



Kauno technologijos universitetas

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

Politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje laikotarpiu

Baigiamasis magistro studijų projektas

Raminta Bičkutė

Projekto autorė

Doc. dr. Jurgita Jurkevičienė

Vadovė

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

Politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje laikotarpiu

Baigiamasis magistro studijų projektas

Strateginė komunikacija (6211JX107)

Raminta Bičkutė

Projekto autorė

Doc. dr. Jurgita Jurkevičienė

Vadovė

Asist. dr. Inga Laurušonė

Recenzentė

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

Raminta Bičkutė

Politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje laikotarpiu

Akademinio sąžiningumo deklaracija

Patvirtinu, kad:

1. baigiamąjį projektą parengiau savarankiškai ir sąžiningai, nepažeisdama(s) kitų asmenų autoriaus ar kitų teisių, laikydamasi(s) Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo nuostatų, Kauno technologijos universiteto (toliau – Universitetas) intelektinės nuosavybės valdymo ir perdavimo nuostatų bei Universiteto akademinės etikos kodekse nustatytų etikos reikalavimų;
2. baigiamajame projekte visi pateikti duomenys ir tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti teisėtai, nei viena šio projekto dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar elektroninių šaltinių, visos baigiamojo projekto tekste pateiktos citatos ir nuorodos yra nurodytos literatūros sąrašė;
3. įstatymų nenumatytų piniginių sumų už baigiamąjį projektą ar jo dalis niekam nesu mokėjęs (-usi);
4. suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo ar kitų asmenų teisių pažeidimo faktui, man bus taikomos akademinės nuobaudos pagal Universitete galiojančią tvarką ir būsiu pašalinta(s) iš Universiteto, o baigiamasis projektas gali būti pateiktas Akademinės etikos ir procedūrų kontrolieriaus tarnybai nagrinėjant galimą akademinės etikos pažeidimą.

Raminta Bičkutė

Patvirtinta elektroniniu būdu

Bičkutė, Raminta. Politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje laikotarpiu. Magistro studijų baigiamasis projektas / vadovė doc. dr. Jurgita Jurkevičienė; Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis (studijų kryptių grupė): Komunikacija (J10).

Reikšminiai žodžiai: krizių komunikacija, politikos lyderiai, karas Ukrainoje, socialiniai tinklai.

Kaunas, 2024. 83 p.

Santrauka

Magistro baigiamajame projekte analizuojama politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje laikotarpiu. 2022-02-24 prasidėjęs karas Ukrainoje, įvardijamas kaip vienas iš labiausiai pasaulį sukrėtusių įvykių. Karinių konfliktų metu visuomenę pasiekia didelis kiekis informacijos apie krizę, dėl šios priežasties, visuomenė ieškojo tokių asmenų, iš kurių galėtų gauti tikslią informaciją iš patikimų šaltinių. Įvardijama, kad politikos lyderiai buvo tie asmenys, kurių skleidžiama informacija, sociumas galėjo pasitikėti. Politikos lyderių krizių komunikacija turi svarbų vaidmenį karinių konfliktų metu. Jie turi greitai prisitaikyti prie besikeičiančių sąlygų, atrinkti informaciją ir karo metu realiuoju laiku visuomenę supažindinti su įvykiais. Pasinaudoję įvairiomis krizių komunikacijos strategijomis politikos lyderiai gali sėkmingai prisidėti prie visuomenės nuraminimo ir sklandaus informacijos apie karą suteikimo. Socialiniai tinklai – naudinga komunikacijos priemonė, kuri palengvina komunikacijos perdavimą ir prisideda prie visuomenės nuomonės formavimo apie krizę. Pastebima, kad socialiniai tinklai karo metu gali sudaryti terpę vystytis dezinformacijai. Politikos lyderiai neatsakingai pasinaudoję socialiniais tinklais, neapgalvoję komunikacijos gali suklaidinti visuomenę ar net sukelti grėsmę saugumui. Be to, kai kurie politikos lyderiai naudojami socialiniais tinklais, kad skleistų dezinformaciją ir propagandą. Ne vienas užsienio autorius analizavo politikos lyderių krizių komunikaciją karo Ukrainoje laikotarpiu. Pastebima, kad lietuvių autorių tyrimų šia tema trūksta. Dėl šios priežasties buvo pasirinkta analizuoti politikos lyderių krizių komunikaciją karo Ukrainoje laikotarpiu. Magistro baigiamajame darbe buvo išsikelta problema – kokią krizių komunikaciją taikė politikos lyderiai J. Biden‘as, E. Macron‘as ir O. Scholz‘as karo Ukrainoje kontekste? Baigiamojo darbo tyrimo objektas – politikos lyderių J. Biden‘o, E. Macron‘o, O. Scholz‘o krizių komunikacija socialiniame tinkle „Facebook“. Baigiamojo projekto tikslas – išanalizuoti ir palyginti politikos lyderių J. Biden‘o, E. Macron‘o, O. Scholz‘o krizių komunikacijos panašumus ir skirtumus karo Ukrainoje kontekste. Taip pat iškelti keturi uždaviniai: 1) atlikti kritinę literatūros apžvalgą apie krizių komunikacijos sampratą ir politikos lyderių komunikacijos socialiniuose tinkluose svarbą krizių metu; 2) sudaryti politikos lyderių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ metodologiją ir aptarti tyrimo rezultatus; 3) išanalizuoti politikos lyderių krizių komunikacijos bruožus socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu; 4) palyginti politikos lyderių krizių komunikacijos bruožus socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu. Magistro baigiamojo projekto metu atlikta kritinė literatūros apžvalga, kiekybinė ir kokybinė turinio analizė. Rezultatai atskleidė, kad politikos lyderių komunikacija karo Ukrainoje tema nebuvo intensyvi, tačiau visi politikos lyderiai pasmerkė Rusijos veiksmus ir palaikė Ukrainą ir jos žmones. Svarbu paminėti, kad politikos lyderiai intensyviausiai apie karą Ukrainoje komunikavo karinio konflikto pradžioje. Politikos lyderiai įvardijo susivienijimą kaip vieną iš didžiausių karo pasekmių. Politikos lyderiai komunikacijoje įvardijo karinę pagalbą kaip vieną iš tinkamiausių priemonių krizės valdyme

ir išreiškė solidarumą nuo karo nukentėjusiems asmenims. Magistro baigiamasis projektas sudarytas iš dviejų dalių: pirmojoje dalyje aptariama krizių komunikacijos samprata, politikos lyderių komunikacijos svarba krizių akivaizdoje ir politikos lyderių komunikacija socialiniuose tinkluose karinių konfliktų metu. Antrojoje dalyje pristatoma tyrimo metodologija, analizės rezultatai, jų interpretacija. Magistro baigiamojo projekto pabaigoje suformuluotos išvados.

Bičkutė, Raminta. Political Leaders' Crisis Communication During the War in Ukraine. Master's Final Degree Project / supervisor assoc. prof. dr. Jurgita Jurkevičienė; Faculty of Social Sciences, Arts and Humanities, Kaunas University of Technology.

Study field and area (study field group): Communication (J10).

Keywords: crisis communication, political leaders, war in Ukraine, social media.

Kaunas, 2024. 83 p.

Summary

The final master's thesis analyses political leaders' crisis communication during the war in Ukraine. The war in Ukraine, which began on the 24th of February 2022, is one of the world's most shocking events. During military conflicts, a large amount of information about the crisis reaches the public, thus, the public has been looking for individuals who can provide correct information from reliable sources. Political leaders were identified as individuals whose information could be trusted by the public. Crisis communication by political leaders has an important role in military conflicts. They must adapt quickly to changing conditions, select information, and inform the public in real time about events during the war. By using a range of crisis communication strategies, political leaders can successfully contribute to reassuring the public and providing honest information about the war. Social networks are a useful communication tool that facilitates the transmission of communications and contributes to shaping public opinion on the crisis. It has been noted that social networks can provide a breeding ground for disinformation during war. Political leaders' irresponsible use of social networks, lacking thoughtful communication, can mislead the public or even create a security threat. In addition, some political leaders use social networks to spread disinformation and propaganda. Several foreign authors have analysed the crisis communication of political leaders during the war in Ukraine. There is a lack of research on this topic by Lithuanian authors, which is why it was chosen to analyse the crisis communication of political leaders during the war in Ukraine. The problem of the Master's thesis is what kind of crisis communication was used by political leaders J. Biden, E. Macron, and O. Scholz in the context of the war in Ukraine? Furthermore, the following research object is identified in the final thesis: crisis communication on Facebook by political leaders J. Biden, E. Macron, and O. Scholz. The aim of the final is to analyse and compare the similarities and differences in crisis communication between political leaders J. Biden, E. Macron, O. Scholz in the context of the war in Ukraine. Four objectives are also set: 1) to carry out a critical literature review on the concept of crisis communication and the importance of political leaders' social media communication in times of crisis; 2) to develop a methodology for political leaders' communication on Facebook and to discuss the results of the study; 3) to analyse the features of political leaders' crisis communication on Facebook in the period of the war in Ukraine; 4) to compare features of politicians' crisis communication on Facebook during the war in Ukraine. The master's thesis project includes a critical literature review and quantitative, qualitative content analysis. The results showed that political leaders' communication on the war in Ukraine was not intense, but all political leaders condemned Russia's actions and supported Ukraine and its people. It is important to note that political leaders communicated most intensively about the war in Ukraine at the beginning of the military conflict. Political leaders identified reunification as one of the biggest consequences of the war. In their communications, political leaders identified military aid as one of the most important tools in crisis

management and expressed solidarity with the victims of the war. The master's thesis project consists of two parts: the first part deals with the concept of crisis communication, the role of political leaders in crisis communication, and the crisis communication of political leaders in social networks during military conflicts. The second part presents the research methodology, the results of the analysis, and their interpretation. In the end, conclusions are drawn.

Turinys

Lentelių sąrašas	9
Paveikslų sąrašas	10
Įvadas.....	11
1. Krizių komunikacijos samprata ir politikos lyderių svarba socialiniuose tinkluose krizių laikotarpiu	14
1.1. Krizių komunikacijos samprata.....	14
1.2. Politikos lyderių svarba krizių laikotarpiu	19
1.3. Politikos lyderių krizių komunikacija socialiniuose tinkluose karinių konfliktų metu	24
2. Politikos lyderių krizių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu empirinis tyrimas.....	32
2.1. Empirinio tyrimo metodika	32
2.2. Empirinio tyrimo rezultatų analizė ir interpretacija	37
Išvados	71
Literatūros sąrašas	73
Informacijos šaltinių sąrašas	83

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Politikos lyderių savybės krizių metu	22
2 lentelė. Politikos lyderių socialinių tinklų panaudojimo funkcijos karinių konfliktų metu	29
3 lentelė. Rusijos ir Ukrainos vadovų komunikacijos strategijos.....	30
4 lentelė. Aprašomųjų kodų struktūra	35
5 lentelė. Analitinių kodų struktūra	36
6 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (J. Biden'as)	41
7 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (E. Macron'as)	42
8 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (O. Scholz'as)	42
9 lentelė. Politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o požiūrių pasiskirstymas	49
10 lentelė. Politikos lyderių emocijų pasireiškimas karo Ukrainoje laikotarpiu.....	59
11 lentelė. Politikos lyderių emocijos komunikacijoje.....	61
12 lentelė. Politikos lyderių įrašuose minimi veikėjai.....	65

Paveikslų sąrašas

1 pav. Krizių komunikacijos strategijų laiko juosta	15
2 pav. Lyderystės tipai ir jų bruožai valdant krizes	20
3 pav. Socialinių tinklų savybės krizės metu.....	26
4 pav. Tyrimo dizainas	35
5 pav. Politinio lyderio J. Biden'o įrašų pasiskirstymas pagal temas.....	38
6 pav. Politikos lyderio E. Macron'o įrašų pasiskirstymas pagal temas	39
7 pav. Politikos lyderio O. Scholz'o įrašų pasiskirstymas pagal temas	40
8 pav. Karo Ukrainoje temos pasiskirstymas skirtinguose komunikacijos laikotarpiuose tarp politikos lyderių.....	43
9 pav. Politikos lyderių įrašų pagal skirtingus tipus pasiskirstymas	45
10 pav. Politikos lyderio J. Biden'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas.....	47
11 pav. Politikos lyderio E. Macron'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas.....	47
12 pav. Politikos lyderio O. Scholz'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas	48
13 pav. Politikos lyderių komunikacijoje nurodytos pasekmės karo Ukrainoje kontekste	52
14 pav. Politikos lyderių krizės sprendimo priemonių pasiskirstymas	55
15 pav. Politikos lyderių komunikacijos strategijų pasiskirstymas	62
16 pav. Politikos lyderių minimų veikėjų emocinis krūvis	68

Įvadas

Temos aktualumas. 2022 metų vasario 24 diena žymi Rusijos agresijos prieš Ukrainą pradžią, sukėrusią laisvojo pasaulio šalis ir jų gyventojus. Šis karinis konfliktas tapo vienu iš labiausiai pasaulį sukrečiančių veiksnių nuo Antrojo Pasaulinio karo pradžios (Brunk, Hakimi, 2022). Karinis konfliktas tarp Rusijos Federacijos ir Ukrainos atskleidė priešpriešą tarp pasaulio politikos lyderių, jų vertybių, įstatymų bei įsitikinimų (Wieviora, 2022). Vakarų politikos lyderiai, viešai išreiškdami nepasitenkinimą šiais veiksmais, įvedė vis griežtesnius sankcijų paketus, siekdami atgrasyti šalį agresorę (Ebim et al., 2022). Vis dėlto, pasaulio lyderių nuomonė nebuvo vieninga: daugelis ne Vakarų šalių vadovų susilaikė nuo tvirtos nuomonės reiškimo, ar net išreiškė palaikymą Rusijos Federacijai, taip sukeldami dar didesnę įtampą tarp pasaulio politikos lyderių. Kontrastingi skirtingų šalių veiksmai bei didžiuliai informacijos srautai kėlė sumaištį visuomenėje. Milžiniškuose informacijos srautuose atrasti patikrintą bei tikslią informaciją apie esamą padėtį, visuomenei tapo itin svarbu.

Karinių konfliktų metu krizių komunikacijai tenka itin svarbus vaidmuo. Efektyvumas ir skaidrumas yra vieni svarbiausių tikslingos krizių komunikacijos bruožų (Kim, 2015). Galima teigti, kad kariniai konfliktai iš esmės gali pakeisti krizių komunikacijos strategijas, kadangi dėl susidariusios įtampos krizių komunikacija privalo būti greitai perduota į viešąją erdvę, o komunikacijos strategijų planavimas dėl laiko stokos gali tapti neįmanomu (Karpchuk, 2022). Dėl sumaišties visuomenėje ir tvyrančios nuolatinės baimės krizių komunikacijos turinys karinių konfliktų metu privalo kelti pasitikėjimą, nuraminti visuomenę ir tuo pačiu kurti ryšį tarp siuntėjo ir gavėjo (Civelek et al., 2016). Neištransliuota, neefektyvi informacija apie krizę gali būti neigiamai interpretuota (Scolobig, 2015), o tai gali turėti neigiamų pasekmių sėkmingai valdant krizes. Dėl šių priežasčių krizių komunikacijai tenka svarbus vaidmuo, prisidedant prie krizių valdymo ir kuriant ryšį su visuomene, o politikos lyderių tinkami komunikacijos gebėjimai gali sušvelninti krizės pasekmes (Stam ir kt., 2016).

Politikos lyderiai konfliktų metu turi itin svarbų vaidmenį kuriant ir perteikiant įvairius pranešimus susijusius su krize (Setyowati et al., 2017). Lyderystė ir tinkama komunikacija konfliktų metu yra itin svarbios norint tinkamai valdyti, ruošti ir mokytis iš krizių (Liu et al., 2020). Karinių konfliktų metu, politikos lyderių komunikacijoje išreikštos skirtingos emocijos, tokios kaip empatija, ryžtas, solidarumas, palaikymas ar diplomatijos skleidimas, smurto ir žiaurumo akivaizdoje, visuomenei gali suteikti pozityvumo pojūtį ar net prisidėti prie karinių konfliktų mažinimo (Handelman, Chowdhury, 2017). Kariniai konfliktai vieniems politikos lyderiams gali sukelti tokias savybes, kaip siekį atkeršyti ar parodyti visuomenei „galią“ (Gottfried, Trager, 2016), tačiau kitiems lyderiams konfliktai gali būti priežastis kuriant ryšį ieškoti sprendimo būdų, kartu skleidžiant empatiją bei pasitikėjimą (Head, 2012). Karo Ukrainoje metu skirtingų pasaulio politinių lyderių krizių komunikacijos strategijos taip pat darė didelę įtaką valdant krizę ir informuojant visuomenę. Dėl besikeičiančių informacijos srautų ir vis naujesnės informacijos karo Ukrainoje metu pasaulio politiniai lyderiai privalėjo greitai pasirinkti svarbiausią informaciją bei pasitelkti skirtingas komunikacijos strategijas, kad informaciją ištransliuotų visuomenei, o tinkamai naudojami socialiniai tinklai gali tapti įrankiu raminant visuomenę krizių metu (London Jr, Matthews, 2022).

Galima teigti, kad socialiniai tinklai tapo vienu iš svarbiausių įrankių krizių komunikacijoje (Cheng, 2016), ne išimtis ir kariniai konfliktai. Socialiniai tinklai leidžia pašalinti laiko barjerą tarp skirtingų laiko juostų, todėl pasaulio politikos lyderiai realiuoju laiku iš bet kurios pasaulio dalies, turi galimybę skleisti informaciją ir suteikti grįžtamąjį ryšį žmonėms (Tasente, 2023) bei nuraminti

visuomenę krizių metu (London Jr, Matthews, 2022). Karinių konfliktų metu pasinaudodami šiomis technologijomis politikos lyderiai ir visuomenė gali skelbti įvairias nuotraukas ir pranešimus, susijusius su karine situacija (Nastasia, George, 2023). Be to, socialiniuose tinkluose pademonstruota drąsa, solidarumas ar kitos savybės karo akivaizdoje gali turėti teigiamų pasekmių valdant karo eigą ir formuojant teigiama politikos lyderio įvaizdį (Christensen, Lægreid, 2020). Nors socialiniai tinklai – efektyvi platforma skleisti informaciją realiu laiku ir greitai reaguoti į visuomenės grįžtamąjį ryšį, tai gali tapti dezinformacijos ar negatyvių komentarų šaltiniu (Wang, Dong, 2017) dėl nuolat didėjančių pranešimų srautų. Pasaulio politikos lyderiams karo metu itin svarbu atrinkti teisingą informaciją.

Temos naujumas. Pasaulio politikos lyderių komunikaciją karo Ukrainoje kontekste analizavo užsienio mokslininkai. Autorius Tasente'ė (2023) analizavo pasaulio politikos lyderių J. Biden'o, U.V.D. Leyen, J. Soltenberg'o komunikaciją socialiniame tinkle „Twitter“ ir nustatė, kad pasaulio politikos lyderiai savo komunikacijos strategijose karo Ukrainoje kontekste, rodė stiprybę ir vienybę įtemptos situacijos akivaizdoje. Tuo tarpu mokslininkai Tasente'ė et al. (2023) atskleidė, kad pasaulio politikos lyderiai savo komunikacijoje ieškojo diplomatinių būdų karinei situacijai spręsti, o savo komunikacijoje išsiskyrė teigiamu tonu. Autorės Nosova (2023) tyrimas parodė, kad tokių žodžių kaip „taika“, „taikos formulė“, „susitaikymas“, vartojimas žiniasklaidoje karo Ukrainoje metu yra pasaulio politikos lyderių palaikymo išraiška, pasitelkiant įvairias komunikacines kalbines priemones. Trushevych'ius (2022) analizavo politikos lyderio ir Ukrainos prezidento V. Zelensky'io komunikaciją. Jo tyrimas duomenys parodė, kad Ukrainos prezidento komunikacija turėjo įtakos teigiamam įvaizdžio formavimui karo Ukrainoje metu, o Nisch (2024) atliko Ukrainos prezidento socialinio tinklo „Twitter“ komunikacijos emocinio tono analizę, kuri parodė, kad Ukrainos prezidento komunikacija dažniausiai buvo teigiama ir fokusuota į dialogą, bendradarbiavimą bei solidarumą. Aspriadis'as (2023) analizavo skirtingų pasaulio politikos lyderių retorikose skleidžiamus naratyvus ir nustatė V. Putin'o dezinformacijos apraiškas komunikacijoje karo Ukrainoje metu. Autoriai Gkalitsiou ir Kotsopoulos'as (2023) tyrinėjo lyderių komunikacijoje naudojamas metaforas ir pasakojimus COVID-19 ir karo Ukrainoje kontekste ir nustatė, kad lyderiai naudojami metaforomis siekdami įtikinti visuomenę savo pranešimo svarba. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad didesnę grėsmę keliančių krizių metu politikos lyderių komunikacijoje metaforų padaugėja.

Užsienio autoriai analizavo ir kitus karinius konfliktus. Rivas'as ir Tarín'as (2017) analizavo A. Mashkadov'o ir D. Umarov'o lyderystės stilių panašumus bei jų priimtus sprendimus Čečėnijos – Rusijos karinio konflikto metu. Autorius Wolfsfeld'as (2017) analizavo Izraelio ir Palestinos politikos lyderių komunikaciją socialiniuose tinkluose ir tyrinėjo kaip socialinių tinklų platformos gali prisidėti prie politikos lyderių daromos pozityvios ar negatyvios įtakos visuomenei. Wolfsfeld'as (2017) nustatė, kad socialiniai tinklai suteikė paprastiems asmenims didesnes galimybes skleisti komunikaciją krizių metu, ir sukūrė terpę negatyviai informacijai skliti.

Komunikaciją Ukrainos karo kontekste tyrė ir Lietuvos mokslininkai. Unikaitė-Jakuntavičienė ir Matulkaitė (2017) analizavo Jungtinių Amerikos Valstijų ir Rusijos Federacijos politikos lyderių kalbas ir jų bruožus Ukrainos krizės metu. Autorių tyrimas parodė, kad Ukrainos lyderiai krizių metu naudojami retorinėmis kalbinėmis priemonėmis, o Rusijos Federacijos ir Jungtinės Amerikos Valstijų politikos lyderiai krizės metu naudojo proaktyvias ir reaktyvias komunikacijos strategijas. Bacys (2019) tyrė Rusijos ir Ukrainos įvaizdį socialiniame tinkle „Facebook“ ir nustatė Rusijos ir Ukrainos naudojamas skirtingas komunikacines priemones. Dėl mažo skaičiaus Lietuvos autorių,

kurie tyrinėtų krizių komunikaciją karo Ukrainoje kontekste, galima daryti išvadą, kad pasaulio politikos lyderių krizių komunikacija karo Ukrainoje kontekste nuo 2022-02-24 nėra tinkamai išanalizuota, todėl svarbu ištirti politikos lyderių krizių komunikaciją karo Ukrainoje kontekste.

Problema – kokią krizių komunikaciją taikė politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as ir O. Scholz'as karo Ukrainoje kontekste?

Tyrimo objektas – politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o krizių komunikacija socialiniame tinkle „Facebook“.

Magistro baigiamojo projekto tikslas – išanalizuoti ir palyginti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o krizių komunikacijos panašumus ir skirtumus karo Ukrainoje kontekste.

Uždaviniai:

1. atlikti kritinę literatūros apžvalgą apie krizių komunikacijos sampratą ir politikos lyderių komunikacijos socialiniuose tinkluose svarbą krizių metu;
2. sudaryti politikos lyderių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ metodologiją ir aptarti tyrimo rezultatus;
3. išanalizuoti politikos lyderių krizių komunikacijos bruožus socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu;
4. palyginti politikos lyderių krizių komunikacijos bruožus socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu.

Tyrimo metodai. Magistro baigiamajame projekte naudoti literatūros analizės ir turinio analizės metodai. Kritinėje literatūros apžvalgoje aptarta krizių komunikacijos samprata, politikos lyderių komunikacijos svarba krizių metu ir socialinių tinklų svarba politikos lyderių vykdomoje komunikacijoje krizių metu. Turinio analizės metu išanalizuota politikos lyderių krizių komunikacija bei jos bruožai socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu.

Darbo struktūra. Baigiamąjį magistro darbą sudaro dvi pagrindinės dalys: teorinė dalis ir empirinis tyrimas. Teorinėje dalyje apžvelgiama krizių komunikacijos samprata, politikos lyderių svarba krizių metu ir politikos lyderių krizių komunikacija socialiniuose tinkluose. Empirinio tyrimo pradžioje pristatoma tyrimo metodika, pateikiamas tyrimo dizainas ir tyrimo instrumentas. Empiriniame tyrime pateikiami analizės rezultatai ir jų interpretacija.

Magistro baigiamasis projektas sudarytas iš 83 puslapių, 16 paveikslų, 12 lentelių. Baigiamajame magistro projekte panaudoti 147 literatūros šaltiniai ir 10 informacijos šaltinių.

1. Krizių komunikacijos samprata ir politikos lyderių svarba socialiniuose tinkluose krizių laikotarpiu

Šiame skyriuje pateikiama kritinė literatūros apžvalga. Pirmiausia apžvelgiama krizių komunikacijos samprata. Mokslinės literatūros apžvalgoje aptariama krizės samprata, krizių komunikacija ir krizių komunikacijos įtaka valdant krizes skirtingų etapų metu. Išskirtos pagrindinės krizių komunikacijos strategijos ir teorijos. Be to, skyriuje aptariama politinės lyderystės svarba krizių metu. Apibūdinami skirtingi lyderystės tipai ir bruožai, atsispindintys politikos lyderių skleidžiamoje komunikacijoje. Aprašomi socialiniai tinklai ir jų panaudojimas krizės metu.

1.1. Krizių komunikacijos samprata

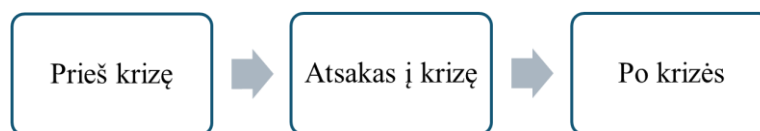
Krizes galima apibūdinti, kaip sudėtingus reiškinius, kurių nenuspėjamumą, kompleksškumą ir unikalumą, analizavo ne vienas autorius (Buchanan, Denyer, 2013). Olsson'as (2014) krizes apibūdina kaip situacijas dėl kurių gali kilti grėsmė bendruomenės vertybėms. Tuo tarpu, Alhadef-Jones'as (2021) teigia, kad krizės gali pasižymėti vystymosi greičiu, nuspėjamumu ir su jomis susijusių aplinkybių painiava. Liu et al. (2016) krizes apibūdina kaip teroristines atakas arba pandemiją, kai yra nežinoma, kas sukėlė krizę, kokia padaryta žala, ką įmanoma padaryti, kad būtų apsaugota nuo žalos, ir kada krizė pasibaigs. Nors krizės gali būti sudėtingas, nuspėjamas reiškinys, sukeliantis grėsmių, tačiau jos gali pasižymėti ir teigiamomis savybėmis. Nepaisant krizių sistemingo plitimo ir sukeltos žalos, krizės gali suteikti ir galimybių, kurios sudaro terpę vystytis konstruktyviam pokyčiui, augimui, pasipriešinimui, atsinaujinimui (Sellnow, Seeger, 2021).

Krizių valdymas yra būtinas siekiant sustabdyti ar išvengti krizių. Jis įvardijamas kaip procesas, sprendžiantis netikėtą, trikdantį įvykį, kuris gali pakenkti organizacijai ar suinteresuotoms šalims (Mikušová ir Horváthová, 2019). Autorė Vašíčková (2019) teigė, kad krizių valdymas neatsiejamas nuo organizacijos sėkmės ir yra būtinas, siekiant atpažinti įspėjamuosius signalus ir apsaugoti nuo krizių. Anot Civelek'o et al. (2016), krizių valdymo procesas neatsiejamas nuo krizių komunikacijos, grįstos pasitikėjimu ir teisingumu.

Dressel (2015) krizių komunikaciją apibūdina kaip greitą informacijos perdavimą ir veiksmų ėmimąsi padėčiai sušvelninti po įvykusios nelaimės. Bell'as (2010) teigė, kad krizių komunikacija – tai komunikacijos sritis, padedanti reaguoti į netikėtus ir nenumatytus įvykius. Anot Schoofs'as et al. (2022), krizių komunikacija tai – įrankis nuraminti krizės ar jo padarinių paveiktus asmenis ir parodyti užuojautą krizės metu. Haupt (2021) krizių komunikaciją išskyrė kaip discipliną, susijusią su įvairiomis sritimis: viešaisiais ryšiais, verslo vadyba, organizacine psichologija ir ekstremalių situacijų valdymu. Autorės teigimu, yra būtina suprasti skirtingų bendruomenių poreikius ar krizės tipus ir pagal juos formuoti kompleksinę komunikaciją krizėms valdyti (Haupt, 2021).

Paminėtina, kad krizių komunikacija gali būti apibūdinama, kaip strateginis žodžių ir veiksmų planas, siekiantis valdyti informaciją krizių metu ir apsaugoti suinteresuotąsias šalis ir organizacijas nuo krizės (Coombs, 2018). Autorius taip pat išskiria du krizių komunikacijos elementus: informacijos ir reikšmes valdymą. Anot jo, informacijos valdymas suprantamas kaip komunikacijos apie krizę perdavimas paveiktiems asmenims, o reikšmės valdymas - žmonių suvokimo apie krizę formavimas (Coombs, 2018). Haupt (2021) išskyrė tris etapus vykdomoje komunikacijoje per krizę *1 pav.:* *prieškrizinis etapas, atsako į krizę etapas, pokrizinis etapas*. Galima teigti, kad rengiant skirtingas komunikacines strategijas būtina išmanyti šiuos etapus. Anot Haupt (2021), įvairių procedūrų ir

taisyklių žinojimas skirtingų etapų metu gali prisidėti prie efektyvaus komunikacijos strategijų ruošimo, o tai gali padėti sėkmingai suvaldyti krizę.



1 pav. Krizių komunikacijos strategijų laiko juosta

Šaltinis: Haupt (2021, p. 131)

Prieškrizinis etapas. Šiame etape didžiausias dėmesys skiriamas komunikacijos planavimui ir pasiruošimui krizei. Atsakingi asmenys dalyvauja įvairiuose mokymuose, susijusiuose su krize, susipažįsta su krizių valdymo gairėmis ir procedūromis, kad tinkamai reaguotų į galimas krizes ir vykdytų sėkmingą komunikaciją jų metu (Haupt, 2021). Autoriai Badu et al. (2023) argumentuoja, kad prieškriziniu etapu svarbu surinkti kuo daugiau informacijos apie krizę, nes tai – vienas iš svarbiausių veiksnių sėkmingai suvaldyti krizes, kadangi nustatius krizės tipą ir kitas jos savybes ši informacija gali būti sėkmingai integruota į komunikacijos strategijas. Anot Beldad'o et al. (2018), šiame etape informacijos paskelbimas organizacijos viduje, prieš prasidedant krizei, gali prisidėti prie reputacijos išsaugojimo ar net sėkmingo krizės suvaldymo, kadangi ankstyvos informacijos apie krizę paskelbimas ir ruošimasis atsakai į ją prisideda prie darbuotojų pasiruošimo reaguojant į krizes (Kim, Lim, 2020). Šiame etape žiniasklaidos indėlis gali būti taip pat svarbus. Anot Herovic'o et al. (2020), bendradarbiavimas su žiniasklaida prieš krizę ir atsakymai į jai rūpimus klausimus gali prisidėti prie veiksmingo pasirengimo iki krizės pradžios ir tikslingos komunikacijos jos metu. Galima teigti, kad vienas iš svarbiausių pasiruošimo veiksnių – tai visuomenės informavimas apie reikalingą elgesį krizės metu, o komunikacija apie krizę ir jos pasekmes – būtinas veiksnys siekiant, kad piliečiai pasiruoštų grėsmei (Latré et al., 2018).

Atsako į krizę etapas. Šis etapas koncentruojasi į komunikaciją jau prasidėjus krizei. Komunikacija esant krizei privalo būti atvira, todėl būtina informuoti apie esamą situaciją ir atsakyti į visuomenei visus rūpimus klausimus, ir taip palaikyti ryšį su auditorija (Haupt, 2021). Be to, krizės metu, reikia atkreipti dėmesį į komunikacijos kanalus ir skleisti informaciją per tuos kanalus, kurie greitai gali pasiekti auditoriją realiu laiku (Badu et al., 2023). Vykstant krizei vienas iš svarbiausių veiksnių – tai reputacijos išsaugojimas. Dėl šios priežasties būtina tinkamai reaguoti į krizę ir taikyti įvairias komunikacijos strategijas, kad būtų sumažėtų krizės poveikis ir žala reputacijai (Kiambi, Shafer, 2016). Anot autorių, reputacijai apsaugoti galima taikyti tris komunikacijos strategijas: apgailestavimo, kai išreiškiamas susirūpinimas dėl krizės ir atsiprašoma už krizės pasekmes; kompensacijos, kai tvirtinama, kad bus atsilyginta nukentėjusiesiems už sukeltą žalą; ar užuojautos, kai reiškiamas susijaudinimas ir rūpestis dėl nukentėjusiųjų krizės metu (Kiambi, Shafer, 2016).

Pokrizinis etapas. Šiame etape koncentruojamasi į tolesnius ateities krizių komunikacijai ir aptariamoms padarytos klaidos komunikuojant krizių metu, kartu kuriami ateities planai tolimesnėms komunikacijos strategijoms (Haupt, 2021). Šiame etape krizių komunikacija yra itin svarbi, nes visuomenė turi būti informuota apie pagrindines krizės priežastis ir apie procesus, kurių bus imtasi, kad krizė daugiau nepasikartotų. Po krizės vykdoma komunikacija gali būti naudinga, kad asmenys galėtų pasimokyti iš prieš tai vykusios krizės ir nebekartotų tam tikrų klaidų ateityje ir galėtų

pasiruošti būsimums krizėms. Be to, svarbu, kad pranešimai apie pokrizinį etapą būtų gaunami iš patikimų, oficialių šaltinių, nes gavėjai tikisi pranešimų su teisinga informacija apie krizę (Badu et al., 2023). Taigi, krizės etapų išmanymas gali prisidėti prie efektyvaus krizių komunikacijos strategijų kūrimo. Žinant visų etapų metu būtinus atlikti žingsnius, galima tinkamai paruošti skirtingas komunikacijos strategijas, kurios turėtų įtakos krizės poveikiui ir neigiamai reputacijai sumažinti, o mokymasis iš padarytų klaidų, gali apsaugoti nuo ateities krizių.

Komunikavimo apie krizes metu gali būti taikomos skirtingos strategijos, kurios dažnai aiškinamos remiantis skirtingomis teorijomis. Komunikacinėse žinutėse krizių metu gali būti išskiriama įvaizdžio atstatymo teorija ir situacinė krizių komunikacijos teorija. Remiantis šiomis teorijomis galima aiškinti ir interpretuoti krizių komunikacijos metu taikomas strategijas.

Įvaizdžio atkūrimo teorija. Remiantis Benoit'u (2020), įvaizdį atkurti reikia tada, kai žmonės ar organizacijos mano, kad jų įvaizdžiui gali būti pakenkta, pavyzdžiui, kai pradeda tikėti, kad organizacijos ar asmenų įvaizdis kritikuojamas dėl krizės valdymo ar komunikacijos. Įvaizdžio atstatymo teorija gali būti taikoma, kai asmuo mato, kad jo įvaizdžiui kyla grėsmė dėl pasikeitusios aplinkinių nuomonės. Įvaizdžio atstatymo teorija gali apimti keletą elementų: neigimą, kai tikima kaltinimų tikrumu ir įžeidimą, kai apkaltintas asmuo jaučiasi įžeistas dėl neteisingai pateiktos informacijos apie jį. Neigimo etape asmenys gali pasinaudoti „atpirkimo ožio“ taktika, kad išgelbėtų reputaciją, perkeldami kaltę kitam asmeniui. Taip pat dažnai asmenys, kurie jaučia, kad jų reputacija gali nukentėti, įsižeidžia ir kaltina visuomenę dėl nepagrįstų įrodymų, kuriais stengiamasi asmenį apšmeižti, taip stengdamiesi apsaugoti įvaizdį ir reputaciją (Benoit, 2020).

Situacinė krizių komunikacijos teorija. Ši teorija teigia, kad pagrindinis veiksnys dėl kylančių krizių organizacijoje – suinteresuotosios šalys, todėl ši teorija didžiausią dėmesį skiria joms ir tiria jų reikšmę organizacijose krizės metu (Coombs, 2007; Coombs ir kt. 2020) Mokslininkai išskiria du situacinės krizių komunikacijos teorijos etapus. Pirmajame etape nustatomi krizės tipai ir suskirstomi pagal svarbumo ir atsakomybės lygmenis. Antrajame etape nustatomi veiksniai, galintys paveikti skirtingų suinteresuotų šalių atsakomybę krizės metu. Coombs'as ir kt. (2020) argumentuoja, kad situacinės krizių komunikacijos teorijos tikslas – nustatyti, kaip ir kiek skirtingos suinteresuotos šalys suvokia krizę, ir kiek atsakomybės gali turėti skirtingose krizių situacijose. Žinant skirtingų suinteresuotų šalių įtaką organizacijai, pastaroji gali atitinkamai reaguoti, taip išsaugodama teigiamą įvaizdį.

Autoriai Tian'as ir Yang'as (2022), remdamiesi Coombs'u (2007), išskyrė situacinės krizių komunikacijos teorijos strategijas: kaltės perkėlimą, krizės mažinimą, sustiprinimą. Kaltės perkėlimas komunikacijoje pasireiškia, kai apkaltinamas kitas asmuo arba pats kaltintojas dėl neteisingai skleidžiamos informacijos. Verta paminėti, kad šioje strategijoje galima įžvelgti panašumų su įvaizdžio atkūrimo teorija, kurios neigimo etape atsispindi panašūs asmens elgsenos bruožai. Krizės mažinimas vyksta, kai stengiamasi parodyti, kad krizė ir jos pasekmės nėra tokios svarbios, kaip gali pasirodyti visuomenei. Sustiprinimo strategija taikoma, kai krizės metu pažymimos teigiamos organizacijos ar politiko savybės siekiant nukreipti auditorijos dėmesį nuo krizės (Coombs, 2007; Tian, Yang, 2022).

Autoriai Fiedler'is et al. (2020); Gesser-Edelsburg'as, Hijazi (2020); Hyland-Wood'as et al. (2021); Traber'as et al. (2020) pateikė skirtingas komunikacijos strategijas, pasireiškusias krizių komunikacijoje:

Bauginimas. Krizių metu dažnai naudojami naratyvai, kuriais siekiama įbauginti asmenis. Pastebima, jog šioje strategijoje naudojama karinė kalba ir tokios frazės, kaip „karas“, „žiaurumai“, „priešai“ ar komunikuojama apie grėsmingas krizės pasekmes. Be to, išryškinamas nukentėjusiųjų skaičius krizės metu (Gesser-Edelsburg, Hijazi, 2020). Galima teigti, kad pasitelkiant šią komunikacijos strategiją, siekiama įbauginti asmenis krizės akivaizdoje.

Kritikavimas. Krizės metu kritikavimo strategija gali pasireikšti, kai stengiamasi perkelti kaltę kitiems asmenims. Pasitelkiant šią strategiją dažnai siekiama apkaltinti kitą asmenį ir išryškinti to asmens padarytas klaidas krizių metu. Pastebima, jog dėl krizės dažnai kritikuojamos ir šalys ar skirtingos institucijos. Šia strategija dažniausiai pasinaudojama, kai pastebimas krizės rimtumas ir jos pasekmės (Traber et al., 2020).

Informavimas. Komunikacijos strategija naudojama informacijos perdavimui apie krizę bei visuomenės supažindinimui su krizės pasekmėmis ir jos įtaka. Sėkmingas informacijos perdavimas dažnai priklauso nuo informacijos turinio. Informacija turi būti patikrinta, susijusi su krizei būdingomis temomis, prisitaikanti prie įvairių demografinių grupių asmenų, perduodama per tinkamus komunikacijos kanalus (Hyland-Wood et al., 2021).

Demokratijos ir taikos skleidimas. Ši strategija taikoma dažnai tokių krizių kaip kariniai konfliktai metu, kai įtampos metu stengiamasi palaikyti taiką konflikto paveiktiems asmenims ar šalims. Ši strategija pasižymi tokiais bruožais, kaip stabilumo prioretizavimu, kai stengiamasi daugiausia dėmesio skirti stabilumui krizės metu išreikšti, o ne grėsmėmis ir pasekmėmis bei koordinavimu, kuris gali pasireikšti kaip bendradarbiavimo su atsakingais asmenimis ar institucijomis išraiška (Fiedler et al., 2020).

Įvairių krizių komunikacijos teorijų išmanymas ir pritaikymas krizinių situacijų metu ir tikslus planas sėkmingai prisideda prie krizių valdymo, tačiau autoriai Bodenheimer'is ir Leidenberger'is (2020) nustatė, kad komunikuojant krizių metu aiškų planą yra svarbus, bet nepakankamas ruošiant krizių komunikacijos strategiją. Be to, svarbu atkreipti dėmesį į komunikacijos laiką, kuris nurodo, kaip ir koku metu skleisti informaciją apie krizę, komunikacijos pranešimą, ir auditorijos svarbą pranešimuose krizių metu. Bodenheimer'is, Leidenberger'is (2020) argumentuoja, kad krizių komunikacijos pranešimai privalo būti:

- sąžiningi (paremti faktais, nesudarantys tarpės vystytis visuomenės spekuliacijoms);
- lengvai suprantami (trumpi ir aiškūs);
- nuoseklūs (komunikacija turi būti koordinuota ir naudojama nuosekliai);
- paaiškinantys (skleidžiama komunikacija privalo suteikti žinių);
- paskelbti tinkamu laiku (krizių metu sukurti pranešimai privalo būti viešinami greitai ir anksti)

Galima teigti, kad tinkamas šių kriterijų panaudojimas komunikacijoje gali prisidėti prie sėkmingo krizės valdymo. Broni et al. (2013) argumentuoja, kad valdant krizes būtina įrodymais pagrįsta komunikacija. Tokia komunikacija privalo būti paremta statistiniais duomenimis ir faktais, kuriuos galima pagrįsti moksliniais šaltiniais, o ne tik asmeniniais įsitikinimais. Tokiu būdu krizių komunikaciją skleidžiantys asmenys gali apsaugoti nuo neteisingų interpretacijų, kurias visuomenė gali sukurti perskaitę jų paskelbtus pranešimus, jei jie nėra tiksliai iškomunikuojami, ir apsaugoti savo reputaciją.

Nors krizių komunikacijos strategijos prisideda prie sėkmingo krizės valdymo, svarbu atkreipti dėmesį ir į etinių standartų laikymą. McHale et al. (2007) tvirtina, kad komunikacija privalo būti

nuoširdi ir sąžininga, o skirtingų auditorijų įsitraukimas esant etiškai neteisybei gali prisidėti prie teisingų sprendimų. Tuo tarpu Kim (2015) remdamasi kintamaisiais „kas“, „kada“ ir „kaip“, pristatė trijų dalių TTR testą, kurį sudaro trys principai: skaidrumas (kas) – komunikuojant apie krizę turi būti nurodomos aiškios krizės priežastys. Abipusė komunikacija (kaip) – komunikuojantis asmuo privalo įtraukti auditoriją ir ją supažindinti su krize. Tai reiškia, kad auditorija privalo būti įtraukta į krizių komunikacijos procesą, turi būti atsakyta auditorijai rūpimus klausimus krizės metu. Tinkamas laikas (kada) – krizių metu reikia komunikuoti tinkamu laiku, kad informacija kuo greičiau pasiektų auditoriją, užkirsdama kelią interpretacijoms. Vadovaujantis šiuo testu galima nustatyti, ar skleidžiama komunikacija krizių metu yra etiška.

Remdamasi TTR etikos testu Kim (2015), tyrinėjo naftos įmonės „BP“ grėžimo platformos „Deepwater Horizon“ komunikaciją krizių metu. 2010 m. balandžio 20 d. grėžimo platformoje „Deepwater Horizon“ įvyko didžiausias istorijoje naftos išsiliejimas Meksikos įlankoje, sukeldamas milžiniškas ekologines problemas. Bendrovės komunikacija krizės akivaizdoje neatitiko kriterijų pagal TTR testą, tad autorė nustatė, kad tai neetiška komunikacija. Įmonės skleidžiama komunikacija buvo neskaidri, nes sukėlė visuomenės pasipiktinimą ir įtarumą, kadangi įmonė neatskleidė visos tiesos apie išsiliejimą, jo pasekmes ir priežastis. Taip pat buvo nustatyta, kad komunikacija krizės metu buvo pradėta vykdyti netinkamu laiku, nes pirmieji pranešimai apie naftos išsiliejimą viešumoje pasirodė tik po savaitės įvykus katastrofai, be to, pati komunikacija buvo vykdoma per išorines organizacijas. Abipusė komunikacija iš įmonės pusės taip pat nebuvo vykdoma. „BP“ įmonė nesugebėjo atsakyti į žmonių skundus ir pasyviai naudojosi socialiniais tinklais, neatsakė į visuomenei rūpimus klausimus (Kim, 2015).

Nors galima teigti, kad krizės gali atverti plačias galimybes tobulėti, tačiau dėl įvairių veiksnių informacijos perdavimas gali tapti sudėtingu procesu skleidžiant komunikaciją apie krizę. Dažnai Neatsižvelgiama į tokius veiksnius, kaip laiko pasirinkimas, nuoseklumas, sąžiningumas ar etikos standartų laikymasis. Dėl šių priežasčių skleidžiama komunikacija gali ne tik klaidinti visuomenę, tačiau prisidėti prie dezinformacijos sklaidimo. Autorė Haupt (2021) išskyrė keletą veiksnių, kurie gali trukdyti sklandžiai komunikuoti krizių metu:

- skirtingų bendruomenės poreikių nenumatymas;
- netinkamas krizės tipo nustatymas ir prisitaikymas;
- netinkamas laiko pasirinkimas informuojant apie krizę;
- negebėjimas komunikuoti;
- netinkamų technologijų panaudojimas;
- vertybiniai skirtumai;
- krizės metu sukeliamas didelis stresas komandoms ir pranešėjams;
- per greitai besikeičianti informacija ir įvykiai;
- įtampa tarp žiniasklaidos ir visuomenės;
- netinkamas informacijos rinkimas (Haupt, 2021).

Dėl to visuomenė krizių metu ieško asmens, iš kurio gautų reikalingos informacijos ir pasitikėtų to asmens siūlomais veiksmais švelninant krizės pasekmes. Įvairių krizių metu neretai politikos lyderiai tampa tais asmenimis, kurie privalo užtikrinti efektyvią komunikaciją krizių metu, kartu skirdami dėmesį visuomenės nuomonei ir informavimui.

Apibendrinant galima teigti, kad krizes galima apibūdinti kaip kompleksiskus, nenusėjamus įvykius, keliančius grėsmę visuomenei. Pastebėtina, kad krizių valdymas būtinas siekiant suvaldyti ar išvengti

krizių, o komunikacija krizių valdymo procese yra vienas iš svarbiausių elementų efektyviai valdant krizes. Skirtingų krizių etapų išmanymas, įvairių strategijų ir teorijų panaudojimas] komunikacijos pranešimuose gali sušvelninti krizės pasekmes, nuraminti visuomenę ir apsaugoti reputaciją nuo neigiamos krizės įtakos. Komunikuojant krizių metu būtina atkreipti dėmesį į etikos laikymąsi ir veiksnius, kurie gali sutrukdyti sklandžiai perduoti informaciją apie krizę. Dėl krizių metu netiksliai paskelbtos informacijos, netinkamo laiko pasirinkimo, nenuoseklumo komunikacija gali suklaidinti, sukelti sumaištį ar net supriešinti visuomenę. Neefektyvi komunikacija įvairių krizių metu atsiranda dėl netinkamo vadovavimo, todėl lyderystė krizių metu tampa itin svarbiu elementu.

1.2. Politikos lyderių svarba krizių laikotarpiu

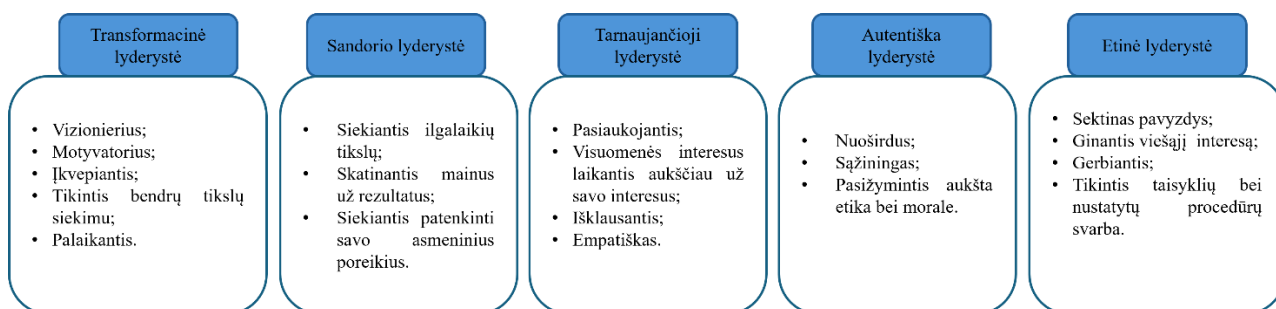
Lyderystę ir jos sąvoką krizių metu mokslininkai tyrinėja jau ilgą laiką. Galima teigti, kad lyderystė yra neatsiejama krizių valdymo proceso dalis. Lyderystė apibūdinama kaip esminis krizių valdymo elementas, prisidedantis užtikrinant atsparumą (Watkins, Clevenger, 2021). Nors komunikacija krizių metu privalo būti struktūruota ir tiksli, neretai lyderis yra priverstas reaguoti greitai ir priimti staigius, nenumatytus sprendimus, būtinus stabilumui ir pasitikėjimui išsaugoti. Gigliotti (2016) vadovavimą krizių metu įvardija kaip sudėtingą ir kompleksinį reiškinį, apimantį daugybę elementų, tarp jų ir – komunikaciją. Krizės akivaizdoje gerą lyderį charakterizuoja gebėjimas greitai prisitaikyti, optimaliu laiku priimti tinkamus sprendimus ir kartu išlaikyti vadovaujančią poziciją (Teo et al., 2017). Kiekviena visuomenės grandis – nuo valdžios institucijų iki piliečių – ieško rekomendacijų, nes jų reakcijos ir veiksmai turi įtakos ekonominiams, socialiniams ar net sveikatos veiksniams (Dirani et al., 2020).

Morrell'is ir Hartley (2006) politikos lyderius apibūdina kaip demokratiškai išrinktus asmenis, veikiančius pagal konstitucinę ir teisinę sistemą, turinčius įtakos sveikatos, teisės, švietimo, ekonomikos srityse. Politikos lyderiai gali užimti tokias pozicijas, kaip prezidentai, ministrai pirmininkai, politikos partijų lyderiai, kancleriai ar kitas vadovaujančias pareigas, prisidedančias prie įvairių sričių valdymo. Politikos lyderio statusas suteikia galimybę reaguoti į grėsmes ir adaptuoti visuomenę prie besikeičiančių situacijų (Yeo, Jeon, 2022). Išlaikyti teigiamą santykį tarp politikos lyderių ir visuomenės gali būti sunki užduotis – visuomenės išrinkti lyderiai privalo tarnauti jų interesams, kadangi nuo rinkėjų priklauso politikos lyderių vadovaujančių pareigų išlaikymas (Samad et al., 2022). Galima teigti, kad tokio santykio palaikymas ypač sunkus kritiniais momentais, kai vadovas privalo pasirinkti trumpuoju laikotarpiu skausmingą, bet ilguoju laikotarpiu naudingą sprendimą ir rizikuoti būti nebeišrinktas. Autoriai Masciulli et al. (2016) teigia, kad politinė lyderystė apima gebėjimą interpretuoti problemas, nustatyti tikslus ir priemones šioms problemoms spręsti, skleisti savo vizijas ir reikalui esant mobilizuoti visuomenę. Krizių metu lyderiai privalo numatyti galimas grėsmes, parodyti pastangas su jomis kovojant, o kartais ir susitaikyti su krizės pasekmėmis (Boin et al., 2010). Politikos lyderis krizių metu privalo sugebėti tinkamai reaguoti į grėsmes, valdyti krizių padarinius, demonstruoti tinkamus valdymo gebėjimus ir prisitaikyti prie pakitusių sąlygų (De Clercy, Ferguson, 2016).

Tyrėjai siekė išsiaiškinti ir aptarti politikos lyderio veiksmingumą – ir kaip individo, ir kaip lyderių grupės nario. Pavyzdžiui, mokslininkė Brookes (2011) išskiria kolektyvinę lyderystę ir teigia, kad lyderių perduodamos žinios ir įžvalgos visuomenei gali tapti kritiškai svarbios krizių metu, nes tokiu būdu visuomenė yra įtraukiama ieškoti krizės sprendimo būdų. Kolektyvinę lyderystę galima apibūdinti kaip dinaminį procesą, kurio metu skirtingų įgūdžių ir gebėjimų asmenys dirba išvien, siekdami atrasti tinkamiausius problemų sprendimo būdus. Vykdamas kolektyvinę lyderystę svarbu

išlikti tolerantiškiems skirtingiems požiūriams, kad priimti sprendimai taptų efektyvūs (Raelin, 2017). Spyridonidis'as et al. (2022) tvirtina, kad tokio masto krizių kaip pandemija metu politikos lyderiai turi integruoti kolektyvinę ir individualiąją lyderystę – būtent taip galima užtikrinti, kad į skirtingus visuomenės narių įsitikinimus bus tinkamai atsižvelgta (Spyridonidis et al., 2022). Mabey ir Morrell'is (2011) priduria, kad organizacijose labai svarbu kolektyvinis bendradarbiavimas, tačiau svarbu nepamiršti, kad individualus lyderis negali būti pašalintas iš organizacijos valdymo, nes būtent individualus lyderis gali tinkama linkme nukreipti diskusijas ir priimti kritinius sprendimus.

Literatūroje išskiriamas ne vienas lyderystės tipas, pasižymintis skirtingomis charakteristikomis ir bruožais. Mokslininkai aptarė skirtingus lyderystės tipus 2 pav. ir šių tipų charakteristikas krizių situacijose.



2 pav. Lyderystės tipai ir jų bruožai valdant krizes

Šaltinis: Bass, 1999; Bryant, 2003; Celik et al. 2016; Erickson, 2021; Keselman, Saxe-Braithwaite, 2020; Menon, 2021; Nye, 2013; Piorun et al. 2021; Rathi et al. 2021; Samad et al. 2022; Scheuerlein et al. 2018; Shadraconis, 2013; Walumbwa et al. 2008; Yeo, Jeon, 2022

Krizių valdymo metu galima išskirti ne vieną lyderystės tipą, kurį lyderiai gali pasitelkti krizei sušvelninti ar suvaldyti. Mokslininko Bass'o (1999) teigimu, efektyvūs lyderiai pasižymi darbuotojų ar pavaldinių įgalinimu, motyvavimu ir įtraukimu siekti bendro tikslo. Celik'as et al. (2016) tvirtina, kad transformaciniai lyderiai mato save kaip pokyčių vykdytojus ir motyvuoja žmones. Pasak Shadraconis'o (2013), krizės metu tokiems lyderiams svarbu suteikti reikalingas rekomendacijas ir įkvėpti, motyvuoti visuomenę. Pastebima, kad lyderiai krizių metu yra linkę naudotis transformacinėmis savybėmis tada, kai pastebi, kad visuomenei trūksta motyvacijos, įkvėpimo ir ryžto (Menon, 2021). Svarbu paminėti, kad efektyvus lyderis pasižymi visuomenės suvokimu ir gebėjimu nustatyti momentus, kuriais būtina išreikšti palaikymą visuomenei, motyvuoti. Galima teigti, kad krizinėse situacijose lyderiai, pasižymintys transformatoriškomis savybėmis, siekia įkvėpti visuomenę rodydami savo pavyzdį, taip gebėdami sušvelninti krizės sukeltas pasekmes (Scheuerlein et al., 2018).

Transformacinėmis savybėmis pasižymintys lyderiai įkvepia ir motyvuoja visuomenę, kad būtų įgyvendinami tikslai, tuo tarpu necharizmatiškų sandorio lyderių dėmesio centre – ilgalaikiai tikslai, kurių siekiama pagal iš anksto numatytus rezultatus (Bryant, 2003). Krizių metu transformaciniai lyderiai įtraukia ir visuomenės emocinę motyvaciją, o sandorio lyderiai orientuoti tik į krizės metu pasiektus rezultatus (Rathi et al., 2021). Sandorio lyderystė skatina konkrečius mainus už pasiektus rezultatus, o už nepasiektus – bausmes (Bryant, 2003). Pasak Nye (2013), lyderis, pasitelkdamas sandorio lyderystę, gali papirkti sekėjus siekdamas patenkinti savo asmeninius interesus ir tikslus. Autorės teigimu, kartais lyderiai gali pasitelkti sandorio lyderystę, kad pasiektų transformacinių tikslų. Pavyzdžiui, buvęs Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas F. D. Roozvelt'as, nepavykus

įtikinti Jungtinių Amerikos Valstijų patarėjų dėl pagalbos Didžiajai Britanijai, Antrojo Pasaulinio karo metu, pasinaudodamas netiesioginėmis papirkinėjimo taktikomis pakeitė šalininkų nuomonę ir pasiekė savo tikslą.

Tarnaujančioji lyderystė suteikia daug laisvės visuomenei priimant sprendimus krizei valdyti. Tokie lyderiai pasižymi pasiaukojimo savybėmis, dažnai visuomenės norus laiko svarbesnius už savus. Be to, šie lyderiai išsiskiria motyvacija ir etišku elgesiu (Samad et al., 2022). Anot Piorun et al. (2021), vienas iš svarbiausių tarnaujančiosios lyderystės bruožų – įsiklausymas į kitų nuomones. Šie lyderiai krizių metu išklauso žmonių baimes, nusivylimus ir stengiasi prie jų prisitaikyti. Be to, šiam tipui priskiriami lyderiai išreiškia empatiją nukentėjusiesiems nuo krizės, o nežinomybės laikotarpiu šie lyderiai kartu su visuomene laikosi bendrų vertybių ir tikslų (Piorun et al., 2021).

Autentiški lyderiai apibūdinami kaip asmenys, pasižymintys nuoširdumu (Keselman, Saxe-Braithwaite, 2020). Šio tipo lyderiai neretai pasižymi sąžiningumu, aukšta etika ir morale ir nebijo visuomenei parodyti savo tikrųjų charakterio savybių (Walumbwa et al., 2008; Williams et al., 2012). Krizių metu sąžiningumas yra vienas svarbiausių efektyvios komunikacijos bruožų, nes visuomenė, jausdama nežinomybę, tikisi iš lyderio gauti teisingą informaciją (Erickson, 2021). Be to, autentiški lyderiai krizių metu sugeba sutelkti dėmesį į ilgalaikius tikslus, taip prisideddami prie nežinomybės jausmo mažinimo krizės metu (Erickson, 2021).

Galima teigti, kad etinė ir autentiškoji lyderystė pasižymi panašiomis savybėmis, kurios atsispindi krizės metu. Etišką lyderystę galima apibūdinti kaip vadovų veiklą, kuria siekiama palaikyti etiką krizės metu (Keselman, Saxe-Braithwaite, 2020). Šiomis savybėmis lyderiai turi pasižymėti, nes krizės metu visuomenė seka jų pavyzdžių ir stebi jų veiksmus (Samad et al., 2022). Anot Yeo ir Jeon'o (2022), etiška politinė lyderystė krizių akivaizdoje privalo pasižymėti viešojo intereso gynimu, leidžiamų procesų ir procedūrų laikymusi, pagarba kolegoms. Pastebėtina, kad šiomis savybėmis pasižymintis politikos lyderis demonstruoja aukštas moralines savybes ir vertybes. Etiškas vadovas privalo elgtis sąžiningai, išreikšti pasitikėjimą ir pagarbą visuomenei, kartu būti atviras ir sąžiningas žmogus (Yeo, Jeon, 2022).

Žiniasklaida yra neišvengiamai susijusi su politine lyderyste. Anot Safdar'o et al. (2018), žiniasklaida ir politikos lyderiai neatsiejami nuo darbo išvien ir demokratijos skleidimo. Žiniasklaida padeda politikos lyderiams pasidalinti informacija su visuomene, supažindinti su esamais įvykiais ir prisideda prie politikos lyderio įvaizdžio formavimo (Safdar et al., 2018). Nors žiniasklaida veikia kaip nepriklausomas informacijos šaltinis, ji ne tik padeda politikos lyderiams skleisti informaciją, bet ir gali prisidėti prie politinių kampanijų populiarinimo. Banducci'is et al. (2018) analizavo Didžiosios Britanijos 2015m. rinkimų kampanijos dalyvius ir žiniasklaidos įtaką rinkimams. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad politikos lyderių pasirodymai žiniasklaidoje, net ir neigiamame kontekste, atkreipė visuomenės dėmesį – taip didindami jų populiarumą rinkimuose.

Aaldering ir Vliegenthart (2016) tvirtino, kad teigiami žiniasklaidos komentarai apie lyderio savybes, tokias kaip sąžiningumas, pagarba, antikorupcija, formuoja teigiamą lyderio įvaizdį. Atvirkščiai – žiniasklaidoje pasirodę neigiami komentarai, apibūdinantys politinį lyderį kaip apgaviką, nesąžiningą žmogų ir melagį, sukelia neigiamų pasekmių politikos lyderio reputacijai. Žiniasklaidoje publikuojamas turinys daro didelę įtaką kuriant politikos lyderių įvaizdį ir paveikia rinkimų rezultatus (Aaldering, Vliegenthart, 2016). Norint, kad politikos lyderis galėtų daryti įtaką ar būtų išgirstas visuomenės, pirmiausia jis turi būti matomas (Bos et al., 2011), o žiniasklaida suteikia galimybę tai

pasiekti. Taigi, galima daryti išvadą, kad žiniasklaida daro didelę įtaką formuojant politikos lyderių įvaizdį ir informuojant visuomenę apie politikos lyderio veiksmus.

Ne vienas mokslininkas bandė išsiaiškinti, kokių savybių reikia, kad asmuo galėtų tinkamai vadovauti politiniame lauke krizių metu (Seijts et al., 2022). Politikos lyderių reakcijos arba komunikacijoje pasireiškusios savybės gali paveikti visuomenės reakciją į krizę. Mokslininkai Caulfield'as (2013); Ciulla (2010); Fernandez'as, Shaw'as (2020); Getha-Taylor, Morse (2013) išskyrė lyderių savybes, kurios buvo pastebimos jų skleidžiamoje komunikacijoje krizių metu *1 lentelė*.

1 lentelė. Politikos lyderių savybės krizių metu

Savybė	Aprašymas
Visuomenės interesų laikymasis	Atsižvelgiama į visuomenės interesus, pagal tai nustatomi tikslai.
Bendradarbiavimas	Glaudus bendradarbiavimas su įvairiomis įstaigomis ar valdžios organais priimant sprendimus.
Empatija	Pozityvumo, supratimo, palaikymo reiškimas krizės metu.
Guodimas, nuraminimas	Siekis nuraminti visuomenę krizės metu, nukentėjusių nuo krizės guodimas.
Solidarumas	Solidarumo reiškimas nuo krizės nukentėjusioms grupėms ar pažeidžiamiesiems asmenims. Abipusio palaikymo skatinimas.

Šaltinis: Caulfield, 2013; Ciulla, 2010; Fernandez, Shaw, 2020; Getha-Taylor, Morse, 2013

Krizių metu lyderystė yra neatsiejama nuo visuomenės interesų, todėl lyderiai privalo daugiausia dėmesio skirti visuomenei, visuomenės interesus laikyti svarbesnius už asmeninius, taip parodydami savo emocinį išprusimą ir stabilumą krizių metu (Fernandez, Shaw, 2020). Politikos lyderiai tam, siekdami efektyviai suvaldytą krizę, turi suprasti visuomenės tikslus, vertybes ir poreikius (Caulfield, 2013). Galima teigti, kad glaudus politikos lyderių bendradarbiavimas su kitais valdžios organais krizės laikotarpiu, gali padėti sėkmingai spręsti problemas. Politikos lyderiai, bendradarbiaudami su visuomene ir įvairiais valdžios organais, gali priimti efektyvius sprendimus krizei suvaldyti (Getha-Taylor, Morse, 2013). Teigiama, kad politikos lyderis krizių metu turi „būti šalia“, palaikyti, išreikšti empatiją visuomenei, ir taip padėti nuraminti visuomenę ir prisidėti prie krizės valdymo. Galima argumentuoti, kad lyderio darbas ir moralinė pareiga yra rūpintis savo sekėjais, o buvimas šalia, kai visuomenei to reikia, yra viena iš minėto rūpesčio išraiškų (Ciulla, 2010). Anot autorės, buvimas su visuomene ir jos palaikymas ar net politikos lyderio nuvykimas į nelaimės vietą nėra privaloma ar būtina pareiga. Vis dėlto taip politikos lyderiai parodo savo rūpestį visuomene, buvimą arti žmogaus, ir akivaizdžiai išreiškia moralinę pareigą tarnauti visuomenei (Ciulla, 2010).

Politikos lyderis krizių metu gali tapti patarėju ir guodėju, padedančiu suprasti krizes ir kartu nuraminančiu dėl ateities (McGuire et al., 2020). Pandemijos metu Naujosios Zelandijos ministrė J. Arden išreiškė pasitikėjimą profesionalais, kurie rūpinasi viruso valdymu ir jo pasekmėmis, bei užtikrino visuomenę, kad jų profesionalumas padeda efektyviai valdyti virusą. Tokia politikės komunikacija ne tik ramino, bet ir kėlė motyvaciją laikytis saugumo reikalavimų krizės metu. Be to, J. Arden krizės metu išreiškė solidarumą įvairioms socialinėms grupėms komunikuodama, kad svarbu laikytis atstumo, kad būtų apsaugoti pažeidžiamiausių grupių žmonės. Ji skatino visuomenės narius būti maloniems ir geriems vieni kitiems, įvardijo šalį kaip „5 milijonų komandą“ parodydama, kad jai visi šalies asmenys yra svarbūs. Buvusios Naujosios Zelandijos ministrės pirmininkės empatija ir

solidarumo reiškimas drąsino Naujosios Zelandijos gyventojus palaikyti vieniems kitus ar atlikti tam tikrą vaidmenį valdant pandemiją. Galima teigti, kad tokios J. Arden savybės, kaip empatija, solidarumas, nuramino visuomenę ir paskatino prisidėti prie krizės valdymo (McGuire et al., 2020).

Nors krizių metu politikos lyderiai turi demonstruoti teigiamas savybes, siekdami tinkamai suvaldyti krizes, tačiau neretai būtent krizių metu išryškėja netinkamo valdymo ypatumai. Autorius Rameshan'as (2024) analizavo skirtingų pasaulio politikos lyderių valdymo charakteristikas, ir klaidas krizių metu. Anot autoriaus, Kinijos komunistų partijos vadovas X. Jinping'as naudojosi antikorupcijos kampanijomis, siekdamas užglaistyti galimą koronaviruso protrūkį. Kinijos prezidentas nepaskelbė pandemijos šalyje, neišpėjo kitų pasaulio šalių apie galimą viruso protrūkį. Buvusi Vokietijos kanclerė A. Merkel pandemijos pradžioje atsitraukė ir leido savo pavaldiniams valdyti pandemiją, tačiau po komentarų, kad buvusi Vokietijos kanclerė yra neveiksni ir neprišededa prie pandemijos valdymo, vadovė iš esmės pakeitė savo pandemijos valdymo strategijas (Rameshan, 2024). Anot autoriaus, pasaulio politikos lyderiai dažnai valdydavo trumparegiškai, įvaizdžiui kurti rinkdamiesi asmenines strategijas, kurios neatitiko visuomenės ar organizacijos tikslų (Rameshan, 2024). Tuo tarpu Maak'as et al. (2021) tvirtina, kad neretai politikos lyderiai krizių metu pasireiškia narcisistinėmis savybėmis. Kaip pavyzdį autoriai pateikia Jungtinių Amerikos Valstijų ir Brazilijos prezidentų D. Trump'o ir J. Bolsonaro valdymą pandemijos krizės metu. Autorių teigimu, šie politikos lyderiai nesugebėjo tinkamai suvaldyti krizės dėl savo įsitikinimo, kad jų priimami sprendimai geriausi, ir savanaudiško negebėjimo įvertinti kitų ekspertų nuomonės.

Netinkamą komunikaciją krizės metu puikiai iliustruoja politikos lyderių komunikavimas finansinės 2008 metų krizės Europoje metu. Autorė Schmidt (2014) tvirtina, kad skirtingi Europos politikos lyderiai padarė įvairių klaidų skleisdami informaciją apie krizę. Neretai politikos lyderiai komunikuodami krizių metu vartojo sudėtingas frazes apie finansus ar ekonomiką, taip keldami sumaištį visuomenėje, kuri negalėjo suprasti politikos lyderių komunikacijos apie finansinės krizės sprendimo būdus. Skirtingų politikos lyderių bandymai perkelti kaltinimus vienas kitam žmones dar labiau klaidino, kėlė baimę. Schmidt (2014) analizė atskleidė, kad politikos lyderiai komunikuodami dažnai naudojo tokius žodžius, kaip „rinka“ ir „žmonės“, siekdami sumažinti krizės poveikį ir suvaldyti reputaciją, tačiau tokia komunikacija nebuvo paveiki. Dėl Europos politikos lyderių tarpusavio ginčų nebuvo priimti reikiami sprendimai krizei suvaldyti ir atrodė, kad politikos lyderių komunikacija buvo labiau skirta investuotojams ir verslininkams, o ne asmenims, kenčiantiems nuo finansinės krizės (Schmidt, 2014). Buvusi Vokietijos kanclerė A. Merkel, kaltindama Graikijos politikos lyderius dėl Europoje vykstančios ekonominės krizės, vartojo tokias frazes, kaip „tingūs graikai“, taip dar labiau priešindama visuomenę. Galima teigti, kad Europos politikos lyderių vykdomoje komunikacijoje išvelgiama Haupt (2021) aprašytų veiksmų, trukdžiusių vykdyti efektyvią komunikaciją: negebėjimas komunikuoti krizės metu, streso sukėlimas, vertybiniai skirtumai tarp politikų, visuomenės ir skirtingų asmenų poreikių nenumatymas. Būtent šie veiksniai trukdė Europos politikos lyderiams krizės metu sėkmingai skleisti informaciją ir ieškoti reikalingų sprendimų finansinės krizės valdymui.

Svarbu paminėti, kad politikos lyderiams tenka svarbus vaidmuo ir karinių konfliktų metu. Anot Horowitz ir Fuhrmann (2018), lyderio vaidmuo svarbus formuojant visuomenės elgseną:

- Lyderystė formuoja visuomenės nuomonę apie konfliktą. Dažnai lyderiai manipuliuoja savo šalininkais siekdami formuoti visuomenės požiūrį į krizę.
- Tokie veiksniai, kaip lyderio lytis, amžius, profesija, charakterio savybės, gali turėti įtakos pasaulio politikai. Karo metu lyderiai, neturintys pakankamai patirties, yra linkę optimistiškai

žiūrėti į karinę situaciją ir karinės jėgos panaudojimą prieš kitą šalį. Tai gali turėti įtakos krizės kuriant krizę ir inicijuojant karą ar ją vystant toliau.

- Lyderių įsitikinimai ir asmeninis požiūris – svarbi pasaulio politikos dalis. Politikos lyderio įsitraukimas į krizę formuoja visuomenės nuomonę, kad krizė svarbi ir sukelia grėsmę (Horowitz, Fuhrmann, 2018).

Lyderystė – neatsiejama nuo krizės valdymo. Galima teigti, kad valdant krizes lyderystė gali pasižymėti įvairiomis ypatybėmis, tačiau lyderystės bruožai gali pasireikšti skirtingai, priklausomai nuo paties lyderio ar krizės. Kai kuriose situacijose politikos lyderis turi pasižymėti bendruomeniškumu, išreikšti pasitikėjimą savo komanda. Taip pat neretai lyderiai visuomenei turi rodyti empatiją, solidarumą ir kartais laikyti visuomenės interesus aukščiau savųjų. Nors krizės valdymo metu lyderiai dažniausiai turi pasižymėti teigiamomis savybėmis, tokiomis kaip bendradarbiavimas ar visuomenės interesų laikymas aukščiau už savuosius, tačiau kai kurie lyderiai nesugeba tinkamai valdyti krizės, o jos metu politikos lyderiai atskleidžia neigiamas savybes, kurios gali sumenkinti visuomenės pasitikėjimą jais. Tuo tarpu žiniasklaida gali daryti įtaką politikos lyderio įvaizdžiui ir pasitarnauti kaip komunikacijos priemonė tarp žiniasklaidos ir visuomenės.

1.3. Politikos lyderių krizių komunikacija socialiniuose tinkluose karinių konfliktų metu

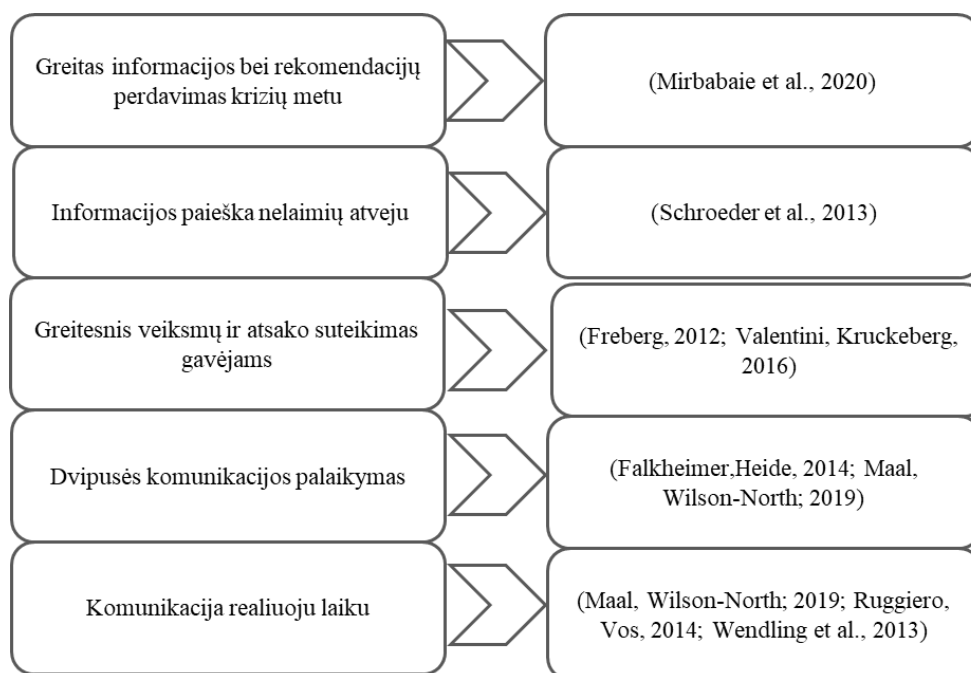
Socialiniai tinklai šiais laikais tapo neatskiriama kasdienybės dalimi. Anot Kaplan'as ir Haenlein'as (2010), dažnas teigia, kad jei asmuo nesinaudoja tokiais socialiniais tinklais, kaip „Facebook“ ar „YouTube“, jis nepriklauso virtualiajai erdvei. Socialiniai tinklai suteikia galimybes su auditorija bendrauti tiesiogiai realiu laiku, be to, jie yra vieni iš pigiausių komunikacijos kanalų, palyginus su tradicinėmis komunikacijos priemonėmis (Kaplan, Haenlein, 2010). Autoriai Alalwan'as et al. (2017) taip pat teigia, kad socialiniai tinklai gali strategiškai pagerinti įvairių įmonių ir institucijų ryšį su klientais, sustiprinti abipusį bendravimą ir bendradarbiavimą.

Carr'as ir Hayes'as (2015) argumentuoja, kad socialinius tinklus apibrėžti gali būti sudėtinga ir skirtingi autoriai juos apibrėžia savaip. Vis dėlto, autoriai teigia, kad technologijos ir komunikacija yra neatsiejama socialinių tinklų apibūdinimo dalis. Dėl greičio, lengvo naudojimosi ir pasiekiamumo, socialiniai tinklai sparčiai keičia viešąjį diskursą, pereidami nuo aplinkosaugos iki politikos temų (Asur, Huberman, 2010). Kapoor'as et al. (2018) socialinius tinklus įvardija kaip socialinę struktūrą, formuojančią santykius tarp skirtingų aplinkų interneto naudotojų. Anot jų, socialiniai tinklai yra taip giliai įsitvirtinę visuomenės gyvenime, kad žmonės jais pasikliauja įvairiose srityse: nuo kasdinių naujienų, svarbiausių įvykių ir bendravimo su artimaisiais, emocinių poreikių patenkinimo, iki vietų ir paslaugų rekomendacijų (Kapoor et al., 2018). Kaplan'as (2015) taip pat argumentuoja, kad socialiniai tinklai jau seniai nebėra vien jaunosios kartos pramoga – socialiniai tinklai sujungia įvairių demografinių grupių naudotojus. Svarbu paminėti, kad socialiniai tinklai naudojami ne tik pavienių asmenų – įvairios organizacijos, verslai ir vieši asmenys socialinius tinklus naudoja kaip įrankį savo tikslams ir siekiams įgyvendinti. Pasak Kaplan'o (2015), politikos lyderiai, naudodamiesi socialiniais tinklais, gali pasiekti teigiamų rezultatų. Puikus pavyzdys – B. Obama'as 2008 metų prezidentinė kampanija, kurios pagrindine sėkmės priežastimi galima įvardinti komunikaciją socialiniuose tinkluose. B. Obama, pasinaudodamas socialiniais tinklais, parodė, kad politikos lyderiai gali išreikšti save kaip asmenybę socialinių tinklų erdvėje, taip priartėdami prie eilinio piliečio, tačiau tuo pat metu išlaikyti pagarbą ir autoritetą. Galima teigti, kad ši kampanija, suformavo naujas taisykles demokratinei politikai ir politikos lyderio įvaizdžiui formuoti viešojoje erdvėje (Hannan, 2018).

Galima teigti, kad socialiniai tinklai jau dabar daro įtaką politiniam laukui. Socialiniai tinklai sukuria naujų galimybių demokratijos sklaidai, nes visuomenei atsiranda naujų galimybių bendrauti su politikais ir gauti atgalinį ryšį, ir taip kurti tarpusavio santykius (Hong, Nadler, 2011). Dėl to politikai gali efektyviau bendrauti su visuomene ir užtikrinti geresnę perduodamos informacijos sklaidą (Stieglitz, Dang-Xuan, 2013). Socialiniai tinklai politikams leidžia pasiekti platesnę auditoriją, gilinti bendravimą ir tarpusavio santykį, ir taip auginti įtaką. Tokios socialinių tinklų platformos, kaip „Facebook“ ar „Twitter“, suteikia politikams galimybių susisiekti su visuomene ir mobilizuoti šalininkus (Stier et al., 2020) bei naudotis minėtomis platformomis kaip neformalia debatų vieta. Anot Lalancette ir Raynald'o (2017), pasinaudojant socialiniais tinklais politikos lyderiai visuomenei gali demonstruoti tokias savybes, kaip atvirumas, sąžiningumas, patikimumas, draugiškumas, ir taip siekti rinkėjų palankumo. Be to, pasinaudodami socialiniais tinklais, politikos lyderiai gali dokumentuoti svarbius diplomatinis įvykius, pavyzdžiui, Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento B. Obama'os ir Irano prezidento H. Rouhani'o žymusis pokalbis telefonu (Barberá, Zeitzoff, 2018). Apibendrinat galima teigti, kad socialiniai tinklai politikos lyderiams gali suteikti daugiau galimybių nei tradiciniai komunikacijos kanalai.

Politikos lyderių naudojimas socialiniais tinklais krizių metu – ne išimtis. Socialiniai tinklai gali tapti neatsiejami nuo politikos lyderių krizių komunikacijos strategijų. Autoriai Goel'is ir Sharma (2021) teigia, kad šiandien lyderiai naudojami socialiniais tinklais siekdami perduoti informaciją krizės paveiktiems asmenims efektyviau nei įprastomis komunikacijos priemonėmis. Ant autorių, įvairių krizių metu, komunikacija socialiniuose tinkluose yra būtina siekiant keisti žmonių nuomones, požiūrius, psichologinę būklę (Goel, Sharma, 2021). Socialiniai tinklai politikos lyderiams suteikia galimybę parodyti tikrąjį save ir taip kelti visuomenės pasitikėjimą (Liu et al., 2016).

Galima teigti, kad naudojimas socialiniais tinklais turi vis didesnės įtakos vykdant komunikaciją krizių metu (Schroeder et al., 2013). Krizės paveikti žmonės per socialinius tinklus gali paskelbti naudingą informaciją ir gauti pagalbą (Schroeder et al., 2013), o skubios pagalbos organizacijos gali pasinaudoti socialiniais tinklais norėdamos informuoti visuomenę ir su ja komunikuoti (Stieglitz et al., 2017). Anot Hagen et al. (2020), visuomenės lūkesčiai informacijai socialiniuose tinkluose krizių metu išauga, tad socialinius tinklus būtina integruoti į krizių komunikacijos strategijas. Autoriai išskiria pagrindines socialinių tinklų savybes krizių metu *3 pav.*



3 pav. Socialinių tinklų savybės krizės metu

Šaltinis: Falkheimer, Heide, 2014; Freberg, 2012; Maal, Wilson-North, 2019; Mirbabaie et al. 2020; Ruggiero, Vos, 2014; Schroeder et al. 2013; Valentini, Kruckeberg, 2016; Wendling et al. 2013

Krizių metu politikos lyderiai ir organizacijos gali perduoti informaciją ir rekomendacijas žymiai greičiau nei tradiciniais komunikacijos kanalais (Mirbabaie et al., 2020). Be to, visuomenės nariai socialiniuose tinkluose gali ieškoti naudingos informacijos iš atsakingų institucijų ar asmenų, taip išvengdami krizės padarinių (Schroeder et al., 2013), o politikos lyderiai gali greitai atsakyti į visuomenei rūpimus klausimus ir pristatyti veiksmus, kurie bus vykdomi suvaldant krizę (Freberg, 2012; Valentini, Kruckeberg, 2016). Be to, pasinaudodami socialiniais tinklais politikos lyderiai gali bendrauti su visuomene ir taip palaikyti abipusę komunikaciją, kuri gali padėti nuraminti visuomenę krizių metu (Falkheimer, Heide, 2014; Maal, Wilson-North, 2019). Taip pat politikos lyderiai komunikaciją gali skleisti realiu laiku, užtikrindami informacijos naujumą ir aktualumą (Maal, Wilson-North, 2019; Ruggiero, Vos, 2014; Wendling et al., 2013). Apibendrinant galima teigti, kad anksčiau minėtos socialinių tinklų savybės gali padėti efektyviau valdyti krizes ir sumažinti neigiamus krizių padarinius.

Nors socialiniai tinklai politikos lyderiams atveria plačias galimybes, tačiau neatidumas socialiniuose tinkluose gali sukelti ir grėsmių. Puikus to pavyzdys – Šiaurės Korėjos vadovo K. Jong-un'o ir Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento D. Trump'o tarptautiniai santykiai, kurie sukėlė įtampą tarp jų atstovaujama valstybių ir viso pasaulio dėl neatsakingos komunikacijos socialiniame tinkle „Twitter“ (Hannan, 2018). 2017m. D. Trump'as išreiškė teigiamą požiūrį apie Šiaurės Korėjos vadovą ir teigė, kad jam būtų garbė su juo susitikti ir aptarti tarptautinius reikalus, tačiau situacija iš esmės ėmė keistis. Po Šiaurės Korėjos atominės bombos testavimo pašaipūs D. Trump'o komentarai socialiniame tinkle apie Šiaurės Korėjos vadovą, kuriame D. Trump'as ironiškai pasiteiravo, ar Šiaurės Korėjos vadovas turįs kitų užsiėmimų, supykė K. Jong-un'ą. Šiaurės Korėja pradėjo grasinti Jungtinėms Amerikos Valstijoms branduoliniu karu, Jungtinės Amerikos Valstijų įvedė sankcijas Šiaurės Korėjai ir viskas baigėsi abiejų lyderių nesutarimu ir reiškiamu pykčiu vienas kito adresu

(Hannan, 2018). Taigi, galima teigti, kad neatsargi politikos lyderių komunikacija iš esmės gali sugriauti tarptautinę diplomatiją, o kartais net taiką. Pasak Kim et al. (2018), socialiniai tinklai jau seniai nebėra vieta tik paprastiesiems piliečiams keistis informacija – socialiniai tinklai tampa terpe dezinformacijai skleisti ir nesantaikai pasauliniu lygiu kurstyti.

Krizių metu socialiniuose tinkluose gali būti kuriama ir netikra informacija, kuri sudaro terpę skliti dezinformacijai. Karo Ukrainoje metu socialiniai tinklai tapo pagrindiniu įrankiu skleisti dezinformaciją apie karinę padėtį ir klaidinti visuomenę. Autorius (Stanescu, 2022) pateikė dezinformacijos tipų pavyzdžius, kuriuose atsispindėjo socialinių tinklų įtaka skleidžiant netikrą informaciją karo Ukrainoje metu:

- *Bučos skerdynės*. Ukrainos valdžios institucijoms paskelbus apie aukas ir žmonių žūtis Bučos mieste, Rusijos valdžia į tai atsakė kurdama melagingus pranešimus socialiniuose tinkluose. Anot autoriaus, Rusija atsakydama į žudynes, socialiniuose tinkluose pasitelkė vizualinę komunikaciją ir taip bandė įtikinti visuomenę, kad visa tai netikra. Siekdama šio tikslo naudo sulėtintus vaizdo įrašus, kuriuose matomi žuvusių žmonių lavonai, – bandyta įtikinti visuomenę, kad tie įrašai netikri, pats įvykis tiesiog gerai surežisuotas filmas, o lavonai – tik šio filmo aktoriai (Stanescu, 2022).
- *„Kyjivo vaiduoklis“*. Vos prasidėjus Rusijos invazijai į Ukrainą buvo paskelbta istorija, kurioje buvo pristatomas drąsus pilotas, nukovęs šešis Rusijos armijos lėktuvus. Po šių žinių socialiniame tinkle „TikTok“ pradėjo skliti vaizdo įrašas, kuriame neva vaizduojamas šis pilotas. Šis vaizdo įrašas sulaukė daug dėmesio ir jį pradėjo transliuoti įvairių šalių žiniasklaidos kanalai. Vis dėlto buvo išsiaiškinta, kad šis įrašas netikras, o pilotas pavaizduotas vaizdo įrašė yra kompiuterinio žaidimo herojus (Stanescu, 2022).
- *Netikros tiesioginės transliacijos*. Tokios transliacijos buvo rodomos pirmosiomis karo dienomis. Šiuose klipuose buvo skatinama aukoti Ukrainai, tačiau vaizdo įrašų transliuotojai paprasčiausiai siekė pasipelnėti iš padėties Ukrainoje. Šių transliacijų pagrindinis tikslas – pasipelnėti sužadinant visuomenės jausmus (Stanescu, 2022).
- *Išmaniosios vaizdo klastotės* (angl. deep fakes). Išmaniosios vaizdo klastotės – tai realistiškai atrodantys vaizdai ir vaizdo įrašai, sugeneruoti dirbtinio intelekto (Chadha et al., 2021; Rana et al., 2022; Westerlund, 2019). Karo Ukrainoje metu šie vaizdo įrašai buvo naudojami dezinformacijai skleisti (Stanescu, 2022).

Socialiniai tinklai gali sudaryti terpę karinių konfliktų metu skleisti propagandai. Tuo pasinaudojo ISIS („Irako ir Levanto islamo valstybė“). Ši grupuotė socialiniuose tinkluose skleidė propagandą, kuri jiems padėjo suburti įvairias žmonių grupes į organizaciją (Christensen, Khalil, 2023). Autoriai jų komunikaciją įvertina profesionaliai ir efektyviai, nepaisant to, kad ja buvo pasinaudota nekilniems tikslams. Kaip informacijos karą socialiniuose tinkluose ir propagandos skleidimą galima įvardinti 2013-2015m. Rusijos pradėtą informacinį karą prieš Ukrainą (Boyte, 2017). Socialiniuose tinkluose iš netikrų profilių pradėjo skliti įvairios pakoreguotos nuotraukos, vaizdo įrašai, kuriuose buvo vaizduojami netikri įvykiai karinio konflikto metu. Paskelbto turinio tikslas – nuteikti visuomenę prieš Ukrainą ir NATO sąjungą. Rusijos Federacija socialiniuose tinkluose naudodavo įvairius naratyvus, tokius kaip Ukrainos vaizdavimas kaip nacistinės šalies vaizdavimas, pagrindžiama „karinės operacijos“ būtinybė atlikti etninį valymą, „atkurti“ Rusijos tautą. Galima teigti, kad socialiniai tinklai gali veikti ir kaip įrankis politinei manipuliacijai ir įvykiams iškraipyti (Boyte, 2017).

Karas ir įvairūs kariniai konfliktai gali būti suvokiami kaip krizės, kurių mastas gali paveikti visuomenę tarptautiniu lygiu, o socialiniai tinklai tapti svarbia komunikacijos priemone ne tik kasdieniame visuomenės gyvenime, tačiau konfliktų ir krizių metu (Gabel et al., 2020). Pasak Cronin (2013), karo prigimtis iš esmės niekada nesikeičia: smurtas karo metu, pavojai, atsitiktinumas ir nenuspėjamumas yra amžini ir nesikeičiantys, tačiau komunikacijos technologijos keičia karo vaizdavimą. Komunikacijos technologijos XX amžiuje sustiprino gebėjimus valdyti, mobilizuoti ir laimėti įvairius karus. Tad tokių krizių kaip kariniai konfliktai metu politikos lyderių nuomonė ir skleidžiamas turinys socialiniuose tinkluose gali prisidėti prie sklandesnės komunikacijos vykdymo karo metu. Johnson et al. (2022) teigia, kad vienas iš politikos lyderių komunikacijos bruožų socialiniuose tinkluose konfliktų metu – visuomenei suteikti informacijos, kaip geriausiai elgtis ir apsisaugoti sudėtingose situacijose konfliktų metu. Anot jų: *1) socialiniai tinklai suteikia politiniam lyderiui visada dalyvauti įvykiuose ir būti matomam, nebūnant įvykio vietoje; 2) suteikti emocinį palaikymą ir pagalbą visuomenei; 3) vykdyti greitesnę komunikaciją; 4) formuoti visuomenės nuomonę* (Johnson et al., 2022).

Kaur et al. (2021) teigia, kad krizių metu visuomenė iš politikos lyderių tikisi gairių, nurodymų ir priemonių, kaip elgtis ištikus įvairioms krizėms, patekus į skirtingas situacijas, būtent tada, kai krizė yra netikėta, o visuomenė nežino, kaip elgtis tokių nelaimių metu. Krizių metu socialiniai tinklai politikos lyderiams gali pasitarnauti kaip priemonė tiesiogiai bendrauti su visuomene ir ją nuraminti, atsakyti į visus rūpimus klausimus (Han, Baird, 2024). Krizių akivaizdoje visuomenė kreipiasi į savo lyderius norėdama išgirsti jų nuomonę apie krizę, jos rimtumą, planuojamus veiksmus stabiliai padėčiai atkurti (Boin et al., 2013). Be to, socialiniai tinklai yra itin pigi ir greitai susisiekiama priemonė, kuri ypač naudinga, kai išteklių riboti (Simon et al., 2015). Ne išimtis ir karinės situacijos, kai įvairių pasaulio šalių politikos lyderiams reikia itin greitai susisiekti su visuomene.

Barberá ir Zeitzoff (2018) argumentuoja, kad lyderiai jau seniai supranta komunikacijos svarbą išlaikant valdžią ir tvarką, formuojant visuomenės nuomonę. Karas – ne išimtis. Socialiniai tinklai politikos lyderiams atvėrė galimybę tiesiogiai bendrauti su viso pasaulio žmonėmis be tradicinės žiniasklaidos, kuri dažnai veikia kaip tarpininkas tarp lyderio ir visuomenės (Barberá, Zeitzoff, 2018). Taip pat pasitelkdami socialinius tinklus politikos lyderiai gali pasiekti skirtingų įvykių tikslinę auditoriją nebūdami pagrindiniais įvykio dalyviais (Barberá, Zeitzoff, 2018).

Pasak Kaur et al. (2021), politikos lyderių paskelbta komunikacija krizių metu – tiek informatyvi, tiek tiesioginė ar netiesioginė – yra itin svarbi, o gebėjimas per socialinius tinklus išreikšti savo emocijas krizių metu gali sukurti teigiamą aplinką visuomenei. Anot Kaur et al. (2021), politikos lyderiai išreikšdami tam tikras emocijas krizių metu formuoja visuomenės nuomonę apie save, visuomenės akyse save parodo žmogiškesniais, artimesniais eiliniams piliečiams. Autorių teigimu, politikos lyderiai krizių metu socialiniuose tinkluose reaguodami į krizę gali reikšti tokias emocijas, kaip pyktis, baimė, pasibjaurėjimas, liūdesys, džiaugsmas, nuostaba, pasitikėjimas. Šių emocijų transliavimas gali formuoti visuomenės požiūrį į paties politikos lyderio nuomonę krizės atžvilgiu.

Socialiniams tinklas tenka svarbus vaidmuo valdant konfliktą (Zeitzoff, 2017). Politikos lyderiai, sukilėliai, protestuotojai naudojami socialiniais tinklais kaip viena iš komunikacijos priemonių. Remiantis autoriaus Zeitzoff'o (2017) tyrimo duomenimis, galima išskirti pagrindines funkcijas, dėl kurių skirtingų konfliktų metu lyderiai naudojami socialiniais tinklais:

2 lentelė. Politikos lyderių socialinių tinklų panaudojimo funkcijos karinių konfliktų metu

Funkcija	Aprašymas
Greitesnis informavimas	Politikos lyderiai pasitelkdami socialinius tinklus gali greitai perduoti informaciją apie konfliktą.
Visuomenės nuomonės formavimas	Politikos lyderiai apie konfliktą socialiniuose tinkluose gali skleisti informaciją iš savo perspektyvos, tokiu būdu formuodami požiūrį į konfliktą.
Komunikacijos kontroliavimas	Socialiniai tinklai suteikia galimybę politikos lyderiams kontroliuoti komunikaciją, taip išvengiant krizių.
Kritikos išsakymas	Pasinaudodami socialiniais tinklais politikos lyderiai gali viešinti tam tikrų režimų padarytas klaidas.
Visuomenės mobilizavimas	Reikalui esant politikos lyderiai pasitelkiant socialinius tinklus gali mobilizuoti visuomenę.
Sekėjų pritraukimas	Politikos lyderiai konfliktų metu skleidami komunikaciją socialiniuose tinkluose gali didinti pasekėjų ar šalininkų skaičių.
Įvaizdžio formavimas	Politikos lyderių komunikacija socialiniuose tinkluose gali teigiamai formuoti politikos lyderių įvaizdį.

Šaltinis: Zeitzoff, 2017

Socialiniai tinklai gali suteikti galimybes greičiau informuoti visuomenę apie konfliktą nei įprasti tradiciniai kanalai ir tuo pačiu formuoti visuomenės nuomonę, kadangi dažnai politikos lyderiai pateikia konflikto įvykius iš savo asmeninės perspektyvos (Zeitzoff, 2017). Pavyzdžiui, 2012 metų Gazos konflikto metu Izraelio politikos lyderis stebėjo Gazos judėjimo populiarumą socialiniuose tinkluose, o tai leido jam kontroliuoti savo socialinių tinklų turinį. Anot autoriaus, valdžios atstovai taip stebi socialinius tinklus ir tikėtinus protestus, kurie gali prasidėti dėl jų valdymo, – tai jiems padeda sukontroliuoti būsimą krizę ar išvengti būsimų karinių atakų (Zeitzoff, 2017). Karinės įtampos metu politikos lyderiai gali mobilizuoti visuomenę ir pritraukti sekėjų, potencialių protestuotojų, gynėjų.

Karinio konflikto akivaizdoje politikos lyderiai gali formuoti ir išgryninti savo įvaizdį. Pademonstruotas patriotiškumas, drąsa ir visuomenės motyvavimas gali sulaukti visuomenės ir pasaulio piliečių palaikymo. Anot Sánchez-Castillo et al. (2023) prasidėjus karui Ukrainoje šalies prezidentas V. Zelensky'is pasinaudodamas socialiniais tinklais ne tik dalijosi svarbia informacija apie šalyje vykstančius įvykius, tačiau ir demonstravo savybes, kurios prisidėjo prie politikos lyderio įvaizdžio formavimo, o visuomenė susidomėjo Ukrainos prezidento drąsa karo metu. Dėl aiškios, nesuvaidintos ir taisyklėmis grindžiamos komunikacijos Ukrainos prezidento V. Zelensky'io komunikacija tapo itin efektyvi, o jis buvo vertinamas kaip vienu iš didžiausių įtaką turinčių politikos lyderių pasaulyje.

Galima teigti, kad vaizdinė komunikacija yra itin svarbi politinėje komunikacijoje ir gali daryti didelę įtaką visuomenei vertinant politikos lyderius (Drylie-Carey et al., 2020). Autoriai Farkas'as ir Bene (2020) argumentuoja, kad įvairūs vaizdai gali personalizuoti politikos lyderių komunikaciją, tad visuomenė jaučiasi artimesnė politikos lyderiui. Patys politikos lyderiai neretai pasitelkia vizualinę komunikaciją, kad formuotų visuomenės nuomonę (Farkas, Bene, 2020). Siraj'as (2010) teigia, kad karinių konfliktų metu socialiniuose tinkluose „YouTube“, „Facebook“, „Twitter“, užplūdus karo

fotografijų, vaizdo įrašų ir skirtingų istorijų gausai, atrasti būdų užtikrinti informacijos patikimumą, darosi sunkiau nei bet kada anksčiau (Christensen, Khalil, 2023). Anot autorių, norint supažindinti visuomenę su konfliktais nuotoliniu būdu reikia ypatingo atidumo dėl milžiniškų turinio srautų karo metu. Dėl šių priežasčių politikos lyderiai pasitelkę socialinius tinklus karinėse situacijose turi išlikti autentiški ir talpinti turinį, kuris nesudarytų terpės dezinformacijai skleisti ir dar labiau nekeltų visuomenei panikos neramiu laikotarpiu (Christensen, Khalil, 2023).

Karo metu plintant dezinformacijai politikos lyderiai dažnai turi pasinaudoti socialiniais tinklais siekdami greitai perduoti teisingą informaciją ir tinkamai reaguoti į kariniu metu besikeičiančius įvykius. Gerai apgalvota strateginė politikos lyderių komunikacija socialiniuose tinkluose būtina valdant krizes ir gali teigiamai prisidėti prie jų valdymo (Ma et al., 2021). Socialiniai tinklai gali veikti kaip įrankis politinikos lyderiams atsiskaitant prieš visuomenę, paneigiant gandus ir konstatuojant teisingą informaciją (Apuke, Tunca, 2018). Taip pat politikos lyderiai gali pasitelkti socialinius tinklus informuojant apie vykdomus veiksmus, kurie gali prisidėti prie krizės sušvelninimo ar net prevencijos. Pasak Panagiotopoulos'o et al. (2016), socialiniai tinklai suteikia galimybę greitai paskleisti svarbią informaciją ir taip sušvelninti krizines situacijas, kurios turi įtakos visuomenės reakcijai.

Svarbu paminėti, kad politikos lyderiai tarptautinių krizių akivaizdoje socialiniuose tinkluose gali pasinaudoti įvairiomis strategijomis:

- tarptautinių konfliktų metu politikos lyderiai gali stengtis nukreipti visuomenės dėmesį nuo nepasitenkinimą keliančių klausimų. Pasitelkę socialinius tinklus politikos lyderiai gali cenzūruoti naujienas apie konfliktą, išvengdami visuomenės reakcijos į krizę (Barberá et al., 2022).
- politikos lyderiai tarptautinių konfliktų metu gali solidarizuotis su viena iš šalių, tokiu būdu pabrėždami savo indėlį suteikiant paramą. Naudodamiesi socialiniais tinklais, politikos lyderiai gali realiu laiku išreikšti nuomonę apie vieną ar kitą kariniame konflikte dalyvaujančią šalį ir išryškinti savo poziciją (Barberá et al., 2022).

Prasidėjus Rusijos invazijai į Ukrainą, Rusijos ir Ukrainos vadovai pasitelkė įvairias komunikacijos strategijas siekdami palankiai formuoti viešąją nuomonę. Autorė Ślufińska (2022) pristatė Rusijos ir Ukrainos vadovų komunikacijos strategijų panaudojimą socialiniuose tinkluose karo Ukrainoje metu:

3 lentelė. Rusijos ir Ukrainos vadovų komunikacijos strategijos

Rusija	Ukraina
Naudojama propagandos taktika, kai pasakoma „dalis tiesos“. Pagrindinis tikslas – iškraipyti įvykius ir nuslėpti tiesą nuo auditorijos.	Komunikacija orientuota į demokratinių lyderių paramą ir palaikymą – kad politiniu lygmeniu visuomenė būtų informuojama apie padėtį Ukrainoje.
Rusijos Invazijos teisinimas, nurodant, kad Ukraina išprovokavo karinius veiksmus.	Socialiniuose tinkluose pasitelkiama įvairiomis komunikacijos formomis: nuotraukomis su politikos lyderiais, realiu laiku filmuotais vaizdo įrašais, kurios iliustruojančiais esamą padėtį ir formuojančiais visuomenės nuomonę apie Ukrainos palaikymą.
Socialiniuose tinkluose naudojami netikri profiliai, skelbiantys įvairias nuotraukas, vaizdo įrašus apie Rusijos padėtį kare prieš Ukrainą.	Pastangos perteikti sunkią Ukrainos padėtį karo metu.
Istorija ir istorinė atmintis – svarbi Rusijos strateginės komunikacijos dalis.	Naudojami istoriniai įvykiai ir palyginimai.

Ukrainos sugretinimas su „nacistine šalimi“.	Komunikacija orientuota į Vakarų šalių karinės pagalbos svarbą, šios pagalbos naudą.
Naudojamas cenzūravimas.	Ukrainos prezidento skleidžiama komunikacija, kurioje nurodoma, kad jis niekada nepaliks šalies.

Šaltinis: Ślufińska, 2022

Analizuojant komunikaciją matoma, kad Ukrainos prezidento strateginė komunikacijos esmė ir pagrindas – kreipimasi į viešąją nuomonę ir kitų pasaulio šalių politikos lyderius, o V. Putin'o strateginė komunikacija remiasi suvaržymu ir propagandinėmis taktikomis, faktų iškraipymu (Ślufińska, 2022).

Apibendrinant galima teigti, kad socialiniai tinklai atveria platesnes galimybes politikos lyderių komunikacijai krizių metu. Politikos lyderiai, pasitelkę socialinius tinklus, krizių metu gali informuoti visuomenę apie krizę greičiau ir efektyviau, taip pat informuoti visuomenę apie tinkamiausią elgesį. Be visuomenės informavimo socialiniai tinklai krizių metu gali veikti ir kaip įvaizdžio formavimo ar visuomenės nuomonės formavimo įrankis. Nors vieni politikos lyderiai gali pasitelkti socialinius tinklus kilniems tikslams, dažnai socialinių tinklų platformos tampa vieta propagandai vystytis ar net teroristiniams tikslams. Karo ar karinių konfliktų metu socialiniai tinklai gali pasitarnauti kaip veiksminga priemonė realiu laiku perduoti informaciją apie svarbius įvykius, o strategiškai suplanuota komunikacija socialiniuose tinkluose gali sumažinti krizės padarinius ar net veikti kaip prevencinė priemonė.

2. Politikos lyderių krizių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu empirinis tyrimas

Šioje dalyje pristatomas politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o krizių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ empirinis tyrimas. Praktinėje dalyje pristatoma tyrimo metodika, kurioje pateikiamas tyrimo objektas, tyrimo tikslas, tyrimo klausimas ir uždaviniai. Šioje dalyje pristatomi informacijos šaltiniai, tyrimo metodas ir imtis. Taip pat pavaizduojamas tyrimo dizainas, atskleidžiantis tyrimo eigą. Metodinėje dalyje aprašomi pagrindiniai kintamieji ir pavaizduojamas tyrimo instrumentas. Išanalizuotų politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašų socialiniame tinkle „Facebook“ rezultatai interpretuojami ir aptariami.

2.1. Empirinio tyrimo metodika

Dėl didelio kiekio greitai besikeičiančios informacijos krizių metu politikos lyderių komunikacija turi itin reikšmingą vaidmenį (Watkins, Clevenger, 2021). Politikos lyderiai krizių metu privalo greitai reaguoti į besikeičiančius įvykius, sugebėti ištransliuoti tik teisingą informaciją ir tuo pačiu nuraminti visuomenę neramiu metu. 2022m. prasidėjęs karas Ukrainoje buvo netikėtas ir sukrečiantis įvykis, su kuriuo jau ilgą laiką pasaulis ir visuomenė nebuvo susidūrusi. Karo Ukrainoje krizė turėjo dar didesnę įtaką politikos lyderių komunikacijai. Šio karo metu politikos lyderių komunikacija turėjo svarbų vaidmenį informuojant visuomenę ir skatinant visuomenės solidarumą su Ukraina ir jos žmonėmis (Szabó, Lipiński, 2024). Galima teigti, kad visuomenė yra linkusi pasitikėti politikos lyderių skleidžiama komunikacija krizės metu. 2022 metų „Eurobarometer“ duomenimis buvo nustatyta, kad beveik du trečdaliai respondentų labai pasitiki (12proc.) arba yra linkę pasitikėti (52proc.) komunikacija apie karą iš savo šalies valdžios atstovų ar institucijų (Eurobarometer, 2022). Dėl to svarbu ištirti kaip skirtingi politikos lyderiai komunikuoja karo Ukrainoje metu ir įsigilinti į vykdomos komunikacijos turinį.

Karo Ukrainoje metu socialiniai tinklai politikos lyderiams tapo vienu iš svarbiausių komunikacijos kanalų. Karinių krizių metu socialiniai tinklai suteikia galimybes ne tik suteikti reikalingą informaciją apie įvykius, tačiau ir realiuoju laiku užmegzti ryšį su visuomene (Parks, 2023). Šis komunikacijos kanalas atvėrė galimybes konfliktų metu tiesiogiai komunikuoti su auditorija nesinaudojant masinės žiniasklaidos kanalais, kurie dažnai veikia kaip tarpininkai tarp politikų ir visuomenės (Seo, Ebrahim, 2016). Be to, politikos lyderiai pasitelkę socialinių tinklų platformą „Facebook“ gali ne tik lengvai pasiekti tikslią auditoriją, bet ir vykdyti tikslingą abipusę komunikaciją formuodami savo įvaizdį (Tasente, 2020). Šiame tyrime siekiama ištirti ir palyginti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o krizių komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu.

Tyrimui buvo pasirinkta analizuoti Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento J. Biden'o, Prancūzijos prezidento E. Macron'o ir Vokietijos kanclerio O. Scholz'o komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“ dėl jų įtakos pasaulio politiniame lauke:

- J. Biden'as (angl. Joe Biden) – 46-tasis Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas. Vienas iš didžiausių įtaką turinčių pasaulio politikos lyderių. Daugiausia aktyvaus karinio personalo turinčios NATO šalies (Statista, 2024) vadovas, turintis lemiamos įtakos NATO šalių apsaugai ir Ukrainos paramai. Be to, Jungtinės Amerikos Valstijos yra viena iš pagrindinių pagalbos Ukrainai tiekėjų nuo Rusijos invazijos pradžios (Congressional Research Service, 2024). Socialiniame tinkle „Facebook“ Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas savo profilyje „President Joe Biden“ turi 12 milijonų sekėjų. Dėl galimos įtakos ir sąsajų su Ukraina

buvo pasirinkta analizuoti šį politikos lyderį ir jo komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“.

- E. Macron‘as (angl. Emmanuel Macron) – Prancūzijos prezidentas, jauniausias šalies vadovas nuo Napoleono Pirmojo laikų. E. Macron‘as užimdamas svarbią poziciją Europos Sąjungoje, bandė būti tarpininku tarp Rusijos ir Ukrainos krizės metu (Britannica, 2024). Socialiniame tinkle „Facebook“ Prancūzijos prezidento sekėjų skaičius siekia 4,7 milijonus. Šį politikos lyderį buvo pasirinkta analizuoti dėl jo tarpininko vaidmens karo Ukrainoje metu.
- O. Scholz‘as (angl. Olaf Scholz) – Vokietijos kancleris nuo 2021m. karo Ukrainoje metu šis politikos lyderis aiškiai neišreiškė savo palaikymo vienos ar kitos šalies atžvilgiu. Po Rusijos invazijos į Ukrainą Jungtinės Amerikos Valstijos ir kitos Vakarų šalys pasmerkė Rusijos veiksmus ir pradėjo skirti griežtas sankcijas Rusijai. Tuo tarpu, O. Scholz‘as sulaukė neigiamos reakcijos dėl savo pozicijos ir sudaryto įspūdžio, kad kancleris nenori nutraukti ryšių su Rusija dėl jos tiekiamų dujų Vokietijai. Po sulauktų neigiamų komentarų O. Scholz‘as sušaukė svarbų susitikimą, kurio metu paskelbė sankcijas Rusijai ir paramos paketą Ukrainai (Britannica, 2024). O. Scholz‘as turi 149 tūkst. sekėjų socialiniame tinkle „Facebook“. Šis politikos lyderis analizuojamas dėl kontraversiškos žiniasklaidos nuomonės.

Tyrimo objektas – politikos lyderių paskelbti įrašai socialiniame tinkle „Facebook“.

Tyrimo tikslas – ištirti politikos lyderių įrašų, patalpintų socialiniame tinkle „Facebook“, turinį karo Ukrainoje laikotarpiu.

Tyrimo klausimas – koks politikos lyderių J. Biden‘o, E. Macron‘o, O. Scholz‘o krizių komunikacijos turinys socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu?

Tyrimo uždaviniai:

1. išanalizuoti politikos lyderių socialinio tinklo „Facebook“ profilyje paskelbtus įrašus;
2. ištirti, kokią dalį politikos lyderių paskelbtuose įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“, sudaro krizių komunikacija apie karą Ukrainoje;
3. išanalizuoti ir palyginti politikos lyderių įrašų turinį karo Ukrainoje tema socialiniame tinkle „Facebook“;

Informacijos šaltiniai: tyrimo metu analizuojami politikos lyderių J. Biden‘o, E. Macron‘o įrašai socialiniame tinkle „Facebook“ nuo 2022m. vasario 24d. iki 2024m. vasario 24d. karo Ukrainoje laikotarpiu.

Duomenų rinkimo metodai: analizės metu duomenys surinkti iš politikos lyderių socialinio tinklo „Facebook“ paskyrų. Svarbu paminėti, kad iš viso surinkti 3018 įrašai. Ištyrus politikos lyderių temų pasiskirstymą skirtinguose įrašuose, buvo atrinkti įrašai karo Ukrainoje tema. Šia tema buvo atrinkti 274 įrašai, analizuojami tolimesnėse darbo dalyse.

Tyrimui buvo pasirinkta socialinių tinklų platforma „Facebook“. Šio socialinio tinklo naudotojų skaičius siekia 5,04 mlrd. Remiantis 2023m. gruodžio duomenimis, buvo nustatyta, kad socialinio tinklo „Facebook“ aktyvių mėnesio naudotojų skaičius sudarė 3,07 mlrd., o tai yra 3% daugiau aktyvių naudotojų palyginti su 2022m. (Demandsage, 2024). Tuo tarpu „Facebook“ naudotojų skaičius Lietuvoje 2024m. vasario duomenimis siekė 2,04 mln. (Statista, 2024). Remiantis 2024m. duomenimis, 7% naudotojų šį socialinį tinklą renkasi dėl galimybės sekti naujienas ar aktualius įvykius (Demandsage, 2024). Be to, karo Ukrainoje laikotarpiu lietuvių, pasitikinčių socialiniuose

tinkluose skelbiama informacija, siekia 47%, o tai yra viena iš labiausiai socialiniais tinklais pasitikinčių šalių, lyginant su kitomis Europos Sąjungos valstybėmis (Eurobarometer, 2022). „Facebook“ aktyvių narių skaičius bei naudojimasis šiuo socialiniu tinklu svarbiausių įvykių sekimui, gali paskatinti politinius lyderius naudotis „Facebook“ skleidžiant informaciją apie karą Ukrainoje. Naudodamiesi socialiniu tinklu „Facebook“ politikos lyderiai gali skelbti informaciją, susijusią su įvykiais Ukrainoje, taip pat šioje platformoje politikos lyderiai gali paskelbti savo veiksmus krizės sušvelninimui ar visuomenės nuraminimui krizės laikotarpiu. Pasitelkę socialinį tinklą „Facebook“ politikos lyderiai gali dalintis įvairių formų įrašais, tokiais kaip tiesioginės transliacijos, įvairaus ilgio vaizdo įrašai, nuotraukos, tekstai.

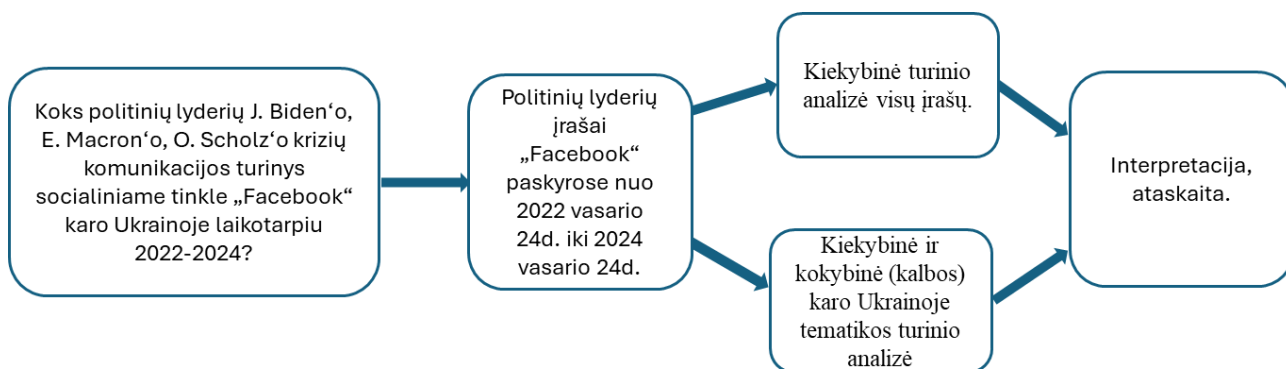
Tyrimo metodas: politikos lyderių J. Biden'o ir E. Macron'o, O. Scholz'o krizių komunikacijai socialiniame tinkle „Facebook“ ištirti buvo pasirinkta kiekybinė ir kokybinė turinio analizė. Pasitelkus kiekybinę turinio analizę siekiama ištirti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o karo Ukrainoje laikotarpiu paskelbtų įrašų socialiniame tinkle „Facebook“ komunikacijos dinamiką. Ši analizė leidžia ištirti, kiek dažnai politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as ir O. Scholz'as vykdomoje komunikacijoje krizių laikotarpiu komunikuoja apie karą Ukrainoje. Be to, kiekybinė analizė metu išanalizuotas visuomenės reakcijų kiekis ir dažnumas politikos lyderių paskelbtuose skirtingų formatų įrašuose.

Kokybinė turinio analizė leidžia ištirti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o įrašų socialiniame tinkle „Facebook“ turinį. Kokybinės turinio analizės metu palyginta šių skirtingų politikos lyderių krizių komunikacija, susijusi su karo Ukrainoje tema. Išanalizuotos politikos lyderių pristatytos karo pasekmės ir pasiūlyti veiksmai krizei suvaldyti. Tyrimo metu ištirtas skirtingų politikos lyderių nuomonių pasiskirstymas Ukrainos ir Rusijos atžvilgiu. Be to, išskirtos politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o komunikacijos strategijos, taikytos socialinio tinklo „Facebook“ įrašuose karo Ukrainoje laikotarpiu. Pasitelkiant kokybinę turinio analizę, nustatytos politikos lyderių įrašuose išreikštos emocijos karo Ukrainoje tema. Analizės metu nustatyti politikos lyderių komunikacijoje minimi veikėjai. Be to, kokybinės turinio analizės metu ištirtas ir palygintas politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o paskelbtų įrašų apie karą Ukrainoje emocinis krūvis ir to krūvio pasiskirstymas minint skirtingus veikėjus. Politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašai socialiniame tinkle „Facebook“ analizuojami, pasitelkiant „MAXQDA“ programinę įrangą.

„MAXQDA“ programinė įranga suteikia galimybę efektyviai ir kokybiškai atlikti kiekybinę ir kokybinę turinio analizę. Pasinaudojant šia programine įranga, politikos lyderių paskelbti įrašai socialiniame tinkle „Facebook“ analizuojami pagal sukurtą kodų struktūrą. Užkoduoti įrašai pasitelkiant programinės įrangos skirtingas funkcijas apdoroti, o visi gauti duomenys aprašyti. Programinės įrangos kūrėjas „MAXQDA“ apibūdina kaip vieną geriausių kokybinių duomenų analizės programų. Pasitelkus šią programą galima koduoti, klasifikuoti duomenis ir juos vizualizuoti ar atlikti mišrių metodų analizę (Verbi Software, 2024).

Tyrimo imtis: tyrimo metu iš viso buvo surinkti 3018 įrašai. Šie įrašai buvo surinkti iš trijų skirtingų politikos lyderių asmeninių profilių socialiniame tinkle „Facebook“. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento J. Biden'o įrašų kiekis siekė 2478 įrašus. Iš jų 121 įrašą sudarė karo Ukrainoje tema. Tuo tarpu Prancūzijos prezidento E. Macron'o įrašų kiekis siekė 618. Iš jų – 110 įrašų sudarė karo Ukrainoje tema. Vokietijos kancleris O. Scholz'as savo asmeniniame socialinio tinklo „Facebook“ profilyje iš viso paskelbė 198 įrašus, iš kurių – 43 įrašai karo Ukrainoje tema.

Tyrimo eiga: tyrimo eigai pavaizduoti sukurtas tyrimo dizainas 4 pav.



4 pav. Tyrimo dizainas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Tyrimo metu keliamas tyrimo klausimas, kuris nurodo pagrindinius tikslus tyrimo metu 4 pav. Pirmiausia, analizei atrinkti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašai iš socialinio tinklo „Facebook“ paskyrų. Įrašai atrinkti dviejų metų karo Ukrainoje laikotarpiu: nuo karo Ukrainoje pradžios – 2022-02-24 iki 2024-02-24. Atrinkti skirtingų formatų įrašai: tekstiniai, vaizdiniai, tiesioginės transliacijos, ir tekstai kartu su nuorodomis. Įrašai analizuojami tokia tvarka: pirmiausia analizuojami visi politikos lyderių karo Ukrainoje laikotarpiu paskelbti įrašai, pasitelkiant kiekybinę turinio analizę. Atrinkti įrašai, kurių tema „karas Ukrainoje“, analizuojami pasitelkiant kiekybinę ir kokybinę turinio analizę. Duomenų analizė atliekama naudojantis „MAXQDA“ programine įranga. Tyrime pateikiama gautų išanalizuotų duomenų interpretacija ir ataskaita.

Pagrindiniai kintamieji: komunikacijos laikotarpis, įrašo tipas ir matomumas, dalyviai, pagrindinės temos, komunikacijos strategijos, išreikšti jausmai, krizės pasekmės, politikos lyderių nuomonės, jų paskelbti veiksmai krizės valdymui, emocinis krūvis.

Tyrimo instrumentas: politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašai socialiniame tinkle „Facebook“ analizuojami pasitelkiant „MAXQDA“ programinę įrangą pagal sukurtą kodų struktūrą. Analizės metu buvo panaudotas indukcinis kodavimo būdas, kai dalis kodų buvo sukurti iš anksto, o kita dalis duomenų analizės metu.

4 lentelė. Aprašomųjų kodų struktūra

Aprašomieji kodai			
Kodas	Subkodas	Kodavimo būdas	Užkoduoti segmentai
Komunikacijos laikotarpis	2022-02-2022-05; 2022-05-2022-08; 2022-08-2022-11; 2022-11-2023-02; 2023-02-2023-05; 2023-05-2023-08; 2023-08-2023-11; 2023-11-2024-02	Koduojama pastraipa	3018
Įrašo tipas	Tekstas; Tekstas + nuotrauka; Vaizdo įrašas + tekstas; Tiesioginė transliacija; Tekstas + nuoroda	Koduojama pastraipa	3018

Įrašo tema	Karas Ukrainoje; Susitikimai / Renginiai; Rinkimai; Izraelio ir Palestinos konfliktas; Sveikata; Ekonomika; Ekologija; Infrastruktūra; Kritika opozicijai; Patriotiškumo reiškimai; Sveikinimai / Padėkos / Užuojautos; Žmonių teisės; Energetika	Koduojuama pastraipa	2983
Įrašo matomumas	Aukštas; Vidutinis; Žemas	Koduojuama pastraipa	274

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Aprašomieji kodai 4 lentelė analizės metu leidžia atlikti kiekybinę turinio analizės dalį. Komunikacijos laikotarpio kodas nustato politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o komunikacijos dinamiką. Kodas „įrašo tipas“ nurodo, kokio tipo įrašais politikos lyderiai, pasidalino karo Ukrainoje laikotarpiu ir šių tipų pasiskirstymą. Aprašomasis kodas „įrašo tema“ padeda nurodyti politikos lyderių temų pasiskirstymą jų paskelbtuose įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu. Įrašo matomumas atskleidžia auditorijos reakcijų dinamiką skirtinguose politikos lyderių įrašuose.

5 lentelė. Analitinių kodų struktūra

Analitiniai kodai			
Minimi dalyviai	Politikai; Ginkluotosios pajėgos; NATO; Tarptautinės ir nacionalinės institucijos; Ukrainos žmonės; Sąjungininkai / Partneriai; Kare dalyvaujančių šalių vadovai; Pabėgėliai; Visuomenė	Koduojuamas žodis, frazė	493
Emocinis krūvis	Teigiamas; Neutralus; Neigiamas	Koduojuama pastraipa, sakiny	281
Komunikacijos strategijos	Informavimas; Bauginimas; Demokratijos ir taikos skleidimas; Kritika	Koduojuama pastraipa	316
Išreikšti jausmai komunikacijoje	Bendradarbiavimas; Empatija; Solidarumas; Palaikymas; Ryžtas	Koduojuama frazė, sakiny, pastraipa	350
Karo metu atlikti veiksmai	Diskusijos / dialogai; Apsaugos sustiprinimas; Karinė pagalba; Humanitarinė parama; Finansinė parama; Rusijos importo draudimai; Sankcijų suteikimas; Kita	Koduojuamas sakiny, pastraipa	153
Politikos lyderių išreikšta nuomonė karo metu	Nuomonė apie Ukrainą; Nuomonė apie Rusiją	Koduojuamas sakiny, pastraipa	132
Karo krizės pasekmės	Tiekimo problemos; Žuvę / nukentėję žmonės; Nepasiekti tikslai; Susivienijimas; Korupcija; Maisto kainų augimas; Energijos kainų	Koduojuamas sakiny, pastraipa	102

	augimas; Pabėgėliai; Reikalinga humanitarinė pagalba		
--	--	--	--

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

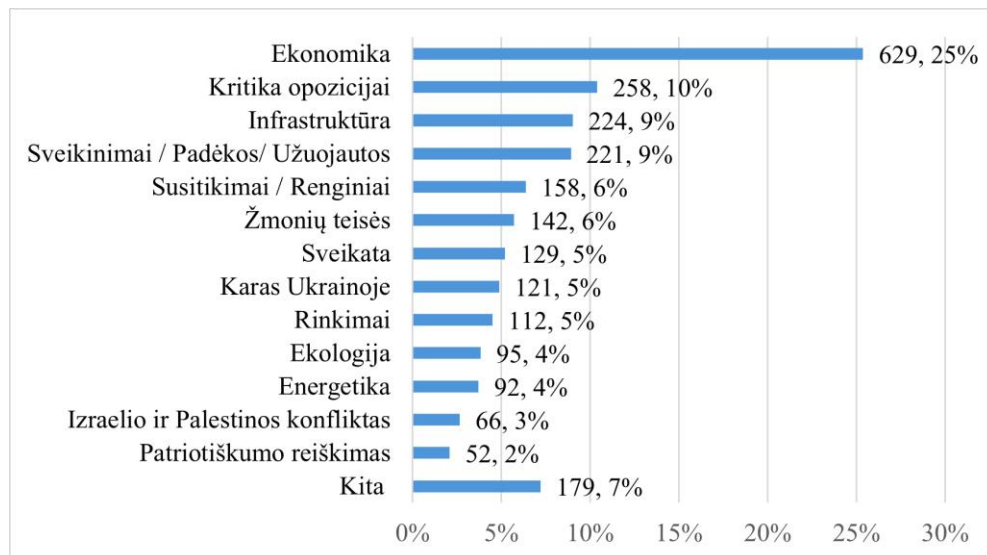
Turinio analizės metu pasitelkus kokybinius kodus, ištirtas politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašų karo Ukrainoje tema turinys. Nustatytas veikėjų vaidmuo politikos lyderių įrašuose apie krizę ir emocinis krūvis minint veikėjus. Išskirtos pagrindinės komunikacijos strategijos, kurios atsispindi politikos lyderių vykdomoje komunikacijoje krizės metu. Taip pat sukurtas kodas, kuris politikos lyderių įrašuose leidžia išskirti komunikacijoje išreikštas savybes. Analitiniai kodai leidžia išnagrinėti pasekmes, kurias sukėlė karas, ir veiksmus, kuriuos politikos lyderiai siūlo, sprendžiant krizę. Taip pat ištirtas politikos lyderių požiūris Rusijos ir Ukrainos atžvilgiu karo metu.

Tyrimo apribojimai. Tyrimo metu detalesnė analizė atlikta tik tekstinio tipo duomenimis, vaizdinės medžiagos duomenys nebuvo detalai analizuoti, dėl to gali nukentėti tyrimo kokybė. Be to, Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as turi dvi paskyras socialiniame tinkle „Facebook“. Tyrimo metu buvo atrinkti tik vienos paskyros įrašai. Detalesniam tyrimui, reikalinga ištirti abiejų profilių įrašus ir komunikaciją. Svarbu paminėti, kad duomenų rinkimo metu susidurta su techniniais trikdžiais, dėl kurių leidimas rinkti įrašus buvo blokuojamas, todėl nebuvo surinkti visi galimi įrašai. Duomenys buvo rinkti mechaniniu būdu, dėl žmogiškojo faktoriaus klaidų tyrimo kokybė gali nukentėti. Atrinkti įrašai buvo išversti „Facebook“ vertėju, tai gali turėti neigiamos įtakos medžiagos autentiškumui. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento J. Biden'o, Prancūzijos prezidento E. Macron'o, Vokietijos kanclerio O. Scholz'o įrašų kiekiai socialiniame tinkle „Facebook“ skiriasi, todėl detalesnei krizių komunikacijos analizei, reikalinga ištirti ir kitų socialinių tinklų platformų įrašus, kadangi politikos lyderiai dalinasi informacija ne tik socialiniame tinkle „Facebook“. Analizės metu buvo tiriama tik trijų politikos lyderių krizių komunikacija. Kokybiškesnei analizei, reikalinga ir kitų politikos lyderių krizių komunikacijos analizė. Svarbu paminėti, kad analizuojamas karas dar nesibaigė, todėl analizuojami duomenys pilnai neatskleidžia krizinės situacijos bei politikos lyderių komunikacijos krizės metu.

2.2. Empirinio tyrimo rezultatų analizė ir interpretacija

Politikos lyderių įrašų pasiskirstymas pagal skirtingas temas

Tyrimo metu buvo siekiama ištirti, kokiomis temomis politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as, karo Ukrainoje laikotarpiu, komunikavo dažniausiai. J. Biden'as iš viso pasidalino 2478 įrašais. Diagramoje 5 pav. pateiktos temos, kurios atsispindėjo politikos lyderio J. Biden'o paskelbtuose įrašuose.

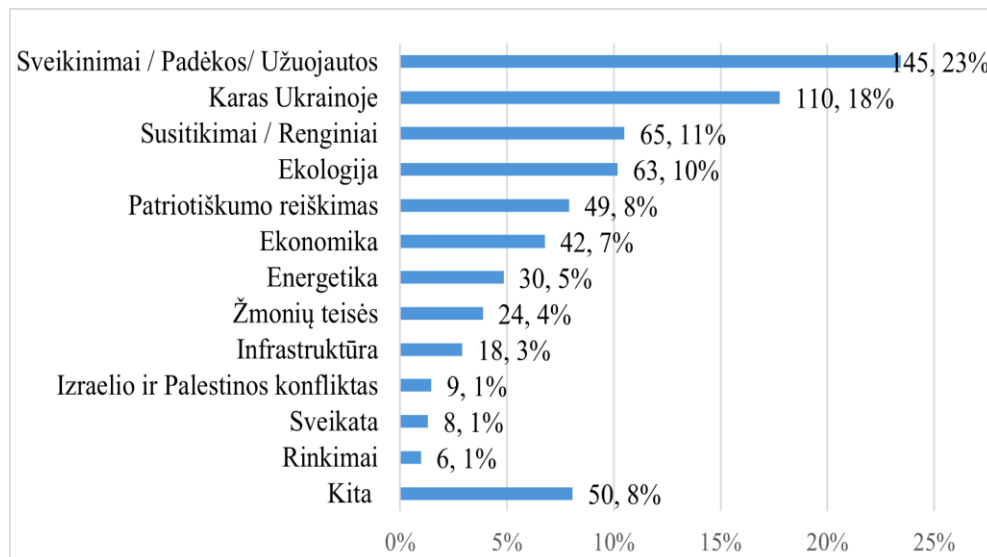


5 pav. Politinio lyderio J. Biden'o įrašų pasiskirstymas pagal temas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Diagramoje matomas Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento J. Biden'o temų pasiskirstymas socialinio tinklo „Facebook“ įrašuose. Pateiktuose rezultatuose matoma, kad politikos lyderis daugiausia dėmesio savo komunikacijoje karo Ukrainoje laikotarpiu skyrė ekonomikai ir komunikacijai, susijusiai su šia tema. Be ekonomikos, Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as didelę savo komunikacijos dalį skyrė opozicijos kritikai. Be to, politikos lyderis J. Biden'as įrašuose komunikavo įvairiomis temomis, susijusiomis su vidine Jungtinių Amerikos valstijų politika.

Akiivaizdu, kad karo Ukrainoje laikotarpiu svarbu ištirti, kiek politikos lyderis J. Biden'as dėmesio savo įrašuose skyrė informacijai apie karą. Karo Ukrainoje tema sudarė 5% visos politikos lyderio komunikacijos. Iš viso prezidentas pasidalino 121 įrašu apie karą Ukrainoje šio konflikto laikotarpiu. Galima daryti prielaidą, kad politikos lyderis neskyrė itin daug dėmesio šiai temai palyginti su kitomis J. Biden'o komunikacijoje išreikštomis temomis. Prezidentas komunikuodamas apie karą Ukrainoje aiškiai išreiškė savo palaikymą ir poziciją Ukrainos atžvilgiu. Prezidentas smerkė Rusijos veiksmus ir palaikė Ukrainos vienybę: „*Visas pasaulis stebi, ką mes darysime. Parodykime jiems, kas mes esame ir už ką mes esame. Amerika šiandien, rytoj, visada stoja už laisvę. Amerikiečiai stoja prieš tironiją ir priespaudą. Amerika palaiko Ukrainos žmones*“ (Biden, 2023-12-15). Keliuose įrašuose politikos lyderis komunikavo ir apie pabėgusius Ukrainos žmones ir aprašė savo vizitą pabėgėlių stovykloje: „*Šį savaitgalį aplankiau stadioną, kuriame tūkstančiai Ukrainos pabėgėlių dabar bando atsakyti į sunkiausius žmogaus klausimus: „Kas man nutiks? Kas nutiks mano šeimai? <...> Man nereikėjo kalbėti kalba ar suprasti kalbos, kad pajusčiau emociją jų akyse <...> Mano žinutė Ukrainos žmonėms: mes palaikome jus*“ (Biden, 2022-03-28). Anot Ciulla (2010), politikos lyderių nuvykimas į krizės vietą ir nukentėjusiųjų palaikymas, gali prisidėti prie teigiamo politikos lyderio įvaizdžio, o tai įžvelgiama ir prezidento paskelbtuose įrašuose, nes J. Biden'as stengėsi perteikti susitikimo emociją šios krizės metu. Be to, politikos lyderis karo Ukrainoje temoje išreiškė didelę būtinybę suteikti, kuo daugiau paramos Ukrainai. Be to, dažnai pastebima, jog J. Biden'as komunikuodamas apie karą ir pagalbos suteikimą, save įvardija kaip vieną iš svarbiausių asmenų, prisidedančių prie krizės valdymo.

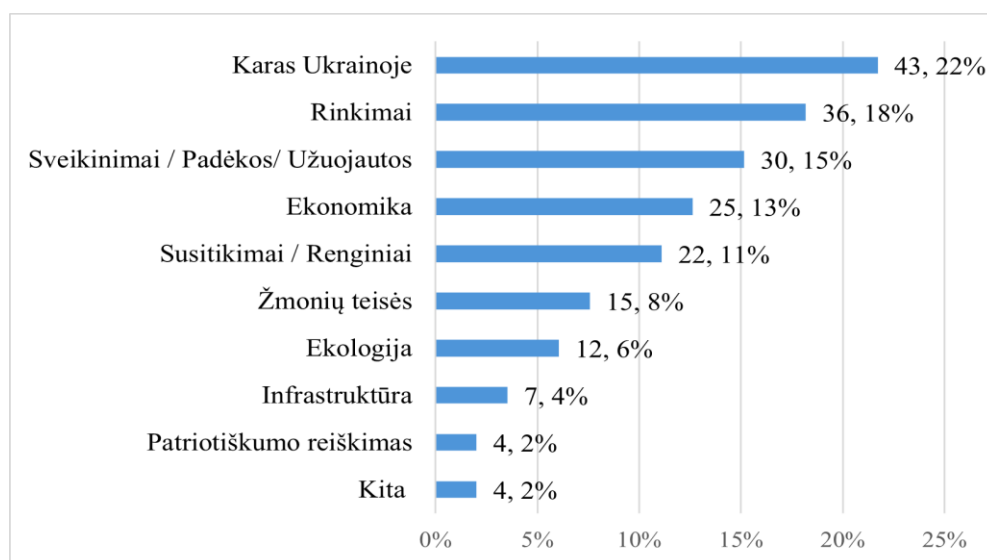


6 pav. Politikos lyderio E. Macron'o įrašų pasiskirstymas pagal temas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Aukščiau pavaizduotame paveiksle 6 pav. galima pastebėti skirtingų temų pasiskirstymą E. Macron'o paskelbtuose įrašuose karo Ukrainoje laikotarpiu. Iš viso Prancūzijos prezidentas pasidalino 619 įrašais, iš kurių didžiausią dalį prezidento komunikacijos sudarė sveikinimų, padėkų ir užuojautų tema. Svarbu paminėti, kad politinio lyderio įrašuose buvo pastebima ir kitų temų, susijusių su Prancūzija ir jos gerove.

Karo Ukrainoje tema politikos lyderio E. Macron'as komunikacijoje sudarė 18%, o tai siekė 110 įrašų, pasidalintų socialiniame tinkle „Facebook“. Karo Ukrainoje tema prezidentas nevengė aiškiai išreikšti savo pozicijos karo Ukrainoje atžvilgiu, ir išreiškė palaikymą Ukrainai, tuo pačiu smerkdamas Rusijos veiksmus: „Prancūzija griežtai smerkia Rusijos sprendimą pradėti karą Ukrainai. Rusijai reikia nedelsiant nutraukti karines operacijas. Prancūzija solidarizuojasi su Ukraina ir palaiko ukrainiečius ir veikia su savo partneriais bei sąjungininkais, kad sustabdytų karą“ (Macron, 2022-02-24). Nors E. Macron'as komunikuodamas aiškiai išsakė savo poziciją, smerkiančią Rusiją, tačiau taip pat siekė dialogo su Rusija. Tokios temos įrašuose pasisako už taiką ir derybas tarp abiejų šalių: „Su prezidentu Zelensky mūsų komunikacija nuolat vyksta <..> Pastarojo prašymu ir atsižvelgdamas į humanitarinę situaciją, paskambinau prezidentui Putinui. Prezidentui V. Putinui pakartočiau tarptautinės bendruomenės reikalavimą nutraukti Rusijos puolimą prieš Ukrainą ir pabrėžiau, kad būtina nedelsiant įgyvendinti paliaubas“ (Macron, 2022-02-28). Be to, komunikuodamas šia tema, politikos lyderis skelbė savo veiksmus krizei suvaldyti ir pristatė pasekmes, kurias lėmė karas Ukrainoje. Galima daryti prielaidą, kad apie karą Ukrainoje E. Macron'as, komunikavo išreikšdamas aiškią poziciją palaikymo klausimu, tačiau jam taip pat buvo svarbus dialogas tarp abiejų šalių. Tokioje Prancūzijos prezidento komunikacijoje galime išžvelgti sandorio lyderio savybes, kai pasitelkiant dialogą, siekiama pasiekti transformacinių tikslų (Rathi et al., 2021), o šiuo atveju – karo Ukrainoje nutraukimo.



7 pav. Politikos lyderio O. Scholz'o įrašų pasiskirstymas pagal temas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotuose duomenyse galima pastebėti, kad Vokietijos kancleris karo Ukrainoje laikotarpiu pasidalino tik 198 įrašais. Didžioji dalis jo vykdomos komunikacijos sudarė karo Ukrainoje tema, kuri siekė 22% visos politikos lyderio komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“. Vokietijos kancleris O. Scholz'as iš viso karo Ukrainoje tema pasidalino 43 įrašais. Šia tema O. Scholz'as dažniausiai kalbėjo apie karo įtaką Vokietijai: „*Didelės krizės visada yra eksromptas atsiradimui ir pokyčiams. Štai ką patiriame šiuo metu, dėl siaubo, kurį provokuoja karas Ukrainoje*“ (Scholz, 2022-03-23). Be to, Vokietijos kancleris reiškė solidarumą Ukrainos žmonėms ir nukentėjusiesiems. Įdomu tai, kad dalis komunikacijos buvo skiriama susitarimui tarp Rusijos ir Ukrainos pasiekti: „*Karas Ukrainoje ir jo pasekmės - taip pat mums, čia Vokietijoje - šiuo metu okupuoja beveik visus. Esu įsitikinęs: tokiais sudėtingais laikais kaip šis, dar svarbiau, kad prieitume prie pokalbio ir būtume pokalbyje <...>*“ (Scholz, 2022-05-24). Be karo Ukrainoje temos, politikos lyderis O. Scholz'as įrašuose komunikavo sveikinimų, padėkų, užuojautų tema, tai pat skyrė dėmesio rinkimams, ir kitoms temoms susijusiomis su Vokietija ir jos įvykiais.

Galima teigti, jog politikos lyderių komunikacijoje karo Ukrainoje tema išryškėjo skirtingi bruožai. Pavyzdžiui, J. Biden'as dažniausiai karo Ukrainoje tema kritikavo ir smerkė Rusijos veiksmus, išreiškė palaikymą Ukrainai bei formavo įvaizdį kaip lyderiaujančio asmens krizės sprendime. Tuo tarpu E. Macron'as koncentravosi į paramą Ukrainai, komunikavo apie dialogo svarbą, atlikdamas tarpininko vaidmenį tarp Rusijos ir Ukrainos, o O. Scholz'as orientavosi į pasekmes Vokietijai ir Europai bei tų pasekmių sprendimo svarbą.

Lyginant politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o įrašų pasiskirstymą skirtingose temose galima išvelgti esminių skirtumų. Nors Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as karo Ukrainoje laikotarpiu pasidalino didžiausiu kiekiu įrašų socialiniame tinkle „Facebook“, tačiau karo temai neskyrė itin daug dėmesio. Akivaizdu, kad J. Biden'as savo komunikuodamas daugiausia dėmesio skiria Amerikai ir su šia šalimi susijusiomis temomis. Tuo tarpu E. Macron'o įrašų skaičius karo Ukrainoje tema buvo didesnis nei J. Bideno. Prancūzijos prezidentas taip pat orientavosi ir į savo šaliai būdingas temas. Vokietijos kancleris karo Ukrainoje laikotarpiu pasidalino mažiausiu kiekiu

įrašų, tačiau karo Ukrainoje temai paminėti skyrė daugiausia dėmesio iš savo visų paskelbtų įrašų socialiniame tinkle „Facebook“. Galima daryti prielaidą, kad per dvejus karo Ukrainoje metus, politikos lyderiai J. Biden‘as, E. Macron‘as, O. Scholz‘as karo Ukrainai temai skyrė itin mažą komunikacijos dalį.

Krizės apibūdinimas

Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti kaip politikos lyderiai J. Biden‘as, E. Macron‘as, O. Scholz‘as apibūdina krizę. Analizės atlikimui naudota žodžių dažnių analizė ir ištirti politikos lyderių įrašuose apie karą Ukrainoje dažniausiai panaudoti žodžiai, apibūdinantys, kaip politikos lyderiai įvardija krizę.

6 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (J. Biden‘as)

Žodis	Dažnis	Kontekstas
Rusijos	17	„Šiandien mes esame kartu – už laisvę ir prieš tironiją – priešintis žiauriam Rusijos agresijos karui ir paremti drąsius Ukrainos žmones.“ (Biden, 2023-04-14)
Putino	11	„Subūriau Kongreso lyderius, kad aiškiai pasakytų, kaip Ukrainai gauti tai, kojai reikia, kad apsigintų nuo Putino agresijos.“ (Biden, 2024-01-18)
Agresijos	5	„Mes padedame Ukrainai apsiginti nuo Rusijos agresijos.“ (Biden, 2022-05-01)
Invazijos	5	„Artėjant vienerių metų Rusijos invazijos metinėms, dar svarbiau, kad ir toliau būtume kartu.“ (Biden, 2023-02-23)
Žiaurų	5	„Kai Putinas savo geismu žemei ir valdžiai išleido žiaurų karą prieš Ukrainą.“ (Biden, 2023-07-13)

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pateiktuose duomenyse galima pastebėti, kad J. Biden‘as įvardindamas krizę dažniausiai naudoja žodį „Rusijos“ ir karą įvardija kaip sukeltą šios šalies. J. Biden‘as komunikuodamas teigė, kad žiaurus Rusijos karas sukelia humanitarinę tragediją, ir kitas problemas, susijusias su karo pasekmėmis pasauliui: „<...> aptarėme bendras pastangas sušvelninti humanitarinę tragediją, kurią sukėlė žiaurus Rusijos karas prieš Ukrainą“ (Biden, 2023). Be to, galima pastebėti, kad J. Biden‘as aiškiai išreiškia poziciją, kad dėl susidariusios krizės kaltas Rusijos karas, kurį neretai apibūdina žiauriu ir neišprovokuotu. Apibūdinamas krizę Jungtinių Amerikos Valstijų vadovas dažnai naudojo žodį „Putino“. Tokiuose įrašuose politikos lyderis krizę įvardija, kaip „Putino karą“ ar „Putino agresiją“. Demonstruodamas, kad Rusijos vadovas yra krizės iniciatorius: „Putino agresija prieš Ukrainą suvienijo žmones visoje Amerikoje“ (Biden, 2022-03-16). J. Biden‘as krizę vadina agresijos karu. Anot jo, agresijos karas yra sukeltas Rusijos: „Kalbėjau apie keletą mūsų bendrų prioritetų, įskaitant paramą Ukrainai, jos gynybą nuo Rusijos agresijos <...>“ (Biden, 2024-02-10). Be to, politikos lyderis krizę apibūdina, kaip Rusijos invaziją ar Rusijos žiaurų karą. Galima daryti išvadą, kad J. Biden‘as komunikuodamas krizės metu aiškiai parodo, kad jis krizę laiko Rusijos karu ir dažnai naudoja neigiamą reikšmę turinčius epitetus.

7 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (E. Macron'as)

Žodis	Dažnis	Kontekstas
Rusijos	9	„Šią savaitę atsidūrėme Briuselyje, vieningi ir ryžtingi Rusijos vadovaujamo karo akivaizdoje mūsų žemyne.“ (Macron, 2022-03-26)
Ukrainoje	5	„Nuo šio Ukrainoje siaučiančio karo nukenčia ir kentės mūsų žemės ūkis, mūsų pramonė, daugelis ekonomikos sektorių.“ (Macron, 2022-03-02)
Karas	3	„Šiandien mes stovime šalia visų rusų, kurie nenori, kad šis negarbingas karas būtų kovojamas jų vardu.“ (Macron, 2022-03-03)
Agresija	2	„Solidarizuojamės ir dėl to, kad Rusijos vykdoma Ukrainos agresija kelia grėsmę Europos ir pasaulio stabilumui ir daro įtaką mūsų gyventojams.“ (Macron, 2022-06-27)
Europiečių	2	„Karas Ukrainoje nėra viena europiečių karas, jis paliečia visą planetą.“ (Macron, 2023-02-17)

Prancūzijos politikos lyderis E. Macron'as įvardindamas krizę taip pat dažnai mini žodį „Rusijos“. Tokiuose įrašuose politikos lyderis karą apibūdina kaip sukeltą šios šalies: „Dėl Rusijos inicijuoto karo liūdi ne tik Ukrainos žmonės, bet ir visos Europos tautos“ (Macron, 2022-02-27). Apibūdinamas krizę politikos lyderis žodį „Ukrainoje“ naudoja informuodamas visuomenę, kad karas vyksta šioje šalyje ir pristatydamas Ukrainoje įvykdytus Rusijos karinius veiksmus: „Kadangi Rusija renkasi karą, europiečiai susivienijo“ (Macron, 2022-06-01). Be to, E. Macron'as krizę vadina karu ir dažniausiai šį žodį mini su tokiomis frazėmis, kaip „Rusijos inicijuotas“ arba „Negarbingas karas“. Pastebima, kad Prancūzijos prezidentas komunikuodamas apie krizę pasitelkia žodį „Agresija“: „Šįvakar su prezidentu Zelenskiu aptarėme operatyvinius poreikius susidurti su Rusijos agresija“ (Macron, 2023-05-15). Įvardindamas krizę, prezidentas mini ir europiečius, karo poveikį jiems. Apibendrinant galima teigti, kad Prancūzijos prezidentas komunikacijoje įvardindamas krizę, nevengia išsakyti savo pozicijos, kad krizė yra Rusijos sukeltas karas.

8 lentelė. Krizę apibūdinantys žodžiai (O. Scholz'as)

Žodis	Dažnis	Kontekstas
Rusijos	7	„Rusijos agresijos karas turi tiesioginių pasekmių mums visiems.“ (Scholz, 2022-05-29)
Agresijos	6	„Nuo pat pradžių buvo aišku: žinoma, palaikome bėgančius iš Ukrainos nuo žiauraus Rusijos agresijos karo.“ (Scholz, 2022-05-05)
Karas	6	„Štai ką patiriame šiuo metu, dėl siaubo, kurį provokuoja karas Ukrainoje.“ (Scholz, 2022-03-23)
Ukrainą	6	„Po kelių dienų bus Rusijos invazijos į Ukrainą metinės.“ (Scholz, 2023-02-08)
Putino	4	„Putino ataka prieš Ukrainą taip pat yra išpuolis prieš demokratiją, apsisprendimą ir laisvę.“ (Scholz, 2022-10-23)

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

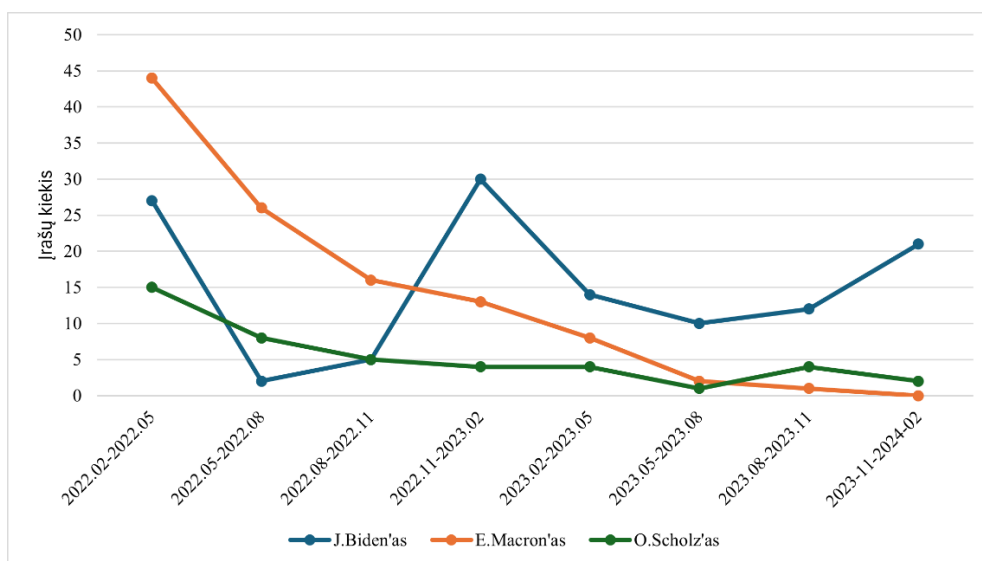
Vokietijos kancleris įvardindamas krizę dažniausiai mini, kad ši krizė – Rusijos karas: „Rusijos karas prieš Ukrainą, išlieka pagrindiniu mūsų žemyno saugumo iššūkiu“ (Scholz, 2023-12-13). Galima teigti, kad Vokietijos kancleris nevengia įvardinti, kad ši krizė paremta Rusijos agresija: „Visi

vieningai stovime už Ukrainos ir smerkiame Rusijos prezidento agresijos karą“ (Scholz, 2022-06-23). Čia taip pat pastebima, kad O. Scholz‘as tvirtina, kad Rusijos prezidentas yra šios krizės kaltininkas. Be to, O. Scholz‘as apibūdindamas krizę, teigia, kad tai yra karas prieš Ukrainą. Analizuotuose įrašuose pastebėta, kad Vokietijos kancleris krizę įvardija ir kaip „Putino karą“: „Putino karas žymi lūžio tašką“ (Scholz, 2022-02-27). Taigi, Vokietijos kancleris komunikuodamas krizę apibūdina kaip Rusijos sukeltą karą ir nevengia žodžio „agresija“.

Apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderiai J. Biden‘as, E. Macron‘as ir O. Scholz‘as krizę įvardija kaip karą ir nevengia naudoti šio žodžio. Be to, visi politikos lyderiai užtikrintai komunikuoja, kad tai yra Rusijos sukeltas karas, o Rusijos vadovas – yra to karo priežastis. Visi politikos lyderiai komunikuodami apie krizę naudoja žodį „agresija“, vadinasi politikos lyderiai neigiamai atsiliepią dėl Rusijos veiksmų pradėti karinį konfliktą prieš Ukrainą. Pastebėta, kad J. Biden‘as savo komunikacijoje apibūdindamas krizę panaudojo žodžius, kaip „invazija“ ar „žiaurus“. Tiek J. Biden‘as, tiek O. Scholz‘as Putin‘ą įvardija kaip karo kaltininką, o tuo tarpu E. Macron‘as komunikuodamas apie krizę, įtraukia ir europiečius bei karo įtaka jiems. Galima teigti, kad visi politikos lyderiai turi neigiamą nuomonę apie vykstantį karą.

Karo Ukrainoje temos įrašų pasiskirstymas laike

Analizės metu buvo tiriama politikos lyderių J. Biden‘o, E. Macron‘o ir O. Scholz‘o komunikacijos dinamika karo Ukrainoje tema 8 pav. Šia analize siekiama išsiaiškinti karo Ukrainoje temos pasiskirstymo skirtingais komunikacijos laikotarpiais dažnumą, nustatyti pasiskirstymo priežastis tarp skirtingų politikos lyderių. Iš viso politikos lyderiai pasidalino 274 įrašais.



8 pav. Karo Ukrainoje temos pasiskirstymas skirtinguose komunikacijos laikotarpiuose tarp politikos lyderių

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotoje diagramoje galima pastebėti politikos lyderių komunikacijos apie Ukrainą dinamiką. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden‘as karo pradžioje pasidalino 26 įrašais apie karą. Didesnį kiekį įrašų galėjo lemti neseniai prasidėjęs karas ir politikos lyderio siekis išreikšti savo poziciją pristatant veiksmus krizei išspręsti. Nuo 2022-05 iki 2022-11 pastebimas ženklų komunikacijos apie Ukrainą sumažėjimas. Šiame laiko tarpe prezidentas pasidalino 7 įrašais. Galima

daryti prielaidą, kad tai galėjo lemti vykstantys Jungtinių Amerikos Valstijų kongreso rinkimai, ir komunikacijos orientavimas į juos. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento J. Biden'o komunikacijoje galima pamatyti ženklų padidėjimą 2022-11-2023-02 laikotarpiu. Šiame laikotarpyje politikos lyderis pasidalino 29 įrašais karo Ukrainoje tema. Šį padidėjimą galėjo lemti įvairūs G7 sąjungos lyderių susitikimai, kuriuos savo komunikacijoje pristatė J. Biden'as ir informavo visuomenę apie nuveiktus darbus bei pažangą Rusijos karui sustabdyti. Rezultatuose galime pastebėti J. Biden'o komunikacijos apie Ukrainą nuoseklų mažėjimą, kuris prasideda nuo 2022-11 ir tęsiasi iki 2023-08. Galima daryti prielaidą, kad tai galėjo lemti vasaros laikotarpis, įvykiai ir renginiai, kuriems teiktas prioritetas vykdomoje komunikacijoje. Nuo 2023-05 iki 2023-02 komunikacija apie Ukrainą intensyvėjo, tai lėmė prezidento susitikimai su G7 ir NATO lyderiais dėl paramos Ukrainai, prezidento priminimas palaikyti Ukrainą ir jo skatinimas kongresui priimti paramos paketą, kuris paremtų Ukrainą. Be to, J. Biden'as minėjo artėjančias dviejų metų metines nuo karo Ukrainoje pradžios ir skatino visuomenę tęsti Ukrainos rėmimą.

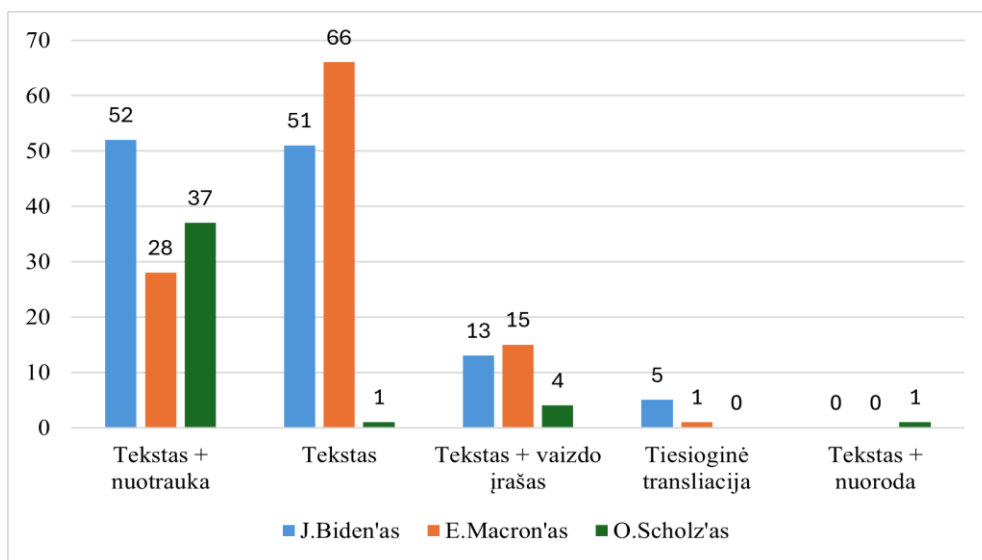
Politikos lyderis E. Macron'as daugiausia įrašų karo Ukrainoje tema pasidalino 2022-02-2022-05 laikotarpiu. Šiuo laikotarpiu Prancūzijos prezidentas pasidalino 44 įrašais. Galima daryti prielaidą, kad politikos lyderis šiuo laiku komunikavo intensyviausiai, dėl siekio supažindinti visuomenę su šia krize ir savo pozicijos išsakymo karo Ukrainoje klausimais. Be to, prezidentas tokiuose įrašuose karo Ukrainoje pradžioje, stengėsi derėtis su Rusija ir jos vadovu, skatino nutraukti karinius veiksmus. Iš pavaizduotų duomenų galima matyti, kad nuo 2022-05 iki 2024-02 komunikacijos intensyvumas nuolat mažėjo. Galima daryti prielaidą, kad politinio lyderio mažesnis įsitraukimas komunikacijos skleidime apie karą Ukrainoje, buvo dėl iškilusių įvairių vidinių problemų pačioje Prancūzijoje.

Tuo tarpu Vokietijos kanclerio O. Scholz'o įrašų kiekis apie karą nuo karo Ukrainoje pradžios iki 2023-02 nuosekliai mažėjo. Daugiausia dėmesio komunikacijai apie Ukrainą Vokietijos kancleris skyrė karo pradžioje 2022-02-2022-05. Šiame komunikacijos laikotarpyje Vokietijos kancleris pasidalino 14 įrašų. Tiesa, savo pozicijos ir palaikymo vienos ar kitos šalies atžvilgiu karo Ukrainoje pradžioje šis lyderis tiesiogiai neišsakė. Tuo metu O. Scholz'as skatino dialogą ir teigė, kad svarbiausia taika, o ne vienos ar kitos šalies palaikymas. Vėlesniuose komunikacijos laikotarpiuose Vokietijos kanclerio komunikacija apie karą Ukrainoje vis retėjo. Dažniausiai Vokietijos kancleris pasisakydavo apie paramos paketus arba karo Ukrainoje pasekmes Vokietijai ir Europai. O. Scholz'o komunikacijos intensyvumas šiek tiek padidėjo nuo 2023-05-31 iki 2023-11. Šį padidėjimą galėjo lemti komunikacija apie paramą Ukrainai, apie kurią buvo komunikuojama rinkiminės kampanijos metu Vokietijoje.

Lyginant politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o komunikacijos dinamiką, galima daryti išvadą, kad politikos lyderių komunikacija buvo intensyviausia karo Ukrainoje pradžioje. Vėliau politikos lyderių komunikacijos intensyvumas nuosekliai mažėjo, išskyrus J. Biden'o, kurio pakilimas pastebimas 2022m. pabaigoje. Autoriai Bodenheimer'is ir Leidenberger'is (2020) tvirtino, kad politikos lyderių skleidžiama komunikacija krizių metu privalo būti nuosekli, koordinuota ir dažnai skelbiama, tačiau palyginus politikos lyderių komunikacijos intensyvumą karo Ukrainoje laikotarpiu, galima daryti prielaidą, jog nė vienas politikos lyderis nesilaikė nuoseklumo, skelbdami informaciją apie karą Ukrainoje. Laikui bėgant politikos lyderiai šia tema komunikavo vis mažiau.

Politikos lyderių įrašų pasiskirstymas pagal skirtingas formas

Politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as socialiniame tinkle „Facebook“ dalinosi skirtingų formų įrašais. Šie įrašai buvo 5 tipų: tekstiniai, tekstai kartu su nuotrauka, tekstai su vaizdo įrašu, tekstai su nuoroda ir tiesioginės transliacijos. Iš viso užkoduoti 274 segmentai. Duomenys pateikti žemiau nurodytoje diagramoje 9 pav.



9 pav. Politikos lyderių įrašų pagal skirtingus tipus pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotuose rezultatuose galima pastebėti, kad Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as dažniausiai įrašuose apie Ukrainą naudoja teksto kartu su nuotrauką tipą. Tokio tipo įrašais prezidentas pasidalino 52 kartus. Juose dažniausiai vaizduojamas paties politikos lyderio atvaizdas. Tokiuose įrašuose prezidentas vaizduojamas kartu su kitų šalių politikos lyderiais arba pačiu Ukrainos prezidentu V. Zelensky'iu. Tai galėjo lemti, paties politikos lyderio siekis parodyti savo svarbą krizės valdyme ir noras parodyti, kad J. Biden'as glaudžiai bendradarbiauja su kitomis šalimis. Politikos lyderis teksto formos įrašais pasidalino 51 kartą. Galima daryti prielaidą, kad šio tipo įrašais prezidentas dalinosi, siekdamas informuoti visuomenę apie nuveiktus darbus Ukrainos atžvilgiu bei paskelbtų svarbią informaciją, susijusią su karu ir jo pasekmėmis. Tuo tarpu, teksto kartu su vaizdo įrašo forma politikos lyderis pasidalino 13 kartų. Tokiuose įrašuose J. Biden'as dalinosi svarbia informacija apie Ukrainos padėtį ir Jungtinių Amerikos Valstijų paramą. Tiesioginės transliacijos įrašais prezidentas pasidalino 5 kartus, juose komunikavo apie Ukrainos paramą ir išsakė savo poziciją vienos ar kitos kariaujančios šalies atžvilgiu.

Tyrimo metu išanalizuotas Prancūzijos prezidento E. Macron'o karo Ukrainoje temos skirtingų įrašų formų pasiskirstymas socialiniame tinkle „Facebook“. Iš viso Prancūzijos prezidentas pasidalino 110 įrašų. Politikos lyderis E. Macron'as daugiausia įrašų socialiniame tinkle „Facebook“ pasidalino teksto forma. Iš viso buvo pasidalinta 66 tekstinio tipo įrašais. Tokiuose įrašuose prezidentas dalinosi informacija apie Ukrainos situaciją, skelbė savo veiksmus krizei spręsti. Teksto kartu su nuotrauka forma prezidentas asmeniniame profilyje socialiniame tinkle „Facebook“ pasidalino 28 kartus. E. Macron'as panašiai kaip ir J. Biden'as vaizdavo save ir politikos lyderius, tačiau tokiuose įrašuose, prezidentas rodė ir solidarumą Ukrainos atžvilgiu. Tai buvo galima pamatyti įrašuose, kuriuose Prancūzijos prezidentas save vaizdavo kartu su pabėgėliais iš Ukrainos. Galima daryti prielaidą, kad tai yra jo įvaizdžio dalis. Prezidentas tokiuose įrašuose stengėsi parodyti glaudų bendradarbiavimą su

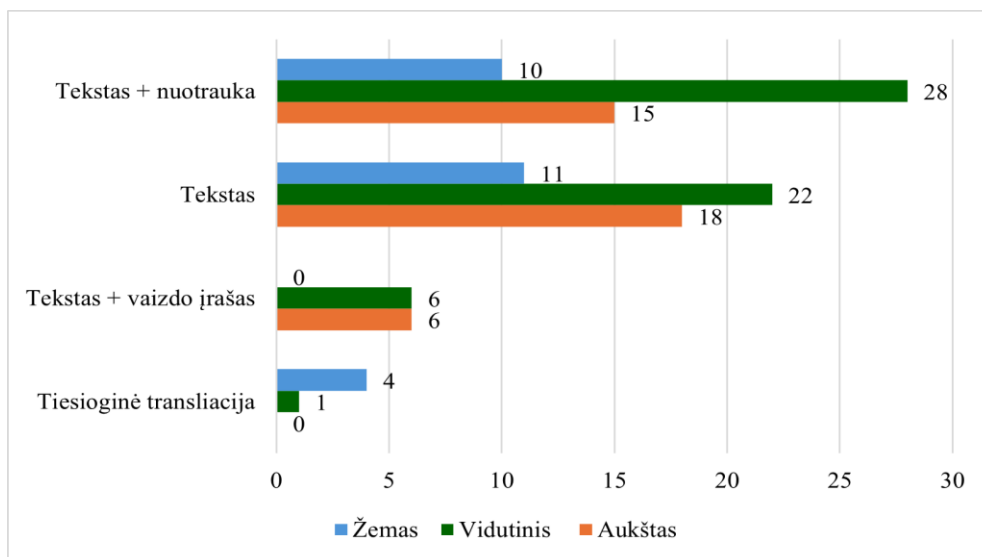
kitų šalių lyderiais ir išreikšti paramą Ukrainai, jos žmonėms. Socialiniame tinkle „Facebook“ šis politikos lyderis teksto kartu su vaizdo įrašu tipo įrašais pasidalino 15 kartų. Tokiuose įrašuose prezidentas dalinosi svarbia informacija dėl paramos Ukrainai. Tuo tarpu tiesioginės transliacijos formos įrašais Prancūzijos politikos lyderis pasidalino vos vieną kartą ir šiame įrašė smerkė Rusijos veiksmus, palaikydamas Ukrainos poziciją.

Vokietijos kancleris iš viso pasidalino 37 teksto kartu su nuotrauka formos įrašais. Didžiausią kiekį tokių įrašų galėjo lemti O. Scholz'o įvaizdžio formavimas ir politinės partijos reklamavimas karo Ukrainoje kontekste. Tokio tipo įrašuose kancleris dalindavosi nuotraukomis iš susitikimų skirtinguose miestuose bei dažnai vaizdavo save ar savo partijos narius. Pastebima, jog be partijos reklamavimo, tokiuose įrašuose Vokietijos kancleris dažniausiai informavo ir apie karo pasekmes, ir Vokietijos teikiamą paramą Ukrainai. Kitokio tipo įrašais Vokietijos kancleris dalinosi rečiau. Teksto su vaizdo įrašo tipu Vokietijos kancleris pasidalino 4 kartus, teksto įrašais 1 kartą. Tokiuose įrašuose komunikavo apie karo pasekmes. Nuorodos su tekstu forma kancleris pasidalino taip pat 1 kartą. Teksto su nuoroda įrašė Vokietijos kancleris skatino balsuoti už socialdemokratų partiją, komunikuodamas apie indėlį Ukrainos paramai suteikti.

Apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderių įrašų tipų pasiskirstymas gali būti priskiriamas prie politikos lyderių įrašų turinio, susijusio su karu Ukrainoje. Politikos lyderiai skirtingų formatų įrašuose pateikė įvairią informaciją, pavyzdžiui, J. Biden'as vaizdiniuose įrašuose, stengėsi parodyti savo svarbą šioje krizėje ir rodė bendradarbiavimą su kitų šalių lyderiais, tuo tarpu E. Macron'as be įvaizdžio formavimo ir bendradarbiavimo su kitais parodymo, išreiškė ir solidarumą Ukrainos žmonėms. O. Scholz'as pasitelkęs vaizdinio tipo įrašus, taip pat stengėsi formuoti įvaizdį, kartu tokius įrašus naudojo rinkiminiams tikslams. Galima teigti, kad įvairūs vaizdai personalizuoja politikos lyderių komunikaciją, o tai prisideda prie visuomenės nuomonės formavimo, nes visuomenė jaučiasi artimesnė politikos lyderiams (Farkas, Bene, 2020), dėl to politikos lyderiai dažnai naudojo įrašus, kurie buvo paremti įvairiais vaizdiniais.

Auditorijos reakcijų pasiskirstymas

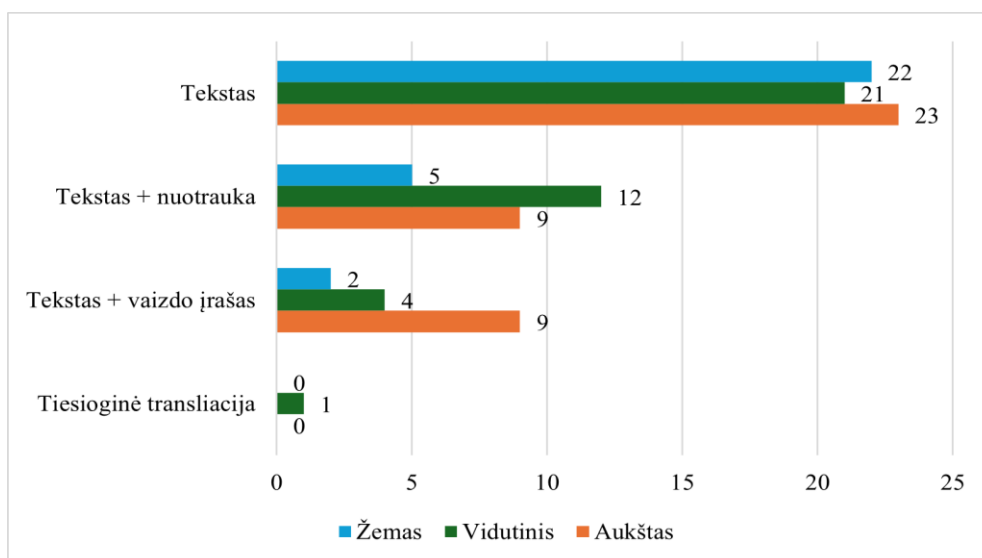
Tyrimo metu analizuotos auditorijos reakcijos karo Ukrainoje tema *10 pav.* Reakcijos buvo skirstomos į tris kategorijas: aukštas, vidutinis ir žemas. Šios kategorijos buvo suskirstytos pagal mygtuko „patinka“ paspaudimus ant skirtingų politikų įrašų, paskelbtų socialiniame tinkle „Facebook“. Prie aukšto matomumo kategorijos buvo priskirti įrašai, kurie pasiekė daugiau nei 10 tūkstančių „patinka“ paspaudimų, vidutinio matomumo įrašai siekė nuo 4 tūkstančių iki 10 tūkstančių imtinai, o žemam matomumui buvo priskirti įrašai, kurie siekė mažiau nei 4 tūkstančius „patinka“ paspaudimų. Verta paminėti, kad rezultatai gauti, pasinaudojant kodų sankirtų metodu.



10 pav. Politikos lyderio J. Biden'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotuose duomenyse *10 pav.* galima pastebėti, kad tiesioginės transliacijos tipo įrašai J. Bideno paskyroje karo Ukrainoje tema sulaukė žemo reakcijų kiekio. Tuo tarpu teksto karu su vaizdo įrašo formatai sulaukė aukšto ir vidutinio lygio auditorijos reakcijų. Tai galėjo lemti, tai kad prezidentas dalinosi svarbia informacija, susijusia su Ukrainos parama ir naujienomis apie įvykius. Tekstiniai įrašai daugiausia sulaukė vidutinio ir aukšto reakcijų kiekio sekėjų tarpe. Galima daryti prielaidą, kad tai lėmė, jog politikos lyderis teksto tipo įrašuose dalinosi savo aiškia pozicija dėl Ukrainos ir smerkė Rusiją, todėl sulaukė daug pritarimo iš auditorijos. Teksto kartu su nuotrauka įrašų „patinka“ paspaudimų skaičius dažniausia buvo vidutinis ir aukštas. Tokio matomumo įrašai galėjo sulaukti didesnio dėmesio dėl vizualų svarbos, nes visuomenė galėjo pasijusti artimesnė politikos lyderiui dėl pateiktų vaizdų (Farkas, Bene, 2020).

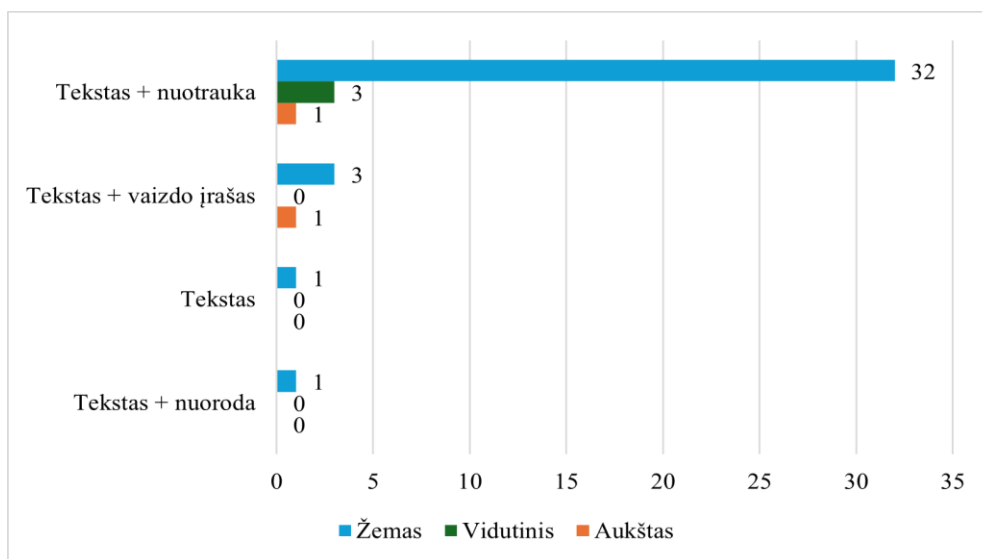


11 pav. Politikos lyderio E. Macron'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Iš pavaizduotų duomenų 11 pav. galima pastebėti, kad politikos lyderio E. Macron'o tiesioginės transliacijos formos įrašų reakcijos siekė vidutinį reakcijų kiekį. Tokio tipo įrašuose E. Macron'as kvietė išklaudyti savo nuomonę apie Ukrainą ir Rusiją ir informavo apie Prancūzijos planus karo akivaizdoje. Teksto kartu su vaizdo įrašais pranešimai socialiniame tinkle „Facebook“ sulaukė aukšto reakcijų kiekio. Galima daryti prielaidą, kad tai galėjo lemti paties prezidento atvaizdas ir informacija, kurią jis skelbė karo Ukrainoje tema. Tokiuose įrašuose prezidentas dalinosi apie veiksmus dėl karo sustabdymo, komunikavo apie nuo karo nukentėjusius žmones ir paramos Ukrainai suteikimą. Teksto su nuotrauka tipo įrašai susilaukė nemažai dėmesio. Tokie įrašai pasiekė aukštesnį susidomėjimą palyginus su kito tipo įrašais. Tai galėjo lemti, tekstinių įrašų turinys, kuriame Prancūzijos prezidentas informavo apie Ukrainos paramą, pabėgėlių palaikymą ir savo poziciją palaikymo klausimu.

Išanalizavus Vokietijos kanclerio O. Scholz'o įrašų reakcijų lygį, galima teigti, kad šio politikos lyderio įrašai sulaukė, kur kas mažiau dėmesio, tačiau tai galėjo lemti mažesnis sekėjų skaičius Vokietijos kanclerio asmeniniame „Facebook“ profilyje lyginant su anksčiau analizuotais politikos lyderiais.



12 pav. Politikos lyderio O. Scholz'o įrašų tipų matomumo pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Iš pateiktų duomenų galima pastebėti, kad didžioji dalis įrašų siekė žemą auditorijos reakcijos lygį. Galima teigti, kad auditorija labiausiai reagoavo į teksto kartu su nuotrauka įrašus, kuriuose Vokietijos kancleris naudojo savo atvaizdą, o tokių įrašų turinys buvo apie ukrainiečių palaikymą ir bendradarbiavimą su savo vyriausybės lyderiais. Iš to galima daryti prielaidą, kad vaizdinė medžiaga paskelbta krizių metu pasiekė didesnę auditorijos reakcijų kiekį.

Lyginant politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o įrašų reakcijų kiekį, galima daryti prielaidą, kad tekstiniai įrašai ir teksto kartu su nuotrauka įrašai sulaukė didžiausio auditorijos įsitraukimo ir reakcijų kiekio. Nors šio tipo įrašai pasiekė didžiausią peržiūrų kiekį, tačiau galima daryti išvadas, kad reakcijų kiekį lėmė ne įrašų forma, o turinys, kuris atsispindėjo politikos lyderių skelbiamuose įrašuose apie karą Ukrainoje. Pastebėta, kad įrašuose, kuriuose matomumas buvo aukštesnis, politikos lyderiai aiškiai išreiškė savo nuomonę Ukrainos atžvilgiu. Pavyzdžiui, tvirtai pareiškė palaikymą Ukrainai, ar smerkė Rusiją šią šalį vadindami „agresore“, o jos veiksmus – siekimu atstatyti buvusią Rusijos imperiją.

Politikos lyderių požiūris Ukrainos ir Rusijos atžvilgiu

Karo Ukrainoje metu, kai pasaulio politikos lyderių nuomonė apie vienos ar kitos šalies palaikymą išsiskyrė svarbu ištirti, kokią poziciją Rusijos ar Ukrainos atžvilgiu galima pastebėti politikos lyderių komunikacijoje. Dėl šios priežasties ištirtas politikos lyderių požiūrių pasiskirstymas karo Ukrainoje laikotarpiu 9 lentelė.

9 lentelė. Politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o požiūrių pasiskirstymas

	J. Biden'as	E. Macron'as	O. Scholz'as
Apie Rusiją:	<p>„<...> Šiandien mes esame kartu – už laisvę ir prieš tironiją – priešintis žiauriam Rusijos agresijos karui.“ (Biden, 2023-04-14)</p> <p>„ <...> Atsakingus už šį karą laikysime atsakingais ir sieksime teisingumo už nusikaltimus žmoniškumui.“ (Biden, 2023-02-22)</p>	<p>„Prancūzija griežtai smerkia Rusijos sprendimą pradėti karą Ukrainai. Rusijai reikia nedelsiant nutraukti karines operacijas.“ (Macron, 2022-02-24)</p> <p>„<...> neteisėtas, tiesioginis ir masinis atakavimas prieš Ukrainą ketvirtadienį, vasario 24 d., yra rimčiausios ir nevaržomos Rusijos režimo valdžios apraiškos nuo TSRS pabaigos.“ (Macron, 2022-03-01)</p>	<p>„Mūsų politika Rusijos atžvilgiu gali būti tik bendra Europos politika.“ (Scholz, 2022-03-17)</p> <p>„Rusijos agresijos karas turi tiesioginių pasekmių mums visiems.“ (Scholz, 2022-05-29)</p>
Apie Ukrainą:	<p>„Amerika palaiko Ukrainą ir jos žmones.“ (Biden, 2023-12-13)</p> <p>„Jungtinės Valstijos tvirtai remia Ukrainą, nes ji gina savo teritoriją ir bando priimti diplomatinę rezoliuciją, kuri užtikrintų teisingą ir ilgalaikę taiką.“ (Biden, 2023-09-21)</p>	<p>„Prancūzija solidarizuojasi su Ukraina. Ji palaiko ukrainiečius ir veikia su savo partneriais ir sąjungininkais, kad sustabdytų karą.“ (Macron, 2022-02-24)</p> <p>„Ukraina dar nemirė. Nei Ukrainos šlovė, nei laisvė nemirė. Šie žodžiai yra pirmieji Ukrainos himno žodžiai.. Šiandien jiems sakau iš Kijevo: galite pasikliauti Europos brolija, kad Ukraina būtų laisva.“ (Macron, 2022-06-16)</p>	<p>„Mūsų politika ir mūsų širdys yra ukrainiečių pusėje. Mes stojame prieš naikinimą, kurį Rusija daro Ukrainoje - su griežtomis sankcijomis, kurios veikia.“ (Scholz, 2022-04-02)</p> <p>„Karas Ukrainoje, Europoje mums taip pat kelia naujus didelius iššūkius. Gerai, kad mes juos tvarkome kartu, ranka rankon.“ (Scholz, 2022-06-09)</p>

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pateiktuose duomenyse galima pastebėti, kad politikos lyderio J. Biden'o nuomonė apie Rusijos veiksmus ir pradėtą karą prieš Ukrainą yra neigiama. Šis lyderis griežtai smerkė Rusijos veiksmus ir kaltino Rusijos vadovą V. Putin'ą: „Diktatorius, linkęs atstatyti imperiją, niekada nesugebės ištrinti žmonių meilės laisvei. Žiaurumas niekada nesumenkins laisvos valios. Ukraina niekada nebus Rusijos pergalė“ (Biden, 2023-02-24). Išreišdamas neigiamą nuomonę, J. Biden'as tikino visuomenę, kad Jungtinių Valstijų pastangos paremti Ukrainą niekada nesumažės: „Putinas tikisi, kad mes pasitrauksime. Mes to nedarysime“ (Biden, 2024-02-24). Be to, skatino visuomenę nepasiduoti ir priešintis Rusijai net ir praėjus metams po invazijos Ukrainoje: „Šiandien turime pasipriešinti agresijai, kad atgrasytume rytoj būsimus agresorius“ (Biden, 2023-09-19). Galima daryti prielaidą, kad politikos lyderis J. Biden'as aiškiai parodo auditorijai, kad Rusiją laiko agresore, ir išreiškia pasipiktinimą jos veiksmais. Be to, dažnai Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as Rusijos vadovą įvardijo ir kaip diktatorių, o Rusijos karinius veiksmus prieš Ukrainą – noru atkurti buvusią Rusijos imperiją: „Pasikartosiu šiandien tai, ką sakiau prieš metus, kai Rusija įsiveržė į

Ukrainą. Diktatorius, linkęs atkurti imperiją, niekada neištrins žmonių meilės laisvei. Žiaurumas niekada nesumals laisvos valios“ (Biden, 2023-02-24). Ukrainos atžvilgiu politikos lyderio J. Biden'o nuomonė visiškai skyrėsi lyginant su išreikšta pozicija Rusijos atžvilgiu. Nuo pat karo Ukrainoje pirmų dienų J. Biden'as komunikuodamas informavo visuomenę, kad Amerika palaiko Ukrainą: „Amerika palaiko Ukrainą ir jos žmones“ (Biden, 2023-12-13). Be to, politikos lyderis žavėjosi Ukrainos žmonėmis ir jų drąsa karo laikotarpiu: „Mes subūrėme pasaulį, kad paremtume drąsius Ukrainos žmones, nes jie gina savo laisvę ir patį suverenitetą“ (Biden, 2023-07-13). Taip pat prezidentas komunikuodamas akcentavo nesibaigiančią paramą Ukrainai: „Dar kartą patvirtintu mūsų tvirtą ir neblėstantį įsipareigojimą Ukrainos demokratijai, suverenitetui ir teritoriniam vientisumui“ (Biden, 2023-02-20). J. Biden'as karo Ukrainoje laikotarpiu išreiškė susižavėjimą Ukrainos prezidento drąsa ir gyrė jo ir Ukrainos žmonių drąsą saugant Ukrainos suverenumą: „Pone prezidente, ką gina Ukrainos žmonės ir ką jūs pasiekėte, turi stebėti visas pasaulis. Kalbu už Ameriką, kai sakau, kad esame sužavėti tuo, ką tu padarei iki šiol“ (Biden, 2023-05-22). Tokiame palaikyme galima įžvelgti empatiško lyderio savybes, kuriuose lyderis išreiškė savo palaikymą, rodydamas būvimą šalia su ukrainiečiais krizės akivaizdoje. Pastebėta, kad Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as aiškiai išreiškė savo nuomonę apie Rusijos karą prieš Ukrainą.

Politikos lyderis E. Macron'as apie Rusijos veiksmus komunikavo neigiamai. Tyrimas atskleidė, kad kaip ir J. Biden'as, taip ir Prancūzijos prezidentas smerkė Rusiją ir skatino kuo greičiau nutraukti karinius veiksmus vykdomus prieš Ukrainą: „*Prancūzija griežtai smerkia Rusijos sprendimą pradėti karą Ukrainai. Rusijai reikia nedelsiant nutraukti karines operacijas*“ (Macron, 2022-02-24). Be to, E. Macron'as Rusijos invaziją sulygino su Sovietų Sąjungos šalių okupacija ir aiškiai išsakė, kad šie veiksmai yra neteisėti: „*<...> neteisėtas, tiesioginis ir masinis atakavimas prieš Ukrainą ketvirtadienį, vasario 24 d., yra rimčiausios ir nevaržomos Rusijos režimo valdžios apraiškos nuo TSRS pabaigos*“ (Macron, 2022-03-01). Nors E. Macron'as ir smerkė Rusijos veiksmus, tačiau karo Ukrainoje pradžioje, Prancūzijos politikos lyderis tvirtino, kad svarbu siekti dialogo tarp dvejų kariaujančių šalių, kad būtų išspręstas karinis konfliktas: „*Maskva ir Kijevas turi derėtis dėl bet kokio karo sprendimo, gerbiant Ukrainos suverenitetą ir teritorinį vientisumą*“ (Macron, 2022-05-28). Pastebėta, kad po nepavykusio siekio dialogo būdu pasiekti taiką Ukrainoje ir žiaurių Rusijos sukeltų išpuolių viename iš Ukrainos miestų, Prancūzijos politikos lyderis aiškiai pasisakė, kad svarbu iširti Rusijos invazijos į Ukrainą padarinius ir atsakingus žmones patraukti atsakomybėn: „*<...> kad šių nusikaltimų kaltininkai būtų patraukti atsakomybėn ir nubausti pagal tarptautinę teisę, mes ir toliau mobilizuojamės, renkant įrodymus. Mūsų ekspertai yra priekinėse linijose*“ (Macron, 2022-06-16). Be to, E. Macron'as, kaip ir J. Biden'as tvirtino, kad pasaulio šalims svarbu susivienyti, kad būtų sustabdytas karas: „*Mes susivieniję pasmerkti neteisėtą ir nepateisinamą Rusijos agresiją prieš Ukrainą*“ (Macron, 2022-06-29).

Prancūzijos politikos lyderis E. Macron'as, kaip ir J. Biden'as, išreiškė palaikymą Ukrainai ir jos suverenumui. E. Macron'as ne viename įrašė išreiškė solidarumą Ukrainos atžvilgiu ir tikino, kad kartu su sąjungininkais, prisidės prie Ukrainos paramos: „*Prancūzija solidarizuojasi su Ukraina. Ji palaiko ukrainiečius ir veikia su savo partneriais ir sąjungininkais, kad sustabdytų karą*“ (Macron, 2022-02-24). Be to, kaip ir Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas, Prancūzijos politikos lyderis didžiavosi ir palaikė Ukrainos žmonių drąsą karo metu: „*Nepaisant siaubingų Rusijos kariuomenės įvykdytų nusikaltimų Irpine, Mariupolyje, Bučoje, Izioume ir daugelyje kitų vietų Ukrainoje, Ukrainos žmonės toliau kovoja su žavėtiniu ryžtu už savo šalį ir už savo laisvę. Noriu atiduoti jiems pagarbą*“ (Macron, 2022-12-13). Politikos lyderis teigė, kad Ukraina laimės karą ir išlaikys laisvę su

Prancūzijos pagalba: „<...> šiandien su mūsų pagalba Ukraina priešinosi ir savo drąsa eis iki pat pergalės“ (Macron, 2023-05-09). Taigi, išanalizavus E. Macron'o komunikaciją galima teigti, kad E. Macron'as, kaip ir J. Biden'as, tvirtai palaiko Ukrainą ir jos žmones ir yra pasiruošęs remti Ukrainą, suteikdamas visą reikiamą pagalbą krizės metu.

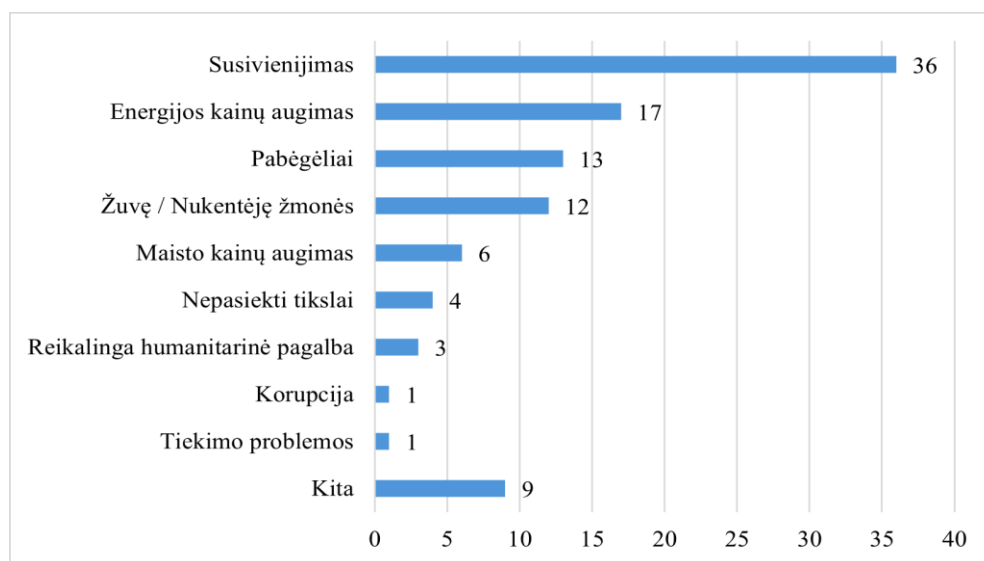
Išanalizavus Vokietijos kanclerio O. Scholz'o komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“ pastebėta, kad politikos lyderis Rusijos invaziją laiko ne tik Vokietijos, bet ir visos Europos atsakomybe ir nuo savo asmeninio požiūrio politikos lyderis susilaiko: „Mūsų politika Rusijos atžvilgiu gali būti tik bendra Europos politika“ (Scholz, 2022-03-17). Vokietijos kancleris tikino, kad svarbu pasiekti susitarimą su Rusija, kad būtų užtikrinta taika Europoje: „Taika Europoje įmanoma tik su Rusija, o ne prieš Rusiją“ (Scholz, 2022-03-17). Šios nuomonės gali pasirodyti kontraversiškos, palyginus su politikos lyderių J. Bideno ir E. Macron'o komunikacija, kurioje politikos lyderiai aiškiai pasmerkė Rusijos veiksmus. Vokietijos kancleris kaip ir E. Macron'as, įrašuose tvirtino, kad dialogas kartu su Rusija, gali išspręsti krizę: „Esu įsitikinęs: tokiais sudėtingais laikais kaip šie, dar svarbiau, kad prietume prie pokalbio ir būtume pokalbyje“ (Scholz, 2022-05-24). Svarbu paminėti, kad po žiniasklaidos kritikos, Vokietijos kancleris sušaukė susitikimą, kurio metu patvirtino savo paramą Ukrainai ir išreiškė neigiamą nuomonę dėl Rusijos sukulto karo: „Visi vieningai stovime už Ukrainos ir smerkiame Rusijos prezidento agresijos karą“ (Scholz, 2022-06-23), tačiau ir čia galima pastebėti, kad Vokietijos kancleris neišreiškė savo asmeninės nuomonės, o naudojo įvardį „visi“, kad išvengtų suasmeninimo Ukrainos palaikymo atžvilgiu. Galima daryti išvadą, kad prie politikos lyderio nuomonės suformavimo Rusijos atžvilgiu prisidėjo ir žiniasklaidos įtaka bei neigiami komentarai, kurie galėjo pakenkti politikos lyderiui. Anot Aaldering'o ir Vliegenthart'o (2016), žiniasklaida yra itin galingas įrankis, kuris gali ir sužlugdyti politikos lyderio įvaizdį, jei jis neatsižvelgs į neigiamus komentarus. Dėl šių priežasčių, tikėtina, kad O. Scholz'as pradėjo smerkti Rusiją, kad sulauktų palankumo iš Vakarų valstybių.

Vokietijos politikos lyderis komunikacijoje apie Ukrainą dažniausiai išreiškė solidarumą Ukrainos žmonėms: „Šiomis sunkiomis valandomis visiškai solidarumas skiriamas Ukrainos piliečiams.“ (Scholz, 2022-02-24). Be to, teigė, kad karo pasekmės yra jaučiamos ne vien Ukrainai, tačiau ir kitoms šalims: „Karas Ukrainoje meta iššūkį mums visiems. Jis taip pat parodo, kiek daug gėrio nori padaryti kiekvienas žmogus“ (Scholz, 2022-04-01). Po sulauktos kritikos žiniasklaidoje, O. Scholz'as komunikavo apie Ukrainos rėmimą ir palaikymą: „Putinas negali laimėti šio karo, o mes remsime Ukrainą ateityje“ (Scholz, 2022-05-14). Kaip ir J. Biden'as ar E. Macron'as, Vokietijos kancleris taip pat žavėjosi ukrainiečių drąsa ir ryžtu karo akivaizdoje: „Žavėtina, kaip ukrainiečiai kovoja“ (Scholz, 2022-06-16). Be to, Vokietijos kancleris komunikacijoje kalbėjo apie pasiryžimą tęsti paramą kaip ir Jungtinių Valstijų prezidentas: „Mes ir toliau stovime šalia Ukrainos ir tęsime paramą tiek laiko, kiek reikės“ (Scholz, 2023-02-05). Taigi, Vokietijos kanclerio komunikaciją galima vertinti dvejopai, kadangi karo Ukrainoje pradžioje jis neišsakė aiškios pozicijos, kurią šalį palaiko karo metu. Be to, iš rezultatų galima pastebėti, kad dažnai O. Scholz'as komunikuojamas apie Ukrainą ir jos paramą naudoja įvardžius „mes“, orientuodamasis į Europos Sąjungos valstybių politikos lyderius, išvengdamas asmeninės nuomonės reiškimo. Anot Benoit'o (2020), įvaizdžio atstatymo teorija politikos lyderiai gali remtis tada, kai jaučia, kad jų reputacijai gali būti pakenkta. Nors kiti politikos lyderiai gali ieškoti „atpirkimo ožio“, tačiau šiuo atveju O. Scholz'as sulaukęs kritikos dėl savo pozicijos išsakymo, iš esmės pakeitė komunikaciją, kad jo įvaizdžio reputacija būtų išsaugota.

Apibendrinant galima teigti, kad visi politikos lyderiai neigiamai vertino Rusijos veiksmus. Jie smerkė Rusiją už karo pradėjimą prieš Ukrainą, nevengdami įvardinti, kad jie padarys viską, kad Rusija būtų nubausta ir baigtųsi karinis konfliktas. Tiesa, nors visi politikos lyderiai smerkė Rusijos veiksmus, tačiau ne iš karto atskleidė savo tvirtą nuomonę karo klausimu. J. Biden'as nuo pat pradžių griežtai smerkė Rusiją, tuo tarpu E. Macron'as nors ir turėjo neigiamą nuomonę, tačiau tikėjo, kad dialogas tarp kariaujančių šalių gali išspręsti konfliktą. O. Scholz'as ne iš karto pareiškė savo neigiamą nuomonę. Tik po žiniasklaidos kritikos Vokietijos kancleris pasmerkė Rusijos karą ir pareiškė stiprų palaikymą Ukrainai. Pastebima, kad J. Biden'as palaikydamas Ukrainą, dažnai tokiuose įrašuose komunikavo pirmuoju asmeniu, sudarydamas įvaizdį, kad jis yra pagrindinis Ukrainos rėmėjas. Tuo tarpu, E. Macron'as ir O. Scholz'as daugumoje įrašų apie Ukrainos pagalbą naudojo įvardžius „visi“, „mes“, tokiu būdu rodydami, kad jie ne vieni priėmė sprendimą remti Ukrainą.

Komunikuojamos karo pasekmės

Karas Ukrainoje galėjo sukelti įvairias pasekmes ne tik Ukrainai, bet ir kitoms pasaulio valstybėms. Ne išimtis ir analizuojamų politikos lyderių valdomos šalys. Dėl to buvo ištirta, kokias pasekmes karo Ukrainoje metu politikos lyderiai įvardijo, po Rusijos invazijos į Ukrainą. Iš viso užkoduoti 102 segmentai. Duomenys pateikti žemiau nurodytame paveiksle 13 pav.



13 pav. Politikos lyderių komunikacijoje nurodytos pasekmės karo Ukrainoje kontekste

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Nors karas Ukrainoje sukėlė milžiniškų pasekmių tiek Ukrainai, tiek visam pasauliui, atvaizduotose rezultatuose politikos lyderiai daugiausia komunikavo apie susivienijimą, kurį lėmė prasidėjęs karas Ukrainoje. Politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as ir O. Scholz'as susivienijimą kaip karo pasekmę paminėjo 36 kartus savo paskelbtuose įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“. Tiesa, daugiausia kartų susivienijimą kaip karo pasekmę minėjo Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas. Jis apie susivienijimą komunikavo 24 kartus. Jo teigimu, karas prieš Ukrainą suvienijo dvi skirtingas partijas Jungtinių Amerikos Valstijų kongrese: „*Karas sujungė dvi mūsų partijas Kongrese ir sujungė laisvę mylintį pasaulį*“ (Biden, 2022-03-16). Be to, ne kartą politikos lyderis tvirtino, kad dėl paramos Ukrainai susivienijo NATO ir G7 politikos lyderiai. Tokią pat nuomonę apie NATO ir G7 susivienijimą išreiškė ir Prancūzijos prezidentas E. Macron'as: „*Tai yra įsipareigojimų, kuriuos*

sukūrėme G7 formatu, atviru visoms NATO sąjungininkams, reikšmė“ (Macron, 2023-07-12). E. Macron'as komunikacijoje taip pat pabrėžė Europos vienybę, kuri pasireiškė po prasidėjusio karo Ukrainoje: „*Europa 2022 metų birželį labai skiriasi nuo 2022 metų sausio. Susivieniję sugebėjome veikti pagal struktūrinius sprendimus mūsų žemyne. Krizių akivaizdoje <...>*“ (Macron, 2022-06-24). Svarbu paminėti, kad Prancūzijos prezidentas apie susivienijimą komunikavo 7 kartus. O. Scholz'as susivienijimą kaip karo pasekmę savo įrašuose minėjo 5 kartus. Jis paskelbtuose įrašuose teigė, kad Putin'o karas nepalaužė Europos ir Vokietijos, o jas tik sustiprino: „*<...> Mes neleidome būti susiskaldomais: vietoje to, sujungėme visas savo pajėgas ir palaikėme Ukrainą jos didvyriškoje gynybinėje kovoje <...>*“ (Scholz, 2023-02-24). Taigi, rezultatai rodo, kad politikos lyderiai karo akivaizdoje pasitelkė tokią komunikaciją, kuri įkvėptų visuomenę krizės metu, informuodami apie susivienijimą ir dar didesnę šalių galią. Čia galima išvelgti transformacinę lyderių savybę, kuri pasireiškia tikėjimu savo vizija ir visuomenės skatinimu nepasiduoti tokios krizės kaip karas akivaizdoje. Anot Asmawi'o ir Fulazzaky'io (2022), tokia lyderystė gali įkvėpti visuomenę ir prisidėti prie efektyvaus krizės valdymo.

Karo Ukrainoje akivaizdoje politikos lyderiai visuomenę informavo ir apie energijos kainų augimą. Politikos lyderiai apie energijos kainų augimą komunikavo panašiu įrašų kiekiu. E. Macron'as 7 įrašuose perspėjo žmones, kad dėl karo gali augti naftos, dujų kainos: „*Naftos, dujų ir žaliavų kainų augimas turi ir turės pasekmių: rytoj benzino kaina, šildymo sąskaitos suma, tam tikrų produktų kaina gali toliau augti*“ (Macron, 2022-03-02). J. Biden'as šią pasekmę pristatė 5 kartus ir orientavosi į kainų stabilizavimą dėl karo: „*70 % kainų padidėjimo kovo mėnesį atsirado iš Putino benzino kainų augimo. Šį iššūkį turime spręsti su neatidėliotiniais reikalavimais*“ (Biden, 2022-04-13). Tuo tarpu Vokietijos kancleris O. Scholz'as 5 įrašuose tvirtino, kad Rusijos sukeltas karas turi pasekmių energijos kainų augimui, tačiau Vokietija stengsis kainų augimą sustabdyti: „*Šiuo metu įperkama energija. Tiek nacionaliniu, tiek europiečių požiūriu, visada galvojame apie vieną dalyką: kainų kilimas dėl Rusijos nebus problema <...>*“ (Scholz, 2022-05-19). Galima pastebėti, kad J. Biden'as ir E. Macron'as laikosi etinio lyderio savybių, stengdamiesi išlikti sąžiningais, ir neslėpdami teisybės apie krizę, kad ir kokia ji būtų (Yeo, Jeon, 2022), tuo tarpu O. Scholz'as neatsikleidė Rusijos karo įtakos, tokiu būdu siekdamas sušvelninti krizės situaciją.

Apie pabėgėlių problemą dažniausiai komunikavo Vokietijos kancleris O. Scholz'as. Jis pabėgėlius komunikuodamas minėjo 10 kartų. Politikos lyderis dažniausiai išreiškė užuojautą ir norą padėti nukentėjusiesiems nuo karo: „*Noras padėti pabėgėlėms moterims, vaikams ir vyrams iš Ukrainos yra didelis*“ (Scholz, 2022-03-09). Tuo tarpu Prancūzijos prezidentas E. Macron'as pabėgėlius mini vos 2 kartus. Tokiuose įrašuose jis informavo apie bėgančius žmones dėl sukulto Rusijos karo ir užjautė pabėgėlius: „*Šimtai tūkstančių Ukrainos pabėgėlių bėga iš šalies*“ (Macron, 2022-03-02). Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as apie pabėgėlius komunikavo tik 1 įrašė, kuriame buvo nurodyta, kad pabėgėlių stovyklą savo šalyje, tai gali būti dėl to, kad dauguma Ukrainos pabėgėlių bėgo nuo karo į Europos valstybes.

Akivaizdu, kad politikos lyderiai visuomenei skleidė informaciją apie nukentėjusiuosius nuo karo Ukrainoje ir žuvusius žmones. Apie karo žiaurumus dažniausiai informavo Prancūzijos Politikos lyderis E. Macron'as. Prancūzijos prezidentas apie šią pasekmę komunikavo 10 kartų. Jis informavo visuomenę apie nukentėjusiuosius Ukrainos mieste – Bučoje: „*Vaizdai iš Bučos, išlaisvinto miesto netoli Kyjivo, yra nepakeliami. Gatvėse bailiai nužudyti šimtai civilių*“ (Macron, 2022-04-03). Be to, įrašuose paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“, Prancūzijos prezidentas išreiškė užuojautą nukentėjusiesiems ir smerkė Rusijos veiksmus. Tuo tarpu O. Scholz'as 2 įrašuose taip pat išreiškė

užuojautą nukentėjusiesiems: „<...> *Visi jaučiame skausmą nekaltoms nusikalstamo Rusijos agresijos karo, kuris siautėja beveik 100 dienų, aukoms*“ (Scholz, 2022-06-01). Įdomu tai, kad J. Biden'as nukentėjusių ukrainiečių savo paskelbtuose įrašuose karo Ukrainoje tema nemini. Tai galėjo lemti politinio lyderio koncentracija į teigiamus dalykus komunikuojant apie Ukrainą ir jos pasekmes, kadangi prezidentas dažniausiai teigė, kad karas Ukrainoje suvienijo.

Savo komunikacijoje politikos lyderiai daug rečiau informavo apie tokias pasekmes kaip maisto kainų augimas, nepasiekti tikslai Ukrainos paramos klausimu, reikalinga humanitarinė pagalba, atsiradusi korupcija ir tiekimo problemos. Apie maisto kainų augimą dažniausiai informavo O. Scholz'as. Vokietijos kancleris apie šią pasekmę komunikavo 3 įrašuose. Jis tvirtino, kad augančios maisto kainos kelia daug iššūkių, todėl su jomis privaloma kovoti. E. Macron'as 2 įrašuose ir J. Biden'as 1 įrašė apie maisto kainas komunikavo visuomenei informaciniu būdu, siekdami supažindinti visuomenę su kainų augimu, kurį lėmė karas Ukrainoje. Apie nepasiektus tikslus 3 įrašuose komunikavo J. Biden'as. Jis teigė, kad nebuvo pasiekti tikslai, kurie prisidėtų prie greitesnio paramos Ukrainai suteikimo, o tai gali turėti įtakos Ukrainos suverenitetui: „*Nors dauguma Kongreso tvirtai remia Ukrainą, dvišalis įstatymas neturi finansavimo jam tęsti*“ (Biden, 2023-10-02). Tuo tarpu politikos lyderiai J. Biden'as 1 įrašė ir E. Macron'as 2 įrašuose teigė, kad Ukrainai labiau nei bet kada reikalinga humanitarinė pagalba: „*Moterims ir vaikams, kurie šiandien palieka Ukrainą po bombomis, reikės mūsų neblėstančios paramos*“ (Macron, 2022-03-15). Apie korupciją 1 įrašė socialiniame tinkle „Facebook“ informavo Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as. Politikos lyderis tikino, kad karas Ukrainoje atvėrė galimybes Rusijos oligarchams vykdyti korupcinius veiksmus: „*Rusijos oligarchams ir korumpuotiems lyderiams, kurie iš šio smurtinio režimo nupiešė milijardus dolerių*“ (Biden, 2022-03-04). Tuo tarpu E. Macron'as pristatė tiekimo problemas 1 įrašė: „*Šis karas trukdo pasėliams ir javų sėkloms, todėl daugeliui šalių kyla rimtų tiekimo problemų: 750 mln.*“ (Macron, 2022-03-26). Kategorijos „kita“ įrašuose politikos lyderiai komunikavo apie pavienes pasekmes tokias kaip neigiamą įtaką pasaulio gyventojams arba vaikų pagrobimą karo Ukrainoje metu.

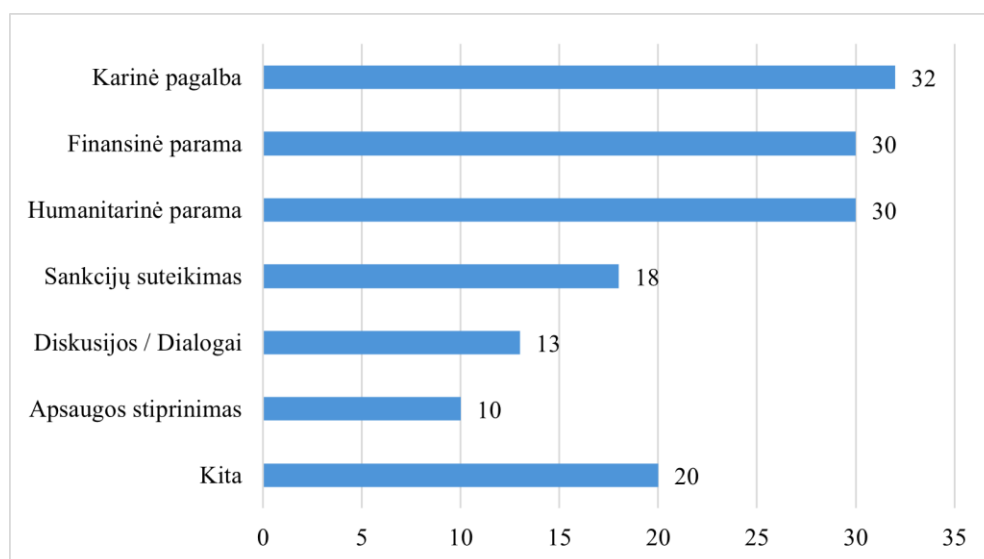
Apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderių komunikacijos turinys paskelbtuose įrašuose apie karo Ukrainoje sukeltas pasekmes, pasiskirstė skirtingai. Pavyzdžiui, Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas daugiausia tvirtino, kad karas suvienijo tautas, ir mažiau dėmesio skyrė pabėgėlių problemai ar komunikacijai apie nukentėjusiuosius nuo karo. Tokioje jo komunikacijoje galima įžvelgti literatūroje apžvelgtą vieną iš krizių komunikacijos strategijų – sustiprinimo strategiją, kuri pasireiškia tada, kai lyderis stengiasi komunikuoti apie teigiamus aspektus krizės metu, nukreipdamas visuomenės dėmesį nuo pagrindinių krizės pasekmių (Coombs, 2007; Tian, Yang, 2022). Tuo tarpu E. Macron'o komunikacijoje galima pastebėti, kad šis politikos lyderis daugiausia dėmesio skyrė žuvusiems ir nukentėjusiesiems dėl Ukrainos karo. Galima daryti prielaidą, kad taip politikos lyderis stengėsi išreikšti užuojautą ir supažindinti visuomenę su karo žiaurumais, siekdamas paskatinti visuomenę palaikyti Ukrainą. Be to, Vokietijos kancleris palyginti su kitais politikos lyderiais dažniausiai komunikavo apie pabėgėlių problemą dėl karo. Čia jis išreiškė palaikymą pabėgėliams ir teigė, kad Vokietija prisidės prie pabėgėlių rėmimo. Tai galėjo lemti, kad per karą Ukrainoje, pabėgėliai Vokietiją rinkosi kaip vieną iš kryptų.

Išanalizavus politikos lyderių komunikacijoje nurodomas pasekmes, kurias sukėlė karas Ukrainoje, svarbu ištirti tų pasekmių dinamiką politikos lyderių komunikacijoje. Pastebima, kad politikos lyderiai apie susivienijimą, dažniausiai komunikavo pirmaisiais karo Ukrainoje metais. Apie energijos kainų augimą, politikos lyderiai informavo karo Ukrainoje pradžioje. Pabėgėlių problema

buvo pristatoma pirmaisiais karo mėnesiais, kaip ir pranešimai apie žuvusius ir sužeistus žmones. Maisto kainų augimas dažniausiai minimas 2022-05-2022-08, o apie nepasiektus tikslus politikos lyderiai komunikavo karo pradžioje ir 2023m. pabaigoje, tai galėjo lemti politikos lyderių pastangos priimti sprendimus, kurie prisidėtų prie Ukrainos paramos karo metu. Apie humanitarinės pagalbos svarbą buvo komunikuojama pirmaisiais karo mėnesiais, kaip ir apie korupcijos ir tiekimo problemas. Galima daryti išvadą, kad politikos lyderiai krizės pasekmėms pristatyti daugiausia dėmesio skyrė karo Ukrainoje pradžioje.

Komunikuojamos krizės sprendimo priemonės

Tokios krizės kaip karas metu visuomenė siekė išgirsti, kaip politikos lyderiai stengiasi kovoti su krize ir jos pasekmėmis ir kokius veiksmus siūlo, kad sustabdytų krizę. Todėl, tyrimo metu buvo svarbu nustatyti, kokius veiksmus politikos lyderiai siūlė, kad būtų išsprendžiama krizė ir patikrinti, siūlomų veiksmų pasiskirstymą krizės metu. Svarbu paminėti, kad politikos lyderiai dažnai komunikavo, kad darys viską, kad karas Ukrainoje būtų sustabdytas, tačiau veiksmai konkrečiai nebuvo įvardinti. Dėl šios priežasties pasiūlytų priemonių skaičius nėra aukštas. Iš viso užkoduoti 153 segmentai. Duomenys pateikiami žemiau nurodytame paveiksle 14 pav.



14 pav. Politikos lyderių krizės sprendimo priemonių pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotuose duomenyse pastebima, kad politikos lyderiai J. Biden'as, O. Scholz'as ir E. Macron'as daugiausia komunikavo apie karinės pagalbos teikimą Ukrainai, kad prisidėtų prie krizės valdymo. Daugiausia dėmesio karinei paramai komunikuodamas skyrė E. Macron'as. Apie karinės pagalbos suteikimą šis politikos lyderis savo įrašuose skelbė 23 kartus. E. Macron'as informavo visuomenę apie suteiktą karinę pagalbą ir ketinimą nenumatyti remti Ukrainos karinėmis priemonėmis: „Per 50 dienų Prancūzija Ukrainai pristatė daugiau nei 100 milijonų eurų karinės technikos“ (Macron, 2022-04-14). J. Biden'as apie karinę pagalbą komunikavo 5 įrašuose. Jis skelbė informacinio tipo pranešimus apie Amerikos teikiamą pagalbą: „Šiandien paskelbiau, kad Jungtinės Valstijos išsiųs Ukrainai 31 tanką „Abrams“ – įrodymą, kad mūsų ilgalaikis ir neįveikiamas įsipareigojimas Ukrainai ir mūsų pasitikėjimas Ukrainos pajėgų įgūdžiais“ (Biden, 2023-01-26). Galima pastebėti, kad J. Biden'as pabrėžia, kad Amerikos įsipareigojimai yra ilgalaikiai ir neįveikiamieji, stengdamasis pabrėžti Amerikos indėlį krizės valdyme. Tuo tarpu Vokietijos kancleris

O. Scholz'as savo komunikacijoje apjungė finansinę, humanitarinę ir karinę pagalbą ir visuose 4 įrašuose, minėjo šių pagalbų teikimą Ukrainai: „*Dar kartą labai aiškiai pasakiau, kad ateityje ir toliau remsime Ukrainą finansiškai, humanitarinę ir karinę veiklą glaudžiai koordinuodami su savo partneriais*“ (Scholz, 2022-05-29). Pastebima, kad šis politikos lyderis teigia, kad parama yra skiriama kartu su partneriais, neišskirdamas savo asmeninio indėlio paramos teikime kaip J. Biden'as.

Apie finansinės pagalbos suteikimą politikos lyderiai komunikavo 30 įrašų. Tiesa, E. Macron'o komunikacijoje informavimas apie vykdomą paramą Ukrainai buvo dažniausias, kadangi prezidentas šią priemonę savo komunikacijoje siūlė 16 kartų. Prancūzijos lyderis apie paramą Ukrainai neretai komunikuoja visos Europos lyderių vardu: „*Europoje nusprendėme dėl 1,2 mlrd. eurų ekonominės pagalbos Ukrainai*“ (Macron, 2022-02-25). Anot Boin'o et al. (2013), krizių metu visuomenė tikisi iš politikos lyderių sužinoti visą reikalingą informaciją ir veiksmus, kurių politikos lyderis žada imtis, kad krizė būtų išspręsta, o tai pastebima ir E. Macron'o komunikacijoje, kurioje politikas aiškiai informuoja apie paramą Ukrainai. J. Biden'as finansinę paramą minėjo 7 įrašuose. Daugumoje įrašų prezidentas ragino JAV kongresą kuo greičiau priimti finansavimo paketą Ukrainai: „*Kongresas turi perduoti papildomą finansavimą Ukrainai*“ (Biden, 2023-12-14). Šiame prezidento pranešime galima išvelgti ir kaltės perkėlimo strategijos užuomazgų, kadangi jaučiama, kad atsakomybė dėl paramos Ukrainai perduodama kongresui. Kaltės perkėlimas pasireiškia, kai apkaltintas asmuo bando savo kaltę suversti kitam žmogui (Coombs, 2007; Tian, Yang, 2022). Šiuo atveju, jei sprendimas nebūtų priimtas, J. Biden'as galėtų kaltinti kongresą. Vokietijos kancleris kaip ir J. Biden'as apie finansinę paramą Ukrainai pasidalino 7 įrašuose. O. Scholz'as ne viename įrašė išreiškia finansinės pagalbos teikimo tęstinumą: „*<...> Todėl ir toliau propaguosiu tvarią, patikimą finansinę paramą Ukrainai ateinančiais metais*“ (Scholz, 2023-12-13).

Humanitarinės pagalbos klausimu daugiausiai pasisakė Prancūzijos prezidentas E. Macron'as. Apie humanitarinę pagalbą prezidentas skelbė 16 įrašų. Tokiuose įrašuose prezidentas humanitarinę pagalbą siūlė kartu su karine ir finansine parama: „*Kol taika negrįš į laisvą ir nepriklausomą Ukrainą, kol reikės, liksime mobilizuoti. Humanitarinė, ekonominė ir karinė parama, įgalinanti Ukrainos karių padaryti pokytį ant žemės prieš Rusijos kariuomenės atakas*“ (Macron, 2022-06-18). Čia taip pat galima išvelgti politikos lyderio siekį parodyti paramos tęstinumą. O. Scholz'as apie humanitarinės pagalbos suteikimą komunikavo 9 įrašuose. Dažnai humanitarinė pagalba politikos lyderio įrašuose, susijusi su Vokietijos pagalba integruoti pabėgėlius: „*Atvykstantiems užtikrinsime geriausią integraciją*“ (Scholz, 2022-05-29). Tuo tarpu J. Biden'as apie humanitarinės pagalbos Ukrainai skyrimą komunikavo 5 įrašuose. Tokiuose įrašuose prezidentas akcentuoja bendradarbiavimą su partneriais dėl humanitarinės paramos suteikimo: „*Amerika vadovauja ir kartu su sąjungininkais ir partneriais – teikia milžinišką saugumą ir humanitarinę pagalbą*“ (Biden, 2022-03-17). Galima matyti, kad ir čia prezidentas rodė, kad Amerika užima lyderės vaidmenį paramos teikime.

Sankcijų suteikimas kaip priemonė suvaldyti krizę buvo minima visų politikos lyderių įrašuose paskelbtuose socialiniame „Facebook“. J. Biden'as nuo pat karo pradžios komunikavo apie sankcijų Rusijai įvedimo svarbą: „*Įvedėme didžiausias visų laikų sankcijas didžiajai ekonomikai – apie tai pranešime daugiau šią savaitę*“ (Biden, 2023-02-22). J. Biden'as sankcijas kaip krizės sprendimo būdą siūlė 5 įrašuose. Prancūzijos politikos lyderis kaip ir J. Biden'as komunikacijoje argumentavo sankcijų svarbą, kad Rusija nutrauktų karinius veiksmus. E. Macron'as apie suteikiamas sankcijas komunikavo visų europiečių vardu ir pasidalino 6 įrašais: „*Kaip europiečiai, priimame naujas sankcijas*“ (Macron, 2022-04-08). Tuo tarpu, O. Scholz'as sankcijas laiko, kaip kovos su smurtu

veiksma ir apie jų suteikimą ir veiksmingumą informuoja 4 įrašuose: „*Mes stojame prieš naikinimą, kurį Rusija daro Ukrainoje - su griežtomis sankcijomis, kurios veikia*“ (Scholz, 2022-04-02).

Nors J. Biden'as nuo pat karo Ukrainoje pradžios pasmerkė Rusijos veiksmus ir nesutiko derėtis su Rusijos vadovu dėl Ukrainos padėties, tačiau politikos lyderiai E. Macron'as ir O. Scholz'as šiuo požiūriu išsiskyrė. Karo metu šie politikos lyderiai tikėjosi, kad dialogas ir diskusijos su V. Putin'u prisidės prie krizės išsprendimo. O. Scholz'as buvo įsitikinęs, kad karo metu svarbu bendradarbiauti ir apie diskusijas komunikavo 2 įrašuose: „*Esu įsitikinęs: tokiais sudėtingais laikais kaip šis, dar svarbiau, kad bendradarbiautumėme ir būtume pokalbyje*“ (Scholz, 2022-05-24). Prancūzijos prezidentas tikino, kad svarbu, kuo greičiau dalyvauti dialoge, kad būtų išvengta blogiausių pasekmių: „*<...> Būtina palaikyti dialogą, kad išvengtume žmogaus dramos. Tęsiu savo pastangas ir komunikaciją. Turime vengti blogiausio*“ (Macron, 2022-03-03). Prancūzijos prezidentas tokio tipo įrašais pasidalino 11 kartų.

Politikos lyderiai pristatė ir apsaugos stiprinimo veiksmus. Apie juos komunikavo Europos politikos lyderiai O. Scholz'as ir E. Macron'as. Įrašuose politikos lyderiai išreiškė valstybių sienų stiprinimo ir apsaugos priemonių suteikim svarbą, kad būtų apsaugota nuo Rusijos sukeltų grėsmių. O. Scholz'as 4 įrašuose komunikavo apie investicijas šalies apsaugai: „*Mes sąmoningai investavome savo 200 milijardų eurų apsaugos skydą dvejiems-trejiems metams*“ (Scholz, 2022-10-20). E. Macron'as 6 įrašuose informavo Prancūzijos ir NATO aljanso stiprinimą: „*<...> Stiprinant mūsų NATO gynybinę ir atgrasančią laikyseną rytų Europoje, lėktuvų grupės jūreivius, mūsų misija yra itin svarbi*“ (Macron, 2022-12-19).

Prie kategorijos „kita“ buvo priskiriami įrašai, kuriuose politikos lyderiai informavo apie piliečių pagalbą ir indėlį krizei išspręsti: „*Milijonai žmonių aukoja, eina į taikos meetingus arba padeda pabėgėliams iš Ukrainos*“ (Scholz, 2022-03-23). Politikos lyderiai šia tema komunikavo apie atsinaujinančių energijos šaltinių svarbą sprendžiant išaugusių kainų problemą: „*Siekdami greitai tapti nepriklausomi nuo Rusijos energijos, pasikliaujame masine atsinaujinančių energijos išteklių plėtra. Esu įsitikinęs, kad šis kelias taip pat neturi alternatyvos, atsižvelgiant į socialinę ir ekonominę transformaciją, kurią reikia valdyti*“ (Scholz, 2022-05-14).

Apibendrinant galima teigti, kad daugiausia dėmesio paramai Ukrainai savo paskelbtoje komunikacijoje skiria Prancūzijos prezidentas E. Macron'as. Prezidentas dažniausiai informavo apie finansinės, karinės, humanitarinės pagalbos suteikimą Ukrainai ir sankcijų Rusijai paskyrimą. Galima teigti, kad komunikacijoje prezidentas stengiasi parodyti, kad visuomenės interesus laiko svarbesnius už savus, o tai parodo prezidento emocinį išprusimą ir stabilumą krizės akivaizdoje (Fernandez, Shaw, 2020). Be to, pastebima, kad O. Scholz'as ir E. Macron'as skatino dialogą su Rusija, kad būtų nutraukti kariniai veiksmai, o J. Biden'as komunikacijoje atrodė kategoriškai nusiteikęs prieš bet kokį kontaktą su Rusija. Pastebėtina, kad politikos lyderių veiksmuose galime įžvelgti sandorio lyderystės bruožų, kurie neretai krizės metu gali suteikti bausmes ar kitas griežtas priemones krizės suvaldymui (Rathi et al., 2021). Politikos lyderiai už sukeltą krizę „baudžia“ Rusiją, paskelbdami įvairias sankcijas ir skelbdami apie reikalingos paramos Ukrainai suteikimą. Galima daryti prielaidą, kad tokie politikos lyderių veiksmai Ukrainos žmonėms gali suteikti vilties ir papildomos motyvacijos karo metu.

Išanalizavus politikos lyderių paskelbtus veiksmus sprendžiant karo Ukrainoje krizę, svarbu ištirti siūlomų veiksmų pasiskirstymą skirtinguose komunikacijos laikotarpiuose. Komunikacijos

laikotarpiu 2022-02-2022-05 politikos lyderiai daugiausia dėmesio skyrė humanitarinei pagalbai. Šiuo laikotarpiu buvo paskelbti 16 įrašų. Be to, karo Ukrainoje pradžioje politikos lyderiai E. Macron'as ir O. Scholz'as siekė ir diskusijos su Rusija konflikto išsprendimui. 2022-02-2022-05 laikotarpiu politikos lyderiai 10 savo įrašų komunikavo apie finansinę paramą Ukrainai. 9 įrašuose, karo Ukrainoje pradžioje politikos lyderiai informavo apie karinę pagalbą. Pastebėta, kad daugiausia politikos lyderiai dėmesio veiksmams, kurie padėtų išspręsti krizę skyrė karo pradžioje. Su laiku informavimas apie atitinkamus veiksmus kovai su krize vis labiau mažėjo. Pavyzdžiui, komunikacijos laikotarpyje 2023-08-2023-11, nė vienas politikos lyderis nepasiūlė veiksmų ir priemonių kovai su krize. Nors informavimas apie veiksmus vis retėjo, tačiau 2023-11-30-2024-02 politikos lyderiai paskelbė 6 įrašus, susijusius su teikiama finansine parama Ukrainai, be to 1 įrašė J. Biden'as suteikė papildomas 500 sankcijų Rusijai. Finansinės paramos suteikimą galėjo lemti diskusijos dėl būtinybės skirti finansinę paramą Ukrainai tam, kad Ukraina galėtų apsiginti nuo Rusijos, o sankcijų skyrimą Rusijos opozicijos lyderio A. Navaln'o mirtis.

Svarbu paminėti, kad politikos lyderių komunikacijoje buvo galima įžvelgti skirtingų lyderystės tipų pasireiškimą. Pavyzdžiui, Prancūzijos politikos lyderis E. Macron'as komunikavo apie paramą Ukrainai dažniau nei kiti politikos lyderiais. Todėl galima daryti prielaidą, kad politikos lyderis komunikuodamas Ukrainos žmonių interesus ir padėtį išreiškė kaip svarbiausius prioritetus, o čia pastebima tarnaujančiosios lyderystės užuomazgų. Tarnaujančiosios lyderystės tipo lyderiai neretai išreiškia empatiją nukentėjusiesiems nuo krizės (Piorun et al., 2021). Tuo tarpu J. Biden'as komunikuodamas apie Ukrainą ir jos pagalbą, pasižymėjo transformatoriško lyderio savybėmis. Tai pasireiškė, kai lyderis bandė rodyti save kaip itin įtakingą asmenį pagalbos suteikime ir stengėsi įkvėpti visuomenę argumentuodamas, kad jo pagalba prisidės prie karo sustabdymo. Celik'as et al. (2016) teigė, kad transformacinėmis savybėmis, pasižymintys lyderiai mato save kaip pokyčių vykdytojus, o tai galima pastebėti ir J. Biden'o komunikacijoje. Pastebėtina, kad O. Scholz'o vykdomoje komunikacijoje ryškaus lyderystės tipo nebuvo galima įžvelgti. Šio lyderio komunikacija apie Ukrainą pasižymėjo ir transformacinėmis lyderystės savybėmis, kai O. Scholz'as tikino apie savo nuveiktus darbus ir indėlį Ukrainos pagalbai, tačiau tuo pačiu galima įžvelgti ir tarnaujančiosios lyderystės bruožų, kurie pasireiškė, kai politikos lyderis išreiškė savo susirūpinimą dėl Ukrainos pabėgėlių ir visuomenės saugumo.

Politikos lyderių įrašuose išreikštos emocijos

Anot Kaur et al. (2021), socialiniuose tinkluose politikos lyderiai gali išreikšti skirtingas emocijas krizių metu, o skirtingų emocijų reiškimas gali visuomenę informuoti apie politikos lyderių požiūrį į krizę. Dėl to pasirinkta analizuoti politikos lyderių emocijas krizių komunikacijoje. Tikima, kad politikos lyderių tinkamų emocijų ištransliavimas gali prisidėti valdant krizes. Remiantis literatūroje pateiktais pavyzdžiais, kuriuose išskiriamos skirtingos emocijos politikos lyderių komunikacijoje, jos buvo analizuojamos ir politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o be O. Scholz'o įrašuose paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“. Iš viso užkoduoti 332 segmentai. Duomenys pateikti žemiau *10 lentelė*.

10 lentelė. Politikos lyderių emocijų pasireiškimas karo Ukrainoje laikotarpiu

	J. Biden'as	E. Macron'as	O. Scholz'as	Užkoduoti segmentai
Solidarumas	„Šiandien mes esame kartu – už laisvę ir prieš tironiją – priešintis žiauriam Rusijos agresijos karui ir paremti drąsius Ukrainos žmones.“ (Biden, 2023-14-14)	„Ukraina dar nemirė, nei Ukrainos šlovė, nei laisvė nemirė. Šie žodžiai yra pirmieji iš Ukrainos himno. Šiandien jiems sakau iš Kijevo: galite pasikliauti Europos brolija, kad Ukraina bus laisva.“ (Macron, 2022-06-16)	„Reiškiu solidarumą paremti Ukrainą jos kovoje už jų kovą dėl nepriklausomybės ir laisvės norėčiau padėkoti. Kartu įveiksime šio karo pasekmes. Čia su mumis, Europoje ir visame pasaulyje.“ (Scholz, 2022-06-10)	135
Palaikymas	„Amerika palaiko Ukrainą ir jos žmones.“ (Biden, 2023-12-13)	„<...> Ukraina ne viena.“ (Macron, 2022-12-13)	„Galiu garantuoti: pagalbą, kurią teiksime finansiškai, humanitarine ir ginklų tiekimo forma, ją tęsime tol, kol Ukrainai reikės mūsų paramos. Ukraina gyvuos. Šlovė Ukrainai.“ (Scholz, 2022-06-16)	100
Empatija	„Šį savaitgalį aplankiau stadioną, kuriame tūkstančiai Ukrainos pabėgėlių dabar bando atsakyti į sunkiausių žmogaus klausimus: „Kas man nutiks? Kas nutiks mano šeimai?“ <...> Man nereikėjo kalbėti kalba ar suprasti kalbos, kad pajusčiau emocijų jų akyse. <...>“ (Biden, 2022-03-28)	„Dėl Rusijos inicijuoto karo liūdi ne tik Ukrainos žmonės, bet ir visos Europos tautos. Šiandien mintimis esame ir su Graikija dėl dešimties tautiečių, gyvenančių Ukrainoje netoli Mariupolio, netekties.“ (Macron, 2022-02-27)	„<...> Visi jaučiame skausmą nekaltoms nusikalstamo Rusijos agresijos karo, kuris siautėja beveik 100 dienų, aukoms.“ (Scholz, 2022-06-01)	39
Bendradarbiavimas	„Šiandien kalbėjau su G7 vadovais, kad aptarčiau mūsų neblėstančią paramą Ukrainai ir nuolatines pastangas reaguoti į padėtį Artimuosiuose Rytuose <...>.“ (Biden, 2023-12-06)	„Su Vokietijos kancleriu šjryt su Kinijos prezidentu kalbėjomės apie dramatišką karo Ukrainoje pasekmes. Dėl paliuobų ir siekiant užtikrinti žmonėms galimybę gauti humanitarinę pagalbą prezidentas Xi Jinpingas parėmė mūsų veiksmus.“ (Macron, 2022-03-08)	„Su Maja Wallstein <...> Aptarėme Rusijos agresijos karą prieš Ukrainą.“ (Scholz, 2022-04-30)	34
Ryžtas	„Kai Putinas – savo geismu žemei ir valdžiai – išleido žiaurų karą prieš Ukrainą, jis lažinosi, kad NATO palūš. Jis manė, kad mūsų vienybę sugriautų per pirmąjį išbandymą. Jis manė, kad demokratiniai lyderiai bus silpni. Bet jis manė neteisingai.“ (Biden, 2023-07-13)	„Palaikyti dialogą žmonių apsaugai, gauti priemones, kurios padės išvengti žmogiškosios tragedijos, užbaigti šį karą: toks yra mano įsipareigojimo tikslas kartu su prezidentu Zelensky ir tarptautine bendruomene. Esu ir liksiu visiškai ryžtingas.“ (Macron, 2022-03-03)	„Mes žinome, ko siekiame. Taip pat dėl mūsų pačių istorijos. Visada būsime tvirti už taikų konfliktų sprendimą. Ir mes nesilsėsime, kol nebus užtikrinta taika #Europoje.“ (Scholz, 2022-02-27)	24

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Tyrimo rezultatuose galima matyti, kad politikos lyderiai savo įrašuose, paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“, daugiausia dėmesio skiria solidarumo reiškimui. J. Biden'as išreiškė solidarumą palaikydamas Ukrainos siekį apginti šalį: „Nėra saldesnio žodžio už laisvę. Amerikiečiai tai žino. Ukrainiečiai tai žino. Ir viskas, ką dabar darome, turi būti padaryta, kad mūsų vaikai ir anūkai tai taip

pat žinotų“ (Biden, 2023-02-25). Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas ir Prancūzijos prezidentas E. Macron‘as solidarumą išreiškė kaip Ukrainos žmonių palaikymą ir prisidėjimą prie karo sustabdymo: „Prancūzija solidarizuojasi su Ukraina. Ji palaiko ukrainiečius ir veikia su savo partneriais ir sąjungininkais, kad sustabdytų karą“ (Macron, 2022-02-24). O. Scholz‘as solidarumą išreiškė Ukrainos žmonėms: „Šiomis sunkiomis valandomis visiškai solidarumas skiriamas #Ukrainos piliečiams“ (Scholz, 2022-02-24). Anot McGuire et al. (2020), solidarumo reiškinys nukentėjusiems gali nuraminti visuomenę krizės akivaizdoje. Tad, galima daryti prielaidą, kad solidarumo reiškinio intensyvumas politikos lyderių komunikacijoje, galėjo lemti jų siekį nuraminti visuomenę karo Ukrainoje metu.

Politikos lyderiai savo įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“ reiškė palaikymą. Pavyzdžiui, J. Biden‘as informavo apie Ukrainos rėmimo svarbą karo metu: „<...> Amerikos žmonės – demokratai ir respublikonai – supranta, kas nutinka, kai diktatoriai nemoka kainos už savo mirtį ir sunaikinimą. Kongresas turi imtis veiksmų ir toliau remti Ukrainą“ (Biden, 2023-12-13). Prancūzijos politikos lyderis E. Macron‘as palaikymą parodė išreikšta pagarba Ukrainai: „Prancūzijos vardu kreipiuosi į prezidento Zelensky brolišką Prancūzijos paramą. Dabar jis yra garbės, laisvės ir drąsos veidas“ (Macron, 2022-03-03). Vokietijos kancleris O. Scholz‘as palaikymą reiškė užtikrindamas, kad Vokietija nenustos remti Ukrainos: „Galiu garantuoti: pagalbą, kurią teikiame finansiškai, humanitarine ir ginklų tiekimo forma, tęsime tol, kol Ukrainai reikės mūsų paramos. Ukraina gyvuos. Šlovė Ukrainai“ (Scholz, 2022-06-16).

Krizių metu empatijos išraiška gali parodyti, kad politikos lyderis turi aukštas moralines savybes ir supranta žmonių iššūkius nepaisant jo užimamos pozicijos (Ciulla, 2010). Politikos lyderiai J. Biden‘as, E. Macron‘as, O. Scholz‘as empatiją išreiškė 39 įrašuose. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas empatiją rodė komunikuodamas apie pabėgėlius: „<...> Daugelio motinų akyse mačiau ašaras, kai jas apglėbiau; jų maži vaikai nežino, ar šypsotis, ar verkti <...> Man nereikėjo kalbėti kalba ar suprasti kalbos, kad pajusčiau emociją jų akyse, taip, kaip jie pagriebė mano ranką“ (Biden, 2022-03-28). E. Macron‘as, kaip ir J. Biden‘as išreiškė empatiją nuo karo bėgantiems žmonėms: „<...> kad pabėgtų nuo karo Ukrainoje, trys milijonai žmonių paliko savo šalį. Kiekvieną sekundę vaikas tampa pabėgėliu. Žmogaus drama. Pačioje mūsų žemyno širdyje. <...> Moterims ir vaikams, kurie šiandien palieka Ukrainą po bombomis, reikės mūsų neblėstančios paramos“ (Macron, 2022-03-15). McGuire et al. (2020) teigė, kad krizių metu politikos lyderis gali pasižymėti guodimo savybėmis parodydamas, jog supranta nukentėjusiuosius. Tai galima pamatyti ir J. Biden‘o ir E. Macron‘o empatijos reiškime. Tuo tarpu O. Scholz‘as savo įrašuose dažnai teigė, kad ukrainiečių istorijos sukėlė politikos lyderiui įvairius jausmus: „Šios istorijos, kurias dabar patiria daugelis, mane labai sujaudina“ (Scholz, 2022-04-01). Galima daryti prielaidą, kad politikos lyderiai nebijo išreikšti savo jausmų ir supranta nukentėjusiųjų nuo krizės padėtį.

Politikos lyderiai savo įrašuose minėjo ir bendradarbiavimą, jo svarbą krizės akivaizdoje. Getha-Taylor, Morse (2013) tvirtina, kad krizės valdymo metu politikos lyderiams itin svarbu bendradarbiauti tiek su kitomis šalimis, tiek su įvairiomis organizacijomis, kurios gali prisidėti prie krizės išsprendimo. Šiuo atveju, politikos lyderiai komunikavo apie bendradarbiavimą su pasaulio šalimis, kad sustabdytų Rusijos karą. J. Biden‘as ne viename įrašė minėjo savo bendradarbiavimą su G7 lyderiais ir Europos šalimis, kad būtų išspręsta pasaulinė krizė: „Su savo kolegomis G7 lyderiais Rusijai skyrėme didžiausią kada nors svarbiai ekonomikai taikytų sankcijų ir eksporto kontrolės veiksmų rinkinį“ (Biden, 2023-05-19). O. Scholz‘as įrašuose dažniausiai komunikavo apie Europos vienybę ir bendradarbiavimą krizės valdyme: „<...> Europa stovi kartu. <...> Štai taip mums pavyko

Europos lygmeniu dar kartą padidinti spaudimą Rusijai su kitu sankcijų paketu ir susitarti dėl tikslo sutaupyti 15 procentų dujų suvartojimą“ (Scholz, 2022-10-20). E. Macron'as kaip ir kiti politikos lyderiai informavo visuomenę apie bendradarbiavimą, Europos ir kitų pasaulio šalių susivienijimą: „Karo Ukrainoje akivaizdoje Europa susivienijo, reagavo greitai ir stipriai. Jau 27-erių priėmėme istorinius sprendimus sankcionuoti Rusiją ir paremti Ukrainą. 27 d. mes Ukrainai, ką tik suteikėme kandidato į mūsų Sąjungą statusą“ (Macron, 2022-06-24). Taigi, galima teigti, kad karo Ukrainoje metu politikos lyderiai išreiškė bendradarbiavimo svarbą krizės valdyme.

Politikos lyderiai komunikuodami išreiškė ir ryžto emociją. E. Macron'as komunikavo apie G7 lyderių susivienijimą ir ryžtą karo metu: „Susidūrusios su karu Ukrainoje, G7 šalys ir toliau ryžtingai veiks. Rusija negali ir neturi laimėti“ (Macron, 2022-06-28). Tuo tarpu, J. Biden'as ne viename įrašė komunikavo, kad Amerikos ryžtas ginti Ukrainą niekada neblės ir Amerika stengsis padėti Ukrainai tiek, kiek reikės. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas teigė, kad V. Putin'as klysta dėl Amerikos ryžto ir noro remti Ukrainą. „Putinas netiki Jungtinėms Valstijoms. Turime įrodyti, kad jis klysta“ (Biden, 2023-12-13). Tuo tarpu O. Scholz'as žavėjosi ukrainiečių ryžtu ir palaikė jų drąsą. „Ukrainos žmonių ryžtas, su kuriuo ukrainiečiai kovoja už savo laisvę, mums primena apie Ukrainą ir jos žmones“ (Scholz, 2022-09-16). Anot Menon'o (2021), politikos lyderių transformacinės savybės gali pasireikšti tada, kai politikos lyderiai pastebi, kad visuomenei gali trūkti motyvacijos ar ryžto. Galima teigti, kad ir čia politikos lyderiai pasižymėjo transformacinėmis savybėmis, nes jie stengėsi įkvėpti visuomenę demonstruodami ryžtą.

Apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderiai dažniausiai išreiškė solidarumą Ukrainai ir jos žmonėms. Politikos lyderiai J. Biden'as ir E. Macron'as solidarumą išreiškė, kaip ukrainiečių palaikymą kare, o O. Scholz'as solidarizavosi su pabėgėliais ir Ukrainos žmonėmis. Reikšdami bendradarbiavimą, politikos lyderiai dažnai komunikacijoje minėjo partnerius. E. Macron'as ir O. Scholz'as daug dėmesio skyrė Europos vienybei ir partnerystei. J. Biden'as ir E. Macron'as reikšdami empatiją daugiausia dėmesio skyrė nukentėjusiesiems, o O. Scholz'as empatiškai atsiliepė apie išgirstas istorijas iš pačių ukrainiečių. Svarbu paminėti, kad visi politikos lyderiai aiškiai išreiškė savo poziciją Ukrainos palaikymo klausimu. Be to, pranešimuose, paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“, skleidė ryžtą, kad Ukraina laimės, o jų vadovaujamos šalys, padės šią laisvę pasiekti.

Žemiau pateiktuose duomenyse 11 lentelė. galima pastebėti emocijų pasiskirstymą politikos lyderių skleidžiamoje komunikacijoje.

11 lentelė. Politikos lyderių emocijos komunikacijoje

Emocija	J. Biden'as	E. Macron'as	O. Scholz'as
Solidarumas	40	63	32
Palaikymas	48	40	12
Empatija	17	18	4
Bendradarbiavimas	16	8	10
Ryžtas	14	6	4

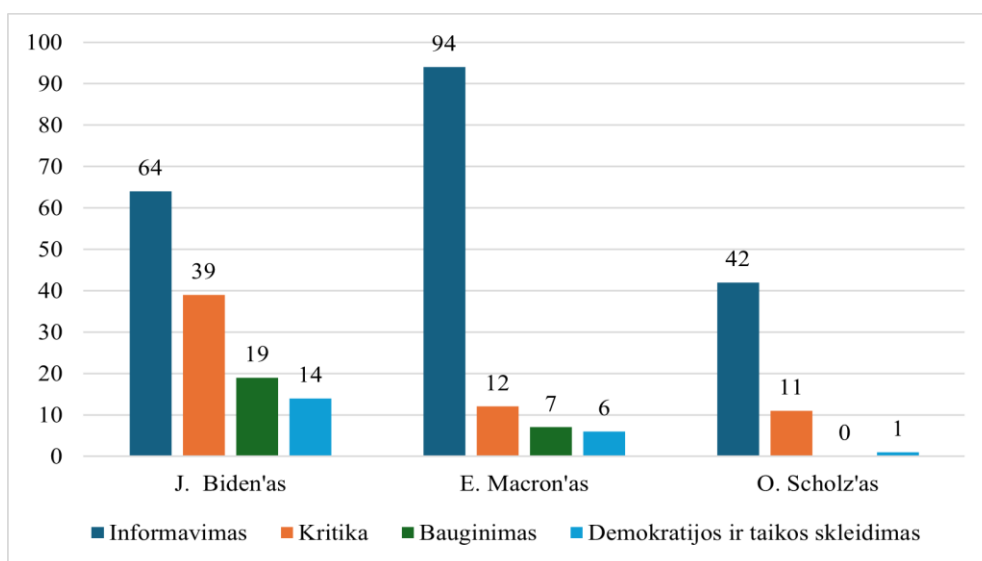
Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Duomenys parodo, kad solidarumas dažniausiai pasireiškė E. Macron'o komunikacijoje apie karą Ukrainoje. Palaikymas labiausiai reiškiamas J. Biden'o komunikacijoje. Tuo tarpu empatiją dažniausiai buvo galima pastebėti E. Macron'o įrašuose apie Ukrainą, bendradarbiavimą – J. Biden'o

įrašuose, paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“. Svarbu paminėti, jog ryžto savybė, nebuvo įvardinta kritinėje literatūros apžvalgoje. Ryžto emocija dažniausiai pastebima Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento paskelbtuose įrašuose.

Politikos lyderių krizių komunikacijos strategijos

Krizės metu būtinas komunikacijos strategijų taikymas, kad būtų sušvelninti krizės padariniai (Kiambi, Shafer, 2016). Ne vienas politikos lyderis taiko įvairias komunikacijos strategijas, siekdamas sėkmingai suvaldyti krizę. Šioje tyrimo dalyje siekiama išsiaiškinti, kokias komunikacijos strategijas politikos lyderiai komunuodami apie krizę, pasitelkė dažniausiai. Analizės metu buvo išskirtos pagrindinės komunikacijos strategijos 15 pav. ir jų pasiskirstymas tarp politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o. Iš viso užkoduota 316 segmentų.



15 pav. Politikos lyderių komunikacijos strategijų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Pavaizduotuose duomenyse galima pastebėti, kad politikos lyderių komunikacijoje dažniausiai naudojama informavimo komunikacijos strategija. Politikos lyderiai informavimo strategiją taikė 200 įrašų. Teigiama, jog informavimo strategija turi pasižymėti krizei būdingomis temomis (Hyland-Wood et al., 2021). Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as tokio pobūdžio įrašuose neretai informavo apie įvairias konferencijas arba susitikimus, kuriuose buvo aptariami įvykiai ar veiksmai, susiję su Ukraina ir krizės sprendimu: „Šiandien sušaukiau raginimą su sąjungininkais ir partneriais koordinuoti mūsų nuolatinę paramą Ukrainos žmonėms. Aptarėme, kad Ukrainai būtų gauti reikiami išteklių <...>“ (Biden, 2023-10-03). Be to, socialiniame tinkle „Facebook“ pasidalintuose įrašuose, prezidentas informavo apie nutartus paramos paketus ar patvirtinimą, kad Amerika nenustos remti Ukrainos: „Prieš metus su komanda atvykome į Kyjivą be baimės deklaruoti: Mūsų parama Ukrainai nebanguos, pasaulio demokratijos nesiskirs, o mes nepavargsime“ (Biden, 2024-02-23). Informacinio pobūdžio įrašuose politikos lyderis aptaria ir saugumo klausimus: „Šiandien su Lietuvos prezidentu Nausėda aptarėme mūsų įsipareigojimą ginti NATO rytinį flangą ir paramą Ukrainos žmonėms. Kartu priimame šiuos bendrus iššūkius“ (Biden, 2023-07-11). Galima teigti, kad šiose komunikacijos strategijose J. Biden'as stengiasi pabrėžti savo vaidmenį

parodydamas, kad aktyviai įsitraukia į bendradarbiavimą su kitomis šalimis ir organizacijomis, kad Ukrainai būtų suteikta pagalba.

Politikos lyderis E. Macron'as komunikuodamas informavo apie savo pastangas, siekiant išvesti Rusijos karius iš Baltarusijos: „*Vakar vakare paprašiau Aleksandro Lukašenkos užtikrinti Rusijos karių išvedimą iš jo šalies. Brolija tarp Baltarusijos ir Ukrainos tautų turėtų pastūmėti Baltarusiją atsisakyti tapti vasalu ir faktiniu Rusijos bendrininku kare prieš Ukrainą*“ (Macron, 2022-02-27). Įrašuose prezidentas komunikavo apie savo tarpininkavimą tarp Rusijos ir Ukrainos: „*Šiandien kalbėjau su prezidentu Putinu ir tuometiniu prezidentu Zelensky. Dirbame, kad išsaugotume Ukrainos civilinių branduolinių objektų vientisumą, be Rusijos prioritetinių reikalavimų: paliaubų ir apsaugotume civilius*“ (Macron, 2022-03-06). Galima daryti prielaidą, kad E. Macron'as siekė atlikti tarpininkavimo vaidmenį, kad būtų nutraukti kariniai veiksmai.

Vokietijos kancleris O. Scholz'as informacinio pobūdžio įrašuose aptarė, kokią įtaką ir pasekmes Rusijos karas sukelia Vokietijai: „*Didelės krizės visada yra eksromptas atsiradimui ir pokyčiams. Štai ką patiriame šiuo metu, nepaisant, o gal dėl siaubo, kurį provokuoja karas Ukrainoje. Pertvarkomi politikos minkštikliai. Vokietijoje, bet taip pat visoje Europoje*“ (Scholz, 2022-03-23). Be to, kaip ir kiti politikos lyderiai pristatė nuveiktus veiksmus susitikimuose: „*Aptarėme Rusijos agresijos karą prieš Ukrainą. Dar kartą aiškiai pasakiau, kad ir toliau darysime viską, kad šis karas baigtųsi kuo greičiau*“ (Scholz, 2022-04-30). Pastebima, kad O. Scholz'as, orientuojasi į pokyčius Europoje ir Vokietijoje, kuriuos sukėlė Rusijos karas prieš Ukrainą.

Taigi, palyginus visų politikos lyderių informavimą, kaip vieną iš komunikacijos strategijų, galima daryti prielaidą, kad informacinio pobūdžio įrašuose J. Biden'as demonstravo savo įsitraukimą ir aktyvumą krizės valdymo metu, tuo tarpu E. Macron'as stengėsi atlikti tarpininko vaidmenį tarp Rusijos ir Ukrainos, o O. Scholz'as didžiąją dėmesio dalį skyrė, aptarti pokyčiams Vokietijoje ir Europoje.

Politikos lyderių komunikacijoje buvo pastebėta ir kritikavimo taktika. Politikos lyderiai dažniausiai tokiuose įrašuose smerkė Rusijos veiksmus dėl sukeltos krizės. Pastebima, kad didžiausią dalį kritikavimui savo komunikacijoje skyrė Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as. J. Biden'as dėl karo kritikavo Rusiją ir jos veiksmus tvirtindamas, kad organizacijas ir šalį sukrėtė neteisėta Rusijos invazija: „*JT Generalinę Asamblėją jau antrus metus aptemdė neteisėto karo šešėlis, kurį be provokacijos Rusija atnešė prieš kaimynę Ukrainą*“ (Biden, 2023-09-21). Nors didžiąją dalį kritikos dėl karo politikos lyderiai skyrė Rusijai, tačiau Amerikos prezidento komunikacijoje galima įžvelgti ir kritikos šalies kongresui, dėl delsimo skirti Ukrainai finansinę paramą: „*Kongresas, neatidėliok. Perduokite mano nacionalinio saugumo priedą. Laikas veikti yra dabar*“ (Biden, 2024-01-18). Galima pastebėti, kad politikos lyderis dėl laiku nepriimtos paramos kaltę perkėlė kongresui, saugodamas savo reputaciją krizės akivaizdoje.

Politikos lyderis E. Macron'as, kaip ir J. Biden'as dažniausiai kritikavo Rusiją: „*<...> Karo ir precedento neturintis smurtas, kurį Rusija išleido prieš Ukrainą ir jos žmones*“ (Macron, 2022-03-11). E. Macron'as tvirtino, kad Rusijos vykdoma agresija prieš Ukrainą kelia grėsmę visai Europai: „*Rusijos vykdoma Ukrainos agresija kelia grėsmę Europos ir pasaulio stabilumui ir daro įtaką mūsų gyventojams*“ (Macron, 2022-06-27). Politikos lyderis smerkė Rusijos panaudotą smurtą prieš Ukrainos žmones: „*Griežtai smerkiu žiaurumus, įvykdytus izyume, Ukrainoje, Rusijos okupacijos*

metu“ (Macron, 2022-09-17). Galima pastebėti, kad E. Macron‘as dėl krizės Ukrainoje kritikuoja tik Rusijos veiksmus, nes jo dėmesys orientuotas į Rusijos vykdomą smurtą.

Vokietijos kancleris, kaip ir J. Biden‘as ar E. Macron‘as, išsakė kritiką dėl Rusijos veiksmų: „*Visi vieningai stovime už Ukrainos ir smerkiame Rusijos prezidento agresijos karą*“ (Scholz, 2022-06-23). Kancleris tvirtino, kad šie veiksmai – išpuolis prieš visą demokratiją: „*Putino ataka prieš Ukrainą taip pat yra išpuolis prieš demokratiją, apsisprendimą ir laisvę*“ (Scholz, 2022-10-23). Be to, kancleris kritikavo ir Europos Tarybą dėl sukeltų Ukrainos paramai priimti iššūkių: „*Mano vyriausybės pareiškimas Europos Tarybai: esu susirūpinęs dėl didžiausių iššūkių, su kuriais susiduriame, ir kaip juos kartu išspręsti*“ (Scholz, 2023-10-19). Galima pastebėti, kad O. Scholz‘as kaip ir J. Biden‘as save pateikia, kaip aktyviai įsitraukiantį į krizės valdymą, išreikšdamas kritiką Europos Tarybai.

Kritikavimo strategija dažniausiai taikoma, kai siekiama perkelti kaltę kitam asmeniui ar pastebėjus padidėjusias krizes grėsmes (Traber et al., 2020), o tokią taktiką buvo galima įžvelgti ir tarp politikos lyderių. Pastebėję krizės pasekmes politikos lyderiai kritikavo Rusiją bei jos veiksmus, o J. Biden‘as pastebėjęs delsimą dėl priimamų sprendimų paremti Ukrainą iš karto stengėsi apkaltinti Jungtinių Amerikos Valstijų kongresą, taip išsaugodamas reputaciją. Tokius komunikacijos bruožus galima įžvelgti ir O. Scholz‘o vykdomoje komunikacijoje, kai kaltė dėl laiku nepriimtos paramos perkeliama Europos Tarybai.

Bauginimą, kaip komunikacijos strategiją, pasitelkė politikos lyderiai J. Biden‘as ir E. Macron‘as. Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden‘as tvirtino, kad reikia kuo greičiau pasiekti susitarimų dėl paramos Ukrainai, arba kitaip šalis gali grėsti pavojus: „*Istorija mus teis griežtai, jei atsuksime nugarą laisvės reikalui Ukrainoje. Negalime leisti Putinui laimėti*“ (Biden, 2023-12-07). Be to, prezidentas grasino ir V. Putin‘ui, kad jo veiksmai sulauks pasekmių: „*Putinas pasirinko šį karą. Ir dabar jis ir jo šalis prisiims pasekmes*“ (Biden, 2022-02-25). Tuo tarpu E. Macron‘as dažniausiai bauginimo strategiją taikė komunikuodamas apie Rusijos veiksmus: „*Rusijos valdžia turės atsakyti už šiuos nusikaltimus*“ (Macron, 2022-04-03). Palyginus abu politinius lyderius, galima daryti prielaidą, kad J. Biden‘as bauginimo strategiją taikė, ne tik stengdamasis įbauginti Rusiją, tačiau ir norėdamas perspėti visuomenę, kad nenustotų remti Ukrainos, nes kitaip Rusija gali laimėti karą. Tuo tarpu E. Macron‘as didžiąją dalį dėmesio skyrė parodyti Rusijai, kad kariniai veiksmai prieš Ukrainą nebus pamiršti. Galima teigti, jog bauginimo strategiją pasitelkę politikos lyderiai stengėsi įspėti visuomenę apie galimas grėsmes (Gesser-Edelsburg, Hijazi, 2020), jei bus laiku nepriimti įstatymai Ukrainos paramos suteikimui.

Karo Ukrainoje laikotarpiu politikos lyderiai į savo komunikaciją įtraukė ir demokratijos ir taikos skleidimo strategijas. J. Biden‘as teigė, kad karo metu kovos už laisvę: „*Už laisvę ir laisvę stosime šiandien, rytoj ir tiek laiko, kiek reikės*“ (Biden, 2023-09-22). Be to, ne viename įrašė J. Biden‘as minėjo, kad Amerikai svarbi demokratija ir tikino, kad autokratija nenugalės laisvės: „*Autokratiją varanti tamsa galiausiai neprilygsta laisvės liepsnai, kuri visur nušviečia laisvų žmonių sielas*“ (Biden, 2022-03-27). E. Macron‘as skatino šalis rinktis demokratinį kelią: „*Baltarusijos jaunimas turi teisę rinktis Europą, demokratiją ir laisvę. Mes tam pasiruošę. Dėl Baltarusijos ateities. Dėl Ukrainos. Europos labui*“ (Macron, 2022-02-27). Tuo tarpu, Vokietijos kancleris O. Scholz‘as tik viename įrašė komunikavo apie demokratijos ir taikos svarbą tvirtindamas, kad būtina saugoti demokratiją: „*Mano atsakymas: todėl, kad turime saugoti savo demokratiją, ir ji mus saugo. Nes mes esame demokratija*“ (Scholz, 2024-02-08).

Teigiama, jog demokratijos ir taikos skleidimo komunikacijos strategija dažniausiai remiamasi karinių konfliktų metu (Fiedler et al., 2020). Tai galima pastebėti ir politikos lyderių komunikacijoje, kai jie karo akivaizdoje prioretizuoja taiką bei laisvę ir tikina, jog demokratija bus išsaugota, taip skleisdami stabilumo iliuziją.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderiai dažniausiai naudojo informavimo komunikacijos strategiją ir įrašuose dažnai pristatė savo veiksmus kovai su krize. Dėl krizės atsiradimo politikai dažniausiai kritikavo pačią Rusiją ir smerkė jos veiksmus. Be to, J. Biden'as ir O. Scholz'as kritikos skyrė ir politinių institucijų uždelsimui dėl laiku nepriimtos paramos Ukrainai. Tuo tarpu bauginimo strategiją dažniausiai naudojo J. Biden'as, grasindamas Rusijai ir kongresui. Politikos lyderių komunikacijos strategijose buvo galima pamatyti ir demokratijos bei taikos skleidimo įrašų, kuriuose politikos lyderiai skatino pasitikėti demokratijos ir laisvės troškimo galia. Politikos lyderių skleidžiamoje komunikacijoje galima pastebėti ir jų siekį parodyti aktyvų dalyvavimą krizės valdyme. J. Biden'as ir O. Scholz'as pažymi savo įsitraukimą ir bendradarbiavimą su institucijomis, siekdami, kad parama Ukrainai būtų suteikta.

Politikos lyderių įrašuose minimi veikėjai ir emocinio krūvio pasiskirstymas

Išanalizavus skirtingas politikos lyderių komunikacijos strategijas karo Ukrainoje kontekste, ištirti komunikacijoje minimi veikėjai. Komunikacijoje minimiems veikėjams priskirtas emocinis krūvis. Politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as iš viso savo paskelbtuose įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“ mini 493 veikėjus.

12 lentelė. Politikos lyderių įrašuose minimi veikėjai

Komunikacijoje minimi veikėjai	Koduoti segmentai
Kare dalyvaujančių šalių vadovai	106
Ukrainos žmonės	99
Visuomenė	91
Politikai	63
Nacionalinės ir tarptautinės institucijos	56
Sąjungininkai	30
NATO	21
Pabėgėliai	18
Ginkluotosios pajėgos	9
Iš viso:	493

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as ir O. Scholz'as savo komunikacijoje dažniausiai mini kare dalyvaujančių šalių vadovus: Rusijos prezidentą V. Putin'ą ir Ukrainos prezidentą V. Zelensky'į. Politikos lyderis J. Biden'as šiuos veikėjus savo įrašuose, paskelbtuose socialiniame tinkle „Facebook“ mini 63 kartus. Prancūzijos vadovas E. Macron'as juos mini 38 kartus, o Vokietijos kancleris O. Scholz'as Rusijos ir Ukrainos vadovus mini 5 kartus. Galima daryti prielaidą, jog šie veikėjai dažniausiai buvo minimi politikos lyderių įrašuose dėl savo svarbos karo Ukrainoje metu, kadangi V. Putin'as yra Rusijos vadovas šalies, kuri pradėjo karą prieš Ukrainą, o V. Zelensky'is – nuo karo besiginančios Ukrainos prezidentas.

Galima daryti prielaidą, kad karas Ukrainoje daugiausiai galėjo paveikti paprastų ukrainiečių gyvenimus. Todėl, politikos lyderių komunikacijoje buvo pastebimas Ukrainos žmonių minėjimas. J. Biden'as iš viso Ukrainos žmones minėjo 43 kartus ir tokiuose įrašuose dažnai išreiškėdavo pagarbą Ukrainos žmonėms ir jų drąsai ginant savo šalį. Prancūzijos politikos lyderis E. Macron'as ukrainiečius įrašuose minėjo 39 kartus, išreiškdamas pagarbą ir užuojautą Ukrainos žmonėms. Tuo tarpu Vokietijos kanclerio įrašuose buvo užkoduota 17 segmentų, kuriuose kancleris komunikavo apie piliečius iš Ukrainos. Kancleris minėjo drąsius Ukrainos vyrus, kovojančius už šalį, užjautė vienišas mamas ir vaikus dėl karo.

Plačioji visuomenė ir asmenys, nedalyvaujantys kare, tačiau stebintys ar prisidedantys prie karo padarinių mažinimo – taip pat svarbi krizės valdymo dalis. Visuomenė politikos lyderių įrašuose karo Ukrainoje kontekste buvo minima 91 kartą. Dažniausiai visuomenę mini Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas J. Biden'as. Jo įrašuose visuomenė minima 52 kartus. Tokiuose įrašuose, dažniausiai prezidentas amerikiečius ragino prisidėti prie krizės valdymo ir palaikyti Ukrainą. O. Scholz'as 22 įrašuose kreipdamasis į plačiąją visuomenę skatino prisidėti prie Ukrainos ir komunikavo apie karo pasekmes patiems Vokietijos gyventojams. Prancūzijos prezidentas pasidalino 17 įrašų ir dažniausiai kreipėsi į visos Europos žmones, kad jie nenustotų remti Ukrainos, ir informavo apie apsaugos visai Europai didinimą.

J. Biden'as, E. Macron'as ir O. Scholz'as įrašuose karo Ukrainoje laikotarpiu dažnai minėjo įvairius politikus. Politikai iš viso buvo paminėti 63 kartus. Pavyzdžiui, J. Biden'as savo komunikacijoje politikus paminėjo 26 kartus. Prie politikų kategorijos J. Biden'o įrašuose, buvo priskirti G7 lyderiai, kongreso nariai, tas pats Vokietijos kancleris su kuriuo J. Biden'as turėjo susitikimus dėl karo Ukrainoje padėties, ir neseniai miręs Rusijos opozicijos lyderis A. Navaln'as, apie kurio mirtį informuoja ir pats Amerikos prezidentas. E. Macron'as socialinio tinklo „Facebook“ įrašuose, susijusiuose su Ukraina, minėjo 23 politikus. Tokiai veikėjų grupei jo komunikacijoje priskiriami įvairių šalių, tokių kaip Kinija, Danija ir kitų pasaulio šalių prezidentai, su kuriais buvo aptariama parama Ukrainai. Pastebima, kad E. Macron'as minėjo Baltarusijos prezidentą, kurio buvo prašoma, kad neleistų Rusijos kariams dislokuotis Baltarusijoje. Be to, kaip ir J. Biden'as, E. Macron'as dažnai minėjo G7 lyderius. Vokietijos kancleris O. Scholz'as politikos veikėjus minėjo 14 kartų. Tokiai veikėjų grupei buvo priskiriamas O. Scholz'o įrašuose minimas Kijevo meras, paties kanclerio vadovaujamos partijos nariai, ir kiti pasaulio lyderiai.

Karo Ukrainoje metu nacionalinės ir tarptautinės institucijos galėjo turėti didelę reikšmę dėl įstatymų priėmimų, susijusių su parama Ukrainai. Iš viso nacionalinės ir tarptautinės institucijos, politikos lyderių įrašuose apie Ukrainą įtraukiamos 56 kartus. Iš jų – 30 koduotas segmentas iš J. Biden'o komunikacijos apie šias institucijas. Šiai kategorijai jo komunikacijoje priskiriamas kongresas, Jungtinių Tautų Generalinė Asamblėja ir G20 lyderių organizacija. E. Macron'as 18 kartų savo įrašuose Ukrainos tema minėjo tokias nacionalines ir tarptautines institucijas, kaip Jungtinių Tautų Saugumo Tarybą, kurią skatino ištirti Rusijos nusikaltimus Ukrainoje, be to šiai kategorijai priskirta ir Europos Taryba ir Europos Sąjunga. Tokio tipo įrašuose prezidentas kalbėjo apie jų svarbą Ukrainos rėmimui. O. Scholz'as 8 kartus savo komunikacijoje minėjo tokias nacionalines ir tarptautines institucijas, kaip Europos Taryba ar paties valdomą vyriausybę. Juos minėdamas O. Scholz'as informavo apie aptartą situaciją dėl Rusijos ar įvykdytus veiksmus, kad būtų sušvelnintos karo pasekmės Vokietijai ir Europai.

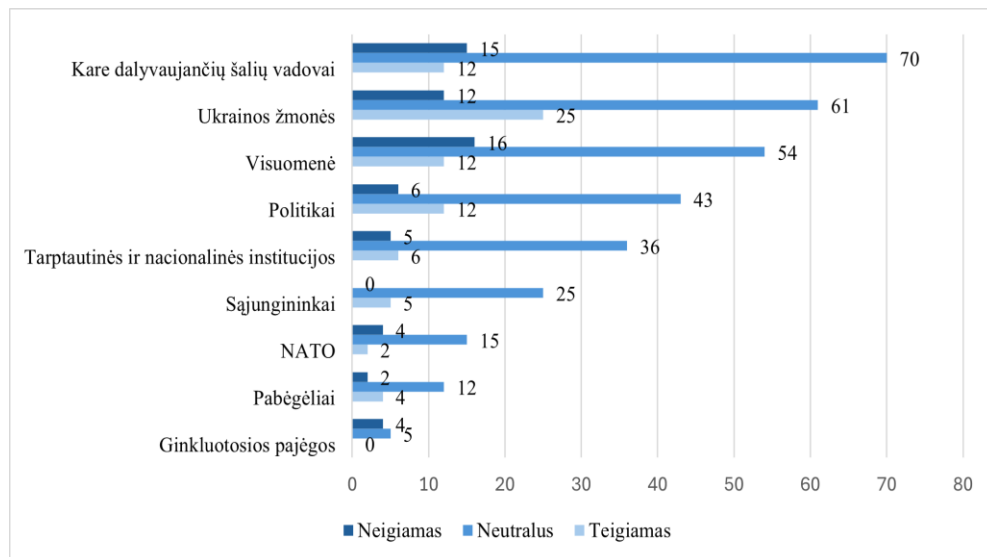
Sajungininkai politikos lyderių įrašuose buvo minimi 30 kartų. 16 kartų apie sąjungininkus komunikavo J. Biden'as. Šiai kategorijai buvo priskirti įvairūs politikos partneriai, sąjungininkais įvardintos įvairios šalys, kurių nuomonė dėl krizės sprendimų sutapo su politiniu lyderiu. E. Macron'o įrašuose prie šios veikėjų kategorijos buvo rasta 12 užkoduotų segmentų. Prancūzijos prezidentas kaip ir J. Biden'as sąjungininkais laikė bendramintes šalis. O. Scholz'as sąjungininkus minėjo 2 įrašuose.

Analizės metu dėl savo reikšmės kare Ukrainoje buvo išskirta ir NATO organizacija. NATO organizacija iš viso buvo minima 21 kartą. Ši organizacija dažniausiai atsispindėjo J. Biden'o komunikacijoje, kurioje jis organizaciją minėjo 16 kartų. Ši veikėjų grupė buvo minima, kai politikos lyderis informavo apie NATO rytinio flango stiprinimą dėl Rusijos grėsmės. Tuo tarpu E. Macron'as pasidalino 4 įrašais, kuriuose paminėta ši kategorija. Jie buvo susiję su Ukrainos priėmimu į šią sąjungą. Vokietijos kancleris NATO minėjo 1 kartą, informuodamas, kad telkia visas pastangas, kad nevyktų karas tarp Rusijos ir NATO.

Akivaizdu, kad prasidėjęs karas Ukrainoje, privertė ne vieną Ukrainos pilietį bėgti iš šalies, todėl svarbu ištirti, kiek dažnai politikos lyderiai komunikuodami krizės Ukrainoje tema mini šiuos žmones. Iš viso prie pabėgėlių kategorijos buvo priskirta 18 įrašų. Dažniausiai savo komunikacijoje pabėgėlius mini E. Macron'as. Politikos lyderio įrašuose iš viso prie pabėgėlių kategorijos buvo priskirti 8 užkoduoti segmentai. Įrašuose, kuriuose minimi pabėgėliai, Prancūzijos prezidentas informavo apie savo pagalbą ir demonstravo užuojautą. O. Scholz'as kaip ir E. Macron'as pabėgėlius minėjo įrašuose, kuriuose reiškė užuojautą ar savo paramą, o J. Biden'as pabėgėlius minėjo užuojautos dėl karo kontekste. Abu šie lyderiai pabėgėlius savo įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“ minėjo 5 kartus.

Ginkluotosios pajėgos, politikos lyderių įrašuose, pasidalintuose socialiniame tinkle „Facebook“, buvo minimos 9 kartus. Jas dažniausiai minėjo E. Macron'as. Prie šios kategorijos buvo priskirta Rusijos kariuomenė. Taip pat šiai kategorijai priskirta ir Ukrainos kariuomenė, kurios ryžtu žavėjosi J. Biden'as. Vokietijos kancleris neminėjo ginkluotųjų pajėgų.

Analizės metu buvo ištirtas politikos lyderių paskelbtų įrašų socialiniame tinkle „Facebook“ emocinis krūvis. Emocinis krūvis koduojamas pastraipomis ir sakiniais. Jeigu visame įrašė vyrauja panašus emocinis tonas koduojama visa pastraipa, o jei tam tikrose pastraipose jaučiami skirtingi emociniai krūviai, įrašas koduojamas sakiniais. Įrašai, kuriems priskirtas neutralus emocinis krūvis, dažniausiai yra informacinio pobūdžio ir neišsiskiria ryškiais teigiamais ar neigiamais naratyvais, susijusiais su krize. Teigiamo emocinio krūvio įrašuose dažnai vartojami žodžiai: „džiaugiuosi“, „sveikinu“ ir kitos frazės, pasižyminčios pozityviu tonu. Neigiamu tonu dažniausiai koduojami įrašai pasižymi tokių žodžių panaudojimu, kaip „agresorius“, „bjauru“, „žiauru“. Iš viso užkoduoti: 52 įrašai, pasižymintys teigiamu tonu, 183 neutralaus tono įrašai ir 46 neigiamo tono įrašai. Ištyrus įrašų emocinį krūvį, pasinaudojant kodų sankirtos funkcija emocinio krūvio kodas sukryžmintas su skirtingų veikėjų kodais. Šis būdas leidžia atskleisti minimų veikėjų pasiskirstymą tarp skirtingo emocinio krūvio įrašų. Duomenys pateikti žemiau nurodytame paveiksle *16 pav.*



16 pav. Politikos lyderių minimų veikėjų emocinis krūvis

Šaltinis: sudaryta autorės, 2024

Politikos lyderiai kare dalyvaujančių šalių vadovus neutraliu tonu minėjo informacinio pobūdžio įrašuose, kuriuose pristatė situaciją karo metu. J. Biden'as Rusijos vadovą neutraliame emociniame krūvyje minėjo įrašė, kuriame informavo apie veiksmus, kurie padės išspręsti kainų krizę: „Siekdamas padėti susidoroti su Putino kainų augimo įtaka, leidau per ateinančius šešis mėnesius vidutiniškai naudoti 1 milijoną barelių per dieną iš mūsų strateginio naftos rezervo <...>“ (Biden, 2022-04-13). Prancūzijos politikos lyderis E. Macron'as neutraliame krūvyje minėjo V.Putin'ą ir komunikavo apie dialogo svarbą: „Kad situacija nepablogėtų, pasiūliau Prezidentui Putinui artimiausiomis dienomis palaikyti ryšį. Tęsime diskusijas“ (Macron, 2022-02-28). Vokietijos kancleris Rusijos vadovą neutraliame tone įvardija, kai susitikimuose pristato karo sukeltus iššūkius: „Putino karas žymi lūžio tašką. Šioje ypatingoje sesijoje Vokietijos Bundestage šiandien su dideliu rimtumu aptarsime, kaip norime susidurti su iššūkiais, susijusiais su tokiu lūžio tašku“ (Scholz, 2022-02-27). Neigiamame tone politikos lyderiai kare dalyvaujančių šalių vadovus mini 15 kartų. Tokiuose įrašuose dažniausiai pastebimas pasipiktinimas V.Putin'u: „Putinas yra agresorius. Putinas pasirinko šį karą. Ir dabar jis ir jo šalis prisiims pasekmes“ (Biden, 2022-02-25). Atvirksčiai, teigiamame tone minimas V. Zelensky'iu ir jo drąsa: „Prezidentas Zelensky ir visi ukrainiečiai kasdien primena pasauliui, kas yra drąsa. Jie primena mums, kad laisvė yra neįkainojama. Ir dėl to verta kovoti. Tiek, kiek reikės“ (Biden, 2023-02-20). Galima daryti prielaidą, kad politikos lyderiai teigiamo emocinio krūvio įrašuose Rusijos vadovo nemini, o Ukrainos prezidentas dažniausiai minimas teigiamo ir neutralaus tipo įrašuose. Galima teigti, kad politikos lyderiai palaiko Ukrainą ir smerkia Rusijos veiksmus.

Politikos lyderių įrašuose krizės metu Ukrainos žmonės dažniausiai minimi neutraliame tone. Dažniausiai tokiuose įrašuose politikos lyderiai informavo apie Ukrainos žmonių situaciją ir jiems suteiktą pagalbą. Neigiamu tonu politikos lyderiai dažniausiai minėjo ukrainiečius, kai išreiškė savo pasipiktinimą dėl Rusijos pradėto karo, dėl kurio nukentėjo Ukrainos piliečiai: „Rusijos prekybos centro Kremenčiuke apšaudymas yra visiškas siaubas. Dalinamės aukų šeimų skausmu ir pykčiu tokiam niekšui krizės akivaizdoje“ (Macron, 2022-06-28). Teigiamo emocinio krūvio įrašuose, politikos lyderiai išreiškė pagarbą ukrainiečių drąsai: „<...> Ukrainos žmonės, ukrainiečių tauta, pasižymi ryžtu, su kuriuo ukrainiečiai kovoja už savo laisvę“ (Scholz, 2022-09-16).

Politikos lyderių vykdomoje komunikacijoje krizės laikotarpiu, visuomenė dažniausiai minima neutraliame emociniame krūvyje. Tai galėjo lemti, kad politikos lyderiai tokiuose įrašuose dalinosi informacinio pobūdžio naujienomis, kuriuose dažniausiai pristatė veiksmus sprendžiant kainų augimo problemas. Teigiamo emocinio krūvio įrašuose politikos lyderiai dažniausiai džiaugėsi piliečių įsitraukimu dėl pagalbos Ukrainai: „*Milijonai žmonių aukoja, eina į taikos mitingus arba padeda pabėgėliams iš Ukrainos. Džiaugiuosi, nes tai rodo, kad krizėje mes augame per save, kiek gėrio yra mūsų šalyje ir ką galime nuveikti kartu.*“ (Scholz, 2022-03-23). Neigiamame tone minimi Ukrainoje žuvę kitų šalių žmonės ir dėl to kaltinamas V. Putin'as ir Rusijos veiksmai.

Komunikuodami krizės metu J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as politikus neutraliu tonu minėjo tada, kai pristatė auditorijai susitikimuose aptartus veiksmus krizės sprendimui. Neigiamu tonu reiškė užuojautą mirusiam A. Navaln'ui ir informavo apie karo metu pagrobtą Kijevo merą, smerkdami Rusijos prezidentą. Teigiamuose įrašuose politikos lyderiai džiaugėsi kitų politikų parama Ukrainai ir jos žmonėms: „*Ačiū, Prezidente Duda ir Lenkijos žmonėms. Jūsų dosnumas ir noras atverti savo širdis ir namus Ukrainos žmonėms, tai nepaprasta*“ (Biden, 2023-02-22).

Analizė atskleidė, kad tarptautinės ir nacionalinės institucijos dažniausiai buvo minimos neutraliame emociniame krūvyje. Tokiuose 36 įrašuose tarptautines ir nacionalines institucijas politikos lyderiai minėjo ragindami priimti įsakymus, kurie prisidėtų prie paramos Ukrainai, arba įrašuose, kuriuose informavo apie kartu su kitomis tarptautinėmis ir nacionalinėmis institucijomis priimtus sprendimus. Tuo tarpu, 5 neigiamo tono įrašuose politikos lyderiai šias institucijas minėjo, kai aptarė Rusijos karo įtaką: „*JT Generalinę Asamblėją jau antrus metus aptemdė neteisėto karo šešėlis, kurį be provokacijos Rusija atnešė prieš kaimynę Ukrainą*“ (Biden, 2023-09-21). Teigiamo tono – 6 įrašuose politikos lyderiai šią kategoriją minėjo, komunikuodami apie sėkmingai priimtus sprendimus.

Politikos lyderiai J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as 25 įrašuose, kurie pasižymi neutraliu tonu, komunikavo apie sąjungininkus ir kartu su jais įvestas sankcijas, paramą Ukrainai, ar kitus paskelbtus veiksmus kovai su krize. 5 įrašuose sąjungininkai buvo minimi teigiamame emociniame krūvyje. Viename iš šių įrašų politikos lyderiai džiaugėsi, kad Ukrainai suteikė Europos Sąjungos narės statusą: „*Ukraina yra Europos šeimos dalis. Kartu su mano partneriais iš Vokietijos, Italijos ir Rumunijos, palaikydami Ukrainos neatidėliotinos kandidatės statusą į Europos Sąjungą, patvirtiname tai prezidentui Zelensky*“ (Macron, 2022-06-16).

Neutralaus emocinio krūvio įrašuose taip pat minima NATO organizacija bei pabėgėliai. Tokiuose įrašuose politikos lyderiai informavo apie NATO šalių apsaugos stiprinimą. 4 įrašuose NATO buvo minima neigiamame emociniame krūvyje. Čia politikos lyderiai išreiškė pasipiktinimą Rusijos vadovui dėl jo nuomonės apie NATO: „*Kai Putinas – savo geismu žemei ir valdžiai – išleido žiaurų karą prieš Ukrainą, jis lažinosi, kad NATO sugrius*“ (Biden, 2023-07-13). Teigiamame tone NATO buvo minima, kai politikos lyderiai sveikino Švediją prisijungiant prie NATO aljanso: „*Šiandien istorinė diena. Jūsų papildymas mūsų Aljansui padarys mus stipresniais nei bet kada. Taip pat laukiame greičiau pasveikinti Švediją kaip NATO sąjungininkę*“ (Biden, 2023-04-05). Pabėgėliai politikos lyderių neutralaus emocinio krūvio įrašuose buvo minimi 12 kartų. Juose J. Biden'as, E. Macron'as, O. Scholz'as supažindino auditoriją su pabėgėlių situacija. Neigiamuose 2 įrašuose politikos lyderiai užjautė dėl karo pabėgusius žmones, o teigiamu tonu pabėgėlius minėjo, kai politikos lyderiai džiaugėsi visuomenės įsitraukimu: „*<...> Milijonai žmonių aukoja, eina į taikos mitingus arba padeda pabėgėliams iš Ukrainos <...> tai rodo, kad krizėje mes augame per save, kiek gėrio yra mūsų šalyje ir ką galime nuveikti kartu*“ (Scholz, 2022-03-23).

Politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o įrašuose, paskelbtuose krizių metu, ginkluotosios pajėgos buvo minimos neutralaus ir neigiamo emocinio krūvio įrašuose. 4 įrašuose neigiamai minimos Rusijos ginkluotosios pajėgos ir jų veiksmai, o 5 neutralaus emocinio krūvio įrašuose atsispindi informacija apie Rusijos kariuomenės veiksmus ir Ukrainos ginkluotųjų pajėgų pasipriešinimas tiems veiksams.

Apibendrinant galima teigti, kad politikos lyderiai komunikuodami krizės akivaizdoje, daugiausia dėmesio skyrė kare dalyvaujantiems vadovams: V. Putin'ui ir V. Zelensky'ui. Pastebima, kad politikos lyderiai Rusijos vadovą dažniausiai mini neigiamo emocinio krūvio įrašuose, o apie Ukrainos prezidentą atvirksčiai – teigiamo krūvio įrašuose. Ukrainos žmonėms politikos lyderiai taip pat skyrė nemažai dėmesio. Be to, neretai kreipėsi ir į pačią visuomenę pagalbos Ukrainai klausimais. Politikai ir tarptautinės ir nacionalinės institucijos taip pat buvo įtrauktos į politikos lyderių krizių komunikaciją, kurioje politikos lyderiai pristatė ne tik bendrus darbus krizei sušvelninti, bet ir minėjo nukentėjusius politikus karo metu. Galima daryti išvadą, kad mažiausiai dėmesio politikos lyderiai skyrė NATO veikėjams ir ginkluotosioms pajėgoms, o tai galėjo lemti, politikos lyderių koncentracija paramos Ukrainai klausimams.

Išanalizavus politikos lyderių įrašuose minimų veikėjų krūvį, ištirta veikėjų komunikacijos dinamika skirtinguose komunikacijos laikotarpiuose. Pastebima, kad politikos lyderių komunikacijoje veikėjai: visuomenė, Ukrainos žmonės, politikai ir kare dalyvaujančių šalių vadovai, dažniausia buvo minimi karo Ukrainoje pirmaisiais mėnesiais 2022-02-2022-05, tai galėjo lemti, jog politikos lyderiai šiuo laikotarpiu apie karą komunikavo intensyviausiai. Šių veikėjų minėjimo padažnėjimas taip pat matomas 2022-11-2023-03 ir 2023-11-2024-02, tai galėjo lemti karo Ukrainoje metinių paminėjimas politikos lyderių komunikacijoje ir priminimas nenustatyti remti Ukrainos žmonių. NATO, tarptautinės ir nacionalinės institucijos dažniausiai minimos 2023-02-2023-05 laikotarpiu, tai galėjo lemti politikos lyderių susitikimai su įvairiomis institucijomis dėl saugumo ir paramos Ukrainai, be to, šiame laikotarpyje neretai minimi ir politikai. Pabėgėliai komunikacijoje dažniausiai minimi karo Ukrainoje pirmaisiais mėnesiais. Tuo tarpu, sąjungininkai, dažniausiai minimi pirmaisiais karo Ukrainoje pradžioje, o ginkluotųjų pajėgų veikėjų minėjimas, pastebimas šiais laikotarpiais: 2022-02-2022-05 ir 2023-05-2023-12, šis padidėjimas galėjo atsirasti dėl politikos lyderių skleidžiamos informacijos apie Rusijos ir Ukrainos ginkluotųjų pajėgų įtakos Ukrainai.

Išvados

1. Krizės gali būti apibūdinamos kaip kompleksiški, nenuspėjami įvykiai, kurie kelia grėsmę visuomenei. Dėl krizių įvairovės bei nenuspėjamumo sudėtinga nustatyti tikslias gaires efektyviam krizių valdymui. Mokslininkai aiškina, jog krizių komunikacija gali tapti vienu svarbiausių krizės valdymo elementų, o skirtingų teorijų ir strategijų pritaikomumas, palengvinti informacijos sklaidą krizių metu. Politikos lyderių komunikacija krizių metu turi svarbų vaidmenį informuojant visuomenę apie krizę. Politikos lyderis krizių metu turi prisitaikyti prie besikeičiančių krizės sąlygų, pritaikyti įvairias krizių komunikacijos strategijas, kad prisidėtų prie visuomenės nuraminimo ir krizės valdymo. Galima teigti, kad tokių krizių kaip karinis konfliktas akivaizdoje, politikos lyderis privalo per kuo trumpesnę laiką perduoti svarbiausią informaciją, kuri ir informuotų visuomenę apie krizę, ir tuo pačiu ją nuramintų. Politikos lyderiai pasitelkę socialiniais tinklais visuomenę gali informuoti greičiau ir efektyviau nei kitais komunikacijos kanalais. Be to, socialiniai tinklai karinių konfliktų metu gali pasitarnauti ir kaip įvaizdžio formavimo įrankis.
2. Siekiant ištirti politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o, O. Scholz'o krizių komunikacijos turinį socialiniame tinkle „Facebook“ karo Ukrainoje laikotarpiu, sukurta empirinio tyrimo metodologija. Metodologijoje pristatomas tyrimo instrumentas, tyrimo eiga, duomenų rinkimo metodas, šaltiniai, imtis, pagrindiniai kintamieji. Tyrimui atlikti pasirinkta kiekybinė ir kokybinė turinio analizė, leidžianti ištirti politikos lyderių krizių komunikacijos turinį ir bruožus karo Ukrainoje laikotarpiu.
3. Analizės duomenys atskleidė, kad politikos lyderiai socialinio tinklo „Facebook“ įrašuose, neskyrė daug dėmesio karo Ukrainoje temai ir nevykdė nuoseklios komunikacijos šia tema. Pastebima, kad politikos lyderiai krizę įvardija kaip Rusijos sukeltą karą prieš Ukrainą ir karui įvardinti nevengia tokių frazių kaip: „Rusijos invazija“, „Rusijos agresija“, „Rusijos imperialistinis karas“. Politikos lyderių komunikacijoje buvo įvardijamos neigiamos pasekmės, tačiau pastebima, kad politikos lyderiai pristatė teigiamą pasekmę – susivienijimą. Tyrimas atskleidė, kad didžiausią komunikacijos dalį politikos lyderiai skyrė įvairiems paramos paketams Ukrainai paminėti. Nustatyta, kad politikos lyderiai dažniausiai išreiškė solidarumą Ukrainai ir jos žmonėms. Politikos lyderių komunikacijoje dažniausiai minimi veikėjai, kariaujančių šalių vadovai – V. Putin'as ir V. Zelensky'is. Politikos lyderiai apie Rusijos vadovą daugiausia komunikuoja neigiamo tipo įrašuose, o apie Ukrainos – atvirksčiai, V. Zelenky'is daugiausia minimas teigiamo tono įrašuose.
4. Lyginant politikos lyderių J. Biden'o, E. Macron'o ir O. Scholz'o komunikacijos bruožus ir turinį galima išvelgti esminių skirtumų. Nors politikos lyderiai apie karą Ukrainoje komunikavo itin mažai ir šia tema paskelbė nedidelį kiekį įrašų socialiniame tinkle „Facebook“, tačiau daugiausia įrašų apie karą Ukrainoje pasidalino Vokietijos kancleris O. Scholz'as. Tyrimas atskleidė, jog E. Macron'as, nors ir smerkė Rusijos veiksmus, tačiau stengėsi atlikti tarpininko vaidmenį tarp kariaujančių šalių, koncentravosi į paramą Ukrainai ir dažniausia dalinosi informacinio pobūdžio įrašais. J. Biden'as iš karto pasmerkė Rusijos veiksmus ir išreiškė palaikymą Ukrainai, traktuodamas savo lyderiaujančią poziciją krizės valdyme. Pastebima, jog J. Biden'as komunikodamas neretai pasitelkė bauginimo ir kritikavimo komunikacijos strategijas. Tuo tarpu O. Scholz'as tvirtai pasmerkė Rusiją tik po žiniasklaidos kritikos ir komunikavo apie krizės pasekmes Vokietijai ir Europai, komunikodamas apie pabėgėlių problemą ir kainų augimo pasekmes. Apibendrinant politikos lyderių krizių komunikaciją karo Ukrainoje laikotarpiu galima

teigti, kad nepaisant to, kad politikos lyderių komunikacijos bruožai skyrėsi, tačiau visi politikos lyderiai vieningai palaikė Ukrainą ir jos žmones, smerkdami Rusijos veiksmus.

Literatūros sąrašas

1. Aaldering, L., & Vliegenthart, R. (2016). Political leaders and the media. Can we measure political leadership images in newspapers using computer-assisted content analysis? *Quality & Quantity*, 50(5), 1871–1905. <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0242-9>
2. Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>
3. Alhadeff-Jones, M. (2021). Learning from the whirlpools of existence: Crises and transformative processes as complex and rhythmic phenomena. *European Journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 12(3), 311–326. <https://doi.org/10.25656/01:23582>
4. Apuke, O. D., & Tunca, E. A. (2018). Social Media and Crisis Management: A Review and Analysis of Existing Studies. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 199–215. https://dergipark.org.tr/en/pub/euljss/issue/42553/512874#article_cite
5. Asmawi, M. R., & Fulazzaky, M. A. (2022). Indonesian president's transformational leadership in the critical era. *Journal of Public Affairs*, 22(S1), n/a. <https://doi.org/10.1002/pa.2715>
6. Aspriadis, N. (2023). Preparing for War: Strategic Narratives and Disinformation in Leadership Rhetoric during the Ukraine War. *ESSACHESS-Journal for Communication Studies*, 16(31 (1)), 21–41. <https://doi.org/10.21409/9037-1Y61>
7. Asur, S., & Huberman, B. A. (2010). Predicting the Future with Social Media. *2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*, 1, 492–499. <https://doi.org/10.1109/WI-IAT.2010.63>
8. Bacys, T. (2019). Rusijos ir Ukrainos konflikto vaizdavimas Vokietijos Facebook socialiniame tinkle. *Žurnalistikos Tyrimai*, 13, 8–45. <https://doi.org/10.15388/ZT/JR.2019.1>
9. Badu, J., Kruke, B. I., & Saetren, G. B. (2023). Crisis communication and trustworthiness among crisis actors: towards a typology of crisis management difficulties. *Safety in Extreme Environments*, 5(2), 119–130. <https://doi.org/10.1007/s42797-023-00074-8>
10. Banducci, S., Cioroianu, I., Coan, T., Katz, G., & Stevens, D. (2018). Intermedia agenda setting in personalized campaigns: How news media influence the importance of leaders. *Electoral Studies*, 54, 281–288. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2018.04.011>
11. Barberá, P., Gohdes, A. R., Iakhnis, E., & Zeitzoff, T. (2022). Distract and Divert: How World Leaders Use Social Media During Contentious Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 29(1), 47–73. <https://doi.org/10.1177/19401612221102030>
12. Barberá, P., & Zeitzoff, T. (2018). The New Public Address System: Why Do World Leaders Adopt Social Media? *International Studies Quarterly*, 62(1), 121–130. <https://doi.org/10.1093/isq/sqx047>
13. Bass, B. M. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9–32. <https://doi.org/10.1080/135943299398410>
14. Beldad, A. D., van Laar, E., & Hegner, S. M. (2018). Should the shady steal thunder? The effects of crisis communication timing, pre-crisis reputation valence, and crisis type on post-crisis organizational trust and purchase intention. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 150–163. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12172>
15. Bell, L. M. (2010). Crisis Communication: The Praxis of Response. *Review of Communication*, 10(2), 142–155. <https://doi.org/10.1080/15358591003653577>

16. Benoit, W. L. (2020). Image repair theory. *Crisis Communication*, 105–119. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1593>
17. Bodenheimer, M., & Leidenberger, J. (2020). COVID-19 as a window of opportunity for sustainability transitions? Narratives and communication strategies beyond the pandemic. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16(1), 61–66. <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1766318>
18. Boin, A., Hart, P. 'T, McConnell, A., & Preston, T. (2010). Leadership Style, Crisis Response and Blame Management: The Case of Hurricane Katrina. *Public Administration*, 88(3), 706–723. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2010.01836.x>
19. Boin, A., Kuipers, S., & Overdijk, W. (2013). Leadership in Times of Crisis: A Framework for Assessment. *International Review of Public Administration*, 18(1), 79–91. <https://doi.org/10.1080/12294659.2013.10805241>
20. Bos, L., van der Brug, W., & de Vreese, C. (2011). How the Media Shape Perceptions of Right-Wing Populist Leaders. *Political Communication*, 28(2), 182–206. <https://doi.org/10.1080/10584609.2011.564605>
21. Boyte, K. J. (2017). An Analysis of the Social-Media Technology, Tactics, and Narratives Used to Control Perception in the Propaganda War Over Ukraine. *Journal of Information Warfare*, 16(1), 88–111. <https://www.jstor.org/stable/26502878>
22. Broni, G., Velentzas, J., & Kartalis, N. (2013). Hobbes's Meaning of Hostility & Politics of an Apology: The Double-edge of Organizational Legitimation. Strategic and Institutional Approaches in Crisis Communication. *Procedia Economics and Finance*, 5, 113–119. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00016-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00016-6)
23. Brookes, S. (2011). Crisis, confidence and collectivity: Responding to the new public leadership challenge. *Leadership*, 7(2), 175–194. <https://doi.org/10.1177/1742715010394733>
24. Brunk, I. (Wuerth), & Hakimi, M. (2022). Russia, Ukraine, and the Future World Order. *American Journal of International Law*, 116(4), 687–697. <https://doi.org/10.1017/ajil.2022.69>
25. Bryant, S. E. (2003). The Role of Transformational and Transactional Leadership in Creating, Sharing and Exploiting Organizational Knowledge. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(4), 32–44. <https://doi.org/10.1177/107179190300900403>
26. Buchanan, D. A., & Denyer, D. (2013). Researching Tomorrow's Crisis: Methodological Innovations and Wider Implications. *International Journal of Management Reviews*, 15(2), 205–224. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12002>
27. Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
28. Caulfield, J. (2013). Why does leadership exist? *Journal of Leadership Education*, 12 (1), 274–281. <https://doi.org/10.12806/V12/I1/A5>
29. Chadha, A., Kumar, V., Kashyap, S., & Gupta, M. (2021). Deepfake: An Overview. In P. K. Singh, S. T. Wierchoń, S. Tanwar, M. Ganzha, & J. J. P. C. Rodrigues (Eds.), *Proceedings of Second International Conference on Computing, Communications, and Cyber-Security*, (pp. 557–566). *Springer Singapore*. https://doi.org/10.1007/978-981-16-0733-2_39
30. Cheng, Y. (2016). How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from updated literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12130>

31. Christensen, B., & Khalil, A. (2023). Reporting Conflict from Afar: Journalists, Social Media, Communication Technologies, and War. *Journalism Practice*, 17(2), 300–318. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1908839>
32. Christensen, T., & Læg Reid, P. (2020). The coronavirus crisis—crisis communication, meaning-making, and reputation management. *International Public Management Journal*, 23, 1–17. <https://doi.org/10.1080/10967494.2020.1812455>
33. Ciulla, J. B. (2010). Being There: Why Leaders Should Not “Fiddle” While Rome Burns. *Presidential Studies Quarterly*, 40(1), 38–56. <https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2009.03753.x>
34. Civelek, M., Çemberci, M., & Eralp, E. (2016). The Role of Social Media in Crisis Communication and Crisis Management. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 5, 111–120. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v5i3.279>
35. Coombs, W. T. (2018). Crisis communication. *Encyclopedia of Public Relations*, 2.
36. Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10, 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
37. Coombs, W. T., Holladay, S. J., & White, K. L. (2020). Situational crisis communication theory (SCCT) and application in dealing with complex, challenging, and recurring crises. In *Advancing crisis communication effectiveness* (pp. 165-180). Routledge.
38. Cronin, A. K. (2013). How global communications are changing the character of war. *Seton Hall J. Dipl. & Int'l Rel.*, 14(1), 25-39. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/how-global-communications-are-changing-character/docview/1398804322/se-2>
39. De Clercy, C., & Ferguson, P. (2016). Leadership in precarious contexts: Studying political leaders after the global financial crisis. *Politics and Governance*, 4(2), 104–114. <https://doi.org/10.17645/pag.v4i2.582>
40. Dirani, K. M., Abadi, M., Alizadeh, A., Barhate, B., Garza, R. C., Gunasekara, N., Ibrahim, G., & Majzun, Z. (2020). Leadership competencies and the essential role of human resource development in times of crisis: a response to Covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4), 380–394. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1780078>
41. Dressel, K. (2015). Risk culture and crisis communication. *International Journal of Risk Assessment and Management*, 18(2), 115–124. <https://doi.org/10.1504/IJRAM.2015.069020>
42. Drylie-Carey, L., Sánchez-Castillo, S., & Galán-Cubillo, E. (2020). European leaders unmasked: Covid-19 communication strategy through Twitter. *El Profesional de La Información*, 29(5), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.04>
43. Ebim, M. A., Grace Nta, E., & Tasen, O. (2022). Power relations in the deployment of linguistic resources by world leaders during the Russian-Ukrainian war. *Language*, 2, 45–53. <https://doi.org/10.57040/jlls.v2i2.192>
44. Erickson, S. (2021). Communication in a Crisis and the Importance of Authenticity and Transparency. *Journal of Library Administration*, 61(4), 476–483. <https://doi.org/10.1080/01930826.2021.1906556>
45. Falkheimer, J., & Heide, M. (2014). Strategic communication in participatory culture: From one-and two-way communication to participatory communication through social media. In *The Routledge handbook of strategic communication* (pp. 337–350). Routledge.

46. Farkas, X., & Bene, M. (2020). Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 119–142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
47. Fernandez, A. A., & Shaw, G. P. (2020). Academic leadership in a time of crisis: The Coronavirus and COVID-19. *Journal of Leadership Studies*, 14(1), 39–45. <https://doi.org/10.1002/jls.21684>
48. Fiedler, C., Grävingsholt, J., Leininger, J., & Mross, K. (2020). Gradual, Cooperative, Coordinated: Effective Support for Peace and Democracy in Conflict-Affected States. *International Studies Perspectives*, 21(1), 54–77. <https://doi.org/10.1093/isp/ekz023>
49. Freberg, K. (2012). Intention to comply with crisis messages communicated via social media. *Public Relations Review*, 38(3), 416–421. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.008>
50. Gabel, S., Reichert, L., & Reuter, C. (2020). Discussing conflict in social media: The use of Twitter in the Jammu and Kashmir conflict. *Media, War & Conflict*, 15(4), 504–529. <https://doi.org/10.1177/1750635220970997>
51. Gesser-Edelsburg, A., & Hijazi, R. (2020). When Politics Meets Pandemic: How Prime Minister Netanyahu and a Small Team Communicated Health and Risk Information to the Israeli Public During the Early Stages of COVID-19. *Risk Management and Healthcare Policy*, 13(0), 2985–3002. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S280952>
52. Getha-Taylor, H., & Morse, R. S. (2013). Collaborative Leadership Development for Local Government Officials: Exploring Competencies and Program Impact. *Public Administration Quarterly*, 37(1), 71–102. <http://www.jstor.org/stable/24371989>
53. Gigliotti, R. A. (2016). Leader as performer; leader as human: A discursive and retrospective construction of crisis leadership. *Atlantic Journal of Communication*, 24(4), 185–200. <https://doi.org/10.1080/15456870.2016.1208660>
54. Gkalitsiou, K., & Kotsopoulos, D. (2023). When the Going Gets Tough, Leaders Use Metaphors and Storytelling: A Qualitative and Quantitative Study on Communication in the Context of COVID-19 and Ukraine Crises. *Administrative Sciences*, 13(4), 110. <https://doi.org/10.3390/admsci13040110>
55. Goel, R., & Sharma, R. (2021). Studying leaders & their concerns using online social media during the times of crisis - A COVID case study. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1), 46. <https://doi.org/10.1007/s13278-021-00756-w>
56. Gottfried, M. S., & Trager, R. F. (2016). A Preference for War: How Fairness and Rhetoric Influence Leadership Incentives in Crises. *International Studies Quarterly*, 60(2), 243–257. <https://doi.org/10.1093/isq/sqv025>
57. Hagen, L., Neely, S., Scharf, R., & Keller, T. E. (2020). Social Media Use for Crisis and Emergency Risk Communications During the Zika Health Crisis. *Digit. Gov.: Res. Pract.*, 1(2). <https://doi.org/10.1145/3372021>
58. Han, X., & Baird, C. (2024). Government crisis messaging on social media, citizen online engagement and compliance with policies. *Public Management Review*, 26(3), 613–634. <https://doi.org/10.1080/14719037.2022.2103843>
59. Handelman, S., & Chowdhury, J. (2017). The limits of political-elite diplomacy: leaders, people and social conflicts. *Israel Affairs*, 23(3), 468–495. <https://doi.org/10.1080/13537121.2017.1306923>
60. Hannan, J. (2018). Trolling ourselves to death? Social media and post-truth politics. *European Journal of Communication*, 33(2), 214–226. <https://doi.org/10.1177/0267323118760323>

61. Haupt, B. (2021). *The Use of Crisis Communication Strategies in Emergency Management*. 18(2), 125–150. <https://doi.org/doi:10.1515/jhsem-2020-0039>
62. Head, N. (2012). Transforming Conflict: Trust, Empathy, and Dialogue. *International Journal of Peace Studies*, 17(2), 33–55. <http://www.jstor.org/stable/41853034>
63. Herovic, E., Sellnow, T. L., & Sellnow, D. D. (2020). Challenges and opportunities for pre-crisis emergency risk communication: lessons learned from the earthquake community. *Journal of Risk Research*, 23(3), 349–364. <https://doi.org/10.1080/13669877.2019.1569097>
64. Hong, S., & Nadler, D. (2011). Does the early bird move the polls? the use of the social media tool “Twitter” by U.S. politicians and its impact on public opinion. *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times*, 182–186. <https://doi.org/10.1145/2037556.2037583>
65. Horowitz, M. C., & Fuhrmann, M. (2018). Studying Leaders and Military Conflict: Conceptual Framework and Research Agenda. *Journal of Conflict Resolution*, 62(10), 2072–2086. <https://doi.org/10.1177/0022002718785679>
66. Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 30. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w>
67. Johnson, N., Turnbull, B., & Reisslein, M. (2022). Social media influence, trust, and conflict: An interview based study of leadership perceptions. *Technology in Society*, 68, 101836. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101836>
68. Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media. *International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
69. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
70. Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
71. Kaur, M., Verma, R., & Otoo, F. N. K. (2021). Emotions in leader’s crisis communication: Twitter sentiment analysis during COVID-19 outbreak. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 31(1–4), 362–372. <https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1829239>
72. Keselman, D., & Saxe-Braithwaite, M. (2020). Authentic and ethical leadership during a crisis. *Healthcare Management Forum*, 34(3), 154–157. <https://doi.org/10.1177/0840470420973051>
73. Kiambi, D. M., & Shafer, A. (2016). Corporate Crisis Communication: Examining the Interplay of Reputation and Crisis Response Strategies. *Mass Communication and Society*, 19(2), 127–148. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1066013>
74. Kim, Y. (2015). Toward an ethical model of effective crisis communication. *Business and Society Review*, 120(1), 57–81. <https://doi.org/10.1111/basr.12048>
75. Kim, Y., & Lim, H. (Dana). (2020). Activating constructive employee behavioural responses in a crisis: Examining the effects of pre-crisis reputation and crisis communication strategies on employee voice behaviours. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 28(2), 141–157. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12289>

76. Kim, Y. M., Hsu, J., Neiman, D., Kou, C., Bankston, L., Kim, S. Y., Heinrich, R., Baragwanath, R., & Raskutti, G. (2018). The Stealth Media? Groups and Targets behind Divisive Issue Campaigns on Facebook. *Political Communication*, 35(4), 515–541. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1476425>
77. Lalancette, M., & Raynauld, V. (2017). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
78. Latré, E., Perko, T., & Thijssen, P. (2018). Does It Matter Who Communicates? The Effect of Source Labels in Nuclear Pre-Crisis Communication in Televised News. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 99–112. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12153>
79. Liu, B. F., Bartz, L., & Duke, N. (2016). Communicating crisis uncertainty: A review of the knowledge gaps. *Public Relations Review*, 42(3), 479–487. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.03.003>
80. Liu, B. F., Iles, I. A., & Herovic, E. (2020). Leadership under Fire: How Governments Manage Crisis Communication. *Communication Studies*, 71(1), 128–147. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1683593>
81. London Jr, J., & Matthews, K. (2022). Crisis communication on social media - lessons from Covid-19. *Journal of Decision Systems*, 31(1–2), 150–170. <https://doi.org/10.1080/12460125.2021.1926612>
82. Maal, M., & Wilson-North, M. (2019). Social media in crisis communication – the “do’s” and “don’ts.” *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, 10(5), 379–391. <https://doi.org/10.1108/IJDRBE-06-2014-0044>
83. Mabey, C., & Morrell, K. (2011). Leadership in crisis: ‘Events, my dear boy, events.’ *Leadership*, 7(2), 105–117. <https://doi.org/10.1177/1742715010394732>
84. Masciulli, J., Molchanov, M. A., & Knight, W. A. (2016). Political leadership in context. In *The Ashgate research companion to political leadership*, (pp. 3–27). Routledge.
85. McGuire, D., Cunningham, J. E. A., Reynolds, K., & Matthews-Smith, G. (2020). Beating the virus: an examination of the crisis communication approach taken by New Zealand Prime Minister Jacinda Ardern during the Covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4), 361–379. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1779543>
86. McHale, J. P., Zompetti, J. P., & Moffitt, M. A. (2007). A Hegemonic Model of Crisis Communication: Truthfulness and Repercussions for Free Speech in Kasky v. Nike. *The Journal of Business Communication* (1973), 44(4), 374–402. <https://doi.org/10.1177/0021943607306137>
87. Menon, M. E. (2021). Transformational Leadership at Times of Crisis: The Case of School Leaders in Greece. *European Journal of Educational Management*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.12973/eujem.4.1.1>
88. Mikušová, M., & Horváthová, P. (2019). Prepared for a crisis? Basic elements of crisis management in an organisation. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 1844–1868. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1640625>
89. Mirbabaie, M., Bunker, D., Stieglitz, S., Marx, J., & Ehnis, C. (2020). Social media in times of crisis: Learning from Hurricane Harvey for the coronavirus disease 2019 pandemic response. *Journal of Information Technology*, 35(3), 195–213. <https://doi.org/10.1177/0268396220929258>
90. Morrell, K., & Hartley, J. (2006). A model of political leadership. *Human Relations*, 59(4), 483–504. <https://doi.org/10.1177/0018726706065371>

91. Nastasia, S., & George, A. M. (2023). Communication Lessons from the Ukraine War: The Strategies, Narratives, and Implications of the Information Warfare. *ESSACHESS*, 16(1), 7-20. <https://doi.org/10.21409/C6VV-BT86>
92. Nisch, S. (2024). Invasion of Ukraine: Frames and sentiments in Zelensky's Twitter communication. *Journal of Contemporary European Studies*, 32(1), 110–124. <https://doi.org/10.1080/14782804.2023.2198691>
93. Nosova, B. (2023). Russian War in Ukraine: Communication Narratives in the Speeches of World Leaders in the Mainstream Media, 33(4), 233–264. <https://www.researchgate.net/publication/370666552>
94. Nye, J. S. (2013). Transformational and transactional presidents. *Leadership*, 10(1), 118–124. <https://doi.org/10.1177/1742715013512049>
95. Olsson, E. (2014). Crisis communication in public organisations: Dimensions of crisis communication revisited. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 22(2), 113–125. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12047>
96. Panagiotopoulos, P., Barnett, J., Bigdeli, A. Z., & Sams, S. (2016). Social media in emergency management: Twitter as a tool for communicating risks to the public. *Technological Forecasting and Social Change*, 111, 86–96. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.010>
97. Parks, P. (2023). “Find the Joy”: A War Correspondent's Tweets and the Rise of an Affective Age in News. *Digital Journalism*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2278053>
98. Piorun, M., Raboin, R. F., Kilham, J., Meacham, M., & Okyere, V. (2021). Leading through a crisis: the application of servant leadership during COVID-19. In *Handbook of research on library response to the COVID-19 pandemic*, 1–17. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6449-3.ch001>
99. Raelin, J. A. (2017). What are you afraid of: Collective leadership and its learning implications. *Management Learning*, 49(1), 59–66. <https://doi.org/10.1177/1350507617729974>
100. Rameshan, P. (2024). Leadership behaviour in Covid-19 crisis response: A personal strategy proposition. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 13(1), 44–69. <https://doi.org/10.1177/22779752221095277>
101. Rana, M. S., Nobi, M. N., Murali, B., & Sung, A. H. (2022). Deepfake Detection: A Systematic Literature Review. *IEEE Access*, 10, 25494–25513. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3154404>
102. Rathi, N., Soomro, K. A., & Rehman, F. U. (2021). Transformational or transactional: Leadership style preferences during Covid-19 outbreak. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, 3(2), 451–473. <https://doi.org/10.52633/jemi.v3i2.87>
103. Rivas, J. M., & Tarín, A. (2017). Leadership Style and War and Peace Policies in the Context of Armed Conflict. *Problems of Post-Communism*, 64(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10758216.2016.1138847>
104. Ruggiero, A., & Vos, M. (2014). Social media monitoring for crisis communication: Process, methods and trends in the scientific literature. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4(1), 105–130. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2457>
105. Safdar, G., Abbasi, A., & Ahmad, R. (2018). Media VS Political Leaders: Contribution in Democratic System. *Sociology and Anthropology*, 6(6), 517–525. <https://doi.org/10.13189/sa.2018.060601>
106. Samad, A., Al Jerjawi, K., & Dadich, A. (2022). Crisis Leadership: Political Leadership during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 15(1), 266. <https://doi.org/10.3390/su15010266>

107. Sánchez-Castillo, S., Galán-Cubillo, E., & Drylie-Carey, L. (2023). Unmuting leadership: the impact of Zelensky's social media strategy at the inset of the Ukrainian War. *Journal of Risk Research*, 26(6), 610–624. <https://doi.org/10.1080/13669877.2023.2194900>
108. Scheuerlein, J., Chládková, H., & Bauer, K. (2018). Transformational leadership qualities during the financial crisis—a content analysis of CEOs letter to shareholders. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 551. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-01>
109. Schmidt, V. A. (2014). Speaking to the Markets or to the People? A Discursive Institutional Analysis of the EU's Sovereign Debt Crisis. *The British Journal of Politics and International Relations*, 16(1), 188–209. <https://doi.org/10.1111/1467-856X.12023>
110. Schoofs, L., Fannes, G., & Claeys, A.-S. (2022). Empathy as a main ingredient of impactful crisis communication: The perspectives of crisis communication practitioners. *Public Relations Review*, 48(1), 102150. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102150>
111. Schroeder, A., Pennington-Gray, L., Donohoe, H., & Kiouisis, S. (2013). Using Social Media in Times of Crisis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 126–143. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751271>
112. Scolobig, A. (2015). Brief Communication: The dark side of risk and crisis communication: legal conflicts and responsibility allocation. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 15(6), 1449–1456. <https://doi.org/10.5194/nhess-15-1449-2015>
113. Seijts, G., de Clercy, C., & Miller, R. (2022). Character and Trust in Crisis Leadership: Probing the Relationships Among Character, Identification-Based Trust, and Perceptions of Effectiveness in Political Leadership During the COVID-19 Pandemic. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 59(1), 127–154. <https://doi.org/10.1177/00218863221110627>
114. Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2021). *Theorizing crisis communication* (Second edition.). John Wiley & Sons.
115. Seo, H., & Ebrahim, H. (2016). Visual propaganda on Facebook: A comparative analysis of Syrian conflicts. *Media, War & Conflict*, 9(3), 227–251. <https://doi.org/10.1177/1750635216661648>
116. Setyowati, R., Sadewo, F. X., & Legowo, M. (2017). The Role of Political Communication in Anticipating Social Conflicts Based on the Government Policy in East Java. *Proceedings of Social Sciences, Humanities and Economics Conference (SoSHEC 2017)*, 39–44. <https://doi.org/10.2991/soshec-17.2018.8>
117. Shadraconis, S. (2013). Organizational leadership in times of uncertainty: Is transformational leadership the answer? *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 2(1), 28. <https://doi.org/10.5642/lux.201301.28>
118. Simon, T., Goldberg, A., & Adini, B. (2015). Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609–619. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.001>
119. Siraj, S. A. (2010). Framing War and Peace Journalism on the Perspective of Talibanisation in Pakistan. *Media Asia*, 37(1), 13–20. <https://doi.org/10.1080/01296612.2010.11771971>
120. Ślufińska, M. (2022). The Russia-Ukraine war: two strategies of communication? In P. Bajor (Ed.), *Information security policy: conditions, threats and implementation in the international environment*, (pp. 67–81). <https://doi.org/10.12797/9788381388276.04>
121. Spyridonidis, D., Côté, N., Currie, G., & Denis, J.L. (2022). Leadership configuration in crises: Lessons from the English response to COVID-19. *Leadership*, 18(5), 680–694. <https://doi.org/10.1177/17427150221126780>

122. Stam, D., van Knippenberg, D., Wisse, B., & Nederveen Pieterse, A. (2016). Motivation in Words: Promotion- and Prevention-Oriented Leader Communication in Times of Crisis. *Journal of Management*, 44(7), 2859–2887. <https://doi.org/10.1177/0149206316654543>
123. Stanescu, G. (2022). Ukraine conflict: the challenge of informational war. *Social Sciences and Education Research Review*, 9(1), 146–148. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6795674>
124. Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
125. Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Schwenner, L., Marx, J., Lehr, J., & Brünker, F. (2017). Sensemaking and communication roles in social media crisis communication. https://www.researchgate.net/publication/313114089_Sensemaking_and_Communication_Roles_in_Social_Media_Crisis_Communication
126. Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2020). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. In *Studying Politics Across Media*, (pp. 50–74). Routledge.
127. Szabó, G., & Lipiński, A. (2024). Sympathy With Ukraine (Or Not So Much)! Emotion-Based Solidarity in the Political Communication of the Polish and Hungarian Prime Ministers. *American Behavioral Scientist*, 00027642241240357. <https://doi.org/10.1177/00027642241240357>
128. Tasente, T. (2020). The elements of political communication on Facebook. *Technium Social Sciences Journal*, 4(1), 50-54. <https://doi.org/10.47577/tssj.v4i1.99>
129. Tasente, T. (2023). Online communication strategy of world political leaders during the Ukraine crisis (February 24 - December 24, 2022). Comparative case study: Joe Biden, Ursula von der Leyen and Jens Stoltenberg. *Technium Social Sciences Journal*, 39. <https://doi.org/10.47577/tssj.v39i1.8220>
130. Tasente, T., Mihaela, R., & Opariuc-Dan, C. (2023). Analysis of the online communication strategy of world political leaders during the War in Ukraine (February 24, 2022 - January 23, 2023). *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 246–270. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1471>
131. Teo, W. L., Lee, M., & Lim, W. (2017). The relational activation of resilience model: How leadership activates resilience in an organizational crisis. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 25(3), 136–147. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12179>
132. Tian, Y., & Yang, J. (2022). Deny or bolster? A comparative study of crisis communication strategies between Trump and Cuomo in COVID-19. *Public Relations Review*, 48(2), 102182. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102182>
133. Traber, D., Schoonvelde, M., & Schumacher, G. (2020). Errors have been made, others will be blamed: Issue engagement and blame shifting in prime minister speeches during the economic crisis in Europe. *European Journal of Political Research*, 59(1), 45–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1475-6765.12340>
134. Trushevyh, H. (2022). Volodymyr Zelenskyi's political image during the Russian-Ukrainian war: an initial analysis. *Reality of Politics. Estimates-Comments-Forecasts*, 22(4), 81–95. <https://doi.org/10.15804/rop2022406>
135. Unikaitė-Jakuntavičienė, I., & Matulkaitė, R. (2017). The Ukraine crisis reflections in the speeches of USA and Russian political leaders. *Slovak Journal of Political Sciences*, 17(3, 4). Prieiga: <https://sjps.fsvucm.sk/index.php/sjps/article/view/8>

136. Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2016). The Future Role of Social Media in International Crisis Communication. In *The Handbook of International Crisis Communication Research*, 478–488. <https://doi.org/10.1002/9781118516812.ch43>
137. Vašíčková, V. (2019). Crisis management process-a literature review and a conceptual integration. *Acta Oeconomica Pragensia*, 27(3–4), 61–77. <https://doi.org/10.18267/j.aop.628>
138. Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic Leadership: Development and Validation of a Theory-Based Measure. *Journal of Management*, 34(1), 89–126. <https://doi.org/10.1177/0149206307308913>
139. Wang, Y., & Dong, C. (2017). Applying social media in crisis communication: A quantitative review of social media-related crisis communication research from 2009 to 2017. *International Journal of Crisis Communication*, 1(1), 29–37. <http://dx.doi.org/10.31907/2617-121X.2017.01.01.05>
140. Watkins, D. V., & Clevenger, A. D. (2021). US Political Leadership and Crisis Communication During COVID-19. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1901365. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1901365>
141. Wendling, C., Radisch, J., & Jacobzone, S. (2013). *The use of social media in risk and crisis communication*. <https://doi.org/10.1787/5k3v01fskp9s-en>
142. Westerlund, M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. *Technology Innovation Management Review*, 9(11). <http://doi.org/10.22215/timreview/12>
143. Wieviorka, M. (2022). Russia in Ukraine: The social sciences, war, and democracy. *Violence: An International Journal*, 3(1), 11–22. <https://doi.org/10.1177/26330024221104433>
144. Williams, E. A., Pillai, R., Deptula, B., & Lowe, K. B. (2012). The effects of crisis, cynicism about change, and value congruence on perceptions of authentic leadership and attributed charisma in the 2008 presidential election. *The Leadership Quarterly*, 23(3), 324–341. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.07.003>
145. Wolfsfeld, G. (2017). The role of the media in violent conflicts in the digital age: Israeli and Palestinian leaders' perceptions. *Media, War & Conflict*, 11(1), 107–124. <https://doi.org/10.1177/1750635217727312>
146. Yeo, J., & Jeon, S. H. (2022). Leading Amid Pandemic: Conceptual Framework on Ethical-Political Leadership for Crisis Management. *Public Integrity*, 24(7), 680–691. <https://doi.org/10.1080/10999922.2021.1972610>
147. Zeitzoff, T. (2017). How Social Media Is Changing Conflict. *Journal of Conflict Resolution*, 61(9), 1970–1991. <https://doi.org/10.1177/0022002717721392>

Informacijos šaltinių sąrašas

1. Biden, J. (2022-2024). Oficialus Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento profilis. Feisbukas. <https://www.facebook.com/POTUS>
2. Clark, D. (2024, balandžio 10). *Number of active military personnel in NATO countries in 2024*. <https://www.statista.com/statistics/584286/number-of-military-personnel-in-nato-countries/>
3. Congressional Research Service. (2024, vasario 15). *U.S Security Assistance to Ukraine*. <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IF/IF12040>
4. Macron, E. (2022-2024). Oficialus Prancūzijos prezidento profilis. Feisbukas. <https://www.facebook.com/EmmanuelMacron>
5. Puzio, M. (2024, kovo 5). *Number of Facebook users in Lithuania 2023-2024*. <https://www.statista.com/statistics/1305998/lithuania-number-of-facebook-users/>
6. Ray, M. (2024, balandžio 23). *Olaf Scholz*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Olaf-Scholz>
7. Ray, M. (2024, balandžio 4). *Emmanuel Macron*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Emmanuel-Macron>
8. Scholz, O. (2022-2024). Oficialus Vokietijos kanclerio profilis. Feisbukas. <https://www.facebook.com/olafscholz>
9. Shewale, R. (2024, balandžio 5). *Facebook Users Statistics 2024 (Worldwide Data)*. <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>
10. VERBI Software. (2024). MAXQDA 2024 [computer software]. Berlin, Germany: VERBI Software. [maxqda.com](https://www.maxqda.com)