

ĮRODYMAIS GRĮSTA POLITIKA: LIETUVOS RESPUBLIKOS PREZIDENTO RINKIMŲ KAMPANIJOS 2014 M. ATVEJO ANALIZĖ

Vincas Grigas, Simona Juzėnienė

Vilniaus universitetas

Anotacija

Straipsnyje siekiama identifikuoti įrodymais grįstos politikos raišką Lietuvoje, analizuojant 2014 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kampanijos dalyvių rinkiminėse programose naudojamų kognityvinių autoritetų ypatumus, siekiant paremti išsakomus siūlymus valstybės valdymo klausimais. Analizuojant politinės kampanijos dalyvių tekstus remiamasi *įrodymais grįstos politikos* konceptu. Straipsnio autoriai šį konceptą interpretuoja iš bibliotekininkystės ir informacijos mokslų perspektyvos, kai akcentuojamas informacijos šaltinių naudojimas. Nagrinėjant įrodymais grįstos politikos raišką Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų atveju remiamasi Kimmo Tuomineno ir Timo Turja suformuluota metodologija, siekiant nustatyti politikų naudojamus kognityvinius autoritetus pateikiamiems teiginiams pagrįsti. Kognityvinių autoritetų koncepcija straipsnyje interpretuojama remiantis Patricko Wilsono įžvalgomis. Tai yra pirmasis tokio pobūdžio tyrimas Lietuvoje, kuris parodė, kad nagrinėtos rinkiminės kampanijos dalyviai negali būti priskiriami prie įrodymais grįstos politikos atstovų.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: Prezidento rinkimai, kognityvinis autoritetas, diskurso analizė, įrodymais grįsta politika.

Abstract

By means of analysing the peculiarities of cognitive authorities utilized in election programs of the candidates of Lithuanian presidential election campaign 2014, the article aims at the identification of the manifestations of evidence based policy employed to support the candidates' proposals on the state government related issues. Analysis of the texts produced by the participants of the political campaign is based on the concept of *evidence based policy*. Authors of this article interpret the term of *evidence based policy* from the perspective of library and information science where the focus is on the use of information sources. Analysis of the manifestations of *evidence based policy* in the case of presidential election campaign in the Republic of Lithuania is based on the methodology framed by Kimmo Tuominen and Timo Turja. In the article the concept of cognitive authorities is interpreted on the basis of Patrick Wilson's insights. This is the first research of the type in Lithuania which helped disclose that participants of the election campaign subjected to analysis cannot be attributed to the representatives of evidence based policy.

KEY WORDS: presidential election, cognitive authority, discourse analysis, evidence based policy.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v69i1.1049>

Įvadas

Straipsnyje keliamas klausimas, ar 2014 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kampanijos dalyvių teikiami siūlymai valstybės valdymo klausimais yra

argumentuoti, t. y. pagrįsti faktais, nuorodomis į tyrimus, autoritetingus šaltinius, situacijos analizes, apklausų rezultatus, teorijas? Ar kampanijos dalyviai nelinkę savo argumentų grįsti tik emociingais palyginimais, paskirais pavyzdžiais, asmeninėmis nuostatomis? Tai suponuoja kitą klausimą, ar kampanijos dalyviai sudarė tinkamas sąlygas rinkėjams būti kokybiškai informuotiems apie jų siūlymus valstybės valdymo klausimais?

Suprantama, kad informacinių pranešimų turinys padeda rinkėjui priimti sprendimą, kai politinės kampanijos dalyvis savo išsakomos politinės pozicijos argumentus paremia faktais ar autoritetais, o juos įvardydamas pateikia nuorodą į informacijos kilmę, taip sumažindamas informacijos stoką rinkėjo pasirinkimo kontekste. Tai reiškia, kad kandidato gebėjimas pagrįsti savo argumentus įvairiais būdais, pavyzdžiui, faktine informacija, nuorodomis į kitus informacijos šaltinius, rėmimasis autoritetais sudaro sąlygas rinkėjui be didelių papildomų pastangų priimti sprendimą dėl kandidato išsakomų pasiūlymų konkrečiais valstybės valdymo klausimais. Tinkamai informuoti rinkėjai yra geriau pasirengę priimti sprendimus, susiformuoti savo argumentus, kai politinės kampanijos tekstuose pateikiama pakankamai argumentų (Lupia, McCubbins ir Popkins, 2000, p. 53–54).

Rinkimų kampanijos tekstuose pateikiamų argumentų pagrindimo analizė padeda atsakyti į klausimą apie rinkiminės kampanijos siekį informuoti rinkėją, padėti jam pasirinkti, apsispręsti, susiformuoti savo argumentuotą nuomonę. Demokratinė teorija teigia, kad pritariamosios demokratijos yra tinkamiau įgyvendinamo informuoto elektorato (Nadeau et al., 2008). Analizė atskleis, kiek politinės kampanijos dalyviai deda pastangų kurti demokratinę visuomenę, nes, kaip teigia Michaelis Carpini ir Scottas Keeteris (1996), informuoti piliečiai yra demokratinės visuomenės pagrindas. Rohini Pande (2011) nustatė, kad tinkamai informuoti rinkėjai išrenka geresnius politikus (besivystančių šalių atvejis), o C. Wlezienas (1995) teigia, jog rinkėjams būtina savalaikė faktinė informacija, kad jie galėtų tinkamai vertinti politikų veiklą.

Analizuojant politinės kampanijos dalyvių tekstus remiamasi *įrodymais grįstos politikos* konceptu (angl. *evidence based policy*). Terminas *įrodymais grįsta politika* kilęs iš kito susijusio koncepto – *įrodymais grįsta medicina* (angl. *evidence based medicine*). *Įrodymais grįsta medicina* apibrėžiama kaip procesas, kurio metu sistemingai ieškoma, įvertinama, remiamasi tyrimų duomenimis pagrindžiant sprendimus praktinėje medicinoje (Sackett ir kt., 1996). Stepheno Shortello ir kt. (2001) nuomone, įrodymais grįsta praktika iš medicinos išplito į kitas sritis, tokias kaip švietimas, vadyba ir politika.

Jungtinės Amerikos Valstijos (JAV) ir Didžioji Britanija yra vienos aktyviausiai *įrodymais grįstą politiką* praktikoje plėtojančių šalių. Davidas Tranfieldas ir kt. (2003) įrodymais grįstą praktikos inicijavimą sieja su 1980 metais Didžiosios

Britanijos vyriausybės pradėta iniciatyva kurti informuotą ir įrodymais grįstą politiką. JAV įkurta *Įrodymais grįstos politikos koalicija* (angl. *Coalition for Evidence Based Policy*) skatina vyriausybę vadovautis įrodymais grįsta politika ir teigia, kad „socialinės ir ekonominės, dažniausiai vyriausybės programos dažnai įgyvendinamos mažai remiantis įrodymais, todėl švaistomi milijonai dolerių, nepatenkinami būtinieji visuomenės poreikiai“ (Bringing Evidence-Driven..., 2002, p. 1). Ir Lietuvoje vartojamas terminas *įrodymais grįsta politika*, atliekama su šiuo konceptu susijusios praktikos analizė tam tikrais specifiniais klausimais, pavyzdžiui, dėl alkoholio kontrolės politikos (Šipaitė, 2011; Tamutienė, 2010).

Lietuvoje terminą *įrodymais grįsta politika* įtvirtino Birutė Mikulskienė (2008). Šiuo terminu ji įvardijo būdą, kuris „naudotinas viešojo administravimo sprendimui parengti ir priimti, kai siekiama adekvačiai pažinus nagrinėjamą situaciją parengti racionalų sprendimą, pamatyti visas galimas alternatyvas, sprendimo rengimo procese derinti socialinių partnerių interesus ir įvertinti sprendimų poveikį ateityje“ (Mikulskienė, 2008, p. 79–80). Kita lietuvių tyrėja Sandra Šipaitė (2011) pateikė tokį *įrodymais grįstos politikos* apibrėžimą: „Būdas racionaliam viešojo administravimo sprendimui parengti ir priimti, kai, norint pažinti nagrinėjamą situaciją, pamatyti visas galimas situacijos sprendimo alternatyvas ir įvertinti sprendimų poveikį ateityje, remiamasi moksliskai sukauptomis žiniomis ir išvadomis (įrodymais) tam, kad tinkamai ir efektyviai būtų galima įgyvendinti pasirinktą politiką ir gauti efektyvius įgyvendintos politikos rezultatus“ (Šipaitė, 2011, p. 6).

Šio straipsnio autoriai terminą *įrodymais grįsta politika* interpretuoja iš bibliotekininkystės ir informacijos mokslų perspektyvos, kai akcentuojamas informacijos šaltinių naudojimas (Tuominen, Savolainen, 1997). Taigi terminu *įrodymais grįsta politika* apibūdinamas procesas, kurio metu politikas, siekdamas išspręsti konkrečią problemą ar pasiekti išsikelto tikslą, pasitelkia argumentus, juos pagrįsdamas tam tikra informacija. Nors informacija naudojama instrumentiškai, ji nebūtinai turi būti mokslinė, faktinė, suderinta, objektyvi. Suprantama, kad informacija gali būti tokios prigimties, kokios tuo metu reikia, siekiant paremti dėstomus argumentus. Reikia atkreipti dėmesį, kad straipsnyje vartojamas terminas *argumentas* tapatinamas su terminu *įrodymas* ir sietinas su anglišku terminu *evidence*. Straipsnyje vartojamas terminas *argumentas* suprantamas kaip „įrodomąją tezę pagrindžiantis teiginys“ (Tarptautinių žodžių žodynas, 2003, p. 65). Tai reiškia, kad politiko išsakytu argumentu laikomas teiginys, kuriuo siekiama ką nors įrodyti pateikiant faktus, statistikos duomenis, asmeninės patirties pavyzdžius, draugų patarimus, ekspertų įžvalgą, įvairių komisijų išvadas.

Lietuvoje iki šiol netyrinėta, kokio pobūdžio informacija kandidatai į prezidentus pagrindžia savo dėstomus argumentus. Nagrinėjant *įrodymais grįstos politikos* raišką Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimuose remiamasi Kimmo Tuomine-

no ir Timo Turja suformuluota metodologija (Tuominen, Turja, 2007). Jie savo straipsnyje nagrinėjo Suomijos parlamento atvejį, tyrė, kaip politikai naudojami socialinių mokslų tyrimų rezultatais pagrįsdami savo argumentus. K. Tuominenas ir T. Turja išsamiai aprašė metodologiją, kaip tirti politikų naudojamos informacijos pobūdį parlamentinėse diskusijose. Šiame straipsnyje K. Tuomineno ir T. Turja metodologija taikoma tiriant kandidatų į prezidentus polinkius naudotis informacija savo argumentams pagrįsti.

Autoriai akcentuoja, kad politikas, kaip toks, yra matomas pirmiausia debatuose apie tai, kaip jis mato ir kaip suvokia pasaulį (Tuominen, Turja, 2007, p. 134). Šio reiškinio svarbi dedamoji – kokią informaciją (ir / ar informacijos šaltinius) politikai naudoja apibūdinami savo suvokiamą pasaulį. K. Tuominenas ir T. Turja (2007, p. 134–135) akcentuoja, kad bibliotekininkystės ir informacijos mokslai turėtų pasitelkti socialinio konstrukcionizmo prieigą, siekdami studijuoti informacijos naudojimą. Šių tyrėjų supratimu (remiasi Bourdieu, 1991), politikoje vienas iš svarbių veiksnių yra grumtynės dėl simbolinės galios, jos siekinys – legitimizuoti tam tikrą socialinės realybės koncepciją. Perimant K. Tuomineno ir T. Turja dėstymo logiką ir susiejant ją su šiuo straipsnyje pasirinkta tirti problema galima teigti, kad kandidatai į prezidentus varžosi dėl to, kurio pateikta realybės versija įsivyras. Varžydamiesi kandidatai į prezidentus pasitelkia įvairaus pobūdžio argumentaciją ir retoriką siekdami sustiprinti savo interpretacijas ir sumenkinti oponentų pateikiamas interpretacijas. Vienas iš būdų – remtis įvairiais autoritetiniais informacijos šaltiniais, kai tam tikros įrodymais grįstos atramos reikia kaip argumentus ar požiūrį sustiprinančio įrankio.

Šiame straipsnyje susitelkiama ties 2014 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kampanijos dalyvių rinkimų programomis, kuriose siekiama atskleisti rinkėjams savo politines pažiūras, požiūrį į valstybei svarbius klausimus, politinius oponentus. Socialinio konstrukcionizmo perspektyva sudaro pagrindą teigti, kad kandidatų tekstų diskurso analizė atskleis, kokiais informacijos šaltiniais remdamiesi politikai kuria savo pasaulį.

Tyrime panaudotos visų septynių 2014 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kampanijos dalyvių rinkimų programos.

1. Informacijos naudojimo diskurso analizės metodologija

Diskursas konstrukcionizme suprantamas kaip lemiantis tai, per ką artikuliuojamas pats dalyvis ir pasaulis, be to, skirtingi diskursai daro įtaką tam, kad suformuluojamos skirtingos realybės versijos, todėl konstrukcionistinė diskurso analizė prieiga, tiriant informacijos siekimą tam tikrame kontekste, leidžia tyrė-

jui formuoti supratimą apie informacijos vaidmenį kasdieniame žmonių gyvenime studijuojant informacijos naudojimą kaip diskursyvų veiksmą: „Būdas, kuriuo iš ankstesnio informacijos siekimo suformuluotos diskursyvosios konstrukcijos ar gauta informacija yra naudojama pagrįsti savo teiginius kalbant ar rašant“ (Tuominen, Talja, Savolainen, 2002, p. 263).

Tiriant kandidatų į prezidentus argumentacijos pagrindimą remiantis konkrečiais informacijos šaltiniais ar / ir autoritetais diskurso analizę galima panaudoti nagrinėjant, „koku būdu kalbantieji panaudoja išorinius informacijos šaltinius siekdami pateisinti savo teiginius ir padarydami savo argumentus suprantamesnius bei patikimesnius“ (Tuominen, Savolainen, 1997, p. 137). Tokio pobūdžio analizė, anot K. Tuomineno ir Reijo Savolaineno (1997), parodys, kokiais kognityviniais autoritetais remiasi kalbėtojas.

Terminą *kognityvinis autoritetas* suformulavusio Patricko Wilsono (1983) teigimu, kognityvinis autoritetas siejamas su asmeniu ar kitu informacijos šaltiniu, kuris gali būti siejamas su konkrečia oficialia ar neoficialia kategorija, valdančia ar apimančia tam tikros temos žinias. P. Wilsono nuomone, kognityvinio autoriteto poreikis kyla, nes „mes patys asmeniškai neturime laiko ar išteklių patikrinti daugiau nei mažytę dalelę iš nesuskaičiuojamos gausybės informacijos, su kuria susiduriame“ (Wilson, 1983, p. 138), todėl esame labai priklausomi nuo kitų žmonių idėjų, kaip priklausome ir nuo informacijos apie dalykus, su kuriais tiesiogiai nesusiduriame. „Kiti mus paremia nauja teorine perspektyva, taip pat ir informacija... Daug to, ką mes galvojame apie pasaulį, yra tai, ką mes įgyjame iš antrų rankų“ (Wilson, 1983, p. 10).

Formuluojant kognityvinio autoriteto sampratą iš konstrukcionizmo perspektyvos galima teigti, kad kognityvinio autoriteto sprendimai matomi kaip rezultatas esamų kognityvinių procesų, kurie yra tai, kaip „informacijos siekėjas interpretuoja šaltinio charakteristikas turint omenyje informacijos siekėjo išankstinius įsitikinimus ir pažiūras“ (Tuominen, Talja, Savolainen, 2002, p. 281).

Tiriant kandidatų į prezidentus kognityvinio autoriteto pavyzdžius orientuojamasi į išsamesnę jų kalbos analizę, kai kognityvinis autoritetas išskiriamas ne kaip tiksli kandidatų įsitikinimų ir pažiūrų reprezentacija, bet užfiksavimas to, kokiais autoritetais remdamiesi kandidatai formuluoja savo argumentus. Kandidatų į prezidentus naudojamų kognityvinių autoritetų analizė leis nustatyti bazinį pagrindą, kuriuo remdamasis kandidatas priima sprendimus. Kognityvinių autoritetų naudojimas parodo paties kandidato, kaip politiko, kognityvinį autoritetą, nes kognityviniai autoritetai dažnai reprezentuoja tam tikros kategorijos ekspertus, o ekspertais laikome tuos, kurie išmano sritį, apie kurią kalba, remiasi tai sričiai būdingais kognityviniais autoritetais. Kognityviniais autoritetais laikome asmenybes, kurių institucinis statusas ir gyvenimiška patirtis rodo, kad jie turi išskirtinių epistemo-

loginių gebėjimų tam tikrame lauke (Potter, 1996). Pavyzdžiui, „mes galvojame stereotipais: gydytojai žino apie ligas ir vaistus, o banko vadybininkai gali patarti dėl hipotekų“ (Tuominen, Savolainen, 1997, p. 138), todėl asmens profesinė specializacija leidžia atpažinti kognityvinį autoritetą.

P. Wilsono teigimu, kognityvinis autoritetas – tai ne tik ypatybė, susijusi tik su individais; konkretus straipsnis, knyga, instrumentas ar organizacija gali būti matomi kaip žinių pagrindas (Wilson, 1983, p. 21). K. Tuominenas ir R. Savolainen (1997) pateikia pavyzdį, kad universitetas ar mokslinius tyrimus atliekanti įstaiga dažnai asocijuojama su kolektyviniu kognityviniu autoritetu, kuris iš dalies nepriklausomas nuo individualių tyrėjų charakteristikų ar veiksmų. Pokalbyje panaudotas informacijos šaltinis bus asmeninis šaltinis (pavyzdžiui, specialistas, kuris domisi pokalbyje plėtojama tema) ar dokumentas kaip šaltinis (statistika, bibliografija). Kartais bibliografinės nuorodos į informacijos šaltinius yra labai neaiškios: „Visi tyrėjai sutaria dėl X validumo ir statistika rodo, kad alternatyvus Y neparemia mūsų strateginių tikslų“ (Tuominen, Savolainen, 1997, p. 138). Tai reiškia, kad bet kokia informacija gali būti laikoma kognityviniu autoritetu, tačiau kiekvienam individui būdingi skirtingi kognityviniai autoritetai, atsižvelgiant į jo poreikius, išsilavinimą, išsikeltus tikslus. Remiantis P. Wilsonu (1983), kognityvinis autoritetas suprantamas kaip tas, kuris vartotojui daro tokią įtaką, kad šis pripažįsta kognityvinį autoritetą tinkamu, nes jo pateikiama informacija yra patikima ir verta pasitikėjimo. Šiuo atveju kandidato į prezidentus naudojami kognityviniai autoritetai turėtų padėti rinkėjui nuspręsti, ar jie atitinka jam pačiam priimtinus kognityvinius autoritetus. Pasirinkti kognityviniai autoritetai atskleidžia kandidato ir rinkėjo ar kandidato su kandidatu bendrystę arba skirtumus, nes kognityvinis autoritetas yra tas, kurį atpažįstu kaip tinkamai mane veikiantį ir atskiriu nuo netinkamai veikiančio. „Asmuo, kurį atpažįstu kaip savo kognityvinį autoritetą, yra tas, kuriam, mano nuomone, turėtų būti leista daryti mano mąstymui įtaką“ (Wilson, 1983, p. 15).

Vertinant kandidatus į prezidentus, kognityvinio autoriteto išskyrimas yra svarbus duomuo, nes kandidatai priversti remtis kognityviniais autoritetais, kadangi sprendžia įvairius klausimus, nors jų pačių profesinė specializacija dažnai yra siauros srities ir nebūtinai sutampa su sprendžiamais klausimais.

K. Tuominenas ir R. Savolainen (1997, p. 142–143) suformulavo 11-os kategorijų rinkinį, skirtą vertinti politikų naudojamus kognityvinius autoritetus:

- Asmeninė patirtis ir pastebėjimai: *lankydamasis kaimiškosiose vietovėse sutikau daug žmonių, praradusių tikėjimą savo ateitimi.*
- Asmeninis ekspertinis žinojimas: *būdamas edukologijos srities ekspertas žinau, kaip turėtų būti apsaugoti vaikai.*

- Įgyta patirtis (istorija): *istorija mus moko, kad Suomija turėtų likti konfliktų tarp didžiųjų galių nuošalyje.*
- Statistika: *statistika parodo objektyvią situacijos pusę: nedarbo lygis krito.*
- Populiarioji nuomonė: *žmonės žino, kad įvedus eurą kainos pakilo.*
- Eksperto požiūris: *ekspertas, kalbėjęs komiteto posėdyje, yra prieš šį dokumentą.*
- Rinkėjo požiūris: *aš atstovauju žemdirbiams: aš esu už rinkliavos medienai didinimą.*
- Moralinis kodas arba moralinis autoritetas: *remdamiesi Biblija, turėtume paklusti autoritetui...*
- Institucijos: *mokslas įrodė, kad kamieninių ląstelių tyrimai padės išgydyti daugybę ligų ateityje.*
- Bendrosios koncepcijos: *turi būti atsižvelgiama į ekonominius išteklius, imantis esminių socialinių reformų.*
- Truizmai: *politikai rūpinasi bendraisiais reikalais.*

2. Tyrimo eiga ir metodai

Straipsnio autoriai atliko tyrimą, siekdami išsiaiškinti, kaip 2014 m. kandidatai į Lietuvos Respublikos Prezidentus (toliau – Prezidentus) argumentuoja savo rinkimų programose ir kokiais kognityviniais autoritetais remiasi siekdami savo tikslų.

Tyrimas vykdytas nuo 2014 m. kovo 1 d. iki 2014 m. birželio 1 d. Analizei pasirinkti nagrinėti visų kandidatų (iš viso 7, žiūrėti 1 lentelę) į Prezidentus oficialių rinkiminių programų tekstai, nes tai vienintelis visus kandidatus vienijantis panašios formos ir turinio koncentruotos informacijos šaltinis. Kandidatų programos talpintos oficialiose jų interneto svetainėse (pvz., www.balcytis.lt), nuorodų sąrašas pateikiamas straipsnio pabaigoje.

Tiriamoji medžiaga analizuota kiekybiniu turinio analizės ir kokybiniu diskurso analizės metodais. Analizės etapai:

1. Tiriamoji medžiaga koduota remiantis K. Tuomineno ir R. Savolaineno (1997) suformuluotomis 11-a kognityvinių autoritetų kategorijų, išskiriant kiekvieno kandidato pateikiamus argumentus.
2. Apskaičiuotas kiekvienos oficialios programos spaudos ženklų skaičius ir naudojamų kognityvinių autoritetų skaičius. Išvestas rodiklis – kognityvinių autoritetų tankis (naudojamų argumentų kiekis – 1000 spaudos ženklų).
3. Išskirtos 5 kognityvinių autoritetų kategorijos, straipsnio autorių laikytinos patikimiausiais ir reikšmingiausiais argumentais, remiantis įrodymais

grįstos politikos koncepcija (statistika, institucijos, ekspertinis žinojimas, eksperto požiūris ir įgyta patirtis [istorija]). Šios kategorijos analizuotos kokybiškai, nustatant jų naudojimo pagrindžiant tam tikros temos argumentus dėsningumus ir nurodant tipiškesnius kandidatų argumentavimo bruožus.

1 lentelė. Tyrimui atrinkti kandidatai į Prezidentus ir rinkimų rezultatai
(2014 m. gegužės..., 2014)

*Table 1. Candidates to the Presidents selected for the research and result of the elections
(2014 m. gegužės..., 2014)*

| Nr. | Kandidatas | Kokios partijos, politinės organizacijos narys yra (buvo) (nurodo patys kandidatai) | Balsai | Proc. (nuo dalyvavusių rinkėjų) |
|-----|---------------------|---|--------|---------------------------------|
| 1. | Dalia GRYBAUSKAITĖ | nuo 1990 m. liepos – nepartinė | 612485 | 45,92 |
| 2. | Zigmantas BALČYTIS | Lietuvos socialdemokratų partijos narys | 181659 | 13,62 |
| 3. | Artūras PAULAUSKAS | Darbo partijos narys | 160139 | 12,01 |
| 4. | Naglis PUTEIKIS | buvo TS-LKD narys nuo 1995 iki 2014 m., išstojo dėl partijos sunomenklatūrėjimo | 124333 | 9,32 |
| 5. | Valdemar TOMAŠEVSKI | Lietuvos lenkų rinkimų akcija | 109659 | 8,22 |
| 6. | Artūras ZUOKAS | Nenurodė | 69677 | 5,22 |
| 7. | Bronis ROPĖ | Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga | 55263 | 4,14 |

3. Kognityvinių autoritetų kategorijos ir jų tankis

K. Tuomineno ir R. Savolaineno (1997) išskirtos kognityvinių autoritetų kategorijos apima įvairaus pobūdžio argumentus: tai ir asmeninės pozicijos išsakymas, ir rėmimasis kitų sričių ekspertų teiginiais, statistiniais įvairių tyrimų duomenimis, institucijomis ir joms suteiktomis normatyvinėmis teisėmis, tarp kognityvinio autoriteto kategorijų patenka ir abstraktūs, savaimė suprantamais laikomi pasakymai ar posakiai (truizmai) bei bendrosios koncepcijos.

Analizuojant kandidatų į Prezidentus rinkimines programas identifikuotos ir užkoduotos visos 11-a kognityvinių autoritetų kategorijų, tačiau jų skaičius tarpusavyje gerokai skyrėsi: pavyzdžiui, mažiausiai – tik po 3 kartus visoje tiriamojoje medžiagoje užfiksuotos asmeninio ekspertinio žinojimo ir rinkėjo požiūrio kategorijos:

- [asmeninis ekspertinis žinojimas] „Mano profesinė veikla 16 metų buvo ir yra susieta su savivaldos institucijų veikla. Geriausiai žinau Vilniaus regiono savivaldybių darbą, nors gerai išmanau ir esu susipažinęs su kitų Lietuvos regionų problemomis“ (V. Tomaševski);
- [rinkėjo požiūris] „Valstybės Prezidentas turi gerbti ir vykdyti tautos referendumo sprendimą ir nutraukti Visagino AE projektą bei uždaryti Visagino AE valstybinę įmonę, kuri kasmet valstybei kainuoja daugiau nei 100 mln. litų“ (B. Ropė).

Daugiausia (146 kartai) užfiksuota asmeninės patirties ir pastebėjimų, taip pat institucijų kategorijos (60 kartų):

- [asmeninė patirtis ir pastebėjimai] „Negaliu taikstyti, kad šilumos kainos jau daugelį metų skurdina Lietuvos šeimas“ (B. Ropė);
- [institucijos] „Esame NATO dalis. Lietuvos saugumas priklauso nuo aljanso efektyvumo. Turime skirti reikiamas lėšas krašto gynybai ir prisidėti prie NATO misijų“ (Z. Balčytis).

Tokie šių kognityvinių autoritetų naudojimo ypatumai leidžia daryti prielaidą, kad kandidatai į Prezidento postą nelinkę savo ekspertinių žinių laikyti pagrįstais argumentais, o ir rinkėjų požiūrį vertina tik kaip svarų savo teiginių pastiprinimą. Vietoj to dažniausiai vartojami asmeniniai pastebėjimai ir patirtys gali reikšti, kad siekiama paveikti rinkėjus pateikiant savo argumentus iš asmeninės pozicijos, taip tarsi prisiartinant prie *paprasto žmogaus*, rinkėjo, gyvenimiškų situacijų (B. Ropės aukščiau išskirta citatos dalis „skurdina Lietuvos šeimas“). Galima daryti prielaidą, kad emocinio ryšio užmezgimas laikomas svarbesniu nei konstruktyvūs faktai ir argumentai.

Kita vertus, institucijos yra antras pagal dažnumą vartojamas kognityvinis autoritetas, kuris straipsnio autorių suvokiamas ne tik kaip ekspertinės įstaigos, bet ir kaip normatyvinės, reguliuojamosios valstybės atramos (pavyzdžiui, namų renovacijos programa, Europos Sąjungos struktūrinių fondų mechanizmas ir pan.). Panašaus pobūdžio yra ir kita kognityvinio autoriteto kategorija – statistika (49 kartai). Ji suvokiama tiek kaip konkretūs statistiniai skaičiavimai, tiek kaip įvairių tyrimų duomenys:

- [statistika] „Pagal antimonopolinės politikos efektyvumą esame 96 vietoje (iš 139 pasaulio šalių)...“ (A. Zuokas).

Panašiu dažnumu vartojamos šios kategorijos: truizmai (35 kartai), moralinis autoritetas (24 kartai), bendrosios koncepcijos (18 kartų) ir populiarioji nuomonė (16 kartų). Truizmai – tai tokie teiginiai, kurie yra savaime suprantami ir nieko naujo neteigiantys, dažnai turintys banalumo atspalvį:

- [truizmas] „Nė vienas žmogus neturi būti paliktas likimo valioje“ (D. Grybauskaitė).

Panašiai ir remiantis bendrosiomis koncepcijomis iš esmės nesiremiam jokių argumentuotu įrodymu, veikia nuostata *taip turi būti*, turinčia normatyvinio kalbėjimo toną:

- [bendroji koncepcija] „Tik saugioje aplinkoje įmanoma užtikrinti brandžios demokratinės konstitucinės santvarkos funkcionavimą, stabilų ekonomikos augimą...“ (A. Paulauskas).

Dažnai aiškiai neapibrėžiama ir populiariosios nuomonės kategorija, turinti panašumų su truzmais, visuomenėje gajomis nuostatomis ir požiūriais į vykstančius procesus. Moralinio autoriteto kategorija apima ne tik religijos, bet ir tradicinių vertybių, tokių kaip šeima, kultūra, sąžinė ar doras gyvenimo būdas, autoritetumą:

- [populiarioji nuomonė] „Kita vertus, pasisakau prieš pasyvią gerovę, esu prieš tai, kad galima būtų iš vieno paimti ir išdalinti kitiems“ [V. Tomaševski];
- [moralinis autoritetas] „Aktyviai pasisakau už tradicinės šeimos vertybes, jos palaikymą ir stiprinimą, ypatingą dėmesį vaikams, ypač iš mažiau ap rūpintų šeimų, bei negimusių vaikų apsaugai“ (V. Tomaševski).

Labai mažai dėmesio skiriama 2 kategorijoms: eksperto požiūriui (5 kartai) ir istorinei patirčiai (8 kartai). Šios kategorijos, straipsnio autorių nuomone, labai reikšmingos, plačiau bus nagrinėjamos kitame skyriuje.

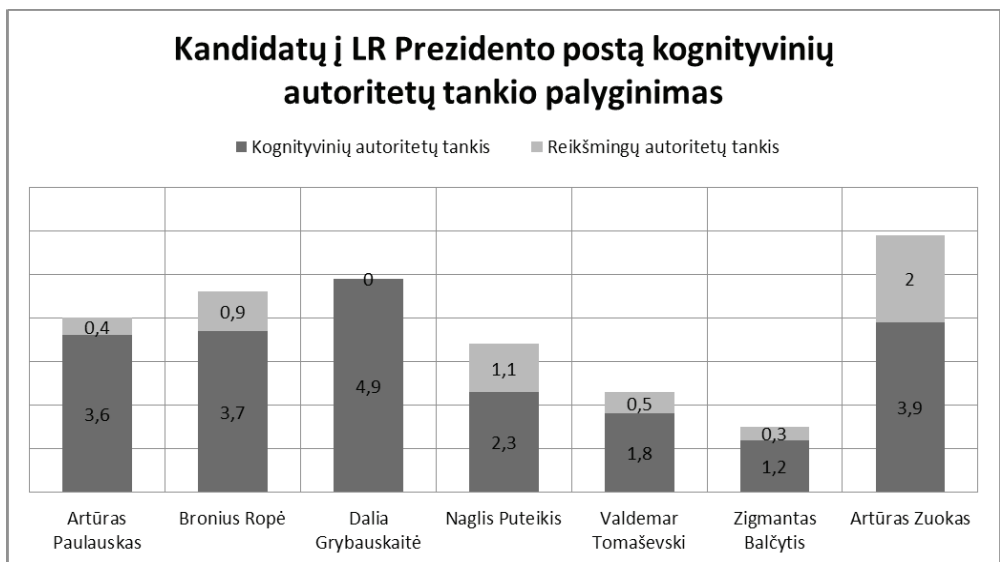
2 lentelėje matyti, kaip skiriasi kiekvieno kandidato į Prezidentus rinkiminės programos dydis, kiek užfiksuota įvairių kognityvinių autoritetų ir kiek iš jų yra reikšmingi kritinio informacijos vertinimo požiūriu. Išvestas bendras rodiklis – kognityvinių autoritetų tankis 1000 spaudos ženklų – leidžia palyginti kiekvieno kandidato tiriamosios medžiagos autoritetumą.

Didžiausia kognityvinių autoritetų koncentracija užfiksuota D. Grybauskaitės rinkimų programoje (4,9 punkto), nors šios kandidatės programa pati trumpiausia. Mažiausia autoritetų koncentracija – Z. Balčyčio ir V. Tomaševskio programose, nors pastarojo kandidato programa tik šiek tiek trumpesnė nei visų kitų kandidatų programų bendras spaudos ženklų skaičius.

Kaip reikšmingus kognityvinius autoritetus straipsnio autoriai įvardija statistiką, institucijas, istorinę patirtį, asmeninio ekspertinio žinojimo ir kito eksperto požiūrį. Šie autoritetai laikytini patikimesniais, nes pateikiama nešališka informacija (statistika, tyrimų duomenys), remiamasi istoriniais faktais, ekspertinėmis asmenų ar gerai žinomų institucijų žiniomis. Diagramoje žemiau palyginta, kaip skiriasi kandidatų į Prezidento postą bendras kognityvinių autoritetų ir reikšmingų autoritetų tankis.

2 lentelė. Kognityvinių autoritetų tankis kandidatų rinkiminėse programose
Table 2. Density of the cognitive authorities in candidates electional programmes

| Kandidatas į Prezidentus | Rinkiminės programos spaudos ženklų skaičius (su tarpais) | Kognity- vinių autoritetų skaičius | Kognity- vinių autoritetų tankis (1000 spaudos ženklų) | Reikšmingų autoritetų skaičius | Reikšmingų autoritetų tankis | Reikšmingų autoritetų proc. nuo viso autoritetų skaičiaus |
|-----------------------------|--|---|---|--------------------------------------|------------------------------------|--|
| Artūras PAULAUSKAS | 14831 | 54 | 3,6 | 6 | 0,4 | 11,1 |
| Artūras ZUOKAS | 19981 | 77 | 3,9 | 40 | 2,1 | 53,8 |
| Bronius ROPĖ | 10645 | 39 | 3,7 | 10 | 0,9 | 24,3 |
| Dalia GRYBAUSKAITĖ | 1821 | 9 | 4,9 | 0 | 0 | 0,0 |
| Naglis PUTEIKIS | 18418 | 43 | 2,3 | 21 | 1,2 | 52,2 |
| Valdemar TOMAŠEVSKI | 71223 | 129 | 1,8 | 36 | 0,6 | 33,3 |
| Zigmantas BALČYTIS | 13282 | 16 | 1,2 | 4 | 0,3 | 25,0 |



1 pav. Kognityvinių autoritetų tankio palyginimas
Fig. 1. Comparison of cognitive authorities density

1 paveiksle ypač išsiskiria D. Grybauskaitės autoritetų tankis, nes kandidatės programoje neužfiksuotas nė vienas reikšmingas kognityvinis autoritetas. Gerokai krito ir A. Paulausko bei B. Ropės tankio skaičius, geriausiai šiuo požiūriu vertintinos A. Zuoko ir N. Puteikio rinkimų programos.

Toliau straipsnyje tikslinga aptarti reikšmingų kognityvinių autoritetų ypatumus kandidatų į Prezidento postą rinkiminėse programose. Kaip minėta, reikšmingomis autoritetų kategorijomis laikytinos šios: istorinė patirtis, statistika, institucijos, eksperto požiūris ir asmeninis ekspertas. Šios kategorijos bus nagrinėjamos kokybinės diskurso analizės metodu, struktūruojant analizę tokiais aspektais: kokioms temoms išryškinti naudojamos reikšmingų autoritetų kategorijos, kognityviniai autoritetai pasitelkiami siekiant akcentuoti kaitos būtinybę ar pagrindžiant stabilumą, koku emociniu tonu pateikiami reikšmingi kognityviniai autoritetai.

Statistika. Analizuojant statistinių duomenų ir tyrimų rezultatų pateikimą rinkiminėse programose ypač aiškiai išsiskiria keli statistikos naudojimo būdai: didžioji dalis statistikos naudojimo motyvų pagrįsti būtina kaita, kurią sieks įgyvendinti kandidatas, jei bus išrinktas Prezidentu. Be to, pastebėta, kad dauguma kandidatų nenurodo statistikos ar kitų duomenų šaltinių – nuorodas pateikia tik A. Zuokas ir N. Puteikis.

Būtinybė keisti dabartinę situaciją įvairiose srityse pagrindžiama statistiniais duomenimis. Šie gali būti tiek abstraktūs, tiek konkretūs, išreikšti skaičiais:

„**Pakankamas aukštąjį išsilavinimą turinčių asmenų lygis** skatina stabilų ir pažangų ekonomikos bei produktyvumo augimą...“ (A. Paulauskas) (paryškinta straipsnio autorių).

„Per pastaruosius 15 metų Lietuva prarado daugiau nei **700 000 savo piliečių**, o politikų skaičius ir valstybės tarnybos aparatas tik **didėjo**“ (A. Zuokas).

Statistiniai duomenys laikomi autoritetingais įrodymais įvairiose srityse: ypač dažnai aptariamos ekonominės ir socialinės politikos problemos (konkurencinumas rinkoje, emigracijos mastai, monopolijos, neįgaliųjų socialinė integracija, mokesčių sistemos reformos ir pan.), mažai dėmesio tenka valstybės saugumo, švietimo ir teismų sistemoms. Statistika nepagrindžiamos tokios temos kaip užsienio politika, finansai, aplinkosauga ir kt.

Pažymėtina, kad socialinės politikos statistiniai duomenys beveik visais atvejais turi neigiamą emocinį atspalvį, išreiškiamą tokiais pavyzdžiais:

„Valstybė **netapo saugiais tautos namais**. Per penkerius metus Lietuva neteko beveik 230 000 piliečių...“ (N. Puteikis).

„Nuo 2009 m. iki 2013 m. skurdas padidėjo 3 procentais, tai yra 184 tūkstančiais daugiau žmonių <...> Nepasirašysiu nei vieno įstatymo, kuris **blogins žmonių gyvenimą**“ (A. Zuokas).

Nors ir netiesiogiai, stilistinis emocinis kalbos atspalvis suteikia statistiniams duomenims daugiau įtaigos ir sustiprina kandidato argumentus. Kita vertus, kritiškas požiūris į statistinius duomenis leidžia pastebėti, kad dauguma kandida-

tų nesivargina nurodyti šių duomenų šaltinių. Tik du kandidatai – N. Puteikis ir A. Zuokas kai kuriuos statistinius duomenis susieja su jų kilmės šaltiniu, pavyzdžiui, „Eurostat“ duomenys, „Eurobarometro“ tyrimas, PISA programos tyrimas (A. Zuoko rinkiminėje programoje), Pasaulio ekonomikos forumo duomenys, Ūkio ministerijos, Lietuvos verslo konfederacijos duomenys (N. Puteikio rinkiminėje programoje).

Institucijos. Šios reikšmingų autoritetų kategorijos ryškiausias bruožas – institucijos gali būti suprantamos ne tik kaip tam tikros oficialios įstaigos, valdžios struktūros, bet ir kaip reguliuojamosios teisės normos, įvairių organizacijų standartai, įgyvendinamos programos ir t. t. Institucija laikytina ir Prezidento pareigybė, kurią kandidatai į Prezidento postą savo rinkiminėse programose gana dažnai įvardija:

„...nemenkindamas užsienio politikos svarbos, esu nuomonės, kad **Prezidentas** pirmiausia turi rūpintis valdomos valstybės visuomenės raidos klausimais, **jo institucija** turi būti socialinio stabilumo bei ekonomikos klestėjimo garantas“ (V. Tomaševski).

Analizuojant prezidento instituciją kaip reikšmingą kognityvinį autoritetą neaptikta stipresnių emocijų kalbos atspalvių: ši institucija aprašoma gana oficialiai, remiantis prezidentui suteikiamomis galiomis:

„**Prezidentas** skiria ir teikia atleisti teisėjus, todėl siekiu, kad teisėjų kandidatūros būtų vertinamos ypač atidžiai, o susikompromitavę teisėjai nesulauktų jokio pasigailėjimo“ (A. Paulauskas).

Institucijų autoritetų kategorija dažniausiai naudojama išlaikant teisinės sistemos, socialinės politikos ir valstybės saugumo temų ribas, labai menkai instituciškai pagrindžiamos ekonomikos, užsienio politikos, finansų sistemos ir kitos temos. Daugiau emocinio krūvio šiuo atveju vėlgi turi socialinės politikos temos, kiek mažiau – teisinės sistemos aspektai ir saugumo politika. Pabrėžtina, kad teisinės sistemos institucijos naudojamos kaitos būtinybei pagrįsti, o valstybės saugumo institucijos – stabilumui ir saugumui užtikrinti:

„**Teismų praktika** rodo, kad PVM **grobstytojams** dažniausiai skiriamos nedidelės piniginės baudos, nors iš valstybės **vagiami milijonai**. Tokia praktika yra ydinga ir skatina nesąžiningus verslininkus užsiiminėti šia veikla“ (V. Tomaševski).

„Esame saugūs, todėl savo politikos su kaimynais negalime grįsti konfliktais. **ES ir NATO** bendras balsas bus girdimas geriau, nei pavieniai pareiškimai“ (A. Zuokas).

Instituciškai grindžiama socialinė politika neturi tokio neigiamo emocinio atspalvio kaip naudojant statistinius duomenis, siekiama labiau argumentuoti galimų naujų socialinių paslaugų naudą ir teigiamą efektą:

„**Viskas įmanoma – net ir sugrįžti namo.** Nauja **būsto programa** Lietuvos žmonėms – tai galimybė jaunimui ir jaunosms šeimoms apsirūpinti būstu nesiskolinant iš banko“ (A. Zuokas).

Taigi institucijos, kaip kognityvinių autoritetų kategorija, yra viena gausiausiai naudojamų reikšmingų autoritetų kategorijų kandidatų į Prezidento postą rinkiminėse programose. Institucijos pasiūlymi mažesniu emociniu atspalviu nei statistiniai duomenys, daugiausia instituciškai grindžiama teisinė sistema, socialinė ir valstybės saugumo politika.

Istorinė patirtis. Ši reikšmingų autoritetų kategorija yra daug menkesnė nei anksčiau aptartos statistikos ir institucijų kategorijos. Istorinę patirtį savo rinkimų programose mini tik trys kandidatai: N. Puteikis, V. Tomaševskis ir A. Zuokas. Istorinė patirtis kandidatų tekstuose atsiskleidžia tiek kaip sektinas pavyzdys (senoji architektūra, kultūra, religija), tiek kaip klaidos, kurių reikia vengti dabartyje (branduolinės katastrofos, okupacija, teritoriniai konfliktai). Istorija daugiausia įterpiama kaip argumentas kalbant apie valstybės saugumą ir kultūrinį gyvenimą:

„Norint išvengti **1940 metų klaidų** ir užsitikrinti Lietuvos saugumą naujų grėsmių bei iššūkių akivaizdoje, būtina peržiūrėti ir iš esmės atnaujinti valstybės gynybos ir užsienio politiką“ (N. Puteikis).

„Iki šių dienų mes **su pasididžiavimu** parodome svečiams nuostabius Vilniaus, Kauno, Klaipėdos **viduramžių senamiesčius, puikias kitų vietovių bažnyčias...**“ (V. Tomaševski).

Nors istoriją galima pasitelkti, siekiant pagrįsti dabarties situaciją ir praeities klaidas, tačiau kandidatai į Prezidento postą šiai kognityvinių autoritetų kategorijai didelės reikšmės neteikia. Dar mažiau dėmesio skiriama *eksperto požiūriui ir asmeniniam ekspertiniam žinojimui*.

Šios kategorijos naudojamos tik tų pačių trijų kandidatų (N. Puteikio, A. Zuoko ir V. Tomaševskio). Eksperto požiūris susiejamas su valstybės saugumo, švietimo sistemos, religijos ir kitais aspektais. Eksperto požiūris yra cituojamas, jam kandidatai pritaria:

„Tešiu **Prezidento Valdo Adamkaus** Lietuvos viziją „Laisvas žmogus, atvira visuomenė, stipri valstybė“. Stipri šiuolaikinė valstybė – tai ne stipri valdžia. Tikroji šalies stiprybė remiasi ne valdžios prislėgtų žmonių paklusnumu, bet privačia piliečių iniciatyva...“ (A. Zuokas).

Galima pastebėti, kad naudojant ekspertų požiūrio autoritetų kategoriją galima sudominti tuos rinkėjus, kurie pasitiki ir tiki tų ekspertų žiniomis bei patirtimi,

tačiau kaip matyti iš kandidatų rinkimų programų, ekspertų požiūrio kategorija beveik nenaudojama saviems argumentams pagrįsti. Trūksta ir pačių kandidatų ekspertinių žinių eskalavimo, kas galbūt padidintų potencialių rinkėjų palankumą.

Išanalizavus penkias reikšmingų kognityvinių autoritetų kategorijas galima išskirti keletą tipiškesnių tendencijų: kandidatai į Prezidento postą labiausiai naudoja statistika ir institucijomis grįstus argumentus, kurie gali būti išsakomi tiek neutraliai, tiek su emociniu atspalviu. Reikšmingos autoritetų kategorijos sustiprina kandidatų argumentus aptariant ekonomikos, socialinės politikos, saugumo, teisinės sistemos temas, tačiau argumentai gali būti tiek nukreipti prieš esamą politinę situaciją, tiek ir ją palaikyti.

Išvados

2014 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kampanijos dalyviai savo rinkimų programose teikdami siūlymus dėl valstybės valdymo efektyvumo didinimo menkai pagrindžia juos reikšmingais kognityviniais autoritetais, tokiais kaip statistika, institucijos, istorinė patirtis, asmeninio ekspertinio žinojimo ar kito eksperto požiūris. Vyraujantis reikšmingų kognityvinių autoritetų procentas siekia nuo 0 iki 33 proc. Nesant analogiškų tyrimų kitose šalyse ir neturint teorinio modelio, sudėtinga vienareikšmiškai teigti, kad šis rezultatas yra neigiamas, vidutiniškas ar teigiamas. Vis dėlto dera kelti diskusinį klausimą, koks turėtų būti reikšmingų kognityvinių autoritetų tankis rinkiminėje programoje, kad galėtume ją laikyti pakankamai kokybiška, parengta laikantis įrodymais grįstos politikos principų? Tai vertinant reikia atkreipti dėmesį į kontekstą: jas rengė asmenys, kandidatuojantys į svarbiausią valstybės pareigybę, laikytini tos valstybės politikos elitu.

Remiantis A. Lupia, M. McCubbinso ir S. Popkinso (2000), R. Nadeau ir kt. (2008), Rohini Pande (2011) įžvalgomis dėl tinkamo rinkėjų informavimo reikšmės kuriant demokratinę visuomenę, padedant išrinkti tinkamus politikus, galima teigti, kad nustatytas rezultatas yra tarp neigiamo ir vidutinio. Laikytina, kad reikšmingiems kognityviniams autoritetams nesudarant 50 proc. visų naudotų kognityvinių autoritetų, galima identifikuoti nenorą tinkamai informuoti savo rinkėjų, nes didesnę dalį pateikiamų siūlymų (nuo 67 iki 100 proc., 5 kandidatai) sudaro emociingi palyginimai, asmeninės nuostatos, kognityviniai autoritetai naudojami siekiant suteikti neigiamą atspalvį. Galima daryti išvadą, kad kandidatai sudarė mažesnes nei vidutiniškas sąlygas rinkėjams būti kokybiškai informuotiems. Be to, galima teigti, kad įrodymais grįsta politika nėra mūsų politikos elito pasirinktas būdas komunikuoti su rinkėjais.

Remiantis P. Wilsono (1983) kognityvinių autoritetų teorija, galima teigti, kad kandidatai į Prezidentus derina naudojamus kognityvinius autoritetus prie įsivaiz-

duojamiems rinkėjams priimtinių ir artimų kognityvinių autoritetų. Laikytina, kad emocinio ryšio užmezgimas yra svarbesnis nei konstruktyvūs faktai ir argumentai. Be to, išryškėjo, kad rinkėjų požiūris labai menkai vertinamas kaip svarus rinkiminės programos teiginių pastiprinimas.

Jei pagal reikšmingų kognityvinių autoritetų naudojimą būtų vertinamas ir kandidatų į Prezidento postą rinkimų rezultatas pirmajame rinkimų ture, daugiausia balsų turėjo surinkti A. Zuokas ir N. Puteikis, tačiau pirmojo rinkimų turo rezultatai perša paradoksalią išvadą, kad rinkimų rezultatas atvirkščiai proporcingas reikšmingų autoritetų tankiui kandidatų rinkimų programose: per pirmą turą daugiausiai balsų surinko D. Grybauskaitė (jos reikšmingų autoritetų tankis yra 0) ir Z. Balčytis (jo reikšmingų autoritetų tankis yra 0,3). Taigi Prezidento rinkimų rezultatus didžiąja dalimi lemia ne kandidatų rinkimų programų pagrįstumas, bet kiti aspektai, dėl to ateityje tikslinga analizuoti ir kandidatų kalbas TV ar radijo laidoje, viešuose debatuose, įtraukti į tyrimų lauką vaizdinį diskursą (plakatus, reklamas, neverbalinę kandidatų komunikaciją), rinkėjų pasirinkimo motyvų analizę.

Pažymėtina, kad rinkiminės programos pasirinktos nagrinėti dėl to, kad kandidatai jose turi galimybę parodyti savo intelektinį potencialą, nes rinkiminės programos rengiamos iš anksto ir tai gali būti padaryta pasitelkiant į pagalbą rinkiminio štabo narius. Būsimoose tyrimuose būtų pravartu taikant analogišką metodologiją iširti rinkimines programas šalyse, kuriose stipri įrodymais grįstos politikos tradicija, ir palyginti rezultatus su šiame straipsnyje aprašytais rezultatais.

Gauta 2015 01 12

Pasirašyta spaudai 2015 03 17

Literatūra

- 2014 m. gegužės 11 d. Respublikos Prezidento rinkimai: rinkimų rezultatai [interaktyvus]. Lietuvos Respublikos vyriausioji rinkimų komisija, 2014 05 18. Prieiga internete: http://www.2013.vrk.lt/2014_prezidento_rinkimai/output_lt/rinkimu_diena/rezultatai_isankstiniai.html [žiūrėta 2015 02 08].
- Bringing Evidence-Driven Progress to Education: a Recommended Strategy for the U.S. Department of Education* (2002). Report of the Coalition for Evidence-Based Policy [interaktyvus]. Prieiga internete: http://coalition4evidence.org/wp-content/uploads/2012/12/Evid-based_educ_strategy_for_ED.pdf [žiūrėta 2014 03 15].
- Carpini, M. X. D., Keeter, S. (1997). *What Americans Know about Politics and why it Matters*. New Haven: Yale University Press. ISBN 9780300072754.
- Lupia, A., McCubbins, M. D., Popkin, S. L. (2000). *Elements of reason: cognition, choice, and the bounds of rationality*. Cambridge; New York: Cambridge University Press. ISBN 0521653290.
- Mikulskienė, B. (2008). Įrodymais grįstos politikos apraiškos Lietuvos viešojo administravimo institucijose. *Jurisprudencija*, Vol. 5, No. 107: 79–86.
- Nadeau, R., Nevitte, N., Gidengil, E., Blais, A. (2008). Election Campaigns as Information Campaigns: Who Learns What and Does it Matter? *Political Communication*, Vol. 25, No. 3: 229–248. DOI 10.1080/10584600802197269.
- Pande, R. (2011). Can informed voters enforce better governance? Experiments in low-income democracies. *Annual Review of Economics*, Vol. 3, No. 1: 215–237.

- Potter, J. (1996). *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. SAGE. ISBN 9780803984110.
- Sackett, D. L., Rosenberg, W. M. C., Muir Gray J. A., Haynes, R. B., Richardson, W. S. (1996). Evidence based medicine: what it is and what it isn't. *BMJ: British Medical Journal* 312:7023: 71–72.
- Shortell, S. M., Zazzali, J. L., Burns, L. R., Alexander, J. A., Gillies, R. R., Budetti, P. P., Waters, T. M., Zuckerman, H. S. (2001). Implementing evidence-based medicine: the role of market pressures, compensation incentives, and culture in physician organizations. *Medical care*, Vol. 39, No. 7: 1–62.
- Šipaitė, S. (2011). *Įrodymais grįsta politika: Alkoholio kontrolės politikos įgyvendinimas Lietuvoje*. Magistro darbas. Vytauto Didžiojo universitetas. Prieiga per: http://vddb.library.lt/obj/LT-eLABa-0001:E.02~2011~D_20110609_090026-44381 [žiūrėta 2014 04 21].
- Tamutienė, I. (2010). Įrodymais grįstos alkoholio vartojimo reguliavimo politikos priemonės ir jų taikomumas Lietuvoje. *Public policy and administration*, No. 33: 103–114.
- Tarptautinių žodžių žodynas*. (2003). 2-as patais. leid. Vilnius: Alma littera. ISBN 9955081007.
- Tranfield, D., Denyer, D., Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*, Vol. 14, No. 3: 207–222.
- Tuominen, K., Talja, S., Savolainen, R. (2002). Discourse, cognition, and reality: Toward a social constructionist metatheory for library and information science. *Proceedings of the Fourth International Conference on Conceptions of Library and Information Science (CoLIS): Emerging Frameworks and Methods*. Libraries Unlimited, Greenwood Village [online], p. 271–283.
- Tuominen, K., Turja, T. (2007). Use of social scientific information in parliamentary discussion. *Advances in library administration and organization*, Vol. 25: 133–154.
- Wilson, P. (1983). *Second-hand knowledge: an inquiry into cognitive authority*. Greenwood Press. ISBN 9780313237638.
- Wlezien, C. (1995). The Public as Thermostat: Dynamics of Preferences for Spending. *American Journal of Political Science*, Vol. 39, No. 4: 981. DOI 10.2307/2111666.

Šaltiniai:

- Kandidatės į LR Prezidentus Dalios Grybauskaitės interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://grybauskaite2014.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Kandidato į LR Prezidentus Artūro Paulausko interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://arturaspaulauskas.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Kandidato į LR Prezidentus Broniaus Ropės interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.rope2014.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Kandidato į LR Prezidentus Naglio Puteikio interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://puteikis.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Kandidato į LR Prezidentus Valdemar Tomaševski interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.vtomasevski.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Kandidato į LR Prezidentus Zigmanto Balčyčio interneto svetainė [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://balcytis.lt/> [žiūrėta 2014 05 02].
- Nepriklausomo kandidato į LR Prezidentus Artūro Zuoko rinkimų programos gairės [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.slideshare.net/MerasZuokas/artro-zuoko-prezidento-rinkim-programa> [žiūrėta 2014 05 02].

EVIDENCE BASED POLICY: CASE ANALYSIS OF 2014 THE LITHUANIAN PRESIDENTIAL ELECTION CAMPAIGN

Vincas Grigas, Simona Juzėnienė

Summary

The article poses the question whether the proposals with regard to the issues of state government submitted by participating candidates of the Lithuanian presidential election campaign 2014 were reasoned, i.e. based on facts, references to research, authoritative sources, situation analyses, poll results, and theories, or whether the participants were apt to ground their arguments merely on emotional comparisons, isolated examples and personal opinions? The authors of the article presuppose that the content of information messages helps the electors make decisions when participants of the political campaign support arguments of their political position with facts or authorities and provide reference to the origin of such facts when giving them, thus decreasing the lack of information in the context of the electors' choice. Properly informed constituents are better prepared to make decisions and frame their arguments when the texts of a political campaign are sufficiently furnished with arguments (Lupia, McCubbins and Popkins, 2000, p. 53–54).

Analysis of the texts produced by the participants of the political campaign is based on the concept of *evidence based policy*. Authors of this article interpret the term of *evidence based policy* from the perspective of library and information science where the focus is on the use of information sources (Tuominen, Savolainen, 1997). Hence the concept *evidence based policy* is used to describe the process when a politician pursuing to solve a particular problem or meet the posed objectives resorts to arguments supported with certain information. No analysis has hitherto been carried out in Lithuania as to what information participating candidates of the presidential election campaign employ to corroborate their arguments. Analysis of the manifestations of *evidence based policy* in the case of presidential election campaign in the Republic of Lithuania is based on the methodology framed by Kimmo Tuominen and Timo Turja (Tuominen and Turja, 2007). In their article the said researchers analysed the case of the Finnish parliament and examined to what extent politicians are inclined to utilize findings of social science related research to support their arguments. K. Tuominen and T. Turja comprehensively described the methodology intended for the investigation of the nature of information used by politicians in parliamentary debates. In this article K. Tuominen and

T. Turja's methodology is employed to analyse the aptitude of presidential election candidates for the use of information to validate their arguments.

When analysing the substantiation of arguments produced by the candidates of the presidential election campaign with concrete sources of information and/or authorities, the discourse analysis can be utilized by focusing on the investigation "in what way the speakers employ external sources of information in order to justify their propositions and render their arguments comprehensibility and credibility" (Tuominen and Savolainen, 1997, p. 137). According to K. Tuominen and Reijo Savolainen (1997) this type of analysis will help reveal on what cognitive authorities the utterance is based.

According to Patrick Wilson (1983), who coined the term *cognitive authority*, the latter is associated with a person or another source of information which may be coupled with a concrete official or unofficial category which manages or accommodates knowledge of a certain topic. In the assessment of the candidates of the presidential election, identification of the cognitive authority is an important datum as the candidates find themselves under the necessity to rely on cognitive authorities in solving various issues, because their professional specialization at times is in a rather narrow field and does not necessarily consists with the problems that have to be tackled.

The research conducted by the authors of the article aims at establishing how participating candidates of the Lithuanian presidential election campaign 2014 (hereinafter referred to as "the presidential election") reason in their election program and which cognitive authorities they rely on when pursuing suggestiveness of their objectives. The research was carried out in the period from 1 March 2014 to 1 June 2014. Texts of the official election programs of all candidates (7 in total; see Table No. 1) have been subjected to analysis as they are the only source of concentrated information comparable in their forms and contents that is common to all the candidates. The materials were examined invoking the quantitative method of content analysis and the qualitative technique of discourse analysis. Stages of the analysis:

1. The materials were encoded with the help of 11 categories of cognitive authorities framed by K. Tuominen and R. Savolainen (1997), singling out arguments presented by each of the candidates.
2. Number of typographical units and cognitive authorities in each official program was calculated. The derived indicator was the density of cognitive authorities (number of arguments within 1,000 typographical units).
3. Five categories of cognitive authorities were singled out which the authors of the article believe to be the most credible and significant arguments agreeably to the concept of evidence based policy (statistics,

institutions, expert knowledge, expert's opinion and acquired experience (history)). The aforesaid categories were subjected to qualitative analysis which helped identify the regularity of their utilization in substantiating arguments of a certain topic and indicate the most typical features of candidates' reasoning.

Analysis of the five categories of relevant cognitive authorities allowed to distinguish several typical trends: candidates of the presidential election for the most part resort to statistics and institution based arguments which may be uttered both – in a neutral or in an emotionally coloured way. The significant categories of authorities support the candidates' arguments when dwelling on economy, social policy, security and legal system related topics, however, the arguments may be directed both – against the existing political situation or to support it.

When in their election programs participating candidates of the Lithuanian presidential election campaign 2014 make suggestions with regard to the enhancement of the efficiency of state government, they poorly support their proposals with cognitive authorities that could be considered significant, including statistics, institutions, historical experience, personal expert knowledge or another expert's attitude.

A conclusion can be drawn that the conditions to be qualitatively informed that the aforesaid candidates afforded their electorate were below average. Moreover, this suggests that the candidates are not inclined to get involved in an open dialogue and discussion with their constituents. In addition, we can conclude that evidence based policy is not the route that our political elite would opt for when communicating with their constituents.

If the use of relevant cognitive authorities had been viewed as the basis for the assessment of the first round results of the Lithuanian presidential election, A. Zuokas and N. Puteikis should have received the most votes, however, the outcome of the first round of the presidential race suggests a paradoxical conclusion that the results of the elections are inversely proportional to the density of relevant cognitive authorities in the candidates' election programs: D. Grybauskaitė (her density of relevant cognitive authorities totals 0) and Z. Balčytis (his density of relevant authorities amounts to 0.3) received the most votes in the first round. Hence, the outcome of the presidential election for the most part is determined not by the legitimacy of the candidates' election campaigns, but by other aspects, therefore, in the future it would be expedient to analyse the candidates' appearances on TV, in radio programmes and in public debates, include the visual discourse (posters, advertisements, non-verbal communication of the participants) and analysis of the motives of the electorate's choice into the fields of research.

It should be noted that the choice of election programs for analysis was determined by the fact that they are the best possibility for the candidates to exhibit their intellectual potential as election programs are drawn up in advance, their preparation may involve other members of the campaign headquarters which is not possible in the offhand debates on TV or on the radio. Utilizing analogous methodologies in future research it would be expedient to examine election programs in countries manifesting strong evidence based policy traditions and compare the results with research findings described in this article.

