo kryptis priklauso nuo jo atmainų:  
informacinio postilio tekstų pagrindą sudaro pranešimas apie įvykį, jo vietą, laiką ir  
subjektus – kuriamas statiškas pasaulio vaizdas, skirtas adresatui. Jo reakcija į pa-  
teikiamą informaciją numatoma, bet nėra aktuali, todėl vyrauja implicitinis dialo-  
gas. Analitinio postilio tekstuose įvykiai interpretuojami, svarstomi pasitelkiant įvai-  
rias teksto organizavimo formas, į kalbinę veiklą įtraukiamas adresatas. Šių postilių  
tekstuose klausiamieji sakiniai vartojami gana tolygiai: jie sudaro tik 0,01 % visų  
sakinių erdvėje ir gali būti traktuojami kaip statistiškai neinformatyvūs. Jų dažnį  
veikia kitas nelingvistinis faktorius, kurį funkcinės stilistikos tyrėjai dažniausiai ig-  
noruoja – žanras. Publicistinio stiliaus žanrinė sklaida paremta monologo ir dialogo  
santykiu tekste. Dialoginių žanrų (interviu, pokalbis) pagrindą sudaro stilizuotas dia-  
logas, todėl klausiamųjų sakinių dažnis gerokai didesnis ir siekia 10,0 % visų sakinių  
erdvėje. Monologiniuose tekstuose klausiamieji sakiniai dažniausiai įeina į dialogiza-  
vimo fragmentus<sup>4</sup>.

Dialogizavimo fragmentų pobūdis daug priklauso nuo to, kaip į tekstą perkeliama  
šnekamosios kalbos dialogo struktūra<sup>5</sup>. Svarbiausi jo komponentai yra du ar dau-

<sup>3</sup> Tikslaus termino, apibūdinančio šį teksto reiškinį suvokimą, kol kas nėra, todėl šiame straips-  
nyje pagreičiu vartojami terminai *klausiamieji fragmentai* ir *dialogizavimo fragmentai* (plg. Bitinienė,  
1997, 147–148).

<sup>4</sup> Publicistinio stiliaus teksto (kaip ir kitų funkcinių stilių) dialogiškumas gali būti suprantamas  
plačiau ir siaurąja šio termino reikšme. Akivaizdu, kad visos kalbos priemonės rodo sąveiką su  
kitu komunikacijos akto dalyviu – adresatu, „nes kalbos realybė yra ne izoliuotas pasakymas, o  
kalbinė sąveika“, todėl „realus kalbos vienetas yra ne atskiras monologinis pasakymas, o sąveika  
mažiausiai dviejų pasakymų, tai yra dialogas“ (Bachtin, 1972, 212). Kitaip tariant, dialoginis bend-  
ravimas yra tikroji kalbos gyvavimo forma. Atsižvelgiant į publicistinio stiliaus savitumą, dažnai  
skiriamas pritariamasis dialogas (artimos nuomonės), polemėinis dialogas, kuriame esama neigiamo  
vertinimo elementų, ir dialogas, atliekantis teksto organizavimo funkciją. Pravartu prisiminti  
dvi pagrindines verbalinio bendravimo intencijas – teksto organizuojamąją ir replikų kūrimo.

<sup>5</sup> Dialogiškumo formos publicistiniame tekste galėtų būti šios: 1) pokalbis (sąveika) su kitais  
subjektais – bendraminčiais ar idėjiniais priešais; 2) tekste pateikiamas kelias subjektų pozicijas  
adresantas įvertina ir pateikia adresatui; 3) akcentuojamas tiesioginis ryšys su adresatu, siekiama jį  
aktyvinti, įtraukti į bendrą problemos svarstymą; 4) pokalbis su objektyvuotu teksto autoriumi (skir-  
tingų logikų sankirta).

giau bendravimo partnerių (galimas pokalbis ir su pačiu savimi), kartu klausimas ir atsakymas (stimulus ir reakcija). Publicistinio stiliaus tekstuose galimas toks dialogas, kurio dalyviai turi verbalinius rodiklius, o klausimas ir atsakymas – eksplicitinę formą. Tad svarbiausia monologinio teksto dialogizavimo ypatybė yra adresanto ir adresato funkcijų kaita (jie keičiasi vaidmenimis). Toks teksto dialogizavimas yra arčiausiai šnekamosios kalbos dialogo. Kartais antrasis dialogo dalyvis neturi verbalinių rodiklių, apie jo egzistavimą galima spręsti tik iš klausimo pobūdžio; jis projektuojamas į sąveiką su adresatu. Tačiau minėtų tipų dialogizavimas laikraščių tekstuose vartojamas palyginti retai. Daug dažniau dialogo dalyviai neturi eksplicitinių rodiklių: klausia ir atsako pats autorius, tarsi nužymėdamas savo minties (kartu teksto) plėtros kryptį. Pvz.:

*Kodėl tiek iečių laužoma dėl iš esmės vien moralinio poveikio galių turinčios Etikos ir procedūrų komisijos veiklos? Atsakymas aiškus: apie komisijos išbartų parlamentarų nusizengimus sužinos visuomenė. LR 02 12 10. O kas yra tas Seimas, kad jam reikia pasakyti, kokie laukia jo priimto įstatymo padariniai? Jeigu jį sudaro tautos išrinktieji, jie privalo būti budresni už juos rinkusius. R 03 03 10.*

§ 3. Dialogizavimo fragmentus, vartojamus publicistinio stiliaus monologe, tiksliausia apibūdinti kaip teksto vienetus (dažnai gramatiškai autosemantiškus), sudarytus iš dviejų lygiaverčių, bet skirtingos struktūros dalių – klausiamosios dalies ir atsakymo. Pirmiausia minėtini asimetriškos struktūros fragmentai, sudaryti iš patikrinamųjų sakinių su klausiamosiomis dalelytėmis (vyrauja *ar*) ir dviejų tipų (*taip* arba *ne*) atsakymų, dažniausiai nepilnųjų sakinių. Pirmenybė teikiama labai trumpiems 1–8 žodžių ilgio klausiamiesiems sakiniams ir 3–4 žodžių ilgio atsakymams. Tokio ilgio ir paprastos struktūros sakiniai rodo sąveiką su šnekamąja kalba (vidutinis grožinio stiliaus dialogų sakinių ilgis yra 5 žodžiai). Jie ypač paveikūs, nes informaciją adresatas priima ne pasyviai: gali su ja sutikti ar nesutikti ir pagaliau numatyti kitą atsakymą, keisti minčių dėstymo kryptį. Pvz.:

*Ar galėjo komunizmo kūrimas būti kitoks? Taip, galėjo. LM 89 Nr. 46. Ar turėtų ši funkcija išnykti? Žinoma, ne. VN 92 07 26. Ar galėjome keistis ne taip skaudžiai? Aišku, galėjome. R 04 03 12.*

Papildomieji klausiamieji sakiniai su įvardžiais ar prieveiksmais (informaciniai) reikalauja tikslaus, naujomis žiniomis paremto atsakymo. Pvz.:

*Kas abiem būdinga? Abu neklystantys. R 03 02 03. Kodėl taip atsitinka? Iš nevilties. R 02 02 09. Kiek „santykių aiškinimusi“ reikia šeimoje ar su draugu? Vieno. R 04 03 09.*

Atsakymas į minėtų tipų klausimus gali būti plečiamas: vartojami sudėtiniai sakiniai (ypač prijungiamieji), kai informacija sutelkiama šalutiniame dėmenyje ir gali būti konkretinama, tikslinama tolesniame tekste (pastraipoje ar jų bloke). Tokie fragmentai yra atviros struktūros; atsakymo plėtra priklauso nuo adresanto intencijos. Pvz.:

*Gal nurimome? Ne, nenurimome, nes R. P. sugeba užhipnotizuoti klientų indėlius, kad jie kaip pašėlę spruktų iš banko lauk. R 03 01 06. Bet kuo čia dėta Lietuva? Tuo, kad ir jai, t.y. mums, reikia apsispręsti. R 03 02 14. Kodėl taip yra? Tiktai todėl, kad Seimas iki šiol nevykdo rimtos parlamentinės specialiuųjų tarnybų priežiūros. LR 03 02 21. Kodėl gera visiems? Todėl, kad socializmas seniai jau baigėsi. Kapitalizme kiekvienas turi tiek, kiek sugeba, kiek ir kokios vietos vertas. R 04 03 08.*

§ 4. Sudėtingesnės sandaros fragmentuose modifikuojamos abi dalys – klausiamoji ir atsakymas. Antroji fragmento dalis tik netiesiogiai atsako į konkretų, tikslų ir dažnai lakonišką pirmosios dalies klausimą ar jų grupę. Ji pradedama įvadine dalimi, kurios tikslas – parengti adresatą suvokti tą informaciją, kuri bus pateikiama atsakymo forma (ji gali būti konceptinė ar potekstinė). Abi fragmento dalis sieja viena mikrotema, eksplicitinės siejimo priemonės (dažniausiai leksinės). Tokie fragmentai turi teksto vieneto (sintaksinės pilnaties) požymių. Atsakymo sakiniai gali būti grafiškai aktualizuojami, sudaryti atskiras pastraipas (kuriamas suskaidyto teksto įspūdis, primenantis dialogo struktūrą). Pvz.:

*Kodėl užuot veikę kartu europiečiai bando kurti neįgyvendinamus projektus, kodėl jie dažnai nepritaria JAV veiksams, kai sprendžiami tokie svarbūs klausimai kaip kova su tarptautiniu terorizmu?*

*Atsakymas yra labiau filosofinis, kultūrinis ir galbūt netgi psichologinis, o ne politologinis.*

*Amerikiečiai ir europiečiai (tiksliau vakarų europiečiai) tiesiog kitaip suvokia pasaulį.*

*Tai, ką amerikiečiai (ypač po rugsėjo 11-osios) įvardija kaip grėsmę nacionaliniam ir tarptautiniam saugumui, europiečiams dažnai atrodo nesvarbu. LR 02 12 21.*

Pagaliau atsakymas gali apimti ne vieną pastraipą ar jų grupę, bet ir visą teksto erdvę, nes abstraktus klausimas, ypač pateiktas publicistinio stiliaus teksto pradžioje, gali reikalauti išsamaus atsakymo. Taip kuriamas iliuzinis dialogas, jo funkcija tik pagalbinė. Klausimai adresantui padeda reikiama kryptimi organizuoti tekstą, o adresatą priartina prie numatomos teksto kompozicijos, skatina paklusti informacijoms pateikimo logikai, nes kiekvieno teksto skaida gali būti objektyvi ir subjektyvi.

§ 5. Fragmentų pirmoji dalis modifikuojama dviem būdais: sudaromos klausiamųjų sakinių grandinės arba vartojami sudėtingesnės struktūros sakiniai. Klausiamųjų sakinių grandinės atskiri elementai – klausimai tikslina, konkretina vienas kitą; kartu numatomas galimas atsakymas. Pvz.:

*Tačiau pati tarybos posėdžio eiga, gana kruopščiai nušviesta spaudoje, galėjo skaitytojui sukelti keistą įtarimą: ar kartais partijoje anarchijos ne daugiau nei strateginės minties? Ar likus iki rinkimų mažiau nei 100 dienų partija gali turėti 12 scenarijų? Ir kuo tokiai partijai gali baigtis rinkimai? R 02 09 05. Klonas – mokslo produktas. Laimėjimas. O kas įkvėpė klonų kūrėjus? Kaip atrodo tokių kūrėjų smegenys? Jų žievė kitos smegenų struktūros? Kokia jų smegenų biochemija? Koks prakaito kvapas? LR 03 01 25.*

Sakinių grandinėje vienas ar keli skirtingų tipų klausimieji sakiniai (dažniausiai retoriniai<sup>6</sup>) netiesiogiai atsako į klausimą, pateiktą fragmento pradžioje. Pvz.:

*Ką reiškia toks nepastovus Vašingtono elgesys? Kruopščiai ruošiamą dirvą karui po kiekvieno pareiškimo laukianti atgarsio sąjungininkų stovykloje? Neryžtą pradėti ne vien žodžių, bet ir tikrą karą su Iraku?* R 02 03 02.

Kartais klausimai padeda atskleisti aptariamo fakto ar situacijos turinį, įvertinti tikrovės dalyką įvairiais aspektais (akcentuojami vietos, laiko ar priežastiniai ryšiai). Taip numatoma tolesnė teksto plėtra. Pvz.:

*Kokie simboliai lietuviams yra brangiausi? Kokius paminklus jie stato? Kokias šventes savo vaikus nuo mažumės auklėdami pratina švęsti?* LR 03 02 28.

*O jeigu taip, tai bent tiesiai pasakykime: kieno sąskaita ir kieno labui? Už kokius pinigus ir dėl kokių interesų? Pagaliau, ar šitai elgdami patys nesukuriame amoralumo precedento, negriauname savo ir kitų saugumo? Ar dėl nelemto mus amžiais persekiojančio nuolankumo, amžino tamystės jausmo neprarasime ne tik kitų pagarbos, bet ir savigarbos?* R 03 01 31.

Klausiamosios dalies stilistinė dominantė gali būti sakinių skaida. R. Bartas tokį teksto skaidymą gretina su darbu autoriaus, kuriam pagaliau pavyko išsivaduoti iš teksto visumos varžtų tam, kad „nerodydamas nė mažiausios „pagarbos“ jo natūraliai skaidai (sintaksinei, retorinei, siužetinei) nenuilsdamas traukėtų sintaksinius ryšius, skaidytų tekstą kiekviename žingsnyje“ (Bart, 2001, 41)<sup>7</sup>. Šiuos teiginius iliustruoja publicistinio stiliaus teksto pavyzdys (dialogas paremtas skirtingų logikų sankirta). Pvz.:

*Kažkas, aišku, dėl to kaltas. Ką nubausti? Bet politikai rodo pirštais vienas į kitą ar į negerą „Williams“ ir žada tik laimėję rinkimus suteikti visuotinę laimę. Ir nelaimingų lietuvių balsai kažkodėl keistai artikuliuoti kaip kurčnebylių, nors lyg ir aišku, prieš ką jie protestuoja – gal prieš mažas cukrinių runkelių kvotas? kasos aparatus? tramvajus? nelietuviško golfo laukus? ėjimą į NATO ir Vakarų? geltonuosius taksi? dirbtinį apvaisinimą? prekybos tinklus? homoseksualizmo švietimo ignoravimą mokyklose? Tibeto okupaciją? mažas pensijas? ar šitai iš nuobodulio?* LR 02 12 12.

Pirmąją – klausiamąją – fragmentų dalį gali sudaryti sudėtiniai sakiniai, kurie tikslina (riboja semantiškai) pagrindinį klausimą. Tokio tipo klausiamoji dalis artimesnė rašytinei kalbai, ji tik netiesiogiai išlaiko ryšį su šnekamąja kalba. Pvz.:

<sup>6</sup> Retorinis klausimas rodo klausimo semantikos pokyčius, perejimą į kitą funkcinį tipą. Kartais retorinis klausimas suvokiamas pernelyg plačiai: jam priskiriami visi monologinio teksto klausimai, kurie nereikalauja atsakymo (dalis jų aktyvina adresato dėmesį).

<sup>7</sup> Fragmentuose gana dažnos tokios teksto komponavimo figūros kaip chaotiškas išvardijimas – „tai savotiškas prasminis bei stilistinis minties lūžis. Stilistinį efektą sudaro nelauktumas, netikėtumas“ (Župerka, 1983, 93). Retyškiais klausimų virtinė gali būti traktuojama kaip laipsnavimo figūra, ne visada išlaikanti tradicinėse stilistikose nurodomą komponentų išdėstymo didėjančia ar mažėjančia stiprumo eile kryptį.

*Ar įmanoma pakeisti padėtį pasienyje, jei krovinių srautus kontroliuojantys muitininkai negali priimti sprendimų savarankiškai, o pagrindinis jų darbo motyvas yra baimė? LR 03 02 26. Bet ar yra garantija, kad antikonstituciniai atvejai daugiau nepasikartos? LR 03 02 21.*

§ 6. Dialogizavimo fragmentai tekste gali atlikti įvairias dalines funkcijas. Jos priklauso nuo publicistinio stiliaus atmainos, vyraujančios tematikos, teksto organizavimo formos ir, žinoma, autoriaus individualybės. Individualiosios publicistikos tekstuose paveikūs trumpi klausiamieji sakiniai „padeda kurti emociją, ekspresinę, sintagminę bei vidinę, jei ne didžiausią, tai itin didelę įtampą <...>, klausimų prisodrintą neramią frazės intonaciją ir prasmę“ (Abaravičius, 2002, 183). Tokie fragmentai nėra dažni laikraščių tekstuose. Pvz.:

*O kas šiomet labiausiai laukia Gegužės pirmosios? Socialdemokratai? Tiesa, laukia ir jie, bet Bet kas nenustygsa ypač? Kas pas mus nedirba, bet valgo? Pensisinkai? Betgi jiems Gegužės pirmoji nieko geresnio nežada.*

*Taigi, kad jos labiausiai laukia nuteistieji ir kandidatai į juos. R 02 04 24.*

Publicistinio stiliaus monologiniame tekste ypač dažna atvira polemika (grožiniame stiliuje ji implicitinė) su politiniais oponentais: kritiškai vertinama priešinga pozicija, įrodomas siūlomos politinės programos pranašumas ir vertė. Pagaliau polemika, dažnai paveiki ir įtaigi, atlieka ir informacinę funkciją, nes adresantui padeda įvertinti faktus, įvykius ir kurti tokį pasaulio vaizdą, kuris susiformuoja kaip adresanto ir adresato bendros kalbinės veiklos rezultatas. Tokiuose tekstuose klausiamieji fragmentai atlieka specifinę funkciją, determinuotą teksto organizavimo formos. Ją galima vadinti polemine. Pvz.:

*Antra vertus, jei įstatymas perdėrėbamas dėl vieno referendumo, kas garantuos, jog nepadarys dėl antro ar trečio? Precedentas jau bus sukurtas. Iš vieno įstatymo pagaminę švytuoklę, galbūt pulsime stumdyti ir Baudžiamojo kodekso straipsnius. R 03 02 24. O kas yra tas Seimas, kad jam reikia pasakyti, kokie laukia jo priimto įstatymo padariniai? Jeigu jį sudaro tautos išrinktieji, jie privalo būti budresni už juos rinkusius. R 03 03 10.*

Perteikiant konceptinę informaciją (dažniausiai samprotaujant), klausiamieji sakiniai gali atlikti ir meditacinę funkciją, nes adresantas gali abejoti savo teiginių objektyvumu ir į svarstymus siekia įtraukti adresatą (dažnas toks sakinytis retorinis). Pvz.:

*Ar iš tikrųjų jau nebėra kitos – kūrimo, o ne naikinimo alternatyvos, įtvirtinančios gėrį ir pakertančios, šalinančios blogį? Pagaliau – ar dalyvauti tarptautinėje bendradarbiavimo dėl gėrio misijoje, taikos, o ne karo aljanso, nėra tikroji ir vienintelė Lietuvos alternatyva? R 03 01 31. Tačiau ar galime rasti ne socialinę, o istorinę tiesą, klausydami si pačių fotografijų pasakojimų? Ar cenzūros žymė netampa indulgencija, tarsi kokiu „medaliu už narsą“, nebeleidžiančiu suabejoti menine jo nešiototo kokybe? LR 02 12 03.*

Klausiamieji sakiniai publicistinio stiliaus tekste atlieka aktualizuojamąją funkciją tada, kai išskiriamas mikrotemos branduolys, sudarantis pagrindą tolesnei teksto plėtrai (kartu gali keistis informacijos pateikimo projekcija). Pvz.:

*Iš šios vienintelės kiaušialąstės susiformuoja daugybė organizmo ląstelių. Kiek jų? Skaičiavimai rodo – apie 100 trilijonų, bet tikslaus jų kiekio niekas nežino. LŽ 02 12 26.*

*Tikri saliamonai toje referendumo dėl stojimo į ES informacinės kampanijos koordinacinėje taryboje sėdi – referendumo įstatymą įsigaliojo tik prieš 45 dienas, o mes jį šast ir vėl pakeisime.*

*Bet ar tai išeitis?*

*Iš pirmo žvilgsnio konsultacinis referendumas, kaip ir dvi dienos balsavimui – lyg ir geriau. Kad laimėtų konsultacinis referendumas, užtenka pusės plius vieno piliečio pritarimo narystei ES iš atėjusiųjų balsuoti. LR 03 02 17.*

Informacinio postilio tekstuose (ypač mokslinės publicistikos) klausiamieji sakiniai gana dažnai atlieka nominacinę funkciją: jie gali pavadinti visą pastraipą ar jų bloką, o kartais ir visą tekstą (plg. antraštinius klausiamuosius sakinius – DLKG, 580). Pvz.:

*Kokios tos medžiagos ir metodai? Pirmiausia – pakaitalai, sužadinantys kaulinio audinio regeneraciją ir tarnaujantys kaip statybinė kaulo medžiaga. Kita labai svarbi medžiaga – dengiamosios membranos, kurios operacijos metu uždedamos ant kaulo pakaitalo <...>. Naudojant minėtas medžiagas, žandikaulį galima priauginti tiek vertikaliai, tiek horizontaliai. Šis metodas veiksmingas tuo, kad dabar jau nereikia laukti metų, kol išrovus dantis visiškai sugis kaulas. LR 03 04 12.*

*Išsivysčius 2 tipo cukriniam diabetui, insulino, ypač ligos pradžioje, dažnai būna net per daug, tačiau insulinas negali atlikti savo funkcijų, nes kūno ląstelės tampa nejautrios insulinui. Tai vyresnių (vyresnių nei 40 metų) žmonių liga. Liga nesivysto taip ūmai kaip 1 tipo metu, neretas žmogus net nežino, kad jau serga. LR 03 03 01.*

§ 7. Įsigilinus į konkrečius tekstus, aiškėja, kad publicistinio stiliaus tekstus vieniša draugiško, pagarbaus pokalbio su adresatu nuostata, turint tikslą jį įtikinti, paveikti. Šalia pagrindinio teksto kuriamas ir metatekstas – objektyvus pažinimo siekiantis autorius (jo įspūdžiai, reakcijos, problemos įprasminimas). Autoriaus *Aš* (jis kartu ir žurnalistas) eksplikavimas publicistinio stiliaus adresantą suartina su adresatu: jis kaip konkretus žmogus gauna informaciją iš konkretaus žmogaus. Šią bendrą publicistinio stiliaus tekstų nuostatą, egzistuojančią metateksto fone, padeda realizuoti kalbos priemonės, turinčios šnekiškumo atspalvį. Šnekamosios kalbos elementai publicistiniame stiliuje vartojami dėl demokratinės savo prigimties, jie skirti masiniam bendravimui kasdienėje veikloje ir dėl to padeda realizuoti komunikaciniu atžvilgiu reikšmingą prieinamumo principą. Publicistinio stiliaus tekstų dialogizavimas monologą priartina prie šnekamosios kalbos, bet, žinoma, jos nekopijuoja. Ypač dažna dialogizavimo kryptis, kai dialogas neperžengia teksto ribų.

Apibendrinant galima teigti, kad publicistinio stiliaus tekstuose galima išskirti du kalbos priemonių sluoksnius, atitinkančius gerai žinomas kalbos akto funkcijas. Vienos kalbos priemonės sietinos su informacijos perteikimu (pranešama, aprašoma, pasakojama), kitos vartojamos polemikos teiginiams paryškinti. Pirmojo sluoksnio

elementai teikia naują informaciją, antrieji gali būti traktuojami kaip verifikaciniai, tai yra perteikiantys reakciją į galimą adresato nuomonę. Funkcinei stilistikai svarbu, kad faktinė informacija siejama su standartine raiška, verifikaciniai elementai – su implicitiniu ar eksPLICITINIU dialogu ir kitomis paveikiomis kalbos priemonėmis.

## USE OF INTERROGATIVE SENTENCES IN MASS MEDIA TEXTS

### Summary

The article presents an analysis of a possible way of prosaic dialogisation in mass media texts by the employment of question-answer fragments in monologue. It also discusses the structure of such fragments and their partial functions in text organisation.

### SUTRUMPINIMAI

*LM* – Literatūra ir menas (savaitraštis)

*LR* – Lietuvos rytas (dienraštis)

*LŽ* – Lietuvos žinios (dienraštis)

*R* – Respublika (dienraštis)

*VN* – Vakarinės naujienos (dienraštis)

### LITERATŪRA

*Abaravičius J.*, 2002, Skyrybos stilistika. Vilnius: Mokslo ir encikl. leid. i-tas.

*Bachtin*, 1972 – Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. Москва: Изд-во иностр. литературы.

*Balkevičius J.*, 1963, Dabartinė lietuvių kalbos sintaksė. Vilnius: Valst. polit. ir moksl. I-kl.

*Balli*, 1995 – Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. Москва: Изд-во иностр. литературы.

*Bart*, 2001 – Барт Р. S/Z. Москва: Эдиториал УРСС.

*Birenbaum*, 1999 – Биренбаум Я. Г. Phylosophy of Grammar: Analysis. Киров: Вят. гос. пед. ун-т.

*Bitinienė A.*, 1997, Funkciniai stiliai: sakinio ilgis ir struktūra. Vilnius: VPU I-kl.

*DLKG* – Dabartinės lietuvių kalbos gramatika. Vilnius: Mokslo ir encikl. leid. i-tas, 1996.

*Gal'perin*, 1958 – Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. Москва: Изд-во иностр. литературы.

*Labutis V.*, 1998, Lietuvių kalbos sintaksė. Vilnius: VU I-kl.

*Vajs*, 1964 – Вайс М. Л. Синтаксические структуры диалогической речи и их стилистическое использование. Автореф. дис. канд. филол. наук. Ленинград.

*Župerka K.*, 1983, Lietuvių kalbos stilistika. Vilnius: Mokslas.

Vilniaus pedagoginis universitetas  
Lietuvių kalbos katedra

Įteikta  
2004-04-08