

Vilniaus universitetas
Tarptautinis žinių ekonomikos ir žinių vadybos centras

Erika Taraškevičiūtė
Tarptautinės komunikacijos studijų programos studentė

**POLITINĖ KOMUNIKACIJA LIETUVOS INFORMACINIUOSE
PORTALUOSE**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas doc. dr. E.Vareikis

Vilnius, 2006

Taraškevičiūtė, Erika

Ta-131 Politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose : magistro darbas ; mokslinis vadovas doc. Dr. E.Vareikis ; Vilniaus universitetas. Tarptautinis žinių ekonomikos ir žinių vadybos centras. – Vilnius, 2006. – 73, [1] lap. : lent. – Mašindr. – Santr. Angl. – Bibliogr. : p. 58-61 (52 pavad.).

UDK 316.6:32:004(474.5)

Reikšminiai žodžiai: *politika, komunikacija, politinė komunikacija, internetas, informaciniai portalai, politinė komunikacija internete, politinės komunikacijos formos internete, politinis straipsnis.*

Magistro darbo objektas - politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose. Darbo tikslas - nustatyti skirtingos specifikos Lietuvos informacinių portalų, kaip politinės komunikacijos priemonės, panaudojimą. Pagrindiniai darbo uždaviniai: apibūdinus tradicinės politinės komunikacijos sąvoką bei procesą, nustatyti šio komunikacijos rūšies raidos etapų ypatumus; išanalizuoti politinės komunikacijos savitumą; išnagrinėti interneto poveikio teorijas politinei komunikacijai; nustatyti politinės komunikacijos internete formų ypatybes; atskleisti politinės komunikacijos internete privalumus ir trūkumus; atlikti politinės komunikacijos analizę *delfi, omni* ir *bernardinai* informaciniuose portaluose.

Naudojantis mokslinių šaltinių bei lyginamosios analizės metodais ir kiekybine politinių straipsnių analize, atsižvelgiant į jų pateikimo pobūdį ir formą, buvo prieita prie išvados, kad politikai ir politinės partijos neišnaudoja Lietuvos informacinių portalų, kaip politinės komunikacijos priemonės. Politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose analizė parodė, kad labiausiai paplitusi ir populiariausia, pagal vidutinį komentarų skaičių, politinės komunikacijos forma tiriamuoju laikotarpiu buvo neigiamas politiniai straipsniai. Remiantis faktu, kad informaciniais portalais, kaip žiniasklaidos priemone, naudojasi apie trečdalis Lietuvos piliečių ir, kad interneto vartojimas eksponentiškai didėja, galima daryti pagrįstą prielaidą, kad tikslingai suplanuota politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose padėtų politikams kurti teigiamą įvaizdį, populiarinti savo idėjas, darant atitinkamą poveikį rinkėjams.

Šis darbas yra naudingas socialinės pakraipos mokslininkams, ypač komunikacijos ir politologijos mokslų atstovams; taip pat politikams bei politinėms partijoms, ypatingai jų viešųjų ryšių agentūroms.

TURINYS

ĮVADAS.....	5
1 POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA.....	8
1.1 Politinės komunikacijos sąvoka	8
1.2 Politinės komunikacijos raidos ypatumai.....	15
1.3 Politinės komunikacijos savitumas	18
2 POLITINĖ KOMUNIKACIJA INFORMACINIUOSE PORTALUOSE.....	22
2.1 Interneto poveikis politinei komunikacijai.....	22
2.2 Interneto įtaka politinės komunikacijos formoms.....	26
2.3 Politinės komunikacijos internete privalumai ir trūkumai	32
3 POLITINĖS KOMUNIKACIJOS LIETUVOS INFORMACINIUOSE PORTALUOSE	
TYRIMAS.....	36
3.1 Tyrimo metodologija.....	36
3.2 Politinės komunikacijos formų analizė	39
3.3 Politinės komunikacijos formų populiarumo tyrimas	45
3.4 Tyrimo išvados ir rekomendacijos	51
IŠVADOS.....	55
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS	58
<i>1 priedas.</i> Analizuotų straipsnių sąrašas	62
<i>2 Priedas.</i> Straipsnių atidarymų ir komentarų skaičius.....	70

IVADAS

Informacijos ir komunikacijos technologijų raida bei atitinkami socialiniai pokyčiai itakojo santykių tarp politinės komunikacijos veikėjų triados, politikų, žiniasklaidos ir visuomenės, pasikeitimą. Interneto paplitimas sąlygojo politinės komunikacijos formų kismą bei įgalino naujas politinės komunikacijos formas, pvz., daug-su-daug komunikaciją, kas leido visuomenei aktyviai dalyvauti politinėje diskusijoje užuot buvus pasyvia politinio proceso stebėtoja. Nepaisant šios visuomenei suteiktos galimybės reikštis politikoje, mokslininkai žeria kritiką politinei komunikacijai internete, akcentuodami, kad šis reiškinys sustiprins socialinę skirtį, todėl visuomenės politinio aktyvumo skatinimas interneto pagalba yra labai abejotinas procesas. Teisybė, kad politinės komunikacijos sistema pasidarė labai nestabili, įvairiapusė ir dėl to sunkiai perprantama konkrečiu momentu, kadangi „kaleidoskopas nuolat sukasi ir šis socialinis reiškinys nepaliaujamai keičiasi“. (Blumler ir Gurevitch, 2000).

Informacinių portalų, kaip politinių naujienų skleidėjų, populiarėjimas Lietuvoje paskatino įsigilinti į politinės komunikacijos procesą šioje terpėje. Temos aktualumas pasireiškia tuo, kad darbe politinė komunikacija nagrinėjama naujoje žiniasklaidos priemonėje, Lietuvos informaciniuose portaluose, kur piliečių dalyvavimas politinėje komunikacijoje yra specifinis ir unikalus reiškinys, kuris žymiai skiriasi nuo tradicinio dalyvavimo politinės komunikacijos procese. Politinės komunikacijos specifika nagrinėtoje priemonėje parodo šiuolaikinės visuomenės ir politikų santykio modernumo lygį. Kitas svarbus momentas yra tas, kad didėjant interneto vartojimui Lietuvoje, išauga politinės komunikacijos vaidmens svarba informaciniuose portaluose.

Nagrinėjamos temos originalumas ir naujumas apsprendžiamas tuo, kad nors politinės komunikacijos ir interneto santykis yra dažnų mokslinių debatų objektas, tačiau politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose giliau tyrinėta nebuvo. Kitas darbo naujumą atskleidžiantis aspektas yra tas, kad moksliniuose šaltiniuose dažniausiai politinės komunikacijos tyrimas apima rinkimų laikotarpį, šiame darbe politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose buvo analizuojama ne rinkimų metu, nors buvo paliesti kiti politiškai svarbūs įvykiai.

Darbo objektas – politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose.

Darbo tikslas – nustatyti skirtingos specifikos Lietuvos informacinių portalų, kaip politinės komunikacijos priemonės, panaudojimą.

Darbo tikslui pasiekti, buvo išskirti šie **uždaviniai**:

1. Apibūdinti tradicinės politinės komunikacijos sąvoką bei procesą;
2. Nustatyti politinės komunikacijos raidos etapų ypatumus;
3. Išanalizuoti politinės komunikacijos savitumą;
4. Išnagrinėti interneto poveikio teorijas politinei komunikacijai;

5. Nustatyti, kaip politinė komunikacija internete pakeitė tradicines politinės komunikacijos formas;
6. Atskleisti politinės komunikacijos internete privalumus ir trūkumus;
7. Atlikti politinės komunikacijos analizę Lietuvos informaciniuose portaluose *delfi, omni* ir *bernardinai*.

Iškeltų uždavinių atlikimui buvo panaudoti šie mokslinių tyrimų metodai: mokslinių šaltinių analizės metodas pasitelktas gilinantis į politinės komunikacijos sąvoką, procesą bei raidos ypatumus, analizuojant politinės komunikacijos savitumą ir nagrinėjant interneto poveikio teorijas politinei komunikacijai; politinės komunikacijos internete esmė buvo atskleista lyginamosios analizės būdu; buvo atlikta kiekybinė politinės komunikacijos priemonių Lietuvos informaciniuose portaluose analizė, atsižvelgiant į jų kiekį, turinį ir pateikimo formą.

Darbe buvo naudotasi pagrinde užsienio mokslininkų darbais: B.McNair „An introduction to political communication“, Jay G. Blumler ir M. Gurevitch publikacijomis „Rethinking the study of political communication“, „Political communication systems and democratic values“, M.McLuhan „Understanding media: the extension of man“, P.Norris „A virtuous circle“, M.Castells „The internet galaxy“. Iš lietuvių autorių paminėtini A.Augustinaitis „Politinio lyderio komandos vadyba“, A.Krupavičius „Demokratinė politika ir informacijos visuomenės iššūkiai“ bei L.Andrikienė „Politinis marketingas“.

Pirmoje dalyje buvo analizuojama politinės komunikacijos samprata, atskleidžiant politinės komunikacijos sąvokos platumą bei daugiareikšmiškumą, nagrinėjami skirtingi mokslininkų pateikti politinės komunikacijos modeliai. Apibrėžus tradicinės politinės komunikacijos sąvoką, buvo nagrinėjama jos raida, akcentuojant kiekvieno raidos etapo ypatumus. Atskleidus politinės komunikacijos sąvokos esmę ir išanalizavus šio socialinio reiškimo raidos ypatumus, buvo gilinamasi į politinės komunikacijos savitumą lyginant ją su komercine komunikacija, nustatant ir apibūdinant kitus politinės komunikacijos savitumą įtakančius faktorius: demokratinės tradicijos susiklostymą, žiniasklaidos ir politikos santykį visuomenėje.

Antroje dalyje buvo nagrinėjama specifinė politinės komunikacijos forma – politinė komunikacija internete. Siekiant išanalizuoti interneto poveikio šiai komunikacijos rūšiai teorijas, buvo atskleidžiami jų panašumai bei skirtumai. Analizuojant politinės komunikacijos formas internete, buvo atsakoma, kaip internetas pakeitė tradicines politinės komunikacijos formas. Antrosios dalies pabaigoje buvo apibūdinami politinės komunikacijos internete privalumai ir trūkumai lyginant ją su kitom komunikacijos priemonėm.

Trečioje dalyje buvo atliekamas politinės komunikacijos skirtingos specifikos Lietuvos informaciniuose portaluose tyrimas. Pagrindinis iškeltas tyrimo tikslas – nustatyti, ar politikai bei

politinės partijos išnaudoja Lietuvos informacinius portalus politinei komunikacijai savo tikslams pasiekti.

Šis darbas yra naudingas socialinės pakraipos mokslininkams, kadangi jame analizuojamas socialinis reiškiny – politinė komunikacija. Išsami politikos komunikacinės pusės analizė yra svarbi tiek komunikacijos, tiek politologijos mokslų atstovams. Atliktas politinės komunikacijos skirtingos specifikos Lietuvos informaciniuose portaluose tyrimas būtų reikšmingas praktinis patarėjas politikams bei politinėms partijoms, ypač jų viešųjų ryšių agentūroms, kadangi jis atkreiptų dėmesį į informacinius portalus, kaip terpę politinės komunikacijos tikslams pasiekti.

1 POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA

Daugelį metų vyravęs požiūris, kad politinis pranešimas individus veikia kaip poodinis švirkštas, sukeliantis tiesioginį numatomą ir išmatuojamą poveikį, pasikeitė. (McNair, 1999) Technologinė pažanga, skirtingų mokslo sričių atradimai, visuomenės vystymasis privertė politikus įsigilinti į eilinio piliečio psichologiją, lygiai taip pat, kaip ir visuomenės nariams buvo suteikta galimybė daugiau sužinoti apie politinį procesą. Kryptingos sąveikos tarp valdančiųjų ir valdomųjų užtikrinimo sąlyga yra efektyvi politinė komunikacija.

Skirtingi politinės komunikacijos sąvokos aspektai yra aktualūs nūdienos klausimai, kurie yra plačiai aptariami tiek politologų, tiek sociologijos bei komunikacijos mokslų atstovų. Sąvokos daugialypumą apsprendžia platus politinės komunikacijos sudedamųjų dalių sampratų spektras, t.y. tiek politika, tiek komunikacija gali būti nagrinėjamos ir analizuojamos įvairiais aspektais. Tiriant politinę komunikaciją, būtina apjungiant politikos ir komunikacijos sąvokas, apibrėžti patį konceptą, nustatyti politinės komunikacijos proceso dalyvius bei ryšius tarp jų, atsižvelgiant į įvairius mokslininkų pateikiamus politinės komunikacijos modelius.

Dalis mokslininkų įrodinėja, kad politinės komunikacijos procesas dar niekad nebuvo taip sustyguotas ir suderintas kaip šiandien, tačiau tokiam efektui pasiekti politinė komunikacija turėjo pereiti per skirtingas epochas, kurių kiekviena pasižymėjo ne tik specifinėmis politinės komunikacijos, bet ir socialinės interakcijos ypatybėmis. Reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad politinės komunikacijos savitumą apsprendžia ne vien tik istorinis laikotarpis su jam būdingomis technologijų visuomeninės santvarkos ypatybėmis, bet ir susiklosčiusi demokratijos tradicija, politikos ir žiniasklaidos santykis bei politiko statusas visuomenėje.

Šiame skyriuje, siekiant atskleisti politinės komunikacijos sampratą, bus išnagrinėti tradicinės politinės komunikacijos sąvoka ir procesas, nustatyta politinės komunikacijos raidos etapų specifika bei pasirinktais aspektais išanalizuotas politinės komunikacijos savitumas.

1.1 *Politinės komunikacijos sąvoka*

Politinės komunikacijos kaip mokslo šakos esmė yra rasti atsakymus į klausimus, kaip socialinė komunikacija įtakoja politiką, koks yra šalies piliečių politinio aktyvumo lygis, kaip politika įtakoja socialinę komunikaciją. Tikslų politinės komunikacijos apibrėžimą pateikti labai sunku, o pasak kai kurių autorių ir visai neįmanoma: „termino politinė komunikacija neįmanoma vienareikšmiškai apibrėžti, kadangi tai yra per daug sudėtingas įvairių mokslo šakų konglomeratas, kurį galima būtų mėginti suskaidyti į atskiras dalis ir bandyti apibrėžti kiekvieną jų“. (A. Szymanska,

2004) Siekiant suprasti politinės komunikacijos esmę, tikslinga pirmiausia šį konceptą suskirstyti į dvi dalis, t.y. politiką ir komunikaciją bei jas apibūdinti.

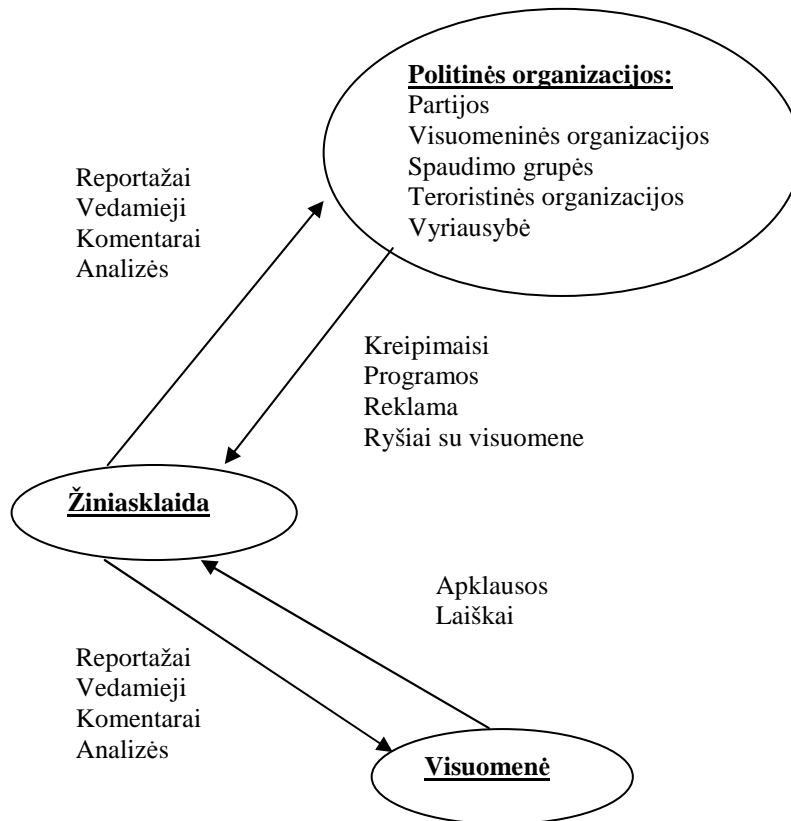
Politika - tai visų pirma valstybinių institucijų sistema, kurią sudaro prezidentas, parlamentas, ministerijos, vykdomoji valdžia, teisėsaugos institucijos, žiniasklaida, politinės partijos ir organizacijos, įvairūs visuomeniniai judėjimai. (Čereška, 2004) Plačiaja prasme politika – veiklos rūšis, studijuojanti politikuojančių žmonių elgesį, lyderių ir eilinių žmonių veiksmus tiek kasdieniniame gyvenime, tiek rinkiminės kampanijos metu. Politiką dar galima būtų apibūdinti kaip piliečių vertybių, normų, nuostatų sistemą, kartais netgi labai prieštarinę. Ji formuojasi veikiamą siūlomų politinių vertybių prioritetų, kurie nustatomi komunikacijos metu. Masinės žiniasklaidos žodynas (1992 m.) pateikia tokį *komunikacijos* apibrėžimą: „tai kalbos ir neverbalinių ženklų naudojimas, siekiant socialinės sąveikos.“ (Mass Media dictionary, 1992)

Apibendrinant pateiktą politikos bei komunikacijos apibūdinimus, galima teigti, kad *politinė komunikacija* - tai centrinis mechanizmas, kuris įtakoja politinių diskusijų inicijavimą, įstatymų projektų pristatymą bei politinių sprendimų pateisinimą. (Szymanska, 2004) R.E. Denton ir G.C. Woodward pateikia konkretesnę šio reiškinio apibrėžimą: „*Politinė komunikacija* – visuomenės diskusija apie visuomeninių resursų (pajamų) paskirstymą, apie valdžios pareigūnus (kurie turi galią priimti teisinius, įstatymų leidimo ir vykdymo sprendimus), ir oficialias poveikio priemones (ką valstybė apdovanoja ir nubaudžia)“ (Denton ir Woodward, 1990). R.E. Denton ir G.C. Woodward pabrėžia, kad politinė komunikacija yra susijusi su poveikio politinei aplinkai darymu, t.y. politinės informacijos siuntėjas siekia padaryti įtakos šalies politinei aplinkai; B. McNair šį procesą įvardina kaip tikslingą komunikaciją apie politiką ir teigia, kad į šį komunikacinį procesą įeina (McNair, 1999):

1. visos komunikacijos formos, kurių imasi politikai ir kiti politiniai veikėjai siekdami konkrečių tikslų;
2. komunikacija, kuri yra adresuota minėtiems politiniams veikėjams nuo nepolitinių veikėjų, tokių kaip balsuotojai, žurnalistai ir pan.
3. komunikacija apie politinius veikėjus, jų veiklą. Šią komunikacijos formą sudaro naujienos, redakciniai straipsniai ir kitos žiniasklaidos diskusijos apie politiką formas.

Gilinant šią politinės komunikacijos sąvoką, svarbu suprasti, kas dalyvauja politinėje komunikacijoje, kaip visi politinės komunikacijos elementai yra susiję tarpusavy, kaip vyksta komunikacinis procesas. Bendrą politinės komunikacijos modelį pateikė politinės komunikacijos specialistas B.McNair. Pasak jo, politinėje komunikacijoje dalyvauja trys pagrindiniai tarpusavy grįžtamuoju ryšiu susiję elementai: politinės organizacijos, žiniasklaida ir visuomenė. Kiekvieną išvardintų politinės komunikacijos elementų sudaro daugiau komponentų, kurie yra pateikiami bei ryšiai tarp jų yra atvaizduojami 1-oje schemoje.

Politinės komunikacijos elementai (McNair,1999)



Remiantis B. McNair politinės komunikacijos modeliu, pateiktu 1-oje schemeje, vienas politinės komunikacijos veikėjų yra politinės organizacijos – tai individai ar individų grupės, kurie organizacinėmis ir institucinėmis priemonėmis siekia įtakoti piliečių sprendimų priėmimo procesą. (McNair, 1999) Viena iš politinių organizacijų rūšių yra politinė partija, per kurią yra įgyvendinama politika. *Politinė partija* – tai tam tikro visuomenės sluoksnio dalis, išreiškianti jo interesus. (Čereška, 2004) Pagrindinis politinių partijų tikslas – užimti svarbiausias valstybės valdžios pozicijas, daryti įtaką politiniam šalies gyvenimui ir visuomenės nuotaikoms.

Kita politinių organizacijų rūšis – *visuomeninės organizacijos*, kurios gali būti trijų kategorijų: prekybos sąjungos, vartotojų grupės bei profesinės sąjungos. Visuomeninės organizacijos susidaro ne vien dėl bendros ideologijos, bet jas sudarantys žmonės turi bendrų situacinių bruožų, tokių kaip su darbu susijusios problemos (profesinės sąjungos) arba individualių piliečių bejėgiškumas prieš didžiųjų korporacijų kainų politiką (prekybos sąjungos). *Spaudimo grupės* nuo visuomeninių organizacijų skiriasi tuo, kad pastarosios yra labiau institucionalizuotos, bet mažiau politizuotos siekiant savo tikslų. Prie spaudimo grupių galima būtų priskirti gyvūnų mylėtojų judėjimą, kuris siekia užkirsti kelią žiaurumui, kai gyvūnai yra naudojami naujiems medicininiams preparatams ar kosmetikai

išbandyti. Dar viena politinių organizacijų rūšis yra *terroristinės organizacijos*, tai grupės žmonių, kurios savo politinių tikslų siekia apiplėšinėdamos, grobdamos žmones, žudydamos. (McNair, 1999).

Esminis politinės komunikacijos proceso elementas yra visuomenė, kitaip žiniasklaidos auditorija, nes be jos jokia politinė žinutė nėra aktuali. Pagrindinis politinės komunikacijos tikslas – padaryti konkretų efektą politinės informacijos gavėjui, transformuojant politinę idėją taip, kad ji visuomenės būtų suprantama kaip bendrojo gėrio siekimas. (McNair, 1999). Įsigilinus į pateiktus politinės komunikacijos apibrėžimus ir suprantant žiniasklaidos auditorijos svarbą politiniame procese, tikslinga išskirti dar vieną sąvoką, kuri neabejotinai yra vienas pagrindinių politinę komunikaciją įtakojančių reiškinių – viešoji nuomonė. Mikro aplinkos lygiu *viešoji nuomonė* suprantama, kaip psichologinės perspektyvos įtaka individualios nuomonės formavimo procesui. Makro aplinkos lygiu *viešoji nuomonė* – kiekybinė piliečių nuomonių išraiška, gauta apklausų metu. (Savigny, 2002)

Viešajai nuomonei politiniam elitui perduoti ir apskritai politinės komunikacijos tikslui pasiekti demokratinėse politinėse sistemose padeda žiniasklaida, kuri veikia, kaip politinės komunikacijos persiuntėjas ir kaip politinės informacijos, paruoštos žurnalistų, siuntėjas. Masinė žiniasklaida šiuolaikinės demokratinės politinės sistemos atžvilgiu atlieka mažiausiai penkias specifines funkcijas: praneša politines naujienas, interpretuoja žinias, daro įtaką piliečių nuomonei, formuoja valdžios veiksmų dienotvarkę, socializuoja piliečius politiškai. (Krupavičius, 1999) Partijų lyderiai, norėdami patraukti savo pusėn kuo daugiau rinkėjų, per žiniasklaidą kreipiasi į visuomenę. Kandidato pasirodymu visuomenėje, TV ekrane ar interneto svetainėje domisi ne tik jo šalininkai, bet ir abejojantys ar net priešingų stovyklų atstovai, todėl atitinkamas pasirodymas per kurią nors žiniasklaidos priemonę galėtų padėti į savo pusę patraukti ir abejojančius; kita vertus neigiamos informacijos apie kandidatą paskleidimas per masines informacijos priemones gali priešišškai nuteikti rinkėjus. (Čereška, 2004) Žiniasklaida, savo ruožtu, nėra visai neutralus ir nešališkas politinės informacijos perdavėjas, kadangi pirmiausia politinė informacija pereina per žurnalistus, tad neįmanoma išvengti subjektyvumo, tendencingumo ar individualios vertybių skalės kontrolės. (McNair, 1999)

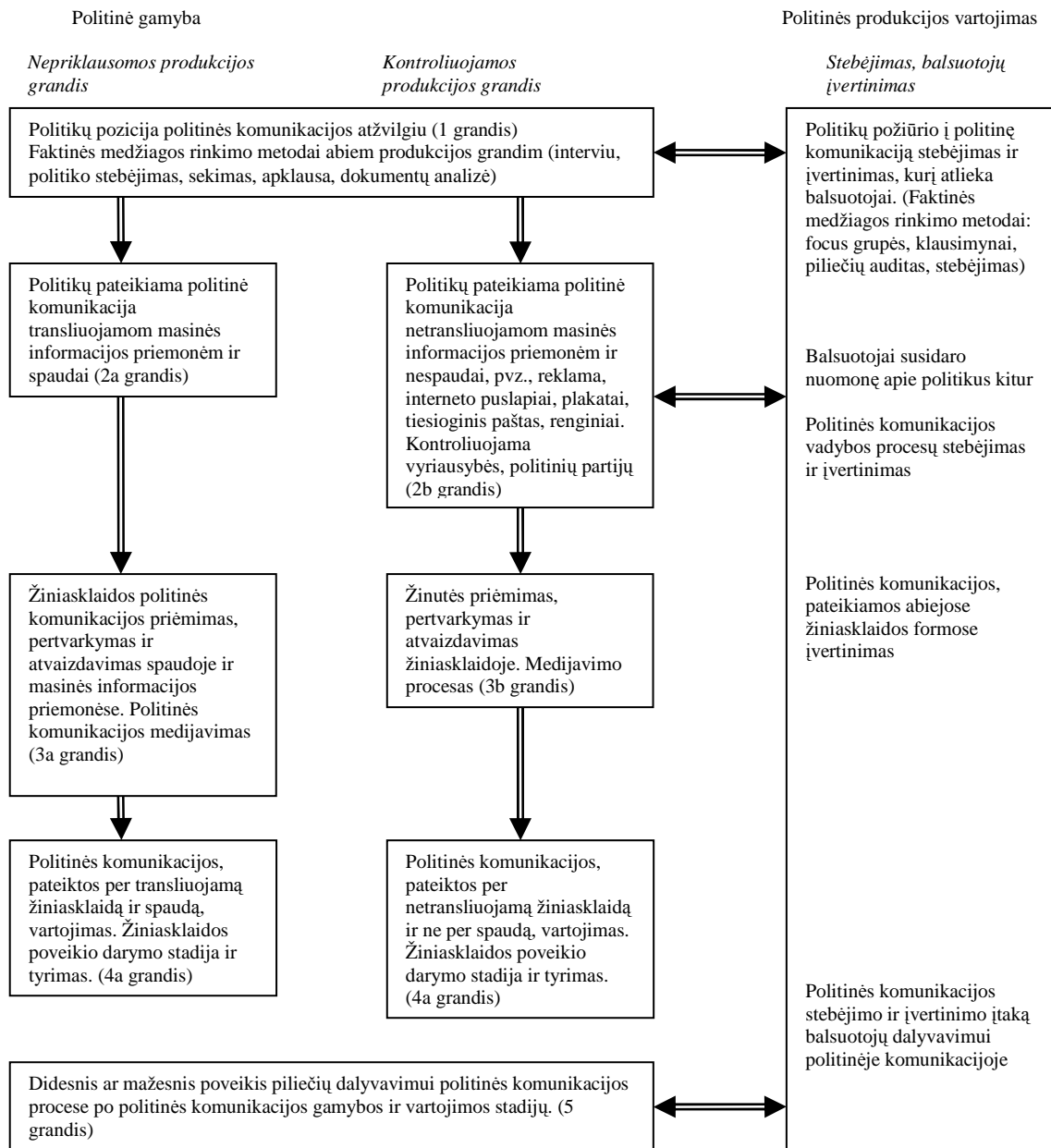
Nors oficialiai, žiniasklaida turėtų palengvinti piliečių supratimą apie politinę situaciją šalyje, pateikdama tikslią ir nemokamą politinę informaciją, tačiau susiklosčiusi padėtis yra kitokia: visuomenė negali kontroliuoti pateikiamos informacijos turinio, piliečiam dažniausiai belieka reaguoti į pateiktą politinę informaciją. Nors žiniasklaidos tyrinėtojai diskutuoja apie jos poveikį visuomenei, politinis elitas jau yra įsitikinęs stipriu žiniasklaidos poveikio efektu, todėl siekia suteikti svarstomoms problemoms tam tikrus „rėmus“, t.y. bando išprovokuoti žiniasklaidą, kad ji skelbtų temas, naudingas konkretiems politikams. Įtampos dvilypumas tarp žiniasklaidos siekio gauti pelno iš reklamos ir pritraukti kuo daugiau auditorijos, bei politikų noras manipuluoti žiniasklaidoje pateikiama politine informacija, stipriai iškreipia racionalius politinius debatus. (Savigny, 2002)

B.McNair savo politinės komunikacijos modelyje politinių organizacijų vietą nurodo modelio viršuje, taip pabrėždamas, kad politinės komunikacijos procesas, pagrinde vyksta vertikaliai „iš viršaus į apačią“ t.y. politinė komunikacija yra inspiruojama, o politinė informacija yra valdoma politinių organizacijų. Neatmetama ir komunikacijos „iš apačios į viršų“ galimybė, kadangi politikams būtina sužinoti, ko iš jų tikisi piliečiai, pravartu gauti ir kritikos iš plačiųjų visuomenės sluoksnių. Galiausiai visos technologinės naujovės buvo pritaikytos siekiant palengvinti „iš apačios į viršų“ komunikacijos procesą arba išpopuliarinti „daug-su-daug“ (many-to-many) komunikaciją, tam kad būtų galima padidinti daugiašalį tinklų ir grupių ryšį. (Geser, 2001)

Detalesnį ir platesnį nei B.McNair pasiūlytą politinės komunikacijos modelį pateikė keturi Didžiosios Britanijos komunikacijos specialistai: K.Moloney, B.Richards, R.Scullion, CH.Daymon. Šie mokslininkai metė iššūkį daugeliui ankstesnių politinės komunikacijos tyrinėtojų ir savo modelyje koncentravosi į negiliai ištyrinėtas arba visai nepalietas politinės komunikacijos sritis. Minėti politinės komunikacijos specialistai daug dėmesio skyrė tam, kad išsiaiškintų, kaip nepriklausoma ir kontroliuojama informacijos rūšys priima ir suvokia politikų pateiktą informaciją prieš konvertuojant ją į reprezentaciją. Sudarinėdami politinės komunikacijos modelį, šie mokslininkai taip pat mėgino atsakyti į klausimą, kaip kontroliuojama ir nekontroliuojama politinė komunikacija įtakoja balsuotojų sprendimus ir aktyvų piliečių dalyvavimą politiniame procese.

Analizuojant 2-oje schemoje pateiktą politinės komunikacijos proceso modelį, galima teigti, kad dvi pirmos modelio grandys atspindi politinės komunikacijos „gamybos“ procesą, kurį valdo pačios politinės jėgos. Sekantys du politinės komunikacijos proceso etapai pateikiami kaip žiniasklaidos vaidmuo politinės komunikacijos gamybos grandyje. Paskutinė politinės komunikacijos modelio grandis vaizduojama, kaip politinės komunikacijos gamybos, perdavimo žiniasklaidos priemonėms, pertvarkymo, reprezentavimo ir poveikio balsuotojams darymo pasekmė, t.y. ar stebėję ir įvertinę politinės komunikacijos procesą, balsuotojai šalies politiniame gyvenime dalyvauja aktyviau ar pasyviau. (Moloney, Richards, Scullion, Daymon; 2003)

**Politinės komunikacijos „gamyba“, jos „vartojimas“ ir įtaka piliečių dalyvavimui
politiniame procese (Moloney, Richards, Scullion, Daymon; 2003)**



Politinės komunikacijos procesas iš politikų perspektyvos yra tiesiogiai priklausomas nuo visuomenės nuomonės, todėl nuosekliai einant per visas politinės komunikacijos modelio grandis, politinės komunikacijos procesas būna nuolat koreguojamas atsižvelgiant į balsuotojų nuomonę, požiūrius, vertybes. (Moloney, Richards, Scullion, Daymon; 2003)

Šis britų mokslininkų modelis yra prasmingas nagrinėjant politinę komunikaciją, kadangi jame akcentuojamas sprendimų priėmėjas, balsuotojas, kaip politinės komunikacijos vartotojas ir bandoma atsakyti į klausimą, ar politinės komunikacijos vartojimas įtakoja piliečių dalyvavimą politinėje veikloje, ar visuomenės nariai dalyvauja politinėje veikloje dėl to, kad jiems yra tiesiog suteikta tokia

teisė? Mokslinėje literatūroje daugiausia yra orientuojamasi į žiniasklaidos poveikio balsuotojams darymą, t.y. politinės komunikacijos „gamybos“ etapas dažniausiai yra praleidžiamas. Moloney, Richards, Scullion ir Daymon pasiūlydami savo politinės komunikacijos modelį, atkreipė dėmesį į mažai ištyrinėtą politinės komunikacijos „gamybą“, į grandį tarp politikų ir žiniasklaidos, ką P.Norris įvardina „žinutės šaltiniu“. (Norris, 1999)

Politinė komunikacija yra plati ir daugiareikšmė sąvoka, todėl prie vieno konkretaus apibrėžimo prieiti labai sudėtinga. Tiek minėtieji Denton ir Woodward, tiek žurnalistikos mokslų atstovas McNair politinę komunikaciją įvardino kaip tikslingą, konkretaus efekto siekiantį procesą. Pastarasis mokslininkas pateikė politinės komunikacijos modelį, kuriame išskyrė tris pagrindinius politinės komunikacijos elementus (politinės organizacijos, žiniasklaida ir visuomenė) ir nurodė ryšius tarp jų. B.McNair politinės komunikacijos procesą įvardino, kaip vertikalią, daugiausia „iš viršaus į apačią“ vykstančią komunikacijos formą. Vertikalų politinės komunikacijos modelį pasiūlė ir keturi britų komunikacijos mokslų specialistai Moloney, Richards, Scullion, Daymon, kurie savo pateiktame modelyje bandė nagrinėti mažai tyrinėtas politinės komunikacijos proceso grandis, pvz., politinės komunikacijos „gamyba“ politiniame sektoriuje prieš ją pateikiant žiniasklaidai.

Analizuojant politinę komunikaciją, būtina atkreipti dėmesį, kad ne visada politinės komunikacijos procesas buvo nuosekliai suplanuotų veiksmų įgyvendinimas, kadangi skirtingais laikotarpiais keitėsi valstybių santvarka, pats požiūris į politinę komunikaciją, žiniasklaidos statusas visuomenėje ir pan. Siekiant išsiaiškinti kokia ir kodėl šiandien yra politinės komunikacijos specifika, tikslinga nustatyti politinės komunikacijos proceso raidos ypatumus ir juos sąlygojančias priežastis.

1.2 Politinės komunikacijos raidos ypatumai

Pilietinės visuomenės kūrimas ir valdymas šiandien priklauso nuo efektyvaus informacijos pasikeitimo ir komunikacijos tarp valdančiųjų ir valdomųjų. Politologas A.Krupavičius, žvelgdamas iš istorinės perspektyvos, teigia, kad kiekviename istoriniame laikotarpyje politinės komunikacijos formos turi atitikti bendresnes socialinės komunikacijos formas. Istoriskai politika keičia ne tik sprendimų formas (pvz, tiesioginę demokratiją pakeitė atstovaujamoji), bet kinta ir politinės komunikacijos kanalai. Periklio Atėnuose vyravo žodinė tarpasmeninė komunikacija, XVIII amžiaus pabaigoje Amerikoje išitvirtino rašytinė ir spausdinta politinė komunikacija. XX a. 4 - ajame dešimtmetyje vienu svarbiausių politinės komunikacijos kanalų buvo radijo tinklai, o jau 6 - ajame dešimtmetyje sudėtinu politinės komunikacijos elementu tapo televizija. (A.Krupavičius, 1999) Atsižvelgiant į istorinius faktus, galima teigti, kad pastarasis šimtmetis apibūdinamas kaip elektroninės žiniasklaidos iškilimo ir paplitimo amžius: pradedant televizija ir radiju ir baigiant internetu. Nuo tranzistoriaus iki Morzės abėcėlės išsiaiškinimo, nuo analoginio prie skaitmeninio; nuo vietinio prie globalaus ir atvirkščiai. Jokia vietinė ar globali politika negali ignoruoti naujosios žiniasklaidos priemonių atsiradimo, taip pat kaip ir eilinis vartotojas. (Silverstone, 1999)

Mokslininkas D.Wring išskiria 3 politinės komunikacijos raidos etapus pagal žiniasklaidos kanalų naudojimo bei skleidžiamos politinės informacijos specifiką. Jis išskyrė: masinės propagandos, politinės kampanijos žiniasklaidoje ir politinio marketingo eras. Masinės propagandos laikotarpiui būdingas personalinės komunikacijos dominavimas, akivaizdus žiniasklaidos šališkumas. Antruoju D.Wring nurodytu laikotarpiu politinę kampaniją galima apibūdinti kaip centralizuotą, žiniasklaida šiuo etapu nėra palanki konkrečiai politinei partijai, politikai dirba su žiniasklaida. Politinio marketingo erą tinka įvardinti postmodernistinės kampanijos vardu, kurioje iškyla politinių ryšių su visuomene reikšmingumas, pasireiškia žiniasklaidos fragmentiškumas. Rinkėjai šiuo etapu yra labai savarankiški, politikai pradeda dirbti virtualiai. (D.Wring, 2001)

Panašų į D.Wring politinės komunikacijos raidos etapų skirstymą pasiūlė politinės komunikacijos tyrinėtoja P.Norris, kuri įrodinėja, kad geriausiai politinės komunikacijos kitimą galima suprasti per evoliucinį modernizacijos procesą, kuris vienu metu transformuoja politinių partijų organizaciją, žiniasklaidą bei rinkėjus. (Norris, 1999) Ši mokslininkė siūlo politinės komunikacijos raidos etapus įvardinti prieš-moderniu, moderniu ir postmoderniu. 1-oje lentelėje yra nurodomos kiekvieno laikotarpio chronologinės ribos, apibrėžiami kiekvienam laikotarpiui būdingi politinės kampanijos, žiniasklaidos bei rinkėjų ypatumai.

Politinės komunikacijos evoliucijos tipologija (Norris, 1999)

	Prieš- modernus laikotarpis XIX a. vid. – 1950-ieji	Modernusis laikotarpis Ankstyvieji 1960-ieji – vėlyvieji 1980-ieji	Postmodernusis laikotarpis Nuo 1990-ųjų
Kampanijos organizavimas	Orientuota vietiniu lygiu ir decentralizuotas partijos savanorių darbas	Koordinuojama nacionaliniu lygiu, pasižymi didesniu profesionalizacijos laipsniu	Koordinuojama nacionaliniu lygiu, tačiau veiksmams decentralizuoti
Pasiruošimas politinei kampanijai	Trumpalaikis, <i>ad hoc</i>	Ilgalaikis	Nuolatinis procesas
Centrinis koordinavimas	Politinių partijų lyderiai	Centrinis politinės partijos rinkėjų štabas, politinės komunikacijos specialistai - politikų patarėjai	Specialios politinių partijų grupės, profesionalūs konsultantai
Grįžtamasis ryšys	Vietinių gyventojų apklausa, partijos susirinkimai	Atsitiktinės apklausos	Reguliarios apklausos, fokus grupės, interaktyvūs tinklapiai
Žiniasklaida	Šališka žiniasklaida, plakatai, brošiūros, radijo transliacijos	Televizijos transliacijos – svarbiausia vakaro naujienų laidose	Transliacijos vietinėse televizijose, tiesioginis paštas tikslinei auditorijai, reklama, nukreipta į tikslinę auditoriją
Renginiai politinės kampanijos metu	Susitikimai su vietos gyventojais, rinkimų turnė	Naujienų valdymas, kasdieninės spaudos konferencijos, numatytos foto sesijos	Naujienų valdymas tampa rutiniu politikos ir valdymo procesu
Biudžetas	Mažas biudžetas	Vidutinis biudžetas	Didesnės išlaidos profesionalių konsultantų samdymui
Rinkėjai	Vieningi ir šališki	Nevieningi ir nešališki	Nevieningi ir nešališki

Prieš-moderniai politinei komunikacijai būdinga tiesioginė tarpasmeninės komunikacijos forma tarp politikos veikėjų ir visuomenės, vykstanti vietiniu lygiu. Politinę komunikaciją, rinkiminės kampanijos ir nerinkimų metu, organizuoja partijos vadovybė. Pagrindiniu tarpininku tarp politinių partijų ir rinkėjų tampa šališka spauda; rinkėjams būdingas stiprus lojalumas konkrečiai politinei partijai, todėl pagrindinis politinės komunikacijos tikslas – mobilizuoti ir užsitikrinti savo ištikimų rinkėjų paramą. Šiuo laikotarpiu vietinės partijos išskeldavo savo kandidatus, partijų atstovai buvo atsakingi už grandies balsuotojai-kandidatai veiklą (brošiūrų platinimą, bendravimą su rinkėjais). Intensyvi politinė komunikacija vykdavo dažniausiai rinkimų metu, o vietinės bendruomenės aktyviai dalyvaudavo politinės komunikacijos procese. Technologiniai pokyčiai - televizijos atsiradimas ir apklausų iškilimas pakeitė tiesiogines politinės komunikacijos formas, kurios ilgainiui tapo pagalbinėmis politikų bendravime su rinkėjais.

Moderniajam laikotarpiui yra būdingas politinės komunikacijos organizavimas, kuriam vadovauja politinių partijų lyderiai, patariami profesionalių konsultantų. Naujienų laidos per nacionalines televizijas bei kitų žiniasklaidos priemonių skelbiama informacija tampa esminiu politinės kampanijos forumu. Laikraščių, kaip politinės komunikacijos skleidėjų, reikšmingumas neišnyksta, tačiau jie tampa televizijos papildu. Rinkėjai tampa vis savarankiškesni ir vis labiau atsiskiria nuo konkrečiai politinei jėgai lojalių grupių. Politikai ir politikų profesionalūs patarėjai

inicijuoja visuomenės apklausas, modeliuoja reklaminius skelbimus, planuoja žiniasklaidos atstovų susitikimus su politikais, reguliuoja spaudos konferencijas, siekia dominuoti vakaro naujienose. Šiame etape rinkėjai pasyviai dalyvauja politiniame procese, kadangi politinė komunikacija daugiausia vyksta per nacionalines televizijas, o tai rinkėjus atitolina nuo politinių įvykių ir mažiau įtraukia į politinį procesą.

Postmodernus laikotarpis yra suprantamas kaip politinės komunikacijos raidos etapas, kuriame pagrindinį vaidmenį reklamos, viešosios nuomonės, marketingo ir naujienų valdymo klausimais atlieka profesionalūs politikų konsultantai, kas reiškia, kad pastarieji politiniame procese su politikais veikia lygiomis teisėmis. Politinė kampanija vyksta nuolat tiek vietiniu, tiek nacionaliniu lygiu. Žiniasklaida sudaro kompleksiską ir nenuoseklią daugialypių kanalų bei lygių aplinką. Tam tikrai rinkėjų grupei dalyvavimas šiuolaikiniuose rinkimuose atitinka prieš-modernų politinės komunikacijos laikotarpį, kadangi naujų interaktyvių technologijų dėka, rinkėjai turi galimybę aktyviai dalyvauti politiniame procese. Galima teigti, kad postmodernios politinės komunikacijos laikotarpis simbolizuoja sugrįžimą prie lokalių bei interaktyvių politinės komunikacijos formų. (Norris, 1999)

Politinės komunikacijos raidos etapų negalima būtų prilyginti tokiam socialiniam reiškiniui kaip, pavyzdžiui, Lietuvos valstybės politinės santvarkos kismas, kadangi autoritarinį valdymą keitė demokratija, o tai yra priešingos valdymo formos. Autoritarizmas bei demokratija turi konkrečius tik tai santvarkai būdingus požymius (pvz., valdomųjų ir valdančiųjų santykis, politinės galios turėjimas), kuriais remiantis paprasta nusakyti kiekvienos santvarkos egzistavimo chronologines ribas, juolab, kad šios politinės santvarkos keitė viena kitą. Politinės komunikacijos etapam yra būdinga tai, kad jie nekeitė vienas kito, atsisakydami ankstesnio laikotarpio politinės komunikacijos ypatumų kaip visai netinkamų, bet papildė vienas kitą. Pavyzdžiui, televizijos paplitimas neištūmė laikraščių iš žiniasklaidos rinkos, bet pastarieji išliko kaip pagalbinis televizijai naujienų skleidėjas. Pabrėžtina, kad politinės komunikacijos kaitą lemia du veiksniai: politinės bendruomenės teritorinis išsiplėtimas ir informacijos technologijų kaita. Svarbi ypatybė yra ta, kad kartą į politinės komunikacijos lauką atėjusios informacijos sklaidos priemonės, joje išlieka neribotą laiką, o senosios komunikacijos priemonės koegzistuoja su naujausiomis. Kokybiškai keičiasi tik jų tarpusavio santykis ir reikšmė politikos subjektams, įskaitant ir visuomenę, skirtingu istoriniu laiku. (Krupavičius, 1999)

Politinė komunikacija neturi nuoseklios visuotinės teorijos, leidžiančios vienareikšmiškai aiškinti politinės komunikacijos reiškinius ar teikti neklaidingus praktinius patarimus. Politinė komunikacija šiuolaikiniame pasaulyje yra platus, skirtingas sritis apimantis socialinis reiškinys, kurio savitumą lemia šalies istorija, demokratijos tradicijos bei žiniasklaidos statusas.

1.3 Politinės komunikacijos savitumas

Politinės komunikacijos tyrinėtojai sutaria, kad politinės komunikacijos savitumas keičiasi pažangiose industrinėse demokratinėse valstybėse, todėl analizuojant politinės komunikacijos savitumą bei siekiant suprasti jo kaitą, būtina išsiginčinti į šiuolaikinių demokratišų valstybių santvarkos specifiką, nustatyti žiniasklaidos vietą šiandienos visuomenėje, atsižvelgiant į mokslininkų pateiktus skirtingus žiniasklaidos modelius, nusakyti politinės komunikacijos išskirtinumą lyginant ją, pavyzdžiui, su komercine komunikacija.

Politinės komunikacijos tyrėjai Blumler ir Gurevitch, nagrinėdami politinės komunikacijos specifiką šiuolaikinėse Vakarų demokratinėse valstybėse, pateikė svarių įrodymų, kad esminiai pasikeitimai, vykstantys moderniose visuomenėse, destabilizuoja politinės komunikacijos procesą. (Blumler, Gurevich, 2000) Esminėmis destabilizacijos priežastimis yra įvardinamas padidėjęs sociokultūrinis heterogeniškumas, kuris įtakoja politinės komunikacijos auditorijas, bei žiniasklaidos formatų pasikeitimas: ribos tarp žurnalizmo ir nežurnalizmo erozija. Naujosios informacijos ir komunikacijos technologijos, tokios kaip internetas, sujaukia nusistovėjusią žiniasklaidos aplinką, bet gerokai palengvina horizontaliąją komunikaciją tarp visuomenės narių. Pažymėtina, kad politikoje padaugėjo ne tik konkrečios politinės jėgos šalininkų, bet taip pat ir politinių tarpininkų, kurie įtakoja stiprų politinės komunikacijos profesionalizacijos vystymąsi, ir kurie kartais sprendžia daugiau už žurnalistus, kokią informaciją pateikti visuomenei. Nors internetas ir kitos naujosios žiniasklaidos priemonės praplėtė politinės komunikacijos galimybes, reikėtų paminėti, kad atsirado anarchinis ir perdėtai institucionalizuotas bruožas, kuris ne visada skatina visuomeninę komunikaciją; čia kalbama apie vadinamą „triukšmą“, kuris ne visada prisideda prie demokratinės valios formavimo. Dėl minėto triukšmo, susiformuoja tokia politika, kuri materializuoja visą visuomenę ir skelbiasi daugelyje kontekstų, įskaitant populistinę kultūrą, o tokia politinės komunikacijos sistema neprisideda prie visuomenės demokratinio profilio puoselėjimo. (Larocca, 2004)

Esama politinė kultūra reprezentuoja kapitalistinių socialinių santykių plėtojimąsi – politinės sferos vartojimą. Visuomenės nariai tampa aktyviais politikos vartotojais, bet ne aktyviais šio proceso dalyviais. (McNair, 1999) Patys politiniai veikėjai šiandien yra jau ne vien ideologai, tribūnai, fanatikai, moralistai, šaukliai ar kovotojai, tai – pirmiausia politikos verslininkai ar pirkliai. (Augustinaitis, 1999) Remiantis pateiktais šiuolaikinės demokratinės visuomenės ir politikos santykių apibendrinimais, galima daryti išvadą, kad politinė komunikacija yra glaudžiai susijusi su komercine komunikacija. Politinės organizacijos taip pat kaip ir verslo sektoriai, turi nusistatę savo tikslines auditorijas, iš kurių tikisi sulaukti paramos. Tikslinei auditorijai pasiekti abiejų rūšių komunikacijos atstovai naudoja masines komunikacijos priemones, tikėdamiesi laimėti konkurencinę kovą ir išsiūlyti

vartotojams / balsuotojams savo prekinio ženklo produktą (politikus ar politines partijas galima įvardinti kaip skirtingų prekinų ženklų tos pačios rūšies produktus). Masinės komunikacijos priemonės išskiria politinius produktus, lygiai taip pat, kaip ir konkrečios rūšies muilas ar skalbimo milteliai būna atskiriami vieni nuo kitų, nors tai funkcionaliai vienodi produktai. Politinė ir komercinė komunikacija pasižymi ir esminiais skirtumais, kadangi komercinės komunikacijos sėkmė matuojama pelnu iš pardavimų, o politinės komunikacijos efektyvumas matuojamas balsuotojų atiduotų balsų procentu. Politinės ir komercinės komunikacijos palyginimas pateiktas 2-oje lentelėje.

2 lentelė

Politinės ir komercinės komunikacijos palyginimas (McNair, 1999)

Komercinė komunikacija	Politinė komunikacija
Padidinti pirkėjų srautą	Skatinti rinkėjus balsuoti už konkretų politiką ar politinę partiją
Išskirti produktą iš kitų, tą pačią funkciją atliekančių produktų	Išskirti politiką ar politinę partiją iš kitų
Skatinti lojalumą tam tikram prekiniam ženklui	Populiarinti atskirus politikus ar politines partijas
Pakeisti vartotojiškas tendencijas	Pakeisti elgesio modelius
Padėti prekės paklausos didinimui	Aiškinti politinius požiūrius
Gauti kuo daugiau pelno iš prekės pardavimų	Gauti didžiausią procentą rinkėjų balsų
Pasakoti apie prekės savybes ir kokybę. Gerinti prekės įvaizdį	Sukurti teigiamą visuomenės nuomonę tam tikru klausimu, patrauklų politiko ar politinės partijos įvaizdį
Informuoti visuomenę apie pačią prekę	Informuoti visuomenę apie naują politinį judėjimą
Priminti visuomenei apie pirkimą	Priminti žmonėms apie politinių partijų ar politikų palaikymą

Kaip minėta, tiek politikos, tiek verslo sektoriai siekdami tikslų, komunikuoja per masines žiniasklaidos priemones, todėl suprantama, kad žiniasklaidos priemonių statusas yra vienas faktorių, apsprendžiančių politinės komunikacijos savitumą. Dažniausiai atsirandanti diskusija kyla dėl politikų ir žiniasklaidos įtakos darymo rinkėjams viršenybės nustatymo.

Teorinės diskusijos apie politinės komunikacijos savitumą, apsprendžiamą masinės žiniasklaidos statuso, nagrinėja įvairūs aiškinamieji modeliai, iš kurių tikslinga išskirti 4 dominuojančius požiūrius. Remiantis politinės komunikacijos specialistų H. Oberreuter, H. M. Kepplinger, E. Noelle-Neumann ir D. A. Graber požiūriu žiniasklaida yra labiau dominuojanti politinės komunikacijos proceso dalis už pačią politiką. (A. Szymanska, 2004) Minėto požiūrio šalininkai pabrėžia priklausomumo konceptą ir teigia, kad dėl žiniasklaidos galios ir įtakos augimo, politikai ir politinės partijos tampa priklausomi nuo žiniasklaidos valios. Toks susidaręs politikos ir žiniasklaidos santykis yra istoriškai naujas reiškinys.

Politinės komunikacijos tyrėjai H. Schatz ir O. Jarren išreiškia priešingą nuomonę aukščiau išsakytai kitų mokslininkų pozicijai ir pabrėžia politikos viršenybę žiniasklaidos atžvilgiu. (A. Szymanska, 2004) Šio požiūrio šalininkai savo poziciją grindžia teigdami, kad žiniasklaidos priemonėms yra suteikta autonomija, todėl visuomenė tikisi, kad žiniasklaida reprezentuos jų interesus, o ne veiks palankiai politikai. Žiniasklaidos šališkumas yra lengvai pastebimas žiniasklaidos vartotojų

tarpe, todėl išreikšdami lojalumą konkrečiai politinei jėgai masinės komunikacijos kanalai rizikuoja prarasti dalį, o gal net ir visą, išsikovotą rinkos dalį.

Trečiasis ir ketvirtasis modeliai tarsi apjungia pirmuosius du modelius. Trečiojo modelio reprezentuotojai pabrėžia abipusę politikos ir žiniasklaidos priklausomybę, o ketvirtojo modelio šalininkai, panašiai kaip ir trečiojo, tvirtina, kad žiniasklaidos ir politikos funkcinis ryšys yra simbiotinis. Pagrindiniai šių nuomonių šalininkai U. Von Alemann ir U.Saxer pabrėžia socialinės komunikacijos svarbą ir naudingumą politikai, o žiniasklaida veikia kaip tarpininkas tarp politikos ir visuomenės bei dalyvauja politinės socializacijos procese, tad žiniasklaida ir politika yra susaistytos abipusio naudingumo ryšiais (A. Szymanska, 2004).

Simbiotinių ryšių tarp politikų ir žiniasklaidos egzistavimo įrodymų pateikė politinės komunikacijos mokslų atstovė K.H. Jamieson, teigdama, kad politikos veikėjai siūlo gilintis į politiką pagal jų interesams tarnaujančias schemas (Jamieson, 1992). Postmodernizmo epochoje pastebima tendencija, kad masinės komunikacijos priemonės koncentruojasi į netikrus, neautentiškus, išgalvotus įvykius, kuriuos galima įvardinti pseudo-įvykiais. Pseudo-įvykiai pasižymi tuo, kad tai nėra spontaniškas nutikimas, bet suplanuotas ir inspiruotas įvykis. Toks įvykis pirmiausia būna sukuriamas tam, kad apie jį būtų pranešama žiniasklaidoje, o jo sėkmė matuojama tuo, kaip plačiai apie jį pranešama. Dažniausiai pranešimas apie minėtą įvykį pasižymi tendencingumu. (McNair, 1999) Remiantis, žiniasklaidos įtakos teorija, pavadinta „darbotvarkės sudarymas“ (*agenda setting*), kuri teigia, kad žiniasklaida diktuoja auditorijai, kurie įvykiai yra svarbiausi, o kurie mažiau svarbūs, galima teigti, kad politikams yra tikslinga „vaidinti dramas“, padaryti ką nors nestandartiško, sukurti pseudo-įvykius, kad žiniasklaida į juos atkreiptų dėmesį. (Graber, 2005) Kai žiniasklaida daugiau koncentruojasi į atskirų politikų išgyvenimus asmeniniame gyvenime, užuot analizavusi ir konceptualizavusi didesnes socialines problemas, visuomenė priima politikus kaip mažiau atsakingus už visuomenėje egzistuojančią problemą bei jos sprendimą. (Jamieson, 1992)

Kaip jau buvo minėta, kiekviename šalies istoriniame etape, politinė komunikacija turi atitikti bendresnes socialinės komunikacijos formas, o šiuolaikinė socialinė komunikacija yra veikiamą didelio visuomenės heterogeniškumo, naujųjų informacijos ir komunikacijos technologijų įtakos, kapitalistinių santykių įtakotos vartotojiškos visuomenės. Dėl pastarojo veiksnio politika plačiaja prasme tampa politinių paslaugų rinka, o politinę komunikaciją galima iš dalies sutapatinti su komercine komunikacija, nors šios dvi komunikacijos rūšys turi ir esminių skirtumų, pavyzdžiui, komunikacijos efektyvumo vertinimo kriterijai, pagrindiniai tikslai. Žiniasklaida atlieka vieną esminių vaidmenų politinės komunikacijos savitumo formavime, kurios įtakos rinkėjų apsisprendimui dydis yra plačiai diskutuojamas politinės komunikacijos specialistų tarpe. Vieni tyrinėtojai teigia, kad žiniasklaida formuoja politiką, kiti, atvirkščiai, kad žiniasklaida yra tik įrankis galingų politikų

rankose, o treči bando įrodyti, kad politikos priklausomybė nuo žiniasklaidos ir atvirkščiai yra abipusis reiškinys.

Šiame skyriuje buvo išanalizuota politinės komunikacijos sąvoka, atskirai nagrinėjant politinės komunikacijos sudedamąsias dalis, apibrėžiant kiekvieną jų, bei sujungiant sąvokos sudedamųjų komponentų reikšmes į vientisą politinės komunikacijos procesą. Apibrėžus politinę komunikaciją, kaip visuomenės diskusiją apie visuomeninių resursų paskirstymą, valdžios pareigūnus ir oficialias poveikio priemones, galima teigti, kad politinė komunikacija yra labai plati, daug skirtingų aspektų apimanti sąvoka, juolab, kad minėta visuomeninė diskusija gali vykti įvairiausiomis formomis.

Daugelio mokslininkų teigimu, politinė komunikacija pagrinde vyksta vertikaliai „iš viršaus į apačią“ užtikrinant ir grįžtamojo ryšio galimybę, t.y. „iš apačios į viršų“ politinės komunikacijos formą. Pabrėžtina, kad politinės komunikacijos formos keitėsi, kintant valstybių santvarkoms bei socialinės sąveikos formoms. Politinės komunikacijos raidos etapų chronologines ribas nustatyti yra labai sudėtinga, kadangi šio reiškinio raidos laikotarpiai nekeitė, bet papildė vienas kitą, inkorporuodami ankstesnio laikotarpio politinės komunikacijos priemones. Politinės komunikacijos savitumas buvo apibrėžiamas atsižvelgiant į susiklosčiusią demokratinę tradiciją, į politinės ir komercinės komunikacijos santykį, į žiniasklaidos statusą valstybėje. Svarbu paminėti, kad informacinių portalų paplitimas, buvo vienas veiksnių, įtakousių XXI-ojo amžiaus politinės komunikacijos savitumą.

2 POLITINĖ KOMUNIKACIJA INFORMACINIUOSE PORTALUOSE

Politinės lyderystės praktika gyvuoja nuo pat valdžios ir pavaldumo santykių įsigalėjimo, kadangi valdantieji visais laikais buvo svarbu gerai pasirodyti prieš pavaldinius tam, kad jie būtų autoritetu visuomenės akyse ir kad jų būtų klausoma. Vystantis technologijoms, stiprėjant žiniasklaidos vaidmeniui visuomenėje, politinės komunikacijos pobūdis keitėsi, o sukūrus ir paplitus internetui, atsirado galimybė iš esmės transformuoti politinės komunikacijos procesą, perkelti jį į virtualią erdvę.

Iškilus naujam politinės komunikacijos įrankiui, tarp komunikacijos ir politikos mokslų sričių atstovų išsiplieskė ginčas dėl naujosios technologijos demokratinio potencialo. Į internetą, kaip politinės komunikacijos terpę, galima žiūrėti iš dvejopos pozicijos. Pirma, internetas gali būti suvokiamas kaip visuomenę mobilizuojantis įrankis; antra, internetas gali būti įsivaizduojamas, kaip visuomenę skaldantis reiškinys.

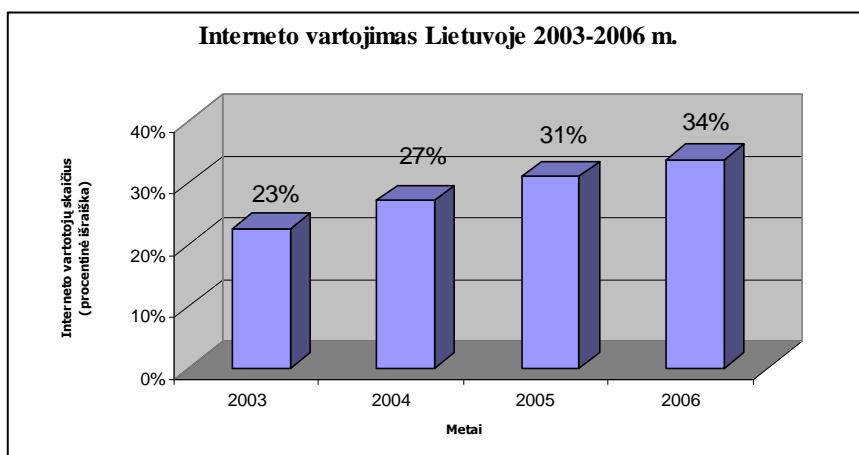
Nors nesutarimai dėl interneto poveikio politinei komunikacijai turi stiprų pagrindą, tačiau abi besiginčijančios pusės sutinka su tuo, kad internetas siūlo naujovių politinės tarpasmeninės, grupinės, organizacinės ir masinės komunikacijos lygiuose. Viena esminių interneto įvestų naujovių visuose komunikacijos lygiuose, ypač masinės komunikacijos procese - interaktyvumas. Interaktyvumas, auditorijos segmentavimo galimybė, einamosios informacijos patalpavimo galimybės yra neabejotini politinės komunikacijos internete privalumai, tačiau technologijos „nekontroliuojamumas“, visuomenės pasyvumas apsprendžia politinės komunikacijos internete trūkumus.

Šiame skyriuje bus analizuojamos interneto poveikio politinei komunikacijai teorijos, nustatant jų panašumus ir skirtumus, atskleidžiama kaip internetas pakeitė tradicines visų lygių politinės komunikacijos formas, išnagrinėti politinės komunikacijos internete privalumai ir trūkumai.

2.1 Interneto poveikis politinei komunikacijai

Kiekviena technologinė naujovė kažkuria prasme paliečia daugelį visuomenės gyvenimo sferų, įskaitant politinį procesą. Didžiausia XXI-ojo amžiaus technologinė naujovė – pasauliniu tinklu vadinamas – internetas, apibūdinamas kaip naujausia, sparčiausiai besivystanti komunikacijos priemonė, kuri suteikia galimybę pristatyti politiką ar politinę partiją dideliame potencialių balsuotojų skaičiui ir įtraukti juos į politinę diskusiją. (Čereška, 2004) Interneto vartotojų skaičiui Lietuvoje būdingas eksponentinis augimas: interneto vartojimas Lietuvoje 2006 m. žiemos duomenimis vieno mėnesio laikotarpiu siekė 34%, o tai 3-imis procentais daugiau nei 2005-aisiais ir 11% daugiau nei 2003-aisiais. Interneto vartotojų skaičiaus augimas nuo 2003 metų, atvaizduotas 3-ioje schemeje.

Interneto vartojimas Lietuvoje (TNS-Gallup, 2006)



Siekiant suprasti, kaip interneto paplitimas įtakojo politinės komunikacijos specifiką, būtina apibrėžti interneto sąvoką ir pritaikyti ją politinės komunikacijos procesui. *Internetas* – visą pasaulį apimanti transliavimo priemonė, sudaranti sąlygas informacijos perdavimui, bendradarbiavimui bei sąveikai tarp individų ir jų kompiuterių, nepriklausomai nuo geografiškai apribotos jų buvimo vietos. (Čepulskaitė, 1998) Prisiminus interneto sukūrimą, galima teigti, kad pagrindinė interneto sėkmės priežastis buvo ta, kad jis sugebėjo patenkinti bendruomenės poreikius. Pirmieji ARPA tinklo tyrinėtojai dirbo glaudžioje ir uždaroje bendruomenėje, sudarytoje iš atskiroms tyrimo sritims pasišventusių mokslo darbuotojų grupių. (Čepulskaitė, 1998) Nuo 9-tojo dešimtmečio pradžios į interneto bendruomenę pradėjo jungtis ne tik šioje srityje dirbantys mokslininkai, kol galiausiai internetas išsivystė iki milijardus dolerių bei milijonus vartotojų apimančios globalios infrastruktūros. Žymus interneto tyrėjas M.Castells teigia, kad internetas – komunikacijos sistema, kuri kuria realiąją virtualybę. „Tai – sistema, kurioje pati realybė (žmonių materialiosios ir simbolinės egzistencijos laukas) yra visiškai užgrobiama ir panardinama į virtualią vaizdų aplinką – tą išgalvotą pasaulį, kurio reiškiniai ne tik pasirodo ekrane, per kurį yra perduodama patirtis, bet ir patys tampa patirtimi.“ (Castells, 2005)

Interneto eros iškilimas įtakojo plačių diskusijų atsiradimą dėl potencialių šio „kūrinio“ padarinių senesnėms žiniasklaidos rūšims, politinei komunikacijai bei pilietinei visuomenei. (Norris, 1999) Iš pirmo žvilgsnio atrodytų, kad internetas yra tobula terpė laisviems debatams užtikrinti, kur dominuoja neiškraipyta žodžio laisvė. Išnagrinėjus interneto poveikio politinei komunikacijai teorijas, pasirodo, kad idėjos dėl interneto, kaip stiprų demokratinį potencialią turinčios masinės komunikacijos priemonės, kai kurių mokslininkų yra pateikiamos kaip utopija. P.Norris siūlo interneto poveikio politinei komunikacijai teorijas suskirstyti į mobilizacijos ir sustiprinimo. (Norris, 1999)

Interneto vartojimo augimas postindustrinėse visuomenėse įtakojo pagrindinių politinių naujienų šaltinių transformaciją, t.y. informacinių portalų, internetinių laikraščių, televizijos bei radijų internete atsiradimą ir naujo politinio bendravimo, politinės diskusijų grupės internete, iškilimą. Mobilizacijos teorijos šalininkai teigia, kad virtualioji demokratija skaitmeniniame pasaulyje suklestės, susiformuos tvirta virtuali bendruomenė.

Pastarosios iškilimą ir transformuojantį poveikį politiniam procesui išsamiai analizavo Howard Rheingold, kuris teigė, kad virtualiųjų bendruomenių atsiradimas pakeis realiame pasaulyje atsiradusią dalyvavimo politinėje komunikacijoje patirtį. Technologija, kuri įgalina virtualiųjų bendruomenių egzistavimą, stipriai įtakoja piliečius socialinėje, komercinėje ir svarbiausia politinėje sferoje sąlyginai žemais kaštais. Interneto įtaka socialiniam kismui pasireiškia tuo, kad eiliniai piliečiai įgyja galios, kai jie žino, kaip prisijungti prie nepriklausomos, brandžios, decentralizuotos technologijos. H. Rheingold pažymi, kad dideli pinigai ir įtakos galimybės kelia grėsmę virtualių bendruomenių nepriklausomybei, dėl to yra labai svarbu užtikrinti, kad ši žmogiškoji diskusija liktų atvira piliečiams ir, kad politikos ir ekonomikos galiūnai jos neužgrobtų, necenzūruotų, neišmatuotų ir neperparduotų visuomenei. (Rheingold, 1996)

Mokslininkai, pritarianys mobilizacijos teorijai, akcentuoja informacijos ir komunikacijos technologijų demokratizacinį potencialą, tai reiškia, kad naujosios technologijos turėtų padėti mobilizuoti visuomenę, stiprinti visuomeninį dalyvavimą politikoje. Komunikacijos tyrėjas M.Castells aiškina, kad iš interneto paplitimo tikėtasi pakeisti socialinių jėgų santykį, t.y. ne politikai prižiūrėtų visuomenę, bet piliečiai taptų padėties šeimininkais ir stebėtų valdančiųjų veiksmus. (Castells, 2003) Dėl technologijos užtikrinamos įvairovės, lankstumo bei galimybės veikti daugeliu skirtingų režimų, naujoji komunikacijos sistema yra pajėgi aprėpti bei integruoti visas raiškos formas ir įvairius interesus, vertybes bei vaizduotės kūrinius, taigi ir išreikšti politinius įsitikinimus. Remiantis tokiu argumentavimu, galima teigti, kad internetą būtų teisinga laikyti filosofo Habermaso sukurtu žodžio ir informacijos laisvės, per kuriuos formuojasi viešoji nuomonė, įkūnijimu. (Savigny, 2002)

Apibendrinant, galima teigti, kad pagrindinis mobilizacijos teorijos šalininkų teiginys yra tas, kad interneto sąlygotas politinis aktyvumas reprezentuoja specifinį dalyvavimą politikoje, kuris skiriasi nuo tradicinio dalyvavimo politinėje veikloje, tokio kaip tiesioginis dalyvavimas politinių partijų veikloje, visuomeninių judėjimų organizavimas ir pan. Mobilizacijos teorijos entuziastai pabrėžia, kad internetas suteiks galimybę sumažinti atotrūkį tarp valdančiųjų ir valdomųjų, decentralizuoti valdžią, laisva prieiga prie milžiniškų politinės informacijos kiekių paskatins visuomenės narius aktyviai dalyvauti politinėje komunikacijoje. (Savigny, 2002; Norris, 1999)

Ne visi komunikacijos internete tyrėjai yra nusiteikę optimistiškai naujosios informacijos ir komunikacijos technologijos atžvilgiu ir ją mato kaip naują priemonę, suteikiančią galios, leidžiančios dominuoti politiniam elitui. (Graber, 2005) Pagrindinis minėtos mokslininkų grupės teiginys yra tas,

kad interneto paplitimas sustiprins, bet anaipol ne transformuos egzistuojančio socialinės nelygybės modelio. Šis mokslininkų išreikštas skepticizmas dėl teigiamos interneto įtakos politinei komunikacijai davė pagrindo gimti sustiprinimo teorijai, kurios esmė yra, kad naujos komunikacijos ir informacijos technologijos iškilimas sustiprins arba net padidins atotrūkį tarp turinčiųjų ir neturinčiųjų. Politinės komunikacijos internete tyrėjai Owen ir Davis taikliai pastebėjo, kad internetas, o ypač informaciniai portalai, yra naujas informacijos šaltinis besidomintiems politika, bet nevienodos prieigos prie pasaulinio tinklo galimybės verčia suabejoti dėl interneto galimybių transformuoti dalyvavimą politinėje veikloje. (Norris, 1999)

Sustiprinimo teorijos šalininkė D.Owen įrodinėja, kad interneto pagalba segmentas žmonių, kuris reguliariai dalyvauja politiniame procese ir nuolat susiduria su interaktyvia žiniasklaida, įgyja politinių žinių bei politinės patirties. Pabrėžtina, kad minėta auditorija priklauso aukštesnei ekonominei klasei bei aukštąjį išsilavinimą turinčių žmonių grupei, todėl galima teigti, kad internetas įtakoja dalies politiškai aktyvių visuomenės narių dalyvavimą politinėje komunikacijoje, bet mažai prisideda prie pasyvių visuomenės narių įtraukimo į politinę veiklą, o tai sustiprina socialinę skirtį. (Owen, 1999)

Apie tai, kad interneto technologija nepadės išspręsti egzistuojančių socialinių problemų, susijusių su piliečių dalyvavimu politiniame procese, rašė ir ispanų politinės komunikacijos analitikas F.Bouza. Jo teigimu, internetas atspindi ir sustiprina prigimtines nelygybės visuomenėje problemas: nevienoda prieiga prie interneto atskiriems visuomenės nariams, nelygybė tarp pačių interneto vartotojų, nevienodas piliečių žinių lygis. (Bouza, 2004)

Informacijos ir komunikacijos technologijos – interneto – iškilimas keičia abiejų šiuolaikinės demokratijos esminių komponentų, dalyvavimo ir konkurencijos, sąlygas, jas išplėsdamas ir supaprastindamas. Dalis politinės komunikacijos teoretikų kalba apie tai, kad internetas yra ideali priemonė, sutelkianti visuomenę bei skatinanti ją aktyviai dalyvauti politiniame procese. Mobilizacijos teorijos šalininkai tiki, kad ši technologija padės sumažinti atstumą tarp valdančiųjų ir valdomųjų. Kita grupė mokslininkų įrodinėja, kad interneto paplitimas sustiprins demokratinę bei socialinę skirtį, nes ši informacijos ir komunikacijos technologija yra prieinama žmonių grupei, kuri disponuoja didesnėmis pajamomis ir turi atitinkamų žinių. Interneto atsiradimas ir išplitimas tarp tam tikra charakteristika pasižyminčios žmonių grupės savaime negali sąlygoti esminių politinės komunikacijos proceso transformacijų, tam reikalinga stipri visuomenės ir politikų valia kuriant žinių visuomenę.

Nors tarp mokslininkų kyla nemažai diskusijų dėl interneto poveikio politinei komunikacijai, viena yra aišku – internetas, kaip technologija, įgalina naujas komunikacijos tarp valdančiųjų ir valdomųjų formas, kurių negali pasiūlyti jokia kita komunikacijos priemonė, pavyzdžiui, „daug su daug“ komunikacijos formą.

2.2 Interneto įtaka politinės komunikacijos formoms

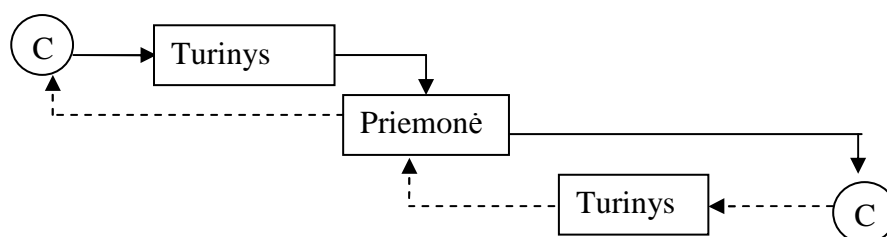
Internetas dažnai apibūdinamas kaip sparčiai besiplėtojantis moderniausias komunikacijos kanalas. Skirtingų pažiūrų mokslininkai ginčijasi dėl šios modernios masinės komunikacijos priemonės poveikio politinei komunikacijai, bet tiek mobilizacijos, tiek sustiprinimo teorijų šalininkai vieningai sutaria dėl to, kad interneto technologija gali supaprastinti komunikacijos procesą, ypač tai taikoma horizontaliajai pilietinei komunikacijai. (Dahlgren, 2004) Analizuojant politinės komunikacijos procesą internete, svarbu suprasti kaip naujoji technologija pakeitė skirtingų lygių komunikacijas, t.y. tarpasmeninę, grupinę bei masinę.

Tarpasmeninė arba interpersonalinė komunikacija

Tai tiesiogiai arba per tarpininką vykstantis sąveikos (bendravimo) procesas tarp dviejų žmonių (diados). (Lane, 2001) Kompiuterio tarpininkaujama interpersonalinė komunikacija apibūdinama kaip komunikacijos tarp dviejų žmonių forma, kai individai bendrauja arba bando įtakoti vienas kitą per atskirus kompiuterius interneto ar vietinio tinklo pagalba, naudojant specialią programinę įrangą. (Wikipedia, 2006) Komunikacijos internete tyrinėtojai Hoffman ir Novak pasiūlė tarpasmeninės komunikacijos internete modelį, atvaizduotą 4-toje schemeje.

4 schema

Tarpasmeninės komunikacijos internete modelis (Hoffman ir Novak, 2000)



C – komunikacijos dalyviai; turinys – pranešimo turinys, kurį komunikacijos dalyviai perduoda vienas kitam; priemonė – komunikacijos priemonė, tarpininkaujanti individam komunikuojant tarpusavy, šiuo atveju internetas; ištisinė ir punktyrinė linijos nurodo komunikacijos srautų kryptis tarp individų.

Nagrinėjant šį modelį, tikslinga atkreipti dėmesį į tai, kad grįžtamasis ryšys suprantamas iš interaktyvumo perspektyvos, kai interakcija gali būti apibrėžta, kaip raiškos tęstinumas pateiktoje komunikacijos eigoje, t.y. trečias (ar vėlesnis) pranešimo perdavimas yra susijęs ankstesnio pranešimo perdavimo svarbos komunikacijos dalyviams laipsniu. (Hoffman ir Novak, 2000) Vadinasi, komunikacijos dalyvis internete jau nėra pasyvus dalyvis, tik pranešimo skaitytojas, jis aktyviai

dalyvauja komunikacijos procese ir turi galimybę keisti pranešimo turinį bei užtikrinti arba nutraukti bendravimo tęstinumą realiu laiku arba vėliau. Labiausiai paplitusios interpersonalinės komunikacijos formos internete – elektroninis paštas, pokalbis tekstinių žinučių pagalba arba balsu.

Politinė tarpasmeninė komunikacija internete gali vykti tarp politinės valdžios atstovų lygiai taip pat kaip ir tarp politikų bei eilinių piliečių. Atrodytų, kad internetas yra tinkamiausia erdvė politinei diskusijai vykti, kadangi tiesioginis ir asmeninis bendravimas tarp aukšto rango politikos pareigūnų ir politiniame sektoriuje nedirbančių visuomenės narių padėtų sumažinti atstumą tarp valdančiųjų ir valdomųjų. Iškyla klausimas, ar tokia diskusija iš tiesų aktyviai vyksta? O jeigu ne, tai kokios yra interneto teikiamų galimybių politinei komunikacijai neišnaudojimo priežastys? Tinkamas pateikti atvejis, parodęs interaktyvumo neišnaudojimą interpersonalinės komunikacijos internete metu, įvykęs 2000-aisiais JAV prezidento rinkimų metu. Interneto vartotojas kreipėsi į vieną kandidatų į JAV prezidentus su klausimu apie Amerikos karinių pajėgų įsikišimą į Afrikos etninių grupių karus. A.Gore'o atstovas nusiuntė jam nuorodas į internetinius straipsnius „Afrika“ ir „Karinis įsikišimas“, kuriuos galima lengvai rasti ir pačiam, o šiuo atveju tikėtasi išsamaus ir unikalaus atsakymo. (Stevenson, 2000) Šiuo atveju politikų abejingumas galėjo suveikti kaip aktyvų politinį dalyvavimą internetu stabdantis faktorius, tačiau žvelgiant į problemą platesniu mastu, galima teigti, kad nenoras asmeniškai interaktyviai bendrauti su politiku yra ir pačių visuomenės narių baimė, bendras nusivylimas politika, cinizmas politikų atžvilgiu. (Dahlgren, 2004)

Grupinė komunikacija

Tai trijų ar daugiau asmenų sąveika, vykstanti dėl bendrai pripažintų tikslų tiesiogiai arba per tarpininką. (Lane, 2001) Perfrazuojant, galima teigti, kad grupinė komunikacija – tai bendravimas tarp trijų ir daugiau asmenų, siekiant išspręsti konkrečią problemą. Grupinei komunikacijai yra būdinga tai, kad visi grupės nariai paprastai aktyviai dalyvauja sprendžiant klausimus. Grupinės komunikacijos formomis galima įvardinti debatus, diskusijas, forumus, kurie, paplitus informacijos ir komunikacijos technologijoms, aktyviai vyksta virtualioje erdvėje.

Grupinė komunikacija internete skirstoma į sinchroninę ir nesinchroninę (Rubick, 1997):

Sinchroninė grupinė komunikacija yra analogiškas procesas pokalbiui. Pirmasis sinchroniškumo sąvoką apibrėžė šveicarų psichologas Carl Jung, kuris teigė, kad sinchroniškumas „laikinas priežastinių įvykių sutapimas“ (Wikipedia, 2006). Pritaikant šią sąvoką grupinės komunikacijos lygmeniui, galima teigti, kad sinchroninei grupinei komunikacijai būdingas grupės žmonių kalbėjimas vienu su kitais realiu laiku, kai vienas kito atsakymus gali matyti, spausdinamus ekrane. Tokio tipo komunikacijos pavyzdžiai, pokalbių kambariai kaip IRC (internet relay chat), MUDs (Multi-User Dungeons) ir MOOs (MUD object oriented). Sinchroninė grupinė komunikacija pasižymi spontaniškumu.

Asinchroninė grupinė komunikacija labiau primena laiškų rašymą arba nerašymą. Mintys yra sudėliotos, ne spontaniškos, galvojimas yra struktūrizuotas. Asinchroninės grupinės komunikacijos tikslas – įtikinti, įkalbėti arba informuoti. Šį procesą galima įvardinti apgalvotu informacijos pasikeitimu. Asinchroninės komunikacijos pavyzdžiai – Usenet, elektroniniai laiškai.

Esminė grupinės komunikacijos persikėlimo į virtualią erdvę išdava – virtualių bendruomenių kūrimasis, paremtas asmeniniu interesu. Minėtas H.Rheingold virtualią bendruomenę apibrėžia kaip socialinį susirinkimą, susiformavusį tinkle, kai pakankamai žmonių diskutuoja ganėtinai ilgą laiko tarpą, įtraukdami žmogiškuosius jausmus, siekdami suformuoti asmeninių santykių tinklus virtualioje erdvėje. (Rheingold, 1996) Jei pasitvirtintų idealus informacijos ir komunikacijos technologijų visuomenės įtakojimo scenarijus, pagal kurį naujosios technologijos skatintų perėjimą prie atviros informacijos visuomenės, geografinė erdvė bendravimui nebebūtų svarbi ir žmonėms taptų svarbesnė grupės, besivienijančios dėl bendrų interesų virtualioje erdvėje, kadangi jų veikla būtų orientuota į privačių siekių ir norų realizavimą. Pabrėžiama tai, kad virtualios bendruomenės galės sėkmingai ginti savo teises, kadangi interneto pagalba jos gali lengvai organizuoti protestus išreikšti savo nuomonę ar pozicijas konkrečiais klausimais. (Savukynas, 2002)

Interneto skeptikai išreiškia abejones dėl virtualių bendruomenių gebėjimo pakeisti realias bendruomenes, nes esminis kokybišką sąveiką užtikrinantis elementas yra lokalumas, kadangi žmonės bendrauja vieni su kitais vertindami „tikrus“ įsipareigojimus. J.Lockard teigia, kad „komunikacijos paprastumo užtikrinimo internete laikymas esminiu virtualių bendruomenių bruožu, atmetant daugybę kitų bendruomenės funkcijų, būtų tolygu tikėjimo bendruomenėmis išsižadėjimui“. Pasaulio perkėlimas į kompiuterinius tinklus laikomas silpnu realios žmonių sąveikos pakaitalu, kuris geriausiai atveju padėtų įgyvendinti funkcinis tikslus. (Nocasian, 2005)

Apjungiant aukščiau pateiktus, priešingus požiūrius į grupinę komunikaciją internete, galima teigti, kad pati technologija su savo teikiamomis galimybės savaime neužtikrina aktyvios virtualių bendruomenių veiklos. Virtualių bendruomenių kūrimasis yra kur kas daugiau nei realiai egzistuojančių bendruomenių „įtinklinimas“, tai piliečių savimonės reikalaujantis procesas. Susiklosčius atitinkamai visuomeninio gyvenimo tradicijai, virtualios bendruomenės galėtų įtakoti politinės komunikacijos procesą, pavyzdžiui, organizuodamos protesto akcijas, inspiruodamos diskusijas aktualiais politikos klausimais.

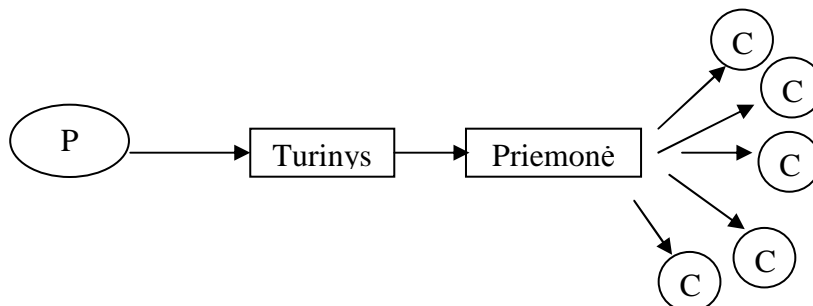
Masinė komunikacija

Masinės komunikacijos procesas vyksta, kai maža grupė žmonių perduoda pranešimą didelei anonimiškai, dažniausiai heterogeniškai auditorijai per specializuotas komunikacijos priemones. (Lane, 2004)

Tradicinės masinės komunikacijos proceso modelis pagal Hoffman ir Novak pateikiamas 5-toje schemeje.

5 schema

Tradicinis masinės komunikacijos modelis (Hoffman ir Novak, 2000)

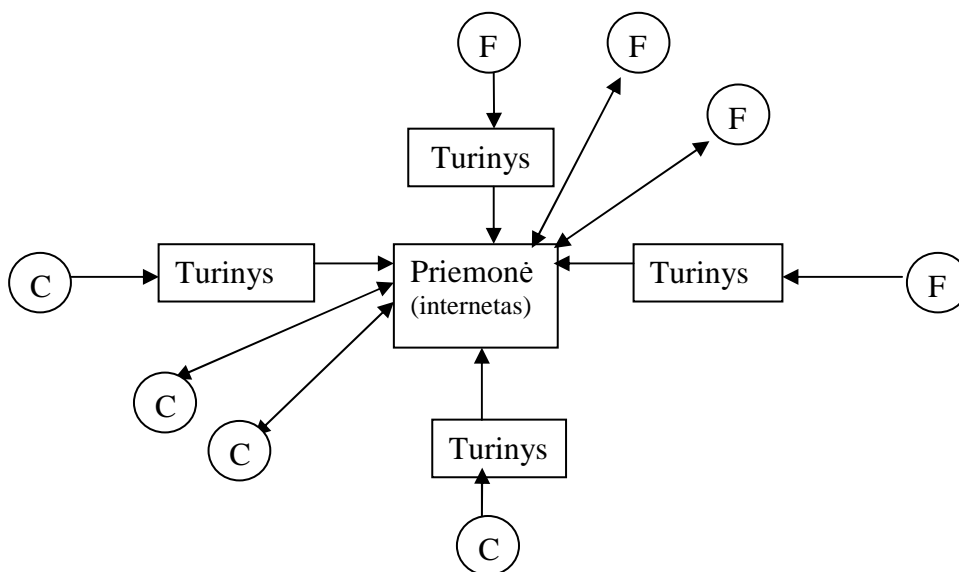


5-toje schemeje atvaizduotas pirminis vienas su daug komunikacijos modelis, kuriame P – politikas, politinė organizacija (kitame kontekste gali būti firma, žurnalistas) perduoda pranešimą – turinys – per žiniasklaidos priemones. C – heterogeniška žiniasklaidos auditorija.

Priklausomai nuo naudojamos žiniasklaidos priemonės (pvz. transliuojama žiniasklaidos priemonė, spauda, skelbimų lentos), nuo to, ar perteikiamas pranešimas yra statiškas (tekstas, vaizdas, brėžinys) ar dinamiškas (audio, video) pranešimo turinys gali būti įvairiai inkorporuojamas. Šiame modelyje tarp pranešimo gavėjų ir siuntėjo bendravimas nenurodomas kaip abipusis procesas. Iš esmės visi šiuolaikiniai masinės žiniasklaidos efektus analizuojantys modeliai paremti pateiktu masinės komunikacijos modeliu. (Hoffman ir Novak, 2000)

Interneto sukūrimas ir paplitimas sudarė visas sąlygas patobulinti vienas su vienu bei vienas su daug komunikacijos procesus. (Castells, 2003) Interneto technologijos dėka, vienas su daug komunikacijos modelį galima praplėsti iki daug su daug komunikacijos modelio. 6-toje schemeje atvaizduojamas Hoffman ir Novak pasiūlytas daug su daug komunikacijos modelis.

Internetinė „daug su daug“ komunikacija (Hoffman ir Novak 2000)



Turinys (pranešimas) šiame modelyje yra išplatinamas per kompiuterių tinklus; F ir C – komunikacijos proceso dalyviai.

Šis modelis nuo tarpasmeninės komunikacijos internete modelio skiriasi tuo, kad interaktyvus ryšys gali būti su pačia žiniasklaidos priemone, o ne vien tik asmeniniuose ryšiuose per žiniasklaidos priemonę. Pavyzdžiui, aktyvūs piliečiai gali naršyti internete naudojantis tam tikra programine įranga. Pateiktas komunikacijos modelis yra ypatingas tuo, kad ne tikai politikai gali pateikti pranešimą internetinei žiniasklaidos priemonei, bet ir visuomenės nariai, naudodamiesi daugialype terpe, gali pateikti su politikais ar politiniu procesu susijusią informaciją. Tiek interpersonalinės, tiek daug su daug internete vykstančios komunikacijos formos pirmiausia atspindi ne tiesioginį bendravimą tarp pranešimo siuntėjų ir gavėjų, bet žiniasklaidos priemonių tarpininkaujamą aplinką, su kuria jie sąveikauja. (Hoffman ir Novak, 2000)

Daug su daug komunikacijos modelio stiprioji pusė yra ta, kad visuomenės nariai gali jaustis patys dalyvaujant politikinėje komunikacijoje, ko neužtikrina vienas su daug komunikacijos modelis. Nepaisant šios unikalios galimybės reikštis ir mėginti įtakoti politinį procesą, vienas su daug komunikacijos modelis, kuriam būdingas informacijos pateikimas per televiziją, radiją ir spaudą šiandien išlieka vyraujančia politikos norma. (Castells, 2003) Tai perša išvadą, kad visuomenės nariai yra linkę būti pasyviais politinio proceso stebėtojais, bet ne aktyviais jo dalyviais, todėl politinė informacija pateikiama informaciniuose portaluose yra traktuojama kaip besąlygiška naujiena, o ne interaktyvus, diskutuojamas pranešimas. Politinius straipsnius linkusi komentuoti tik nedidelė informacinių portalų naudotojų dalis, pavyzdžiui, į 2006.04.10 informaciniame portale Delfi paskelbtas su prezidentu susijęs straipsnis „V.Adamkaus sprendimui reikalingas laiškas

kompiuteriuose nerastas“ buvo atidarytas 14291 kartus, o komentarų skaičius tesiekė 448, t.y. straipsnis buvo 31 kartą komentuotas mažiau nei skaitytas. Panaši situacija yra susidariusi su daugeliu politinių straipsnių. (Delif informacija, 2006)

Klaidinga būtų teigti, kad naujosios informacijos ir komunikacijos technologijos paplitimas kardinaliai pakeitė politinės komunikacijos formas, tačiau nenuginčijamas faktas yra tas, kad internetas įtakojo ir įnešė naujų niuansų į tarpasmeninę, grupinę bei masinę komunikacijos formas. Organizacinė komunikacija nebuvo nagrinėta, nes tai iš esmės visus tarpasmeninės ir grupinės komunikacijos požymius, turinti komunikacijos forma vykstanti tarp abipusiškai priklausomų individų grupių. (Lane, 2004) Intrapersonalinė komunikacija nenagrinėta dėl kanalo nebuvimo. Tarpasmeninės politinės komunikacijos lygmenyje, internetas leidžia paprasčiau ir per trumpą laiko tarpą, susisiekti, pavyzdžiui, dviem politikams ar politikui su eiliniu rinkėju. Grupinės politinės komunikacijos vyksmas internete įtakojo virtualių bendruomenių kūrimąsi. Dėl masinės politinės komunikacijos persikėlimo į virtualią erdvę, eilinis pilietis turi galimybę įtakoti politiką tiesiogiai dalyvaudamas politiniame procese. Įvardinus interneto teigiamą poveikį skirtingų lygių politinės komunikacijos procesui, natūraliai kyla klausimas, ar visuomeninė santvarka bei susiklosčiusi demokratijos tradicija įgalina visuomenę pasinaudoti interneto teikiamomis galimybėmis? Būtina paminėti, kad „technologija neapibrėžia visuomenės: ji ją įkūnija. Tačiau ir visuomenė neapibrėžia technologinių inovacijų: ji jomis pasinaudoja. Technologija yra visuomenė, o visuomenės neįmanoma suprasti arba reprezentuoti ignoruojant jos technologinius įrankius“. (Castells, 2005)

Interaktyvumo galimybė yra didžiausias politinės komunikacijos internete privalumas, tačiau negalima ignoruoti ir neigiamų politinės komunikacijos persikėlimo į virtualią erdvę aspektų. Pavyzdžiui, ribos tarp žurnalizmo ir nežurnalizmo išnykimas gali pridaryti didelės žalos politikui, jei apie jį internete bus paskleista klaidinga negatyvi informacija, toks atvejis gali iš esmės pakeisti tam tikros visuomenės dalies nuomonę, tad politinės komunikacijos internete privalumus ir trūkumus tikslinga išnagrinėti išsamiau.

2.3 Politinės komunikacijos internete privalumai ir trūkumai

Stiprūs prieštaravimai tarp interneto šalininkų ir skeptikų politinės komunikacijos atžvilgiu, verčia rimtai susimąstyti apie naujosios technologijos teikiamus privalumus ir trūkumus. Internetas turi potencialą sukelti revoliuciją politinės komunikacijos procese ir iš esmės pakeisti viešosios nuomonės formavimą. (Savigny, 2002) Dalis mokslininkų teigia, kad politinės komunikacijos procesas internete pasikeis į gerąją pusę, kadangi interneto technologijos teikiami privalumai yra stipresni bei svaresni už trūkumus. Palyginus politinę komunikaciją internete su kitais galimais politinės komunikacijos kanalais, išvelgiami šie politinės komunikacijos internete teigiami aspektai.

Interaktyvumas. Viena iš unikalių interneto savybių yra galimybė užmegzti interaktyvų ryšį su piliečiu (politikos vartotoju). Tai suteikia galimybę ne tik pateikti informacijos apie save, bet ir sužinoti balsuotojo nuomonę, pageidavimus, pastabas. Visa tai galima atlikti per stebėtinai trumpą laiko tarpą, ištiesą parą, 365 dienas per metus. Politinės paslaugos tiekėjas, jos „gamintojas“ gali tuojau pat sužinoti piliečių poreikių tenkinimo laipsnį ir atitinkamai reaguoti, iškart prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos sąlygų. (Čereška, 2004) Kadangi internetas interaktyvus, rinkėjas yra daug aktyvesnis nei skaitydamas laikraštį ar žiūrėdamas televizorių. Tai gali būti gero politinio pranešimo įsiminimo bei įsigilinimo į jo turinį priežastis. (Jokubauskas, 2003) Siekiant stipresnio efekto rinkėjui, internetas suteikia galimybę politinius faktus ar politinę informaciją praturtinti audio ir video efektais.

Grižtamojo ryšio galimybės. Interneto technologija suteikia galimybę ne tik sužinoti, kiek žmonių aplanko interneto svetainę, bet ir suteikia galimybę atskleisti, koku laiku jie ten buvo. Mažą to, Lietuvos informaciniai portalai leidžia atsakyti į klausimą, kiek kartų buvo atidarytas konkretus politinis straipsnis, kokio ilgumo politinę diskusiją jis sukėlė. Papildomai informacijai apie konkretaus politinio straipsnio skaitytoją gauti, sudaromi trumpi paklausimai, kurių rezultatai praverčia tolesniam politinės komunikacijos organizavimui. Teoriškai, pats interneto vartotojas gali nusiųsti elektroninį laišką politikui ir greitai gauti atsakymą.

Pasirenkamumas. Skirtingai nuo televizijos bei radijo, kurių dėka politikai įkyriai bando brautis į kiekvieno mūsų namus, beldžiasi į pasąmonę ir stengiasi „teisingai“ suformuoti žmonių nuomones, naršančio po internetą žmogaus niekas neprivers prieš jo valią skaityti politinių straipsnių, ar lankyti politinės partijos ar visuomeninio judėjimo svetainę ir skaityti joje skelbiamas rezoliucijas, domėtis viešosios nuomonės apklausų rezultatais bei gėrėtis politikų nuotraukomis. Vienas iš didžiausių interneto kaip informacijos platinimo terpės privalumų yra tai, jog čia galioja pasirinkimo laisvė, žmogus pasirenka būtent tai, kas jam įdomiausia. Išsilavinusių, politiškai aktyvių interneto vartotojų tarpe, politiniai pranešimai yra skaitomos labiau nei ne politiniai. (Deirdre, Dempsey, 2001)

Dinamiškumas. Informaciniuose portaluose pateikiama informacija nuolat keičiama, išskiriant svarbiausius šalies bei pasaulio įvykius – tai būdas atkreipti vartotojo dėmesį. Pranešimas apie politiką,

politinę partiją ar politinį procesą kompiuterių tinkle gali atsirasti akimirksniu. Greitis ir operatyvumas – vienas pagrindinių politinės komunikacijos plėtojimosi internete skatinančių veiksnių. Paskelbti paskutinį kandidato pranešimą internete yra žymiai patogiau nei kitais komunikacijos kanalais, stengiantis tai atlikti kuo greičiau ir harmoningiau, nes internetas, o tiksliau informaciniai portalai yra žinomi kaip einamosios informacijos patalpinimo priemonė, kur politiko ar politinės partijos pasisakymą galima paskelbti kone tą pačią minutę, kai jis buvo pasakytas ar parašytas, netgi dar anksčiau. Pasak M.McLuhan, šiuolaikinėje visuomenėje sprendimai būna paskelbiami anksčiau nei realiai būna priimami. „Tokia procedūra, neišvengiama, kai elektros greitis į sprendimų priėmimo procesą įtraukia visą visuomenę, šokiruoja senuosius spaudos atstovus, nes atmetamas bet koks apibrėžtas požiūris“. (McLuhan,2003) Internetas, ypač lankočiausi informaciniai portalai, yra tinkamiausia priemonė, užtikrinanti grįžtamojo ryšio operatyvumą.

Galimybė nukreipti pranešimą. Organizuodami politinę komunikaciją internete, politikai orientuojasi į jaunos, išsilavinusius 15-35 metų amžiaus, miestuose gyvenančius žmones, besidominčius informacijos technologijomis, atvirus naujovėms, pilietiškai aktyvius visuomenės narius – toks interneto vartotojo portretas yra pateikiamas Lietuvos statistikos departamento 2003 m. duomenimis. (Čereška, 2004) Internetas suteikia galimybę susiaurinti politikus dominančios auditorijos ratą, talpinant politinę reklamą arba rengiant politinius debatus, specifiniuose, konkrečiam vartotojų ratui įdomiuose, tinklapiuose. Rodydamiesi televizijų laidose, politikai daugiausia orientuojasi į mases, o internetas suteikia galimybę kreiptis į labai specifinę rinkėjų auditoriją.

Informacijos talpumas. Internetas – beribė erdvė. Politikai ar politinės partijos turi individualią galimybę pateikti itin išsamią informaciją apie save, nuveiktus darbus bei idėjas. Politinę informaciją informaciniuose portaluose galima skelbti ir gauti kiaurą parą. Internetu ypač patogu pasinaudoti tada, kai reikia paskelbti jautrią informaciją, kuri turi būti išplatinta tam tikrą valandą, konkrečiu laiku. Pavyzdžiui, laikraščiams svarbu jų išleidimo valandos, radijui ir televizijai irgi svarbus paskelbimo momentas, nes naujienoms tinkama informacija atrenkama ir organizuojama iš anksto. Tuo tarpu internete informaciją galima paskelbti kada tik pageidaujama, pasinaudojant piešiniais, brėžiniais, fotografijomis, lentelėmis, netgi video medžiaga. (Čereška, 2004)

Politinė komunikacija internete turi privalumų lyginant su kitom politinės komunikacijos pateikimo priemonėm tokiom kaip televizija, radijas, spauda ir pan., iš kurių pagrindiniai yra interaktyvumas, einamosios informacijos pateikimas, galimybė greitai reaguoti į potencialaus rinkėjo veiksmus. Internetas turi stiprių plusų, kuriais tinkamai pasinaudojus, ši daugialypė terpė galėtų prisidėti prie teigiamo politiko ar politinės partijos įvaizdžio kūrimo, tačiau negalima neatsižvelgti ir į politinės komunikacijos internete trūkumus.

Auditorijos ribotumas ir pasyvumas. Nepaisant to, kad interneto vartojimas Lietuvoje, kaip ir visame pasaulyje linkęs eksponentiškai didėti, siekdama galutinai apsispręsti už kokią politinę partiją

balsuoti, šiuo metu didžiausia dalis rinkėjų pasikliauja televizijos, radijo ir spaudos skleidžiama politine informacija, o politinės komunikacijos procese virtualioje erdvėje dalyvauja pasyviai. Naumano fondo atliktas tyrimas parodė, kad Lietuvai būdinga: „pavaldinių“ politinė kultūra (tai yra, gyventojų orientacija į politinius institutus, neįsakydama didesnės atsakomybės), jausmų dominavimas, vertinant politinius reiškinius, mitologinis mąstymas (politiniai mitai atspindi žmonių norus ir padeda organizuoti masių veiklą); ryškus visuomenės gyvenimo ideologizavimas ir politizavimas; nesugebėjimas kolektyviai spręsti problemų. (Čepulskaitė, 1999) Atsakomybės už valstybės politiką nebuvimas ir sudaro prielaidas politiniam Lietuvos piliečių pasyvumui, dėl to egzistuoja atotrūkis tarp politinio elito ir piliečių.

Saugumo problema. Tai bene didžiausia politinės komunikacijos internete problema. Teoriškai prie interneto gali prieiti bet kas, iš bet kurio pasaulio taško, todėl labai sunku, kartais net neįmanoma, užtikrinti tiek interneto vartotojų, tiek politikų ar politinių partijų saugumo. Per žiniasklaidos priemones, įskaitant informacinius portalus, pateikiama informacija pasitiki daugiau nei pusė Lietuvos gyventojų (51,4%), o žinant, kad ribą tarp tiesos ir netiesos internete nubrėžti labai sunku, niekas nėra apsaugotas nuo klaidingos ir negatyvios informacijos sklaidimo. (Masilionis, 2006) Internetas tapo nauja sritimi, sukeliančia galvos skausmą socialinės kontrolės atstovams, kadangi tai yra atvira, sunkiai kontroliuojama erdvė, sugebanti generuoti naujus politinės komunikacijos požymius. Svarbu paminėti, kad atviroj interneto erdvėj riba tarp paskalų, fantazijos ir vertingos politinės informacijos tampa labai nežymi, todėl informacija gali būti naudojama kaip privilegijuotų politikų ginklas nelygioje politinėje kovoje. (Castells, 2003)

Pasiekiamumo problema. Nepaisant unikalios interneto suteikiamos galimybės labai tiksliai nukreipti politinę komunikaciją apibrėžtam rinkėjų segmentui, pabrėžtina, kad internetas nėra tinkama priemonė masėms paveikti, todėl tai nėra galingas instrumentas daugumos rinkėjų balsams užsitikrinti.

Išraiškos ribotumas. Internetas, kaip ir bet koks kitas komunikacijos tarpininkas išspraudžia komunikaciją į tam tikrus rėmus ir komunikacijos dalyviams nepalieka visiškos išraiškos laisvės. Politinių partijų programos ar pasisakymai konkrečiais visuomenei aktualiais klausimais yra išdėstomi labai „sausai“, teiginiais. Internete labai sunku atskleisti politinės partijos programos, numatomų veiksmų lankstumą, sugebėjimą prisitaikyti kintančiomis ekonominėmis, politinėmis ir socialinėmis sąlygomis.

Remiantis pateiktais politinės komunikacijos internete trūkumais, kurių pagrindiniai yra saugumo bei visuomenės pasyvumo problema, suprantama, kodėl patys politikai kartais abejingai žiūri į internetą kaip terpę visuomeninei diskusijai apie politiką sukelti. Nors įvertinus visuomenės raidos ir demokratinio vystymosi faktorius, tikėtina, kad laikui bėgant visuomenės nariai sugebės savarankiškai apsaugoti ir sąmoningai atsiriboti nuo internetinių „šiukšlių“, o žinant, kad vyriausybė deda daug

pastangų žinių visuomenės kūrimui įtakoti, galima daryti pagrįstą prielaidą, kad piliečiai sugebės atsirinkti tiesą nuo netiesos, tikrą politinę komunikaciją nuo propagandos. Vertinant optimistiškai, galima daryti išvadą, kad ateityje galėsime padėkoti interneto kūrėjams ne tik už politinei komunikacijai suteiktus privalumus, tokius kaip interaktyvumas, politinės komunikacijos dinamiškumas bei talpumas, bet ir už visuomenės lavinimą bei mokymą. Nagrinėjant politinės komunikacijos internete privalumus ir trūkumus, reikėtų neatmesti pesimistinio varianto, kai internetas užuot paskatinęs piliečių dalyvavimą politinėje komunikacijoje, tik labiau padidins atotrūkį tarp politinio elito ir eilinio rinkėjo, visai nepaskatinęs piliečių aktyviai dalyvauti politinėje komunikacijoje. Esant sparčiam technologiniam vystymuisi bei sąlyginai geram technologijų įsisavinimui, ką rodo, interneto vartotojų skaičiaus augimas, gyvenimo sąlygų gerėjimui bei kasdienių politinių procesų modernėjimas, tikėtina, kad politinės komunikacijos paplitimo internete išdavos bus pilietiškai aktyvios visuomenės tobulėjimas.

Šiame skyriuje buvo išnagrinėtas galimas interneto poveikis politinei komunikacijai, išskiriant mobilizacijos ir sustiprinimo teorijas. Mobilizacijos teorijos šalininkai teigia, kad internetas iškilo kaip visuomenę mobilizuojantis įrankis, kuris įgalins visuomenės narius tiesiogiai aktyviai dalyvauti politiniame procese. Priešingai mobilizacijos teorijos atstovams, sustiprinimo teorijos šalininkai įrodinėja, kad internetas sustiprins ar net padidins socialinę bei demokratinę skirtį. Nepaisant esminių minėtų teorijų skirtumų, abiejų teorijų šalininkai sutinka dėl to, kad internetas turi potencialo palengvinti du esminius šiuolaikinių demokratijų politinio proceso elementus, t.y. dalyvavimo ir konkurencijos.

Politinės komunikacijos tyrinėtojai sutaria, kad interneto technologija pakeitė politinės komunikacijos formas visuose lygmenyse: tarpasmeniniame, grupiniame, organizaciniame ir masiniame. Svarbiausias interneto įneštas teigiamas pakeitimas į politinės komunikacijos procesą – interaktyvumo galimybė, iš kitų interneto privalumų paminėtini dinamiškumas, einamosios informacijos patalpinimo bei tikslingo nukreipimo galimybės. Kaip jau buvo minėta, interneto poveikis politinei komunikacijai nėra vienareikšmiškai teigiamas, ši komunikacijos ir informacijos technologija pasižymi ir neigiamomis savybėmis, iš kurių svarbiausios saugumo užtikrinimo problema bei auditorijos ribotumas.

Išnagrinėjus interneto poveikio politinei komunikacijai teorijas, išanalizavus politinės komunikacijos formas internete bei atskleidus svarbiausius politinės komunikacijos internete privalumus bei trūkumus, tikslinga nustatyti, kaip politinė komunikacija realiai vyksta internetinėje žiniasklaidoje, t.y. Lietuvos informaciniuose portaluose.

3 POLITINĖS KOMUNIKACIJOS LIETUVOS INFORMACINIUOSE PORTALUOSE TYRIMAS

Internetinės žiniasklaidos atsiradimas ir paplitimas politikams bei politinėms partijoms suteikė galimybę komunikuoti su rinkėjais naujoje aplinkoje, t.y. virtualioje erdvėje. Informaciniai portalai, internetinės žiniasklaidos rūšis, dėl einamosios informacijos patalpinimo operatyvumo bei prieigos paplitimo tampa patraukliu ir svarbiu informacijos šaltiniu vis didesniai interneto vartotojų ratui.

Informacinių portalų paplitimas iš esmės nepakeitė politinės komunikacijos specifikos, kaip televizija tai padarė 60-aisiais, tačiau ši žiniasklaidos priemonė leido eiliniam piliečiui, interneto vartotojui, įsitraukti į politinę diskusiją. Pabrėžtina, kad tradicinės komunikacijos priemonės, tokios kaip televizija, radijas, dienraščiai ar kita spausdintinė žiniasklaida nesudarė piliečiams tokių sąlygų nevaržomai pareikšti savo nuomonę apie politinius įvykius ar politikus, kokias suteikia informaciniai portalai. Galimybė informaciniuose portaluose einamuoju laiku komentuoti straipsnius tampa svarbiu veiksmu visuomenei išsakyti pilietinę poziciją, o politikos formuotojams – įvertinti visuomenės nuomonę ir atitinkamai į ją reaguoti, imantis konkrečių veiksmų ar komentuojant tuos pačius straipsnius, siekiant padėti piliečiams susigaudyti politinėje situacijoje. Negalima teigti, kad šiandien visuomenės nariai ir politikai pilnai išnaudoja jiems sudarytas sąlygas dalyvauti politinėje komunikacijoje Lietuvos informaciniuose portaluose, reaguojant į politinius įvykius, tačiau remiantis mobilizacijos teorijos šalininkų išsakytomis mintimis, galima daryti prielaidą, kad ateityje tai gali tapti svarbiu politikų instrumentu, padėsiančiu vertinti savo veiklos poveikį visuomenei ir aiškinant šios veiklos tikslumą. Interneto auditorijai pasiekus 34% Lietuvos piliečių ir žinant, kad interneto vartojimo tendencija - eksponentinis augimas, tikėtina, kad politinės komunikacijos informaciniuose portaluose organizavimą šiandien galima laikyti potencialia priemone, galinčia padėti politikams siekti savo tikslų, didinant populiarumą bei politinės komunikacijos pagalbą kuriant atitinkamą įvaizdį.

Šiame skyriuje bus nustatyta, kaip politikai bei politinės partijos išnaudoja informacinius portalus politinei komunikacijai.

3.1 Tyrimo metodologija

Tyrimo objektas – politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose *delfi, omni ir bernardinai*.

Šio tyrimo metu buvo naudojamas R.E. Denton ir G.C. Woodward pateiktas politinės komunikacijos apibrėžimas: „*Politinė komunikacija* – visuomenės diskusija apie visuomeninių resursų (pajamų) paskirstymą, apie valdžios pareigūnus (kurie turi galią priimti teisinius, įstatymų leidimo ir vykdymo sprendimus), ir oficialias poveikio priemones (ką valstybė apdovanoja ir nubaudžia)“

(Denton ir Woodward, 1990). Tyrime siekiant didesnio aiškumo ir apibrėžtumo, politinės komunikacijos sąvoka buvo sukonkretinta, remiantis 1-ame skyriuje pateiktu B.McNair politinės komunikacijos sąvokos skaidymu. Buvo analizuoti šie politinės komunikacijos komponentai:

1. straipsniai publikuojami informaciniuose portaluose, kuriuos rašo politikai ir kiti politiniai veikėjai (patys arba per viešųjų ryšių konsultantus), siekdami konkrečių tikslų;
2. komunikacija apie politinius veikėjus, jų veiklą. Šią komunikacijos formą sudaro informaciniuose portaluose pateikiamos naujienos, redakciniai straipsniai ir pan.
3. komunikacija, kuri yra adresuota minėtiems politiniams veikėjams nuo nepolitinių veikėjų, tokių kaip balsuotojai, žurnalistai ir pan., kurią sudaro nepolitinių veikėjų straipsniai bei interneto vartotojų komentarai, rašomi reaguojant į konkretų politinį straipsnį.

Kitos tyrime vartotos sąvokos:

Politinis straipsnis - tiesioginį arba numanomą ryšį su politika ar politiniais veikėjais turinti publikacija informaciniame portale.

Negatyvus politinis straipsnis – tai neigiamus politinius įvykius ar politikos aspektus Lietuvoje akcentuojantis politinis straipsnis, priskiriamas vienai iš žemiau nurodytų kategorijų:

- skelbiama informacija apie neigiamus, nelegalius, nenaudingus visuomenei ar valstybei politinių veikėjų veiksmus;
- politinio ar nepolitinio veikėjo neigiamos nuomonės išsakymas konkretaus politiko, politinės partijos ar politinio proceso atžvilgiu.

Pozityvus politinis straipsnis - tai teigiamus politinius įvykius ar politikos aspektus Lietuvoje akcentuojantis politinis straipsnis, priskiriamas vienai iš žemiau nurodytų kategorijų:

- skelbiama informacija apie teigiamus, naudingus bendrojo gėrio siekimui politinių veikėjų veiksmus;
- politinio ar nepolitinio veikėjo teigiamos nuomonės išsakymas konkretaus politiko, politinės partijos ar politinio proceso atžvilgiu.

Neutralus politinis straipsnis – tai apie politinius procesus bei apie politinius veikėjus informuojantis straipsnis, nepriklausantis nei pozityvių, nei negatyvių politinių straipsnių kategorijai.

Atidarymų skaičius – skaičius, nurodantis, kiek kartų buvo paspausta nuoroda į konkretų straipsnį.

Straipsnių komentarai – tai komentarai, replikos, nuomonės, kuriuos parašo straipsnių skaitytojai prie bet kurio straipsnio.

Tyrimo hipotezė – politikai bei politinės partijos Lietuvoje neišnaudoja informacinių portalų kaip politinės komunikacijos priemonės, siekiant daryti poveikį rinkėjams.

Tyrimo tikslas – atlikus politinės komunikacijos analizę, nustatyti, ar politikai bei politinės partijos išnaudoja Lietuvos informacinius portalus kaip politinės komunikacijos priemonę.

Tyrimo tikslui pasiekti buvo iškelti šie **uždaviniai**:

1. Identifikuoti politinių straipsnių dalį tarp visų informacinių portalų nagrinėtose rubrikose skelbiamų straipsnių.
2. Nustatyti politikų skelbiamų straipsnių dalį visų politinių straipsnių sraute.
3. Išmatuoti atskirų politinių straipsnių grupių populiarumą.
4. Įvertinti politinių straipsnių populiarumą lyginant su nepolitiniiais straipsniais.
5. Atskleisti politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose priemones, kurios padėtų politiniams veikėjams didinti savo populiarumą bei kurti atitinkamą įvaizdį.

Naudotas tyrimo metodas - kiekybinė politinių straipsnių analizė, atsižvelgiant į jų kiekį ir turinį. Šis tyrimo metodas pasirinktas kaip tinkamiausias tyrimo tikslui pasiekti, kadangi jis leido nustatyti politinių straipsnių kiekį, pobūdį bei išsiaiškinti jų pagrįstumą.

Tyrimo imtis ir jos pagrįstumas

Politinė komunikacija buvo analizuojama 3-juose Lietuvos informaciniuose portaluose *delfi*, *omni* ir *bernardinai* pasirinktomis dienomis: 2006.04.10, 2006.04.11, 2006.04.12, 2006.04.13, 2006.04.15, 2006.04.19, 2006.04.20, 2006.04.21, 2006.04.24, 2006.04.25, 2006.04.26, 2006.04.27, 2006.04.28, 2006.05.02, 2006.05.03.

Kiekvieno informacinio portalo pasirinkimą analizei sąlygojo atskiri faktoriai. *Delfi* informacinis portalas yra ryškus lyderis ne tik tarp savo kategorijos tinklapių; jis užima 2-ąją vietą tarp visų lankočiausių interneto svetainių ir nusileidžia tikrai pasaulinei paieškos sistemai *google*. (TNS-Gallup, 2006) *Delfi* skaito 70% interneto vartotojų, todėl šio informacinio portalo analizė būtina, siekiant išsiaiškinti bendras politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose tendencijas. *Omni* informacinis portalas populiarumu žymiai nusileidžia *delfi*, nors jį skaito sąlyginai nemažai, beveik trečdalis, t.y. 28% interneto vartotojų. (Gemius, 2005) *Omni* iš kitų informacinių portalų išsiskiria savo politiškumu, t.y. jame gausu politologų ar kitų visuomenės autoritetų pasisakymų, samprotavimų politinės situacijos klausimais, todėl tikėtina, kad šis informacinis portalas pritraukia specifinę, politika besidominčią auditoriją. *Bernardinai* yra mažiausiai lankomas ir jauniausias informacinis portalas iš 3-jų analizuotų, kuris pritraukia 6,16% interneto auditorijos; šio informacinio portalo išskirtinumą apsprendžia jo religinė orientacija. *Bernardinai* startavo 2004-ų metų vasario mėnesį, bet galima teigti, kad tikslingos reklaminės kampanijos bei pretenzingo šūkio („Atviras. Patikimas. Kitoks“) dėka rado sau tinkamą nišą interneto rinkoje ir joje įsitvirtino. Apibendrinant

reikėtų akcentuoti, kad *Delfi*, *Omni* ir *Bernardinai* yra panašūs tinklapiai pagal savo pirminį tikslą, tačiau kiekvienas jų pasižymi jam vienam būdingais bruožais, apsprendžiančiais jų specifiškumą bei tikslią auditoriją. Nepaisant to, kad visų šių informacinių portalų vartotojas pasižymi identiškais demografinėmis savybėmis, kadangi tai pirmiausia interneto vartotojas, ne vienoda šių tinklapių orientacija apsprendžia tai, kad juos skaito skirtingomis psichografinėmis savybėmis pasižyminčios individų grupės. *Delfi*, *Omni* ir *Bernardinai* buvo pasirinkti siekiant reprezentuoti politinės komunikacijos specifiką tarp įvairių interneto vartotojų sluoksnių.

Tyrimo laikotarpis buvo pasirinktas sąmoningai sekant politinius įvykius Lietuvoje. Skandalas dėl blogai organizuoto Seimo kanceliarijos darbo plačiai nuskambėjo per visas žiniasklaidos priemones, o iš karto po jo sekusi nepasitikėjimo buvusiu Seimo pirmininku A.Paulausku banga įtakoją politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose laikotarpio imtį. Kadangi politiniai skandalai, pertvarkymai bei pasikeitimai sąlygoja politinės komunikacijos suaktyvėjimą, buvo įdomu išsiaiškinti, kokios politinės komunikacijos rūšys dominuoja informaciniuose portaluose politiškai reikšmingu laikotarpiu. Tyrimas buvo atliekamas 15 dienų, kai valdančiųjų jėgų persitvarkymai vyko aktyviai, t.y. nuo 2006.04.10 – diena iki A.Paulausko atstatydinimo iš Seimo pirmininko pareigų iki 2006.05.03, kai politinė komunikacija dėl valdančiųjų postų užėmimo buvo apribota. Politinė komunikacija nebuvo nagrinėjama savaitgaliais ir švenčių dienomis, kadangi 40% Lietuvos interneto vartotojų internetu naudojasi darbe (TNS-Gallup, 2004), kitas dalykas, kad žmonės labiau linkę savaitgalius skirti laisvalaikio pramogoms, todėl tikėtina, kad politinė komunikacija laisvadieniais mažiau domimasi nei darbo dienomis.

3.2 Politinės komunikacijos formų analizė

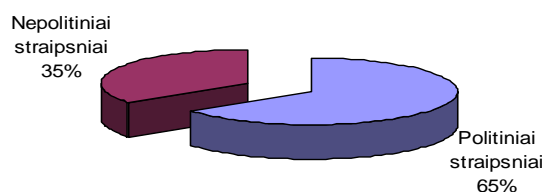
Informaciniai portalai *delfi*, *omni* ir *bernardinai* buvo atidaromi ir analizuojami pasirinktomis datomis kartą per dieną, analizę pradedant tarp 20-21 val., kai svarbiausi dienos įvykiai jau būna pateikti ir informacinių portalų lankytojai su jais būna susipažinę ir įsigilinę. Kiekvieną nurodytų tyrimo dienų buvo atidaromas vienas iš analizuojamų informacinių portalų, kadangi dažniausiai tą pačią dieną pateikiama informacija dubliuojasi ir kituose informaciniuose portaluose. Tyrimo metu buvo nagrinėjamos atskiros rubrikos, kurias informaciniai portalai išskiria kaip prioritetines, pateikdami jas tinklapio viršuje prieš likusias rubrikas. *Delfi* pateikiama informacija buvo analizuojama skyriuose „Lietuvoje“ ir „Komentarai“ (įskaitant tinklapio viršuje pateikiamus straipsnius, kaip dienos įvykių akcentus); *Omni* – „Dienos kronika“ (įskaitant tinklapio viršuje pateikiamus straipsnius, kaip dienos įvykių akcentus); *Bernardinai* – „Naujienos“ (įskaitant tinklapio viršuje pateikiamus straipsnius, kaip dienos įvykių akcentus). Minėtų rubrikų pasirinkimas buvo pagrįstas nuostata, kad tikslinių, t.y. politinių, straipsnių grupė gali būti sutelkta šiuose rubrikose.

Pabrėžtina, kad tyrime buvo analizuojami Lietuvos politiniai įvykiai ar politikai, užsienio politikos naujienos buvo nagrinėjamos tik tais atvejais, kai jos turėjo tiesioginį ar numatomą ryšį su Lietuva, todėl tokios rubrikos kaip „Užsienyje“ (*delfi*) ar „Užsienio naujienos“ (*omni*) nebuvo tirtos. Analizuotose informaciniuose portaluose dalis straipsnių tinklapyje yra atkartojama atitinkamose rubrikose, tokie „dubliuojami“ straipsniai pateikiamoje politinių straipsnių imtyje buvo skaičiuojami kaip vienas individualus straipsnis.

Viso 3-iose nagrinėtuose informaciniuose portaluose buvo perskaitytas 291 straipsnis, iš kurių pagal numatomo ar esamo ryšio su politiką buvimą buvo išskirti politiniai straipsniai. Analizuotų straipsnių sąrašas pateikiamas 1-ame priede. Atlikus tyrimą, buvo nustatyta, kad 190 iš visų perskaitytų straipsnių galima priskirti politiniam straipsniui, o tai sudaro 65% visų publikuotų straipsnių. Politinių ir nepolitinių straipsnių santykis atvaizduotas 7-oje schemeje.

7 schema

Politinių ir nepolitinių straipsnių santykis informaciniuose portaluose *delfi*, *omni* ir *bernardinai*



Pabrėžtina, kad informaciniai portalai iš esmės atkartoja dienraščių struktūrą, to įrodymas yra, kad dalis straipsnių imami iš Lietuvos dienraščių, todėl galima teigti, kad informaciniai portalai nėra išskirtinai taikomi specifinei politikų ar politikos apžvalgininkų tribūnai. Iš 7-oje schemeje pateiktų tyrimo metu gautų duomenų matyti, kad informacinių portalų žurnalistai bei redaktoriai politines naujienas išskiria kaip aktualesnes visuomenei nei nepolitines, kadangi jos sudaro didžiąją dalį prioritetinės rubrikose skelbiamų naujienų.

Siekiant nustatyti, kaip politikai išnaudoja informacinius portalus, siekdami padaryti poveikį rinkėjui, organizuojant politinę komunikaciją, t.y. kokį vaidmenį atlieka patys politikai, darydami įtakos politiniams straipsniams, pastarieji informaciniuose portaluose buvo grupuojami pagal straipsnio autorių. Nagrinėjami politiniai straipsniai buvo suskirstyti į šias kategorijas:

1. Politiko straipsnis, kuriame politikas ar politinis veikėjas išsako savo nuomonę konkrečiu klausimu.

2. Politinis analitinis straipsnis – nepolitinio veikėjo pateikiamas straipsnis, analizuojantis susidariusią politinę situaciją ar komentuojantis politikų veiksmus.
3. Interviu su politiniais veikėjais.
4. Redakciniai straipsniai - žurnalisto pateikiamas politinis straipsnis.

Politinių straipsnių pasiskirstymas informaciniuose portaluose pagal straipsnio autorių pateikiamas 3-ioje lentelėje.

3 lentelė

Politinių straipsnių pasiskirstymas pagal straipsnio autorių

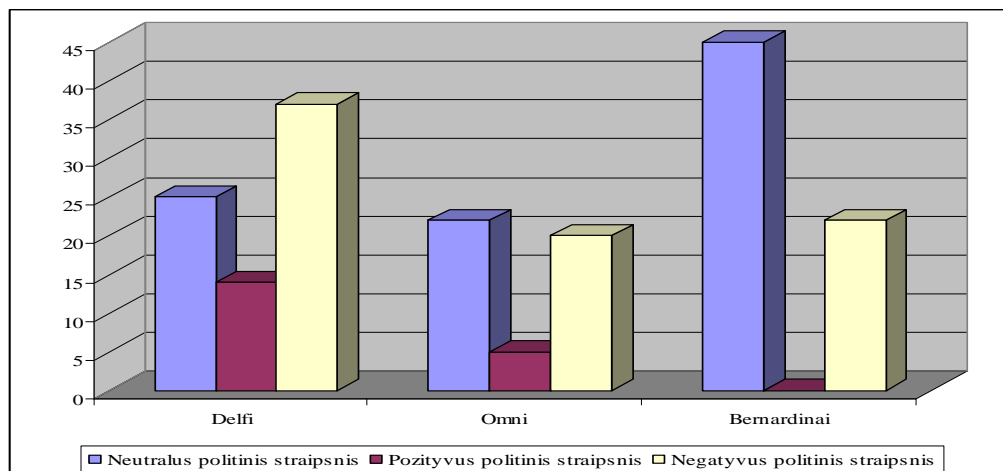
	Politiko straipsnis	Politis analitinis straipsnis	Interviu	Redakcinis straipsnis	Viso
<i>Delfi</i>	0	8 (10,5%)	1 (1,3%)	67 (88,2%)	76
<i>Omni</i>	0	4 (8,5%)	0	43 (91,5%)	47
<i>Bernardinai</i>	0	3 (4,5%)	0	64 (95,5%)	67
Viso:	0	15 (7,9%)	1 (0,5%)	174 (91,6%)	190

Iš 3-ioje lentelėje pateiktų duomenų akivaizdžiai matyti, kad politikai tiriamuoju laikotarpiu nesiėmė iniciatyvos pasinaudoti informaciniais portalais, kad pagerintų savo įvaizdį, paaiškintų priimtus sprendimus, pakomentuotų susiklosčiusią politinę situaciją ir pan. Tyrimo metu politikų straipsnių analizuotose informaciniuose portaluose nebuvo.

Daugiau nei 90% informaciniuose portaluose pateikiamų politinių straipsnių buvo redakciniai straipsniai, parašyti pačių informacinių portalų arba kitų žiniasklaidos priemonių žurnalistų, t.y. politiniai straipsniai paimti iš laikraščių, žurnalų ar televizijos naujienų transliacijos. Nedidelę dalį tarp visų politinių straipsnių užėmė politiniai analitiniai straipsniai, kurie vidutiniškai sudarė 8% visų tirtos imties politinių straipsnių. Tiriamuoju laikotarpiu buvo publikuotas vienas interviu *delfi* informaciniame portale. Remiantis 3-ios lentelės duomenimis, galima teigti, kad politinių straipsnių pagal įvairius autorius procentinė dalis skirtinguose informaciniuose portaluose labai panaši ir svyruoja vos kelių procentų ribose.

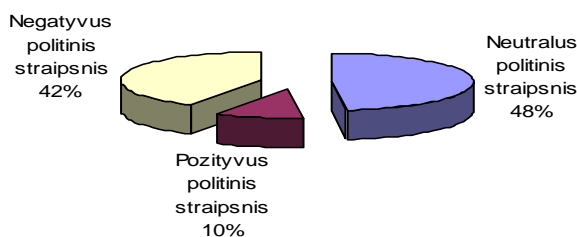
Nustačius, kad beveik 2/3 nagrinėtuose informacinių portalų rubrikose publikuotų straipsnių yra politiniai straipsniai, buvo gilinamasi į kiekvieno politinio straipsnio informacijos pateikimo pobūdį, t.y. kokių rakursų straipsnyje pateikiama informacija apie politikus arba politinius įvykius. Ši analizė buvo reikalinga tam, kad vėliau tyrimo eigoje galima būtų nustatyti šių straipsnių grupių populiarumą tarp informacinių portalų lankytojų, siekiant politikams pateikti konkrečias rekomendacijas dėl politinės komunikacijos organizavimo internete. Pagal politinių straipsnių informacijos pateikimo pobūdį, pastarieji buvo suskirstyti į neigiamus, pozityvius ir neutralius. Politinių straipsnių informaciniuose portaluose santykis, pagal tai, kokia politinė informacija – teigiama, neigiama ar neutrali yra dominuojanti, atvaizduojamas 8-toje schemeje.

Neutralūs, negatyvūs ir pozityvūs politiniai straipsniai *delfi*, *omni* ir *bernardinai* informaciniuose portaluose



Iš pateiktos 8-tos schemos matyti, kad visi nagrinėti informaciniai portalai pasižymi labai mažu pozityvių politinių straipsnių skaičiumi: *delfi* pozityvių politinių straipsnių skaičius buvo 14 (t.y. 18% visų politinių straipsnių), *omni* – 5 (10% visų politinių straipsnių), *bernardinuose* pozityvių politinių straipsnių tiriamuoju laikotarpiu publikuojama nebuvo. Negatyvių ir neutralių politinių straipsnių santykis įvairuoja atskiruose informaciniuose portaluose: *delfi* akivaizdžiai dominuoja negatyvūs politiniai straipsniai; *omni* negatyvių ir neutralių politinių straipsnių skaičius buvo beveik vienodas, bet pastarųjų publikuota dviem daugiau; *bernardinai* tyrimo metu išsiskyrė kaip didžiausią dalį neutralių politinių straipsnių pateikęs informacinis portalas, kuriame neutralių politinių straipsnių buvo dvigubai daugiau nei negatyvių. Apibendrinant tyrimo metu gautus duomenis, galima teigti, kad visuose informaciniuose portaluose didžiausią dalį sudarė neutralūs politiniai straipsniai, negatyvūs politiniai straipsniai nuo jų atsiliko nedideliu skirtumu, o pozityvūs politiniai straipsniai visuose naginėtuose informaciniuose portaluose sudarė mažiausią dalį visų politinių straipsnių, *bernardinai* tiriamuoju laikotarpiu nepublikavo nei vieno pozityvaus politinio straipsnio. Negatyvių, pozityvių ir neutralių politinių straipsnių procentinė išraiška bendrai informaciniuose portaluose pateikiama 9-toje schemoje.

Neutralių, negatyvių, pozityvių politinių straipsnių procentinė dalis tirtuose informaciniuose portaluose

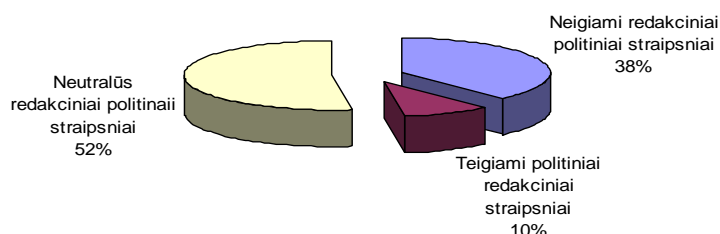


Neutralius politinius straipsnius galima būtų įvardinti politiniais informaciniais, kadangi tai daugiausia straipsniai apie paskyrimus valstybės tarnyboje, seime ir pan. Jų gausa nagrinėtose informacinių portalų rubrikose yra objektyvi dėl didelio bendros politinės informacijos kiekio. Negatyvių politinių straipsnių gausa, demonstruojanti negatyvų požiūrį į politinius įvykius ar politikus atspindi šalies politinę kultūrą ir susiklosčiusias tradicijas. Sustiprinimo teorijos šalininkė D.Owen teigė, kad žiniasklaidos skiriamas pernelyg didelis dėmesys politiniam skandalam, vidiniam partijų nesutarimam, korupcijai, įtakojo didelį elektroninės žiniasklaidos auditorijos ciniškumą valdžios atžvilgiu. (Owen, 1999) Ši mokslininkės teiginį įrodo tai, kad mažai politikų ar politinių įvykių Lietuvoje sulaukia visuomenės ar žiniasklaidininkų pagyrimo ar pritarimo, nors tokių neabejotinai turėtų būti. Akivaizdu, kad kritika ar sumenkinimas yra patraukli ir įdomi „prekė“ visuomenei, kuri gali turėti poveikio visuomenės nuomonės apie politikus formavimui.

Išnagrinėjus informaciniuose portaluose publikuojamus politinius straipsnius pagal informacijos pateikimo pobūdį bei pagal straipsnių autorius ir nustačius, kad dominuojantys politiniai straipsniai yra redakciniai, galima daryti pagrįstą prielaidą, kad redakciniai straipsniai apima visų rūšių politinius straipsnius pagal informacijos pateikimo pobūdį, t.y. negatyvius, pozityvius ir neutralius. (interview buvo priskirtas pozityviam politiniam straipsniui). Išanalizavus šios didžiausios grupės politinių straipsnių informacijos pateikimo pobūdį, buvo nustatyta, kad didžiausią jų dalį sudaro neutralūs politiniai straipsniai. Redakcinių straipsnių pasiskirstymas pagal pobūdį yra pateiktas 10-oje schemoje.

10 schema

Redakcinių politinių straipsnių pasiskirstymas pagal informacijos pateikimo pobūdį

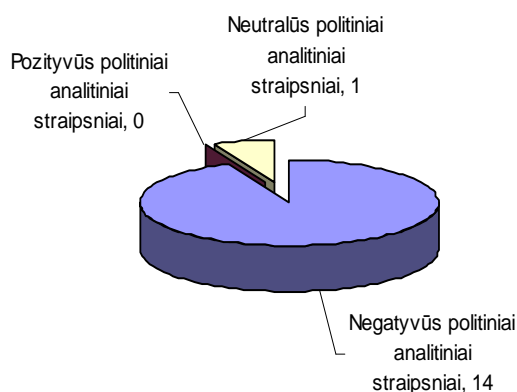


Pažymėtina, kad didelis kiekis neutralių politinių redakcinių straipsnių, lyginant su pozityviais ir negatyviais atspindi pirminį informacinių portalų, kaip internetinės žiniasklaidos, tikslą – informuoti visuomenę. Būtina pabrėžti, kad garantuoti, jog tarp politinių redakcinių straipsnių nėra politikų užsakytų straipsnių negalima, tačiau ypač maža teigiamų politinių straipsnių dalis galėtų suponuoti, kad minėtieji straipsniai nebuvo užsakyti politikų.

Politinų analitinių straipsnių, kurių tyrimo metu buvo žymiai mažiau negu redakcinių, pasiskirstymas pagal informacijos pateikimo pobūdį skyrėsi nuo redakcinių straipsnių. Išanalizavus politinius analitinius straipsnius, pasirodė, kad šioje politinių straipsnių kategorijoje dominuoja negatyvūs politiniai straipsniai. Politinių analitinių straipsnių informacijos pateikimo būdas atvaizduotas 11-oje schemeje.

11 schema

Politiniai analitiniai straipsniai pagal informacijos pateikimo būdą



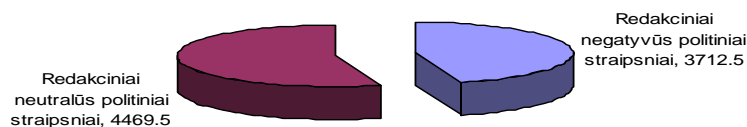
Remiantis pateikta schema, galima teigti, kad beveik visi politiniai analitiniai straipsniai priskiriami negatyvių politinių straipsnių kategorijai, tik vienas politinis analitinis straipsnis buvo priskirtas neutralių politinių analitinių straipsnių kategorijai be negatyvios ar pozityvios tendencijos. Gauti duomenys rodo, kad politiniuose analitiniuose straipsniuose politinė situacija, įvykis ar politikai daugiausia yra vertinami kritiškai, o padėtis valstybėje parodoma neigiamai.

Šiame tyrime nesiekama analizuoti neigiamų politinių straipsnių dominavimo Lietuvos informaciniuose portaluose priežasčių, tačiau atkreipiamas dėmesys, kad susiklosčiusi padėtis gali turėti įtakos neigiamos informacinių portalų lankytojų nuomonės susiformavimui apie politikus bei politinę padėtį šalyje. Tyrimo metu gauti duomenys parodė, kad politikai nesiima veiksmų šiai situacijai keisti arba įtakoti savo naudai, kadangi nesinaudoja informaciniais portalais teigiamam savęs pristatymui, ką akivaizdžiai parodė straipsnių pasiskirstymas pagal autorių ir informacijos pateikimo pobūdį.

3.3 Politinės komunikacijos formų populiarumo tyrimas

Atlikus politinių straipsnių, publikuotų *delfi*, *omni* ir *bernardinai* prioritetinėse rubrikose analizę, nustatant jų kiekį, informacijos pateikimo pobūdį bei straipsnio autorių, buvo nustatomas tiriamos imties politinių straipsnių populiarumas informacinių portalų lankytojų tarpe. Politinių straipsnių populiarumo mato vienetu tyrime buvo laikomas atidarymų skaičius. Buvo kreiptasi į kiekvieną nagrinėtų informacinių portalų, siekiant gauti tyrimo dienom publikuotų straipsnių atidarymų skaičių. Visi reikiami duomenys nebuvo gauti: balandžio mėnesio straipsnių atidarymo skaičiai (t.y. 84-ių iš 105-ių straipsnių atidarymų statistiką) buvo suteikti *bernardinų*, *delfi* informacinis portalas sutiko pateikti tik 11 straipsnių atidarymo skaičių, *omni* nepateikė nei vieno straipsnio statistikos. Remiantis minėtų informacinių portalų pateiktais duomenimis, pagal vidutinį atidarymų skaičių vienam straipsniui buvo nustatyti populiariausi politiniai straipsniai bendrai *delfi* ir *bernardinai* informaciniuose portaluose. Skirtingų politinių straipsnių grupių populiarumas *delfi* ir *bernardinai* informaciniuose portaluose atvaizduotas 12-oje schemoje.

Skirtingų politinių straipsnių grupių populiarumas pagal atidarymų skaičių



Pagal vidutinį atidarymų skaičių vienam straipsniui, populiariausi informacinių portalų nagrinėtose rubrikose pasirodė esą redakciniai neutralūs politiniai straipsniai, kurių vienam vidutiniškai teko 4470 atidarymų, o redakciniam negatyviam politiniam straipsniui – 3713 atidarymų. Būtina priminti, kad informacinių portalų pateiktų duomenų kiekis buvo nepakankamas, siekiant padaryti konkrečias išvadas bei pateikti rekomendacijas, kadangi dėl duomenų stokos negalima buvo įvertinti visos nagrinėtų politinių straipsnių imties populiarumo. Dėl šios priežasties buvo bandoma nustatyti ar straipsnių atidarymus kaip populiarumo matą, galima būtų pakeisti komentarų skaičiumi, kuris yra laisvai prieinamas visiems interneto vartotojams.

Iš *delfi* ir *bernardinų* gauti straipsnių atidarymų duomenys bei atitinkamų straipsnių komentarų skaičius pateikiamas 2-ame priede. Naudojantis gautais duomenimis, tarp visiem informacinių portalų lankytojų prieinamų straipsnių komentarų ir turimų straipsnių atidarymų skaičiaus buvo tirtas ryšys, nustatant koreliacijos koeficientą. Pastarasis nusako sąsają tarp dviejų kintamųjų išreikštą skaičiumi nuo -1 iki 1, kuris parodo koreliacijos stiprumą. Jei gauta koreliacijos koeficiento reikšmė yra lygi arba artima -1, reiškia kad tarp kintamųjų yra stiprus netiesioginis ryšys, t.y. didėjant vienam kintamųjų, kitas mažėja; o jei +1 – reiškia tarp kintamųjų yra stiprus tiesioginis ryšys. (Heffner, 2004)

Hipotezė – tarp straipsnių atidarymų skaičiaus ir komentarų skaičiaus yra tiesioginė priklausomybė, t.y. kuo didesnis straipsnio komentarų skaičius, tuo didesnis to paties straipsnio atidarymų skaičius.

Siekiant įrodyti hipotezę, nustatant, ar komentarų skaičius didėja, augant straipsnių atidarymo skaičiui, yra statistiškai patikimas ryšys, buvo remtasi koreliacijos koeficientu, apskaičiuojamu pagal formulę:

$$Correl(X, Y) = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

x - straipsnio atidarymų skaičius; y – komentarų skaičius.

Skaičiavimai buvo atlikti MS Excel programoje.

Įstačius straipsnių atidarymų ir komentarų skaičius į pateiktą formulę, gauta reikšmė parodė sąsajos tarp dviejų kintamųjų stiprumą. Interpretuojant duomenis priimta laikytis šių nuostatų (Heffner, 2004):

- 0,1-0,3 – mažas susietumas
- 0,3-0,7 - vidutinis susietumas
- 0,7-0,9 – didelis susietumas
- 0,9-1,0 – labai didelis susietumas

Pabrėžtina, kad pateiktas koreliacijos koeficiento interpretavimas yra apytikris, o tiksliam koreliacijos nustatymui reikėtų rezultato statistinio patikimumo vertinimo.

Įstačius į formulę *bernardinų* straipsnių atidarymo ir komentarų skaičius, gautas koreliacijos koeficientas suapvalinus siekia 0,8 (0,77147). Apskaičiavus koreliacijos koeficientą remiantis *delfi* duomenimis, kurių kaip jau minėta buvo žymiai mažiau, gaunamas koreliacijos koeficientas yra beveik identiškas *bernardinų* koeficientui, .t.y 0,8 (0,773449). Gauti duomenys rodo, kad tarp straipsnių atidarymų skaičiaus ir komentarų skaičiaus yra didelis susietumas, todėl pagal komentarų skaičių galima prognozuoti straipsnių atidarymo skaičių ir atvirkščiai. Sąsajas vertinant pagal procentinę išraišką $(\text{Correl}(x,y))^2 \times 100$ gauname, kad apie 60% atvejų pagal komentarų skaičių galima prognozuoti atidarymų skaičių.

Remiantis paskaičiuotu koreliacijos koeficientu ir sąsajos procentiniu indeksu, galima teigti, kad hipotezė dėl straipsnių atidarymo skaičiaus priklausomybės nuo komentarų skaičiaus ir atvirkščiai pasitvirtino: dažniausiai kuo didesnis straipsnio komentarų skaičius, tuo didesnis konkretaus straipsnio atidarymų skaičius. Įrodžius minėtą hipotezę, toliau tyrime buvo priimta, kad straipsnių populiarumą žymi ir komentarų skaičius. Tokiu būdu straipsnių populiarumo tyrimą buvo galima praplėsti iki visos pasirinktų straipsnių imties, nesiribojant informacinių portalų administratorių pateiktu atidarymų skaičiumi.

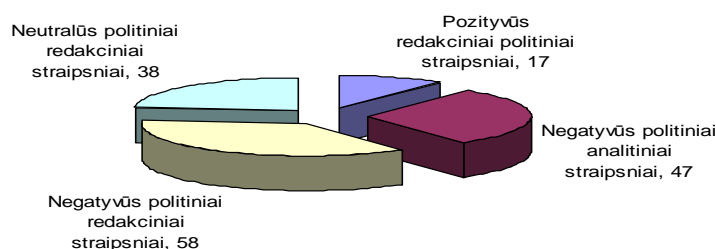
Kadangi analizuojant politinius straipsnius, buvo sekamas kiekvieno straipsnio komentarų skaičius, buvo nustatyta kokio tipo pagal informacijos pateikimo pobūdį ir pagal straipsnio autorių, politiniai straipsniai buvo populiariausi tarp informacinių portalų lankytojų.

Didžiausias politinio straipsnio komentarų skaičius *delfi* informaciniame portale – 986, *bernardinuose* – 47, *omni* – 43. Iš pateiktų duomenų galima daryti išvadą, kad informacinių portalų lankytojų reakcijų išraiška į *delfi*, *omni* ir *bernardinų* tirtus straipsnius ženkliai skiriasi vienas nuo kito. Negalima teigti, kad vieno iš tirtų informacinių portalų lankytojai komentuoja daugiau už kito, nes buvo vertinti ne to paties, o skirtingų straipsnių komentarai. Dėl išvardintų priežasčių politinių straipsnių populiarumą lyginti pagal komentarų skaičių tarp informacinių portalų būtų netikslu.

Politinių straipsnių populiarumas buvo nustatomas apskaičiavus vidutinį komentarų kiekį tenkanti vienam straipsniui, priklausančiam konkrečiai politinių straipsnių kategorijai, bendrai visuose informaciniuose portaluose. Įvairių politinių straipsnių kategorijų populiarumas atvaizduojamas 13-toje scheme.

13 schema

Skirtingų kategorijų politinių straipsnių populiarumas pagal komentarų skaičių



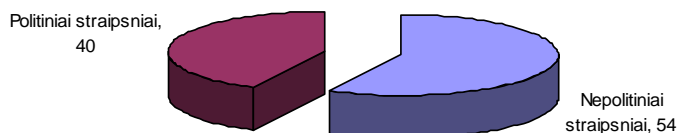
Remiantis 13-ta schema galima teigti, kad negatyvūs politiniai straipsniai yra populiariausi tarp informacinių portalų lankytojų: vidutiniškai vienam negatyviam politiniam redakciniam straipsniui tenka 58 komentarai, o vienam negatyviam politiniam analitiniam straipsniui – 47 komentarai (81% komentarų į negatyvų politinį redakcinį straipsnį). Trečią vietą pagal populiarumą, remiantis komentarų skaičiumi, užima neutralūs politiniai redakciniai straipsniai, kurių vidutiniškai vienam skiriami – 38 komentarai (65,5% komentarų į negatyvų politinį redakcinį straipsnį). Sąlyginai didelis neutralių politinių redakcinių straipsnių populiarumas gali būti aiškinamas tuo, kad tiriamuoju laikotarpiu vyko reikšmingi pasikeitimai Lietuvos politikoj, .t.y Seimo pirmininko atstatydinimas, todėl tokie neutralūs redakciniai straipsniai kaip „Seimui vadovaus „darbietis“ *Muntianas*“ (*delfi*), „Darbo partija sieks ministro pirmininko posto“ (*omni*) arba „A.Brazauskas, V.Uspaskichas ir K.Prunskienė pasirašė naują valdančiosios koalicijos susitarimą“ (*bernardinai*) sulaukė didesnės skaitytojų reakcijos. Pozityvūs visų rūšių politiniai straipsniai informacinių portalų lankytojų tarpe susilaukė mažiausiai populiarumo: vidutiniškai vienam pozityviam redakciniam straipsniui teko 17 komentarų, tai sudarė apie trečdalį didžiausio populiarumo negatyvaus politinio redakcinio straipsnio komentarų. Interviu ir neutralus politinis analitinis straipsnis buvo vienas per visus tris analizuotus informacinius portalus, todėl vidutiniškas komentarų kiekis jiems nebuvo skaičiuojamas. Tiroje straipsnių imtyje nebuvo nė vieno politiko straipsnio, todėl lieka neaišku, ar tokio tipo straipsniai būtų skaitomi informacinių portalų skaitytojų. Tačiau šiame skyriuje pateikti populiarumo rodikliai parodė, kad politiniai analitiniai straipsniai yra vieni populiariausių ir juos populiarumu lenkia tik negatyvūs politiniai redakciniai straipsniai, tai perša išvadą, kad politikų, kaip visuomenės autoritetų,

pasisakymai galėtų būti įdomūs informacinių portalų lankytojams. Pabrėžtina, kad nors kaip parodė tyrimas, pozityvūs politiniai straipsniai yra mažiau populiarūs už negatyvius, jie nelieka visiškai nepastebėti ir sudaro politikams galimybę teigiamai pristatyti save ir savo veiklą ne tik rinkimų kampanijų metu. Deja, tirtoje straipsnių imtyje nebuvo nė vieno politiko inicijuoto pozityvaus straipsnio, todėl lieka neaišku, ar toks straipsnis būtų skaitomas interneto vartotojų.

Siekiant išsiaiškinti, ar politikam tikslinga orientuotis į politinius straipsnius savo veiklai ar asmenybei populiarinti, buvo nustatomas politinių straipsnių populiarumas bendram visų pateikiamų straipsnių nagrinėtose rubrikose kontekste: buvo lyginamas politinių straipsnių vidutinis komentarų skaičius su nepolitinių straipsnių komentarų vidutiniu skaičiumi. Kaip jau minėta, politiniai straipsniai sudarė 65% visų straipsnių, kurie yra pateikiami kaip svarbiausios dienos naujienos. Nepolitiniai straipsniai sudarė tik trečdalį visų nagrinėtose rubrikose publikuojamų straipsnių, kurie dažniausiai akcentuoja visuomenei aktualias problemas ir yra populiarūs informacinių portalų skaitytojų tarpe (pvz., „Gėjų fotografijų parodos neįsileidusi menotyrininkė pasielgė teisėtai, sako teisės ekspertai“ (*delfi*)). Analizės metu gauti rezultatai pateikiami 14-toje schemoje.

14 schema

Politiniių ir nepolitinių straipsnių populiarumas pagal komentarų skaičių



Pagal tyrimo metu gautus duomenis iš 14-tos schemos matyti, kad nepolitiniai straipsniai yra šiek tiek populiarnesni nei politiniai, t.y. vidutiniškai vienam nepolitiniam straipsniui tenka 54 komentarai, o vienam politiniam - 40. Būtina pabrėžti, kad proporcija tarp politinių ir nepolitinių straipsnių gauta išskirtinai sąlygojant *delfi* politinių ir nepolitinių straipsnių populiarumo pasiskirstymo, kadangi tik *delfi* informaciniame portale nepolitinių straipsnių populiarumas buvo didesnis už politinių, kai vidutiniškai vienam nepolitiniam straipsniui buvo skiriami 157 komentarai, o politiniam – 115. Tyrimo metu nustatyta tendencija prieštarauja amerikiečių politinės komunikacijos specialistų Dairdre ir Dempsey iškeltai teorijai, kad politiniai straipsniai yra skaitomi labiau nei nepolitiniai. Šį neatitikimą galima paaiškinti eile faktorių: priimtu populiarumo vertinimo kriterijumi (komentarų skaičius), kuris nors pasižymi dideliu susietumu laipsniu su atidarymų skaičiumi, tačiau ne

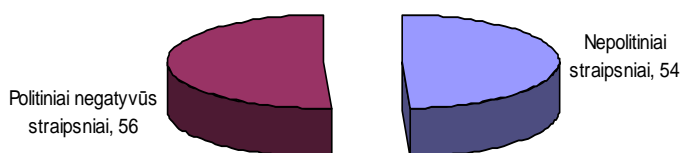
100% atvejų. Kita teorijos ir praktikos neatitikimo priežastis – specifinės vartotojų grupės, t.y. straipsnius komentuojančių *delfi* skaitytojų, interesų ratas.

Kitų dviejų informacinių portalų politinių ir nepolitinių straipsnių pasiskirstymo tendencijos skyrėsi nuo *delfi*: *omni* vidutiniškai vienam politiniam straipsniui buvo skiriami 8 komentarai; nepolitiniam – 5; *bernardinuose* politiniam – 5, nepolitiniam – 1. Žymiai mažesnis komentarų skaičius, tenkantis vienam straipsniui, yra atskirų informacinių portalų vartotojų grupių netolygumo priežastis. Negalima atmesti galimybės, kad *omni* ir *bernardinų* skaitytojai yra pasyvesni nei *delfi*.

Viena priežasčių dėl gautos analizės rezultatų galėjo būti imties neatitikimas tarp politinių ir nepolitinių straipsnių, nes pastarųjų buvo žymiai mažiau nei politinių. Siekiant tikslesnių tyrimo rezultatų, buvo bandoma suvienodinti nagrinėjamų dydžių imtis, todėl buvo pasirinkta lyginti politinius neigatyvius straipsnius su nepolitiniais. Minėtos analizės rezultatai pateikiami 15-toje schemeje.

15 schema

Politinių neigatyvių ir nepolitinių straipsnių populiarumas



Iš 15-tos schemos matyti, kad nors ir nežymiai, bet politiniai neigatyvūs straipsniai yra populiariausi nei nepolitiniai. Pastariesiems vidutiniškai tyrimo metu teko 54 komentarai; o neigatyviems politiniam straipsniui – 56. Tai reiškia, kad neigatyvūs politiniai straipsniai yra populiariausi ne tik politinių straipsnių grupėje, bet ir platesniame informaciniuose portaluose pateikiamų naujienų kontekste. Svarbu atkreipti dėmesį, kad skirtumas tarp neigatyvių politinių ir nepolitinių straipsnių nėra ženklus, todėl vertinant straipsnių populiarumą pagal komentarus, didžiąja dalimi atspindinčius straipsnių atidarymų skaičių, teigtina, kad analizuotose rubrikose politiniai ir nepolitiniai straipsniai sulaukia panašaus populiarumo. Šį faktą galima būtų paaiškinti tuo, kad tirti straipsniai buvo publikuoti aktualių įvykių rubrikose.

3.4 Tyrimo išvados ir rekomendacijos

Atlikus politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose analizę, pagal kiekį, pateikimo pobūdį bei pagal autorių, buvo nustatyta, kad:

1. Politinių straipsnių Lietuvos informacinių portalų prioritetinėse rubrikose buvo dvigubai daugiau nei nepolitinių, t.y. politinių straipsnių dalis tarp visų analizuotose rubrikose publikuotų straipsnių sudarė 65%.
2. Daugiausia politinių straipsnių (virš 90%) priklausė redakcinių straipsnių kategorijai. Nedidelė dalis, apie 8%, visų politinių straipsnių buvo politiniai analitiniai straipsniai; tik *omni* informaciniame portale buvo publikuotas vienas politinis interviu (0.5%). Tyrimo metu politikų straipsnių nenustatyta. Procentinė politinių straipsnių dalis pagal autorių skirtinguose informaciniuose portaluose buvo panaši ir svyravo kelių procentų ribose.
3. Tendencijos dėl pozityvių politinių straipsnių visuose nagrinėtuose informaciniuose portaluose sutapo, šio pobūdžio politinių straipsnių buvo mažiausiai arba visai nebuvo. *Delfi* pozityvių politinių straipsnių skaičius buvo 14 (t.y. 18% visų politinių straipsnių), *omni* – 5 (10% visų politinių straipsnių), *bernardinuose* pozityvių politinių straipsnių publikuojama nebuvo.
4. Negatyvių ir neutralių politinių straipsnių santykis informaciniuose portaluose išsiskyrė: *delfi* tirtose rubrikose daugiausia buvo publikuota negatyvių politinių straipsnių, *bernardinuose* neutralių politinių straipsnių kiekis buvo dvigubai didesnis už negatyvių, *omni* didžiausia dalis buvo skiriama neutraliems politiniams straipsniams, nors pastarųjų buvo tik dviem daugiau nei negatyvių.
5. Beveik visi politiniai analitiniai straipsniai priskiriami negatyvių politinių straipsnių kategorijai.
6. Pagal gautą straipsnių atidarymo statistiką, nustatyta, kad populiariausi buvo neutralūs politiniai redakciniai straipsniai, kurių kiekvienam vidutiniškai teko 4470 atidarymų; vidutiniškai vienas negatyvus redakcinis straipsnis buvo atidaromas 3713 kartų.
7. Informaciniuose portaluose pateikiamų straipsnių populiarumas dažniausiai (60% atveju) atitinka tų straipsnių komentarų skaičių, t.y. kuo daugiau kartų konkretus straipsnis buvo atidarytas, tuo didesnis komentarų skaičius skiriamas tam straipsniui. Koreliacijos koeficientas tarp šių dviejų kintamųjų yra 0,8, o šis skaičius reiškia, kad komentarų ir straipsnių atidarymo kiekių susietumas yra didelis bei kad šių dviejų kintamųjų priklausomybė vieno nuo kito yra tiesioginė.
8. Negatyvūs politiniai straipsniai yra populiariausi tarp informacinių portalų lankytojų: vidutiniškai vienam negatyviam politiniam redakciniam straipsniui teko daugiausia, t.y. 58 komentarai, o vienam negatyviam politiniam analitiniam straipsniui kiek mažiau, t.y. 47

komentariai. Trečią vietą pagal populiarumą, remiantis komentarų skaičiumi, užėmė neutralūs politiniai redakciniai straipsniai, kurių vienam vidutiniškai buvo skiriama 38 komentarai. Pozityvūs redakciniai politiniai straipsniai informacinių portalų lankytojų tarpe susilaukė mažiausiai populiarumo: vidutiniškai vienam pozityviam redakciniam straipsniui teko 17 komentarų.

9. Nors nepolitiniai straipsniai pasirodė populiariesni nei visų kategorijų politiniai straipsniai, bet politiniai negatyvūs straipsniai yra skaitomesni nei nepolitiniai, t.y. vidutiniškai vienam nepolitiniam straipsniui tenka 54 komentarai, o negatyviam politiniam – 56. Dėl nežymaus skirtumo tarp minėtų kategorijų straipsnių populiarumo, tikslu būtų teigti, kad tirtose rubrikose politiniai ir nepolitiniai straipsniai sulaukia panašaus populiarumo.

Tyrimo išvados ir rekomendacijos

Atlikus tyrimą 3-uose skirtingos specifikos Lietuvos informaciniuose portaluose *delfi*, *omni* ir *bernardinai* nurodytu laikotarpiu, nustatyta, kad didžioji dalis, t.y. 65%, informacinių portalų prioritetingose rubrikose publikuotų straipsnių buvo politiniai. Remiantis šiuo teiginiu, galima daryti prielaidą, kad informacinių portalų žurnalistai bei redaktoriai išskiria politines naujienas kaip aktualesnes ir įdomesnes visuomenei nei nepolitines, kadangi jos sudaro didžiąją dalį prioritetingose rubrikose skelbiamų naujienų.

Padaryta analizė parodė, kad ne rinkimų metu politikai nesinaudoja informaciniais portalais, kad pagerintų savo įvaizdį, paaiškintų priimtus sprendimus, sukritikuotų oponentų veiklą ir pan. Tiriamuoju laikotarpiu politikai Lietuvos informaciniuose portaluose visai nepasireiškė, t.y. nagrinėtuose informaciniuose portaluose politikų straipsnių visai nebuvo. Remiantis šiuo faktu, galima daryti pagrįstą prielaidą, kad politikai ar politinės partijos neįvertina savireklamos galimybių šioje komunikacijos priemonėje nerinkimų metu. Tyrimo pradžioje iškelta hipotezė, kad politikai bei politinės partijos Lietuvoje neišnaudoja informacinių portalų kaip politinės komunikacijos priemonės, siekdami daryti poveikį rinkėjams, buvo įrodyta. Iš tyrimo metu gautų duomenų, akivaizdu, kad politikai informacinių portalų nelaiko įtakinga žiniasklaidos forma, kadangi, pavyzdžiui, per televiziją transliuojamuose politiniuose debatuose ar apskritai gavę progą išreikšti savo poziciją konkrečiu politiniu klausimu, politikai nepraleidžia progos pasisakyti, nes tokie pasisakymai formuoja jų įvaizdį visuomenės akyse ir atitinkamai padeda pasiekti užsibrėžtų tikslų. Informaciniai portalai, kurių vartojimas yra žymiai mažesnis nei televizijos, lieka neišnaudota terpe politikų pasisakymams. Tikėtina, kad kruopščiai suplanuota politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose padėtų politikams siekti užsibrėžtų tikslų, kadangi internetas yra sparčiai augantis reiškinys, o remiantis

reklamos apimtim internete, žiniasklaidos tyrimų organizacijos daro prielaidą, kad po 5-6 metų, internetas taps populiariesne ir efektyvesne žiniasklaidos priemone už radiją.

Informaciniai portalai užtikrina „iš apačios į viršų“ politinės komunikacijos būdą, t.y. suteikia politikams galimybę stebėti rinkėjų reakciją į politikų teikiamą informaciją apie save, jų pasisakymus, kuri atsispindi komentaruose. Naudingas orientyras politikams bei politinėms partijoms, nustatyti politinių įvykių aktualumui interneto vartotojų tarpe, būtų informacinių portalų pateikiamas straipsnių komentarų skaičius, kadangi tyrimo metu buvo įrodyta, kad komentarų skaičius yra proporcingas dydis straipsnių atidarymo skaičiui, tai reiškia, kad augant straipsnio komentarų skaičiui, dažniausiai didėja ir straipsnio atidarymų skaičius. Išsiaiškinę informacinių portalų lankytojų aktualiausias problemas bei klausimus, politikai bei politinės partijos galėtų tikslingai planuoti politinę komunikaciją. Pabrėžtina, kad komentarus rašo ne visi informacinių portalų skaitytojai, bet susidariusi grupė, virtuali bendruomenė. Nors komentarai dažniausiai laikomi ne proto, bet emocijų išraiška, remiantis jais galima subjektyviai įvertinti visuomenės nuomonę

Iš visų tiriamuoju laikotarpiu nagrinėtų politinių straipsnių 10% priskirti pozityviem politiniam straipsniams, likusieji Lietuvos politiką nušviečia arba neutraliai, arba blogai. Mažai politikų ar politinių įvykių sulaukia viešo pagyrimo ar pritarimo, nors tokių neabejotinai turėtų būti. Negatyvių straipsnių dominavimą tinkamai paaiškino žiniasklaidos tyrinėtojas M.McLuhan, kuris teigė, kad spaudos puslapis iš vidaus atskleidžia bendruomenės veiksmų ir sąveikų istoriją, dėl šios priežasties atrodo, kad spauda geriausiai atlieka savo funkciją parodydama išvirkščiąją, neparadinę pusę. „Tikros žinios yra blogos žinios – blogos žinios apie kokį nors žmogų ar blogos žinios kokiems nors žmonėms.“ (McLuhan, 2003) Galima teigti, kad šios M.McLuhan išsakytos mintys apie spaudą tinka ir informaciniams portalams, kadangi dažniausiai paspaudus nuorodą, atsidaro redakcinis straipsnis, kuris neretai būna paimtas iš laikraščių ar žurnalų.

Nustačius didelį politinių negatyvių straipsnių populiarumą, tapo aišku, kad kritika, sumenkinimas yra labiau vartojama politinė „prekė“, kuri traukia interneto vartotojus ir gali turėti įtakos visuomenės nuomonei apie politikus. Tikėtina, kad politiko apžvelgtos politinės situacijos negerovės, oponentų kritika, ypač Lietuvai politiškai reikšmingu laikotarpiu (kuris tyrimo metu buvo Seimo pirmininko A.Paulausko atstatydinimas) galėtų sulaukti informacinių portalų lankytojų susidomėjimo. Pabrėžtina, kad M.McLuhan idėjos dėl žiniasklaidos naujienų pateikimo pobūdžio esmės netaikomos politikams ir jie nėra saistomi reikalavimo informuoti tik apie negeroves. Politinėje komunikacijoje tikslinga būtų siekti pusiausvyros tarp neigiamo ir teigiamo visuomenės narių ar jų veiklos įvertinimo, kaip esama kitose gyvenimo sferose. Organizuojant politinę komunikaciją informaciniuose portaluose reikalingas subtilumas, nes dažnai individai neigiamai reaguoja į žmonių, kuriuos jie vertina negatyviai pasisakymus, todėl būtina kruopščiai nusistatyti tikslinę auditoriją.

Būtina atkreipti dėmesį, kad politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose yra nukreipta ne į mases, bet į specifinėmis charakteristikomis pasižyminti pilietį – informacinių portalų lankytoją, t.y. 15-44 metų, disponuojantį vidutinėmis ir aukštesnėmis pajamomis, inovacijoms bei technologijoms besidomintį, aktyvų individą. (TNS-Gallup, 2006; Čereška, 2004) Remiantis šia informacinių portalų vartotojo charakteristika ir įsigilinus į Lietuvos politinę aplinką, pasidaro aišku, kodėl politikai tokie abejingi naujajai žiniasklaidai, t.y. informaciniams portalams. Pagrindinė to priežastis - Lietuvoje vyraujanti populistinė kultūra, ką iliustruoja 2004 m. Prezidento rinkimai. Didžiausia rinkėjų dalis apibūdinama, kaip aktyviai nedalyvaujantys politiniame šalies gyvenime, nedeklaruojantys noro siekti aukštesnio išsilavinimo, besitikintys valstybės paramos (milžiniškų socialinių išmokų, darbo suradimo ir kt.), abejingai vertinantys verslo skatinimo galimybes asmenys; 2006 m. balandžio mėn. rinkos analizės ir tyrimo grupės RAIT atlikta reprezentatyvi gyventojų apklausa rodo, kad smarkiai padaugėjo žmonių, kurie iš viso neketina dalyvauti rinkimuose; į klausimą „jeigu šiandien įvyktų rinkimai į Seimą, už kurią politinę partiją balsuotumėt?“ net 34,2% apklaustųjų atsakė, kad iš viso neitų balsuoti. Tokios rinkėjų charakteristikos bei nuostatos parodo, kad populizmas šalyje yra paplitęs reiškinys. Pasak P. Bourdieu: „Politinės partijos dažniausiai susigundo populizmu, kuris tuo labiau pasiteisina, kuo mažiau visuomenė, siaurąja prasme, dalyvauja politiniame gyvenime, kuo mažiau suvokia esamą situaciją ir orientuojasi joje“. (Andrikienė, 2003) Žinia, kad populistai politinę komunikaciją orientuoja į mases, į vidutinį rinkėją, todėl informacinių portalų lankytojai neatitinka jų tikslinės auditorijos ir tokie politikai dažniausiai pasirenka kitas masines informavimo priemones, pavyzdžiui, televiziją.

Žinant, kad politinius pranešimus daugiausia skaito išsilavinę, politiškai aktyvūs interneto vartotojai, galima teigti, kad informaciniai portalai turėtų dominti politikus, priešingus populistams, kurie savo politiką orientuoja į žmones, kuriems būdingos interneto vartotojo charakteristikos, nes naujoji žiniasklaidos priemonė suteikia galimybę tikslingai nukreipti politikams naudingą informaciją komunikuojant su rinkėjais. Būtina atkreipti dėmesį, kad informaciniai portalai Lietuvoje sudaro sąlygas tiek visuomenei, tiek politikui ar politinei partijai įsitraukti į politinę diskusiją, kuri pastarajam padėtų įgyvendinti savo tikslus į savo pusę patraukiant šią specifinę rinkėjų auditoriją.

IŠVADOS

Politinė komunikacija yra neatsiejama politinio proceso dalis, tai pagrindinė ryšio tarp valdomųjų ir valdančiųjų užtikrinimo sąlyga. Įsigilinus į šio socialinio reiškinio sampratą, paaiškėjo, kad dėl vienareikšmio politinės komunikacijos apibrėžimo sutikti labai sunku. Pagrindinė problema, sąvokos sudedamųjų komponentų: politikos ir komunikacijos daugialypumas. Šiame darbe politinė komunikacija buvo laikoma visuomeninė diskusija apie visuomeninių resursų (pajamų) paskirstymą, apie valdžios pareigūnus ir oficialias poveikio priemones. (Denton ir Woodward, 1990)

Apibūdinus politinės komunikacijos sąvoką, buvo nagrinėjama šio komunikacijos proceso raida. Buvo nustatyta, kad kiekvienas raidos etapas atspindi platesnes socialinės interakcijos formas, todėl nustatyti šio reiškinio raidos etapų chronologines ribas labai sudėtinga. Politinės komunikacijos vystymasis pasižymi tuo, kad kiekviename jos raidos etape ankstesnio laikotarpio komunikacijos būdai ar priemonės nėra atmetami kaip netinkami ir nereikšmingi, bet yra inkorporuoja į politinį procesą ir koegzistuoja su naujaisiais minėto reiškinio būdais ir priemonėmis. Pavyzdžiui, televizijos atsiradimas 60-taisiais neišstūmė laikraščių iš politinės komunikacijos proceso, bet pastarieji tapo televizijos papildu. Apibendrinant politinės komunikacijos raidą, pastebimas cikliškumas, t.y. nuo lokalių politinės komunikacijos priemonių buvo pereita prie nacionalinių, o šiandien dėl interaktyvių technologijų paplitimo bei atitinkamų socialinių pokyčių vėl koncentruojamasi į lokalias politinės komunikacijos formas.

Analizuojant politinės komunikacijos savitumą, svarbu įsigilinti į patį komunikuojamą produktą, šiuo atveju politiką ar politinę partiją. Šiandien egzistuojanti politinių paslaugų rinkos skeidžiama politinė komunikacija, turi daug bendro su komercine komunikacija, kadangi iš esmės politikai yra tos pačios rūšies skirtingo prekinio ženklo „produktai“. Nepaisant politinės ir komercinės komunikacijos panašumų, šios komunikacijos rūšys pasižymi esminiais skirtumais, pvz., skiriasi šių komunikacijos rūšių tikslai, komunikacijos efektyvumo įvertinimo kriterijai. Politinės komunikacijos specifiką apsprendžia tokie faktoriai, kaip susiklosčiusi demokratijos tradicija, žiniasklaidos statusas visuomenėje, valdymo forma ir pan.

Naujosios komunikacijos priemonės, interneto, sukūrimas ir paplitimas įtakojo politinės komunikacijos savitumą, tačiau vertinant minėto reiškinio poveikį politinei komunikacijai tyrinėtojai pasidalina į dvi priešingas stovyklas. Vieni teigia, kad internetas iškilo kaip visuomenę mobilizuojantis įrankis, kuris dėl savo interaktyvios prigimties užtikrintų tvirtos politiškai aktyvios virtualios bendruomenės gyvavimą. Pastaroji mintis priklauso mobilizacijos teorijos šalininkams, kurie įrodinėja, jog internetas suteikia politinės galios piliečiams, turintiems prieigą ir mokantiems naudotis technologija, kadangi interneto dėka jie gali laisvai dalyvauti politinėje diskusijoje bei kreiptis į aukščiausius šalies pareigūnus. Dėl galios suteikimo „turintiesiems“ sutinka ir sustiprinimo teorijos

šalininkai, tačiau remiantis šiuo teiginiu jie akcentuoja socialinės skirties sustiprinimą, t.y. jie teigia, kad nevienodos prieigos galimybės padidins atstumą tarp „turinčiųjų“ ir „neturinčiųjų“, o tai suskaldys visuomenę ir neskatins politiškai pasyvių piliečių dalyvavimo politinėje komunikacijoje.

Nepaisant nesutarimų tarp mokslininkų dėl teigiamos ar neigiamos interneto įtakos politinei komunikacijai, visi vienbalsiai sutaria, kad internetas padarė poveikį politinės komunikacijos formoms iš dalies jas transformuodamas. Tarpasmeninės komunikacijos lygmeny internetas suteikė paprastumo komunikacijos procesui, vykstančiam tarp politikų, tarp politiko ir eilinio piliečio ir pan., kadangi elektroninio pašto dėka pranešimas akimirksniu pasiekia adresatą, o pastarasis reaguodamas į pranešimą gali į jį atsakyti iš karto arba kitu jam patogiu laiku. Tačiau mokslininkams daug abejonių kyla, ar tokia komunikacija tarp valdančiųjų ir valdomųjų realiai vyksta. Grupinės komunikacijos lygmeny dėl interneto teikiamų komunikavimo galimybių, formuojasi virtualios bendruomenės, kurios gali reikštis politiniame procese, pavyzdžiui, komentuojant politinius straipsnius informaciniuose portaluose arba forumų ir diskusijų „kambarių“ pagalba organizuodami politines akcijas. Masinę komunikaciją internetas pakeitė iš „vienas –su-daug“ į „daug-su-daug“ formą. Tai reiškia, kad praktiškai bet kas gali naršyti internete bei skelbti politinę informaciją, dalyvauti politinėse diskusijose, deja, šiandien informaciniuose portaluose dominuoja „vienas-su- daug“ modelis, kadangi visuomenės diskusiją daugeliu atveju pradeda žurnalistai ar redaktoriai. Kitaip tariant aktyvi politinės diskusija nevyksta dėl interaktyvumo neišnaudojimo.

Svarbus interneto požymis, interaktyvumas, yra neabejotinai esminis šios komunikacijos priemonės privalumas. Lyginant su kitom komunikacijos priemonėm, išskiriami šie pagrindiniai politinės komunikacijos internete privalumai: grįžtamojo ryšio galimybė, dinamiškumas, skaitomos informacijos pasirenkamumas, talpumas, politinio pranešimo nukreipimo galimybė. Nepaisant išvardintų stiprių pusių, būtina atsižvelgti į šios politinės komunikacijos formos trūkumus, kurių pagrindiniai saugumo problema, auditorijos bei išraiškos ribotumas.

Atlikta politinės komunikacijos priemonių skirtingos specifikos Lietuvos informaciniuose portaluose *delfi*, *omni* ir *bernardinai* analizė parodė, kad politikai ir politinės partijos neišnaudoja informacinių portalų, siekdami paveikti rinkėjus, o informacinių portalų turinys iš esmės atkartoja spaudą. Tyrimo metu nagrinėtose informacinių portalų rubrikose nebuvo publikuotas nė vienas politiko straipsnis. Tai įrodė tyrimo pradžioje iškeltą hipotezę, kad politikai bei politinės partijos Lietuvoje neišnaudoja informacinių portalų kaip politinės komunikacijos priemonės, siekdami daryti poveikį rinkėjams. Politikų parodytas abejingumas naujajai žiniasklaidos priemonei – informaciniam portalams, gali būti aiškinamas tuo, kad politikai informacinių portalų nelaiko įtakinga politinės komunikacijos priemone jų tikslinei auditorijai. Peršasi išvada, kad politikai ir politinės partijos daugiausia orientuojasi į visuomenės narius, kurie apibūdinami kaip aktyviai nedalyvaujantys politiniame šalies gyvenime, nedeklaruojantys noro siekti aukštesnio išsilavinimo, besitikintys

valstybės paramos (milžiniškų socialinių išmokų, darbo suradimo ir kt.), abejingai vertinantys verslo skatinimo galimybes asmenys, kitaip tariant į individus, kurie pasižymi interneto vartotojui priešingomis charakteristikomis. Tai leidžia daryti pagrįstą prielaidą, kad Lietuvoje gyva populizmo kultūra.

Politinės komunikacijos Lietuvos informaciniuose portaluose analizė parodė, kad labiausiai paplitusi ir populiariausia, pagal vidutinį komentarų skaičių, politinės komunikacijos tiriamuoju laikotarpiu buvo negatyvūs politiniai straipsniai. Šis gautas rezultatas reiškia, kad kritika, sumenkinimas, negatyviai nušviečiama šalies politika yra labiausiai vartojama politinė „prekė“, todėl tikėtina, kad panašaus pobūdžio politikų išsakytos mintys padėtų didinti jo populiarumą interneto vartotojų tarpe. Pozityvūs politiniai straipsniai, nors palyginus su negatyviais nelabai populiarūs tarp informacinių portalų lankytojų, galėtų būti panaudoti teigiamo politiko įvaizdžio kūrimui, pranešant visuomenei apie jo nuveiktus darbus bendrojo gėrio siekimui.

Remiantis faktu, kad informaciniais portalais, kaip žiniasklaidos priemone, naudojasi apie trečdalis Lietuvos piliečių ir, kad interneto vartojimas eksponentiškai didėja tokiais tempais, kad žiniasklaidos tyrimų organizacijos daro prielaidą, kad po 5-6 metų, internetas taps populiarese ir efektyvesne žiniasklaidos priemone už radiją, galima daryti pagrįstą prielaidą, kad tikslingai suplanuota politinė komunikacija Lietuvos informaciniuose portaluose padėtų politikams, priešingiems populistams, kurti teigiamą įvaizdį, populiarinti savo idėjas, darant atitinkamą poveikį rinkėjams.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ANDRIKIENĖ, Laima. Politinis marketingas. [interaktyvus], 2004. [žiūrėta 2005 m. lapkričio 11 d.]. Prieiga per internetą: www.ltu.lt/padaliniai/FAKULTETAI/vvf/zvvi/dokumentai/metodine%20medziaga/politinis_marketingas.doc
2. AUGUSTINAITIS, Arūnas. Politinio lyderio komandos vadyba. *Politologija* [interaktyvus]. 1999, nr. 1 (13). [žiūrėta 2006 m. kovo 26 d.]. Prieiga per internetą: http://www.ltu.lt/padaliniai/FAKULTETAI/vvf/zvvi/dokumentai/cv/augustinaitis_publicacijos_files/politinio_lyderio_komandos_vadyba.htm.
3. AVERY, K., Eason, D. *Critical perspectives on media and society*. New York: The Guilford Press, 1991. p.417, [3]
4. BYRON, Mike. *Political communication*. [interaktyvus]. 2003. [žiūrėta 2006 m. sausio 4 d.] <http://www.mpbyron.org/PolSci100/LecNotes11.htm>
5. BLUMLER, G. Jay ir GUREVITCH, Michael. Rethinking the Study of Political Communication. *Mass Media and Society*, 3-čias leidimas, London, Edward Arnold, 2000, p.155-171
6. BLUMLER, G. Jay. Political communication systems all change. *European Journal of Communication*, 1999, nr. 14(2), p. 241-249
7. BOUZA, Fermin. The Impact Area of Political Communication: Citizenship Faced with Public Discourse. *International Review of Sociology – Revue Internationale de Sociologie*, 2004, nr. 14(2), p. 245-260
8. CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford University Press, 2003. 292 p. ISBN 0-19-924153-8
9. CASTELLS, Manuel. Tinklaveikos visuomenės raida. Informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra. Poligrafija ir informatika, 2005. 535 [1] p. ISBN 0-631-22140-9
10. ČEPULKAUSKAITĖ, Ieva. „Naujoji politinė kultūra“ kaip naujas politinio gyvenimos stilius. [interaktyvus]. 1999 m. lapkričio mėn. [žiūrėta 2006 m. gegužės 21 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.sociumas.lt/Lit/Nr9/npc.asp>
11. ČEPULKAUSKAITĖ, Ieva. *Skaitmeninis „trečiasis pasaulis“ ir jo ribos*. [interaktyvus]. 1998. [žiūrėta 2006 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.sociumas.lt/lit/nr18/third.asp>
12. ČEREŠKA, Bronislovas. *Reklama: teorija ir praktika*. Vilnius: Homo Liber, 2004. 363 [7] p. ISBN 9955-449-75-6
13. DAHLGREN, Peter. *Theory, Boundaries and Political Communication: The Uses of Disparity*.
14. DEIRDRE, M. ir DEMPSEY, J.X. Centre for democracy and technology. *Square Pegs & Round Holes: Law to the internet – Risks to free expression and democratic values*. [interaktyvus]. 2001. [žiūrėta 2006 m. sausio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.cfp2000.org/papers/Mulliganlaw.pdf>

15. DENTON, E. Robert. ir WOODWARD, C. Gary. *Political communication in America*. 1st ed. USA, 1990. ISBN 0-275-93093-9
16. DEVITO, Joseph A. *The interpersonal communication book*. [interaktyvus]. 2004. [žiūrėta 2005 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: http://wps.ablongman.com/ab_devito_intrprsnl_10/0%2C7393%2C602632-%2C00.html
17. ELLMORE, R. Terry. *Mass Media dictionary*. Linclonwood, Illinois, USA, 1992. 669[8] p. ISBN 5-200-01670-3
European journal of Communication, 2004, nr. 19(1), p. 7-18
18. GESER, Hans. *On the functions and consequences of the Internet for social movements and voluntary associations*. [interaktyvus] 2001, [žiūrėta 2006 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: http://socio.ch/movpar/t_hgeser3.htm
19. GRABER, A. Dorris. *Political Communication faces 21st century*. *Journal of communication*, 2005, nr. 55(3). [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. kovo 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://joc.oxfordjournals.org/cgi/reprint/55/3/479>
20. GUNTER, Barrie. *Media research methods: measuring audiences reactions and impact*. SAGE publications: London, 2000. 314 p. ISBN 0761956581
21. GUREVITCH, Michael ir BLUMLER, G. Jay. *Political communication systems and democratic values*. J. Zichtenberg (ed.): *Democracy and the Mass Media*, Cambridge, 1991, p.269-287
22. HEFFNER, L.Christopher. *Statistics primer*. [interaktyvus]. 2004. [žiūrėta 2006 m. gegužės 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://allpsych.com/stats/index.html>
23. HOFFMAN, Dona L. NOVAK, Thomas P. *Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations*. [interaktyvus]. 2000. [žiūrėta 2006 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://elab.vanderbilt.edu/research/papers/html/manuscripts/cmepaper.revision.july11.1995/cmepaper.html#2.1.2>
24. *Internetu II ket. Naudojosi 30% gyventojų. Statistika*. [interaktyvus]. 2004. [žiūrėta 2006 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ebiz.lt/article.php3/6/6537/7>
25. JAMIESON, Hall Kathleen. *Dirty politics: deception, distraction and democracy*. Oxford: Oxford university press, 1992. p.335,[9]. ISBN 0-19-507854-3
26. JOKUBAUSKAS, Darius. *Reklama ir jos poveikis vartotojui*. Vilnius: Vilniaus universitetas / Ekonomikos fakultetas, 2003. p. 158, [12]. ISBN 9955-9615-0-3
27. KARDELIS, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas*. Kaunas: Index leidykla, 2002. 398[4]p. ISBN 9986-948-65-7
28. KRUPAVIČIUS, Algis. *Demokratinė politika ir informacijos visuomenės iššūkiai*. [interaktyvus]. 1999. [žiūrėta 2006 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m-13/krupavicius.html>

29. LANE, Derek. Spring 2001 theory book. [interaktyvus]. 2001. [žiūrėta 2006 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/orgcomm/>
30. LAROCCA, Roger. Strategic Diversion in Political Communication. *The Journal of Politics*, 2004, nr. 66(2), p.469-491
31. MASILIONIS, Rytis. Užduotis gurmanams: įvertinti žodžio laisvės skonį. [interaktyvus]. 2006 02 21. [žiūrėta 2006 m. kovo 14 d.]. Prieiga per Internetą: http://www.politika.lt/index.php?cid=9299&new_id=12414
32. MCLUHAN, Marshall. *Kaip suprasti medijas: Žmogaus tęsiniai*. Baltos lankos, 2003. 347[6]p. ISBN 9955-584-07-6
33. MCNAIR, Brian. An introduction to Political Communication. 2nd Editon. London and New York, 1999. 235 [3] p. ISBN 0-415-19921-2
34. MOLONEY, Kevin. BARRY, Richards. SCULLION, Richard. DAYMON, Christine. Mapping the production of political communications: A model to assist in understanding the relationships between the production and consumption of political message. *Journal of Public Affairs*, 2003, nr. 3(2), p. 166-175
35. NEGRINE, Ralph ir LILLEKER, G. Darren. The Professionalization of Political Communication: Continuities and Change in Media Practises. *European Journal of Communication*, 2002, nr. 17(3), p. 305-323
36. NOCASIAN, V. Michaela. Creating Community over the net: a case study of Romanian Online journalism. [interaktyvus], 2005. [žiūrėta 2005 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: etd.lib.fsu.edu/theses/available/etd-11152005-123622/unrestricted/mvn_dissertation.pdf
37. NORRIS, Pippa. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press, 2000. ISBN 0-521-79364-5
38. OWEN, Diane. *Effects of electronic media on democratic attitudes*. [interaktyvus]. 1999. [žiūrėta 2005 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: http://www.civiced.org/papers_oct99_owens.html
39. POSTER, Mark. CyberDemocracy: Internet and the public sphere. [interaktyvus]. 1995 . [žiūrėta 2006 m. sausio 18 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.humanities.uci.edu/mposter/writings/democ.html>
40. POVILAITIS, NERIJUS. Priešrinkiminė agitacija ir internetas. [interaktyvus]. 2000 m. sausio mėn. [žiūrėta 2006 m. balandžio 8 d.] . Prieiga per internetą : <http://www.sociumas.lt/Lit/temos/internetas.asp>
41. PUTNAM, Robert D. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. [interaktyvus]. 1995. [žiūrėta 2006 m. balandžio 5 d.] Prieiga per internetą: http://muse.jhu.edu/demo/journal_of_democracy/v006/putnam.html
42. RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community*. [interaktyvus]. 1996. [žiūrėta 2006 m. sausio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.well.com/user/hlr/vcbook/>

43. RUBICK, Jade Forrest. *Group communication and formation on the internet*. [interaktyvus]. 1997. [žiūrėta 2006 m. sausio 10 d.] Prieiga per internetą: <http://www.cs.uoregon.edu/research/ISL/research/papers/jarubick/thesis.html#Introduction>
44. SAVIGNY, Heather. Public Opinion, Political Communication and the Internet. *Politics*, 2002, nr. 22(1), p. 1-8
45. SAVUKYNAS, Virginijus. Informacijos visuomenės Lietuvoje scenarijai 2010-2020 metais. [interaktyvus], 2003. [žiūrėta 2006 m. gegužės 10 d.]. Prieiga per internetą: http://politika.osf.lt/kiti/scenarijai/santraukos/Savukyno_santrauka.htm
46. SHYMANSKA, Agnieszka. Between Politics and the Media. Political Communication – An Outline. *Freesideurope*, 2006, nr. 2(1). [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. balandžio 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.freesideurope.com/index.php?action=cikk&id=54>
47. SILVERSTONE, Roger. *Why study media?* London: Sage Publications, 1999. p.165, [1]
48. STEVENSON, Steph. The cyber debate that wasn't. *Washington post online*. [interaktyvus]. Oct. 11, 2000. [žiūrėta 2005 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <http://slate.msn.com/id/91164/>
49. SUELLENTROP, Chris. Lost in internet alley. Iš *Washington post online*. [interaktyvus]. Aug. 4, 2000. [žiūrėta 2005 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <http://slate.msn.com/id/87658/>
50. SUELLENTROP, Chris. Why online polls are bulk. *Industry standard gif*. [interaktyvus]. Jan. 12, 2000. [žiūrėta 2005 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <http://slate.msn.com/id/68660/>
51. Wikipedia. [interaktyvus]. 2006. [žiūrėta 2006 m. kovo 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://en.wikipedia.org/wiki>
52. WRING, Dominic. Power as well as persuasion: political communication and party development. *Political Communication Transformed*. Hampshire, 2001. ISBN 0-333-77676-3

1 priedas. Analizuotų straipsnių sąrašas

2006.04.10

DELFI -> ŽINIOS -> LIETUVOJE

„Darbiečiai“ nori parlamentinio V.Adamkaus veiklos tyrimo – 786 komentarai (dėl V. Adamkaus kišimosi į teismų darbą)

V.Adamkaus sprendimui reikalingas laiškas kompiuteriuose nerastas – 448 komentarai (dėl Biržų teisėjo V.Margevičiausbei dėl H.Šinkūno priėmimo į patarėjo postą)

Socdemai išvelgė problemų A.Paulausko darbe, tačiau dėl nepasitikėjimo juo neapsisprendė – 9 komentarai

Uostamiestis sieks, kad šiomet paplūdimiuose suplevėsuotų trys mėlynosios vėliavos – 7 komentarai (dėl paplūdimių kokybės pripažinimo)

Seimo komisija nori raštu apklausti Petriką – 13 komentarų (dėl valstybinių tarnybų susijusių su EBSW koncerno veikla)

Gėjų fotografijų parodos neįsileidusi menotyrininkė pasielgė teisėtai, sako teisės ekspertai – 185 komentarai

Liberalų sąjūdžiu vadinsis ir partija, ir organizacija – 22 komentarai

KAM sprendė, ką daryti su savo nameliais Turniškėse – 9 komentarai

Laisvą Seimo nario vietą užims darbietė E.Karpickienė – 6 komentarai

2006.04.11

OMNI ->DIENOS KRONIKA

Darbo partija sieks ministro pirmininko posto (43 komentarai)

A.Kubilius: balsavimas atspindi Lietuvos piliečių nuomonę (27 komentarai)

Socialdemokratai nesitrauks iš valdančiosios daugumos (2 komentarai)

V. Uspaskichas neigia prisidėjęs prie A.Paulausko atistatydinimo (1 komentaras)

EBSW veiklą toliau tirs 11 Seimo narių

Prezidentas išpėja partijas nežaisti valstybės likimu (5 komentarai)

V.Uspaskichas: valdančioji koalicija turi žlugti (3 komentarai)

Prezidentas atleido H.Šinkūną (5 komentarai)

Siūloma biudžete rasti pinigų padengti skolą pareigūnams

Liustracijos komisija paviešino dar tris pavardes (2 komentarai)

V. Adamkus: sprendimų priėmime turi dalyvauti ir bendruomenės

V.Uspaskichas mano, kad A.Paulauskas liks savo poste (9 komentarai)

Seimas neprieštarauja V.Mikelėno atleidimui (2 komentarai)

2006.04.12

BERNARDINAI ->NAUJIENOS LIETUVOJE

A.Brazauskas, V.Uspaskichas ir K.Prunskienė pasirašė naują valdančiosios koalicijos susitarimą (13 komentarų)

V. Ališauskas: Darbo partijos iškilimas iš nieko atvedė valstybę į krizę (32 komentarai)

Užsienio reikalų ministru gali tapti dabartinis ambasadorius JAV (3)

A.Brazauskas, V.Uspaskichas ir K.Prunskienė pasirašė naują valdančiosios koalicijos susitarimą (13)

Darbo partija į Seimo pirmininko postą siūlys Viktorą Muntianą (1)

Premjeras tikisi, kad Vyriausybė išliks ta pati

Prezidentas atideda vizitą į užsienį ir ragina Vyriausybę iki kitos savaitės "nesiimti jokių ministrų atstatydinimo veiksmų" (1)

Prezidentas atideda vizitą į užsienį ir ragina Vyriausybę iki kitos savaitės "nesiimti jokių ministrų atstatydinimo veiksmų" (1)
 Prezidentas atideda vizitą į užsienį ir ragina Vyriausybę iki kitos savaitės "nesiimti jokių ministrų atstatydinimo veiksmų" (1)
 Į posėdį renkasi derybinė taryba (1)
 Darbo partijos lyderis kviečia socialliberalus likti koalicijoje (1)
 Prezidentas politinę krizę jau aptarė su Seimo opozicijos lyderiu (3)
 Vilniaus policijos akiratyje - katės ir šunys
 Valentinas Stundys: Darbiečiai ir socdemai pasinaudojo konservatorių politiniu trumparegiškumu (9)
 Internetė – slapta informacija apie JAV prezidento lėktuvus
 A. Kubilius: Darbo partijos pasitraukimas į opoziciją - realus (17)
 V. Landsbergis: skandalais nukreipiamas dėmesys nuo esminių dalykų (47)
 Socialdemokratai: Seimo vadovo postas gali atitekti Darbo partijai (4)
 Socialliberalai atšaukia savo atstovus iš Seimo komitetų vadovų
 A.Paulauskas: vertimų laikotarpio tikslas - perdalyti valdžios pyragą (6)
 A. Ilarionovas: naftos bumai maskuoja Rusijos ekonomikos sunkumus (2)
 Berlusconi atsisako nusileisti, paaiškėjęs Prodi palankiems balsavimo rezultatams
 Konstitucinis Teismas nagrinės Prezidento dekreto teisėtumą (1)

2006.04.13

DELFI -> LIETUVOS NAUJIENOS

Seimui vadovaus "darbietis" V.Muntianas (986)
 V.Uspaskichas prisipažįsta siūlęs A.Paulauskui pačiam atsistatydinti (21)
 Socialliberalai svarsto galimybę trauktis į opoziciją (33)
 Naujoji koalicija gyvuos iki savivaldybių rinkimų kampanijos pradžios, mano G.Kirkilas (7)
 V.Blinkevičiūtė liktų ministrė, jeigu jos įpėdinis pasirodytų netinkamas (38)
 V.Mikelėno atleidimą „darbiečiai“ pavertė cirku (26)
 L.Graužinienė prašo prezidento atskleisti, kas jam rekomendavo H.Šinkūną (221)
 Verslininkas V.Uspaskichas neturi teisės valdyti Lietuvos valstybės, teigia teisės ekspertai (187)
 Kosove keičiasi Lietuvos taikdarių kontingentai (2)
 VTEK tęsia tyrimą dėl V.Prudnikovo (11)
 Upių vanduo dar laiko savo gniaužtuose 4 kaimus (2)
 Per Velykas Lietuvoje - 4 poilsio dienos (122)
 Seimo narių gretas papildė "darbietė" E.Karpickienė (13)
 Bendradarbiaus Lietuvos ir Baltarusijos istorikai (33)
 A.Zuokas ragina formuoti "valstybininkų koaliciją" (296)
 Du signatarai prašo iširti VSD tardymo metodus (44)
 Velykos – visos Lietuvos šventė, rodo apklausa (63)
 Užsienio reikalų ministru gali tapti V.Ušackas (127)
 A.Paulauskas Seimo salėje kol kas neturi vietos (video) (90)
 V.Muntianas: dėsiu visas pastangas koalicijai didinti (16)
 Būrėjos Vaivos Budraitytės prognozės, kaip baigsis skandalai politikams (141)
 Liberalcentristai gaus valstybės dotaciją (17)
 Premjeras: socialdemokratai gali atiduoti dar du ministrų portfelius "darbiečiams" (74)
 "Dviračio šou": į užsienio reikalų ministro postą V.Uspaskichas siūlo V.Ušackichą (14)

2006.04.15

OMNI ->DIENOS KRONIKA

Skandalai atsiliepia ne visų politikų populiarumui 25
 Saulius Spurga: Politikų ridinėjimai per šventes ir po švenčių 5
 M. Chodorkovskis kalėjime buvo užpultas ir sužeistas 5
 Lietuvos kariai gavo neperšaujamų liemenių iš JAV
 Palestiniečių policininkai šturmavo parlamentą
 SEB BBL finale rungsis "Žalgiris" ir "Lietuvos rytas"
 "Mažeikių naftos" akcijų išpirkimas vis tolsta 1
 A. Paulausko tikslas – stiprinti savo partiją 3
 Emigrantams ėmė rūpėti socialinės garantijos 1
 Labiausiai Lietuvos gyventojai pasitiki Bažnyčia 1
 Klaipėdiečiai veržiasi stoti į partijas 3
 Paukščių gripo diagnozė danui nepasitvirtino
 Panevėžio darbo birža rengiasi bedarbių antplūdžiui
 Darbo partija išlieka populiariausia politinė jėga 10 – tyrimui populiarumas
 Per susirėmimą Afganistane žuvo 41 talibų kovotojas
 Degalų kainoms tramdyti – Velykų nuolaidos

2006.04.19

BERNARDINAI ->NAUJIENOS LIETUVOJE

V.Blinkevičiūtė atsiėmė atsistatydinimo pareiškimą (5)
 Premjeras nepatenkintas tuo, kaip atstatomi Valdovų rūmai (7)
 Kovo mėnesio infliacija galutinai sužlugdė Lietuvos planus tapti euro zonos nare (7)
 NVS šalių pasienio žinybų vadovai susitarė dėl bendros pasienio politikos iki 2010 metų
 „Le Figaro“ Vilnių vadina „stipriąja Lietuvos siela“ (2)
 A. Sadeckas: nacionalinio saugumo interesai nepamiršti
 Vilniuje baigiamas šildymo sezonas
 Lietuvos vairuotojai vis mažiau nori duoti kyšį policininkams
 Signatarai kreipėsi į Seimą, siūlydami ES paramos skirstymo prioritetus (1)
 Balandį prognozuojama 0,4 proc. infliacija (1)
 Valdančiosios koalicijos partneriai neketina prašyti socialliberalų palikti ministrus
 G. W. Bushas neatmeta galimybės smogti JAV branduolinį smūgį Iranui (3)
 Vaiko teisių apsaugos kontrolierė kviečia visuomenę diskutuoti (8)
 Sulaikyti įtariamą teroristų finansuotoją
 Derybininkai susitinka su "Kazmunaigaz" atstovais
 Seimo pirmininkas: socialliberalų ministrų pasilikimas Vyriausybėje nesustiprintų pasitikėjimo partijomis
 Verslininkai peikia sprendimą perkelti su savaitgaliais sutapusias šventines dienas (9)
 Socialliberalai ketina svarstyti galimybę palikti savo ministrus Vyriausybėje
 Teisėjai bijo teisti pasieniečius (2)
 Lietuvoje sukaukęs turto skandalingas veikėjas kariauja su Gruzijos valdžia
 kovo mėnesio infliacija galutinai sužlugdė Lietuvos planus tapti euro zonos nare (7)
 robert a. sirico: rinkta, filmai ir medija (2)

2006.04.20

DELFI -> LIETUVOS NAUJIENOS

Valdančioji koalicija nebeturi balsų persvaros Seime 337 komentarai
 Lenkai sklaido gandus apie ketinimą trauktis iš valstiečių liaudininkų frakcijos (3)
 Skundžiami darbo inspektoriai, pateisinę D.Budrevičienės atleidimą (18)
 A.Balsienė teigia tebesanti „Solidarumo“ prezidentė (4)
 Ekskontrolieriui nesiseka bylinėtis su etikos sargais (1)

Liberalų frakcija tapo Liberalų sąjūdžio frakcija (18)
 A.Paulauskas išrinktas frakcijos seniūnu (19)
 A.Brazauskas: V.Blinkevičiūtė galėtų likti esant tam tikroms sąlygoms (123)
 J.Olekas: Vyriausybėje reikalingi pasikeitimai (40)
 Rusijos agentai įrašinėja Lietuvos pareigūnų pokalbius (349)
 A.Paulauskas: politikams postai nėra amžini (24)
 Valdžios garbei – dviguba šventė (20)
 Parlamentarai baiminasi pasiklausymo aparatūros (69)
 Seimo vairuotojai skundžiasi darbo sąlygomis (video) (27)
 Premjeras nepatenkintas, kaip atstatomi Valdovų rūmai (104)
 "Dviračio šou": V.Blinkevičiūtė ministraus atskirai nuo partijos ir vyriausybės (4)

2006.04.21

OMNI ->DIENOS KRONIKA

Valstybės sieną ignoravę "Rubicon" vadovai atsipirks bauda 5
 Jonas Čičinskas: Vyriausybė, och, dirbo 10
 Socialdemokratai "prisižais", grasina Darbo partijos lyderis
 V. Landsbergis mato pavojų A. Milinkevičiui 2
 Vyriausybė spręs dėl 6 ambasadorių atšaukimo
 E. Zingerį papiktino hitlerinio stiliaus vakarėlis 3
 Kardinolas prieštarauja Vatikanui dėl prezervatyvų 2
 Škotijoje jaunuolis iš Lietuvos nuvarė automobilį 1
 JAV dislokuos karines bazes Bulgarijoje 7
 Panevėžyje – "Ekranų" darbuotojų mitingas 1
 Prie sienos su Rusija įkliuvo šaudmenis gabenęs vyras 2
 E. Bagdonas pripažįsta "politines klaidas" 5
 Konservatoriai grasina Ž. Padaigai interpeliacija 2
 Panevėžyje bus statoma nauja autobusų stotis 1
 V. Adamkus: valstybė turi remti šeimas 10
 Valdančiajai koalicijai nepavyko susitarti dėl postų 5
 O. Markevičius nepaaiškino, kodėl V. Adamkaus namas išpirktas brangiau 8
 Belgija leido homoseksualistų poroms įsivaikinti vaikus 16
 Lietuvos gyventojai nori ilsėtis dar daugiau 5
 Britanijos karalienei Elžbietai II suėjo 80 metų 1
 V. Muntianas: darbiečiai gali pretenduoti į abu postus 1

2006.04.24

BERNARDINAI ->NAUJIENOS LIETUVOJE

A. VALIONIS: SOCIALLIBERALAI PASIKARŠČIAVO PALIKDAMI KOALICIJĄ (4)
 EUROPA: PER VAMZDĮ Į VERGOVĘ (3)
 V. Blinkevičiūtė atnaujina atsistatydinimo pareiškimą 1
 Latvijos prezidentė pasirengusi vadovauti Jungtinėms Tautoms
 A. Kubilius: valdančiosios koalicijos žlugimas šaliai nebūtų katastrofa (1)
 Į Vilnių atvyks „Gazprom“ vadovai
 Parduotuvėse klesti apgavystės ir prekyba pasenusiu maistu (2)
 A. Valionis: socialliberalai pasikarščiavo palikdami koaliciją (4)
 G. Kirkilas: senokai jaučiuosi kaip mažumos Vyriausybės narys (2)
 "Al Jazeera" eteryje bus parodyta Lietuva
 Darbo partija neatskleidžia, ar trauktųsi iš koalicijos (1)
 Naujasis Seimo vadovas - už visuotinį nekilnojamojo turto mokesčių

Krekenavos agrofirma "vokelių skandalą" bandys išnaudoti pardavimams didinti (8)
 Lietuvoje pigiausia keliauti traukiniais
 Vengrijos socialistų vadovaujama koalicija pasiekė istorinę rinkimų pergalę
 Žolės gaisruose savaitgalį žuvo 3 žmonės
 Viešųjų pirkimų apimtys Lietuvoje pernai išaugo beveik 45 proc.
 Dešinieji vis aiškiau regi vaivorykštę (11)
 Pajūris atgyja
 Vyriausybė skelbs pareiškimą dėl pasirengimo įvesti eurą
 A. Valionis traukiasi iš posto (4)
 Teismuose lyja premijomis (1)

2006.04.25

DELFI -> LIETUVOS NAUJIENOS

Valdančioji koalicija susitarė dėl postų (atnaujinta) (89)
 Vyriausybėje jau pasikeitė šeši ministrai
 A.Paulauskas atsargiau kalba apie plačią koaliciją (6)
 Komisija aiškinsis gandus dėl pasiklausymo aparatūros (4)
 Seimas atleido A.Kregždę iš kanclerio pareigų (40)
 Seimo nariams nepatiko siūlymas patiemis tirti parlamento kanceliarijos problemas (12)
 Minint Černobylio katastrofos 20-ąsias metines Seimas reiškia užuojautą aukų artimiesiems (9)
 A.Zuokui - Amsterdamo mero laiškas dėl gėjų teisių (284)
 Strasbūre - mirusio kontrabandininko skundas (12)
 Premjeras skeptiškai vertina "vaivorykštės" koaliciją (49)
 Kas sukūrė Lietuvą žeminantį filmą (196)
 Kotedžai Palangoje pateko į prokurorų akiratį (22)
 Lietuvą supriešino Valdovų rūmai (video) (677)
 Libdėmai prašys A.Pocių patvirtinti arba paneigti Rusijos įtaką Lietuvos politikams (102)
 „Raktas“: kodėl taip sunkiai sprendžiamos daugiabučių namų problemos? (31)
 "Dviračio šou": Krekenavos dešrelėse bus galima rasti laimingą Andželikos plauką (24)

2006.04.26

OMNI ->DIENOS KRONIKA

Lietuva dėl euro derėsis ES viršūnių susitikime
 Nerija Putinaitė: "Kaip universitetus apsaugoti nuo jų pačių?" 12
 AON: didžiausia terorizmo rizika yra Estijoje 3
 A. Lukašenka: Baltarusija gali statyti atominę elektrinę 1
 Pritarta Vilniaus miesto planui iki 2015 metų
 G. Didžiokas neatsisakytų UR ministro posto 3
 Sinoptikai įspėja– vasara Lietuvoje vėsi ir lietinga
 A. Brazauskas irgi džiaugiasi postų dalybomis
 Ūkiai Lietuvoje stambėja, jų skaičius mažėja
 Egipte – vėl sproginiai
 Darbiečių prezidiumas patenkintas iškovotais postais
 Menininkai ir studentai - už gruzinišką vyną
 "Sekimo" skandalas - gandai, bet tyrimas vyks
 NMA vadovas teigia trukdęs nusikaltėliams pasisavinti ES pinigus 1
 V. Uspaskichas aiškinsis dėl publikacijų apie savo mylimąsias 10
 Lietuvoje daugėja prasilošusių žmonių 2
 Vilniečiams vėl siūloma grupinė mankšta 7
 Startavo oficiali "LT United" interneto svetainė 3

Vilniuje – Kremliaus kurantų aidai ■ 23

2006.04.27

BERNARDINAI ->NAUJIENOS LIETUVOJE

Arūnas Poviliūnas. Savivaldos įstatymas: keisti ar ne? (I) 2
 VTEK: KULTŪROS MINISTRAS PASIELGĖ NEETIŠKAI (9)
 Baltarusijos opozicijos lyderis Milinkevičius areštuotas 15-ai parų
 J. Olekas lygių galimybių kontrolieri apskundė "darbiečių" frakcijos seniūnę
 Jeigu Ukraina ir Gruzija įstos į NATO, Rusija turės perorientuoti savo karines pajėgas
 Prezidentas pasilieka lemiamą žodį dėl UR ministro skyrimo
 Seimas ragina Vyriausybę pareikšti protestą dėl Baltarusijos represijų prieš opoziciją
 A. Brazauskas: dujų brangimas - normali "Gazprom" politika (3)
 VTEK: kultūros ministras pasielgė neetiškai (9)
 V. Muntianas neigia siekįs V. Uspaskicho galvos (1)
 D. Kuolys: būtina peržiūrėti nacionalinį paramos strategijos projektą (2)
 A. Kubilius: naudodamiesi postais, socialdemokratai savo rinkėjams iš biudžeto atseikėja daugiausia
 lėšų (9)
 Sulaikytas Baltarusijos opozicijos lyderis Milinkevičius
 Sinoptikai išpėja – vasara Lietuvoje bus vėsi ir lietinga
 Draudėjai priskiria Estiją prie šalių, kuriose galimi teroristų išpuoliai
 Opozicija Vyriausybės veiklą siūlo vertinti nepatenkinamai
 Nauja organizacija remia Kazio Bobelio siekį tapti ministru 19
 Dauguma lietuvių iki šiol niekaip nepajuto, kad jų šalis yra visateisė bloko narė (2)
 Lietuvos gyventojai keliauti nelinke
 FNTT vadovas turės pasiaiškinti premjerui
 Iš valdžios pasitraukusių socialliberalų lyderis abejoja naujosios koalicijos tvarumu
 Sukako 50 metų, kai A.Brazauskas pradėjo darbą valstybės tarnyboje (14)

2006.04.28

DELFI -> LIETUVOS NAUJIENOS

V.Muntianas: pagrindo tikėti, kad V.Uspaskichas yra už tvirtą šeimą, nėra 260
 Arbitražo komisija nustatė, kad „Krekenavos agrofirma“ pažeidžia etikos kodeksą (28)
 Prokurorai panaikino apribojimus "Solidarumo" vadovui (2)
 Savivaldybė neleis teisėsaugininkams protestuoti per tarptautinį forumą (54)
 Lietuvos gyventojų šiomet sumažėjo 4 tūkstančiais (28)
 Grupei diplomatų - aukštesni diplomatiniai rangai (4)
 V.Greičius: problemas spręsimė kartu su prezidentu (59)
 Prieš teisėjų klaidas - atsakomybės sugriežtinimas (27)
 Ugniagesiai neis protestuoti - švęs profesinę šventę (14)
 Tarnybinės privilegijos bus naikinamos įstatymais (22)
 J.Razma kreipėsi į VTEK dėl Koalicinės tarybos (23)
 Prie Valdovų rūmų - pretendentų eilės (80)
 K.Prunskienės sūnaus šeimai - milijoninė parama (144)
 A.Zuoko advokatai žiniasklaidai grasina baudžiamosiomis bylomis (453)
 L.Graužinienei nebeįdomu, kas prezidentui rekomendavo H.Šinkūną (29)
 Baltarusijos režimas nepavojingas Lietuvai, mano dauguma apklaustųjų (42)
 Opozicija Seimui siūlomame Teismų įstatyme pasigenda teisių veikti visuomenei (15)
 Rusija patvirtina, kad V.Uspaskichui buvo išduotas diplomatas, bet kad jis mokėsi aukštojoje mokykloje
 - ne (172)

2006.05.02**OMNI ->DIENOS KRONIKA**

L. Grauzinienė siūloma į socialinės apsaugos ir darbo ministrės pareigas 9
 Saulius Spurga: Valdžioje – be vizijos ir programos 1
 Irake išlaisvinti įkaitais laikyti vokiečiai
 Gruzija abejoja NVS nauda
 Kėdainių vadovai traukiasi iš Darbo partijos 4
 Darbo partijos frakcija Seime nukraujavo 15
 R. Smetona tapo Liberalų demokratų frakcijos nariu 5
 Vokietijai nepatinka Lenkijos pastabos dėl dujotiekio 3
 A. Brazauskas teigia turįs ir kitų kandidatų į užsienio reikalų ministrus
 Į užsienio reikalų ministrus siūlomas P. Vaitiekūnas 8
 Meksika legalizavo stiprius narkotikus 3
 V. Uspaskichas teigia nekeisiantis Seimo pirmininko

2006.05.03**BERNARDINAI ->NAUJIENOS LIETUVOJE**

lina pečeliūnienė. dar turime demokratiją (21)
 seimo pirmininkas traukiasi iš darbo partijos (45)
 M.Saakašvilis: Lietuvos pavyzdys rodo, kad išstojusi iš NVS Gruzija nepažūs
 Rusijos analitikai perspėja apie Kremliaus keliamas grėsmes demokratijai šalyje ir kaimynams (4)
 Prezidento sprendimu į LRT tarybą deleguojamas Romas Sakadolskis (4)
 Nevyriausybininkai: ES Kaimynystės politika nepateisino lūkesčių (1)
 EBSW veiklą tirianti komisija tirs koncerno ir jo savininkų turto judėjimą
 Numatoma ES parama Lietuvai 2007 metais - 4,36 mlrd. litų
 Valdančioji dauguma siūlys atskilusiems "darbiečiams" bendradarbiavimo sutartį
 Vakarų politika Rytų atžvilgiu: antirusiška ar "antiputiniška"? (1)
 Žiūrovai labiausiai pasitiki televizijomis "Fox", BBC ir "Al Jazeera" (1)
 Gydytojų įstaigos grasina nutraukti prevencinių programų vykdymą
 Seimo pirmininkas traukiasi iš Darbo partijos (45)
 V. Adamkus: demokratijos įtvirtinimas – didysis siekis (1)
 Kauno tarybos narys siūlo įstatymu riboti nepilnamečių lankymosi interneto kavinėse laiką
 A. Bosas siūlo šalinti V. Muntianą iš partijos (10)
 V. Muntianas: reikia naujos partijos, kuri įgyvendintų „darbiečių“ pamirštus tikslus (9)
 Valdžios išlaidos padidino infliaciją ir laidoja eurą (3)
 Atpigo kelionė į Neringą (1)
 Realiausia "Mažeikių naftos" valdytoja - "Kazmunaigaz"
 Naujoji frakcija pradeda derybas su socialdemokratais (1)

DELFI**Dienos naujienos > Komentarai**

Mauzeris ir Sūriskis: reikalavimai prezidento patarėjams – minimalus melavimas (15)
 Pilietis - baimės prieš viršininkus įkaitas (86)
 Emigracija ar kolonizacija? (271)
 Koalicijos vandens drumstimas aplink A.Paulauską (78)
 Cenzūra – naujos kartos vaistai (97)
 Euras – ant politinio žirgo (107)
 Lietuvos akademinės kultūros skurdas (245)
 Apie vertybių amžinumą (484)

- A.Hitleris turėjo žydiško kraujo? (367)
Mauzeris ir Sūrskis: Lietuvos Seimui nuolatos vadovauja mišrių šeimų galvos (10)
Emigracija: padėtis dramatiška (599)
A.Kubilius ir Lietuvos ateities perspektyvos (424)
Be pokyčių iš esmės teismuose skandalas seks skandalą (55)
Mauzeris ir Sūrskis: V.Uspaskichas pragyvenimui užsidirbs grodamas armonika (36)
Anykščių garbinga pilis (80)
Kapitalizmo kritika reikalinga, bet koku žargonu II (103)
Kas žlugdo Lietuvos mokslo ir studijų sistemą? Diskusijų pabaiga (374)
Ar Kinijos drakonas nupeš Amerikos erelį? (109)
Apie indeksaciją ir infliaciją (36)
Darbo partija - pamuštais sparnais (50)
Du rašytojai - lenkas ir rusas apie istoriją (123)
Lietuvos svajonė, *blin* (488)
Kodėl nereikėtų reikalauti okupacijos žalos atlyginimo? (406)

2 Priedas. Straipsnių atidarymų ir komentarų skaičius

BERNARDINAI

	Atidarymų skaičius (x)	Komentariai (y)
V. Landsbergis: skandalais nukreipiamas dėmesys nuo esminių dalykų	1351	47
V. Ališauskas: Darbo partijos iškilimas iš nieko atvedė valstybę į krizę	1131	32
Parduotuvėse klesti apgavystės ir prekyba pasenusiu maistu	770	2
Sinoptikai įspėja – vasara Lietuvoje bus vėsi ir lietinga	595	0
Nauja organizacija remia Kazio Bobelio siekį tapti ministru	550	19
A. Paulauskas: vertimų laikotarpio tikslas - perdalyti valdžios pyragą	497	6
Robert A. Sirico: Rinka, filmai ir medija	415	2
"Al Jazeera" eteryje bus parodyta Lietuva	341	0
Europa: per vamzdį į vergovę	338	3
„Le Figaro“ Vilnių vadina „stipriąja Lietuvos siela“	333	2
Valentinas Stundys: Darbiečiai ir socdemai pasinaudojo konservatorių politiniu trumparegiškumu	328	9
Kovo mėnesio infliacija galutinai sužlugdė Lietuvos planus tapti euro zonos nare	313	7
Kovo mėnesio infliacija galutinai sužlugdė Lietuvos planus tapti euro zonos nare	313	7
Valdančiosios koalicijos partneriai neketina prašyti socialliberalų palikti ministrus	285	0
A. Brazauskas, V. Uspaskichas ir K. Prunskienė pasirašė naują valdančiosios koalicijos susitarimą	272	13
Socialdemokratai: Seimo vadovo postas gali atitekti Darbo partijai	258	4
Dešinieji vis aiškiau regi vaivorykštę	256	0
A. Valionis: socialliberalai pasikarščioavo palikdami koaliciją	251	4
Prezidentas politinę krizę jau aptarė su Seimo opozicijos lyderiu	250	3
A. Kubilius: Darbo partijos pasitraukimas į opoziciją - realus	223	17
Į posėdį renkasi derybinė taryba	208	1
Verslininkai peikia sprendimą perkelti su savaitgaliais sutapusias šventines dienas	202	9
V. Blinkevičiūtė atsiėmė atsistatydinimo pareiškimą	200	5
Latvijos prezidentė pasirengusi vadovauti Jungtinėms Tautoms	190	0
Naujasis Seimo vadovas - už visuotinį nekilnojamojo turto mokestį	180	0
Teisėjai bijo teisti pasieniečius	178	2
Vilniuje baigiamas šildymo sezonas	160	0
TS ir Liberalų sąjūdis pasiruošę alternatyviai koalicijai	157	4
Prezidentas atideda vizitą į užsienį ir ragina Vyriausybę iki kitos savaitės "nesiimti jokių ministrų atstatydinimo veiksmų"	156	1
G. Kirkilas: senokai jaučiuosi kaip mažumos Vyriausybės narys	153	2
Internete – slapta informacija apie JAV prezidento lėktuvus	148	0
Užsienio reikalų ministru gali tapti dabartinis ambasadorius JAV	147	3
Teismuose lyja premijomis	147	0
Arūnas Poviliūnas. Savivaldos įstatymas: keisti ar ne? (I)	141	2
Į Vilnių atvyks „Gazprom“ vadovai	135	0
G. W. Bushas neatmeta galimybės smogti JAV branduolinį smūgį Iranui	133	3
Vaiko teisių apsaugos kontrolierė kviečia visuomenę diskutuoti	129	8
Krekenavos agrofirma "vokelių skandalą" bandys išnaudoti pardavimams didinti	129	8
A. Valionis traukiasi iš posto	129	4
VTEK: kultūros ministras pasielgė neetiškai	125	9
A. Kubilius: naudodamiesi postais, socialdemokratai savo rinkėjams iš biudžeto atseikėja daugiausia lėšų	124	9
Vilniaus policijos akiratyje - katės ir šunys	122	0
Prezidentas pasilieka lemiamą žodį dėl UR ministro skyrimo	121	0

V. Blinkevičiūtė atnaujina atsistatydinimo pareiškimą	119	1
Premjeras nepatenkintas tuo, kaip atstatomi Valdovų rūmai	118	7
A. Ilarionovas: naftos bumai maskuoja Rusijos ekonomikos sunkumus	116	2
Sukako 50 metų, kai A.Brazauskas pradėjo darbą valstybės tarnyboje	115	14
Konstitucinis Teismas nagrinės Prezidento dekreto teisėtumą	114	1
V. Muntianas neigia siekiant V. Uspaskicho galvos	107	1
Lietuvoje sukaupęs turto skandalingas veikėjas kariauja su Gruzijos valdžia	103	0
D. Kuolys: būtina peržiūrėti nacionalinį paramos strategijos projektą	99	2
Darbo partija neatskleidžia, ar trauktųsi iš koalicijos	95	1
Dauguma lietuvių iki šiol niekaip nepajuto, kad jų šalis yra visateisė bloko narė	94	2
Darbo partijos lyderis kviečia socialliberalus likti koalicijoje	93	1
Jeigu Ukraina ir Gruzija įstos į NATO, Rusija turės perorientuoti savo karines pajėgas	90	0
Žolės gaisruose savaitgalį žuvo 3 žmonės	86	0
A. Kubilius: valdančiosios koalicijos žlugimas šaliai nebūtų katastrofa	85	1
Sulaikytas Baltarusijos opozicijos lyderis Milinkevičius	85	0
Lietuvos gyventojai keliauti nelinę	83	0
Vyriausybė skelbs pareiškimą dėl pasirengimo įvesti eurą	80	0
Lietuvoje pigiausia keliauti traukiniais	72	0
Balandį prognozuojama 0,4 proc. infliacija	71	1
Sulaikyti įtariami teroristų finansuotojai	70	0
Derybininkai susitinka su "Kazmunaigaz" atstovais	67	0
Seimo pirmininkas: socialliberalų ministrų pasilikimas Vyriausybėje nesustiprintų pasitikėjimo partijomis	63	0
Pajūris atgyja	62	0
Signatarai kreipėsi į Seimą, siūlydami ES paramos skirstymo prioritetus	59	1
Socialliberalai atšaukia savo atstovus iš Seimo komitetų vadovų	57	0
A. Brazauskas: dujų brangimas - normali "Gazprom" politika	57	3
Lietuvos vairuotojai vis mažiau nori duoti kyšį policininkams	52	0
Premjeras tikisi, kad Vyriausybė išliks ta pati	51	0
Darbo partija į Seimo pirmininko postą siūlys Viktorą Muntianą	47	1
FNTT vadovas turės pasiaiškinti premjerui	44	0
J. Olekas lygių galimybių kontrolieriui apskundė "darbiečių" frakcijos seniūnę	43	0
Baltarusijos opozicijos lyderis Milinkevičius areštuotas 15-ai parų	42	0
Berlusconi atsako nusileisti, paaiškėjus Prodi palankiems balsavimo rezultatams	41	0
A. Sadeckas: nacionalinio saugumo interesai nepamiršti	40	0
Socialliberalai ketina svarstyti galimybę palikti savo ministrus Vyriausybėje	37	0
Draudėjai priskiria Estiją prie šalių, kuriose galimi teroristų išpuoliai	34	0
Iš valdžios pasitraukusių socialliberalų lyderis abejoja naujosios koalicijos tvarumu	31	0
Vengrijos socialistų vadovaujama koalicija pasiekė istorinę rinkimų pergalę	25	0
Opozicija Vyriausybės veiklą siūlo vertinti nepatenkinamai	25	0
Viešųjų pirkimų apimtys Lietuvoje pernai išaugo beveik 45 proc.	16	0
Seimas ragina Vyriausybę pareikšti protestą dėl Baltarusijos represijų prieš opoziciją	13	0
NVS šalių pasienio žinybų vadovai susitarė dėl bendros pasienio politikos iki 2010 metų	12	0

DELFI

	Atidarymų skaičius (x)	Komentarai (y)
„Darbiečiai“ nori parlamentinio V.Adamkaus veiklos tyrimo	6756	786
V.Adamkaus sprendimui reikalingas laiškas kompiuteriuose nerastas	14291	448
Seimo komisija nori raštu apklausti Petriką	805	13
Laisvą Seimo nario vietą užims darbietė E.Karpickienė	705	6
Seimui vadovaus „darbietis“ V.Muntianas	22667	986

VTEK tęsia tyrimą dėl V.Prudnikovo	947	11
A.Zuokas ragina formuoti "valstybininkų koaliciją"	4856	296
V.Muntianas: pagrindo tikėti, kad V.Uspaskichas yra už tvirtą šeimą, nėra	16587	260
Arbitražo komisija nustatė, kad „Krekenavos agrofirma“ pažeidžia etikos kodeksą	2345	28
Grupei diplomatų - aukštesni diplomatiniai rangai	3032	4
A.Zuoko advokatai žiniasklaidai grasina baudžiamosiomis bylomis	10676	453

Political Communication on Lithuanian Information Websites

Erika Taraškevičiūtė
Summary

During this research, it was found that the increasing popularity of Lithuanian information websites made this an interesting research subject as a means of analysing political communication. The object of this research was political communication on Lithuanian information websites. The main objective of this paper was to identify the use of different specific Lithuanian information websites as a means of political communication. The following tasks have been brought up to achieve the objective of this paper: to define the concept and the process of political communication, to characterize each evolution stage of political communication, to analyze distinction of the concept, to examine different theories of the influence of the internet on political communication, to analyze the forms of political communication on the internet, to identify advantages and disadvantages of the political communication on the internet; to analyze political communication on *delfi*, *omni* and *bernardinai* information websites.

The subject is topical because political communication is researched in new media - Lithuanian information websites, where, voters' participation in political communication is very specific and unique and differs a lot from the participation in the traditional political communication process. Particularity of political communication on the information websites shows the level of modernity in relations to politicians and society. Another important thing is that because of the growth of the internet usage the role of political communication on the information websites increases.

Research methods: analysis of the scientific literature, comparative analysis, quantitative analysis of political articles according to their form and character. The main conclusion was that neither politicians nor political parties exploit Lithuanian information websites as means of political communication. Political communication analysis on Lithuanian information websites has shown that the most common and popular, by the number of comments, form of political communication during the research period was negative political articles. Knowing the fact that information websites are used as news media by a third of Lithuania's citizens and that the usage of the internet in Lithuania is exponentially increasing, it might be stated, that well planned political communication on Lithuanian information websites would help politicians to improve their image and popularize their ideas by influencing potential voters.