

Rinkimų programos kaip politinės retorikos žanras

Skirmantė Biržietienė

Vilniaus universiteto Kauno fakultetas
Vilnius University Kaunas Faculty
Muitinės g. 8, LT-44280 Kaunas, Lietuva
E. paštas skirmante.birzietiene@knf.vu.lt
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-3661-2100>
Moksliniai interesai: klasikinė filologija, klasikinė retorika, reklamos ir paveikiųjų diskursų retorika
Scientific interests: classical philology, classical rhetoric, rhetoric of advertising and persuasive discourse

Eglė Gabrėnaitė

Vilniaus universiteto Kauno fakultetas
Vilnius University Kaunas Faculty
Muitinės g. 8, LT-44280 Kaunas, Lietuva
E. paštas egle.gabrenaite@knf.vu.lt
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4904-0148>
Moksliniai interesai: paveikiųjų diskursų retorika, paveikioji komunikacija ir propaganda, lingvistinė ir stilistinė diskurso analizė
Scientific interests: rhetoric of persuasive discourse, persuasive communication and propaganda, linguistic and stylistic analysis of discourse

Santrauka. Politinės rinkimų programos yra agitacinio pobūdžio leidinys, kurio paskirtis – pateikti politikos veikėjo politines nuostatas ir paveikti rinkėjų motyvaciją balsuojant rinkimuose. Rinkimų programa iliustruoja politiko santykį su rinkėjais, ji yra politinės komunikacijos elementas, politikos veikėjo įvaizdžio dalis. Straipsnyje analizuojama rinkimų programų, paskelbtų prieš Seimo, Europos Parlamento, Savivaldybių tarybų rinkimus (2014–2019 m.), retorika. Siekiama nustatyti ir išskleisti būdinguosius retorinius dėmenis, leisiančius charakterizuoti politines rinkimų programas kaip specifinį politinės retorikos žanrą: invenciniame lygmenyje retorinių strategijų tyrimas apima retorinės argumentacijos, politikos veikėjo ir rinkėjo santykio analizę; dispoziciniame diskurso lygmenyje analizuojama programų kompozicija; elokuciniame lygmenyje tirama diskurso kalbinės raiškos specifika. Retorinis diskurso tyrimas atskleidė, kad daugeliu atveju rinkimų programa funkcionuoja kaip politikos veikėjo įvaizdžio kūrimo priemonė, oponentų diskreditavimo ir populistinių pažadų sklaidos įrankis.

Reikšminiai žodžiai: politinė retorika; rinkimų programa; invencija; dispozicija; elokucija.

Candidate Programs as a Genre of Political Rhetoric

Abstract. Candidate programs are a publication of political parties during the agitation campaign, which presents the political attitudes of a political actor and influence voters' motivation to vote in elections. The electoral candidate program illustrates a politician's relationship with voters. It is an element of political

Submitted 05 July 2020 / Accepted 06 January 2021
Iteikta 2020 07 05 / Priimta 2021 01 06

Copyright © 2021 Skirmantė Biržietienė, Eglė Gabrėnaitė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License CC BY-NC-ND 4.0, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium provided the original author and source are credited.

communication, part of the image of a political figure. The article deals with the rhetoric of electoral candidate programs announced before the elections to the Seimas, the European Parliament, and Municipal Councils (2014–2019). The aim is to identify and expand the characteristic rhetorical elements that allow qualifying political electoral programs as a specific genre of political rhetoric: at the inventive level, the study of rhetorical strategies includes the analysis of rhetorical reasoning, the relationship between a political actor and a voter; at the dispositional level, the composition of programs is analyzed; and finally, at the elocutionary level, the specifics of the linguistic expression of discourse are investigated. A rhetorical study of discourse revealed that, in many cases, the electoral candidate program functions as a tool for building the image of a political actor, a tool for discrediting opponents and spreading populist promises.

Keywords: political rhetoric; candidate program; invention; disposition; elocution.

Įvadas

Keičiantis visuomenės dalyvavimo politikoje formoms, keičiasi ir politikos veikėjų komunikavimo strategijos. Politinė retorika transliuojama politinės rinkodaros kampanijos principais, o rinkėjų apsisprendimą vis dažniau lemia medijų turinys (Herkman, 2012, p. 375–378). Kaip pastebi Aušra Vinciūnienė, „šiuolaikinės politinės partijos ar institucijos, siekdamos visuomenės palaikymo ir pritarimo, veikia kaip profesionalios organizacijos, kurių tikslas – ne tik laimėti rinkimus, bet ir tapti įtakingomis ir populiariomis ateityje“ (2009, p. 47). Rinkimų metu politikų komunikacija ypač suaktyvėja, potencialių rinkėjų dėmesio siekiama visomis priemonėmis ir kanalais.

Politinės rinkimų programos yra agitacinio pobūdžio leidinys, kurio paskirtis – pateikti politikos veikėjo politines nuostatas ir paveikti rinkėjų motyvaciją balsuojant rinkimuose. Vyriausiosios rinkimų komisijos reikalavimai, skelbiami „Kandidatų sąrašų ir kandidatų rinkimų programų spausdinimo tvarkos apraše“ (Rinkimų organizatoriaus knyga, 2019), gana griežtai apriboja šių dokumentų formą: „Rinkimų programos spausdinamos A5 formato spalvotuose leidiniuose. Vienai rinkimų programai <...> skiriama ne daugiau kaip 1 800 spaudos ženklų (su tarpais). <...> Leidinio apimtis su viršeliu negali viršyti 36 puslapių (9 spaudos lankų).“ Tiriamoji straipsnio **medžiaga** – Lietuvos Respublikos politinių partijų programos, paskelbtos prieš Seimo (2016), Europos Parlamento (2014, 2019), Savivaldybių tarybų (2015, 2019) rinkimus.

Straipsnio autorių **tikslas** – nustatyti ir išskleisti esminius retorinius dėmenis, leisiančius charakterizuoti politines rinkimų programas kaip specifinį politinės retorikos žanrą. Dėmesys kreipiamas į diskursyvines strategijas (plg. Wodak, 1989; Fairclough, 2006) – diskurso kūrėjų naudojamas verbalinių ir vizualinių priemonių technikas. Nors programose dominuoja verbalinis dėmuo, jos yra multimodalus konstruktas, kuriame reikšmingą funkciją atlieka ir politikos veikėjų įvaizdį kuriantys bei palaikantys vizualiniai elementai.

Dera pastebėti, kad yra atlikta nemažai Lietuvos politinio diskurso kalbinės raiškos tyrimų. Politinės retorikos tyrimo prieiga retesnė, čia minėtinas straipsnio autorių įdirbis, analizuojant politinio diskurso argumentavimo strategijas (Biržietienė, Gabrėnaitė, 2018), retorinę elokuciją, politinės topikos dėmenis, politinių komentarų retoriką (Gabrėnaitė, 2019, 2018, 2017, 2016). Politikų pristatymus Seime retoriniu aspektu yra tyrusi Irena Smetonienė (2013); Giedrė Vaičekauskienė analizavo Lietuvos politinių lyderių retoriką

(2019); profesorė Regina Koženiauskienė yra aptarusi politinę retoriką etiniu požiūriu (2005). Rinkimų programos pasirinktais aspektais nėra sulaukusios tyrėjų dėmesio, taigi bendroji jų retorinė charakteristika – dar neapartas politinės retorikos aspektas.

Atliekant tyrimą taikyti kiekybinės turinio analizės ir retorinės analizės **metodai**. Diskursyvus viešosios politikos pobūdis ir politinės komunikacijos gausa „yra veiksniai, įgalinantys jos analizėje taikyti kiekybinės turinio analizės metodologiją“ (Morkevičius, 2005, p. 74). Turinio analizė leidžia ieškoti atsakymų į klausimus: kas kam ir ką teigia? kodėl tai teigia? koks šių teiginių poveikis? (Prasad, 2008, p. 174). Paskutinis klausimas aktualizuoja retorinės analizės, kurios pagrindinis užduotis – dekonstruoti diskurso persvajijos mechanizmą, svarbą. Ši analizė aprėpia dispozicijos, invencijos ir elokucijos etapus, sutampančius su tyrimo **uždaviniais**: invenciniame lygmenyje retorinių strategijų tyrimas apima argumentacijos, politikos veikėjo ir rinkėjo santykio tyrimą; dispoziciniame diskurso lygmenyje diskursyvinės strategijos siejamos su bendrąja diskurso struktūra; elokuciniame lygmenyje diskursyvinės strategijos tiriamos per diskurso kalbinės raiškos specifiką (Charteris-Black, 2014, p. 129).

Politinė komunikacija ir rinkimų programos

Politinis diskursas – viešojo diskurso dalis, atspindinti politinę erdvę ir joje vykstančius komunikacinius procesus. Politinės retorikos specifiką, jos vietą tarp kitų retorikos rūšių IV a. pr. Kr. nusakė Aristotelis savo veikale *Retorika*. Retorinėje situacijoje svarbūs trys elementai: kalbėtojas, dalykas, apie kurį kalbama, ir asmuo, į kurį kreipiamasi. Svarbiausias iš jų – adresatas, kuris, anot Aristotelio, gali būti arba sprendėjas (gr. *κριτής*), arba žiūrovas (gr. *θεωρός*). Asmuo, kuris sprendžia apie tai, kas galėtų būti, yra tautos susirinkimo narys; asmuo, kuris sprendžia apie tai, kas jau įvyko, yra teismo narys; asmuo, kuris kreipia dėmesį tik į oratoriaus gabumus, yra paprastas žiūrovas (Arist. Rhet. I, 1358b). Taip, atsižvelgiant į auditoriją, susiklostė kalbų rūšių triada, vienas iš geriausiai žinomų ir vėlesniais laikais išplėtotų klasikinės aristoteliškos retorikos konceptų. Jos centras – politinė arba patariamoji retorika (gr. *γένος συμβουλευτικόν*, lot. *genus deliberativum*¹). Aristotelio *Retorikos* I knygos 4–8 skyriuose detaliam aptariami patariamosios retorikos objektas ir tikslai. Apibendrinant teigtina, kad politinio svarstymo tikslas yra parodyti, kokią naudą ar žalą ateityje galėtų atnešti svarstymo metu priimtas sprendimas (Arist. Rhet. I, 1358b–1366a). Taigi galima išskirti tris svarbius politinės retorikos požymius:

¹ Dažnai tam tikro koncepto prasmę paryškina pavadinimo etimologinis aiškinimas ar net paprastas vertimas. Graikiškas būdvardis *συμβουλευτικός* [symbuleutikos] yra kilęs iš veiksmazodžio *συμβουλευεῖν* – „duoti patarimą“ (veikiamoji rūšis), tačiau priešdėlis *συμ-* (ir veiksmazodžio *medium* rūšis, kuri artima lietuvių kalbos sangražžinei rūšiai ir kuri nurodo, kad veikėjas ką nors daro sau, savo naudai (Dumčius, 1989, p. 47), kartais reiškia veikiamąją, kartais neveikiamąją rūšį, rodo tarimąsi, sprendimo priėmimą tarantis. Nuo V a. pr. Kr. veiksmazodis greta *γορεύειν* („kalbėti viešai“) įgyja politinį atspalvį, t. y. ima reikšti politinio sprendimo priėmimą, tarimąsi tautos susirinkime (Pepe, 2013, p. 159–163). Daiktavardis *συμβουλή* – „patarimas“ ir „sprendimas, kuris priimtas sekant patarimu“. Lotyniškas pavadinimo vertimo (*genus deliberativum*) būdvardis *deliberativus*, *a, um* – „svarstymo, svarstytinus“, kilęs iš veiksmazodžio *deliberare* – „apsvarstyti, teirautis, nuspręsti, ryžtis (apsvarsčius)“, o šis susijęs su *libra* – „svarstyklės“, kuris ne tik reiškia patį svėrimo veiksmą, bet ir frazeologijoje – tikslumą, teisėtumą, veiksmą, atliktą tiksliai ar laikantis formalumų (*Thesaurus Latino-Lituanicus*).

(1) objektas – nauda arba žala, (2) laikas – ateitis, (3) tikslas – įkalbėti arba atkalbėti dėl tam tikro sprendimo. Politinis diskursas paklūsta klasikinės politinės retorikos taisyklėms: yra nukreiptas į ateitį, jo adresatas – politinės erdvės dalyviai, pagrindinės kategorijos – sprendimo nauda arba žala.

Rinkimų programa yra politinės komunikacijos elementas, politikos veikėjų įvaizdžio dalis. Taip pat programos – politinės valdžios instrumentas, „kuriuo politikai ir žiniasklaida veikia visuomenės nuomonę politiniais klausimais, struktūroja jos politinę elgseną, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus, organizuoja ideologines struktūras ir pan.“ (Bielinis, 2002, p. 49). Politinės komunikacijos požiūriu programos atlieka dvi esmines funkcijas: informavimo – jos perteikia informaciją apie politikų nuostatas, vertybes, politinius tikslus; projektavimo – programų paskirtis yra formuoti visuomenės nuomonę. Tam tikra prasme rinkimų programa iliustruoja politiko santykį su rinkėjais.

Dažnai išsakoma nuomonė, esą, rinkimų programos tėra formalumas, nesulaukiąs realaus rinkėjų susidomėjimo. Vis dėlto programų reikšmės nederėtų nuvertinti, nes tai „vienintelis tvirtesnis pagrindas, kuriuo remiantis galima prognozuoti būsimojo parlamento ir vyriausybės politiką bei jos pasekmes šalies ekonomikai ir gyventojams. Dar daugiau – tai bene vienintelis demokratine sistema ir vertybių svarba tikinčių piliečių orientyras pasirenkant, už ką balsuoti“ (Vilpišauskas, 2004). Programų svarbą nurodo ir tai, kad jos yra viena iš sąlygų politikos veikėjams patekti į politines institucijas – Prezidentūrą, Seimą, savivaldybių tarybas.

Idealiu atveju programa turėtų atspindėti visas politikos sritis apimančią politikų ar siekiančių jais tapti ideologiją. Prezidentas Valdas Adamkus yra laišku kreipėsis į Seimą, teigdamas, kad „rinkimų programos ir idėjos, o ne rinkimų biudžetai turėtų lemti piliečių pasirinkimą“ (Prezidento laiškas Seimui, 2004 08 16). Tikrovėje ideologijos reprezentavimą keičia pastangos kurti patrauklų politikos veikėjo įvaizdį: nevengiama spekuliatyvaus patoso, priešinimosi oponentams, populistinio naratyvo. Ypač tai būdinga kraštutinių pažiūrų politikų ir partijų programoms, kuriose susitelkiama į agresyvią esamos politinės sistemos kritiką, koncentruojamasi ties vienu ar dviem keistinais valdymo aspektais.

Tam, kad politikos veikėjo planai ir idėjos sulauktų kuo didesnio pritarimo ir palaikymo, politinė programa turi būti priimtina didžiajai daliai rinkėjų, tenkinti įvairių socialinių grupių poreikius ir lūkesčius. Šis veiksnys lemia gausias populizmo kaip politinės retorikos strategijos apraiškas rinkimų programose. Robertas Jansenas populizmą vadina politine praktika arba populistine mobilizacija: tai kompleksas įvairių veiksmų, kuriuos atlieka politikos veikėjai ir jų šalininkai (2011, p. 81–86). Populizmas sietinas su manipuliacija, kurios viešajame diskurse imasi politikai, siekdami laimėti rinkimus: beveik kiekvienas iš jų skelbiasi suprantąs rinkėjų poreikius ir atstovausiąs paprastų žmonių interesams, todėl leidžia sau kalbėti menamos piliečių daugumos vardu (Ware, 2002, p. 101–120; Jagers, Walgrave, 2007, p. 321–324).

Populistai kviečia imtis aktyvių veiksmų, kovoti prieš (dažniausiai) menamą priešą ar krizę, jų retorika kupina hiperbolių, ji nepalieka vietos alternatyviems sprendimams. Populistinės strategijos grįstos antiteziškomis priešpriešomis: politikos naujokai prieš susvetimėjusį politinį elitą, inovatyvūs sprendimai prieš nuviliantį angažuotumą, ryžtas

veikti prieš atotrūkį nuo paprastų piliečių ir jų problemų ir t. t. (Canovan, 1999, p. 5–7). Analizuotose Lietuvos politinių veikėjų programose populistinė retorika yra dažna kreipimosi į adresatą praktika.

Rinkimų programų retorinis tyrimas. Retorinė invencija

Kiekvienas paveikusias diskursas, ir rinkimų programa, pirminiame etape yra susijęs su temos, problemos suvokimu ir pažinimu, taip pat – auditoriją įtikinsiančių argumentų „radimu“ ir atranka. Šio etapo dėsningumus išryškina retorinė invencija, kuri, anot Cicerono, yra pirmoji iš penkių iškalbos kanono dalių, ir kurios funkcija yra *atrasti, ką pasakytum* (Cicero De Orat. II 19).

Retorikos teorijos požiūriu, pagrindinis aristoteliškasis klausimas „Kas yra argumentas?“ (Arist. Rhet. I 1354 a, *passim*), išsprendžiamas invencijos etape surandant ir atrenkant tinkamus argumentus. Kiekvienas įtikinantis argumentas remiasi trijų pamatinių veiksnių – adresanto, adresato ir pranešimo – derme, užtikrinančia persvaziją. Aristotelis minėtus veiksnius pavadino *ethos*, *pathos*, *logos* kategorijomis (Arist. Rhet. II 1378 a). Šios kategorijos sudaro prielaidas analizuoti rinkimų programas tiriant, kokio pobūdžio argumentus renkasi adresantas kreipdamasis į adresatą. Politiniame rinkimų diskurse adresantui išskyla trys užduotys, kurios atitinka pamatinius persvajijos ramsčius:

- 1) patikimumo kūrimas (*ethos*);
- 2) žinutės, kreipimosi esmės pateikimas (*logos*);
- 3) auditorijos skatinimas veikti (*pathos*) (Hinton, Budzyńska-Daca, 2019, p. 4).

Atitinkamai argumentus pagal apeliacijos kryptį galima skirstyti į loginius, etinius ir patetinius: „<...> loginiais argumentais vadinamas deduktyvus ir induktyvus samprotavimas; etiniais argumentais – tos priemonės, kurias autorius naudoja savo įvaizdžiui kurti; o patetiniais – visos emocinės apeliacijos“ (Nauckūnaitė, 2007, p. 98). Visos trys apeliacijos reikalauja adresanto pastangų, nukreiptų į pagrindinį tikslą – persvaziją, todėl kartais sunku jas išskirti: auditoriją pavyks įtikinti, jei ne tik bus aiškiai pateiktas pranešimas, bet, pirmiausia, sukurtas patikimas adresanto įvaizdis. Tai atitinka klasikinės Aristotelio teorijos įžvalgą, kad, pažeidus nors vieną elementą iš trijų, auditorija nebus įtikinta (plg. Arist. Rhet. II 1378 a²).

Politiniame diskurse kiekvienam iš minėtų argumentavimo elementų galima priskirti instrumentus, kurie pasitelkiami kreipiantis į auditoriją, t. y. rinkėjus: *logos* (pranešimo) sričiai priklauso rinkiminiai pažadai, *pathos* (santykio su auditorija) sričiai – tiesioginis kreipimasis į auditoriją, apeliacija į adresatą, pataikavimas auditorijai, jos gyrimas, solidarumo, tapatinimosi su adresatu reiškimas, apeliacija į nemalonias patirtis, baimę, kitus jausmus; *ethos* (adresanto įvaizdžio) srities argumentai susiję su politikos veikėjo autoriteto išryškiniu: asmeninės atsakomybės pabrėžimas, įsipareigojimo retorika, lygi-

² Pasak Aristotelio, persvajijos oratorius nepasiekia tada, kai arba neprotingai samprotauja (sveiko proto reikalavimas, *logos*), arba, samprotaudamas protingai, dėl savo nedorumo kalba ne tai, ką galvoja (moralės reikalavimas, *ethos*), arba jis yra protingas ir doras, bet nepriimtinas auditorijai, todėl į jo patarimus neatsižvelgiama (geros valios reikalavimas, *pathos*) (Arist. Rhet. II 1378 a).

nimo topika, kai siekiama diskredituoti, demaskuoti oponentą, nurodyti jo kompetencijos trūkumą (Hinton, Budzyńska-Daca, 2019, p. 6).

Rinkimų programos specifika – glaustas informacijos pateikimas, taigi čia gausu *logos* sričiai būdingų instrumentų. Loginiai argumentai yra diskurso turinio reikšminiai vienetai, rinkimų diskurse – tai pažado formą įgiję adresanto ketinimai. Paveikti rinkėją siekiama per pažadų konkretizavimą: *Kaunas – Baltijos regiono inovatyvių technologijų ir verslo centras. Kaip pasieksime? Sutelktas verslo, aukštojo mokslo ir valdžios potencialas / Verslo išitraukimas į aukštųjų mokyklų modernizavimą / Išskirtinis pasiūlymas investuotojams (moderni tyrimų infrastruktūra, laboratorijos, asmeninis dėmesys). Kokybiškos socialinės ir kultūrinės paslaugos aukščiausio lygio specialistams / Talentų pritraukimo fondas / Perkvalifikavimo programos visoms amžiaus grupėms* (Šiugždinienė, TS-LKD); *Kaunas – sveikai gyvenantis miestas. Tikslas – sveikos gyvenamos kultūra ir visų amžiaus grupių asmenų gerovė: įgyvendinsime visuomenės sveikatos stiprinimo naujoves; sukursime prielaidas sveikatos priežiūros paslaugų įvairovei ir kokybei gerinti; išsamiai informuosime visuomenę sveikos gyvenamos klausimais* (LVŽS)³. Pastebėtina, kad tik iš pirmo žvilgsnio šie pažadai kuria konkrečių ir logiškų planų įspūdį, įsigilinus aiškiai matyti *logos* imitacija. Nors galimas įvairus konkretizavimo laipsnis, tačiau dominuoja neapibrėžtumas, pvz., cituotoje LVŽS programoje: *įgyvendinsime naujoves, išsamiai informuosime, sukursime prielaidas...*

Pažadai dominuoja rinkimų programose, sudaro jų esmę, skiriasi tik raiška: dažni konstatuojamieji teiginiai (*Šiuolaikiška mokykla ir darželis kiekviename rajone. Stipriausias Lietuvoje mokytojų rengimo centras. Verslumo ir IT ugdymas nuo darželio visą gyvenimą. Naujaisi patirtiniai mokymo(si) metodai*). (TS-LKD), skatinamieji suasmeninti lozungai (*skirsime, užtikrinsime, remsime, skatinsime, sukursime, parengsime, sutvarkysime...*) (LSDDP).

Nepaisant rinkimų programų formalumo, kylančio iš privalomų reikalavimų tokio pobūdžio dokumentui, jose netrūksta ir *pathos* argumentų, tiesiogiai apeliuojančių į auditorijos emocijas. Vienas iš dažniausių – tiesioginis kreipimasis į adresatą. Ryškėja konvencionalios retorinės schemos, kai pabrėžiama adresato svarba, pagarba jam. Toks kreipimasis dažnas programų pradžioje, pastebima klasikinės retorikos įžangoms būdinga *captatio benevolentiae* (lot. *palankumo siekimas*) realizacija – adresato motyvacijos sužadėjimas, sudarantis prielaidas pradėti sėkmingą komunikaciją: *Kauniečiai ir Kauno svečiai, Man Kaunas visada buvo jaunatviškas, veržlus, kūrybingas ir energingas miestas. Tik atvykęs į Kauną supratau, kokie kūrybingi ir darbštūs yra šio miesto gyventojai* (Navakas, TT); *KAUNAS yra <...> kūrybingų ir verslių žmonių, savo teises ir interesus ginančių piliečių bendruomenė* (Andriuškevičienė, LCP); *Jūs, kauniečiai, geriausiai žinote ko Kauno miestui reikia* (TT). Į adresatą kreipiamasi kaip į išskirtinę, įžvalgią, išmintingą asmenybę. Apeliuojama į adresato vertę (ne)subtiliai jam pataikaujant, todėl priartėjama prie eristinio argumentavimo (*argumentum ad verecundiam*).

³ Čia ir kitur cituojamas autentiškas, neredaguotas programų tekstas.

Rinkimų programose ryškus ir visam agitaciniam diskursui būdingas tapatinimasis su adresatu, solidarumo siekis: *Mes turime pradėti svajoti apie geresnį, gražesnį, modernesnį, patogesnį miestą, kuris taptų mums ir mūsų vaikams pagrindiniais namais* (Černiauskas, LSDP); *Meras – ne tik miesto vadovas, jis taip pat ir Kauno gyventojas, kuris nori to paties kaip ir Jūs* (Navakas, TT); *Kaip savo miesto patriotai mes esame už efektyvesnę savivaldą, žmonių gyvenimo gerinimą ir ekonomikos plėtrą Kaune* (LSDDP). Kuriama pasitikėjimo tarp komunikacijos dalyvių atmosfera, tradiciškai pasitelkiamas daugiskaitos pirmasis asmuo, implikuojantis bendrystę.

Siekiant stipresnio emocinio poveikio, dažnai pasitaiko apeliavimo į baimę, nemaloniais patirtis: *Lietuvoje įsigalėjusi socialinė atskirtis, daugelį sričių persmelkiantis neteisingumo jausmas bei galimybių trūkumas gali būti įveikti* (LCP); *Kaune sukursime tokią aplinką, kurioje jaustųsi ne pasibaigusio sovietmečio pilkuma, o šiuolaikiško europietiško miesto alsavimas* (Kairys, LS). Pasirenkama elokucinė raiška antitezėmis, savęs pozicionavimo strategija per opozicijas. Daugeliu atvejų tokiuose argumentuose perspina patetinės ir etinės apeliacijos.

Ethos srities argumentai atskleidžia ir charakterizuoja patį adresantą. Rinkimų programose jie realizuojami dvejopai: per asmeninio santykio / atsakomybės / įsipareigojimo pabrėžimą arba per į oponentą nukreiptą kritiką. Oponento „demaskavimu“, jo nekompetencijos akcentavimu siekiama stiprinti savo autoritetą: *Visi augantys miestai turi šansą suklestėti. O Kaunas neturi teisės praleisti šito šanso. Kartu su komanda jaučiame atsakomybę už tai, kad ši galimybė virstų realybe* (Matijošaitis, VK); *Mūsų išrinkti atstovai neužsidarys Europos Parlamento rūmuose, nuolat lankys savo rinkėjus Lietuvoje, įsiklausys į Jūsų siūlymus ir vykdys savo įsipareigojimus* (LSDP); *Atsakau už savo žodžius!* (DP). *Dauguma politikų daug žada, bet nieko nedaro. O mes klausomės jūsų* (TT).

Dažna asmeninio autoriteto stiprinimo strategija – pozityvus įdirbio pabrėžimas, teigiamas savęs pozicionavimas: *Kad pakilti iš pelenu, Kaunui reikėjo išsikuopti. <...>. Dabar šį etapą keičia augimo laikotarpis. Kaunas virsta moderniu, europietišku miestu* (Matijošaitis, VK); *Mūsų dėka pagerinome savo regionų ir žmonių gyvenimą, sėkmingai įžengėme į Šengeno erdvę. Mūsų dėka, judame laisvai, ir nestabdomi* (LLS).

Retorinė dispozicija

Antroji iškalbos kanono dalis yra dispozicija – tikslinga ir logiška diskurso kompozicija. Dispozicija yra „įtikimosios iškalbos kompozicija“ (Korolko, 1998, p. 78).

Programų kompozicijai būdinga nuosekli, logiška struktūra, vienas iš pagrindinių bruožų yra glaustumas ir lakoniškumas. Kadangi programų apimtis ribota, o informacija kompaktiška, realizuojamas supaprastintas retorinės kompozicijos modelis, eliminuojami ir modifikuojami kai kurie klasikinės struktūros elementai. Analizuojant programų dispoziciją, atsižvelgta į kompozicijos elementų (ne)buvimą, jų kartojimąsi bei hierarchiją.

Programos branduolys yra antraštė, užimanti nuo ketvirtadalio iki pusės programai skirto puslapio, todėl ji labiausiai atkreipia adresato dėmesį. Antraštė atlieka įvadinę funkciją, ji apima net keletą elementų: politikos veikėjo nuotrauką, partijos arba rinkimų

komiteto logotipą, informacines detales: sąrašo numerį, kandidato vardą, pavardę, partijos arba komiteto pavadinimą, šūkį. Pagrindiniai elementai yra nuotrauka, šūkis ir verbalinis logotipas – stilizuotas užrašo ir vaizdinio logotipo derinys, pirmiausia atliekantis identifikacijos funkciją. Šūkio paskirtis – atspindėti programos koncepciją ir idėją.

Šūkis gali būti analizuojamas kaip atskiras retorinis diskursas: jis nėra tik rinkimų programos dalis – tai visą rinkiminę kampaniją reprezentuojantis metatekstas. Retoriniu požiūriu kai kurių politinių programų šūkiai artimi propozicijai, kuri yra „visos kalbos santrauka, miniatiūra, suformuluota vienu sakiniu“ (Koženiauskienė, 2001, p. 120). Tokie šūkiai – dalykinės, antraštinės pagrindiniame tekste dėstomos informacijos santraukos atlieka nominacinę funkciją: *Stipri šeima – saugi bendruomenė – atsakinga savivalda* (TT); *Stipri šeima – saugi bendruomenė – Tautų Europoje* (TT). Vis dėlto labiau orientuojamasi į ekspresyviąją šūkio funkciją – neretai jie figūriški, nevengiama vaizdingosios leksikos: *Stipryn, Lietuva – stipryn, Europos Sajunga!* (LLS); *Kaune – kaip džiazė!* (Kairys, LS); *Apginkime Europą! Susigrąžinkime valstybę!* (Vrk „Vytautas Radžvilas: Susigrąžinkime valstybę!“). Ryški šūkių orientacija į vertybinius prioritetus: *Už Europą, grindžiamą krikščioniškomis vertybėmis! Už Tautų Europą* (Lenkų rinkimų akcijos ir rusų aljanso koalicija „Valdemaro Tomaševskio blokas“); *Tikime Europa* (TS-LKD).

Programų dėstomoji dalis atitinka kalbamo dalyko esmės aiškinimą. Šis etapas sutampa su argumentacija – pagrindiniu diskurso kūrimo etapu. Dėstymas ir argumentacija siejami su tikrovės ir diskurso turinio santykiu, taigi su *logos* kategorija. Argumentavimas politinėje programoje atlieka dvi funkcijas – informacinę ir apeliacinę: pirmuoju atveju dėstoma loginė pasiūlymų, idėjų, galimų sprendimų seka, operuojama duomenimis, skaičiais; antruoju – siekiama įtikinti adresatą priimti politikui palankų sprendimą.

Dėstomojoje dalyje pateikiama informacija struktūruojama į santykinai savarankiškus vienetus – pastraipas arba pavienius teiginius, dėstant juos papunkčiui, nevengiant teiginių grafinio išskyrimo. Iš esmės programos tekstui nebūdingas rišlumas, informacinė teksto struktūra orientuota į teziškumą, prasminiai ryšiai tarp teksto elementų apsiriboja bendra tema – tai postulatų rinkinys. Yra ir priešingų pavyzdžių, kai stengiamasi išlaikyti nuoseklią argumentavimo grandinę ir kurti rišlų aiškinamąjį pranešimą rinkėjui.

Kitas būdas išvengti teziškumo – tariama įžanga. Paprastai pirmoji dėstymo pastraipa yra įžanginė, ji atlieka vieną iš pagrindinių retorinės įžangos funkcijų – pelnyti adresato palankumą ir pritarimą. Svarbus įžangos psichologinis poveikis sužadinant adresato motyvaciją. Ryškesni du modeliai: (1) pri(si)statymas (*Kauno miesto Socialdemokratų darbo partiją sudaro įvairių socialinių sluoksnių, mokslo sričių bei specialybių kauniečiai* (LSDDP) ir (2) apibendrinamojo įvadinio pobūdžio nuostatos (*Mes, socialdemokratai, didžiausia visuomenės vertybe laikome žmogų – jo laisvę, saugumą, gyvenimo kokybę, sveikatą ir išsilavinimą* (LSDDP)). Tokia tariama įžanga nubrėžia adresato ir adresanto santykį, kitaip tariant, aktualizuojama *ethos* kategorija, kuri sietina su adresanto autoritetu, ir *pathos* kategorija, susijusi su auditorijos nuostatomis, emocijomis, valios aktais, sužadinančiais motyvacinę galią (Volkovas, 2001, p. 165).

Dėstomojoje dalyje galima rasti ir *refutatio* užuominų – galimos priešingos nuomonės atrėmimo, tariamų kontrargumentų paneigimo: *Niekas nediris ginčytis, kad snaudęs*

miestas aktyvių kauniečių, investuojančio verslo dėka pabudo! Tikime, kad atėjo laikas Kauno augimui (VK).

Ryškus kompozicinis programų požymis – akcentuotos pabaigos nebuvimas, kaip apibendrinimas kai kuriose programose pasirenkamas raginimas balsuoti ir palaikyti kandidatą.

Elokucinė rinkimų programų raiška

Trečioji retorikos kanono dalis yra elokucija, kurios objektas – kalbinė ir stilistinė diskurso realizacija. Rinkimų programos artimos informacinėms kalboms: tai iš anksto apgalvotas tekstas, kurio pirminė intencija – informuoti, išaiškinti, pagrįsti. Programoms būdinga racionali argumentacija (arba jos imitacija), logiškas minties dėstymas, dalykiškas stilius, todėl programų kalbinė stilistinė raiška gali būti apibūdinama kaip pragmatinė. Viena vertus, elokucinė raiška paklūsta diskurso logikai ir natūraliai išplaukia iš žanro reikalavimų, kita vertus, yra tikslingai pasitelkiama realizuoti tam tikrus diskurso kūrėjo tikslus. Profesorė R. Koženiauskienė yra pastebėjusi: „Etinės adresanto vertybės geriausiai atpažįstamos iš tam tikros kalbinės stilistinės raiškos“ (2013, p. 17). Kalbinės stilistinės raiškos priemonės gali turėti įtakos teksto struktūrai, argumentavimo logikai, kurti priežastingumo sąsajas.

Nors programų forma ir turinys gana apibrėžti, esama pastebimų variacijų: vienose ryškesni informacinių kalbų požymiai, kai labiau remiamasi loginiais argumentais, kitose – apeliacinių, kai dažniau pasitelkiami vertybiniai prioritetai (Koženiauskienė, 2001, p. 64–65). Programose stipriai išreikštas ir skatinamasis apeliacinių kalbų dėmuo – mobilizacija veikti, taip pat apeliacija į protą ir jausmus per gėrio / blogio, seno / naujo opozicijas, tapatinimąsi su adresatu, solidarumo, bendrumo demonstravimą.

Programų verbalinė raiška nėra sterili ar bespalvė, jose esama nemažai vaizdingų, ekspresyvių elementų: nevengiama metaforizacijos (*Kauną matau kaip laisve alsuojantį...* (Kairys, LS); *Kad pakilti iš pelenų, Kaunui reikėjo išsikuopti* (Matijošaitis, VK); raiškaus retorinio figūratyvumo pavyzdžiai yra anadiplozės (*Pasaulis keičiasi, keistis reikės ir mums* (LVŽS), anaforos (*Žmogus be svajonių, žmogus be ateities!* (Černiauskas, LSDP).

Programoms būdingas eliptiškumas, natūraliai išplaukiantis iš lakoniškos ir koncentruotos diskurso struktūros. Elipsės padeda taupiai, bet talpiai reikšti mintį, stilistiškai aktyvina standartizuotą tekstą: *Kaunas – visų kauniečių miestas. Kaunas – kuriantis miestas. Kaunas – besimokantis miestas; NATO – saugumo garantas* (LVŽS); *Šiuolaikinis mokymasis – visiems* (TS-LKD). Panašią funkciją atlieka parceliacija, ypač šūkiuose: *Laisvi žmonės. Klestintis Kaunas* (Šiugzdinienė, TS).

Ekspresyvumas kuriamas tradicinėmis priemonėmis, pvz., eksklamacija. Kone kiekvienoje programoje yra retorinių sušukimų: *Tęskime miesto atgimimą!* (Matijošaitis, VK); *Kaune – kaip džiazė!* (Kairys, LS); *Dirbame Kaunui – tęsiame pokyčius!* (LVŽS); *Mes kviečiame Jus veikti kartu už teisingą ateities Lietuvą!* (LCP).

Programose gausu antitezijų – bene būdingiausių ir įprasčiausių retorinių figūrų politiniame diskurse. Antitezės čia funkcionuoja ir kaip teksto kompozicijos elementas, ir

kaip žodžio figūros, pasitelkiami tiek kontekstiniai, tiek tikrieji antonimai. Paralelinėmis konstrukcijomis kuriamos hiperbolizuotos priešpriešos, adresatas skatinamas pasirinkti „arba – arba“ principu tarp propaguojamo pozityvo ir negatyvios alternatyvos: *Kaune sukursime tokią aplinką, kurioje jaustųsi ne pasibaigusio sovietmečio pilkuma, o šiuolaikiško europietiško miesto alsavimas* (Kairys, LS); *Koį Kauną atsimename iš jo nuosmukio laikų? Pilką, apleistą, nedrąsų, praradusį pasitikėjimą savimi. <...> Koks Kaunas yra šiandien? Visų pirma tai yra miestas, į kurį kiti žiūri su pagarba. Miestas, kurio žmonės žodžius „aš esu iš Kauno“ pagaliau sako su pasididžiavimu. Kaunas šiandien yra miestas, kurio ateitimi tikima* (Matijošaitis, VK). Akivaizdi antitezių emocinė-ekspresinė funkcija, „priešpriešiais statomi žodžiai daikto, asmens ar jų ypatybės charakteristiką daro išpūdingesnę, dalyko esmės perteikimą – įtaigesnę“ (Pikčilingis, 1975, p. 229). Antiteziškomis opozicijomis grindžiamas asmeninis autoritetas: *Dauguma politikų daug žada, bet nieko nedaro. O mes klausomės jūsų* (TT); *Mes atstovaujame ne partijos, ne Europos, ne kitų valstybių, o Lietuvos žmonių interesus* (DP).

Programos aptartinos ir dar vienu – retorinės elokucijos – aspektu. Kalbinė stilistinė programų raiška, manytina, turėtų būti jei ne patikėta, tai bent derinta su šios srities profesionalais – paveikiųjų diskursų kūrėjais, stilistais, redaktorais. Tenka pastebėti, kad dalis programų veikia kaip bendrojo politiko įvaizdžio tęsiniai – deja, neparankūs retorinei persvajijai pasiekti: bendroji programų stiliaus kultūra, minties logikos spragos, galiausiai, elementarios kalbos klaidos palieka atmetino požiūrio ne tik į programas, bet ir į adresatą bei apskritai savo veiklą išpūdi. Taigi kalbos taisyklingumo įtaka persvajijai taip pat svarus ir tyrinėtinas politinės retorikos aspektas.

Išvados

Retorinis diskurso tyrimas leido nustatyti būdingąsias politinių rinkimų programų invencijos, dispozicijos ir elokucijos charakteristikas, identifikuoti dominuojančias politinės komunikacijos strategijas, atitinkančias klasikinės politinės retorikos pamatinius principus, išryškinančius žanrines programų ypatybes.

Tikėtina, kad politikų kaip programų autorių didžiausias indėlis susijęs su invenciniu diskurso lygmeniu – kuriant koncepciją, identifikuojant problemas, generuojant jų sprendimo būdus. Rinkimų programos idealiu atveju turėtų būti politinė strategija pagrįstos politinės komunikacijos kultūros dalis, konspektyvia, glausta forma rinkėjams pateikianti adresanto intencijas ir aspiracijas, tačiau tenka konstatuoti, kad daugeliu atveju jos funkcionuoja kaip politikos veikėjo įvaizdžio kūrimo priemonė, oponentų diskreditavimo įrankis, populistinių pažadų sklaidos platforma. Dispozicinis programų lygmuo – formalioji išorinė kompozicija ir vidinės struktūros logika – apibrėžtas žanro specifikos bei gana griežtai standartizuotas, autorių improvizacijų galimybė čia ribota. Elokucinė programų raiška nulemta pragmatinių jų kūrėjų tikslų: pasirenkamos tradicinės kalbinės ir stilistinės priemonės, padedančios sustiprinti skatinamąsias apeliacijas, kuriančios bendrystės, solidarumo išpūdi. Retorinės elokucijos tyrimas atskleidžia ir dalies programų autorių nepakankamus gebėjimus kurti profesionalų paveikųjį diskursą bei, tikėtina, atsainų požiūrį į šį dokumentą.

Santrumpos

- DP – Darbo partija
- LCP – Lietuvos centro partija
- LSDDP – Lietuvos socialdemokratų darbo partija
- LSDP – Lietuvos socialdemokratų partija
- LVŽS – Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga
- TS-LKD – Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai
- TT – partija „Tvarka ir teisingumas“
- VK – visuomeninis rinkimų komitetas „Vieningas Kaunas“
- Vrk – visuomeninis rinkimų komitetas

Šaltiniai

- 2014 m. gegužės 25 d. rinkimai į Europos Parlamentą. Informacinis leidinys. Prieiga: <https://www.vrk.lt/rinkimu-programos-2014-ep> [Žiūr. 2020 07 01].
- 2015 m. kovo 1 d. savivaldybių tarybų rinkimai. Informacinis leidinys. Prieiga: <https://www.vrk.lt/informaciniai-leidiniai-2015sav> [Žiūr. 2020 07 01].
- 2016 m. spalio 9 d. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimai. Informacinis leidinys. Prieiga: https://www.vrk.lt/documents/10180/606155/Daugiamandates+inf.+leidinys_2016.pdf/5a06d1e3-7fd5-4192-b397-a0531bdd5971 Žiūr. 2020 07 01].
- 2019 m. gegužės 26 d. rinkimai į Europos Parlamentą. Informacinis leidinys. Prieiga: <https://www.vrk.lt/documents/10180/676652/EP+bendras+leidinys++A5+2019.pdf/36efb36d-7f88-479e-855a-666c4060b322> [Žiūr. 2020 07 01].
- 2019 m. kovo 3 d. savivaldybių tarybų rinkimai. Informacinis leidinys. Prieiga: <https://www.vrk.lt/Kandidatu-narius-merus-partiju-visuomeniniu-rinkimu-komitetu-rinkimu-pl-2019-sav> [Žiūr. 2020 07 01].

Literatūra

- Aristotle. *Rhetoric*. Perseus Collection. Prieiga: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3atext%3a1999.01.0059> [Žiūr. 2020 07 01].
- Aristotelis – Аристотель, 1978. *Риторика*. In: *Античные риторика*. Москва: Издательство Московского университета, p. 15–164.
- Bielinis, L., 2002. Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai. *Respectus Philologicus*, 2 (7), p. 49–59.
- Canovan, M., 1999. Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47 (1), pp. 5–7. Prieiga: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1467-9248.00184> [Žiūr. 2020 07 01]. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>
- Charteris-Black, J., 2014. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Basingstoke & New York: Palgrave-MacMillan.
- Cicero. De oratore. Operum collectio, *Intra Text Digital Library*. Prieiga: http://www.intratext.com/IXT/LAT0922/_IDX015.HTM [Žiūr. 2020 07 01].
- Dumčius, J., 1989. *Graikų kalba*. Vilnius: Mokslas.
- Fairclough, N., 2006. *Language and Globalization*. London and New York: Routledge.
- Herkman, J., 2012. Convergence or Intermediality? Finnish political communication in the New Media Age. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 18 (4), pp. 369–384. Prieiga: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856512448727> [Žiūr. 2020 07 01]. <https://doi.org/10.1177/1354856512448727>

Hinton, M., Budzyńska-Daca, A., 2019. A Comparative Study of Political Communication in Televised Pre-election Debates in Poland and United States of America. *Research in Language*, 17, pp. 1–19. Prieiga: <https://content.sciendo.com/view/journals/rela/17/1/article-p1.xml> [Žiūr. 2020 07 01]. <https://doi.org/10.2478/rela-2019-0002>

Jagers, J., Walgrave, S., 2007. Populism as a Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties Discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46, pp. 321–324. Prieiga: <https://ejpr.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x> [Žiūr. 2020 07 01]. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>

Jansen, R., 2011. Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism. *Sociological Theory*, 29 (2), pp. 81–86. Prieiga: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x> [Žiūr. 2020 07 01]. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x>

Korolko, M., 1998. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.

Koženiauskienė, R., 2001. *Retorika: iškalbos stilistika*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.

Koženiauskienė, R., 2013. *Retorinė ir stilistinė publicistinių tekstų analizė*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.

Prezidento laiškas Seimui dėl Politinių partijų ir politinių kampanijų finansavimo bei finansavimo kontrolės įstatymo projekto, 2004 08 16. Lietuvos Respublikos Prezidentas. Prieiga: <http://archyvas.lrp.lt/lt/news.full/5187> [Žiūr. 2020 07 01].

Morkevičius, V., 2005. Terra incognita: kiekybinė viešosios politikos diskurso turinio analizė. *Viešoji politika ir administravimas*, 11, p. 74–85. Prieiga: <https://repository.mruni.eu/handle/007/13684> [Žiūr. 2020 07 01].

Nauckūnaitė, Z., 2007. Argumentacija: įrodymo ir įtikinimo santykis. *Žmogus ir žodis: didaktinė lingvistika*, 9 (1), p. 94–100. Prieiga: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2007~1367159706759/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content> [Žiūr. 2020 07 01].

Pepe, C., 2013. *The Genres of Rhetorical Speeches in Greek and Roman Antiquity*. Leiden, Boston: Brill.

Pikėilingis, J., 1975. *Lietuvių kalbos stilistika*. T. 2. Vilnius: Mokslo.

Prasad, D., B., 2008. Content analysis: A method of Social Science Research. In: Ed. K. Lal Das. *Research Methods for Social Work*, pp.174–193. New Delhi: Rawat Publications.

Rinkimų organizatoriaus knyga. Lietuvos Respublikos vyriausioji rinkimų komisija, 2019. Prieiga: <https://drive.google.com/file/d/1vh3yyIagYIbcWP9boH19C4ccuHLiOfLd/view> [Žiūr. 2020 07 01].

Thesaurus Latino-Lituanicus. Prieiga: http://www.thesaurus.flf.vu.lt/?&antraste_=delibero&antraste_kirciuota=d%C4%931%C4%ABbero [Žiūr. 2020 07 01].

Vilpišauskas, R. Partijų rinkiminių programų nuostatos: prieštaravimai bei naujovės. *Bernardinai.lt*, 2004 10 07. Prieiga: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2004-10-07-ramunas-vilpisauskas-partiju-rinkiminiu-programu-nuostatos-priestaravimai-ir-naujoves/6624> [Žiūr. 2020 07 01].

Vinciūnienė, A., 2009. Viešųjų ryšių demokratijos kaina, arba kaip šiuolaikinėje politikos komunikacijoje propaganda įgauna naujas pateisinamas formas. *Inter-studia humanitatis. Propagandos virsmai ir nekeitamumas: tarpdisciplininis požiūris*, 9, p. 47–65. Prieiga: http://www.su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/interstudija/2009_9/vinciuniene.pdf [Žiūr. 2020 07 01].

Volkovas – Волков, А. А., 2001. *Курс русской риторики*. Москва: Издательство храма св. муч. Татианы.

Ware, A., 2002. The United States: Populism as a Political Strategy. In: *Democracies and Populist Challenge*, pp. 101–120. New York: Palgrave. Prieiga: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781403920072_6 [Žiūr. 2020 07 01].

Wodak, R., 1989. *Language, Power and Ideology: studies in political discourse*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.