

Dėkoju visiems, padėjusiems kaupti bei analizuoti gautą medžiagą, o ypač žmonai Audrai už kantrybę ir supratimą knygos rengimo metu, Viešųjų ryšių specialistei Kristinai Vaičiūnaitei, kolegoms ir draugams, kritiškai perskaičiusiems šios knygos rankraštį ir davusiems ne vieną vertingą patarimą. Esu dėkingas Virginijui Savukynui bei Ernestui Parulskiui, kurių iniciatyva ir pažadino mano ambicijas plačiai išanalizuoti 2002 m. rinkimų kampaniją.

TURINYS

Ižanga	9
PRIEŠRINKIMINĖ SITUACIJA ŠALYJE	13
Prezidento rinkimų reikšmė	13
Rinkiminės veiklos pradžia	14
Rinkimų sudvejinimas	19
V. Adamkaus ir A. Brazausko priešrinkiminiai sprendimai	21
Naujo tipo politikas	23
Pagrindinių kandidatų rinkiminis potencialas	25
Pirminiai rinkimų scenarijai	28
Situacija elektorato lauke	30
ŽINIASKLAIDOS SISTEMA	40
KANDIDATŲ RINKIMINIO ELGESIO MODELIAI	52
Padėtis centre ir kairėje	52
Padėtis centre ir dešinėje	57
KANDIDATAI Į PREZIDENTUS	64
Pretendentų paieška	64
Kandidatų sąrašas	77
<i>Valdas Adamkus</i>	77
<i>Vytenis Povilas Andriukaitis</i>	80
<i>Vytautas Bernatonis</i>	82
<i>Kazys Bobelis</i>	83
<i>Rimantas Dagys</i>	85
<i>Eugenijus Gentvilas</i>	86
<i>Kęstutis Glaveckas</i>	87
<i>Algimantas Matulevičius</i>	89
<i>Vytautas Matulevičius</i>	91

<i>Rolandas Paksas</i>	92
<i>Artūras Paulauskas</i>	94
<i>Juozas Edvardas Petraitis</i>	96
<i>Algirdas Pilvelis</i>	98
<i>Kazimiera Danutė Prunskienė</i>	99
<i>Vytautas Šerėnas</i>	101
<i>Vytautas Štustauskas</i>	103
<i>Julius Veselka</i>	105
RINKIMŲ STRATEGIJA BEI TECHNOLOGIJA	107
Rinkimų reitingai	109
Lyderio vijimasis	111
Rinkiminiai aljansai	112
Rinkimų technologijos	115
Pseudoįvykiai	118
Ryžtas – rinkiminis efektas	121
Provokacijos	123
Įvaizdis	125
APIBENDRINIMAI	131
<i>Priedas. Rinkimų kampanijos chronologija</i>	134

IŽANGA

2002 m. rinkimai į Lietuvos prezidento postą bei savivaldybių tarybas užgožė viską, kas tuomet vyko politikoje, ekonomikoje ar socialiniame gyvenime. Šioje knygoje neakcentuosime, kas laimėjo rinkimus ar kaip vertinama po rinkimų pasikeitusi situacija. Knygos tikslas – rinkimų proceso, rinkiminių situacijų, kandidatų ir partijų pretenzijų, rinkiminių resursų panaudojimo analizė.

2002 m. rinkimai Lietuvai tampa reikšmingu politiniu slenksčiu žengiant politinės kultūros bei demokratijos keliu. Suprasdami, kad rinkimai yra svarbus politinių jėgų persiskirstymo veiksnys, iššaukiąs daugelį pokyčių visuomenės gyvenime, turime atidžiai išnagrinėti, kas gi atsitiko rinkimų metu ir kaip veikė visi šio proceso dalyviai.

Rinkimai demokratinėje visuomenėje, kur tvirtai įsigalėjusios masinės komunikacijos sistemos, yra panašūs į didelį politinį turgų su visais pirkimo–pardavimo elementais. Tačiau rinkiminė pasiūla išlieka ribota, bet išpūdinga, o paklausos kriterijai konkretūs, bet pretenzingi ir ne visada rinkėjų racionaliai paaiškinami. Prieš rinkimų kampaniją politinės partijos ima ieškoti reikšmingų, prezidentinių ambicijų ir įtaką visuomenėje turinčių asmenybių, tinkančių būti kandidatais į prezidentus. Niekas nenori apsirikti. Tauta laukia herojaus, herojai laukia rinkėjų padaršinimo, o partijos skaičiuoja savo galimybes ir kandidato rėmimo taktiką. Žinia, pergalę lemia rinkėjų valia. Tad rinkiminė kampanija nukreipiama taip, kad pakeistų rinkėjų valią, nes idealu, kai rinkėjas turi ne savo, o partijos ar politiko nuomonę. Geras rinkėjas – tai rinkėjas be nuomonės, tačiau su aiškia rinkimine nuostata. O

geras prezidentas – tai prezidentas, kuris tiesiog „geras“ neturinčiam asmeninės nuomonės rinkėjui.

Koks turėtų būti idealus kandidatas į prezidentus, neįmanoma apibūdinti – tai labai specifiška. Dažniausiai apie idealų kandidatą kalbama būtuojų laiku: po rinkimų ar net pasibaigus kadencijai. Galima rasti daug ir įvairių kandidatų klasifikavimo modelių, tačiau, kaip dažnai būna, kiekvienu konkrečiu atveju tenka kurti naujus, vis kitokius modelius. Nesiekdamas preciziškai išmatuoti visų galimų kandidatų galimybių, manau, kad žemiau pateikiamas, gal šiek tiek lengvabūdiškas, kandidatų suskirstymas leis suvokti, kokie skirtingi gali būti prezidentai pagal gebėjimą lyderiauti, realius politinius tikslus bei savo galimybių suvokimo adekvatumą.

Bet kokios rinkiminės kampanijos kandidatus į prezidentus galima suskirstyti taip:

- į „mėgėjus“, kurie trokšta pamatyti savo pavardę laikraščiuose, išgirsti televizijos ar radijo laidose. Jų niekas nerems, išskyrus keletą užstalės draugų bei priverstus tai daryti šeimos narius;
- į potencialiai rimtus, bet šiandien dar ankstyvus. Jų paskirtis yra subręsti, sukaupti šalininkų ratą ir taip atsverti stipriųjų kandidatų grėsmę, arba tinkamu laiku ir pelningai atiduoti savuosius galimus balsus ir paramą realiam laimėtoju. Už tai po pergalės galima bus tikėtis postų, garbės ir pan.;
- į potencialius laimėtojus. Juos remia partijos, palaiko rinkėjai, finansuoja verslininkai. Tai nėra žmonės iš niekur, jie patyrę politikai – žinomi daugumai, prognozuojami.

Rinkimų štabai dažniausiai siūlo tokius kandidatus, kokius, jų manymu, mes norėtume pamatyti. Ir jei mūsų gyvenimo supratiimas yra primityvus, jei mes linkę priimti įvykius tik emocionališkai, esame priklausomi nuo sentimentų, tai kandidatai pateikiami taip, kad tampa panašūs į muilo operų herojus. Tai normalu, kol neperžengiamas padorumas ir saikas.

Visuomenė nuolat įtraukiama į veiksmą, kur konkuruojama ne dėl realių asmenų propaguojamų vertybių ir ketinimų, bet dėl stereotipuotų politinės veiklos modelių. Politika, rinkimai tampa išskirtine arena, kur kovojama ne tiek už politinius principus ar ideologines tiesas, kiek už tam tikrus socialinius stereotipus, kuriais – kartais visai sąmoningai, kartais ne – pridengiami siauri partiniai ar grupiniai interesai. Įvykiai ir jų vertinimai, atitraukiami nuo realybės, tampa trafaretais, politinei nuomonei atstovaujančiais modeliais, besiremiančiais konvencionalizuotų stereotipų rinkiniu. Taip suprimityvinamas visuomenės dalyvavimas rinkimuose.

Reikia pripažinti, kad 1997 m. prezidento rinkimuose visuomenė iš dalies sugebėjo peržengti jai teikiamą primityvią mobilizacinę elgseną, suformuotą taikant opoziciją „savas–svetimas“ ideologinių kairės–dešinės vertinimų lauke. 2002 m. politikai bei jų rinkiminės komandos stengėsi kuo stipriau kurstyti ir atgavinti šį efektingą vertybinį–klasifikacinį pasiskirstymą, tačiau, kai politikoje nublinksta ideologinė priešstata, priešrinkiminėje kovoje išnyra kiti, „aktualesni“ motyvai. Politikai ima veikti, siekdami priešpastatyti visuomenės grupes ne tiek remdamiesi ideologiniais, kiek socialiniais–klasineis priešstatos kriterijais: visuomenė prieš elitą, ryžtingieji prieš biurokratus. Svarbiausia tampa ne partijų platformų, idėjų ar programų priešstata, o asmenybių konkurencija. Svarbiau ne teikiamo turinio esmė, o tai, kaip pateikiama reikalinga medžiaga, koku stiliumi ir forma¹. Ir mes rinkimės žiūrėdami ne tiek į tai, ką gali vienas ar kitas politikas, kiek į tai, ką jis mums reiškia, ko iš jo tikimės arba tiesiog naiviai vadovavomės emocijomis bei jausmais.

2002 m. rinkimų kampanijos pradžioje vėl ėmėme kalbėti apie Valdą Adamkų, samprotavome apie Algirdą Brazauską, užsiminėme apie Artūrą Paulauską, Kazimierą Bobelį, kaip apie tradici-

¹ Žr.: Kačkajeva A. *Ivaizdžių gamykla: televizija pagrindinis politinių mitų sukūrimo instrumentas* // <http://www.internews.ru/article/imagefab.html>

nus ir tikėtinus kandidatus. Atsirado ir naujų jaunų herojų, kuriems dar teks užsikovoti vietą po prezidentinių rinkimų saule. Privalėjo pasirodyti tie, kurių noras tapti prezidentu dar nepavirto į valią siekti šio posto rimtai, tačiau jėgų išbandymo metas naujiems, „kitos kartos“, politikams jau prasidėjo.

Šioje monografijoje atsisakiau detalios, chronologiškai nuosekliai aprašytos faktologinės rinkiminių įvykių rekonstrukcijos. Rinkimų eigos chronologijai skirtas priedas, kuris pateikiamas monografijos gale. Darbo struktūros logiką formavau remdamasis atraminėmis, mano galva svarbiomis, atspindinčiomis šios rinkiminės kampanijos specifika, problemomis. Todėl kartais gali susidaryti įspūdis, kad vis grįžtama prie įvykių, apie kuriuos jau buvo kalbėta. Toks „grįžimas“ motyvuojamas ne chronologija, o aptariamoms problemoms vieningumu.

Visa ši rinkimų istorija verta dėmesio jau vien todėl, kad esame rinkėjai ir į tokius politinius reiškinius, kaip prezidento rinkimai, turime žvelgti rimtai, supratingai ir bešališkai.

Sąmoningai atsiribojau nuo asmeninių pozicijų, vertinimų ir emocijų deklaravimo, nes tapčiau ne tiriančiu ir analizuojančiu, o tiriamuoju, kalbančiu apie savo asmeninę santykį su objektu. Stengiausi išlaikyti ribą tarp politikos, asmeninių ambicijų ir analizės, netapdamas nei politiku, nei politikuojančiu – tik analizuojančiu. Tačiau visi aprašyti įvykiai nėra išgalvoti, ir bet kokie sutapimai su realiais žmonėmis nėra atsitiktiniai.

Dalis čia pateikiamos medžiagos jau yra publikuota rinkimų metu elektroniniame *Omni Laiko* puslapyje bei straipsniuose „Prezidento rinkimų anatomija“. Taip pat naudojama medžiaga, gauta iš rinkimų štabų, sociologinių tyrimų bei mano kolegų straipsnių.

Monografija skiriama politikams, politologams, žurnalistams, studentams bei politika besidomintiems piliečiams, visiems būsimiems prezidentams.

PRIEŠRINKIMINĖ SITUACIJA ŠALYJE

Prezidento rinkimų reikšmė

Lietuvos respublikos prezidento institucijos galimybės dažniausiai apibrėžiamos per teorijas, nagrinėjančias pusiau prezidentizmo modelius². Prezidentas Lietuvoje nėra tokia įtakinga ir daug galių turinti institucija, kaip Seimas ar Vyriausybė, tačiau simbolinė prezidento galia bei moralinis visos tautos palaikymas sukuria stiprią prezidento galimybių bei įtakos iliuziją. Prezidentas mūsų šalyje tampa savotišku simboliu tautos vadovu, įpareigotu ne tiek vykdyti valdžią, kiek atstovauti moralines tautos ir valstybės ambicijas.

Politikoje prezidento vaidmuo tampa papildomu veiksmu tiems, kuriuos jis remia ir didžiule parama toms politinėms jėgoms bei iniciatyvoms, su kuriomis jis bendradarbiauja. Todėl prezidento rinkimai Lietuvoje tampa svarbiu įvykiu, nes visos politinės partijos suinteresuotos palaikyti šią instituciją. Kita vertus, prezidento vaidmuo viešajame gyvenime tampa tarsi papildomu garantu jį palaikiusių jėgų susitapatinimui su prezidento reputacija, stipria reklama ir akstinu kalbėti su visuomene ne tik remiantis politinėmis programomis, bet ir prezidento autoritetu. Taigi rinkimai į Lietuvos respublikos prezidentus yra ne paprastas techninis aktas politinių jėgų tarpusavio santykiuose, o papildomo, įtakojančio visuomenę, autoritetingo, turinčio daugelį galimybių, komunikacinio kanalo užkariavimas.

² Plačiau apie tai: Lukošaitis A. *Prezidentas Lietuvos politinėje sistemoje: vietos ir galių paieškos*. // *Politologija*, 1998/2 (12). – P. 38–56; Talat-Kelpša L. *Prezidentas ir įstatymų leidyba: Veto teisės naudojimas Lietuvoje*. // *Politologija*, 1998/2 (12). – P. 57–69; Pugačiauskas V. *Pusiau prezidentinio institucinio modelio įtaka demokratijos stabilumui: Lietuvos ir Lenkijos analizė* // *Politologija*, 1999/3 (15). – P. 50–84.