



Kauno technologijos universitetas
Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

**Komunikacija apie Lietuvos žaliųjų ir Tėvynės sąjungos –
Lietuvos krikščionių demokratų partijas žiniasklaidoje
2020 m. Lietuvos Respublikos Seimo priešrinkiminiu
laikotarpiu**

Baigiamasis magistro studijų projektas

Miglė Julija Dudėnaitė

Projekto autorė

Asist. dr. Inga Laurušonė

Vadovė

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

**Komunikacija apie Lietuvos žaliųjų ir Tėvynės sąjungos –
Lietuvos krikščionių demokratų partijas žiniasklaidoje
2020 m. Lietuvos Respublikos Seimo priešrinkiminiu
laikotarpiu**

Baigiamasis magistro studijų projektas

Strateginė komunikacija (6211JX107)

Miglė Julija Dudėnaitė

Projekto autorė

Asist. dr. Inga Laurušonė

Vadovas / Vadovė

Prof. dr. Vaidas Morkevičius

Recenzentas

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas

Miglė Julija Dudėnaitė

**Komunikacija apie Lietuvos žaliųjų ir Tėvynės sąjungos –
Lietuvos krikščionių demokratų partijas žiniasklaidoje
2020 m. Lietuvos Respublikos Seimo priešrinkiminiu
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.

Miglė Julija Dudėnaitė

Patvirtinta elektroniniu būdu

Dudėnaitė Miglė Julija. Komunikacija apie Lietuvos žaliųjų ir Tėvynės sąjungos – Lietuvos krikščionių demokratų partijas žiniasklaidoje 2020 m. Lietuvos Respublikos Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu. Magistro studijų baigiamasis projektas / vadovė asist. dr. Inga Laurušonė; Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas.

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

Reikšminiai žodžiai: politinė komunikacija, žiniasklaida, Seimo rinkimai, rinkėjų elgsena.

Kaunas, 2023. 75 p.

Santrauka

Augant interneto svarbai kasdieniniame gyvenime, internetinė žiniasklaida ir naujienų portalai vis dažniau tampa pirminiu informacijos šaltiniu ir šaltiniu visuomenėje. Mokslininkai teigia, kad žiniasklaida jau ilgus metus veikia ne tik kaip informacinė priemonė visuomenei, tačiau ir kaip įrankis, kuris formuoja paties informacijos gavėjo, šiuo atveju rinkėjo, pasaulėžiūrą, suvokimą ir kritinį mąstymą (Horvath ir Machyniak, 2014). Užsienyje gausu atliktų tyrimų, analizuojančių politinę komunikaciją medijose ir žiniasklaidoje bei siekiant iširti skirtumus tarp skirtingų šalių, pavyzdžiui, Švedijos ir Jungtinių Amerikos Valstijų politinės komunikacijos ypatumų žiniasklaidoje (Strömbäck ir Dimitrova, 2006, Nesbitt-Larking, 2010). Lietuvoje gausiausiai tyrimų politinės komunikacijos tema yra atlikę Ramonaitė (2014, 2021), Šuminas (2022, 2019) bei Jastramskis (2016, 2018). Tačiau Lietuvoje dažniau tyrėjai analizuoja bendrus rinkėjų elgseną lemiančius veiksnius arba politinių partijų programų atskleidimą politinės komunikacijos metu, o dažniausiai analizuojamu objektu tampa LR Prezidento rinkimai. Tyrimų, analizuojančių komunikaciją apie skirtingas partijas Lietuvos žiniasklaidoje LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu bei galimą šios komunikacijos įtaką galutiniams rinkimų rezultatams beveik nėra. Dėl šios priežasties šio tyrimo objektas yra komunikacija apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratų (TS-LKD) Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu. Tyrimo tikslas – nustatyti kaip Lietuvos žiniasklaidoje komunikuojama apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratų (TS-LKD) priešrinkiminiu 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu bei sugretinti komunikacijos charakteristikas ir galutinius rinkimų rezultatus. Projektui atlikti išskirti 4 uždaviniai: 1) atlikti politinės komunikacijos teorijų, žiniasklaidos įtakos politinei komunikacijai bei rinkėjų elgseną lemiančių veiksnių kritinę teorinę literatūros apžvalgą; 2) įvertinti viešosios komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje charakteristikas, atliekant žiniasklaidos pranešimų turinio analizę; 3) nustatyti sąsajas tarp partijų rinkimų programų turinio ir komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje charakteristikų; 4) sugretinti komunikacijos turinio analizės ir galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus. Tyrimo metodai – kiekybinė ir kokybinė turinio (žiniasklaidos straipsnių ir partijų rinkimų programų) analizė. Atlikta turinio analizė atskleidė komunikacijos apie partijas skirtumus, taip pat kaip skiriasi komunikacija apie partijų lyderius bei kokiomis temomis dažniausiai buvo komunikuojama 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu. Darbą sudaro santrauka, įvadas, kritinė teorinės mokslinės literatūros analizė, metodologinė dalis, tiriamoji dalis, išvados ir priedai.

Dudėnaitė, Miglė Julija. Communication about Lithuanian Green Party and Homeland Union – Lithuanian Christian Democrats in Media during 2020 Parliament of the Republic of Lithuania Elections. Master's Final Degree Project / supervisor assist. prof. dr. Inga Laurušonė. Faculty of Social Sciences, Arts and Humanities, Kaunas University of Technology.

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

Keywords: Political Communication, Media, Parliament elections, electoral behavior.

Kaunas, 2024. 75 p.

Summary

As the importance of the internet grows in everyday life, online media and news portals are increasingly becoming primary tools and sources of information. Scientists argue that media has been acting not only as an informational tool for society but also as a tool that shapes the worldview, perception, and critical thinking of the information recipient, in this case, the voter (Horvath and Machyniak, 2014). There is a lot of research made worldwide analyzing political communication in the media and seeking to explore differences between countries, such as the peculiarities of political communication in the media in Sweden or United States of America (Strömbäck ir Dimitrova, 2006, Nesbitt-Larking, 2010). The most abundant research on the topic of political communication in Lithuania has been conducted by Ramonaitė (2014, 2021), Šuminas (2022, 2019), and Jastramskis (2016, 2018). However, in Lithuania, researchers more often analyze the common factors influencing voter behavior or the disclosure of political party programs during political communication process, with the most analyzes object usually being the presidential elections of the Republic of Lithuania. There is almost no research done analyzing communication about different parties in the Lithuanian media during the pre-election period to the Seimas elections and its possible influence on the final election results. For this reason, the object of this research is the communication about the Lithuanian Green Party (LŽP) and the Homeland Union – Lithuanian Christian Democrats (TS-LKD) in the Lithuanian media during the pre-election period to the 2020 Seimas elections. The aim of the research is to determine how the Lithuanian media communicates about the Lithuanian Green Party (LŽP) and the Homeland Union – Lithuanian Christian Democrats (TS-LKD) during the pre-election period of the 2020 Seimas elections and to compare the characteristics of communication with the final election results. The project sets out 4 objectives: 1) to conduct a critical theoretical literature review on political communication theories, the influence of media on political communication, and factors influencing voter behavior; 2) to evaluate the characteristics of public communication about parties in the media by performing a content analysis of media reports; 3) to identify the correlations between the content of part election programs and the characteristics of communication about parties in the media; 4) to compare the content analysis of communication and the final results of the 2020 Lithuanian Parliamentary elections. Research methods include quantitative and qualitative content analysis (of media articles). Content analysis revealed differences in communication about the parties, as well as how communication about party leaders differs, and the most communicated topics during the pre-election period to the 2020 Seimas elections. The work consists of an abstract, introduction, theoretical analysis of scientific literature, methodological part, research part, conclusions, and appendices.

Turinys

| | |
|---|-----------|
| Lentelių sąrašas | 7 |
| Paveikslų sąrašas | 8 |
| Santrumpų ir terminų sąrašas | 9 |
| Įvadas..... | 10 |
| 1. Teoriniai politinės komunikacijos ir jos sklaidos žiniasklaidoje aspektai | 12 |
| 1.1. Politinės komunikacijos samprata ir teorijos..... | 12 |
| 1.2. Politinės komunikacijos ypatumai rinkimų laikotarpiu..... | 16 |
| 1.3. Rinkėjų elgseną lemiantys veiksniai | 20 |
| 1.4. Žiniasklaidos įtaka šių dienų politinei komunikacijai ir rinkėjo pasirinkimui | 26 |
| 2. Metodologiniai komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje tyrimo aspektai | 31 |
| 2.1. Tyrimo dizainas ir metodologija | 31 |
| 2.2. Tyrimo ribotumas ir tęstinumas..... | 34 |
| 3. Komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje analizė | 36 |
| 3.1. Analizuojamų partijų raida ir 2020 m. LR Seimo rinkimų programų analizė..... | 36 |
| 3.1.1. Lietuvos žaliųjų partija | 36 |
| 3.1.2. Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai | 38 |
| 3.2. Kiekybinė naujienų pranešimų analizė..... | 40 |
| 3.3. Kokybinė naujienų pranešimų analizė..... | 45 |
| 3.4. Komunikacijos žiniasklaidoje analizės ir rinkimų programų analizės sąsajos..... | 62 |
| Diskusija | 64 |
| Išvados | 66 |
| Literatūros sąrašas | 68 |
| Informacijos šaltinių sąrašas | 75 |
| Priedai..... | 76 |
| 1 priedas. Tyrimo instrumentas | 76 |
| 2 priedas. Analizuotų straipsnių sąrašas | 78 |

Lentelių sąrašas

| | |
|--|----|
| 1 lentelė. Masinės komunikacijos modelis | 12 |
| 2 lentelė. Skirtingų žiniasklaidos tipų vaidmuo priešrinkiminiu laikotarpiu | 25 |
| 3 lentelė. Kokybinės analizės kodai ir subkodai..... | 33 |
| 4 lentelė. LŽP 2020 m. LR Seimo rinkimų programos prioritetai ir tikslai | 38 |
| 5 lentelė. TS-LKD 2020 m. LR Seimo rinkimų programos turinys | 40 |
| 6 lentelė. Diskurso veikėjų pasiskirstymas analizuotuose straipsniuose..... | 48 |
| 7 lentelė. Partijų lyderių paminėjimai žiniasklaidoje | 49 |
| 8 lentelė. Komunikacijos tematika straipsniuose apie LŽP ir TS-LKD | 52 |
| 9 lentelė. Partijų neutralių paminėjimų pavyzdžiai | 57 |
| 10 lentelė. Partijų teigiamų paminėjimų pavyzdžiai | 58 |
| 11 lentelė. Partijų neigiamų paminėjimų pavyzdžiai..... | 59 |
| 12 lentelė. Partijų paminėjimų pasiskirstymas žiniasklaidos straipsniuose | 60 |
| 13 lentelė. Partijų prioritetų rinkimų programose atsispindėjimas komunikacijoje žiniasklaidoje... | 63 |

Paveikslų sąrašas

| | |
|---|----|
| 1 pav. Darbotvarkės nustatymo teorijos modelis | 13 |
| 2 pav. Lietuvos ir ES rinkėjų iškeltos aktualiausios nacionalinės problemos | 24 |
| 3 pav. Tyrimo dizainas | 31 |
| 4 pav. LŽP paminėjimų dinamika žiniasklaidoje (2020-06-11 – 2020-10-10)..... | 42 |
| 5 pav. TS-LKD paminėjimų dinamika žiniasklaidoje (2020-06-11 – 2020-10-10)..... | 43 |
| 6 pav. Populiariausi autoriai tarp LŽP paminėjimų žiniasklaidoje | 44 |
| 7 pav. Populiariausi autoriai tarp TS-LKD paminėjimų žiniasklaidoje | 45 |
| 8 pav. Analizuotų straipsnių naujienų rėmai | 46 |
| 9 pav. Straipsnių pagrindinės temos | 46 |
| 10 pav. LŽP reklama naudota 2020 m. LR Seimo rinkimų agitacijos laikotarpiu (nuotr. LŽP)..... | 47 |
| 11 pav. Komunikacijos tematikas pasiskirstymas straipsniuose | 50 |
| 12 pav. Komunikacijos tematikos pasiskirstymas straipsniuose apie LŽP ir TS-LKD | 53 |
| 13 pav. Analizuotų dokumentų ir komunikacijos tematikos ryšys..... | 54 |
| 14 pav. Komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje temų ryšys..... | 55 |
| 15 pav. Partijų paminėjimų santykis | 56 |
| 16 pav. Partijų paminėjimų pasiskirstymas pagal tipus..... | 57 |
| 17 pav. Dažniausiai pasikartojantys žodžiai naujienų pranešimuose (žodžių debesis)..... | 61 |

Santrumpų ir terminų sąrašas

Santrumpos:

TS-LKD – Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai

LŽP – Lietuvos žaliųjų partija

LR – Lietuvos Respublika

EP – Europos Parlamentas

ES – Europos Sąjunga

JAV – Jungtinės Amerikos Valstijos

VRK – Vyriausioji rinkimų komisija

NVO – Nevyriausybinė organizacija

Terminai:

Politinė komunikacija – komunikacija politiniame kontekste, apimanti:

- 1) Visas bet kokių politikos veikėjų (politikų, partijų atstovų, Vyriausybės atstovų) komunikacijos formas, pasitelkiamas siekiant įvairių tikslų politiniu aspektu;
- 2) Kitų, ne politikos veikėjų (žiniasklaidos priemonių atstovų, piliečių, turinčių rinkimų teisę) komunikaciją, skirtą politikos veikėjams;
- 3) Komunikaciją apie politikus ar politikos veikėjus įvairioje žiniasklaidoje ir medijose (McNair, 2017).

Įvadas

Temos aktualumas. Lietuva yra viena iš daugelio demokratinių valstybių pasaulyje, kurioje politinės rinkiminės sistemos pagrindas yra demokratiniai rinkimai. Lietuvoje rinkimai įprastai vyksta dvejuose skirtinguose lygmenyse – nacionaliniai rinkimai (Europos Parlamento (EP), Lietuvos Respublikos (LR) Seimo ir LR Prezidento) bei vietos savivaldos rinkimai (miestų ir rajonų tarybos, miestų ir rajonų merų rinkimai). Kiekvienų LR Seimo rinkimų metu kandidatai ir jų atstovaujamos partijos pasitelkdamos įvairius kanalus vykdo rinkimines agitacijas ir kampanijas, kuriomis siekia transliuoti pagrindines politines idėjas, programos turinį ir daryti įtaką rinkėjų apsisprendimui balsuoti už vieną ar kitą kandidatą bei partiją. Svarbu įvertinti įvairius veiksnius, lemiančius rinkėjo elgseną ir tam tikrą sprendimo priėmimą, pavyzdžiui, demografinius ar socialinius veiksnius. Didelę svarbą rinkėjo apsisprendimui gali daryti ir rinkiminėse agitacijose ar kampanijose tikslingai bei strategiškai pasirinkti politinės komunikacijos aspektai, ypač transliuojami kasdieninėje žiniasklaidoje. Dažnai pagrindiniu informaciniu šaltiniu visuomenėje tampa būtent įvairios formos žiniasklaida, kurios dėka žmonės sužino aktualiausias naujienas ar pokyčius ir politikos srityje. Mokslininkai teigia, kad žiniasklaida jau ilgus metus veikia ne tik kaip informacinė priemonė visuomenei, tačiau ir kaip įrankis, kuris formuoja paties informacijos gavėjo, šiuo atveju rinkėjo, pasaulėžiūrą, suvokimą ir kritinį mąstymą (Horvath ir Machyniak, 2014). Todėl ne mažiau aktualu ir svarbu yra analizuoti strateginę politinę komunikaciją žiniasklaidoje priešrinkiminiu laikotarpiu. Šis tyrimas gali ne tik padėti suprasti strateginės politinės komunikacijos svarbą LR Seimo rinkimų metu, tačiau ir leisti suvokti patį žiniasklaidos vaidmenį kaip įrankį skatinantį kritinį mąstymą ir politinį informuotumą visuomenėje.

Temos naujumas. Nors socialinių medijų ir žiniasklaidos įtaka politinei komunikacijai yra plačiai analizuojama tema pasaulyje, pavyzdžiui Jungtinėse Amerikos Valstijose, tačiau Lietuvoje, ypač LR Seimo rinkimų atveju, šia tema tyrimų dar vis trūksta. Dažnai analizuojamos viešai skelbiamos partijų ar kandidatų programos ir jų turinys, tačiau retai į tyrimus įtraukiama, kaip šios tematikos atsispindi žiniasklaidoje ar socialinėse medijose, kaip apie partijas iš tiesų yra komunikuojama plačiojoje žiniasklaidoje rinkėjui. A. Ramonaitė (2014, 2021), M. Jastramskis (2013, 2016) ir A. Šuminas (2022) yra bene daugiausiai rinkėjų elgsenos ir politinės komunikacijos tematikoje atliktų tyrimų ir publikuotų mokslinių darbų sukūrę autoriai Lietuvoje. Kadangi technologijos nuolat tobulėja, gyvenimo tempas greitėja, žmonės nėra pratę skirti daug laiko politinių programų analizei ir skaitymui, žiniasklaidos pranešimų įtaka politinei komunikacijai vis didėja, todėl svarbu analizuoti, kaip politinės jėgos Lietuvoje adaptuoja savo žinučių sklaidą ir kokia tematika komunikuoja žiniasklaidoje. Šis projektas savo tyrimu siekia išanalizuoti, kokie skirtumai egzistuoja tarp sėkmingesnių ir mažiau populiarių partijų vertinant komunikacijos charakteristikas bei sugretinti šiuos komunikacijos bruožus su galutiniais rezultatais ir rinkėjų apsisprendimu, o tokių ar panašių tyrimų, atliktų remiantis LR Seimo rinkimais, beveik nėra.

Temos problematika. Kiekvienų LR Seimo ar kito lygmens rinkimų metu partijos ir jų kandidatai siekia pritraukti rinkėją pasitelkdami tikslingą ir strategiškai apgalvotą komunikaciją. Kadangi vienos partijos yra sėkmingesnės ir sulaukia daugiau rinkėjų balsų, priešingai nei kitos, šis tyrimas siekia identifikuoti ir išanalizuoti komunikacijos veiksnius Lietuvos žiniasklaidoje, kurie galėjo turėti įtakos Lietuvos žaliųjų partijos ir Tėvynės sąjungos – Lietuvos krikščionių demokratų partijos rinkimų kampanijoms bei galutiniams rinkimų rezultatams. Ši analizė gali padėti suprasti, kaip žiniasklaida veikia rinkėjų nuostatas ir galutinio politinio sprendimo priėmimą bei kaip gali daryti įtaką politiniam diskursui ir demokratijos veikimui Lietuvoje. Šio tyrimo **problema** formuojama klausimu „kaip

Lietuvos žiniasklaidoje komunuojama apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratų (TS-LKD) 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu ir kaip šios komunikacijos charakteristikos gali būti sugretinamos su galutiniais rinkimų rezultatais?“

Tyrimo objektas – komunikacija apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungos – Lietuvos krikščionių demokratų (TS-LKD) partiją Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu.

Tyrimo tikslas – sugretinti galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus ir išanalizuotą komunikaciją apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratų (TS-LKD) priešrinkiminiu 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu Lietuvos žiniasklaidoje.

Projekto uždaviniai:

1. atlikti politinės komunikacijos teorijų, žiniasklaidos įtakos politinei komunikacijai bei rinkėjų elgseną lemiančių veiksnių kritinę teorinę literatūros apžvalgą;
2. įvertinti viešosios komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje charakteristikas, atliekant žiniasklaidos pranešimų turinio analizę;
3. nustatyti sąsajas tarp partijų rinkimų programų turinio ir komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje charakteristikų;
4. sugretinti komunikacijos turinio analizės ir galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus.

Metodai: turinio kiekybinė ir kokybinė analizės. Kiekybinė žiniasklaidos straipsnių analizė atlikta „Mediaskopo“ platformoje „Station“, kokybinė straipsnių analizė atlikta programa „MAXQDA“.

Šiam projektui buvo pasitelkta žiniasklaidos informacija priešrinkiminiu 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu, kurie vyksta kas 4 metus ir yra vieni didžiausių ir svarbiausių Lietuvos nacionalinio lygio rinkimų. Tyrimui atlikti buvo atrinkta 100 žiniasklaidos straipsnių (po 50 susijusių su kiekviena analizuojama partija), kurie buvo analizuojami kiekybiškai ir kokybiškai pasitelkiant Mediaskopo platformą „Station“ bei programinę įrangą „MAXQDA“. Išanalizavus komunikacijos žiniasklaidoje bruožus bei suradus sąsajas tarp partijų rinkimų programų turinio ir komunikacijos žiniasklaidoje, gauti duomenys buvo gretinami su galutiniais 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatais.

Darbo struktūra. Darbą sudaro trys pagrindiniai skyriai. Pirmasis skyrius skirtas kritinei literatūros analizei, kuriame apžvelgiamos politinės komunikacijos teorijos, žiniasklaidos įtaka politinei komunikacijai, rinkėjų elgseną formuojantys veiksniai. Antrame skyriuje aptariama metodologinė darbo dalis, o trečiame – praktinė dalis, kuri apima atliktos kiekybinės ir kokybinės analizės rezultatų apžvalgą. Darbo pabaigoje pateiktos suformuotos išvados.

Projektą sudaro 75 puslapiai, 13 lentelių, 17 paveikslų, 2 priedai. Panaudota 104 mokslinės literatūros šaltiniai ir 15 informacijos šaltinių.

1. Teoriniai politinės komunikacijos ir jos sklaidos žiniasklaidoje aspektai

Šiame skyriuje pateikiama teorinė mokslinės literatūros apžvalga, kuria remiantis buvo atliekamas tyrimas, praktinė darbo dalis, interpretuojami gauti rezultatai ir formuojamos darbo išvados. Teorinė literatūros apžvalga apima svarbiausius politinės komunikacijos teorinius aspektus ir sampratą, rinkėjų elgseną formuojančius veiksnius ir politinės komunikacijos įtaką šių veiksnių kontekste, komunikacijos skirtumus skirtingo lygmens rinkimuose bei žiniasklaidos įtaką politinei komunikacijai. Ši teorinė literatūros apžvalga skirta padėti suprasti vėliau gautus tyrimo rezultatus, juos tikslingiau analizuoti, siekiant nustatyti komunikacijos charakteristikas ir tikslingai jas sugretinti su galutiniais 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatais.

1.1. Politinės komunikacijos samprata ir teorijos

Politinė komunikacija yra analizuojama jau ne vieną dešimtmetį, o šių tyrimų pradžia dažnai laikomas H. Lasvelo (1948) sukurtas masinės komunikacijos modelis. Šis modelis padeda analizuoti ir suprasti, kaip komunikacija yra siunčiama ir priimama masinėje komunikacijoje. Komunikacijos modelis apima penkis klausimus, kurie padeda išanalizuoti komunikacijos komponentus (1 lentelė). Atsakymai į šiuos klausimus padeda nustatyti komunikacijos šaltinį (kas komunikuoja?), žinutės turinį (ką sako arba komunikuoja?), pasirinktą komunikacijos kanalą (koku kanalu arba kokia priemone sklinda komunikacija?), komunikacijos gavėją (kam yra skirta komunikacija?) bei komunikacijos efektą (kokį poveikį sukuria komunikacija?). Politinės komunikacijos atveju remiantis šiuo modeliu svarbiausiu tampa paskutinis klausimas ir komunikacijos komponentas, apimantis efektą bei atsakantis į klausimą – „koku efektu pasižymi komunikacija?“. Tai leidžia suprasti, kokį poveikį auditorijai, šiuo atveju, rinkėjams, turi skleidžiama politinė komunikacija. Teisingai pasirenkant komunikacijos šaltinį, turinį ir kanalą bei tikslingai pritaikant juos komunikacijos gavėjui (rinkėjui), pasiekiamas politinės komunikacijos efektyvumas (rinkėjas gaus reikiamą informaciją, pavyzdžiui, bus skatinamas balsuoti už tam tikrą politinę jėgą). Analizuojant politinės komunikacijos efektyvumą remiantis Lasvelo masinės komunikacijos modeliu svarbu ištirti ir nustatyti, kaip politinė komunikacija veikia rinkėją. Rinkiminės agitacijos atveju politikų ar partijos skleidžiama komunikacija gali vienodai skatinti rinkėją balsuoti, skatinti nebalsuoti arba nedaryti jokios įtakos (žr. 1.3. ir 1.4. skyrius).

1 lentelė. Masinės komunikacijos modelis

| Masinės komunikacijos modelio klausimas | Atskleidžiamas komunikacijos elementas |
|---|---|
| Kas? | Komunikacijos šaltinis arba asmuo, siunčiantis žinutę (informaciją) |
| Ką sako? | Žinutė (turinys) |
| Koku kanalu? | Komunikacijos kanalas |
| Kam? | Komunikacijos (žinutės) gavėjas |
| Koku efektu? | Komunikacijos poveikis informacijos gavėjui arba auditorijai |

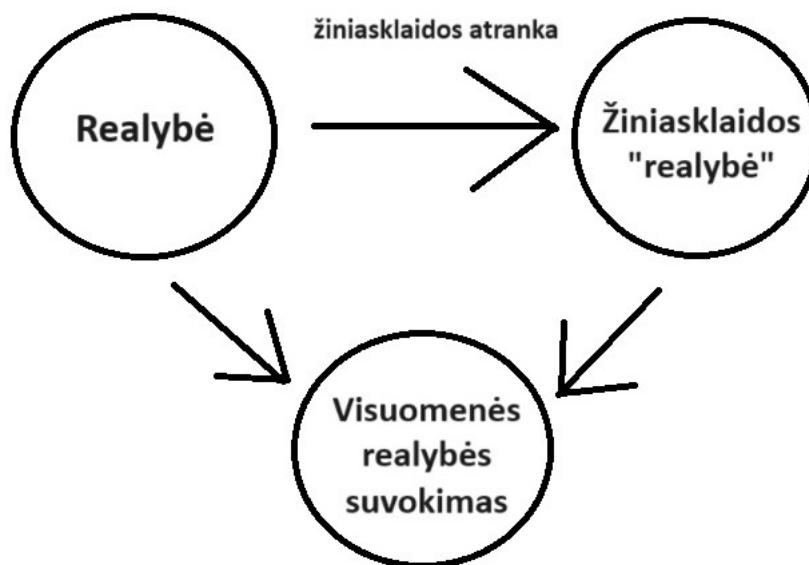
Šaltinis: Lasswell, 1948

Politinės komunikacijos tyrimų populiarumas vėliau pradėjo augti atliekant įvairius politinės propagandos tyrimus, taip pat rinkėjų viešojo pasirinkimo tyrimus (Kaidas, 2004; Statneckytė, 2013; Lippman, 1998; Lasswell, 1971). Šiomis dienomis politinė komunikacija anot Heat ir kitų (2018)

apibrėžiama kaip kontaktas ir ryšys tarp piliečių, politinių veikėjų ir žiniasklaidos arba medių, atsirandanti dėl politikų siekio ir noro ištransliuoti ideologines pažiūras ir su politika susijusias idėjas bei siekiant pasiekti politinių rinkimų tikslus demokratinėse valstybėse. Kaip teigia McNair (2017), politinė komunikacija teoriškai apima kelis aspektus:

- 1) Visos bet kokių politikos veikėjų (politikų, partijų atstovų, Vyriausybės atstovų) komunikacijos formos, pasitelkiamos siekiant įvairių tikslų politiniu aspektu;
- 2) Kitų, ne politikos veikėjų (žiniasklaidos priemonių atstovų, piliečių, turinčių rinkimų teisę) komunikacija, skirta politikos veikėjams;
- 3) Komunikacija apie bet kokius politikus ar politikos veikėjus įvairioje žiniasklaidoje ir medijose.

Tačiau šiomis dienomis vyrauja kelios pagrindinės ir populiariausios politinės komunikacijos teorijos, kurias pasitelkus analizuojama politinė komunikacija ir jos procesai. Viena gausiausiai ištirtų politinės komunikacijos teorijų yra darbotvarkės nustatymo (*angl. agenda setting*) teorija, kurios pradininkais laikomi McCombs'as ir Shaw'as (1972). Sąvoka „darbotvarkė“ šios teorijos pavadinime mokslininkų apibrėžiama kaip „problemų sąrašas, į kurį politiniai veikėjai atkreipia dėmesį ir laiko prioritetu“ (Walgrave ir kt., 2008, Gilardi ir kt., 2022). Nuo šios teorijos atsiradimo, ji tapo dažniausiai naudojama teorija, atliekant politinės komunikacijos tyrimus (McCombs, 2005; Wanta ir Ghanem, 2007; Hao, 2022, Guo ir Vargo, 2022; Luo ir kt., 2019). Darbotvarkės nustatymo teorija teigia, kad žiniasklaida pasirenka tam tikrą filtrą, pagal kurį iškelia kai kurias problemas ar temas jas dažniau ir aiškiau vaizduodama žiniasklaidoje, todėl žmonės suvokia šias problemas kaip svarbesnes ar didesnes už kitas (Yang ir kt., 2016; Gilardi ir kt., 2022). Žiniasklaida, pasitelkdama darbotvarkės nustatymo teoriją gali daryti svarbią įtaką ne tik tam, kokios temos bus populiarios ir labiausiai diskutuojamos bei daugiausiai matomos, taip sudarant įvaizdį, kad jos yra svarbios, tačiau gali formuoti ir visuomenės realybės suvokimą tam tikromis temomis (1 pav.).



1 pav. Darbotvarkės nustatymo teorijos modelis

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis McCombs, 2005.

Nagrinėjant darbotvarkės nustatymo teoriją mokslinėje literatūroje, įprastai dar teorijos pradininkų, yra išskiriami du šios teorijos lygmenys:

- 1) Pirmasis lygmuo. Šis lygis apima žiniasklaidos gebėjimą išskirti ir pabrėžti tam tikras temas arba problemas žiniasklaidoje, dėl ko jos tampa įdomios ir svarbios visuomenei. Šis lygmuo grindžiamas tuo, kad žiniasklaida turi galią nustatyti ir nurodyti, kas yra svarbu diskusijai arba kas turi būti apkalbama viešojoje erdvėje.
- 2) Antrasis lygmuo. Šis lygis susijęs su žmonių (informacijos gavėjų) suvokimu ir susidomėjimu tam tikromis temomis, kurias žiniasklaida išskiria. Šis lygmuo veikia kaip prieštaraujantis pirmojo lygmens absoliutumui, nes nurodo, kad temos aktualumo formavimui įtaką daro ir auditorijos susidomėjimas, ne tik žiniasklaidos pastangos sustiprinti temos svarbumą ir aktualumą. Nors žiniasklaida gali pateikti ir formuoti temų ar problemų svarbumą viešojoje erdvėje ar žiniasklaidoje, tačiau tai, ar jos taps svarbios žmonėms, priklauso nuo to, kaip šios temos yra suvokiamos ir interpretuojamos pačių žmonių remiantis visuomenės kritiniu mąstymu.

Vis augant interneto ir socialinių medijų vartojimui, daugėja mokslinių tyrimų, kurie darbotvarkės nustatymo teoriją papildo ir trečiuoju lygmeniu (Cheng, 2016; McCombs, Shaw ir Weaver, 2018). Nors teorija tradiciškai yra orientuota į žiniasklaidos įtaką visuomenės suvokimui apie tam tikrų temų ar problemų svarbumą, naujesni tyrimai įtraukia ir tarpasmeninį žmonių bendravimą ir socialinių tinklų įtaką formuojant viešąją darbotvarkę. Vis labiau populiarėjant socialinėms medijoms, o žiniasklaidai beveik visiškai persikėlus į internetą, būtina vertinti ir žmonių kuriamą turinį (pavyzdžiui, įrašus socialinėse medijose), kuriais dalinasi kiti žmonės, komentuoja tam skirtose sekcijose, taip kuriant tarpasmeninį ryšį su kitais į diskusiją įsitraukiančiais asmenimis. Šis naujai besikuriantis trečiasis teorijos lygmuo rodo, kad tarpasmeninis bendravimas socialinių tinklų ir internetinės žiniasklaidos erdvėse gali turėti svarbią įtaką formuojant viešą nuomonę ir darant įtaką tam tikrų temų aktualumui ir matomumui. Tokio lygmens pavyzdys praktikoje gali būti vienas populiariausių socialinių tinklų „Facebook“, kuriame vieno žmogaus (neturinčio sąsajų su politika ar žiniasklaida) pasidalintas įrašas ar istorija gali sulaukti atsitiktinio didelio žmonių dėmesio ir susidomėjimo, pasireiškiančio komentarais, įrašo pasidalinimais ir kita sklaida. Įprastai, tokie didesnio dėmesio sulaukę įrašai internete pasiekia ir naujų portalus ar kitas oficialias žiniasklaidos priemones. Lietuvoje tokios socialinės komunikacijos ir darbotvarkės formavimo socialiniuose tinkluose pavyzdžiu galėtų būti tinklaraštininkas Andrius Tapinas, turintis daugiau nei 260 tūkstančių sekėjų socialiniame tinkle „Facebook“. Pasak Gilardi ir kitų autorių (2022), skaitmeninės platformos ir įvairūs socialiniai tinklai šiek tiek sumažino tradicinių žiniasklaidos priemonių galią darbotvarkės nustatyme ir galimai padidino įvairių individualių veikėjų (nebūtinai susijusių su žiniasklaida ar politika) gebėjimą formuoti viešąją darbotvarkę. Šveicarijoje atliktas tyrimas, kuris analizavo ryšius tarp trijų darbotvarkės įtaką darančių šaltinių (žiniasklaidos, partijų socialinių tinklų ir individualių politikų) parodė, kad visi trys šaltiniai tarpusavyje vieni kitiems daro įtaką, tačiau nėra vieno išskiriamo šaltinio, kuris darytų didesnę įtaką nei kiti temų viešojoje komunikacijoje svarbai. Tyrimas parodė tik vieną išskirtinumą – aplinkosaugos problemų atvejais, iš visų trijų analizuotų šaltinių politinės partijos ir jų komunikacija buvo įtakingesnės formuojant darbotvarkę nei tradicinė žiniasklaida (Gilardi ir kt., 2022). Šie tyrimo rezultatai atskleidžia, kad skirtingi šaltiniai, formuojantys darbotvarkę, tarp jų ir žiniasklaida, gali būti glaudžiai susiję, ypač socialinių medijų ir tinklų klestėjimo laikotarpyje. Todėl vis dažniau, atliekant naujausius politinės darbotvarkės

nustatymo tyrimus, kaip galimi darbotvarkės formuotojai, įtraukiami ir socialiniai tinklai (Chen, Lee ir Marble, 2019; Fazekas ir kt., 2021; Barbera ir kt., 2019).

Kita svarbi komunikacijos teorija, kuria dažnai remiamasi atliekant su politine komunikacija susijusius tyrimus yra įrėminimo teorija (*angl. framing theory*). Plačiausiai priimtas teorijos apibrėžimas yra suformuotas Entmano (1993), kuris teigia, kad įrėminimas komunikacijoje leidžia pabrėžti tam tikrus tikrovės aspektus, o kitus taip pat tikrovės aspektus nustumti į antrąjį planą per komunikacijos atrankos ir išryškavimo procesus. Ši teorija pabrėžia žiniasklaidos, politinių veikėjų ar kitų viešų asmenų (komunikacijos šaltinio) gebėjimą pateikti svarbią informaciją tam tikra tema tokiu būdu, kad ji būtų suvokiama ar suprantama taip, kaip nori komunikacijos šaltinis arba kitu, jam palankesniu, būdu (Tewksburry ir Scheufele, 2019; Guenther ir kt., 2021). Teigiama, kad žmonės yra linkę informaciją suvokti ir interpretuoti pagal tai, kaip ji yra pristatoma, todėl jeigu komunikacijoje yra akcentuojami tam tikri aspektai, žmogus, priimantis informaciją, greičiausiai atsižvelgs į šiuos aspektus suvokiant informacijos svarbą ir ją įvertinant, net jeigu komunikacija neatskleidžia visų su įvykiu ar problema susijusių detalių. Ši teorija plačiai taikoma įvairiose komunikacijos srityse, tokiose kaip aplinkosaugos, medicinos ar kt. (Guenther ir kt., 2021; Clark ir Nyaupane, 2020; Badullovich, Grant ir Colvin, 2020, Ogbodo ir kt., 2020), taip pat labai dažnai yra viena populiariausių teorijų analizuojant ir politinę komunikaciją (Araujo ir Prior, 2021; de Bruijn, 2019; Busby ir kt., 2019). Politikai renkasi taikyti įrėminimo teoriją siekdami įtikinti rinkėjus palaikyti ir remti tam tikras politines jėgas ar politines kryptis, taip pat siekdami įtikinti žmones priimti tam tikrus politinius sprendimus (de Bruijn, 2019). Ši teorija dažnai pasitelkiama priešrinkiminės komunikacijos procesuose ar vykstant nacionalinio lygio referendumams, kuomet skirtingos ideologijos politikai ar politinės partijos stengiasi pateikti rinkėjui „įrėmintą“ informaciją, taip siekiant paveikti rinkėjo suvokimą apie svarstomą politinį sprendimą ir nulemti rinkėjo apsisprendimą balsuoti. Pastebima, kad dažnai įrėminimo teorija remiasi populistinių pažiūrų politikai (Busby ir kt., 2019; Araujo ir Prior, 2021), siekdami naudoti populistinę retoriką pateikiant komunikacijos žinutes ir politines problemas taip, kad jos atrodytų lengvai suprantamos įprastam rinkėjui ir patrauklios visuomenės masėms. Sukuriant tokį populistinį naratyvą, kuris kuriamas pasitelkiant įrėminimo teoriją, politikai siekia pritraukti ir mobilizuoti žmonių paramą rinkimų ar svarbių demokratinių politinių sprendimų priėmimų metu. Žiniasklaida taip pat gali rengti naujienų pranešimus ar reportažus pabrėžiant arba nutylint tam tikrus tikrovės aspektus, sukuriant tikslingą problemos kontekstą ar įvaizdį bei siekiant formuoti informacijos gavėjo (politiniu atveju – rinkėjo) požiūrį ir nuomonę pristatomos temos klausimu (Rooke, 2021; Gonzalez ir kt., 2019). Įrėminimo teorija padeda analizuoti ir suvokti, kaip žiniasklaida ar politiniai veikėjai daro įtaką visuomenės ir viešajai nuomonei bei kaip pasitelkiant šią teoriją gali būti formuojamas žmonių požiūris į tam tikras problemas ar svarbias temas.

Rečiau taikoma, tačiau taip pat aktuali politinei komunikacijai teorija yra socialinė rizikos stiprinimo sistema (*angl. social amplification of risk framework*, „SARF“) (Pidgeon, Kasperson ir Slovic, 2003). Ši sistema, arba teorija, apima tam tikros rizikos ar pavojaus suvokimo visuomenėje priklausomybę nuo jos pristatymo, komunikacijos ir skiriamo viešojo dėmesio. Teigiama, kad kai kurios ekspertų aukščiausiu pavojaus lygiu vertinamos rizikos gali būti suvokiamos visuomenėje kaip keliančios mažą grėsmę (rizikos slopinimo atvejis), o rizikos, kurios iš tikrųjų ekspertų vertinamos kaip keliančios mažą pavojų, dėl didelio skiriamo visuomenės dėmesio, gali būti vertinamos kaip labai pavojingos (rizikos stiprinimo atvejis) (Kasperson ir kt., 2022). Dažni rizikų, kurios yra slopinamos visuomenėje, pavyzdžiai apima rūkymą, automobilių sukeltas avarijas ar elektroninių cigarečių vartojimą bei kitus pavojus, kurie tampa kasdieniniu reiškiniu visuomenėje, nesureikšminant arba

sąmoningai neįvertinant šių reiškinių keliamo pavojaus. Manoma, kad rizikos sustiprinimas atsiranda dviem etapais: informacijos perdavimo metu ir socialinio atsako metu. Pirmajame etape dažniausiai dalyvauja ekspertai (mokslininkai, politologai, sričių žinovai), o antrajame etape išitraukia žiniasklaida, kultūrinės grupės ar tarpasmeninės bendruomenės, kurios sukelia reakciją į pateiktą informaciją (Kasperson ir kt., 2022). Kadangi antrajame etape dalyvauja ir žiniasklaida, manoma, kad ji gali daryti tiesioginę įtaką, kaip pavojus ar rizika bus suvokiama visuomenėje. Pasirinkdama įtraukti asmenines žmonių istorijas, pasižyminčias tam tikromis emocijomis, pranešdama apie pavojus, rizikas ar įvairias politines problemas, žiniasklaida gali sustiprinti paties pavojaus suvokimą ir vertinimą. Toks pavojaus ar rizikos suvokimo stiprinimas gali sukelti ir tolimesnius visuomenės reakcijos reiškinius, nagrinėjamus literatūroje, pavyzdžiui, „bangavimo“ efektą (*angl. ripple effect*), įvairius socialinius protestus ar pasipriešinimą (Kasperson ir kt., 2022). Augant socialinių tinklų ir medijų vartojimui pastebima, kad kinta ir socialinis rizikos vertinimas. Greitėjanti informacijos sklaida ir prieinamesnis informacijos dalinimosi procesas padeda ne tik greičiau skleisti informaciją apie pavojų ar riziką, bet ir lengviau daryti įtaką suvokimui. Socialinė rizikos stiprinimo teorija gali būti naudinga politinės komunikacijos procesuose ir yra naudojama politikų, kuomet siekiama formuoti viešąją nuomonę tam tikrais rizikos ar pavojaus klausimais (siekiant riziką susilpninti ar sustiprinti). Politikai rinkimų kampanijoje gali pritaikyti įprastus rizikų ir pavojų stiprinimo arba silpninimo elementus, siekiant įtikinti rinkėją palankesne nuomone arba suvaldyti visuomenės viešąją nuomonę krizių laikotarpiu.

Apibendrinant, galima teigti, kad politinė komunikacija mokslinių tyrimų kontekste gali būti suprantamam šiek tiek skirtingai, o sąvokos apibrėžimas yra nuolat kintantis, tačiau naujausi šaltiniai politinę komunikaciją laiko ne tik politikų komunikaciją su rinkėjais, tačiau ir kitų politinių veikėjų komunikaciją arba rinkėjų komunikaciją, skirtą politikams, taip pat ir komunikaciją apie pačius politinius veikėjus viešojoje erdvėje. Politinės komunikacijos tyrimai remiasi daugeliu skirtingų komunikacijos teorijų, iš kurių populiariausios yra darbotvarkės nustatymo teorija (*angl. agenda setting theory*) ir įrėminimo teorija (*angl. framing theory*). Šios teorijos leidžia politiniams veikėjams arba žiniasklaidai daryti įtaką ne tik politinių klausimų aktualumui didinti arba slopinti, tačiau ir politinių problemų pateikimui viešojoje erdvėje bei rinkėjų ir visuomenės suvokimo bei kritinio mąstymo formavimui.

1.2. Politinės komunikacijos ypatumai rinkimų laikotarpiu

Analizuojant rinkimų laikotarpio politinę komunikaciją dažnai greta diskutuojama apie politinį diskursą. Politinis diskursas apibrėžiamas kaip „procesas, kuris leidžia suprasti politinius konfliktus ar problemas bei apima diskusijas viešojoje erdvėje, vykstančias tarp suinteresuotų asmenų grupių ar individualių asmenų“ (Schneider, Ollmann, 2013). Anot Biržietienės ir Gabrėnaitės (2021), politinis diskursas yra viešojo diskurso dalis, kuri atspindi komunikacijos procesus, vykstančius politinėje erdvėje. Tai gali apimti rašytines, vizualines ar kitas komunikacijos formas, jeigu jos naudojamos politinės komunikacijos kontekste. Rinkimų laikotarpiu politinė komunikacija tampa aktyvesnė nei įprastai partijų skleidžiama komunikacija. Priešrinkiminiu laikotarpiu partijos ar politinės jėgos bei jų atstovai stengiasi būti labiau matomi ir pastebimi viešojoje erdvėje. Tačiau politinė komunikacija rinkimų laikotarpiu, ypač kai rinkimai vyksta skirtinguose lygmenyse (Europos, nacionaliniai ar vietos savivaldos), gali iš esmės skirtis.

Skirtingo lygmens rinkimai, pavyzdžiui, nacionaliniai ar vietos savivaldos, skiriasi ne tik vidaus organizavimo procesais ar rinkimų schemomis, tačiau ir politinių veikėjų pasitelkta komunikacija ir

strategijomis. Nors politinių rinkimų kampanijos ir programos visuomet išlieka agitacinio pobūdžio, šios komunikacijos turinys gali skirtis priklausomai nuo skirtingų rinkimų (Biržietienė ir Gabrėnaitė, 2021). Vietos savivaldos rinkimų lygmenyje dažniausiai kandidatai komunikuoja apie regionų problemas ir būtent tam miestui ar rajonui aktualius klausimus. Nacionalinio lygmens rinkimuose kandidatai debatuose ir politinėse agitacijose akcentuoja pagrindines šalies problemas nacionaliniu mastu ir komunikuoja apie visai šaliai svarbių problemų sprendimą. Pasak Linkevičiūtės (2020), dažnai pastebima, kad nacionalinio lygmens rinkimuose, tokiuose kaip Prezidento rinkimai, kandidatai dažnai didelę dalį komunikacijos skiria savo teigiamo poveikio viešojo erdvėje vaizdavimui bei anksčiau veikusių šiose pareigose politikų kritikai. Dėl šių priežasčių, analizuojant rinkimų komunikacijos charakteristikas ar dinamiką, svarbu atsižvelgti į tai, kokio masto bei lygmens yra analizuojami rinkimai bei jų komunikacija, nes tai gali daryti įtaką komunikacijos temoms, dažnumui ir kitiems rodikliams (Gross, Krauss ir Praprotnik, 2023; Karwacka, Gawronski ir Tworzydło, 2022).

Mokslininkai teigia, kad politinės partijos ar kitos politinės organizacijos, dalyvaujančios politiniame diskurse, rinkimų metu iškelia pagrindinį tikslą – sulaukti visuomenės palaikymo ir pritarimo. Rinkimų laikotarpiu šios organizacijos ar politinės partijos veikia kaip profesionalūs komunikacijos šaltiniai, kurių tikslu tampa ne tik rinkimų laimėjimas, bet ir politinės įtakos didinimas bei populiarumo ateityje augimas (Biržietienė ir Gabrėnaitė, 2021; Gross, Krauss ir Praprotnik, 2023). Todėl rinkimuose, kuriuose tiesiogiai dalyvauja politinės partijos (pavyzdžiui, Seimo ar Parlamento rinkimai), partijų tikslas ne visada būna nukreiptas į akivaizdų rezultatą (surinktus rinkėjų balsus), bet gali veikti kaip įdirbis ateities sėkmei ar partijos reputacijos gerinimui. To pavyzdys galėtų būti ir 2024 m. LR Prezidento rinkimai, kurių metu Darbo partijos atstovas Andrius Mazuronis, kandidatuodamas į LR Prezidentus ir dalyvaudamas įvairiose viešose diskusijose ne kartą pasisakė, kad jo tikslas rinkimuose yra gerinti partijos įvaizdį, kuris bus naudingas ateityje vykšančiuose Seimo rinkimuose. Todėl pasak Biržietienės ir Gabrėnaitės (2021), rinkimų metu politinė komunikacija, skleidžiama pačių politikų ar partijų atstovų, ypač suaktyvėja, o rinkėjų dėmesio siekiama įvairiais kanalais ir visomis priemonėmis, kartais tam pasitelkiant net ir neigiamą retoriką ar skandalus. Tačiau nepriklausomai nuo rinkimų pobūdžio, vienu pagrindiniu komunikacijos su rinkėjais įrankiu rinkimų laikotarpiu tampa partijų arba politikų politinės programos, kurios atlieka kelias funkcijas. Visų pirma, politinės programos informuoja (atlieka informavimo funkciją), perteikdamos rinkėjui naudingą informaciją apie politikų tikslus ar nuostatas tam tikrų problemų klausimais. Tačiau politinės programos gali atlikti ir projektavimo funkciją, kuomet pasitelkiant programas siekiama formuoti visuomenės ar pačių rinkėjų nuomonę. Šiuo atveju projektavimo funkcijai išpildyti politikai, pasitelkę politines rinkimų programas, gali pritaikyti 1.1. skyriuje aprašytas politinės komunikacijos teorijas. Remiantis Biržietiene ir Gabrėnaite, politinės programos iš dalies atspindi politiko santykį su rinkėju. Nors, visų pirma, rinkimų programa yra rinkėjo poreikių ir lūkesčių atspindys, kurį stengiasi realizuoti politikas ar politinė partija, tačiau nurodoma, kad politinės programos gali ne tik informuoti rinkėją, bet ir skatinti dialogą tarp rinkėjų ir politikų.

Tyrimai rodo, kad didžioji dalis partijų, nepaisant priklausymo dešiniajai ar kairiajai politinei kryptčiai, dažniau nei įprastai prieš rinkimus taiko populistinę komunikaciją. Pastebima, kad po rinkimų populistinių bruožų komunikacijoje ženkliai sumažėja (Schmuck ir Hameleers, 2020). Tokia komunikacija apima įvairius stilistinius elementus, kaip pavyzdžiui, didelį neigiamumą, nuolatinį dabartinės valdžios ar populiariausių politikų kaltinimą dėl netenkinančių sprendimų priėmimo, prastos nacionalinės padėties tam tikrais klausimais. Taip pat tokia priešrinkiminei komunikacijai

būdinga retorika „mes prieš juos“. Šiuo atveju „mes“ yra komunikuojantis šaltinis (politinės partijos atstovas ar tiesioginis kandidatas rinkimuose) ir visuomenė, o „jie“ yra neigiamu aspektu pateikiama dabartinė valdžia arba „visuomenės elitas“. Kitais atvejais veikėjus „mes prieš juos“ gali pakeisti sąvokos „piliečiai prieš imigrantus“, „visuomenė prieš elitą“, „šalis prieš šalį“, taip siekiant įrodyti dviejų grupių arba veikėjų kontrastą ir juos supriešinti. Tokiu būdu politikai ne tik stengiasi save vaizduoti tame pačiame lygmenyje kaip visuomenė ir rinkėjai, tačiau ir sustiprinti savo teigiamas savybes, įrodant, kad toks politikas yra palankesnis rinkėjui nei dabartinis. Nors populizmo komunikacija rinkiminiame laikotarpyje dažnai yra grįsta kalbančių politikų ar partijų atstovų emocijomis ir emocionaliomis išraiškomis, dažnai taikoma „sveiko proto“ retorika, taip pat stengiamasi taikyti kuo paprastesnę kalbą ir stilistiką, kartais naudojamas žargonas, siekiant tokiomis komunikacijos bruožais palankiau pasiekti įprastą vidutinį rinkėją ir vidurinę dirbančiąją visuomenės klasę (Bos ir kt., 2010; Rooduijn, 2014; Aalberg ir kt., 2017; Bracciale ir Martella, 2017; Hameleers ir kt., 2017). Įprastai, pasibaigus rinkimams, net ir tuo atveju, kai politikas ar politinė partija pasiekia norėtus rinkimų rezultatus, populistinės komunikacijos bruožai tolimesnėje komunikacijoje sumažėja. Tai leidžia daryti prielaidą, kad populistinė komunikacija yra labiau būdinga rinkimų metu ir gali būti naudojama tik siekiant pritraukti rinkėją, tačiau ne atskleidžiant tikrąsias politines kandidato ar partijos nuostatas ir politinius tikslus (Schmuck ir Hameleers, 2020).

Įprastai nacionalinio lygmens rinkimuose, pavyzdžiui, Parlamento, veikia dvi pagrindinės ideologinės grupės – valdantieji ir opozicija. Pasak Van Dijko (2005), tokiu politinio konflikto atveju atsiranda ir konfliktinė komunikacija, kuomet ideologiniu požiūriu viena grupė save apibūdina teigiamomis sąvokomis ir teiginiais, o politinius varžovus – neigiamais. Ši rinkimų metu naudojama konfliktinė komunikacija dažnai gali būti taikoma kartu su anksčiau aptartomis politinės komunikacijos teorijomis, tokiomis kaip įrėminimo teorija, kuomet politinių varžovų vaizdavime partijos ar jų atstovai išryškina tik tam tikrus neigiamus oponentų bruožus, sprendimus ar faktus, o komunikuodami apie savo politinę partiją ar asmeninį vaizdą, paryškina atliktus svarbius darbus ar teigiamas savybes, nutylėdami nesėkmes ar skandalus. Tokia konfliktinė komunikacija buvo būdinga ir 2019 m. LR Prezidento rinkimų metu, kurių metu abu į antrąjį rinkimų turą patekę kandidatai – Gitanas Nausėda ir Ingrida Šimonytė – naudojo kritikos aplinkai ir kitiems politikams įrankį, išaukštindami savo asmenybinius ir profesinius bruožus (Linkevičiūtė, 2020). Taip pat pastebima, kad būtent nacionalinio lygmens rinkimų, pavyzdžiui, Parlamento ar Seimo, priešrinkiminiu metu rinkiminė komunikacija ir agitacija ne tik gali skirtis komunikacijos bruožais ar tematika, tačiau ir agitacijos kampanija pradedama skirtingu priešrinkiminio laikotarpio metu kiekvienos partijos atžvilgiu. Remiantis 2016m. LR Seimo rinkimų rinkiminės komunikacijos analize, nustatyta, kad skirtingos partijos ne tik turėjo skirtingo dydžio rinkiminius štabus (kai kurių rinkiminės komunikacijos štabai buvo sudaryti net iš kelių skyrių ir padalinių), tačiau rinkiminė komunikacija prasidėjo skirtingu metu – vienos partijos komunikacijos planų rengimą pradėjo kurti iškart pasibaigus 2015 m. savivaldybių merų ir tarybų rinkimams, o kitos – vos likus keliems mėnesiams iki LR Seimo rinkimų (Šuminas ir Kiliulytė, 2020). Taip pat, pastebima, kad visos rinkimuose dalyvavusios partijos politinę komunikaciją vykdė pagal iš anksto paruoštus komunikacijos planus, kurie buvo sudaryti pirmuosiuose rinkiminio štabo veiklos etapuose, tačiau visi partijų rinkiminių štabų vadovai nurodė, kad šie planai buvo koreguojami vykstant rinkiminės kampanijos procesams. Tokius komunikacijos plano pokyčius skirtingais atvejais lėmė įvairios priežastys: resursų trūkumas, reputacijos krizė partijoje, oponentų veiksmai (Šuminas ir Kiliulytė, 2020). Svarbu paminėti, kad dažnai į partijų rinkiminės komunikacijos rengimo etapus įtraukiami ir išorinės komunikacijos ekspertai, naudojamasi specialistų ar agentūrų teikiamomis paslaugomis, tačiau tai daro ne visos

partijos. Dalis partijų, dalyvavusių 2016m. LR Seimo rinkimuose, moksliniame tyrime atskleidė, kad tokios specialistų teigiamos paslaugos buvo nereikalingos, nes partijų atstovai patys jautėsi pakankamai stiprūs ir kompetetingi šioje srityje, kitos partijos turėjo blogą patirtį ankstesniuose rinkimuose, jų netenkino paslaugų kokybė ir specialistų darbas, kai kurie partijų vadovai buvo negatyviai nusiteikę prieš komunikacijos specialistus nesančius partijos dalimi, o kitos partijos pripažino, kad tokia paslauga partijai yra tiesiog per brangi (Šuminas ir Kiliulytė, 2020). Partijos, kurios naudojos tokių specialistų ar agentūrų paslaugomis, jas naudojo siūlymų komunikacijos srityje teikimui, vienmandačių kandidatų rengimui rinkimų debatams, įvairių komunikacijos ir socialinės medijos planų sudarymams, komunikacijos žinučių sudarymams. Tai leidžia daryti prielaidą, kad ne visos partijos renkasi taikyti profesionalizaciją savo rinkiminių kampanijų ir politinės komunikacijos procesuose, o tai dažnai priklauso ne tik nuo partijų požiūrio, bet ir turimų resursų (Šuminas ir Kiliulytė, 2020). Taigi, nacionalinių rinkimų metu skirtingos politinės jėgos gali turėti visiškai skirtingas komunikacijos nuostatas, požiūrį į politinę komunikaciją ir jos svarbą.

Bene kiekvienų rinkimų metu demokratinėse šalyse galima matyti besikuriančias naujas, unikalias ar panašias į jau esamas partijas politines jėgas, kurios siekia pritraukti rinkėjus ir jų palaikymą. Naujai besikuriančios ar mažiau populiarios partijos stengiasi visais būdais komunikuoti ir skelbti savo programines idėjas, paverčiant jas vis palankesnėmis rinkėjui, taip siekiant surinkti kuo daugiau balsų. Lietuvos atveju, kaip ir kai kurių kitų demokratiškas valstybių atveju, dėl valstybinio finansavimo pokyčių (kuomet partijos nebegali būti finansuojamos juridinių asmenų, pradėjo veikti valstybinio partijų finansavimo sistema), partijoms, ypač naujoms ar mažesnėms, kaip niekada svarbu peržengti tam tikrą ribą surinkto rinkėjų balsų skaičiaus, kad būtų pasiekta ir išpildyta valstybinio finansavimo sąlyga, o čia dažnai sėkmę užtikrina tinkama strateginė komunikacija siekiant pritraukti rinkėjo palankumą (Jastramskis, 2016; Ramonaitė, 2021).

Nors manoma, kad partija ar politinė jėga, norinti pritraukti didesnę rinkėjų turi pasitelkti savo išskirtinumus ir unikalią komunikaciją, Skirkevičius (2021), išanalizavęs 2000-2016m. politinį laikotarpį ir šiame laikotarpyje bandžiusias LR Seimo rinkimuose dalyvauti partijas, nustatė, kad nemaža dalis jų pasižymi tam tikrais panašiais tarpusavio bruožais (kurie gali būti priskiriami Centrinės ir Rytų Europos regiono naujosios partijoms): centrinė pozicija politiniame spektre lyginant su kairiaisiais-dešiniaisiais bei partijos nišškumo nebuvimas (partija nesistengia akcentuoti ar spręsti tik tam tikros nišos problemas, daugiausiai koncentruojasi į tuos pačius klausimus kaip ir didžiosios populiarnės partijos). Todėl dažnai ir jaunų ar naujų partijų komunikacija bendrame politiniame lauke yra nukreipta į tas pačias problemas ir temas, kaip ir kitų partijų. Galima būtų sieti šio laikotarpio naujų partijų dažnesnę nesėkmę rinkimuose būtent su tam tikru išskirtinumu ar tam tikrų problemų sprendimo nebuvimu, supanašėjimu su ir taip jau populiariomis ar labiau matomomis partijomis, o tai sąlygoja partijų elektorato persidengimą, dėl ko galiausiai naujos partijos nesurenka reikiamo kiekio balsų, tačiau autoriai pabrėžia, kad tam patvirtinti reikalingi gilesni elektorato tyrimai (Skirkevičius, 2021).

Apibendrinant šiame skyriuje išanalizuotą mokslinę literatūrą ir remiantis skirtingais Lietuvos bei užsienio rinkimų komunikaciją analizuojančiais mokslininkų tyrimais ir vyraujančiomis tendencijomis, galima teigti, kad rinkimų metu vyraujanti ir naudojama politinė komunikacija gali pasižymėti skirtingais bruožais, atsižvelgiant į rinkimų lygmenį, komunikacijos šaltinį, politinės partijos ideologiją ar kitus bruožus. Dažniausiai naudojamas ir pirminis komunikacijos su rinkėjais įrankis priešrinkiminiu laikotarpiu yra partijų politinė programa ir joje keliami tikslai, kurie atspindi rinkėjų lūkesčius ir poreikius. Kartais priešrinkiminėje komunikacijoje aptinkama daugiau

populizmui priskiriamų komunikacijos bruožų, kurie, praėjus rinkimams, gali sumažėti arba visai išnykti. Taip pat dėl įprastai priešrinkiminiu laikotarpiu egzistuojančių kelių politinių oponentų ar viena kitai prieštaraujančių politinių partijų dažnai aptinkamos konfliktinės komunikacijos apraiškos priešrinkiminėje agitacijoje. Dažnai konfliktinė komunikacija rinkimų laikotarpiu pasižymi negatyvia komunikacija apie politinius oponentus, taikant įvairias politinės komunikacijos teorijas. Politinės jėgos ir jas atstovaujantys politikai ne tik renkasi naudoti skirtingus komunikacijos bruožus ir taktikas, tačiau skiriasi ir komunikacijos procesų profesionalizacija ar taikomų komunikacijos procesų pasirinkimu rinkimų metu.

1.3. Rinkėjų elgseną lemiantys veiksniai

Nors manoma, kad rinkėjas apsisprendžia už ką balsuoti rinkimuose, įvertindamas partijų ar jų atstovų politinius pažadus ir rinkiminės programos nuostatas, tačiau Horvatas ir Mačyniakas (2014) teigia, kad rinkėjų elgsena ir apsisprendimas kaip balsuoti priklauso nuo daugelio aplinkos ir vidinių individualių veiksnių. Pasak Ramonaitės (2014), nustatyta, kad tarp Lietuvos elektorato rinkėjai kartais priima sprendimą už ką balsuoti nežinodami partijos programos nuostatų ar kandidato politinių pažiūrų tam tikrais klausimais, o įtaką apsisprendimui daro kiti, kartais galbūt net su politika nesusiję, veiksniai. Tačiau atlikti moksliniai tyrimai plačiai analizuoja įvairius rinkėjų elgseną lemiančius veiksnius.

Vienas dažniausiai pasitaikančių veiksnių, nulemiančių rinkėjo elgseną, yra socialinė aplinka. Nustatyta, kad dažniausiai jaunimui įtaką daro socialinė aplinka. Pastebima, kad ypač jaunosios kartos atstovai balsuoja už tą kandidatą ar partiją, kurią palaiko artima aplinka – tėvai, seneliai, šeimos nariai. Įtaką rinkėjo elgsenai gali daryti ir religinės nuostatos, jeigu jos yra pakankamai svarbios rinkėjui. Pavyzdžiui, jeigu rinkėjas yra aktyvus tam tikros religijos narys, kuri atliepia ir tam tikros partijos nuostatas, jis pasirinks būtent tą partiją, per daug nekvestionuodamas kitų šios partijos pažiūrų (Horvath ir Machyniak, 2014). Tai galima sieti ir su galimu TS-LKD partijos pasirinkimu, nes jų partijos pavadinime konfigūruoja žodis „krikščionys“, o pati partija save pristato kaip tradicines krikščioniškąsias vertybes puoselėjanti partija. Šios partijos atstovai dažnai remiasi krikščioniams būdingu vertybiniu mąstymu priimant sprendimus LR Seime tokiais klausimais kaip nėštumo nutraukimas ir abortai ar vienos lyties partnerystė ir santuoka, todėl rinkėjai, esantys aktyvūs krikščionybės šalininkai dažnai gali sieti save su šia partija dėl sutapatinto religinio požiūrio vertybiniais klausimais.

Mokslininkai nustatė, kad rinkėjo elgsenai įtaką gali daryti ir tokie paprasti demografiniai veiksniai, kaip lytis (Christensen ir kt., 2021). Kaip teigia Gaidys (2014), įvairios mokslinės analizės rodo, kad moterys yra labiau linkusios būti pilietiškai aktyvios tiek dalyvaujant įvairiose akcijose (pavyzdžiui, streikuojant, boikotuojant, piketuojant), tiek ir balsuojant rinkimuose. O vyrai yra labiau linkę dalyvauti partinėje veikloje tiesiogiai, tiksliau – priklausyti partijoms ar politiniams susivienijimams. Taip pat pastebimas ir skirtingas požiūris į moteris politikoje, kuomet moterys dažnai yra matomos kaip netinkamos vadovauti valstybei ar Parlamentui. Toks tyrimas atliktas ir JAV Prezidento rinkimų kontekste. Visuomenės tyrimai ir apklausos parodė, kad rinkėjai nesirinko balsuoti už Hilari Klinton JAV Prezidento rinkimų metu partijos lygmenyje, nurodant kaip priežastį tai, kad ji yra moteris. Tiriamieji taip pat nurodė, kad lyderystę rinkėjai sieja su vyriškumu ir kitais priskiriamais „vyriškais“ bruožais (Gaffney ir Blaylock, 2010). Remiantis Mickevičiene (2015), pasak Lietuvoje atliktų visuomenės tyrimų, išskiriami keli psichologiniai ir socialiniai veiksniai, kurie trukdo moterims kurti politinę karjerą – per didelis emocionalumas, buvimas per daug pažeidžiamoms, didesnis jautrumas

dėl profesinių ar asmeninių nesėkmių ir klaidų, nesėkmių baimė ir per mažas pasitikėjimas savimi. Nors vyrų ir moterų gyventojų skaičius pasaulyje yra panašus, dar vis matomos apraiškos, kuomet vyrai užima aukštesnes pozicijas arba, pavyzdžiui, dažniau veikia tokiose profesinėse srityse kaip politika (Mickevičienė, 2015). Remiantis Europos Parlamento duomenimis, galima matyti, kad situacija išties gerėja kiekvienos naujos EP kadencijos metu, nes 1979 m. Europos Parlamente moterų politikų dalis sudarė tik 15,9 proc. visų parlamentarų, o 2024 m. šis skaičius siekia 39,8 proc. (Europos Parlamentas, 2024), tačiau niekuomet nebuvo pasiekęs lygybės moterų atžvilgiu (bent 50 proc.).

Kitas demografinis rodiklis, darantis didelę įtaką rinkėjų balsavimui – amžius. Paminėtina, kad visgi jaunimas yra linkęs pasyviau dalyvauti rinkimuose, o statistiškai aktyvesni rinkimuose būna vyresnio arba vidutinio amžiaus žmonės (Gaidys, 2014; Vyriausioji rinkimų komisija, 2020). Tačiau, čia įdomu paminėti rinkėjų amžiaus pasiskirstymą pagal remiamą partiją ir suprasti, kad skirtingo amžiaus rinkėjas dažniau rinksis ir skirtingas partijas, todėl kai kurių partijų elektoratą sudaro jaunesni rinkėjai, o kitų - vyresni. Nustatyta, kad 2012m. LR Seimo rinkimuose už TS-LKD balsavusių rinkėjų buvo daugiausia 60-69 m. bei 70 m. ir vyresnių amžiaus grupėse, o už LŽP daugiausiai balsavo rinkėjai iki 29 m. (jauniausia amžiaus grupė). Atsižvelgiant į šią tendenciją, galima numanyti, kad žaliųjų judėjimas ir žaliaji politika buvo aktualesnė jaunesniems rinkėjams, o konservatorių didesnė palaikančioji jėga – vyresni rinkėjai (Gaidys, 2014). Esant mažesniai jaunesnių rinkėjų aktyvumui, galima daryti prielaidą, kad dalis LŽP potencialaus elektorato (jaunimo, turinčio teisę balsuoti), renkasi rinkimuose nedalyvauti. Taip pat amžius tampa svarbiu rodikliu, vertinant politikus, kaip tinkamus kandidatus (Christensen ir kt., 2021). Manoma, kad palankiausiai vertinami vidutinio amžiaus politikai, atsižvelgiant į tai, kad jauno arba vyresnio amžiaus žmonės rinkėjams kelia mažesnę pasitikėjimą.

Vienas svarbiausių ir aktualiausių veiksnių, formuojančių Lietuvos rinkėjų elgseną dar vis išlieka partinės tapatybės svarba. Mokslinėje literatūroje partinė tapatybė apibrėžiama kaip psichologinis ir/ar emocinis prisirišimas prie tam tikros politinės partijos ar jėgos, susiformuojantis kaip grupinės narystės padarinys (Thomassen, 2015. Johnston, 2006, Campbell ir kt., 1960). Dauguma tyrinėtojų pabrėžia, kad partinė tapatybė kaip sąvoka yra nuolat kintantis ir dar vis besiformuojantis reiškinys (Fiorina, 1981, Schmidt, 2009), tačiau Lietuvoje ši sąvoka jau ne vienerius metus yra nekintanti ir labai aktuali (Jastramskis, 2018). Yra ne viena konstanta, kuri siejama būtent su partine tapatybe Lietuvos politikoje ir rinkėjų elgsenoje. Viena jų apibūdina būtent TS-LKD partijos rinkėjus ir jų lojalumą. Kiekvienais metais per rinkimus yra pastebima tendencija, kad tam tikra grupė žmonių visuomet rinksis balsuoti už TS-LKD (taip pat pastebima, kad dažnai tai yra didžiųjų miesto, ypač Kauno miesto, gyventojai), todėl šios partijos rinkėjų skaičius išlieka pastovus ir labai žymiai nekinta, nepaisant įvairių priešrinkiminių skandalų ar kritikos iš oponentų. Lygiai taip pat, kaip egzistuoja konstanta, apibrėžianti TS-LKD rinkėjų lojalumą, atsiranda ir priešinga taisyklė šioje teorijoje – visuomet atsiranda grupė rinkėjų, kuri balsuos būtent prieš konservatorius (TS-LKD), balsuodami už bet kurią kitą partiją, kuri rinkimuose oponuos konservatorių politinei jėgai, per daug nesigilinant į tos partijos programą ar tikslus, vedami negatyvaus nusiteikimo būtent konservatorių politinei jėgai (Jastramskis, 2018). Taip dažnai rinkimuose atsiranda rinkėjų, kurie išlieka pilietiškai aktyvūs ne dėl palaikymo ar paramos vienai ar kitai politinei jėgai ar partijai, tačiau kylančio nepasitenkinimo valdančiaisiais, ar tam tikra politine partija (arba partijos vadovais), šiuo atveju – konservatorių politine jėga. Tarp politologų taip pat dažnai pabrėžiama ir erdvinė partijų konkurencija. Tai teorija, tvirtinanti, kad bet kurios partijos ideologija greičiausiai niekada visiškai iki galo neatitiks rinkėjo ar

tam tikros rinkėjų grupės vertybių, tačiau rinkėjas ar rinkėjų grupė vis tiek balsuos už tą partiją, nes ji yra artimiausia vertybiniam pagrindui iš visų egzistuojančių partijų (Jastramskis, 2016). Pavyzdžiui, jeigu individo pažiūros visiškai atitinka įprastų socialistų požiūrį, tačiau dėl tam tikrų aplinkybių rinkimuose nėra tokios konkrečios politinės jėgos kaip socialistai, individas (rinkėjas) balsuos už artimiausią šiai politinei jėgai partiją, pavyzdžiui, socialdemokratams, nors jie ir ne iki galo atitinka rinkėjo nuostatas, tačiau yra artimesni joms nei kitos politinės jėgos ir partijos, kaip pavyzdžiui, konservatoriai ar liberalai. Yra manoma, kad jeigu rinkėjai šalyje yra ganėtinai struktūruoti ideologiškai, tiksliau, yra aiškios kairiųjų, dešiniųjų ar kitos politinės jėgos rinkėjų grupės, partijos tokius atveju stengiasi išskirti savo skirtumus ir griežtai pasisakyti skirtumų rėmuose. Dažniausiai tokiu atveju politinių partijų atstovai stengiasi akcentuoti savo, kaip politikų, arba atstovaujamo partijų skirtumus ir pranašumus kitų partijų atžvilgiu, taip siekiant pritraukti tikslines rinkėjų grupes ir klausytojų auditorijas, siekiant apeliuoti į rinkėją, kuris yra būtent ideologiškai struktūruotas. Tačiau, jeigu rinkėjai šalyje yra tarpusavyje iš dalies panašūs, nuosaikūs ir linkę nuolaidžiauti, daugumą rinkėjų sudaro „medianinis“ rinkėjas, tuomet partijos stengsis tapti panašiomis viena į kitą (Jastramskis, 2016). Tokias nuostatas, susijusias su partijų ideologija ir jos įtaka rinkėjo apsisprendimui, tyrinėja ir užsienio autoriai (Christensen ir kt., 2021; Bischof ir Wagner, 2020; Thomsen, 2020; Isotalo, Mattila ir von Schoultz, 2020), kurie taip pat teigia, kad partijos ideologija ir įvairūs partijų panašumai bei išskirtinimai lemia jų komunikaciją bei rinkėjo pasirinkimą. Todėl, galima teigti, kad politinės partijos ar jų atstovų komunikacija priklausys nuo to, kokio politinio ir ideologinio požiūrio rinkėją stengiamasi pasiekti, kiek rinkėjai šalyje yra ideologiškai struktūruoti ir kokią strategiją norima pritaikyti – „medianinio“ rinkėjo ar ideologiškai struktūruoto rinkėjo pritraukimą.

Ne mažiau svarbu ir pačių partijų komunikacija apie propaguojamą ideologiją ar tam tikras politines problemas, su kuriomis jos yra nuolat ir nuosekliai siejamos (Hoppman ir kt., 2012). Žaliųjų partijų ideologija Europoje yra žinoma bene visiems rinkėjams. Dažniausiai šios partijos siejamos su tam tikromis aplinkosaugos ar ekologinėmis problemomis ir jų sprendimu. Socialdemokratai dažniausiai siejami su socialinės gerovės problemomis, kurios dažnai ir tampa prioritetu partijos rinkiminėse programose (Welgrave, Lefevere ir Nuytemans, 2019). Natūralu manyti, kad pilietis, turintis balsavimo teisę, rinks balsuoti už tą partiją, kuri komunikuoja ir teikia prioritetą toms problemoms, kurios aktualios ir svarbios ir pačiam rinkėjui. Tačiau atliekant takoskyros analizę tarp skirtingų problemų prioretizavimo bei partijų skirstymo į kairinį ar dešinįjį politinį sparną, nustatyta, kad dar nuo 2000 metų Lietuvos rinkėjas vis sunkiau sugeba atskirti ir identifikuoti šiuos skirtumus bei atpažinti, kurios partijos yra priskiriamos dešiniajai, o kurios – kairiajai politinei jėgai (Jastramskis, 2015). Šią teorinę įžvalgą būtų galima pritaikyti bene visiems LR Seimo rinkimams, todėl pastaruoju metu partijos tampa vis labiau kovojančios dėl „medianinių“ rinkėjų. Išskirtinis paskutiniųjų 2020 m. LR Seimo rinkimų pavyzdys yra Laisvės partija, kuri pasižymėjo sėkme, nors rinkimų metu kaip tik netaikė į „medianinį“ rinkėją, o programoje kėlė prioritetu tas problemas, kurių kitos politinės jėgos įprastai vengia. Tai gali būti naujas požymis takoskyrai tarp dešiniųjų ir kairiųjų politinių jėgų iš rinkėjo perspektyvos.

Veiksniai, lemiantys rinkėjo elgseną bei kokį politinį pasirinkimą jis priims, gali skirtis ir dėl skirtingų kultūrų. Moksliniai tyrimai rodo, kad, pavyzdžiui, Švedijoje, kurios politinė sistema yra iš dalies panaši į Lietuvos, rinkėjas dažniau renkasi atsižvelgdamas į tai, kokią kandidatą partiją atstovauja (arba, kokie kandidatai yra partijos sąrašė), kokie yra rinkiminiai tikslai, politinės nuostatos ir kitos svarbios politiką formuojančios charakteristikos. Jungtinėse Amerikos Valstijose rinkėjas dažniau

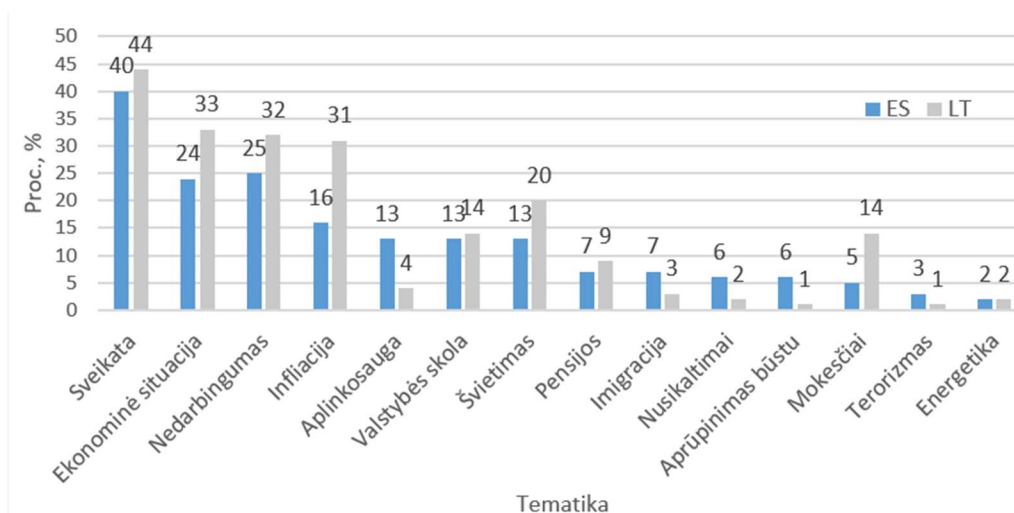
rinksis atsižvelgdamas į kandidato charakterio savybes ir būdo bruožus bei asmeninius viešus pasisakymus, nepaisant to, kokią partiją jis atstovauja ar koks yra jo platesnis politinis požiūris skirtingais klausimais (Strömbäck ir Dimitrova, 2006, Nesbitt-Larking, 2010). Svarbu paminėti, kad būtent didžiausia dalis rinkėjų elgsenos tyrimų ir mokslinės produkcijos šia tematika yra atliekami JAV mokslininkų ir tyrinėja JAV politikus ar partijas bei rinkimų sistemą, tačiau tai reikėtų priimti ir vertinti ganėtinai atsargiai lyginant su Lietuva ar kitomis Europos Sąjungos šalimis, nes šių šalių politinės bei rinkimų sistemos skiriasi – JAV turi išskirtinę ir unikalią rinkimų sistemą, kuri skiriasi net nuo kaimyninės Kanados (Strömbäck ir Dimitrova, 2006).

Analizuojant mokslinę literatūrą, kuri aprašo rinkėjų elgseną, galima rasti ir iš pažiūros labai absurdiškų veiksnių, lemiančių rinkėjo pasirinkimą atiduoti savo balsą už vieną ar kitą kandidatą. Pavyzdžiui, kaip teigia Vikštraitienė ir Tučas (2019), žmonės Lietuvoje yra linkę rinktis kandidatą ne tik pagal asmenines žmogaus savybes (anksčiau jau aptarta, kad tai pastebima JAV įvairių lygmenų rinkimų metu), tačiau ir dėl tokių priežasčių kaip kandidato žinomumas, pavyzdžiui, politiniai kandidatai yra dažnai pasirenkami dėl asmeninio santykio (pažinėjimo), informacijos, kad politinis kandidatas yra kilęs arba gyvena tame pačiame mieste ar rajone kaip ir rinkėjas, nors dažnai tai nėra susiję su politinio kandidato ar partijos politinėmis pažiūromis ir rinkimine programa.

Taip pat svarbu paminėti ir suvokti, kodėl įprastai rinkėjai pasaulyje ir ypač Europoje atiduoda savo balsą žaliosioms partijoms, kurių viena yra analizuojama ir tolimesniuose šio darbo skyriuose. Mokslininkai, analizuojantys, kodėl rinkėjai balsuoja už žaliosios politikos jėgas ir žaliųjų partijas, nustatė, kad tai gali nulemti keli veiksniai (Schumacher, 2014). Dažnai žmonės, esantys arčiau aplinkos, pavojingos gamtai ar jų pačių gyvybei, pavyzdžiui, gyvenantys šalia atominės ar kitokios elektrinės, savo balsą atiduos tai partijai, kuri sprendžia ne tik ekonominius klausimus susijusius su šiomis zonomis, tačiau ir saugumo. Dažniausiai šiuos klausimus savo prioritetų sąrašė turi būtent žaliųjų partijos. Mokslininkai taip pat nustatė, kad dažnas žaliųjų partijų rinkėjas yra daugiau uždirbantis ir turintis aukštąjį išsilavinimą, todėl dažnai, ypač remiantis įvairiomis porinkiminėmis apklausomis, galima sudaryti įprasto tam tikros partijos rinkėjo paveikslą, kurių vieni bus turintys tam tikro lygio išsilavinimą, uždirbantys tam tikras pajamas, sukūrę šeimas ar vieniši, o galbūt dirbantys tam tikrame sektoriuje.

Europos Komisija keliskart per metus vykdo įvairių Europos sąjungos narių šalių gyventojų apklausas, pavadinimu „Eurobarometer“ (2021). Šios apklausos apima plačią Europos piliečių požiūrių įvairiais klausimais analizę, tyrinėja ir politinę elgseną bei požiūrius į nacionalinius ar Europos Sąjungos politinius klausimus. Vienas jų – nacionalinių politinių problemų analizė rinkėjo akimis (2 pav.). Analizuojant šį klausimą, paveikslėlyje galima matyti, kiek tam tikros ekonominės ar socialinės politikos problemos svarbios Lietuvos rinkėjams (pilka spalva) lyginant su Europos sąjungos šalių vidurkiu (mėlyna spalva). Lietuvoje, kaip ir visoje ES, svarbiausia tema išlieka sveikata ir jos apsauga, kuri galėjo išlikti populiari apklausos atlikimo metu (2021 m.) dėl dar vis vyraujančios COVID-19 pandemijos. Tačiau kitų temų statistika Lietuvos ir ES atžvilgiu skiriasi. Matyti, kad Lietuvos rinkėjui daug svarbiau bendra šalies ekonominė padėtis, nedarbo lygis šalyje, infliacija, mokesčiai bei švietimas, lyginant su Europos vidurkiu. Ši apklausa atskleidžia ir ypač šiam baigiamajam darbui aktualų rinkėjų požiūrį į žaliosios politikos klausimus. Čia matomas aiškus ir ne toks pozityvus skirtumas tarp Europos Sąjungos ir Lietuvos vidurkių – 13 procentų Europos Sąjungos šalių gyventojų atsakė, kad jiems svarbu su aplinkosauga ir klimato kaita susiję nacionalinės politikos klausimai, o Lietuvoje šią problemą įvardino tik 4 procentai rinkėjų. Tai parodo, kad Lietuvos rinkėjui 2021 m. (iškart po paskutiniųjų 2020 m. LR Seimo rinkimų) buvo ne taip svarbu ir aktualu su tvarumu

ir žaliaja energetika susijusios problemos, o analizuojama Lietuvos žaliųjų partija tai laiko pagrindinėmis savo, kaip politinės partijos, vertybėmis ir tikslais. Šis statistinis argumentas galėtų padėti pagrįsti LŽP partijos nepopuliarumą ir galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus. Svarbu atlikti analizę ir palyginti, kiek šios temos apskritai buvo komunikuojamos ir aptariamoms Lietuvos žiniasklaidoje priešrinkiminiu laikotarpiu, siekiant tiksliau nustatyti partijos nepopuliarumą ir mažesnę sėkmę 2020 m. LR Seimo rinkimų metu.



2 pav. Lietuvos ir ES rinkėjų iškeltos aktualiausios nacionalinės problemos

Šaltinis: Eurobarometer, 2021.

Kitas labai svarbus aspektas, galintis daryti įtaką rinkėjų apsisprendimui ir elgsenai yra politinė komunikacija. Užsienio autoriai skirtingai apibrėžia ir aiškina politinės komunikacijos sąvoką. Pasak Dentono ir Vudvardo (1990), politinė komunikacija yra apibrėžiama kaip diskusija apie viešųjų išteklių (valstybės pajamų) paskirstymą, valdžią (kam suteikiama teisė priimti teisinius, įstatymų leidybos ir vykdomuosius sprendimus) ir oficialias sankcijas (kuo valstybė baudžia ar apdovanoja). Toks politinės komunikacijos oficialių teorinių apibrėžimų neapima tokių komunikacijos formų kaip grafinis vaizdas ar neverbaliniai įrankiai, Tačiau kaip minėta 1.1. skyriuje, komunikacijai nuolatos keičiantis, atsiradus internetui ir socialinėms medijoms, šiais laikais apibrėžti politinę komunikaciją tampa vis sunkiau, todėl dažnai politinė komunikacija apima įvairių formų komunikaciją, skleidžiamą politinio lauko dalyvių (politikų, politologų, rinkėjų, žurnalistų) arba komunikaciją apie šiuos politinio lauko dalyvius (McNair, 2017). Anot Lietuvos tyrėjo Bielinio (2002), politinė komunikacija yra politinės valdžios instrumentas, kuriuo du veikėjai – politikai ir žiniasklaida – veikia ir daro įtaką visuomenės nuomonei įvairiais politiniais aktualiais klausimais, veikia politinę rinkėjų elgseną, realizuoja politinius sprendimus bei ideologines struktūras. Politinė komunikacija gali būti naudojama ne tik siekiant sėkmingai pasirodyti tam tikruose rinkimuose ir patekti į valdymo organus, tačiau ir jau veikiant politikos lauke kaip tam tikros, pavyzdžiui, valstybinės institucijos atstovu. Politinė komunikacija yra dažnai neatsiejama nuo žurnalistų ir žiniasklaidos, todėl ir moksliniuose tyrimuose dažnai analizuojama komunikacija žiniasklaidoje, kaip politinės komunikacijos įrankis bei pačios komunikacijos atsiradimo ir konstravimo laukas (Statneckytė, 2013). Todėl ganėtinai svarbu tampa tirti santykį tarp šių dviejų veikėjų – politikų ir žiniasklaidos – bei analizuoti, kaip komunikacija apie politikus pateikiama žiniasklaidoje arba kaip jie patys, kaip partijų ar kitų organizacijų atstovai veikia žiniasklaidoje.

Šiais laikais vis tobulėjant tiek socialinėms medijoms, tiek atsirandant vis naujiems skirtingiems kanalams bei socialinėms platformoms, kurios yra naudojami vykdyti politinę komunikaciją priešrinkiminiu laikotarpiu, ne mažiau svarbu ir šių kanalų vaidmuo. Politikai, pasitelkdami skirtingus žiniasklaidos įrankius gali pasiekti skirtingus rezultatus ir tenkinti skirtingus visuomenės interesus (Herkman, 2012). Pastebima, kad politikai, naudojantys spausdintą žiniasklaidą, dažnai siekia per ją atskleisti tam tikrus biografinius faktus ar išsakyti savo nuomonę tam tikrais klausimais (2 lentelė). Internetinėje žiniasklaidoje politikų interesais tampa santykis su rinkėjų ir taip pat tam tikros asmeninės nuomonės atskleidimas. Tačiau visuomenės interesai gali skirtis nuo politikų, nes spaudoje, kaip teigia Herkman (2012), rinkėjai dažniau tikisi sužinoti politikų atliktus darbus ir vyraujančius asmenybės bruožus, o internetinėje žiniasklaidoje rinkėjai ieško ne valstybės valdymo ar politinių sprendimų informacijos, o dažniau asmeninio gyvenimo detalių ir jausminių užuomazgų. Televizija dažniau siejama su žinomumo siekimu iš kaip politikų interesu ir politiko asmenybės pažinimu kaip visuomenės interesu, o radijas politikų naudojamas nuomonei atskleisti, kompetencijoms parodyti, tačiau tarp rinkėjų naudojamas siekiant sužinoti politiko nuveiktus darbus, pažinti jo asmenybę (taip pat kaip ir spauda).

2 lentelė. Skirtingų žiniasklaidos tipų vaidmuo priešrinkiminiu laikotarpiu

| Žiniasklaidos tipas | Politikų interesai | Visuomenės interesai |
|---------------------|---------------------------|------------------------------|
| Televizija | Žinomumas | Asmenybė |
| Radijas | Nuomonė, kompetencijos | Darbai, asmenybė |
| Spauda | Biografija, nuomonė | Darbai, asmenybė |
| Internetas | Nuomonė, santykio kūrimas | Asmeninis gyvenimas, jausmai |

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal Herkman, 2012.

Anot Statneckytės (2013), periodinė spauda prarado populiarumą ir svarbumo pozicijas bendroje žiniasklaidoje, nes dėl nuolatos augančio interneto naudojimo ir didėjančio interneto vartotojų rato rinkėjai vis dažniau renkasi virtualius rašytinius šaltinius (internetinius naujienų portalus). Virtualūs naujienų puslapiai yra pranašesni už spausdintinę žiniasklaidą dėl kelių priežasčių: informacijos sklaidos operatyvumo ir galimybės patiems dalyvauti komunikacijos procese (rašant komentarus tinklapių komentarų skiltyse, socialinių medijų platformose). Būtent dėl pastarojo skirtumo mokslininkai komunikaciją periodinėje žiniasklaidoje (spaudoje) priskiria vertikaliai komunikacijai, kuomet naujienos pasiekia skaitytoją, o komunikaciją internetinėje žiniasklaidoje – horizontaliai komunikacijai, kai skaitytojas gali dalyvauti komunikacijos procese (Hallinn ir Mancini, 2004). Ir nors spausdintinė žiniasklaida dar vis yra gaminama ir turi savo vartotojų ratą, vis dažniau rinkėjas renkasi virtualius naujienų portalus, ypač kai bene spausdintinės žiniasklaidos priemonės šiuo metu yra „persikėlusios“ ir į internetines platformas.

Apibendrinant galima teigti, kad rinkėjo pasirinkimą balsuoti ir kurį kandidatą ar atstovaujamą politinę partiją palaikyti, gali lemti daug skirtingų veiksnių: demografiniai, socialiniai, ekonominiai, ideologiniai veiksniai, tačiau taip pat rinkėjo pasirinkimą kartais gali nulemti ir absurdiški, galbūt net su politika ar programinėmis nuostatomis nesusiję veiksniai, tokie kaip politiko ar partijos įvaizdis, asmeniniai bruožai ar charakterio savybės. Ne mažiau svarbus veiksnys rinkėjo pasirinkimui tampa ir vis labiau tobulėjanti ir įvairiomis formomis bei kanalais pasireiškianti politinė komunikacija ne tik apie politikos veikėjus, bet ir jų atstovaujamas politines jėgas. Vis labiau besivystančių

internetinės žiniasklaidos ir modernių technologijų daroma įtaka politinei komunikacijai aptariama tolimesniame 1.4. skyriuje.

1.4. Žiniasklaidos įtaka šių dienų politinei komunikacijai ir rinkėjo pasirinkimui

Greta visų 1.3. skyriuje analizuotų veiksnių, lemiančių rinkėjo elgseną ir apsisprendimą, kuriai politinei jėgai atiduoti savo balsą, žiniasklaida ir medijos bei šiomis priemonėmis skleidžiama strateginė politinė komunikacija tampa vis labiau įtaką darantis ir politinėje kovoje naudojamas įrankis rinkiminėje kovoje. Atsižvelgiant į vis plėtojamą interneto rinkodarą, anot Statneckytės (2013), tai suteikė žiniasklaidai galimybes tobulėti, plėstis ir tapti „politinės komunikacijos kultūros formuotoja“. Pastarųjų dviejų amžių technologijų pažanga leido paspartinti mediatizacijos procesą, kurio metu įvairūs socialiniai reiškiniai, įvykiai ir jų tarpusavio sąveikos iš dalies tampa vis labiau priklausomos nuo medijų ir žiniasklaidos (Jansson, 2013). Manoma, kad šio proceso metu politika vis labiau praranda savo autonomiją ir tampa priklausoma nuo masinės medijos ir žiniasklaidos, o pati žiniasklaida formuoja ir daro tiesioginę įtaką svarbiausioms politinėms problemoms ir jų sprendimams. (Cervi, Tejedor ir Ikkoku, 2022). Taip pat, dėl vis spartėjančio mediatizacijos proceso, veikama ir politinių veikėjų ar pačių politikų elgsena ar sprendimų priėmimas, o žiniasklaida ir medijos yra vienas pagrindinių politinės informacijos šaltinių, kuriuos naudoja visuomenė ir rinkėjai. Tyrėjai teigia, kad dėl mediatizacijos procesų politinių įvykių naujienos ir informacija visuomenėje yra dažniau formuojama ne pačių politinių veikėjų, o žurnalistų ir žiniasklaidos atstovų (Falasca, 2014). Šį procesą gali paaiškinti ir 1.1. skyriuje nagrinėjama darbotvarkės nustatymo teorija, kuri apibūdina žiniasklaidos veikėjų ir pačios žiniasklaidos įtaką politinio diskurso temų aktualumui bei populiarumui. Šis procesas gali sąlygoti tam tikras grėsmes, pavyzdžiui, svarbu atsižvelgti į tai, kad žiniasklaida tampa vienu pagrindiniu įrankiu gauti informaciją, o ši informacija gali daryti didelę įtaką rinkėjų veiksams rinkimų metu ir suvokimui apie tam tikras politines problemas. Politinės diskusijos, sprendimai ir požiūriai į politines problemas gali būti suformuoti būtent žiniasklaidos pranešimų, internetinių naujienų straipsnių ar debatų pagrindu, o ne tiesiogiai atsižvelgiant į politinių partijų, dalyvaujančių rinkimuose veiksmus. Taip rinkėjų tarpe gali susiformuoti paviršutinis informacijos suvokimas, neteisingas arba iškreiptas suvokimas apie tam tikras temas arba įvykius, tačiau taip pat mediatizacija gali skatinti visuomenės diskusijas bei formuoti kritinį mąstymą.

Ankstesniuose skyriuose jau buvo minėta, kad nemaža dalis mokslinės produkcijos apie politinę komunikaciją žiniasklaidoje ir tyrimų, susijusių su ja, yra atlikti Jungtinėse Amerikos Valstijose, tačiau šioje šalyje vyrauja skirtinga nuo Europos ir kitų pasaulio šalių rinkimų bei politinė sistema. Remiantis Strombak ir Dimitrova (2006, 2011), analizuojant rinkiminę komunikaciją žiniasklaidoje ir lyginant tokias šalis kaip JAV ir, pavyzdžiui, Švedija, galima matyti, kad bendrai rinkimai JAV žiniasklaidoje yra pristatomi ir apibūdinami kaip strateginis žaidimas, o Švedijoje – remiamasi politika kaip problematika ir problemų sprendimo įrankiu labiau nei tam tikra konkurencinė jėga tarp politikų. Taip pat, nustatyta, kad JAV žiniasklaida dažniau kuria straipsnius ir naujienas reaguodama į įvairius rinkiminės kampanijos šūkius, pasisakymus arba politikų ar politinių partijų atstovų veiksmus rinkiminėje kovoje bei pasižymi interpretuojančiu žurnalistiniu stiliumi. Europoje, pavyzdžiui, Švedijoje, žurnalistai linkę naudoti aprašomąjį žurnalistinį stilių (Strömbäck ir Dimitrova, 2011), aprašydami įvykius neutraliai, informuodami rinkėją, tačiau neturėdami tikslo sudaryti tam tikrą nuomonę. Žvelgiant į kitus tyrimus, pasak Nesbit-Larking (2010), matoma, kad dažnai žiniasklaida ir medijos yra naudojami kaip įrankiai transliuoti ir formuoti politinę komunikaciją, o pati žiniasklaida kaip subjektas (naujienų portalai, žurnalistai) dažniausiai linkusi veikti reaktyviai (kas būdinga ir prieš tai aptartam Švedijos ar kitų Europos šalių atvejui). Galima

teigti, kad žiniasklaida pati neinicijuoja naujienų ar tyrimų, susijusių su politika. Tyrimai, analizuojantys Lietuvos politinę komunikaciją, rodo, kad didžioji dalis politinės ir rinkiminės agitacijos yra randama būtent žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose ir medijoje, o plačiąja komunikacijos prasme, agitacija yra vos pastebima ir dažnai „pasiklysta“ bendrame žiniasklaidos fone tarp kitų tematikų (Šuminas, 2019). Svarbu paminėti, kad šios mokslinės nuostatos, akivaizdžiai matomos praktikoje, galbūt ir buvo aktualios 2020 m. LR Seimo bei ankstesnių skirtingų lygių rinkimuose. Pastaruoju metu vis labiau pastebimi žurnalistiniai tyrimai bei įvairios iniciatyvos, susijusios su politinės komunikacijos pašėpimu ar politinių klaidų išryškiniu tiek atskirų politikų, tiek partijų atžvilgiu. Šiomis dienomis aktyviai vykdomos „Laisvės TV“ ir Andriaus Tapino inicijuojamos laidos „Tiek politikos“ bei įvairūs projektai, kaip „Skaidrinam“ įrodo, kad žiniasklaida kaip subjektas tampa vis dažniau inicijuojantis ir keliantis politinės komunikacijos klausimus ir nebelieka tik reaktyvus veikėjas politinių sprendimų ir komunikacijos fone. Tačiau šių ir panašių projektų bei iniciatyvų įtaka LR Seimo rinkimams bus galima analizuoti tik po 2024 m. LR Seimo rinkimų. Iki šiol jau galima matyti įtakos užuomazgas savivaldybių rinkimuose, kai buvo vykdomos akcijos, skatinančios nebalsuoti už tam tikrus kandidatus į merus Vilniaus ir Vilniaus rajono savivaldybėse (atstovaujančius Lietuvos lenkų rinkimų akciją), taip skatinamas rinkėjų aktyvumas ir susitelkimas, kuris buvo sėkmingas ir pasiteisino. Tačiau, ar šiuo metu vykdomi anksčiau jau minėti projektai, susiję su LR Seimo nariais, turės įtakos ateinantiems LR Seimo rinkimams įvertinti sunku dėl jau anksčiau aptarto politinės ir partinės sistemos nestabilumo Lietuvoje bei jau minėtų skirtingų rinkėjų elgseną formuojančių veiksnių. Atsižvelgiant į visus šiuos argumentus, Lietuvos Seimo rinkimai išlieka dar vis sunkiai nuspėjami ir prognozuojami, o politinė agitacija žiniasklaidoje ne visada yra ryški, aiški ir pastebima, ypač atsižvelgiant į tyrimus, kurie analizuoja Europos šalių politinę komunikaciją ir nurodo, kad žiniasklaida Europos šalyse yra linkusi naudoti aprašomąjį stilių reaguojant į įprastus rinkiminiuosius procesus.

Mokslinėje literatūroje rašoma, kad žiniasklaidos priemonės tiek ankstesniais laikais, tiek ir dabar, vis augant socialinių tinklų svarbai ir internetinei žiniasklaidai, veikia kaip vienas pagrindinių ir pirminių įrankių politinei informacijai gauti visame pasaulyje (Stier ir kt., 2020; Norris, 2000; Piolatto ir Schuett, 2015), taip pat ir Lietuvoje (Šuminas, 2022). Teigiama, kad žiniasklaida gali būti pasinaudota kaip įrankiu formuojant rinkėjų elgseną, pavyzdžiui, skatinant dalyvauti rinkimuose arba balsuoti už tam tikrą politinę jėgą, o pati žiniasklaida gali veikti kaip interesų grupė demokratinių rinkimų procese (Laila ir kt., 2020). Mokslinėje literatūroje teigiama, kad didelis dėmesys vienai politinei partijai ar kandidatui žiniasklaidoje gali padėti pritraukti didesnę rinkėjų skaičių. Kitaip tariant, kuo daugiau politinė partija ar kandidatas yra matomi žiniasklaidoje, tuo daugiau rinkėjų už jį balsuos (Piolatto ir Schuett, 2015). Anksčiau vyravo oponuojanti nuomonė, teigianti, kad žiniasklaida ir spauda daro tik menkesnę įtaką rinkėjų nuomonei ar elgesiui ir negali visiškai jo pakeisti ar paveikti, tačiau gali sustiprinti ir taip egzistuojančius rinkėjų nuostatas ar įsitikinimus (Everette ir Merrill, 1997). Tiesa, nuo šios „minimalaus efekto“ teorijos atsiradimo praėjo beveik trys dešimtmečiai, per kuriuos pati žiniasklaida ir spauda kardinaliai keitėsi, susiformavo socialinių medijų raiška ir internetinės žiniasklaidos įtaka politinei komunikacijai. Taip pat teigiama, kad aktyvi komunikacija žiniasklaidoje nebūtinai darys teigiamą įtaką rinkėjų palankumui, tačiau gali ir paveikti neigiamai, o tai priklauso nuo to, kaip kandidatas ar partija yra vaizduojami žiniasklaidoje – jeigu komunikuojama apie politinę jėgą neigiamų skandalų ar kritikos kontekste, greičiausiai tai paveiks rinkėjų elgseną neigiamai (bet koks dėmesys nėra geras dėmesys žiniasklaidoje) (Garzia ir da Silva, 2021). Todėl ganėtina svarbu yra atsižvelgti ne tik į tai, kiek plačiai komunikuojama apie tam tikrą partiją žiniasklaidoje, tačiau ir kur bei koku emociniu svoriu tai daroma. Tarp Lietuvos mokslininkų

taip pat yra atliktų tyrimų, kuriuose buvo analizuojami praėję rinkimai ir negatyvumo politinėje komunikacijoje įtaka rinkėjui ir jo elgsenai. Kaip teigia Unikaitė (2008), negatyvumas arba negatyvi komunikacija rinkiminėse agitacijose gali turėti dvejopą poveikį rinkėjui. Autorė savo darbe aprašo mobilizacinę hipotezę, kurios šalininkai sako, kad negatyvumas gali veikti kaip piliečių suaktyvinimo įrankis, padedantis ir didinantis rinkėjų aktyvumą. Taigi, kuo daugiau negatyvumo rinkėjai gauna per politinės komunikacijos kanalus transliuojant politinę kampaniją, tuo didesnę vidinę ir emocinę nepasitenkinimą tai jiems sukelia, tuo labiau jie mobilizuoja kurti naują partinę sistemą rinkimuose arba valdyti pokytį ir būti jo dalimi, tai yra, dalyvauti rinkimuose ir balsuoti. Tačiau šios pačios hipotezės oponentai sako, kad toks negatyvus informacijos ar žinių pobūdis kaip tik slopina pilietinį efektyvumą ir kenkia rinkėjų aktyvumui darydamas neigiamą įtaką, galbūt net mažindamas pasitikėjimą politikais (Unikaitė, 2008). Žiniasklaidoje galima rasti nemažai negatyvios politinės komunikacijos atvejų, kuomet yra stengiamasi supeikti politinį varžovą ar oponentą bei jo partiją (Garzia ir da Silva, 2021). Toks negatyvumas pastebimas ir ankstesniuose LR Prezidento rinkimuose (pavyzdžiui, 2002 metų LR Prezidento rinkimai), kuomet negatyvumas politinėse agitacijose yra siejamas su sumažėjusiu aktyvumu tarp rinkėjų arba net įvardijamas kaip priežastis balsuoti už kritikuojamą asmenį (Unikaitė, 2008; Savickaitė, Krupickaitė ir Tučas, 2013). Stiprią negatyvią politinę komunikaciją buvo galima matyti ir praėjusių 2023 m. savivaldybių merų rinkimų metu, kuomet beveik visi kandidatai į Kauno miesto merus stengėsi kuo daugiau kritikuoti esamą Kauno miesto merą ir sutelkti visus politinės komunikacijos pajėgumus į kritiką tuometiniam merui, kuris veikė kaip tiesioginis jų varžovas rinkimuose. Nors dar nėra atlikta tyrimų šių rinkimų ir neigiamos komunikacijos tema, remiantis anksčiau aptarta politinės komunikacijos ir negatyvumo teorija bei mobilizacine hipoteze, galima numanyti, kad pasirinkta tokia komunikacija galėjo daryti įtaką Kauno miesto gyventojams ir jų, kaip rinkėjų, apsisprendimui.

Tarp tyrėjų visgi atsiranda nuomonių, kad politinė agitacija ir, apskritai, politinė komunikacija Lietuvos rinkėjui nėra tokia svarbi. Kaip teigia Ramonaitė (2014), Lietuvos rinkėjas yra linkęs ganėtinai anksti apsispręsti, kokią politinę jėgą palaikys rinkimuose, o politinės agitacijos didelio pokyčio šiam apsisprendimui neatneša, dažniau kurdamos pokytį ne apsisprendime už ką balsuoti, bet ar apskritai dalyvauti rinkimuose atiduodant balsą. Todėl vis dažniau atsiranda rinkėjų, nusivylusių politika ir politinėmis partijomis, dėl to pasirenkant nedalyvauti rinkimuose, o tai patvirtina ir kiekvienais metais Vyriausios rinkimų komisijos nustatomas ganėtinai mažas Lietuvos rinkėjų aktyvumas nacionalinių rinkimų metu.

Ne mažiau svarbu įvertinti ir pačių partijų populiarumą bei daromą įtaką žiniasklaidai. Mokslininkai atlikę tyrimus, skirtus nustatyti partijų populiarumo ryšį su matomumu žiniasklaidoje, nurodo, kad populiarsnės partijos yra dažniau matomos žiniasklaidoje (taip pat matomos tam tikrų problemų tematikoje, jeigu tai sutampa su pačios partijos ar politinės jėgos prioritetais) (Hopmann et al., 2012). Partijos populiarumas gali būti grįstas jos dydžiu, ankstesniu sėkmingu dalyvavimu rinkimuose, veikimu kaip parlamentinė partija ar populiariais partijos nariais. Pastaraisiais metais nemažai dėmesio skiriama diskusijoms apie populizmą pačioje politikoje ir kylančias populiarias populistines partijas. Abi šiame tyrime analizuojamos partijos (LŽP ir TS-LKD), į kurias sutelkiamas ir pagrindinis tyrimo dėmesys analizuojant teorinius aspektus ar mokslinę literatūrą, yra priskiriamos partijų grupei, kurios politinėse programose ir agitacijose nepasižymėjo labai ryškiais populistiniais tikslais vertinant 2016 m. ir 2020 m. LR Seimo rinkimų komunikaciją, o tai Lietuvos rinkėjų aplinkoje gali būti vertinama gana teigiamai (Ulinskaitė, 2021). Tačiau mokslininkai, analizuojantys Lietuvos partijų programas pastaruosiuose LR Seimo rinkimuose bei populizmo atspindžius juose nustatė, kad

partijų programų diskursas yra labai panašus, o daugelio didžiųjų partijų programose tikrai galima atrasti nemažai populizmo bruožų, nuorodų į žmones kaip homogenišką darinį, bet kažkokių tikslų populistinių tekstų ar pastraipų, pavyzdžiui, nuorodų į antielitizmą, nebuvo daug net ir tų partijų programose, kurios įprastai ekspertų ir politologų yra įvardijamos kaip populistinės (pavyzdžiui, Darbo partija) (Lietuvos nacionalinė rinkiminė studija, 2020). Taip pat remiantis kitais moksliniais šaltiniais, kurie dažniau analizuoja žaliųjų partijas, tam tikra problematika, pavyzdžiui, aplinkosauga, ekologiniai judėjimai, kuri dažnai aktuali ir būdinga LŽP, gali būti priskiriami siaurajai ideologijai, kuomet politinė jėga prioretizuoja vieną ar kelias aiškias ir siauras ideologijas ir visuomenės akivaizdoje yra dažnai ir griežtai siejama tik su šia problematika ar tema. Manoma, kad tokia siaura ideologinė nuostata gali nulemti partijos nepopuliarumą plačiojoje visuomenėje arba populiarumą tik mažesniame rate šios ideologijos pasekėjų (Freedon, 1998), kurie galbūt natūraliai ieško komunikacijos apie šias problemas ir tematiką. Tačiau pabrėžiama, kad būtent tokį partijos „prisirišimą“ ir siejimą su viena ar kita problematika gali formuoti būtent žiniasklaida (Walgrave et al., 2009), todėl svarbu suvokti, kad žiniasklaida gali daryti tiesioginę įtaką partijų ar politikų įvaizdžiui visuomenėje.

Atsižvelgiant į kitus žiniasklaidos ir politinės komunikacijos tyrimus, galima teigti, kad politinės jėgos ir partijos įvairiose demokratinėse šalyse jaučia vis didėjančią pareigą dalyvauti viešame politiniame diskurse pasitelkiant politinę komunikaciją ir diskusijose internetinėje žiniasklaidoje ar kitose socialinių tinklų erdvėse (Stieglitz, Brockman ir Xuan, 2012). Tačiau dažnai pasitaiko atvejų, kuomet žiniasklaida yra kontroliuojama išorinių jėgų, tarp kurių gali būti ir patys politikai. Lietuvos žiniasklaidos vertinimas pagal pripažintus tarptautinius reitingus, tokius kaip „Freedom House“, kuris vertina žiniasklaidos laisvę šalyje yra labai teigiamas. Lietuvos žiniasklaidos laisvė šio indekso sudarytojų įvertinta aukštu balu (3 balai iš galimų 4) (Freedom House, 2024). Pasaulio spaudos laisvės reitingo sudarytojai Lietuvai skyrė 13 vietą iš visame reitinge apskaičiuotų indeksų 180 šaliai (Ramonaitė ir Vaiginytė, 2021, „Reporters without Borders“, 2023). Šiame kontekste labai aktualu ir tai, kad LR visuomenės informavimo įstatymas draudžia bet kokioms valstybinėms arba savivaldybių institucijoms valdyti bet kokios formos žiniasklaidos priemones, todėl natūraliai peršasi nuostata, kad žiniasklaida yra nepriklausoma, vertinama teigiamai laisvės atžvilgiu. Visgi, teigiama, kad, šis įstatymas turi spragą, kuria dažnai pasinaudojama, nes nėra draudžiama šias žiniasklaidos priemones valdyti pavieniams fiziniams asmenims, nepaisant to, kad jie gali būti valstybės tarnautojai, politikai ar asmenys, priklausantys įstatyme paminėtoms institucijoms. Todėl realybėje maždaug vieną iš dešimt Lietuvos žiniasklaidos priemonių valdo tam tikri politikai (Ramonaitė ir Vaiginytė, 2021). Dažniausiai šios žiniasklaidos priemonės yra įvairūs regioninės žiniasklaidos leidiniai, kurie vertinant nacionaliniu lygiu, nėra didžiausią auditoriją pasiekiantys laikraščiai ar tinklaraščiai, tačiau formuojant savivaldybių politiką arba darant įtaką tam tikrų regionų LR Seimo rinkimams (pavyzdžiui, vienmandatėse apylinkėse), gali būti labai įtakingi. Mokslininkai yra atlikę skaičiavimus, siekiant išsiaiškinti politikų įtaką tokio tipo žiniasklaidos priemonėms (nes ne visuomet tiesioginis žiniasklaidos valdymas gali reikšti, kad pati žiniasklaidos priemonė veikia nepriklausomai ar objektyviai). Tokie tyrimai leido atskleisti, kad, pavyzdžiui, laikraštis, leidžiamas Širvintų rajone jo gyventojams ir apžvelgiantis to rajono naujienas ir aktualijas, iki 2015 m. (kuomet mere buvo išrinkta Ž. Pinskiuvienė) išleisdavo iki 15 procentų straipsnių, kurių tematika buvo susijusi su savivaldybės meru, o po 2015 m. tokių straipsnių padaugėjo net iki 50 procentų. Šį regioninį laikraštį tiesiogiai valdo būtent dabartinė rajono merė, apie kurią ir spausdinami žiniasklaidos straipsniai (Ramonaitė ir Vaiginytė, 2021).

Panašias įžvalgas apie žiniasklaidos ir politikos santykį išvelgė ir Nacionalinės rinkiminės studijos mokslininkai (2020), remiantis tyrimo rezultatais nurodydami, kad matomas ryškus žiniasklaidos ir medijos vaidmuo nustatant tam tikrą politinę darbotvarkę 2020 m. LR Seimo rinkimų debatuose ar diskusijose. Pavyzdžiui, nacionalinio transliuotojo organizuojami debatai tarp politikų ir skirtingų partijų atstovų iš dalies primeta temas, kuriomis diskutuojama, taip paliekant vis mažiau vietos ir laisvės kitiems politiniams aspektams ir tematikoms, kurios galbūt yra tų partijų ar politikų pagrindiniai prioritetai. Ši nacionalinė studija taip pat pabrėžia ir jau aptartą regioninės žiniasklaidos ir savivaldybių lygmens mediją, kurią dažnai tiesiogiai kontroliuoja vietos politikai, pasitelkdami tai kaip įrankį savo žinomumo ar politinės galios didinimui (Lietuvos nacionalinė rinkiminė studija, 2020). Dėl šios priežasties yra pakankamai svarbu įvertinti, kokie žiniasklaidos įrankiai yra pasirenkami analizei ar tyrimui atlikti, svarbu suvokti kas yra jų valdytojai ir kaip tai gali paveikti patį žiniasklaidos turinį.

Tyrimas, analizavęs pagrindinių konkuruojančių partijų 2020 m. LR Seimo rinkimuose (LVŽS ir TS-LKD) komunikaciją žiniasklaidoje, parodė, kad bene sunkiausią strateginės komunikacijos darbą Seimo rinkimuose turi atlikti tuo metu valdanti partija, nes, remiantis tyrimo rezultatų statistika, ji yra daugiausiai kritikuojama rinkėjų dėl per pastarąją kadenciją padarytų klaidų (Danieliūtė, 2021). Apskritai, svarbu paminėti tai, kad ta pati partija niekuomet nelaimėjo dviejų LR Seimo rinkimų iš eilės. Žinoma, kad žiniasklaida turi išlaikyti objektyvumą ir sugebėti pateikti politines naujienas ir aktualijas kuo neutralėsiu tonu. Tyrimai rodo, kad ne tik tarp rinkėjų, bet ir pačioje žiniasklaidoje bei populiariausiuose interneto naujienų dienraščiuose, to laiko valdančioji partija yra ne tik minima ir analizuojama dažniau, tačiau ir kritikuojamos daug labiau (Danieliūtė, 2021).

Remiantis išanalizuota mokslinė literatūra bei siekiant suvokti rinkėjų elgseną ir suprasti, kokie veiksniai gali daryti įtaką ar nulemti galutinius rinkimų rezultatus, analizuoti politinę komunikaciją ir internetinę žiniasklaidą tampa vis svarbiau, ypač vis labiau augant internetinės žiniasklaidos ir socialinių medijų populiarumui bei vis daugiau į rinkėjų gretas prisijungiant balsavimo teisę įgaunančiam jaunimui, kuriam žiniasklaida ir socialinės medijos tampa kasdieniniu neišvengiamu informacijos įrankiu. Politikams vis dažniau tenka ne tik mokytis panaudoti socialines medijas ir internetinę žiniasklaidą kaip įrankius rinkiminėje kovoje formuojant tikslingą politinę komunikaciją, tačiau ir užtikrinti, kad žiniasklaidoje jų pačių ar atstovaujamų partijų įvaizdis būtų kuo palankesnis rinkėjų akivaizdoje (Stieglitz, Brockman ir Xuan, 2012), nes būtent žiniasklaida turi galią formuoti politikų įvaizdį ar daryti įtaką politinių problemų aktualumui.

2. Metodologiniai komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje tyrimo aspektai

Šiame skyriuje pateikiamas tyrimo dizainas, tyrime taikyta ir naudota metodologija, tyrimo ribotumas ir galimas tęstinumas.

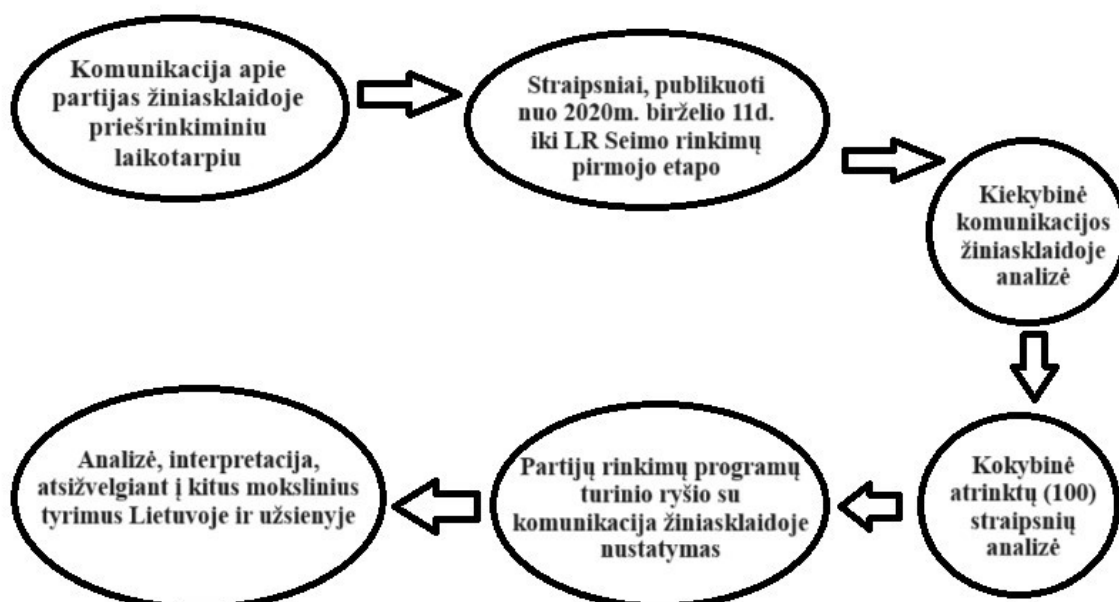
2.1. Tyrimo dizainas ir metodologija

Tyrimo objektas – komunikacija apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratus (TS-LKD) Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu.

Tyrimo tikslas – sugretinti galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus ir komunikaciją apie Lietuvos žaliųjų partiją (LŽP) ir Tėvynės sąjungą – Lietuvos krikščionis demokratus (TS-LKD) priešrinkiminiu 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu Lietuvos žiniasklaidoje.

Tyrimo uždaviniai:

1. atlikti LŽP ir TS-LKD 2020 m. LR Seimo rinkimų programų analizę;
2. atlikti kiekybinę viešosios komunikacijos Lietuvos žiniasklaidoje apie LŽP ir TS-LKD partijas priešrinkiminiu laikotarpiu;
3. atlikti kokybinę naujienų pranešimų analizę, įvertinant komunikacijos charakteristikas apie kiekvieną partiją žiniasklaidoje priešrinkiminiu laikotarpiu;
4. sugretinti komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje charakteristikas, partijų rinkimų programų analizės ir galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus.



3 pav. Tyrimo dizainas

Šaltinis: sudaryta autorės.

Šiame tyrime, siekiant išspręsti tyrimo problemos klausimą, buvo taikyti **empirinio tyrimo metodai: kiekybinė turinio analizė ir kokybinė turinio analizė**. Pasak Neuendorf ir Kumaro (2015), turinio analizė yra bene plačiausiai naudojamas metodas politinės komunikacijos mokslų srityje. Šio metodo analizės yra lengviausiai panaudojamos tolimesniuose tyrimuose arba siekiant atlikti tyrimus, kartu naudojant ir kitus metodus, tokius kaip apklausų, fokus grupių ar eksperimentų rezultatų analizės. Turinio analizė gali apimti tam tikrų tekstų, transkribuotos kalbos, įvairių paveikslų, nuotraukų ar grafinių elementų analizę, taip pat neverbalinių žinučių kodavimą, muziką ir garsus (Neuendorf ir Kumar, 2015). Turinio analizė yra apibrėžiama kaip sisteminis ir objektyvus įrankis, galintis padėti nustatyti kiekybines ir kokybines komunikacijos charakteristikas.

Šiame tyrime taikyta Lietuvos internetinėje žiniasklaidoje paskelbtų straipsnių **kiekybinė ir kokybinė turinio analizė**. Analizei atlikti buvo pasitelkta įmonės „Mediaskopas“ platforma „Station“. „Mediaskopas“ yra Baltijos šalyse pirmaujanti žiniasklaidos stebėsenos ir analizės įmonė, kuri suteikia prieigą prie visų Baltijos šalių naujienų ir veikia kaip žiniasklaidos duomenų bazė, talpinanti turinį nuo 2015-ųjų ir talpinanti milijonus naujienų (Mediaskopas, 2024). Įmonės platforma „Station“ suteikia galimybę ne tik stebėti žiniasklaidą ir skirtingus šaltinius, bet ir iškart atlikti pasirinkto laikotarpio, šaltinių ar tematikos kiekybinę analizę.

Naudojant „Station“ platformą ir pasitelkus šiuos raktažodžius:

- 1) "Lietuvos žaliųjų partij*" | "LŽP";
- 2) "Tėvynės sąjung* - Lietuvos krikščion* demokrat*" | "TS-LKD"

buvo atlikta kiekybinė straipsnių analizė. Tyrimui pasitelktas 4 mėnesių priešrinkiminis laikotarpis: 2020 m. birželio 11 – spalio 10d. (2020. LR Seimo rinkimai vyko spalio 11d., ši diena neįtraukta į analizę dėl didelio žiniasklaidos triukšmo ir jau atsirandančių straipsnių apie rinkimų rezultatus, kurie galėjo iškraipyti tyrimo rezultatus, siekiančius išanalizuoti priešrinkiminį laikotarpį). Platformoje „Station“ kiekybiškai išanalizuotas straipsnių skaičius ir jų chronologija, žiniasklaidos pranešimų auditorijos kiekis, populiariausi šaltiniai ir autoriai. Kiekybinė analizė atlikta panaudojant 4592 straipsniais nurodytame laikotarpyje.

Tolimesnei kokybinei analizei straipsniai buvo atrinkti taikant **daugiakopę atranką**. Pirma, buvo panaudota **tikslinė kriterinė atranka**. Iš platformoje „Station“ analizuotų straipsnių, buvo atrinkti straipsniai, susiję su Lietuvos žaliųjų partija (naudojant 1-ąjį raktažodį) ir straipsniai, susiję su Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščioniais demokratais (naudojant 2-ąjį raktažodį). Tuomet iš visų straipsnių sąrašo eliminuoti pasikartojantys (tokie patys straipsniai, turintys didesnę nei 90 proc. sutapimą, tačiau paskelbti skirtinguose žiniasklaidos internetiniuose puslapiuose) straipsniai, straipsniai spausdintinėje žiniasklaidoje (laikraščiuose), vaizdo įrašų reportažų straipsniai, kuriuose nėra teksto. Taip pat buvo atsisakyta regioninės žiniasklaidos straipsnių, remiantis menka šių žiniasklaidos pranešimų auditorija, skaitomumu bei išanalizuota teorija dėl dažnos politikų tiesioginės įtakos regioninei žiniasklaidai. Taip atrinkti tik didžiausią auditoriją pasiekę ir nepriklausomi didžiausi internetinių naujienų portalai:

- *Delfi.lt*
- *15min.lt*
- *TV3.lt*
- *LRT.lt*
- *Lrytas.lt*

Galutinei kokybinei analizei atlikti šių naujienų tinklapių straipsniai buvo pasirinkti pasitelkiant **paprastąją atsitiktinę atranką** – atrinkta 50 straipsnių, susijusių su LŽP ir 50 straipsnių, susijusių su TS-LKD, siekiant sulyginti straipsnių apie kiekvieną partiją skaičių.

Kokybinė straipsnių analizė buvo atlikta naudojant „MAXQDA“ programinę įrangą, į kurią buvo importuota 100 atrinktų straipsnių PDF formatu. Kiekvienas straipsnis buvo koduojamas atskirais kodais ir subkodais, apibrėžiančiais skirtingus objektus ir komunikacijos charakteristikas (3 lentelė). Visų pirma kiekvienas straipsnis turėjo apibrėžtus naujienų rėmus ir priskirtą pagrindinę straipsnio temą. Svarbu paminėti, kad vienas straipsnis kartais buvo koduojamas keliomis pagrindinėmis temomis, jeigu, pavyzdžiui straipsnyje diskutuojama apie aplinkosaugą, kaip problemą, ir pasitelkiama politinių partijų programų analizė, siekiant pabrėžti, kaip ši problema bus sprendžiama ateityje politiniame lygmenyje. Toliau koduojami straipsniuose pasireiškiantys diskurso veikėjai (įvairūs politikai, politologai, analizuojamų partijų atstovai, rinkėjai), kurie vienaip ar kitaip pasisakė ar išreiškė mintis žiniasklaidos pranešimuose. Galiausiai koduojami tokie aspektai kaip tematika, apie kurią kalba partijų atstovai, atskirų partijų (LŽP ir TS-LKD) paminėjimai (teigiami, neigiami ar neutralūs). Visas tyrimo turinio analizės ir kodavimo instrumentas su užkoduotų segmentų pavyzdžiais matomas 1 priede. Išanalizavus visus straipsnius ir priskyrus atskirus straipsnių segmentus tam tikriems kodams, „MAXQDA“ programoje buvo atliekama tolimesnė šių rezultatų analizė, naudojant tokias vizualinės analizės funkcijas kaip „Code Matrix browser“, „Code Relations Browser“, „Code Map“, „MAXMaps“, „Word Cloud“ ir kitas.

3 lentelė. Kokybinės analizės kodai ir subkodai

| Kodas | Subkodas |
|----------------------------|--|
| Naujienų rėmai | Sportas Pramogos Užsakomasis turinys / Nuomonės Politika Lietuvos aktualijos Verslas |
| Straipsnių pagrindinė tema | Užsienio politika Nacionalinis saugumas Švietimas Lyčių lygybė Partijų programų analizė Aplinkosauga LR Seimo rinkimai |
| LŽP paminėjimai | Teigiami Neigiami Neutralūs |
| TS-LKD paminėjimai | Teigiami Neigiami Neutralūs |
| Diskurso veikėjai | Rinkėjai (gyventojai) Valstybinių organizacijų atstovai NVO atstovai Privačių verslų atstovai Politologai |

| | |
|---------------------------------------|---|
| | Politikai LŽP atstovai TS-LKD atstovai Remigijus Lapinskas Ieva Budraitė Ingrida Šimonytė Gabrielius Landsbergis |
| Komunikacijos žiniasklaidoje tematika | Aplinkosauga Švietimas Galima seimo sudėtis ir reitingai Mokesčių sistema ES politika Lengvatos socialinėms grupėms Nacionalinis saugumas Darbuotojų teisės Infrastruktūra Žmogaus teisės ir LGBT Sveikatos apsauga Vaikų teisės ir gerovė Pensijos Gydytojų ir mokytojų atlyginimai Lyčių lygybė ir feminizmas Verslas ir inovacijos Užsienio politika Korupcija Energetika Pilietybės išsaugojimas |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Galiausiai, žiniasklaidos turinio analizės rezultatai buvo siejami su partijų programų turinio tekstu, skelbiamu oficialiame Vyriausiosios rinkimų komisijos (VRK) internetiniame puslapyje bei apskaičiuojamos kiekvieno partijos rinkimų programoje nurodyto prioriteto komunikacijos dalys.

2.2. Tyrimo ribotumas ir tęstinumas

Vienas pagrindinių tyrimo ribotumų yra analizės imtis. Tyrime analizuota 100 straipsnių, komunikacijai apie kiekvieną partiją priskiriant po 50 straipsnių. Straipsniai atrinkti atsitiktiniu būdu, išlaikant tyrimo metodo objektyvumą, bet bendras straipsnių kiekis tyrimo laikotarpyje žiniasklaidos sukurtų internetinių naujienų pranešimų yra daugiau nei 4 tūkstančiai straipsnių, todėl pasirinkta imtis gali riboti tyrimo tikslumą.

Taip pat, pasirinktas tyrimo laikotarpis apėmė 4 mėnesius iki 2020 m. LR Seimo rinkimų pirmojo etapo. Tinkamą tyrimui laikotarpio nustatymą riboja informacijos apie rinkiminės agitacijos kampanijos trukmę trūkumas. Dėl šios priežasties pasirinktas laikotarpis galėjo apimti ne visus su priešrinkimine komunikacija susijusius pranešimus žiniasklaidoje arba galėjo įtraukti straipsnius, kurie nėra susiję su priešrinkimine komunikacija.

Kitas tyrimo ribotumas – pasirinktos dvi partijos tyrimo analizei. Siekiant atlikti išsamesnį tyrimą, naudinga taikyti didesnę analizuojamų partijų skaičių, ypač atsižvelgiant į tai, kad viena iš tiriamų

partijų yra parlamentinė, o kita veikia tik savivaldybės lygmenyje. Didinant tyrimo išsamumą reikia praplėsti analizuojamų partijų skaičių ir į tyrimą įtraukti kelias parlamentines ir neparlamentines partijas, siekiant tiksliau nustatyti tokio tipo partijų komunikacijos skirtumus.

Tęsti tyrimą galima atsižvelgiant į aprašytus tyrimo ribotumus – analizuoti didesnę partijų skaičių arba tyrimo analizei pasirinkti, pavyzdžiui, tik parlamentines arba neparlamentines partijas arba didesnę abiejų grupių partijų skaičių. Taip pat, galima pasitelkti didesnę straipsnių skaičių analizei siekiant gauti tikslesnius tyrimo rezultatus ir išvadas. Kadangi tokio tipo tyrimų atlikta ganėtinai mažai, ypač Lietuvos partinės sistemos atveju, tyrimas reikalauja tęstinumo ir gilesnės tolimesnės analizės.

3. Komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje analizė

Šioje darbo dalyje apžvelgiami tyrimo rezultatai – straipsnių kiekybinė analizė naudojant Mediaskopo įmonės programą „Station“, kiekybinė analizė, atlikta pasitelkiant „MAXQDA“ programinę įrangą ir šių rezultatų analizė remiantis 2020 m. LR Seimo rinkimų skelbiama partijų politine programa bei 1 skyriuje analizuotais teoriniais aspektais.

3.1. Analizuojamų partijų raida ir 2020 m. LR Seimo rinkimų programų analizė

Šiame poskyryje pateikiamas dviejų tyrime analizuojamų partijų – Lietuvos žaliųjų partijos (LŽP) ir Tėvynės sąjungos – Lietuvos krikščionių demokratų (TS-LKD) partijos – istorinė ir politinės veiklos apžvalga. Ši teorinė partijų analizė gali būti naudinga siekiant suprasti partijų veiklos kryptis, vertybes, vizijas ir politikos formavimo charakteristikas, vėliau analizuojant komunikacijos charakteristikas ir tiriant, kaip partijų programose iškelti prioritetai ir veiklos kryptys koreliuoja su komunikacija apie partijas Lietuvos žiniasklaidoje.

3.1.1. Lietuvos žaliųjų partija

Lietuvos žaliųjų partija (LŽP) įsteigta 2011m. kovo 20d., kuri tuomet buvo žinoma pavadinimu „Lietuvos žaliųjų sąjūdis“, tačiau jau po metų pakeitė pavadinimą į dabartinį – „Lietuvos žaliųjų partija“. Šiuo metu partija save pristato kaip „jauną, aplinkosaugos ir darnios plėtros vertybėmis besivadovaujančią politinę organizaciją“ (Lietuvos žaliųjų partija, 2024), o pagal politinę ideologiją yra priskiriama centro kairės politinėms organizacijoms. Šiuo metu partijai vadovauja pirmininkė Ieva Budraitė, tačiau tyrimo analizuojamu laikotarpiu – 2020 m. LR Seimo rinkimų metu – jai vadovavo Remigijus Lapinskas. Partijos misija yra „įtvirtinti pagarbą žmogui ir gamtai kaip šalies vystymosi pagrindą“, o vizijoje partija nurodo norinti paversti Lietuvą šalimi, kurioje teršti gamtą ir naikinti gamtinę aplinką yra socialiai nepriimtina, o pagrindinis valstybės tikslas yra augti sudarant sąlygas įgyti kokybišką išsilavinimą ir gyventi aktyvų, sveiką ir laimingą gyvenimą (Lietuvos žaliųjų partija, 2024). Partija vadovaujasi trejomis pagrindinėmis vertybėmis: pagarba žmogui ir gamtai, bendruomeniškumas ir dalyvaujamoji demokratija, socialinis teisingumas. Partija savo viešai prieinamame puslapyje nurodo 10 pagrindinių tikslų, kuriais remiasi visose partijos veiklose, o iš jų pirmieji 5 prioritetai skiriami šiems:

- 1) Klimatui draugiška Lietuva – tikslas apimantis atsinaujinančių išteklių naudojimą elektros gamybai, šalies tapimą klimatui neutralia valstybe bei šiltnamio efektą sukeliančių dujų neigiamą bendrą balansą.
- 2) Gyvenimas be atliekų – žiedinės ekonomikos skatinimas ir valstybės be atliekų įgyvendinimas.
- 3) Viešieji finansai bendram gėriui – taršą sukeliančių veiklų apmokestinimas, subsidijų ir lengvatų teikimas tik tiems verslams ar toms veikloms, kurie prisideda prie viešųjų gėrybių ar paslaugų gausėjimo.
- 4) Gerovės valstybė – valstybė vystoma remiantis Šiaurės šalių gerovės valstybės modeliu, kuris taikomas beveik visose srityse: socialinės apsaugos, viešųjų paslaugų, siekiant užtikrinti darbo ir laisvo laiko balansą.

5) Demokratija aplink mus – sprendimų priėmimo, visuose lygmenyse, visuose sektoriuose vadovaujama demokratijos principais.

Jau prieš dešimtmetį buvo galima matyti, kad visuomenėje, ypač Europoje, požiūris į aplinkosaugą, kuri dažnai įvardijama kaip pamatinė pasaulio vertybė, tampa vis aktualesnis ir populiariesnis (Tumulytė, 2012). Žaliųjų judėjimas susiformavo dar 8-ajame dešimtmetyje Europoje ir Šiaurės Amerikoje. Judėjimas skilo į skirtingas organizacijas ir institucijas, o šiuo metu greta kitų aplinkosaugos organizacijų, tokių kaip radikalūs aplinkosaugos judėjimai ar žaliųjų veikla užsiimančios grupės, skiriamos ir žaliųjų partijos, veikiančios skirtingose pasaulio šalyse ir vienintelės turinčios politinės organizacijos statusą bei politinę galią (Cahill ir Fitzpark, 2002). Kai kurie autoriai mini, kad Lietuvoje žaliųjų judėjimo pradžia ir atsiradimas siejamas su Sąjūdžio ištakomis (Baločkaitė ir Rinkevičius, 2008). Vienas svarbiausių šių žaliųjų partijų metodų komunikacijoje yra būtent pačių žmonių įtraukimas į diskusijas dėl politinių sprendimų aplinkosaugos srityje (Tumulytė, 2012). Šiuo metu pati sėkmingiausia žaliųjų partija pasaulyje yra Vokietijos žaliųjų partija, kur ne vienerius metus ji laikoma realia politine jėga nacionaliniu lygiu. Ir nors dažnai rinkėjai skeptiškai mano, kad šioms žaliųjų politinėms jėgoms terūpi tokios problemos kaip aplinkosauga ir klimato kaita, tačiau mokslininkai, analizuojantys šios politinės jėgos partijas įvairiose šalyse jau kelis dešimtmečius pastebi, kad nors šios temos dažniausiai išlieka partijų prioritetu, šiais laikais žaliųjų partijos akcentuoja ir sprendžia ir kitas rinkėjui svarbias socialines politikos problemas, tokias kaip socialinė lygybė ar ekonominis teisingumas (Barry ir Doherty, 2001).

Lietuvos politiniame pasaulyje, svarbu paminėti, kad dažnai Lietuvos žaliųjų partija (LŽP) yra gretinama arba maišoma su Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga (LVŽS) dėl pasikartojančio žodžio pavadinime. Būtent todėl 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu LŽP savo komunikacijoje dažnai naudojo tokius šūkius kaip „Tikrieji“ žalieji“, kuomet norima pabrėžti, kad jų prioritetas išties yra žalioji politika, skirtingai nei LVŽS, kurie buvo plačiai kritikuojami prieš 2020 m. LR Seimo rinkimus dėl per mažo rūpinimosi aplinka ir žaliosios politikos keliamomis problemomis. Toks dviejų partijų gretinimas, kurios iš esmės nėra tiek panašios, gali daryti tiek reputacinę žalą, tiek teigiamai veikti populiarumą, tad svarbu atsižvelgti ir į šį aspektą, atliekant tolimesnį šio projekto tyrimą.

Pirmieji LR Seimo rinkimai, kuriuose dalyvavo 2011m. įsikūrusi partija, buvo 2012m. vykę LR Seimo rinkimai, kuomet rinkėjų balsai už partiją nesiekė 1 procento, o jau kituose rinkimuose – 2016m. partija surinko beveik 2 procentus rinkėjų balsų, o vienmandatės Panerių apygardos išrinktu atstovu į LR Seimą tapo LŽP narys Linas Balsys. Jau minėta, kad paskutiniuosiuose 2020 m. LR Seimo rinkimuose partija pelnė vieną mandatą – vienmandatėje Vilkaviškio apygardoje Seimo nariu buvo išrinktas A. Butkevičius, tačiau jis partijai nepriklausė ir jos narys nebuvo, todėl dalyvavo rinkimuose su partija svečio teisėmis, o šiuo metu jokių ryšių su LŽP nebeturi.

2020 m. LR Seimo rinkimų metu partija savo programoje nurodė prioritetus, susijusius su aplinkosauga, šalies ekonomika, sveikatos apsauga ir švietimo sistema. Pagrindiniai partijos programos tikslai apėmė minimalios mėnesinės algos didinimą, mokesčio lengvatų taikymą, atsinaujinančios energetikos skatinimą, investicijas į mokytojus ir mokslininkus, miškingumo didinimą (4 lentelė). Partija nesiejo prioritetų ir tikslų tarpusavyje, programoje jie pateikiami atskirai (skirtingai nei kitų partijų atveju, kuomet greta prioriteto nurodomas tikslas prioritetui įgyvendinti).

4 lentelė. LŽP 2020 m. LR Seimo rinkimų programos prioritetai ir tikslai

| Prioritetai | Tikslai |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Gerovės ekonomika ir socialinis teisingumas - Atsinaujinanti energetika ir stipri aplinkos apsauga - Visiems prieinamos sveikatos priežiūros paslaugos - Kokybiška švietimo sistema - Tolerancija ir pagarba | <ul style="list-style-type: none"> - Minimalios mėnesinės algos (MMA) didinimas iki 1 000 Eur; - Pensijos negali būti mažesnės negu MMA; - Įkūrusių pirmąjį verslą atleidimas nuo pelno mokesčio pirmuosius 3 metus; - Būsto kredito palūkanų padengimas šeimoms, auginančioms vaikus; - Iki 2040 m. elektros ir šilumos gamyboje 100 proc. perėjimas prie atsinaujinančių išteklių energijos (saulės, vėjo, biomasės, kt.); - 0 proc. PVM – elektromobiliams, 9 proc. PVM – hibridiniams automobiliams; - Nacionalinė miškų strategija, įtvirtinanti miškingumo didinimą ir tvarų miškų ūkio valdymą; - Mobilų šeimos gydytojų kabinetų, kurie didintų sveikatos paslaugų prieinamumą kaimo gyventojams, kūrimas; - Investicijos į mokytojus ir mokslininkus, o ne vien į infrastruktūrą. Iki 2024 m. mokslinių tyrimų ir inovacijų finansavimas turi siekti 3 proc. BVP. |

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis VRK duomenimis.

Remiantis Šuminu (2022), LŽP didžiausią dėmesį savo komunikacijos socialinėse medijose turinyje 2020m. LR Seimo rinkimų metu skyrė aplinkosaugai ir žmogaus teisėms (25,9 proc.), švietimui (6,3 proc.) bei regionų politikai (6 proc.), o bene puse (45,9 proc.) pranešimų ar straipsnių neturėjo konkrečios tematikos. Partijos komunikacijos arba komunikacijos apie partiją internetinėje žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu atliktų tyrimų nėra.

Apibendrinant, galima teigti, kad LŽP yra priskiriama žaliosios politikos jėgas atstovaujančioms partijoms, kadangi pagrindiniu prioritetu partija laiko aplinkosaugą, atsinaujinančios energijos skatinimą, taršos mažinimą. Svarbu paminėti, kad tai nėra vienintelė politinė problema ir savo rinkiminėje programoje LŽP nurodo ir kitus politinius tikslus, kurie yra aktualūs bene visoms partijoms, dalyvaujančioms Lietuvos Seimo rinkimuose (Šuminas, 2022).

3.1.2. Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai

Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai istoriškai yra dviejų organizacijų partija, priskiriama centro dešinei politinei jėgai. Ši politinė organizacija susikūrė 2008m. susijungus tuometinei „Tėvynės sąjungai“, kuri veikė nuo 1993m. tęsdama Lietuvos Nepriklausomybę iškovojusio Lietuvos Sąjūdžio darbus ir pasirinkusi veiklos pagrindams konservatizmo ideologiją bei „Lietuvos krikščionių demokratų“ partijai, kuri buvo įkurta 1905m. ir visus ilgus metus rėmėsi tradicinėmis krikščioniškosios demokratijos vertybėmis bei politine veikla (Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai, 2024). Dėl šio susijungimo, dabartinė TS-LKD partija, kuriai tiek 2020 m. LR Seimo metu, tiek dabar pirmininkauja Gabrielius Landsbergis, yra pasižadėjusi tęsti ir gerbti kiekvienos iš susijungusių partijų tradicijas ir ištakas. Pagrindinėmis partijos vertybėmis yra laikomas pats žmogus kaip asmuo, ir su juo susijusios vertybės, tokios kaip orumas, laisvė ir

atsakomybė, šeima ir bendruomenė, pamatinė lygybė, teisingumas ir solidarumas bei valstybė kaip aukščiausia tautos politinio gyvenimo forma.

Ši partija yra Europos liaudies partijos narė, todėl savo programines nuostatas ir apskritai visus veiklos principus sieja su šia organizacija. Kaip ir kitos šios organizacijos narės, taip ir TS-LKD, vadovaujasi patvirtintomis Europos liaudies partijos Kongrese Atėnuose 1992m. pagrindinėmis nuostatomis.

Savo bendruosiuose veiklos nuostatuose partija iškelia 20 pagrindinių politikos gairių ir kryptių, kurios apima beveik visas sprendžiamas politines problemas, tačiau pagrindinės ir prioritetinės iš jų yra išskiriamos šios:

- 1) Šeima – valstybės ir visuomenės pagrindas. Partija akcentuoja šeimos politikos prioritetus, santuokos pagrindu sukurtos šeimos svarbą, šeimos pagrindų įstatymo prioritetą, valstybės pagalbą šeimoms, ypač motinoms, auginančioms du ar daugiau vaikų.
- 2) Vaikų apsauga – valstybės pareiga ginti vaiko teises, rūpintis tiek šeimoje augančiais, tiek našlaičiais vaikais bei emigracijos našlaičiais, kuomet ekonominių emigrantų vaikai lieka be visavertės globos. Pabrėžiama institucijų ir įstatymų veikla, ginanti vaikus nuo narkotikų, alkoholizmo, azartinių žaidimų ar kitų pavojų.
- 3) Kultūra – tautinės tapatybės sergėjimas ir raiška globaliame pasaulyje. Partija teigia esą pasiryžusi puoselėti kultūrinę kūrybą ir jos laisvę, pabrėžia valstybės paramą kultūrai kaip būtina indėlį į visavertį valstybės gyvenimą.
- 4) Švietimas Lietuvos ateičiai – prioritetas teikiamas švietimo sistemai, kuri yra orientuota į kūrybiškos visuomenės ateitį bei ugdanti pilietišką ir dorovišką asmenybę. Pabrėžiamas sąlygų sudarymas mokytis ir įgyti išsilavinimą, nepriklausomai nuo socialinės padėties. Šioje kryptyje pabrėžiama ir mokytojo profesijos svarba bei problemų sprendimas šioje srityje.
- 5) Žinių visuomenė ir aukštasis mokslas – Lietuvos universitetų tobulinimas ir patrauklumo didinimas ne tik Lietuvos studentams, bet ir užsienio studentams ir mokslininkams. Akcentuojama būtina aukštojo mokslo reforma, kuri padės įgyvendinti šį tikslą.

Partija savo programoje toliau išskiria dar 15 papildomų veiklos gairių, tokių kaip saugumo didinimas, bendruomenės savivalda, socialinio blogio mažinimas, valstybės valdymas ir kova su korupcija, o paskutinis, dvidešimtas, apibrėžia užsienio politiką ir nacionalinį saugumą.

Partija LR Seimo rinkimuose dalyvauja nuo 1996m., kurie buvo sėkmingiausi partijai, kuomet po rinkimų jai atiteko 70 (beveik pusė) visų LR Seimo narių vietų. Tačiau svarbu paminėti, kad jau sekantys, 2000m. vykę LR Seimo rinkimai buvo rekordiškai nesėkmingi, kuomet iš 141 galimų LR Seimo narių vietų, tik 9 vietos atiteko TS-LKD – tai pats prasčiausias rezultatas LR Seimo rinkimuose šiai partijai. Tokį rezultatą galima aiškinti Lietuvos partinės sistemos dinamika (Ramonaitė, 2014, 2021) ir pastebimais įprastais rinkimų rezultatų bruožais – nei viena partija nėra laimėjusi dviejų LR Seimo rinkimų paeiliui, o rinkimuose dalyvaujanti kaip tuo metu valdanti partija LR Seime, susiduria su didžiausiu kiekiu kritikos iš konkurentų ir visuomenės viešojoje erdvėje.

Analizuojant TS-LKD partijos 2020 m. LR Seimo rinkimų programą, pastebima, kad partija yra viena iš dviejų rinkimuose dalyvavusių partijų, kuri savo programoje nurodė ne tikslus ar siekius, bet

iššūkius ir kaip su jais siekiama kovoti atliekant svarbiausius darbus rinkimų laimėjimo atveju (5 lentelė).

5 lentelė. TS-LKD 2020 m. LR Seimo rinkimų programos turinys

| Iššūkis | Svarbiausi darbai |
|---|---|
| Šlubuojanti demokratija ir chaotiškas viešasis valdymas | Lėtesnė ir kokybiškesnė teisėkūra, prestižo dirbti Valstybei grąžinimas, viešųjų paslaugų skaitmenizavimas ir duomenų atvėrimas. |
| Galimybių nelygybė ir skirtingos starto pozicijos mūsų vaikams | „Tūkstantmečio gimnazijų“ programa, pedagogo ateities paketas, antro šanso programa. |
| Nesubalansuota sveikatos apsaugos sistema | Šeimos gydytojų savarankiškumo stiprinimas, kritinių ligų profilaktika ir ankstyva diagnostika, rajoninių ligoninių perprofilavimas. |
| Išsikvėpęs ekonominis modelis | Koncentruoti išteklių prioritetingoms ekonomikos sritims, įsteigtas Lietuvos strateginių investicijų fondas, Lietuva – biotechnologijų ir sveikatos technologijų centras. |
| Augantis nedarbas, gilėjanti socialinė atskirtis ir demografinė žiema | Užtikrintas pensijų augimas ir pensijų sistemos stabilumas, galimybių šeimai paketas, sidabrinės kartos įgalinimas, neįgaliųjų padėties gerinimas. |
| Grėsmės valstybingumui | Lietuvos elektros tinklų sinchronizavimas su kontinentinės Europos tinklais, absoliuti Astravo AE blokada, NATO strategija mūsų regionui, Lietuvos šalių sąjungos stiprinimas, kova su dezinformacija ir informacinėmis atakomis. |
| Neatsakinga ir aplinkai žalinga veikla | Aplinkos apsaugos politikos formavimo ir analitinių kompetencijų stiprinimas, nacionalinis susitarimas dėl miškų politikos, perėjimas prie žiedinės ekonomikos. |

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis VRK duomenimis.

Remiantis Šuminu (2022), 2020 m. LR Seimo rinkimuose didžiausias kiekis partijos komunikacinio turinio socialinėse medijose buvo skirtas užsienio politikos (14,8 proc.) ir ideologijos (pavyzdžiui, komunikacijai apie vertybes) (5,5 proc.) tematikai, o beveik puse (49,5 proc.) turinio apskritai neturėjo konkrečios temos. Partijos komunikacijos arba komunikacijos apie partiją internetinėje žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo rinkimų laikotarpiu atliktų tyrimų nėra.

Apibendrinant, galima teigti, kad TS-LKD partija nuo pat įsikūrimo yra viena pagrindinių politinio lauko ir partinės sistemos lyderių, visuomet laiminti tam tikrą skaičių mandatų LR Seimo rinkimuose. Partija turi ilgą istoriją ir dviejų organizacijų susijungimo apraiškas, o kuriant politinius tikslus remiasi tradicinėmis vertybėmis. 2020 m. LR Seimo rinkimų metu partijos programoje prioritetu laikomas švietimas, sveikatos apsauga, šalies ekonomika, valstybingumas ir aplinkosauga.

3.2. Kiekybinė naujienų pranešimų analizė

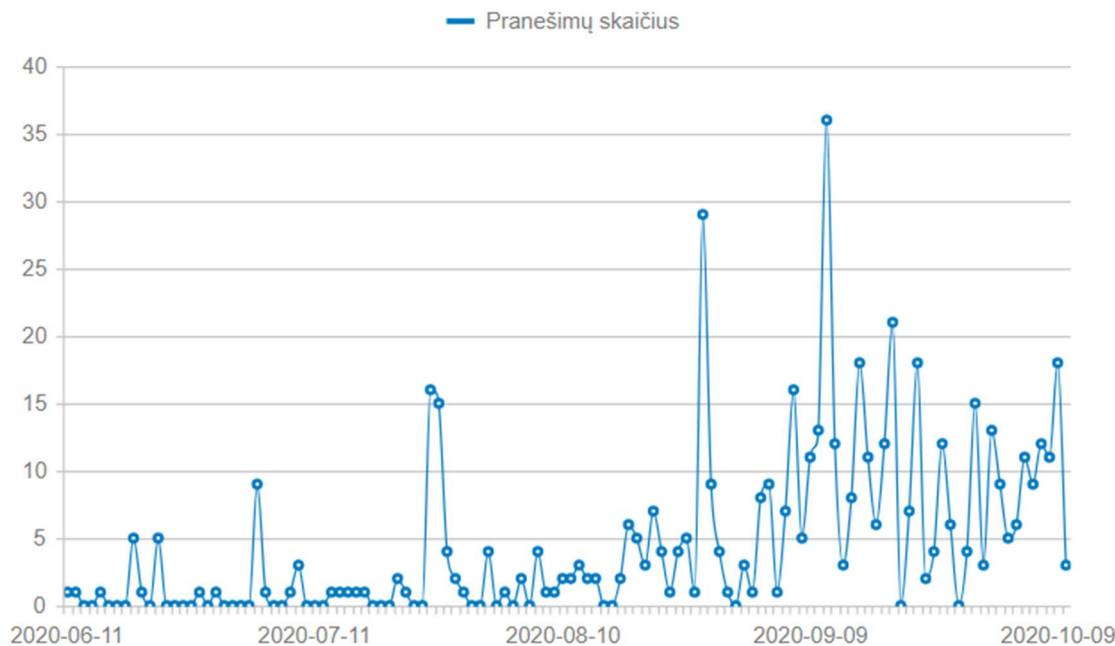
Pasitelkus įmonės „Mediaskopas“ platformą „Station“ buvo išanalizuoti visų straipsnių ir žiniasklaidos kiekybiniai rodikliai, susiję su abejomis analizuojamomis partijomis (LŽP ir TS-LKD), tiriamajame laikotarpyje. Visų pirma, svarbu palyginti kiekybinius komunikacijos Lietuvos žiniasklaidoje rodiklius tarp partijų, siekiant suprasti kaip dažnai jos buvo minimos žiniasklaidoje, kokia yra šių paminėjimų dinamika, bei kokią auditoriją žiniasklaidoje pasiekė tam tikros publikacijos. Šiai kiekybinei analizei buvo pasirinktas keturių mėnesių laikotarpis iki rinkimų

pirmojo turo. Toks laikotarpis pasirinktas dėl vis labiau trumpėjančių rinkiminių kampanijų laikotarpių bei siekiant sumažinti ne su LR Seimo rinkimais susijusių straipsnių ir naujienų triukšmą žiniasklaidoje, sutelkiant didžiausią dėmesį į būtent su artėjančiais 2020 m. LR Seimo rinkimais susijusias temáticas.

Analizuojant LŽP paminėjimų dinamiką žiniasklaidoje pasirinktu priešrinkiminiu laikotarpiu (4 pav.), galima matyti keli aiškūs paminėjimų šuoliai:

- 1) Pirmasis – liepos 25 ir 26 dienomis – kuomet partija oficialiai patvirtino savo kandidatų į LR Seimo narius sąrašą ir didelė dalis žiniasklaidos dienraščių skelbė šią informaciją. Šiomis dienomis žiniasklaidoje buvo skelbiamas sąrašas, aptariamose žymiausios pavardės politikos srityje, kalbama, kam partija skyrė pirmuosius numerius sąrašė. „Station“ programos žiniasklaidos stebėjimo analizės duomenimis, tok paminėjimų šuolis dėl patvirtinto kandidatų sąrašo matomas ir kitų partijų atvejais.
- 2) Antrasis – rugpjūčio 27d. – kuomet partijoms buvo priskirti sąrašo numeriai, kurie bus naudojami daugiamandatėje apylinkėje 2020 m. LR Seimo rinkimų metu. Bene kiekviena straipsnis šią dieną Lietuvos žiniasklaidoje minėjo kiekvieną partiją, dalyvaujančią rinkimuose, todėl šis paminėjimų šuolis taip pat taikytinas bendrai visoms partijoms.
- 3) Trečiasis ir didžiausias – rugsėjo 11d. – didžiausia dalis straipsnių šią dieną buvo susijusi su VRK paskelbtais oficialiais viešais duomenimis apie kandidatus į Seimo narius (jų pajamas, išsilavinimą, amžių ir kitus rodiklius). Kaip vėliau atskleidė kokybinė tyrimo analizė, partijos sąrašė buvo labai turtingų kandidatų, verslininkų, kurie patraukė žurnalistų dėmesį, taip pat ši partija buvo lyderė tarp partijų, kurių gretose mažiausiai kandidatų turi įgytą aukštąjį išsilavinimą. Dėl šių dviejų priežasčių partija Lietuvos žiniasklaidoje rugsėjo 11d. buvo minima dažniausiai.

Iš viso per analizuojamą priešrinkiminį laikotarpį LŽP buvo paminėta 550 straipsnių. Galima matyti, kad partijos paminėjimų skaičius ir aktyvesnio matomumo žiniasklaidoje augimas didėjo artėjant rinkimams, o pirmaisiais analizuojamo laikotarpio mėnesiais buvo labai menkas, o dažnai net lygus nuliui. Tai gali indikuoti per daug vėlyvą rinkiminės agitacijos pradžią arba nepakankamai aktyvius pirmuosius politinės komunikacijos etapus. Matoma, kad pagrindiniai partijos skaičiaus augimai yra susiję su įprastais rinkiminiais procesais – partijos sąrašo paskelbimu ar partijai skirtu numerio rinkimų sąrašė priskyrimu.



4 pav. LŽP paminėjimų dinamika žiniasklaidoje (2020-06-11 – 2020-10-10)

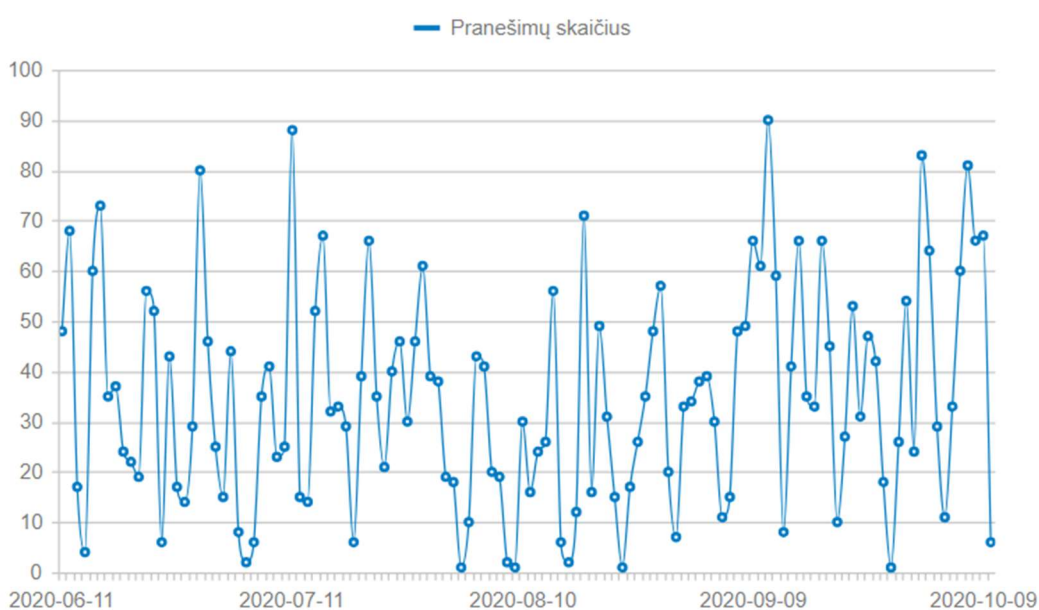
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis žiniasklaidos stebėjimo programa „Station.lt“.

Taip pat įdomu pažvelgti ir į TS-LKD partijos paminėjimus žiniasklaidoje tuo pačiu laikotarpiu bei išanalizuoti, ar šie paminėjimų pikai sutampa abiejų partijų atžvilgiu. Matoma, kad TS-LKD partija buvo akivaizdžiai minima didesniame kiekyje straipsnių – iš viso 4210 (apie 8 kartus daugiau nei LŽP). Taip pat matoma skirtinga paminėjimų dinamika visame laikotarpyje lyginant su LŽP. Vienas didžiausių straipsnių kiekių, taip pat kaip ir LŽP atveju, yra matomas rugsėjo 11 dieną, kuomet VRK paskelbė kandidatų portretus ir viešus duomenis, tačiau net ir šią dieną TS-LKD buvo paminėta 90 straipsnių, o LŽP – 36. Lygiai taip pat kaip LŽP atstovai, TS-LKD nariai buvo analizuojami Lietuvos žiniasklaidoje dėl savo turimų didelių pajamų (G. Landsbergio atvejis), taip pat dėl bendro narių išsilavinimo lygio, tik čia TS-LKD buvo minima labiau teigiamai nei LŽP, nes skirtingai nei konkurentai, TS-LKD narių tarpe buvo daugiausiai aukštąjį išsilavinimą turinčių kandidatų į LR Seimą. Visgi, svarbu pabrėžti ir apibendrinti, kad abi partijos turėjo paminėjimų šuolį Lietuvos žiniasklaidoje dėl tų pačių priežasčių, tačiau TS-LKD vis tiek buvo minima daugiau nei 2 kartus dažniau.

Taip pat matoma, kad TS-LKD partija turėjo vos kelias dienas (4 dienos) per visą analizuojamą priešrinkiminį laikotarpį, kuomet nebuvo paminėta nei vieną kartą (5 pav.), o LŽP tokių dienų buvo daug daugiau (iš viso – 35 dienos, kuomet partija nebuvo minima nei viename straipsnyje). Dar viena diena, kuomet matomas vienas didžiausių partijos paminėjimų žiniasklaidoje skaičius, buvo liepos 11 diena, kuomet partijos Taryba oficialiai patvirtino ir paskelbė kandidatų į LR Seimą sąrašą. Nors paminėjimų piko priežastis tokia pati kaip ir LŽP atveju, tačiau vėl matomas daugiau nei du kartus didesnis paminėjimų skaičius dėl tos pačios priežasties: kuomet partijos sąrašą paskelbė LŽP – paminėjimų skaičius tesiekė 15 ir 16 pranešimų per dvi dienas (bendrai – 31 per abi dienas), o TS-LKD atveju – pranešimų skaičius siekė beveik 90 per vieną dieną. Taip pat įdomu pastebėti, kad TS-LKD paskelbus kandidatų sąrašą visos žiniasklaidos priemonės apie tai pranešė tą pačią dieną, o LŽP atveju, tik puse pranešimų buvo parašytų sąrašo paskelbimo dieną, o kita dalis – kitą dieną. Remiantis

Šia statistika galima teigti, kad TS-LKD yra daugiau žiniasklaidos susidomėjimo sulaukianti partija nei LŽP, net ir tuomet, kai partijų veiksmas yra identiški, kaip, pavyzdžiui, partijos sąrašo paskelbimas. Žiniasklaida linkusi dažniau rašyti apie parlamentinę ir didesnę partiją – TS-LKD – bei naujienų pranešimus apie šią partiją leidžia operatyviau.

Remiantis pirmame skyriuje išanalizuota teorija, tokį skirtumą galima sieti su natūraliai didesniu partijos matomumu dėl praeities populiarumo, dydžio, praėjusių rinkimų sėkmės ar galbūt net skandalų, dėl ko žiniasklaida natūraliai daugiau dėmesio skiria būtent tai partijai (Hoppman et al., 2012). Tam tikri politinės komunikacijos žiniasklaidoje teorinės analizės aspektai nurodo, kad jau esanti valdžioje, turinti didesnę kiekį politikų savo gretose arba esanti populiarsnė partija visuomenės reitinguose, yra natūraliai daugiau aptarinėjama žiniasklaidoje, net jeigu šie skaičiai analizuojami bendros visam politiniam laukui tematikos rėmuose, pavyzdžiui, visų kandidatų išsilavinimas, pajamos ar turto deklaracijos.



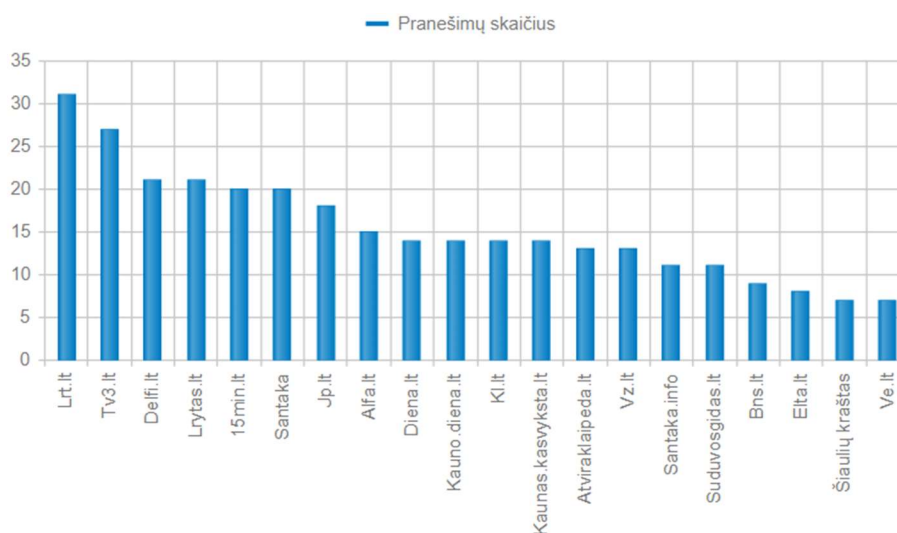
5 pav. TS-LKD paminėjimų dinamika žiniasklaidoje (2020-06-11 – 2020-10-10)

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis žiniasklaidos stebėjimo programa „Station.lt“.

Taip pat svarbu atsižvelgti ir į pranešimų autorius, kuriuose minimos partijos. Tai padaryti svarbu dėl tokių priežasčių, kurios matomos ir žiniasklaidos įtakos politinei komunikacijai teorijoje, analizuotoje 1.4. skyriuje. Kartais tam tikrus dienraščius, Lietuvos atveju – ypač regioninę žiniasklaidą, kontroliuoja patys politikai arba jiems palankūs asmenys, todėl natūraliai apie juos pačius ar jų atstovaujama partiją bei politinę jėgą straipsnių tuose leidiniuose atsiranda daugiau (Ramonaitė ir Vaiginytė, 2021). Analizuojant žiniasklaidos autorius, kuriančius pranešimus ir straipsnius, susijusius su LŽP ir TS-LKD, galima matyti, kad abiejų partijų penki daugiausiai pranešimų apie partijas išleidžiantys dienraščiai nepriklauso regioninei žiniasklaidai, o yra bene didžiausi ir populiariausi, įprastai patys žinomiausi tarp rinkėjų, naujienų dienraščiai (6 ir 7 pav.). LŽP daugiausiai minima „LRT.lt“ nacionalinėje naujienų svetainėje, o TS-LKD – „delfi.lt“. Svarbu paminėti tai, kad, visgi, LŽP nemaža dalis paminėjimų atsiranda interneto svetainėje „Santaka.lt“, kuri gali būti priskiriama regioninei žiniasklaidai, nes rašo tik apie Vilkaviškio miesto ir rajono naujienas, o būtent čia vienmandatėje apygardoje buvo išrinktas vienintelį mandatą 2020 m. LR Seimo rinkimuose partijai

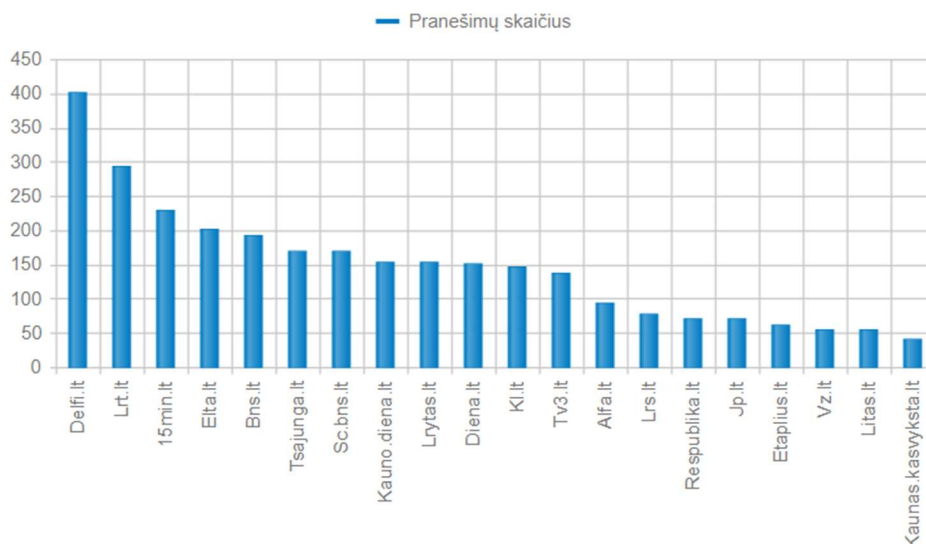
laimėjęs A. Butkevičius, kuris šiame regione yra bene vienas populiariausių šių rinkimų laikotarpio politikų. Todėl toks šio regiono žiniasklaidos susidomėjimas LŽP yra suprantamas dėl būtent šio kandidato dalyvavimo rinkimuose su partija. Taip pat tarp žiniasklaidos pranešimų lyderių matomas ir „jp.lt“ dienraštis, kuris aprašo Panevėžio naujienas, o analizuojant LŽP paminėjimus šiame šaltinyje, dažnai kraštiečių palaikoma pirmoji Panevėžio miesto merė G. Umbrasienė, 2020 m. LR Seimo rinkimuose atstovavusi LŽP. Šie regioninės žiniasklaidos leidiniai nėra kontroliuojami LŽP ar su partija susijusių žmonių ar politikų. Įprastai straipsniai apie LŽP šiuose leidiniuose atsiranda dėl populiarių partijos atstovų, kilusių iš tam tikrų regionų arba mėgstamų ir palaikomų to regiono rinkėjų.

TS-LKD atveju galima matyti pačios partijos interneto puslapį, kuriame spausdinami pranešimai spaudai ir naujienos – „tsajunga.lt“, tačiau apskritai didžiąją dalį pranešimų sukuria patys populiariausi ir didžiausi dienraščiai ir žiniasklaidos portalai, tokie kaip „LRT.lt“, „Delfi.lt“ ar „15min.lt“. Taip galima daryti prielaidą, kad partijos daugiausiai yra minimos nepriklausomos žiniasklaidos sukurtuose pranešimuose, kurie pasiekia didžiausią visuomenės ir rinkėjų auditoriją.



6 pav. Populiariausi autoriai tarp LŽP paminėjimų žiniasklaidoje

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis žiniasklaidos stebėjimo programa „Station.lt“.



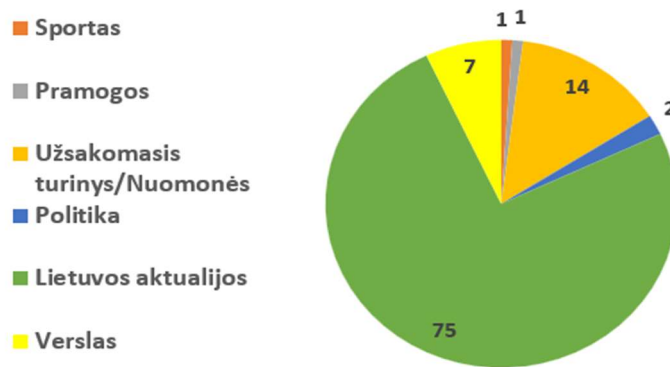
7 pav. Populiariausi autoriai tarp TS-LKD paminėjimų žiniasklaidoje

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis žiniasklaidos stebėjimo programa „Station.lt“.

3.3. Kokybinė naujienų pranešimų analizė

Tolimesnei straipsnių kokybinei analizei buvo pasitelkta programinė įranga „MAXQDA“ bei jos teikiamos turinio analizės funkcijos. Straipsniai, pritaikius pakopinės atrankos metodą, buvo atrinkti tolygiai apie kiekvieną partiją (50 straipsnių, priskiriamų komunikacijai apie LŽP, ir 50 straipsnių, priskiriamų komunikacijai apie TS-LKD partiją).

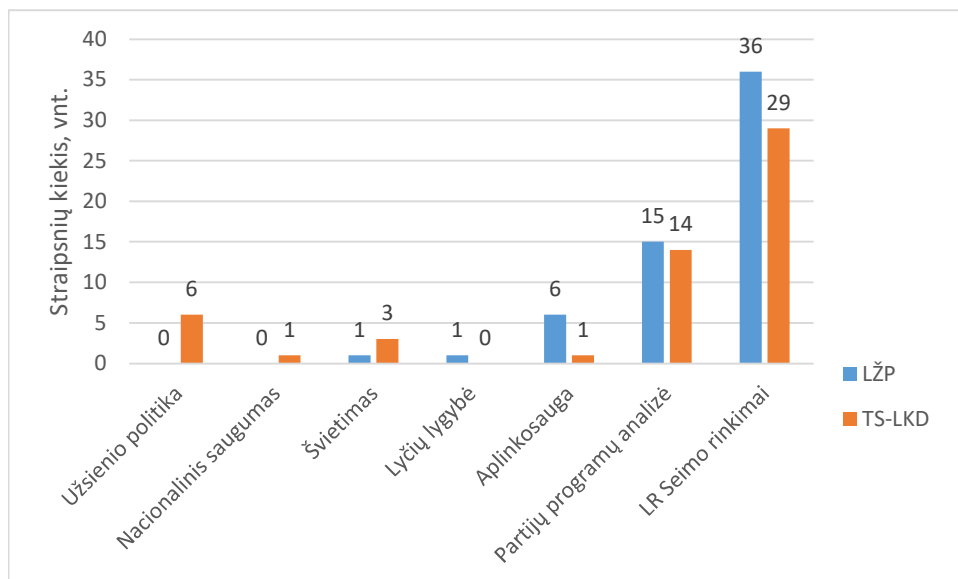
Visų pirma, buvo nustatyta, kokiuose naujienų rėmuose buvo paskelbti analizuoti žiniasklaidos pranešimai. Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus, galima matyti, kad didžiausią kiekį (75 straipsnių) visų analizuotų žiniasklaidos pranešimų sudarė straipsniai, priskirti skilčiai „Lietuvos aktualijos“ naujienų dienraščiuose (8 pav.). 14 straipsnių buvo priskirti užsakomojo turinio skiltyse, kurios skirtinguose internetinės žiniasklaidos puslapiuose vadinosi „Nuomonės“, „Ringas“, „Žmonės kalba“ ir t.t. Šių straipsnių autoriai dažniausiai buvo patys partijų politikai arba politologai, analizuojantys tam tikras rinkimų temas arba aktualijas, išreiškiantys savo požiūrį ir nuomones įvairiais rinkėjui aktualiais klausimais. Mažiausias kiekis straipsnių buvo paskelbti naujienų rėmuose ir internetinių portalų skiltyse susijusiose su sportu (1 straipsnis) ir pramogomis (1 straipsnis). Paminėtina tai, kad tik 2 straipsniai buvo priskirti politikos naujienų rėmams, nors didžioji dalis kokybinės analizės straipsnių buvo tiesiogiai susiję su artėjančiais LR Seimo rinkimais. Tai leidžia daryti prielaidą, kad naujienų portalai didžiąją dalį straipsnių talpina skiltyje „Lietuvos aktualijos“, dažnai neskirstydami naujienų į tikslesnius rėmus. Siekiant paaiškinti tokį Lietuvos internetinės žiniasklaidos kūrėjų sprendimą, reikėtų gilesnių internetinių dienraščių ir skirtingos tematikos straipsnių tyrimų, tačiau kaip nurodo Šumino (2019) atlikti politinės agitacijos tyrimai žiniasklaidoje, politinės komunikacijos temos ir komunikacija apie politikus ar jų atstovaujamas partijas įprastai dažnai „pasiklysta“ bendrame naujienų sraute ir yra mažiau pastebima. Toks internetinės žiniasklaidos naujienų rėmų apibrėžimas gali prisidėti prie politinės agitacijos ir komunikacijos mažo matomumo bendrame naujienų sraute.



8 pav. Analizuotų straipsnių naujienų rėmai

Šaltinis: sudaryta autorės.

Siekiant suprasti tikrąjį straipsnių turinį, neužtenka analizuoti tik kokiuose naujienų rėmuose jie buvo paskelbti arba kokį pavadinimą turi kiekvienas straipsnis, ypač atsižvelgiant į rezultatus, nurodančius, kad naujienų rėmai, kuriuose žiniasklaidos priemonės talpina straipsnį, nebūtinai atspindi tikrąją straipsnio temą. Todėl išanalizavus (perskaičius ir užkodavus) kiekvieną straipsnį, jam buvo priskirta pagrindinė straipsnio tema (9 pav.). Visiems straipsniams buvo skirta pagrindinė komunikacijos tema: užsienio politika, nacionalinis saugumas, švietimas, lyčių lygybė, aplinkosauga, partijų programų analizė ir LR Seimo rinkimai. Svarbu pastebėti tai, kad kai kuriems straipsniams buvo priskirtos dvi pagrindinės temos, pavyzdžiui, aplinkosauga ir partijų programų analizė, jeigu straipsnis kalba apie aplinkosaugos problemų sprendimą ateityje, remiantis tuo, ką partijos žada šiuo klausimu nuveikti artimiausių rinkimų politinėse programose. Todėl bendra straipsnių suma 9 paveikslėlyje gali viršyti maksimalų straipsnių skaičių (50 LŽP ir 50 TS-LKD straipsnių), nes vienas straipsnis gali turėti dvi dominuojančias temas.



9 pav. Straipsnių pagrindinės temos

Šaltinis: sudaryta autorės.

Kaip matoma 9 paveikslėlyje, populiariausia analizuotų straipsnių pagrindinė tema, tiek LŽP, tiek TS-LKD partijos komunikacijos atveju, buvo LR Seimo rinkimai (LŽP – 36 straipsniai iš 50, TS-LKD – 29 straipsniai iš 50) ir partijų programų analizė (LŽP – 15 straipsnių, TS-LKD – 14 straipsnių). Matomas skirtumas tarp kitų analizėje rastų straipsnių temų – TS-LKD dažniau nei LŽP komunikavo arba buvo paminėti tokių temų kontekste kaip užsienio politika, nacionalinis saugumas (ypač gausiai šiomis temomis pasireiškė dabartinis užsienio reikalų ministras ir TS-LKD lyderis Gabrielius Landsbergis), švietimas (šia tema daugiausiai kalbėjo po LR Seimo rinkimų švietimo, mokslo ir sporto ministre tapusi TS-LKD narė ir partijos programos rengimo vadovė Jurgita Šiugždinienė).

LŽP šiuo atveju daugiausiai dėmesio komunikacijoje skyrė pasisakyti temomis, susijusiomis su aplinkosauga. Toks ryšys yra gali būti grįstas partijos ilgamete ideologija, nes būtent LŽP buvo partija, kuri 2020 m. LR Seimo rinkimų metu savo rinkiminėje programoje ir politinėje komunikacijoje daugiausiai dėmesio skyrė žaliajai politikai, aplinkosaugai, atsinaujinančiai energijai ir tvarumui. Net ir partijos pagrindinės vizualinės žinutės ir reklama buvo siejama su žaliosios politikos klausimais, o tam kartais pasirinkti ir kontraversiški ar skirtingas rinkėjų nuomones iššaukiantys sprendimai, kurie pasiekė ir internetinę žiniasklaidą bei buvo aptariami naujienu straipsniuose internete. Viena daugiausiai žiniasklaidos ir rinkėjų dėmesio susilaukusių vizualinių LŽP reklamų, pasklidusių internetinėje žiniasklaidoje, socialinėje medijoje ir spaudoje, pavaizduota 10 paveiksle. Ši grafinės politinės komunikacijos priemonė buvo naudojama 2 etapais: iš pradžių buvo paskelbta pirmoji nuotrauka, kurioje vaizduojami žmonės su gyvūnų galvomis, o po kelių savaičių atskleisti „tikrieji“ gyvūnų veidai. Nors taip partija stengėsi atkreipti dėmesį į aplinkosaugos problemas ir tiesioginę gyvūnų bei gamtos apsaugą, internetinėje žiniasklaidoje (dalis tyrime analizuotų internetinės žiniasklaidos straipsnių buvo skirti būtent šios reklamos ir visuomenės reakcijos analizei) žurnalistų apklausti reklamą matę rinkėjai atsiliepė dažniau neigiamai – juos tokia reklama gąsdino, privertė jaustis nejaukiai. Tačiau remiantis pirmajame skyriuje analizuota teorija, galima teigti, kad tokia reklama, sukėlus šurmulį tarp rinkėjų, galėjo paskatinti atkreipti dėmesį į partiją ir įsigilinti į reklamos idėją bei politinės komunikacijos turinį, skleidžiamą pačios partijos viešojoje žiniasklaidoje ir socialinėse medijose, o tai galėjo prisidėti prie didesnio partijos žinomumo. Tačiau, norint daryti prielaidą, ar tokia vizualinė komunikacija prisidėjo prie partijos populiarumo ar jam kaip tik pakenkė, reikia platesnių tikslinės rinkėjų auditorijos tyrimų.



10 pav. LŽP reklama naudota 2020 m. LR Seimo rinkimų agitacijos laikotarpiu (nuotr. LŽP)

Šaltinis: Lietuvos žaliųjų partija (LŽP).

Atsižvelgiant į duomenis, pavaizduotus 8 ir 9 paveikslėliuose, svarbu paminėti, kad pagrindinė daugumos straipsnių tema buvo būtent LR Seimo rinkimai arba partijų programų analizė, tačiau naujienų rėmų analizė parodė, kad didžiausia dalis straipsnių buvo patalpinti internetinių žiniasklaidos puslapių skiltyje „Lietuvos naujienos“, o skiltyje „Politika“ vos keli straipsniai. Tai leidžia daryti dar tvirtesnę prielaidą, kad paviršutinė naujienų rėmų analizė gali neatskleisti pagrindinės straipsnio ar naujienų pranešimo temos, o žiniasklaidos šaltiniai didžiąją dalį naujienų talpina bendrojo srauto skiltyje.

Kitas svarbus veiksnys, kuris buvo tiriamas šiame darbe, siekiant išanalizuoti komunikaciją apie LŽP ir TS-LKD partijas Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu, yra diskurso veikėjų pasiskirstymas. Remiantis Jančevskaite ir Telešiene (2013), diskurso veikėjai veikia ne tik reikšdami savo nuomonę, bet ir formuodami viešąjį supratimą apie objektą. Todėl šiam tyrimui, ypač siekiant vėlesniuose tyrimo etapuose susieti komunikacijos charakteristikas su galutiniais LR Seimo rinkimų rezultatais, ne mažiau svarbu identifikuoti, kas buvo diskurso veikėjai (kalbėtojai) žiniasklaidos analizuojamuose straipsniuose, o tolimesniuose tyrimuose atsižvelgti ir į tai, kaip jie veikė, remiantis gilesne turinio ir teksto analize.

6 lentelė. Diskurso veikėjų pasiskirstymas analizuotuose straipsniuose

| | Straipsniai susiję su LŽP, n | Straipsniai susiję su TS-LKD, n | Viso, n |
|---------------------------|------------------------------|---------------------------------|-----------|
| Rinkėjai | 4 | 1 | 5 |
| Valstybinės organizacijos | 4 | 7 | 11 |
| NVO atstovai | 5 | 5 | 10 |
| Verslo atstovai | 3 | 0 | 3 |
| Politologai | 6 | 9 | 15 |
| LŽP atstovai | 15 | 0 | 15 |
| TS-LKD atstovai | 3 | 29 | 32 |
| R. Lapinskas | 12 | 0 | 12 |
| I. Budraitė | 2 | 0 | 2 |
| I. Šimonytė | 0 | 10 | 10 |
| G. Landsbergis | 0 | 8 | 8 |
| Politikai (visų partijų) | 21 | 31 | 52 |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Svarbu atsižvelgti ir į duomenis, analizuojančius diskurso veikėjų pasiskirstymą straipsniuose (6 lentelė). Nustatyta, kad daugiau nei pusėje straipsnių (52 straipsniai) kaip diskurso veikėjai veikė tam tikri politikai (nebūtinai susiję su tyrime analizuojamomis partijomis, priklausantys ir kitoms politinėms partijoms ar susivienijimams). Atsižvelgiant į LŽP ir TS-LKD partijų atstovų veikimą žiniasklaidoje, matome, kad visgi dažniau diskurso veikėjais buvo TS-LKD partijos atstovai (32 straipsniai) nei LŽP atstovai (15 straipsnių). Taip pat svarbu paminėti, kad LŽP atstovai veikė tik tuose straipsniuose, kurie iš „Station“ platformos buvo atrinkti, kaip susiję su LŽP, o TS-LKD atstovai kaip diskurso veikėjai dalyvavo žiniasklaidos naujienų pranešimuose, susijusiuose ne tik tiesiogiai su TS-LKD, bet buvo minimi ir tuose straipsniuose, kurie priskiriami LŽP straipsnių grupei. Remiantis šiuo pastebėjimu, galima daryti prielaidą, kad komunikacija apie LŽP žiniasklaidoje iš dalies persidengia su komunikacija apie TS-LKD, nes dalyje tyrimo analizuotų straipsnių, kuriuose

kaip diskurso veikėjai veikia abiejų partijų atstovai (ten, kur minima LŽP, dažnai minimos ir kitos partijos, skirtingai nei TS-LKD atveju, kuomet straipsniuose minima tik TS-LKD partija arba tik su ja susijusi tema).

Analizuojant atskirus šių partijų lyderius ir politikus kaip diskurso veikėjus žiniasklaidoje, matoma, kad dažniausiai pasisakė tuometinis LŽP pirmininkas Remigijus Lapinskas (12 straipsnių), kiek mažiau – TS-LKD atstovai Ingrida Šimonytė (10 straipsnių) ir Gabrielius Landsbergis (8 straipsniai). Įdomu tai, kad TS-LKD partijos pirmininkas 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu buvo G. Landsbergis, tačiau šiek tiek dažniau žiniasklaidoje pasisakė ir kalbinama buvo I. Šimonytė, nors šis skirtumas nėra statistiškai reikšmingas. Visgi, dažnesnis Ingridos Šimonytės matomumas gali būti siejamas su faktu, kad 2020 m. LR Seimo rinkimams paskelbtas TS-LKD partijos kandidatų sąrašas nurodė, kad pirmuoju numeriu partija iškėlė Ingridą Šimonytę, o partijos oficialus pirmininkas Gabrielius Landsbergis sąrašė pažymėtas antruoju numeriu. Pati partija ar jai vadovaujantys atstovai, tyrime analizuotuose straipsniuose, kaip diskurso veikėjai atskleidė, kad I. Šimonytė yra partijos kandidatė tapti Ministrė Pirmininke rinkimų laimėjimo atveju. Toks strateginis politinis žingsnis ir komunikacija visuomenei leido suprasti, kad partijos ryški lyderė yra Ingrida Šimonytė, o ne oficialus partijos pirmininkas G. Landsbergis, todėl žiniasklaida įvairiais klausimais kalbino būtent šią politikę.

Taip pat svarbu atsižvelgti ne tik į tai, kokių dažnumu partijos lyderiai (G. Landsbergis, I. Šimonytė, R. Lapinskas ir I. Budraitė) veikė kaip diskurso veikėjai, tačiau ir kiek jie buvo minimi analizuotų straipsnių tekstuose, nebūtinai kaip diskurso veikėjai (į analizę įtraukti lyderių pasisakymai ir paminėjimai, kai komunikuojama apie lyderius kitų diskurso veikėjų, įvertinant ir skirtingų linksnių žodžių formas). Pavaizduoti rezultatai (7 lentelė), rodo, kad dažniausiai iš visų lyderių buvo minima I. Šimonytė (paminėta 56 analizuotuose straipsniuose). Tai leidžia sustiprinti prielaidą apie dažnesnę I. Šimonytės komunikaciją Lietuvos žiniasklaidoje lyginant su TS-LKD pirmininku G. Landsbergiu, kuris buvo paminėtas 42 analizuotuose straipsnių tekstuose (14 straipsnių mažiau nei I. Šimonytė). Taip pat dažnu minėjimu žiniasklaidoje pasižymėjo ir LŽP pirmininkas R. Lapinskas (43 straipsniai), o I. Budraitė iš visų lyderių buvo minima rečiausiai (6 straipsniai, visi tik straipsnių apie LŽP grupėje).

7 lentelė. Partijų lyderių paminėjimai žiniasklaidoje

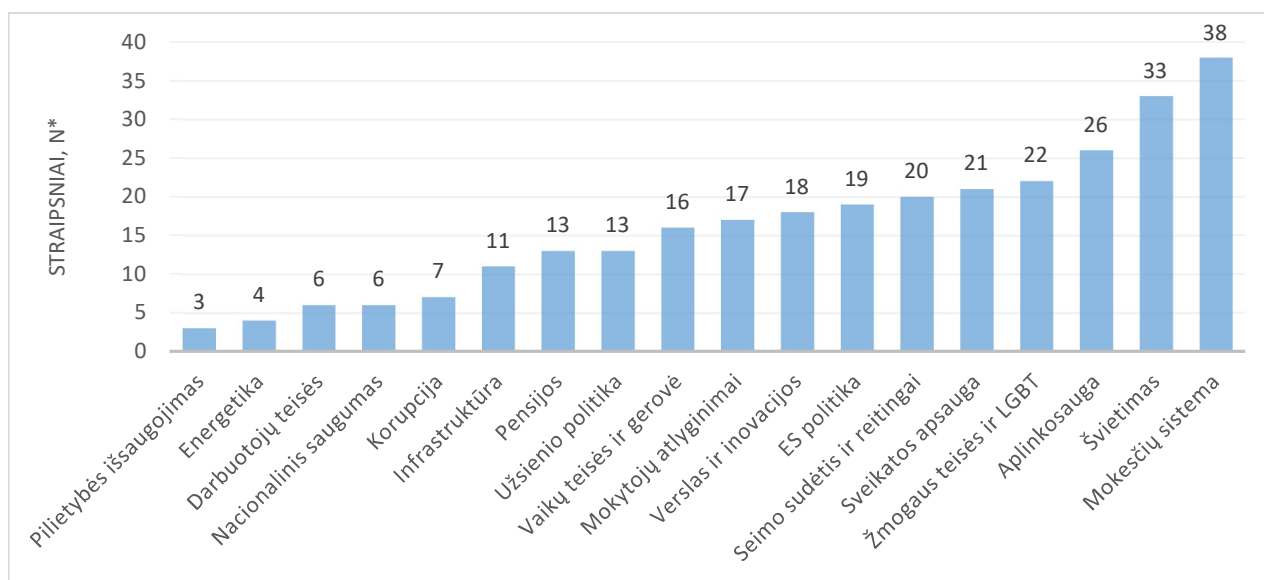
| | Landsbergis | Šimonytė | Lapinskas | Budraitė |
|----------------------------|-------------|----------|-----------|----------|
| Straipsniai apie LŽP, n | 8 | 13 | 42 | 6 |
| Straipsniai apie TS-LKD, n | 34 | 43 | 1 | 0 |
| Viso, n | 42 | 56 | 43 | 6 |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Remiantis atlikta diskurso veikėjų analize (6 lentelė), apie 15 tyrime analizuotų straipsnių kaip diskurso veikėjai veikė politologai, o 10 straipsnių – valstybinių organizacijų atstovai, tarp kurių dažniausi – Vyriausiosios rinkimų komisijos (VRK) nariai, vadovai, atstovai, pasisakantys apie LR Seimo rinkimų organizavimą, procesus, su rinkimais susijusius skandalus ar pradėtus tyrimus. Vieni rečiausiai pasisakančių ar kalbintų žiniasklaidoje diskurso veikėjų buvo patys rinkėjai, pavyzdžiui, žmonės kalbėję debatų renginiuose ir uždavę klausimus ar žurnalistų kalbinti praeiviai įvairiomis politinėmis aktualijomis. Šie rezultatai rodo, kad priešrinkiminiu laikotarpiu žiniasklaidoje dažniausiai kaip diskurso veikėjai veikia patys politikai ir kandidatuojančių partijų atstovai, o kiek rečiau pasireiškia ir rinkėjai, verslo atstovai ar nevyriausybinių organizacijų atstovai. Tai leidžia

daryti prielaidą jau literatūroje analizuotai sąsajai tarp politikų ir žiniasklaidos, teigiančią, kad politikai gali daryti didelę įtaką žiniasklaidai ir pasitelkti ją kaip aktyvų politinės komunikacijos įrankį, o pati žiniasklaida veikia kaip politinės informacijos šaltinis visuomenei, siekiant pažinti kandidatus rinkimuose arba sužinoti jų politines nuostatas (Stier ir kt., 2020; Norris, 2000; Piolatto ir Schuett, 2015; Nesbitt-Larking, 2010).

Taip pat labai svarbu išanalizuoti ir suprasti, kokiomis temomis buvo komunikuojama žiniasklaidoje priešrinkiminiu laikotarpiu. Kaip matoma 11 paveiksle, kuris vaizduoja tyrime analizuotuose straipsniuose (n=100) gausiausiai minimas temas, daugiausiai prieš rinkimus žiniasklaidoje buvo aptariamoms problemoms, susijusios su mokesčių sistema (38 straipsniai), švietimu (33 straipsniai) ir aplinkosauga (26 straipsniai). Matomas aplinkosaugos temos populiarumas gali būti siejamas su pasirinktos analizuoti partijos ideologija ir programa. Kaip analizuota 3.1.1. skyriuje, Lietuvos žaliųjų partija skiria didelį dėmesį aplinkosaugai, žaliajai ekonomikai ir tvarumui, todėl dažnai tyrimo straipsniuose rasta aplinkosaugos tematika gali būti paaiškinama partijos siejimu viešojoje erdvėje ir visuomenėje su tam tikra aktualia problematika ar pagrindine ideologija. Mažiausiai dėmesio susilaukusios temos žiniasklaidoje analizuotu laikotarpiu buvo pilietybės išsaugojimas (3 straipsniai) ir energetika (4 straipsniai). Taip pat svarbu pabrėžti tai, kad penktadalis (20 straipsnių) visų straipsnių buvo sutelktų ne į tam tikrų politinių problemų sprendimus ar diskusijas, kurios remtųsi į partijų rinkimines programas, o į pačius Seimo rinkimus: partijų ir jų lyderių reitingus ir populiarumą, vienmandačių apylinkių kandidatų apžvalgas, galimą Seimo sudėtį, prognozuojamą partijų sėkmę ir kitas panašias rinkimų temas. Įdomu ir tai, kad proporcingai didelė dalis (22 straipsniai.) visų straipsnių buvo minimos žmogaus teisės ir LGBT visuomenės grupės problemos. Šia tema 2020 m. LR Seimo rinkimų metu buvo diskutuojama dažniau nei bet kada, o tam didelę įtaką padarė Laisvės partijos griežtos programinės nuostatos, dažnai keliančios diskusijas politikų ir rinkėjų tarpe bei vis augantis judėjimo už žmogaus teises aktyvumas (Ramonaitė, 2021).



11 pav. Komunikacijos tematikas pasiskirstymas straipsniuose

Šaltinis: sudaryta autorės.

Analizuojant komunikacijos tematikas apie LŽP ir TS-LKD atskirai, matoma, kad LŽP daugiausiai minima mokesčių sistemos (36 proc. visų su LŽP siejamų straipsnių) ir aplinkosaugos (34 proc.) kontekste (8 lentelė). Lyginant vieną aktualiausių temų LŽP pagal partijos ideologiją – aplinkosaugą – su TS-LKD gautais rezultatais ta pačia tematika, matoma, kad LŽP šios temos kontekste buvo minima beveik du kartus dažniau nei TS-LKD. Tačiau ir TS-LKD partijos kontekste ši tema buvo minima pakankamai dažnai, lyginant su kitomis temomis, todėl negalima daryti prielaidos, kad žaliosios politikos klausimai yra aktualūs tik žaliųjų partijoms. Ypač svarbu pabrėžti tai, kad TS-LKD, taip pat kaip ir LŽP, partijos rinkimų programoje išskėlė veiklos prioritetą, susijusį su aplinkosauga (žr. 3.1.2. skyrių, „*neatsakinga ir aplinkai žalinga veikla*“). Ryškus mokesčių sistemos tematikos populiarumas priešrinkiminėje komunikacijoje matomas ir su TS-LKD siejamų naujienų pranešimų atveju (40 proc.), tad galima daryti prielaidą, kad mokesčių sistemos problemos ir pokyčiai buvo dažniausiai diskutuojama ir daugiausiai rinkėjams bei žiniasklaidai rūpinti tema 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu. Dažniausiai šia tema buvo diskutuojama apie įvairius mokesčių mažinimus tam tikroms socialinėms grupėms arba visiems Lietuvos gyventojams, mokesčių mažinimą svarbiausių prekių krepšeliui ar būtiniausioms kasdienėms prekėms, taip pat diskutuotinos įvairios nekilnojamo turto mokesčių reformos. Pasak Sirtautienės ir Petraitienės (2019) toks mokesčių ir ekonominių lengvatų temų populiarumas buvo aktualus ir ankstesnių rinkimų metu (2016 m. LR Seimo rinkimų atvejis). Todėl galima teigti, kad su mokesčių sistema susijusios politinės problemos yra nuolat aktuali tema rinkėjams ir politikams.

Visgi, TS-LKD ypatingai išsiskyrė švietimo temos komunikacijoje aktualumu. Šia tema partija žiniasklaidoje daug komunikavo apie TS-LKD dabar jau pradėtą įgyvendinti projektą „Tūkstantmečio mokyklos“, kurio viena pagrindinių iniciatorių buvo partijos narė, po rinkimų tapusi Švietimo, mokslo ir sporto ministre, Jurgita Šiugždinienė. Ši politikė dažnai pasisakydavo kaip partijos rinkimų programos rengimo grupės atstovė, todėl dažnai žiniasklaidoje komunikavo apie palankiausią ir aktualiausią sritį – švietimo problemas ir jų sprendimų būdus. Švietimo temos kontekste TS-LKD buvo minima dvigubai dažniau nei LŽP – beveik puse analizuotų Lietuvos žiniasklaidos straipsnių, kuriuose minima TS-LKD partija, buvo susiję su švietimo tema, o LŽP atveju – tik penktadalis. Paminėtina tai, kad abi partijos rinkimų programose nurodė veiklos prioritetus, susijusius su švietimo sistemos pokyčiais, tačiau apie tai komunikavo skirtingai.

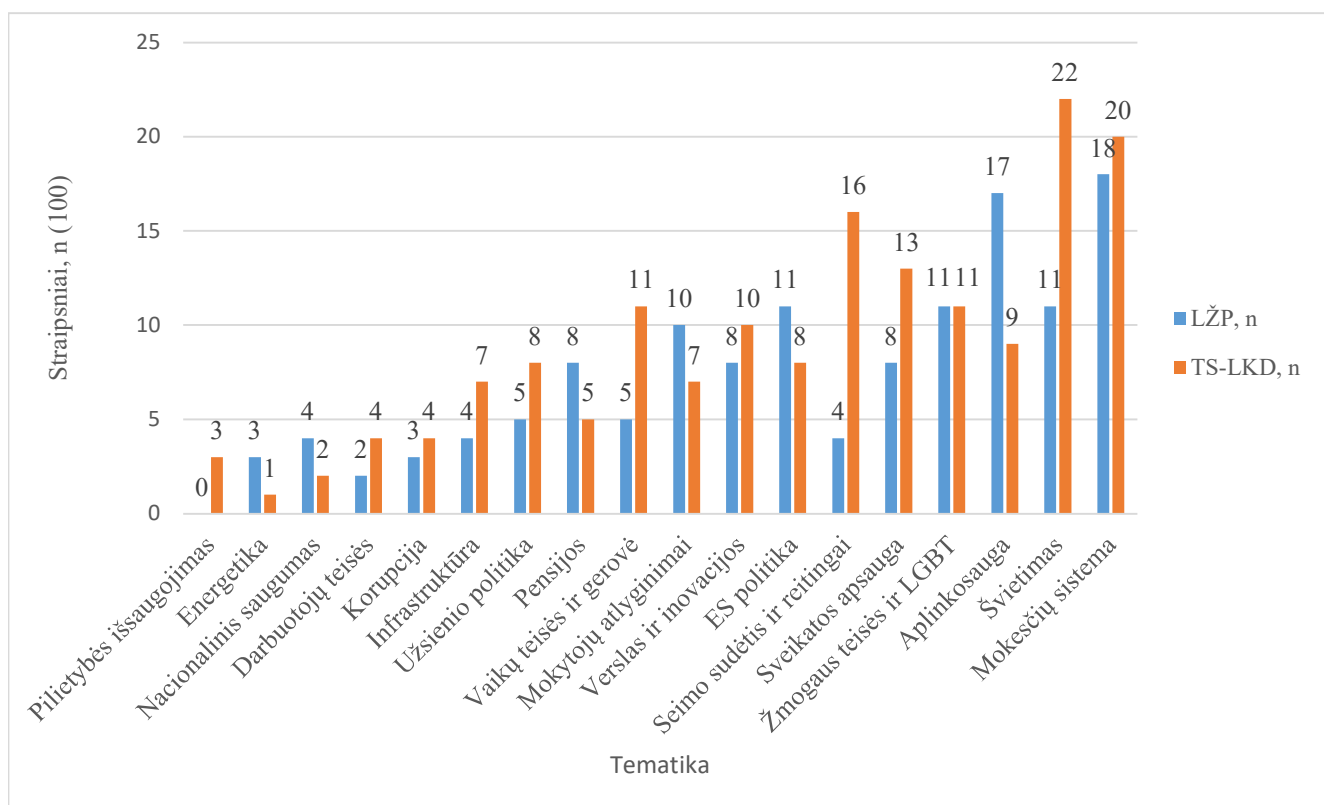
8 lentelė. Komunikacijos tematika straipsniuose apie LŽP ir TS-LKD

| | LŽP, n (%) | TS-LKD, n (%) |
|----------------------------|------------|---------------|
| Švietimas | 11 (22%) | 22 (44%) |
| Aplinkosauga | 17 (34%) | 9 (18%) |
| Mokesčių sistema | 18 (36%) | 20 (40%) |
| Mokytojų atlyginimai | 10 (20%) | 7 (14%) |
| Verslas ir inovacijos | 8 (16%) | 10 (20%) |
| Užsienio politika | 5 (10%) | 8 (16%) |
| Korupcija | 3 (6%) | 4 (8%) |
| Energetika | 3 (6%) | 1 (2%) |
| Pensijos | 8 (16%) | 5 (10%) |
| Vaikų teisės ir gerovė | 5 (10%) | 11 (22%) |
| Sveikatos apsauga | 8 (16%) | 13 (26%) |
| Žmogaus teisės ir LGBT | 11 (22%) | 11 (22%) |
| Pilietybės išsaugojimas | 0 | 3 (6%) |
| Nacionalinis saugumas | 4 (8%) | 2 (4%) |
| ES politika | 11 (22%) | 8 (16%) |
| Darbuotojų teisės | 2 (4%) | 4 (8%) |
| Infrastruktūra | 4 (8%) | 7 (14%) |
| Seimo sudėtis ir reitingai | 4 (8%) | 16 (32%) |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Analizuojant tematikų pasiskirstymą tarp straipsnių, priskiriamų komunikacijai apie LŽP ir TS-LKD, matomas ryškus skirtumas ir galimos LR Seimo sudėties ir reitingų tematikoje. Šios temos kontekste LŽP buvo minima tik 4 dokumentuose, o TS-LKD – net 16. Šiuose straipsniuose TS-LKD dažniausiai buvo įvardinama kaip rinkimų lydere, ryškų rinkėjų palaikymą turinti opozicija tuometinei valdžiai, galinti laimėti daugiausia mandatų Seime. LŽP retai minima straipsniuose, kurie kalba apie galimą LR Seimo sudėtį ir žiniasklaidoje nebuvo vertinama kaip reali kandidatė laimėti didelį kiekį mandatų ar sudaryti valdančiąją koaliciją. Atvejais, kuomet partija minima Seimo sudėties ir reitingų tematikoje, dažniausiai žiniasklaida pabrėžia žemus partijos reitingus ar atkreipia dėmesį į partijos nepopuliarumą lyginant su kitomis partijomis.

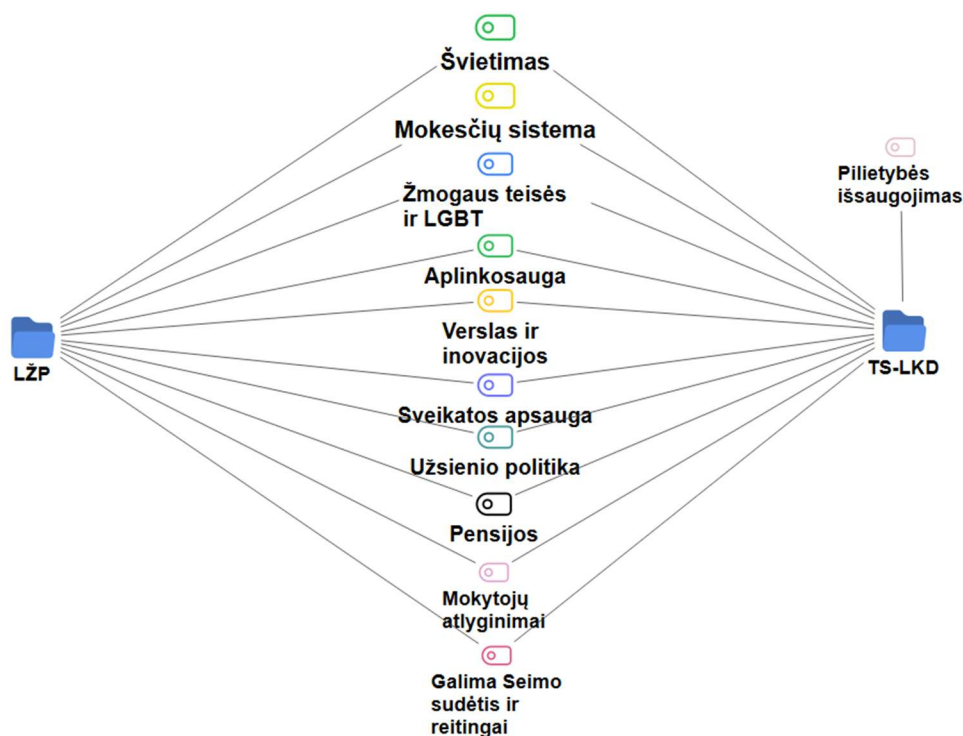
Kaip matoma 12 paveiksle, žmogaus teisės ir LGBT bendruomenės problemos buvo vienodai komunikuojamos greta abiejų partijų (rasta po 11 straipsnių šia tema kiekvienos partijos grupėje). TS-LKD taip pat dažniau buvo minima straipsniuose, kurie buvo susiję su darbuotojų teisėmis, korupcija, infrastruktūra, užsienio politika, vaikų teisėmis ir gerove, verslu ir inovacijomis. LŽP dažniau minima straipsniuose, pasižyminčiuose energetikos, nacionalinio saugumo, pensijų, mokytojų atlyginimų ir ES politikos temomis.



12 pav. Komunikacijos tematikos pasiskirstymas straipsniuose apie LŽP ir TS-LKD

Šaltinis: sudaryta autorės.

Apskritai, TS-LKD partija buvo minima 18-os skirtingų temų kontekste, o LŽP – 17 (ši partija nebuvo minima naujienų pranešimuose, kurie analizavo pilietybės išsaugojimo klausimą) (13 pav.). Tai leidžia daryti prielaidą, kad beveik visos populiariausios politinės komunikacijos temos 2020 m. LR Seimo rinkimų metu buvo aktualios abejoms partijoms, išskyrus pilietybės išsaugojimo klausimą.



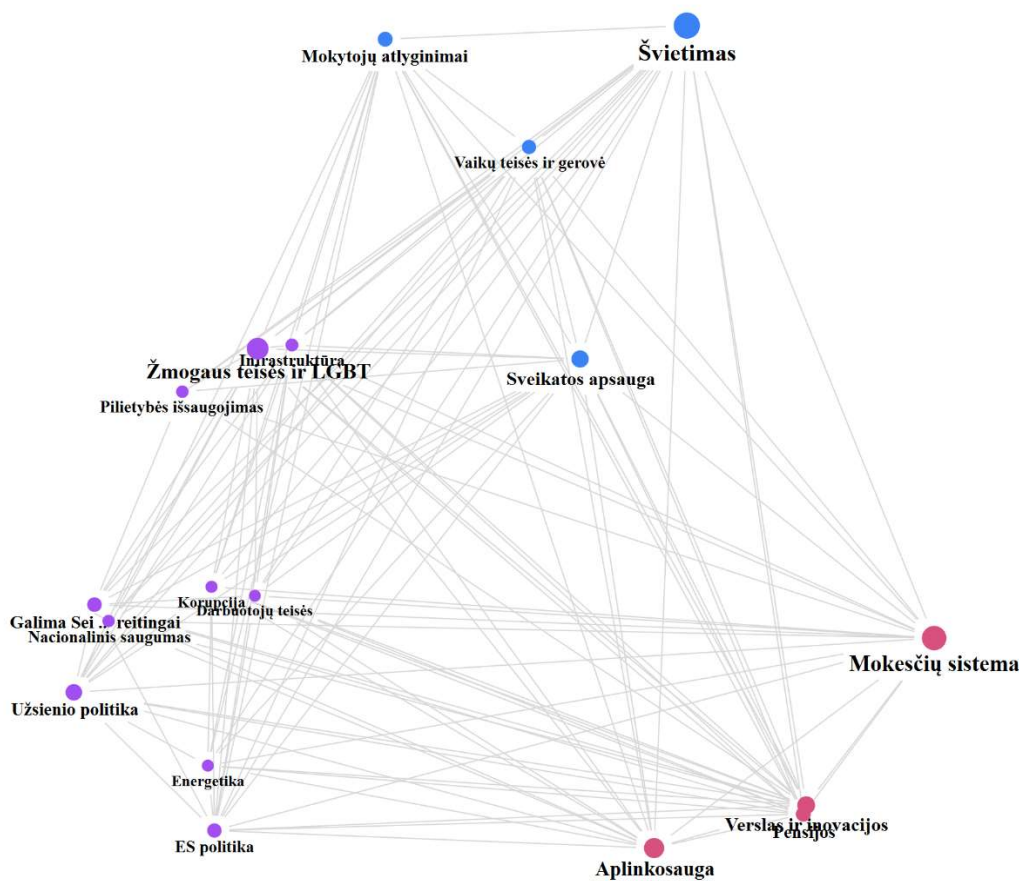
13 pav. Analizuotų dokumentų ir komunikacijos tematikos ryšys

Šaltinis: sudaryta autorės.

Analizuojant tematiką žyminčių kodų tarpusavio ryšį, matoma, kad kodai sudaro 3 ryšių grupes (14 pav.). Kiekviena kodų grupė nurodo tyrimo metu sukurtus kodus, kuriais užkoduoti naujienu pranešimų teksto segmentai patenka į tą patį straipsnį (tame pačiame straipsnyje komunikuojama keliomis temomis). Pirmoji kodų ryšių grupė sudaryta iš švietimo, mokytojų atlyginimų, vaikų teisių ir sveikatos apsaugos tematiką žyminčių kodų. Tai reiškia, kad apie šias temas analizuotuose straipsniuose dažnai kalbama greta viena kitos: Lietuvos žiniasklaidoje analizuojant ar diskutuojant apie švietimo gerinimą (švietimo tema matoma kaip šios kodų ryšio grupės pagrindinė tema), dažnai įvardinama vaikų gerovė ir mokytojų profesijos įvaizdis. Sveikatos apsauga bendrai yra dažnai įvardijama kaip prioritetas tų partijų, kurios prioritezuoja ir švietimo nacionalines problemas bei jų sprendimą. Net ir analizuojamos politinės partijų rinkimų programos parodo, kad švietimo ir sveikatos sistemos iššūkiai arba tikslai kartais aprašomi kartu. Kita ryški kodų ryšio grupė apima mokesčių sistemą, verslą ir inovacijas, pensijas ir aplinkosaugą. Pagrindinė šios grupės tema yra mokesčių sistema, o kartu su ja analizuotuose Lietuvos žiniasklaidos straipsniuose minimas ir pensijų didinimas (tema turi tiesioginį teisinį ryšį su nacionaline mokesčių sistema), verslas ir inovacijos (dažnai politikai žada finansinę paramą verslui ir inovacijoms arba, atvirkščiai, kalba apie valstybės biudžeto didėjimą didinant mokesčius verslui) bei aplinkosauga. Aplinkosauga šioje kodų grupėje atsiranda dėl dažno gamtos saugojimo didinant taršos ar automobilių mokesčius, skiriant mokesčių lengvatas elektromobilių savininkams – taip tiesiogiai sprendžiant aplinkosaugos problemas, iš dalies pasitelkiant mokesčių sistemos pokyčius. Visos kitos likusios temos sudaro trečiąją kodų ryšių grupę, kurioje galima išvystyti kelių kodų artimesnį ryšį, pavyzdžiui, energetikos ir ES politikos. Šios dvi temos dažnai minimos greta, nes politikai, komunikaujantys debatuose ar rinkiminių programų

pristatymuose pabrėžia, kad energetikos problemos turi būti sprendžiamos remiantis ES politinėmis nuostatomis ir įsipareigojimais, į kuriuos atsižvelgti Lietuvai, kaip ES narei, privaloma.

Nors apie kai kurias rinkimų metu aktualias temas yra komunikuojama greta tų pačių naujienų pranešimų tekstuose ar net pastraipose, jos gali neturėti loginio tarpusavio ryšio (pavyzdžiui, LGBT temos ir infrastruktūra, verslas ir pensijos), tačiau kitų aktualiausių temų ir koduotų segmentų tarpusavio ryšys ir pasikartojamumas leidžia daryti prielaidą, kad įvairios rinkimų metu aktualios temos, pavyzdžiui, mokesčių sistema ir aplinkosauga, yra glaudžiai susijusios ir turi tarpusavio sąsajas, o kartais tiesiogiai priklauso viena nuo kitos arba viena tema daro įtaką kitai temai.

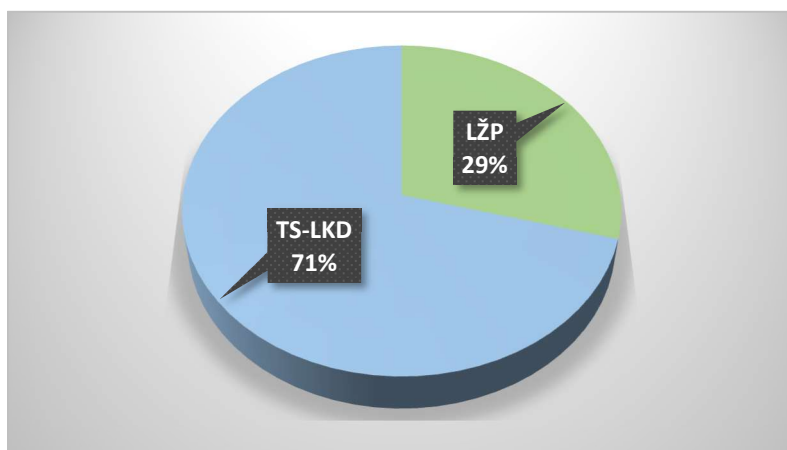


14 pav. Komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje temų ryšys

Šaltinis: sudaryta autorės.

Taip pat, vienas aktualiausių komunikacijos žiniasklaidoje bruožų, siekiant išanalizuoti komunikaciją apie partijas Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu yra partijų paminėjimai žiniasklaidoje. Vertinant abiejų partijų analizuotus paminėjimus Lietuvos žiniasklaidos pranešimuose – TS-LKD paminėjimai apėmė 71 proc. visų žiniasklaidoje randamų paminėjimų, o LŽP – tik 29 proc. (15 pav.). Atliekant tyrimą buvo užfiksuoti 235 dokumentų (straipsnių) segmentai, kuriuose minima TS-LKD partija, o segmentų, kuriuose minima LŽP, buvo tik 97. Remiantis šiais rezultatais galima daryti prielaidą, kad TS-LKD buvo ženkliai populiarsnė partija žiniasklaidoje ir apie TS-LKD internetiniuose naujienų portaluose priešrinkiminiu laikotarpiu buvo komunikuojama dažniau. Tai nulėmė galėjo kelios priežastys, analizuotos 1.3. ir 1.4. teorinės dalies skyriuose. Visų pirma, TS-LKD yra didesnė partija, lyginant su LŽP, bei analizuojamų 2020 m. LR Seimo rinkimų metu jau veikė kaip parlamentinė partija, turinti ne mažą populiarumą kaip stipri opozicija LR Seime.

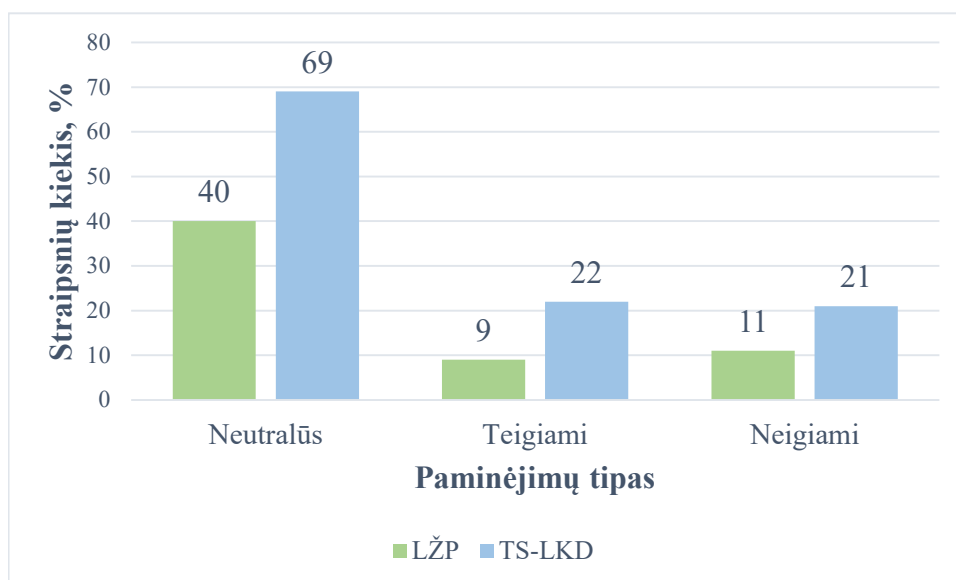
Būtent dėl šios priežasties, anot Hopmano (2012), didesnei ir populiaresniai partijai žiniasklaida skiria daugiau dėmesio. Taip pat, tokiam dideliame kiekiui paminėjimų įtaką galėjo daryti ir teorinėje dalyje analizuota konfliktinė komunikacija (Linkevičiūtė, 2020; Van Dijk, 2005). TS-LKD 2020 m. LR Seimo rinkimuose dalyvavo kaip veikianti opozicija, kuri taip pat buvo laikoma viena iš 2020 m. LR Seimo rinkimų lyderių, todėl partija dažnai buvo minima teigiamai, kai diskurso veikėjai buvo TS-LKD partijos atstovai arba rinkėjai (kurie įprastai prieš rinkimus teigiamai palaiko opoziciją, jeigu jaučia nepasitenkinimą tuo metu veikiančia valdančiąja dauguma), o kai diskurso veikėjai buvo pagrindiniai politiniai konkurentai (LVŽS) arba kiti politikai – neigiamai. Toks viešas politinis konfliktas tarp tuo metu veikiančių valdančiųjų (LVŽS) LR Seime ir opozicijos (TS-LKD) leido TS-LKD partijai būti labiau matomai ir dažniau minimai žiniasklaidoje.



15 pav. Partijų paminėjimų santykis

Šaltinis: sudaryta autorės.

Viena svarbiausių tyrimo kokybinės analizės užduočių buvo nustatyti, kaip Lietuvos žiniasklaidoje komunikuojama apie analizuojamas partijas. Šiam uždaviniui pasiekti atrinktuose tyrimo straipsniuose buvo koduojami segmentai, žymintys emocinį paminėjimų svorį – neutralų, neigiamą arba teigiamą. Rezultatai nurodo, kad abi partijos dažniausiai buvo minimos neutraliai (LŽP – 40 proc. visų tyrimo straipsnių, o TS-LKD – 69 proc. visų tyrimo straipsnių). Matoma, kad TS-LKD buvo minima 1,7 karto dažniau neutraliu tonu nei LŽP (16 pav.). Tokie neutralūs paminėjimai apėmė žiniasklaidoje informatyviu pagrindu minimas visas 2020 m. LR Seimo rinkimuose dalyvaujančias partijas, supažindinimu su praėjusiuose debatuose dalyvavusiomis partijomis, paskelbtais partijų sąrašais, jų lyderiais ar galimais LR Seimo pirmininkais, partijai laimėjus rinkimus (9 lentelė). Taip pat 9 lentelėje galima matyti ir jau minėtos konfliktinės komunikacijos pavyzdį, vykdomą TS-LKD priešrinkiminėje komunikacijoje (*“Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD) ėmėsi reklamos kampanijos, kurioje žmonės skatina negadinti biuletenio, nes kitaip valdančiaisiais vėl taps Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga (LVŽS)”* (TV3.lt, 2020.10.08)), kuri atspindi tiesiogiai į rinkimų varžovus (LVŽS) nukreiptą kritiką, tačiau objektyviai vertinant pačios TS-LKD partijos atžvilgiu nėra nei teigiamas, nei neigiamas paminėjimas. Remiantis šiais analizės rezultatais, galima daryti prielaidą, kad žurnalistai viešojoje žiniasklaidoje dažniau veikia rašydami informaciniu aprašomuoju stiliumi, siekdami informuoti skaitytoją, tačiau nesuteikdami komunikacijai emocinio svorio.



16 pav. Partijų paminėjimų pasiskirstymas pagal tipus

Šaltinis: sudaryta autorės.

9 lentelė. Partijų neutralių paminėjimų pavyzdžiai

| LŽP neutralūs paminėjimai | TS-LKD partijos neutralūs paminėjimai |
|---|--|
| „Lietuvos žaliųjų partija premjero kėdę, jei pavyktų laimėti rinkimuose, atiduotų savo pirmininkui ir kandidatui į Seimą Remigijui Lapinskiui“ (TV3.lt, 2020.10.03) | „Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai į premjerus ketina deleguoti Seimo rinkimuose dalyvaujančią Ingridą Šimonytę.“ (TV3.lt, 2020.10.03) |
| „Lietuvos žaliųjų partijos rinkimų sąrašė 131 kandidatas, tarp kurių 56 vienmandatininkai.“ (15min.lt, 2020.07.25) | „Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD) ėmėsi reklamos kampanijos, kurioje žmones skatina negadinti biuletenio, nes kitaip valdančiaisais vėl taps Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga (LVŽS)“ (TV3.lt, 2020.10.08) |
| „...vienmandatėje apygardoje į kovą stos Lietuvos žaliųjų partijos kandidatas Algirdas Butkevičius.“ (TV3.lt, 2020.10.04) | „Pirmadienį viešą poziciją šiuo klausimu išsakė ir Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai, tokį draudimą jie palaikys.“ (15min.lt, 2020.09.29) |
| „Lietuvos žaliųjų partiją į Seimo rinkimus ves jos pirmininkas Remigijus Lapinskas“ (Delfi.lt, 2020.07.25) | „TS-LKD savo rinkimų programą pavadino „TS-LKD planas Lietuvai““ (LRT.lt, 2020.09.29) |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Rezultatai, nurodantys partijų teigiamus ir neigiamus paminėjimus atskleidė, kad abi partijos buvo beveik tiek pat kartų minimos neigiamai ir teigiamai – nei viena partija nebuvo statistiškai labiau žiniasklaidoje vaizduojama neigiamai ar teigiamai. TS-LKD partija abejais atvejais buvo minima dažniau nei LŽP. Teigiamų paminėjimų atveju TS-LKD partija paminėta beveik 2,5 karto dažniau nei LŽP, o neigiamų – beveik 2 kartus dažniau (16 pav.). Analizuojant teigiamus partijų paminėjimus (10 lentelė), dažniausiai partijos giriamos dėl savo rinkimų programų turinio ir politinių pažiūrų. LŽP dažniausiai teigiamai minima aplinkosaugos temų kontekste, o TS-LKD partija – praėjusių rinkimų arba reitingų kontekste. Didelė dalis straipsnių analizuodama partijų sąrašus teigiamai minėjo TS-

LKD dėl vieno didžiausio išsilavinusių partijos sąrašo narių kiekio. Taip pat matoma, kad TS-LKD apibūdinama tokiais žodžiais kaip „viena iš didžiųjų“, „bene labiausiai pasiruošusi“, „labiausiai išsilavinusi“, kurie leidžia išvelgti partijos pranašumą skirtingose srityse kitų partijų atžvilgiu. LŽP dažnai minima teigiamai kartu su kitomis partijomis („geriausiai buvo įvertintos ... (kitos partijos) ir Lietuvos žaliųjų partija“ (15min.lt, 2020.09.30)), rečiau išskiriant ją iš kitų partijų kaip vienintelę ir unikalią.

10 lentelė. Partijų teigiamų paminėjimų pavyzdžiai

| LŽP teigiami paminėjimai | TS-LKD partijos teigiami paminėjimai |
|--|---|
| „Pagal aplinkosauginį nusiteikimą geriausiai buvo įvertintos ... ir Lietuvos žaliųjų partijos“ (15min.lt, 2020.09.30) | „Štai, pavyzdžiui, gana aiškia kryptį bei numatomą veiksmų planą turi viena iš didžiųjų Lietuvos partijų – Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai.“ (15min., 2020.09.22) |
| „Kol kas tik ir Lietuvos žaliųjų partija atsilauko prieš platų frontą jėgų, stumiančių Lietuvą į pavojingą regresio kelią.“ (LRT.lt, 2020.10.04) | „Tėvynės Sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai ir Laisvės partija bene labiausiai pasiruošusios vystyti žiedinę ekonomiką“ (15min.lt, 2020.09.24) |
| „Pats į Seimą nekandiduosiu, tačiau prisidėsiu prie tikrųjų žaliųjų partijos ir imsiuosi veikti, kad valdžią pasiektų tikrai sąmoningų ir susirūpinusių piliečių idėjos“ (Jurgis Didžiulis apie LŽP, TV3.lt, 2020.06.19) | „Labiausiai išsilavinę – trijų lyderių – valstiečių, konservatorių ir socdemų – atstovai.“ (TV3.lt, 2020.09.11) |
| „Vienintelė iš visų partijų Lietuvos žaliųjų partija kalba apie naują vietinio finansavimo šaltinį – gyventojų žaliųjų investicijų fondą“ (15min.lt, 2020.09.24) | „Konservatorių atstovė Šimonytė patinka liberalių pažiūrų rinkėjams“ (Delfi.lt, 2020.07.16) |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Galiausiai, vertinant neigiamus partijų paminėjimus Lietuvos žiniasklaidoje, matomi skirtumai tarp partijų (11 lentelė). Visų pirma, LŽP dažniausiai kritikuojama dėl mažo populiarumo ir prastų reitingų, nesėkmės praėjusiuose rinkimuose, tokią kritiką Lietuvos žiniasklaidoje gauna ir kitos mažesnės neparlamentinės partijos. Taip pat partija, skirtingai nei TS-LKD (šioje srityje TS-LKD yra minima teigiamai ir giriamą žiniasklaidoje), LŽP yra sukritikuojama kaip mažiausiai išsilavinusių žmonių turinti partija – tai rinkėjui gali sukelti įtarimą, kad LŽP partijos gretose neturi sričių specialistų, kompetentingų politikų, kurie galės tinkamai vykdyti parlamentinę veiklą. LŽP taip pat kritikuojama dėl rinkimų programos turinio ir jo neapibrėžtumo. Politologai teigia, kad partija turi idėjų įvairiose srityse, tačiau partijai trūksta nuoseklaus plano ir vizijos (11 lentelė). Svarbu paminėti, kad tik LŽP atveju buvo rasta neigiamų paminėjimų, kurie Lietuvos žiniasklaidoje išsakyti pačių partijos atstovu, o šiame tyrime analizuotos Lietuvos žiniasklaidos – paties partijos pirmininko R. Lapinsko. Partijos pirmininkas pripažindamas, kad partija „nebuvo nei ryški, nei favoritė“ viename iš internetinės žiniasklaidos interviu, galėjo sukelti nepasitikėjimą arba silpnos partijos įvaizdį rinkėjui.

11 lentelė. Partijų neigiamų paminėjimų pavyzdžiai

| LŽP neigiami paminėjimai | TS-LKD partijos neigiami paminėjimai |
|---|---|
| „Apibendrinant galima teigti, kad partija turi idėjų, kaip paskatinti inovacijas ir technologinę plėtrą, tačiau bendros vizijos ir nuoseklaus plano nėra.“ (15min.lt, 2020.09.22) | „...kitas garliaviškis pusbalsiu pratarė konservatorius esant „žulikai“.“ (Kaunas.kasvyksta.lt, 2020.10.08) |
| „Trys partijos pasirinko lengvesnį tiesioginio kopijavimo į programos turinį kelią, t.y. Lietuvos žaliųjų partija,...“ (15min.lt, 2020.09.24) | „Norintiems paanalizuoti patyčias, užtektų pasižiūrėti TS-LKD narių pasisakymus Seimo salėje. O plakatėliai tai apgailėtini, galėjęt kolegų konservatoriai ir labiau pasistengt“, – (A. Veryga (LVŽS) apie TS-LKD reklamos turinį, Tv3.lt, 2020.10.08) |
| „Visgi LŽP kol kas populiarumu ir didesniais pasiekimais politikoje pasigirti negali, todėl ir Vyriausybės vykdytų reformų „perkratyti“, ko gero, galimybės neturės.“ (Lrytas.lt, 2020.08.10) | „Pasak J. Novagrockienės, konservatoriai turi ne kokią koalicijų formavimo patirtį, partija yra nelinkusi dalintis portfeliais ir apskritai tartis.“ (Delfi.lt, 2020.09.28) |
| „Aš pripažįstu, kad mes esame ta partija, kuri nebuvo nei ryški, nei favoritė...“ (R. Lapinskas, Lrytas.lt, 2020.08.10) | „Konservatoriams laikas pripažinti: kad ir kas vyks su liberalų partijomis, jų rinkėjai urmu neperbėgs pas TS-LKD“ (Delfi.lt, 2020.07.02) |
| „Mažiausiai turinčiųjų aukštojo mokslo diplomus – Centro partijos – tautininkų, „Drąsos kelio“ ir Lietuvos žaliųjų partijų gretose.“ (15min.lt, 2020.09.11) | „Konservatorių padėtis yra paradoksali. TS-LKD yra ir populiariausia ir nepopuliariausia partija, turi ir prisiekusiųjų rėmėjų ir užkietėjusių oponentų, pastarųjų, ko gero, daugiau“ (Delfi.lt, 2020.08.31) |

Šaltinis: sudaryta autorės.

TS-LKD neigiami paminėjimai buvo dažniau siejami su jau minėta konfliktine komunikacija tarp oponentų (Linkevičiūtė, 2020; Van Dijk, 2005) bei partinės tapatybės tarp rinkėjų konstanta, kuri TS-LKD atveju teigia, kad egzistuoja ne tik partiją nuolat palaikantys lojalūs rinkėjai, tačiau ir partijos nemėgstantys ir visuomet balsuojantys „prieš“ (Thomassen, 2015. Johnston, 2006, Campbell et al., 1960; Jastramskis, 2018). Konfliktinės komunikacijos atveju TS-LKD partija yra kritikuojama savo pagrindinių politinių oponentų – LVŽS atstovų (A. Veryga, A. Širinskienė). Rinkimų varžovai dažniausiai partiją kritikavo dėl darbo etikos nesilaikymo LR Seimo posėdžių metu, patyčių kultūros skatinimo, pašaipios politinės reklamos. Partinė tapatybė dažnai minima teorijoje, analizuojant konservatorių politinę jėgą, nes ypač Lietuvoje ši politinė jėga turi lojaliausius rinkėjus, lygiai taip pat kaip ir grupę rinkėjų, kurie niekada už šią politinę jėgą nebalsuoti. Tokios partinės tapatybės teorijos konstantos užuomazgas galima rasti ir analizuotų straipsnių analizėje bei TS-LKD neigiamų paminėjimų atveju. Dalis žurnalistų kalbintų rinkėjų (skirtingų rajonų ir apylinkių gyventojų) pasisakė neigiamai apie TS-LKD, naudodami grubius ir žeminančius žodžius, simbolizuojančius neapykantą (pvz. „žulikai“, Kaunas.kasvyksta.lt, 2020.10.08). Taip pat apie partinę tapatybę žiniasklaidoje užsiminė ir politologai, nurodydami, kad „TS-LKD yra ir populiariausia ir nepopuliariausia partija, kuri turi ir prisiekusiųjų rėmėjų ir užkietėjusių oponentų“ (Delfi.lt, 2020.08.31) (11 lentelė).

Taip pat svarbu atsižvelgti į tai, kaip neutralūs, neigiami ir teigiami paminėjimai pasiskirstė pagal straipsnius, priskiriamus komunikacijai apie LŽP ir TS-LKD atskirai (12 lentelė). Matoma, kad LŽP beveik visada buvo minima tik tuose straipsniuose, kurie atrankos ir analizės metu buvo priskirti straipsniams, kuriuose komunikuojama apie LŽP arba paties LŽP atstovų. Neutralus LŽP paminėjimas buvo rastas tik viename naujienų pranešime, kuris priskiriamas TS-LKD komunikacijai. Tačiau TS-LKD partijos atveju, matoma, kad partija labai dažnai buvo minima įvairaus emocinio

svorio paminėjimais ne tik straipsniuose, priskiriamuose komunikacijai apie TS-LKD, bet ir straipsniuose, priskiriamuose komunikacijai apie LŽP. Analizė parodė, kad didžiausia dalis tokių paminėjimų buvo neutralių. Net 24 dokumentuose (beveik puse), kurie atlikus straipsnių atranką ir analizę, buvo priskirti straipsnių, komunikuojančių apie LŽP, grupei, TS-LKD buvo minima neutraliai. Taip pat svarbu atkreipti dėmesį, kad teigiamų paminėjimų LŽP turėjo tik 9 straipsniuose (visi jie priskiriami straipsnių grupei, komunikuojančiai apie LŽP), tačiau TS-LKD teigiamai paminėta 22 straipsniuose, iš kurių 10 straipsnių tyrimo metu priskiriami kaip komunikuojantys apie LŽP. Šie rezultatai atskleidžia, kad TS-LKD buvo minima įvairaus emocinio svorio paminėjimais ne tik straipsniuose, kurie kalba apie TS-LKD, tačiau ir tuose naujienų pranešimuose, kurie analizuoja kitas (arba bendrai visas) partijas.

12 lentelė. Partijų paminėjimų pasiskirstymas žiniasklaidos straipsniuose

| | | Straipsniai apie LŽP, n | Straipsniai apie TS-LKD, n |
|--------------------|-----------|-------------------------|----------------------------|
| LŽP paminėjimai | Neutralūs | 39 | 1 |
| | Neigiami | 11 | 0 |
| | Teigiami | 9 | 0 |
| TS-LKD paminėjimai | Neutralūs | 24 | 45 |
| | Neigiami | 7 | 14 |
| | Teigiami | 10 | 12 |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Apibendrinant partijų paminėjimus Lietuvos žiniasklaidoje analizuotu 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu, galima matyti, kad TS-LKD partija buvo minima žiniasklaidoje dažniau (neutraliai, teigiamai ir neigiamai) nei LŽP. Matoma, kad TS-LKD buvo dažnai minima net ir tuose straipsniuose, kurie programinių įrankių pagalba ir atsitiktinės atrankos būdu buvo priskirti straipsniams, kuriuose komunikuojama apie LŽP. Partijų neutralūs ir teigiami paminėjimai žiniasklaidoje turėjo panašumą, tačiau neigiamų paminėjimų kontekstas išties skyrėsi. TS-LKD neigiamus paminėjimus galima sieti su konfliktine komunikacija tarp pagrindinių rinkimų oponentų bei partinės tapatybės teorija, o LŽP neigiami paminėjimai dažnai siejasi su partijos nesėkme praeities rinkimuose ir politinėje veikloje bei unikalia paties partijos lyderio neigiama komunikacija.

Išanalizavus bendruosius partijų paminėjimus ir jų emocinį svorį bei teigiant, kad TS-LKD partija buvo dažniau minima analizuotuose naujienų pranešimuose du kartus daugiau, svarbu sugrįžti ir atsižvelgti į partijų lyderių paminėjimus (7 lentelė), kur rezultatai rodo, kad lyginant abiejų partijų lyderius (TS-LKD partijos lyderį G. Landsbergį ir LŽP lyderį R. Lapinską), LŽP partijos pirmininkas yra minimas neženkliai dažniau už TS-LKD partijos pirmininką. Todėl galima daryti išvadą, kad komunikacija apie partijos pirmininkus Lietuvos žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu yra panaši, tačiau vertinant visos partijos bendrus paminėjimus, daugiau nei du kartus dažniau yra minima TS-LKD partija. Tokį rezultatą galėtų paaiškinti mokslinė literatūra paremti ir jau analizuoti argumentai – TS-LKD partijos dydis (partija yra daug didesnė už LŽP žmogiškaisiais ir kitais resursais), populiarumas ir sėkmė ankstesniuose rinkimuose (TS-LKD veikia kaip parlamentinė partija, o LŽP – tik savivaldybės lygmenyje) – kurie leidžia partijai būti dažniau matoma ir kelti žiniasklaidos susidomėjimą.

3.4. Komunikacijos žiniasklaidoje analizės ir rinkimų programų analizės sąsajos

Išanalizavus komunikaciją apie LŽP ir TS-LKD partijas žiniasklaidoje (3.2. ir 3.3. skyriai) bei nustatčius pagrindinius partijų rinkimų prioritetus ir tikslus remiantis partijų rinkimų programomis (3.1. skyrius), svarbu nustatyti, ar komunikacija žiniasklaidoje siejasi ir atspindi partijų politinius siekius. Šis tyrimas siekė sugretinti komunikaciją žiniasklaidoje ir partijų išskeltus pagrindinius tikslus, kurie aprašomi VRK pateiktuose partijų politinių programų tekstuose.

LŽP atveju partija buvo iškėlus 5 prioritetus (žr. 3.1.1. skyrių), kurie buvo aprašomi tikslais, skirtais prioritetinėms veikloms įgyvendinti. TS-LKD rinkimų programa buvo unikali, nes skirtingai nei kitos rinkimuose dalyvaujančios partijos, tekste išskyrė ne prioritetines veiklos sritis ir tikslus, o iššūkius, su kuriais sieks kovoti rinkimų laimėjimo atveju bei kokius svarbiausius darbus šioje srityje nuveiks partijos atstovai. Remiantis LŽP rinkimų programoje iškeltais tikslais bei TS-LKD rinkimų programoje nurodytais svarbiausiais darbais buvo nustatyta, kurie 3.3. skyriuje analizuoti tematikos kodai ir jais pažymėta komunikacija žiniasklaidoje gali būti priskiriama politinių partijų rinkimų programose nustatytiems pagrindiniams politinės veiklos prioritetams bei apskaičiuoti, ar šių prioritetų tematika buvo komunikuojama žiniasklaidoje. Partijos dažniausiai savo rinkimų programose nenurodo, ar vienas veiklos prioritetas ar tikslas yra svarbesnis už kitus, todėl visi partijų rinkimų programose išskirti prioritetai ir iššūkiai yra pateikti 13 lentelėje tuo pačiu eiliškumu, kaip ir rinkimų programų tekste.

Atlikta analizė rodo, kad LŽP priešrinkiminės komunikacijos procese skyrė dėmesį visiems rinkimų programoje nurodytiems prioritetams (13 lentelė). Daugiausiai komunikacijos buvo skirta tikslams, susijusiems su ekonomika (46 proc. visų straipsnių apie partiją) ir aplinkosauga (34 proc. visų straipsnių apie partiją), o mažiausiai – sveikatos priežiūrai ir apsaugai (16 proc. visų straipsnių apie partiją). TS-LKD partijos atveju rezultatai skiriasi, nes pats pirmas partijos rinkimų programos prioritetas – šlubuojanti demokratija ir viešasis valdymas – nebuvo paminėtas nei viename tyrimo analizuotame naujienų pranešime. Partija šį prioritetą savo rinkimų programoje siejo su lėtesne ir kokybiškesne teisėkūra, prestižo dirbti Valstybei gražinimu bei viešųjų paslaugų skaitmenizavimu, tačiau analizuotuose žiniasklaidos naujienų pranešimuose šiomis temomis nebuvo rasta nei vieno pasisakymo ar paminėjimo. Kiti TS-LKD partijos rinkimų programoje išskelti veiklos prioritetai žiniasklaidos komunikacijoje atsispindėjo. Daugiausiai komunikacijos žiniasklaidoje priskiriama galimybių nelygybės ir skirtingų starto pozicijų vaikams (švietime) temai (48 proc. visų straipsnių apie partiją) bei augančio nedarbo ir gilėjančios socialinės atskirties temai (34 proc. visų straipsnių apie partiją).

13 lentelė. Partijų prioritetų rinkimų programose atsispindėjimas komunikacijoje žiniasklaidoje

| LŽP | | TS-LKD | |
|---|--------------------------------|---|--------------------------------|
| <u>Programoje iškelti veiklos prioritetai</u> | <u>Komunikacijos kiekis, %</u> | <u>Programoje iškelti iššūkiai - prioritetai</u> | <u>Komunikacijos kiekis, %</u> |
| Gerovės ekonomika ir socialinis teisingumas | 46% | Šlubuojanti demokratija ir viešasis valdymas | 0% |
| Atsinaujinanti energetika ir stipri aplinkosauga | 34% | Galimybių nelygybė ir skirtingos storo pozicijos vaikams (švietime) | 48% |
| Visiems prieinamos sveikatos priežiūros paslaugos | 16% | Nesubalansuota sveikatos apsauga | 26% |
| Kokybiška švietimo sistema | 28% | Išsikovęšs ekonominis modelis | 20% |
| Tolerancija ir pagarba | 24% | Augantis nedarbas, gilėjanti socialinė atskirtis | 34% |
| | | Grėsmės valstybingumui | 22% |
| | | Neatsakinga ir aplinkai žalinga veikla | 18% |
| Komunikacija kitomis temomis | 30% | Komunikacija kitomis temomis | 50% |
| Vidurkis | 30% | Vidurkis | 24% |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Taip pat įvertinus kokia komunikacijos dalis žiniasklaidoje kiekvienos partijos atveju teko toms temoms, kurios nebuvo paminėtos partijų rinkimų programose kaip prioritetinės veiklos sritys, galima matyti, kad TS-LKD skyrė didesnę dalį komunikacijos arba buvo minima kaip partija greta tų temų žiniasklaidoje, kurios nebuvo paminėtos partijos rinkimų programoje (50 proc. visų straipsnių, tyrime priskirtų komunikacijai apie TS-LKD partiją). LŽP atveju tokia komunikacijos dalis sudarė 30 proc. visų straipsnių, priskiriamų komunikacijai apie partiją.

Apibendrinant partijų rinkimų programose iškeltų prioritetų ir komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje ryšio analizę, galima teigti, kad LŽP vertinant šį rodiklį buvo efektyvesnė nei TS-LKD. LŽP atveju analizuojant priešrinkiminę žiniasklaidos komunikaciją buvo rasta naujienų pranešimų apie visus partijos iškeltus veiklos prioritetus. TS-LKD atveju pirmojo prioriteto komunikacija nebuvo rasta nei viename naujienų pranešime, kitus prioritetus atskleidžiant nevienodai. Nors partijų prioritetų rinkimų programose ryšys su komunikacija žiniasklaidoje rodo, kad LŽP šiuo rodikliu buvo efektyvesnė ir tikslingesnė, galutiniai 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatai atskleidžia ir leidžia daryti prielaidą, kad tai nebuvo svarbus įtaką darantis veiksnys rinkėjo pasirinkimui.

Žvelgiant į visų tyrimo rezultatų visumą, galima matyti, kad TS-LKD buvo labiau matoma ir dažniau minima žiniasklaidoje 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu. Nei viena iš analizuotų partijų nebuvo vaizduojama labiau teigiamai ar neigiamai, o daugiausiai buvo minima neutraliai, tačiau vertinant visus skirtingo emocinio svorio paminėjimus, TS-LKD buvo minima dažniau visais atvejais. Tačiau atsižvelgiant į partijų rinkimų programų turinio ir komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje ryšio analizę, galima matyti, kad LŽP tikslingiau ir efektyviau atskleidė rinkimų programos nuostatas pasitelkdama komunikaciją žiniasklaidoje.

Diskusija

Analizuojant tyrimo rezultatus matomi skirtingi komunikacijos charakteristikų rezultatai tarp partijų. Nors LŽP kaip partija buvo minima žiniasklaidoje priešrinkiminiu laikotarpiu rečiau nei TS-LKD, abiejų partijų paminėjimų dinamikos augimo laikotarpius sąlygoja tos pačios aplinkybės – partijos sąrašo rinkimuose paskelbimas arba programos patvirtinimas bei pristatymas, VRK skelbiami duomenys apie visų partijų kandidatus ir kt. Tai leidžia daryti prielaidą, kad TS-LKD, rinkimuose dalyvaujanti kaip didesnė ir daugiau resursų turinti parlamentinė partija, kuri tuo metu LR Seime matoma kaip opozicija valdantiejiems, pritraukia daugiau žiniasklaidos dėmesio atlikdama tuos pačius rinkiminiuosius veiksmus ir procesus kaip kitos, mažesnės ar neparlamentinės, partijos. Taip pat aktualu paminėti, kad tyrimo rezultatai parodė internetinės žiniasklaidos polinkį su rinkimais susijusias naujienas talpinti naujienų rėmuose, pažymėtuose „Lietuvos aktualijos“ arba „Lietuvos naujienos“, o tai gali sąlygoti politinių arba su rinkimais susijusių aktualių rinkėjui naujienų „pasimetimą“ bendrame internetinės žiniasklaidos naujienų sraute (Šuminas, 2019).

Analizuojant kitus kokybinius komunikacijos rodiklius, pastebėta, kad komunikacija apie abi partijas dalinai persidengia – TS-LKD lyderiai minimi straipsniuose, kurie priskiriami ne tik komunikacijai apie TS-LKD, bet ir apie LŽP. Todėl pastebima, kad LŽP 2020 m. LR Seimo priešrinkiminiu laikotarpiu daugiau buvo minima tuose straipsniuose, kurie kalbėjo ir apie kitas partijas, skirtingai nei TS-LKD partija.

Populiariausios priešrinkiminės komunikacijos temos apėmė mokesčių, švietimo ir aplinkosaugos sistemų pokyčių temas (visos šios temos buvo paminėtos abiejų partijų rinkimų programų prioritetų sąrašė). Tačiau temų pasiskirstymas kiekvienos partijos komunikacijos kontekste skyrėsi – daugiausiai LŽP komunikacijos sudarė temas apie mokesčių sistemą, aplinkosaugą, žmogaus teises bei švietimą, o TS-LKD atveju dominavo švietimo, mokesčių sistemos ir sveikatos apsaugos temos. Aplinkosaugos tema LŽP partijos kontekste gali būti paaiškinama partijos ideologija ir lyderiais, kurie dalyvauja įvairiuose žaliosios politikos judėjimuose. TS-LKD atveju populiarumu komunikacijos tematikoje išsiskyrusį švietimą galima paaiškinti vienos iš partijų lyderių ir rinkimų programos rengimo vadovės Jurgitos Šiugždinienės dažna komunikacija apie švietimą ir dabar jau vykdomą TS-LKD projektą „Tūkstantmečio mokykla“.

Tyrimas atskleidė ir partijų prioritetų rinkimų programose ryšį su komunikacija apie partijas žiniasklaidoje. Šie rezultatai parodė, kad LŽP efektyviau rinkiminės komunikacijos metu atskleidė rinkimų programoje iškeltus žadamos veiklos prioritetus nei TS-LKD. Tačiau įvertinant galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus, kurių metu TS-LKD laimėjo 50 mandatų LR Seime (iš jų 23 daugiamandatėje apygardoje), o LŽP laimėjo tik 1 mandatą (vienmandatėje Vilkaviškio apylinkėje), galima teigti, kad ši efektyvesnė keliamų politinių tikslų ir prioritetų komunikacija žiniasklaidoje nebuvo reikšminga rinkimų metu. Taip pat LŽP mažesnę sėkmę rinkimuose galima sieti ir su anksčiau minėta mažesne komunikacijos sklaida ir mažesniu matomumu žiniasklaidoje. Remiantis literatūra, tam galėjo daryti įtaką partijos dydis, nepopuliarumas ar nesėkmė praėjusiuose rinkimuose (tai buvo pabrėžiama ir analizuotų naujienų pranešimų tekstuose). Tačiau svarbu atkreipti dėmesį ir į kitus 1.3. skyriuje analizuotus literatūroje randamus rinkėjų elgseną lemiančius veiksnius, ypač ideologines nuostatas ir partinės tapatybės apraiškas, kurios yra ypač aktualios TS-LKD partijos atveju.

Šis tyrimas nesiekė iširti 1.1. skyriuje nurodytų politinės komunikacijos teorijų, tokių kaip įrėminimo teorijos (*angl. framing theory*) arba darbotvarkės nustatymo teorijos (*angl. agenda setting theory*),

taikymo žiniasklaidoje, tačiau rėmėsi šių teorijų pagrindais siekiant suvokti ir išanalizuoti tyrimo rezultatus. Remiantis darbotvarkės nustatymo teorija, galima daryti prielaidą, kad žiniasklaida, dažniau komunikuodama apie TS-LKD partiją kaip parlamentinę, konfliktuojančią su valdančiaisiais (LVŽS) bei vieną didžiausių partijų Lietuvoje, dar labiau sustiprina ir sureikšmina jos svarbą bei galią politiniame kontekste. LŽP dažnai vaizduojama žiniasklaidoje kaip siauros ideologinės nišos partija žiniasklaidos daugiausiai minima tuose straipsniuose, kuriuose kalbama apie aplinkosaugą ar gyvūnų gerovę, žaliąją politiką ar atsinaujinančius energetikos išteklius. Šių temų straipsniuose LŽP lyderiai ar atstovai dažnai kalbinami kaip ekspertai, jų klausiami politinių patarimų šiais klausimais, tačiau kitų temų kontekste LŽP atstovai minimi rečiau. Visą šį partijų įvaizdį, kaip ir teigiama mokslinės literatūros autorių, gali sudaryti žiniasklaida ir jos formuojama komunikacija (Farkas ir Bene, 2021; Walgrave ir kt., 2009).

Visgi, svarbu įvertinti tyrimo ribotumą ir reikalingą tęstinumą. Norint nustatyti, kodėl viena partija rinkimuose pasirodė sėkmingiau už kitą, nepakanka analizuoti tik komunikacijos žiniasklaidoje. Visų pirma, šiais laikais, didelė dalis politinės komunikacijos persikėlė ir į socialinius tinklus (Cervi, Tejedor ir Ikokwu, 2022), todėl siekiant suprasti ir iširti bendruosius politinės komunikacijos procesus priešrinkiminiu laikotarpiu, tolimesniems tyrimams reikėtų pasitelkti ir socialines medijas bei socialinių medijų platformose vykstančią komunikaciją. Remiantis Šuminu (2022), atlikti tyrimai rodo, kad tų pačių partijų atstovai socialinių medijų profiliuose talpino kitokią komunikaciją, nei buvo randama žiniasklaidoje. Pavyzdžiui, TS-LKD atveju, dažniausiai pasitaikanti komunikacija socialiniuose tinkluose buvo susijusi su užsienio politika (aktyvi G. Landsbergio komunikacija užsienio politikos klausimais iki 2020 m. LR Seimo rinkimų), tačiau šiame tyrime analizuotoje žiniasklaidoje ši tema TS-LKD partijos kontekste buvo tik aštunta pagal populiarumą. LŽP atveju daugiausiai komunikacijos socialiniuose tinkluose buvo susijusi su aplinkosaugos temomis – šis socialinės medijos komunikacijos analizės rezultatas iš dalies sutampa su šio žiniasklaidos tyrimo duomenimis. Tačiau, matant skirtingą komunikacijos dinamiką, temų pasiskirstymą ir kitų komunikacijos charakteristikų skirtumus tarp socialinių medijų ir internetinės žiniasklaidos bei siekiant nuosekliau iširti priešrinkiminę politinę komunikaciją, svarbu analizuoti šių dviejų kanalų visumą ir tarpusavio ryšį.

Taip pat siekiant patikimesnių tyrimo rezultatų, tyrimą reikėtų pakartotinai atlikti pasitelkiant ne tik platesnį politinės komunikacijos įrankių kiekį (pvz. socialines medijas), bet ir didesnę tiriamų internetinės žiniasklaidos pranešimų skaičių. Atlikto tyrimo laikotarpiu apie abi partijas iš viso buvo paskelbta 4760 straipsnių (550 apie LŽP ir 4210 apie TS-LKD), o tyrimui atlikti panaudota 100 straipsnių (50 apie LŽP ir 50 apie TS-LKD). Todėl labai svarbu suvokti, kad tyrime buvo išanalizuota tik apie 2 procentus visų tyrimo laikotarpiu internetinių naujienų pranešimų. Todėl tyrimo rezultatai gali atspindėti visų žiniasklaidos straipsnių charakteristikas ir rezultatus tik dalinai.

Išvados

1. Analizuojamas politinės komunikacijos ir jos sklaidos žiniasklaidoje teorinis kontekstas atskleidžia, kad greta kitų, rinkėjų elgseną bei apsisprendimą balsuoti lemiančių veiksnių, pavyzdžiui, demografinių ar socialinių, politinės komunikacijos ir jos sklaidos žiniasklaidoje svarba didėja ir politinė komunikacija tampa vis svarbesniu veiksniu lemiant rinkėjų elgsenos bruožus. Nuolat tobulėjant komunikacijos procesams ir atsirandant vis naujiems komunikacijos įrankiams politinė komunikacija šiais laikais gali būti suvokiama ne tik kaip komunikacija, sklindanti iš politinių veikėjų, tačiau ir komunikacija apie juos arba visuomenės narių komunikacija nukreipta į pačius politinius veikėjus. Ši komunikacija gali pasireikšti skirtingomis formomis pasitelkiant įvairius įrankius – vizualinius, rašytinius, verbalinius ir kt. Visuomenėje naudojami skirtingi žiniasklaidos kanalai (pvz. televizija, radijas, spauda) leidžia pasiekti skirtingus politinės komunikacijos tikslus, atskleisti skirtingas komunikacijos charakteristikas, o rinkėjui padeda gauti skirtingą informaciją tam tikrais politiniais klausimais. Internetinė žiniasklaida tapo ne tik politinės informacijos šaltiniu, paplitusiu visuomenėje, tačiau ir įrankiu politinėms nuostatomis ir požiūriui formuoti. Žiniasklaida ir patys politikai gali pasitelkti politinę komunikaciją siekiant sustiprinti tam tikrų politinių temų svarbą visuomenėje ir tarp rinkėjų arba daryti įtaką politinės problemos suvokimui ir viešajam vertinimui pasitelkiant darbotvarkės nustatymo, įrėminimo ar kitas komunikacijos teorijas.
2. Atlikta kiekybinė ir kokybinė internetinės žiniasklaidos naujienų pranešimų analizė atskleidžia, kad LŽP komunikacija žiniasklaidoje buvo matoma ženkliai mažiau ir rečiau nei TS-LKD. Analizės metu nustatyta:
 - Partijų paminėjimų dinamikos augimo priežastys sutapo. Dažniausiai partijų paminėjimų skaičius augo dėl partijų sąrašo rinkimuose paskelbimo, VRK skelbiamų duomenų apie partijų kandidatus, partijai skirto numerio rinkimų sąrašė;
 - Naujienų pranešimų apie LŽP buvo parašyta daugiau nei 8 kartus mažiau lyginant su pranešimais apie TS-LKD partiją;
 - Daugiausiai analizuotų straipsnių buvo paskelbta internetinių žiniasklaidos portalų rėmuose „Lietuvos aktualijos“, nors dažniausiai pagrindinė straipsnio tema buvo LR Seimo rinkimai arba partijų programų analizė;
 - Dažniausi diskurso veikėjai analizuotuose žiniasklaidos straipsniuose buvo TS-LKD partijos atstovai, LŽP atstovai, kiti politikai ir politologai. Rečiausiai kaip diskurso veikėjai veikė rinkėjai ir verslo atstovai;
 - Populiariausios TS-LKD atveju su rinkimais susijusios temos žiniasklaidoje buvo švietimas, mokesčių sistema ir partijų reitingai. LŽP atveju populiariausios temos buvo mokesčių sistema ir aplinkosauga;
 - Nei viena partija žiniasklaidoje nebuvo minima daugiau neigiamai ar teigiamai, tačiau TS-LKD abejais atvejais buvo paminėta du kartus dažniau;
 - LŽP buvo minima tik straipsniuose, kurie analizės metu buvo priskirti komunikacijai apie LŽP, tačiau TS-LKD partija minima ne tik straipsniuose, kurie buvo priskirti komunikacijai apie TS-LKD, bet ir apie LŽP.
3. Atlikta partijų programų turinio ir komunikacijos apie partijas žiniasklaidoje analizė nurodo šių dviejų rodiklių sąsajas ir atskleidžia, kad LŽP efektyviau atskleidė partijos rinkimų programoje išskeltus prioritetus ir tikslus per komunikaciją žiniasklaidoje. Šios partijos analizuotoje komunikacijoje atsiskleidė visos rinkimų programoje nurodytos temos, o gausiausia

komunikacija buvo apie gerovės ekonomiką ir socialinį teisingumą bei atsinaujinančią ekonomiką ir aplinkosaugą. TS-LKD atveju komunikacija buvo mažiau efektyvi siekiant atskleisti partijos rinkimų programos prioritetus. Vieno rinkimų programoje nurodyto prioriteto – šlubuojančios demokratijos ir viešojo valdymo – partija visiškai neatskleidė vertinant visus tyrime analizuotus naujienų pranešimus. Gausiausiai šios partijos atveju buvo komunikuojama apie temas, susijusias su galimybių nelygybe ir skirtingomis starto pozicijomis vaikams švietime bei augančiu nedarbu ir gilėjančia socialine atskirtimi. Taip pat komunikacija žiniasklaidoje apie LŽP kitomis temomis, kurios nebuvo įtrauktos į partijos rinkimų programą kaip prioritetai, siekė mažesnę dalį, nei TS-LKD atveju, todėl tyrime analizuota LŽP partijos komunikacija buvo tikslingiau skirta atskleisti partijos rinkimų programos turinį, nei TS-LKD.

4. Atsižvelgus į galutinius 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultatus, kuriuose TS-LKD pelnė 50 mandatų Seime (iš jų 23 daugiamandatėje apygardoje), o LŽP – 1 mandatą (vienmandatėje Vilkaviškio apygardoje), galima daryti prielaidą, kad TS-LKD sėkmei rinkimuose galėjo daryti įtaką gausi komunikacija žiniasklaidoje, kuri apima didelį paminėjimų skaičių kitų partijų atžvilgiu ir daugiau teigiamą arba neutralų emocinį vaizdavimą žiniasklaidoje. Remiantis teorine analize, tokią gausią komunikaciją galėjo nulemti partijos veikimas LR Seime rinkimų metu ir opozicijos vaidmens užėmimas politiniame kontekste. Nors LŽP partija pasižymėjo efektyvesne ir tikslingesne komunikacija žiniasklaidoje, siekiant atskleisti partijos rinkimų programą, lyginant su TS-LKD, menkas partijos matomumas ir populiarumas žiniasklaidoje galėjo prisidėti prie prastesnio 2020 m. LR Seimo rinkimų rezultato.

Literatūros sąrašas

1. Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., & de Vreese, C. H. (eds.). (2017). *Populist political communication in Europe*. London: Routledge.
2. Allan Sikk, 'From Private Organizations to Democratic Infrastructure: Political Parties and the State in Estonia', in: *Journal of Communist Studies and Transition Politics*, 2006, Nr. 22 (3), p. 341-361. <https://doi.org/10.1080/13523270600855720>
3. Araújo, B., & Prior, H. (2021). Framing political populism: The role of media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, 15(2), 226-242. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709881>
4. Badullovich, N., Grant, W. J., & Colvin, R. M. (2020). Framing climate change for effective communication: a systematic map. *Environmental research letters*, 15(12), 123002. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aba4c7>
5. Baločkaitė, R., Rinkevičius, L. (2008). Sovietinės modernybės virsmas: nuo Černobylio bei Ignalinos iki Žaliųjų judėjimo ir Sąjūdžio. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 22, 20-40. <https://doi.org/10.15388/SocMintVei.2008.2.6056>
6. Barberá, P., Casas, A., Nagler, J., Egan, P. J., Bonneau, R., Jost, J. T., & Tucker, J. A. (2019). Who leads? Who follows? Measuring issue attention and agenda setting by legislators and the mass public using social media data. *American Political Science Review*, 113(4), 883–901. <https://doi.org/10.1017/S0003055419000352>
7. Barry, J., Doherty, B. (2001). The greens and social policy: Movements, politics and practice?. *Social Policy & Administration*, 35(5), 587-607. <https://doi.org/10.1111/1467-9515.00255>
8. Bielinis, L. (2002). Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai. *Respectus Philologicus* 2 (7): 49– 59. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/53644>
9. Biržietienė, S., & Gabrėnaitė, E. (2021). Rinkimų programos kaip politinės retorikos žanras. *Respectus philologicus*, 39, 46-57. <https://doi.org/10.15388/RESPECTUS.2020.39.44.76>
10. Bischof, D., & Wagner, M. (2020). What makes parties adapt to voter preferences? The role of party organization, goals and ideology. *British Journal of Political Science*, 50(1), 391-401. <https://doi.org/10.1017/S0007123417000357>
11. Bos, L., Van der Brug, W., & de Vreese, C. H. (2010). Media coverage of right-wing populist leaders. *Communications*, 35, 141–163. <https://doi.org/10.1515/comm.2010.008>
12. Bracciale, R., & Martella, A. (2017). Define the populist political communication style: The case of Italian political leaders on Twitter. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1310–1329. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328522>
13. Busby, E. C., Gubler, J. R., & Hawkins, K. A. (2019). Framing and blame attribution in populist rhetoric. *The Journal of Politics*, 81(2), 616-630. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:150491520>
14. Campbell, A., Converse, Ph., Miller, W., Stokes, D. (1960). *The American Voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
15. Cervi, L., Tejedor, S., & Ikokwu, C. C. (2022). Mediatization and politics in Nigeria: A review. *African Journalism Studies*, 43(4), 1-14. <https://doi.org/10.1080/23743670.2022.2137547>

16. Chen, K., Lee, N., & Marble, W. (2019). How policymakers evaluate online versus offline constituent messages. *SSRN*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3251651>
17. Cheng, Y. (2016). The third-level agenda-setting study: an examination of media, implicit, and explicit public agendas in China. *Asian journal of communication*, 26(4), 319-332. <https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1130159>
18. Christensen, H. S., Järvi, T., Mattila, M., & von Schoultz, Å. (2021). How voters choose one out of many: a conjoint analysis of the effects of endorsements on candidate choice. *Political research exchange*, 3(1), 1892456. <https://doi.org/10.1080/2474736X.2021.1892456>
19. Clark, C., & Nyaupane, G. P. (2020). Overtourism: An analysis of its coverage in the media by using framing theory. *Tourism Review International*, 24(2-3), 75-90. <https://doi.org/10.3727/154427220X15845838896314>
20. de Bruijn, H. (2019). *The art of political framing: How politicians convince us that they are right*. Amsterdam University Press.
21. Denton, R. E., Woodward, G., C., *Political Communication in America*, New York, Praeger, 1990.
22. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
23. Everette, D. E., Merrill, J. C. (1997). *Pokalbiai apie žurnalistiką*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
24. Falasca, K. (2014). Political news journalism: Mediatization across three news reporting contexts. *European Journal of Communication*, 29(5), 583-597. <https://doi.org/10.1177/0267323114538853>
25. Farkas, X., & Bene, M. (2021). 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>
26. Fazekas, Z., Popa, S. A., Schmitt, H., Barberá, P., & Theocharis, Y. (2021). Elite-public interaction on Twitter: EU issue expansion in the campaign. *European Journal of Political Research*, 60(2), 376– 396. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12402>
27. Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, London: Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/2149903>
28. Fitzpatrick, T.; Cahill, M. (Eds.) *Environment and Welfare: Towards a Green Social Policy*; Palgrave Macmillan: Hampshire, NY, USA, 2002
29. Freedon, M. (1998). *Ideologies and Political Theory: A Conceptual Approach*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/019829414X.001.0001>
30. Gaffney, A. M., Blaylock, D. L. (2010). Hillary Clinton's race: Did she match the presidential prototype?. *Advancing Women in Leadership Journal*, 30. <https://doi.org/10.21423/awlj-v30.a294>
31. Gaidys, V. (2014). Socialinių demografinių parametrų įtaka gyventojų partinėms preferencijoms ir politiniam aktyvumui: jungtinių duomenų masyvų analizė. *Lietuvos socialinė raida* (No. 3, pp. 7-24). <https://www.lituanistika.lt/content/67558>
32. Garzia, D., & da Silva, F. F. (2021). Negative personalization and voting behavior in 14 parliamentary democracies, 1961–2018. *Electoral Studies*, 71, 102300. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102300>

33. Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. *Political communication*, 39(1), 39-60. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:226961212>
34. Gonzalez O'Brien, B., Hurst, E., Reedy, J., & Collingwood, L. (2019). Framing refuge: Media, framing, and sanctuary cities. *Mass Communication and Society*, 22(6), 756-778. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1685106>
35. Gross, M., Krauss, S., & Praprotnik, K. (2023). Electoral strategies in multilevel systems: the effect of national politics on regional elections. *Regional Studies*, 57(5), 844-856. <https://doi.org/10.1080/00343404.2022.2107193>
36. Guenther, L., Gaertner, M., & Zeitz, J. (2021). Framing as a concept for health communication: A systematic review. *Health Communication*, 36(7), 891-899. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1723048>
37. Guo, L., & Vargo, C. (2020). "Fake news" and emerging online media ecosystem: An integrated intermedia agenda-setting analysis of the 2016 US presidential election. *Communication Research*, 47(2), 178-200. <https://doi.org/10.1177/0093650218777177>
38. Hallin, D. C., Mancini, P. (2004). Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. *Cambridge University Press*.
39. Hameleers, M., Bos, L., & de Vreese, C. H. (2017). "They did it": The effects of emotionalized blame attribution in populist communication. *Communication Research*, 44(6), 870-900. <https://doi.org/10.1177/0093650216644026>
40. Hao, X. (2022). Analysis of the Characteristics of Agenda Setting Theory in the New Media Era. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 4(3), 213-216. <https://doi.org/10.32996/jhsss.2022.4.3.21>
41. Heath, R. L., Johansen, W., Falkheimer, J., Hallahan, K., Raupp, J. J., & Steyn, B. (Eds.). (2018). *The international encyclopedia of strategic communication*. John Wiley & Sons.
42. Herkman, J. (2012). Convergence or Intermediality? Finnish political communication in the New Media Age. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18 (4): 369-384. <https://doi.org/10.1177/1354856512448727>
43. Hopmann, D. N., Elmelund-Præstekær, C., Albæk, E., Vliegthart, R., & Vreese, C. H. D. (2012). Party media agenda-setting: How parties influence election news coverage. *Party Politics*, 18(2), 173-191. <https://doi.org/10.1177/1354068810380097>
44. Horváth, P., Machyniak, J. (2014). Electoral behaviour as affected by the media. *European Journal of Science and Theology*, 10(1), 219-228. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:55033722>
45. Yang, X., Chen, B. C., Maity, M., & Ferrara, E. (2016). Social politics: Agenda setting and political communication on social media. In *Social Informatics: 8th International Conference, SocInfo 2016, Bellevue, WA, USA, November 11-14, 2016, Proceedings, Part I 8* (pp. 330-344). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1607.06819>
46. Isotalo, V., Mattila, M., & von Schoultz, Å. (2020). Ideological mavericks or party herd? The effect of candidates' ideological positions on intra-party success. *Electoral Studies*, 67, 102187. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102187>
47. Jančevskaitė, R., Telešienė, A. (2013). Klimato kaitos diskursas Lietuvos spausdintinėje ir internetinėje žiniasklaidoje. *Filosofija. sociologija*, 24(2), 92-99. <https://www.lituanistika.lt/content/51958>

48. Jansson, A. (2013). Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age. *Communication Theory*, 23(3), 279-296. <https://doi.org/10.1111/comt.12015>
49. Jastramskis, M. (2013). Rinkėjų elgsenos kaitumas Lietuvos savivaldybių tarybų rinkimuose 1995–2011 metais.
50. Jastramskis, M. (2015). Artūro Zuoko vieta Lietuvos politinės konkurencijos lauke: sociologinė analizė. *Parliamentary Studies*, (18), 123-149. <https://doi.org/10.51740/ps.vi18.196>
51. Jastramskis, M. (2016). Ką politologijos teorijos sako apie seimo rinkimus?. *Naujasis Židinys - Aidai*, Nr. 8, 12-16. <https://www.lituanistika.lt/content/74376>
52. Jastramskis, M. (2018). *Ar galime prognozuoti Seimo rinkimus?: trijų kūnų problema Lietuvos politikoje*. Vilniaus universiteto leidykla.
53. Johnston, R. (2006). Party Identification: Unmoved Mover or Sum of Preferences? *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 9, 329–351. <https://ssrn.com/abstract=1082037>
54. Kaid, L. L. (2004). *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
55. Karwacka, A., Gawroński, S., & Tworzydło, D. (2022). Political communication in local elections: a comparative analysis of France and Poland. *French Politics*, 20(2), 167-181. <https://doi.org/10.1057/s41253-022-00170-4>
56. Kasperson, R. E., Webler, T., Ram, B., & Sutton, J. (2022). The social amplification of risk framework: new perspectives. *Risk Analysis*, 42, 1367–1380. <https://doi.org/10.1111/risa.13926>
57. Laila, A., Tatiyana, L., Aleksey, V., Dmitriy, S., & Sergey, L. (2020). Factors and trends of increasing role of mass media in democratic elections in Kazakhstan. *Media Watch*, 11(2), 394-407. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:218953641>
58. Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37(1), 136-139. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:188500575>
59. Lasswell, H. D., (1971). *Propaganda Technique in the World War I*. Alfred A. Knopf, London.
60. Linkevičiūtė, V. (2020). Konfliktinės komunikacijos raiška Lietuvos prezidento rinkimų diskurse (2019). *Respectus philologicus*, (38 (43)), 117-129. <https://www.lituanistika.lt/content/89069>
61. Lippmann, W., 1998 (1922). *Public Opinion*. Transaction Publishers, London. Messinger, G.S., 1992. *British Propaganda and the State in the First World War*. Manchester University Press, Manchester.
62. Luo, Y., Burley, H., Moe, A., & Sui, M. (2019). A meta-analysis of news media's public agenda-setting effects, 1972-2015. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 150-172. <https://doi.org/10.1177/1077699018804500>
63. McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2018). New directions in agenda-setting theory and research. In *Advances in Foundational Mass Communication Theories* (pp. 131-152). Routledge. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>
64. McCombs, M.: A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism studies* 6(4), 543–557 (2005). <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>
65. McCombs, M.E., Shaw, D.L.: The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly* 36(2), 176–187 (1972). <https://www.jstor.org/stable/2747787>
66. McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.
67. Mickevičienė, V. (2015). Moterys politikoje: Lietuva pasaulio kontekste. *Studijos kintančioje verslo aplinkoje*, 35. <https://www.lituanistika.lt/content/82755>

68. Nesbitt-Larking, P. W. (2010). The role of the media in electoral behaviour: A Canadian perspective. *Policy and Society*, 29(1), 53-64. <https://doi.org/10.1016/j.polsoc.2009.11.005>
69. Neuendorf, K. A., Kumar, A. (2015). Content analysis. *The international encyclopedia of political communication*, 1-10. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc065>
70. Norris, Pippa. 2000. A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies. New York: *Cambridge University Press*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511609343>
71. Ogbodo, J. N., Onwe, E. C., Chukwu, J., Nwasum, C. J., Nwakpu, E. S., Nwankwo, S. U., ... & Ogbaeja, N. I. (2020). Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19. *Health promotion perspectives*, 10(3), 257. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.40>
72. Peter Mair, Richart S. Katz, Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of Cartel Party', in: *Party Politics*, 1995, t. 1, Nr. 1, p. 5-28. <https://doi.org/10.1177/1354068895001001001>
73. Pidgeon, N., Kasperson, R. E., & Slovic, P. (Eds.). (2003). The social amplification of risk. *Cambridge University Press*. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1988.tb01168.x>
74. Piolatto, A., Schuett, F. (2015). Media competition and electoral politics. *Journal of Public Economics*, 130, 80-93. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2015.04.003>
75. Ramonaitė, A. (2014). *Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai?: idėjos, interesai ir įvaizdžiai politikoje*. Vilniaus universiteto leidykla.
76. Ramonaitė, A. (2021). Laisvės partijos fenomenas: naujumo efektas ar naujos vertybinės takoskyros pradžia?. *Politologija*, (2 (102)), 8-37. <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.1>
77. Ramonaitė, A., Vaiginytė, A. (2021). Tendencingumo paieškos politikų valdomoje žiniasklaidoje: Lietuvos regioninės spaudos analizė taikant kompiuterinės turinio analizės metodus. *Politologija*, (4), 34-68. <https://doi.org/10.15388/Polit.2020.100.2>
78. Rooduijn, M. (2014). The mesmerising message: The diffusion of populism in public debates in Western European media. *Political Studies*, 62(4), 726–744. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12074>
79. Rooke, M. (2021). Alternative media framing of COVID-19 risks. *Current Sociology*, 69(4), 584-602. <https://doi.org/10.1177/00113921211006115>
80. Savickaitė, I., Krupickaitė, D., ir Tučas, R. (2013). Gyventojų rinkiminės elgsenos kaita Vilniaus suburbanizacijos zonoje. *Geografijos metraštis*, 46, 72. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:126682592>
81. Schmidt, M. J. (2009). *Health, access to care, and policy priorities: Determinants of political party affiliation*. State University of New York at Binghamton. https://www.researchgate.net/publication/36713099_Health_access_to_care_and_policy_priorities_Determinants_of_political_party_affiliation
82. Schmuck, D., & Hameleers, M. (2020). Closer to the people: A comparative content analysis of populist communication on social networking sites in pre-and post-election periods. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1531-1548. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1588909>
83. Schneider, V. & Ollmann, J. K. (2013). Punctuations and Displacements in Policy Discourse: The Climate Change Issue in Germany 2007–2010. In S. Silvern, S. Young (eds.) *Environmental Change and Sustainability* (pp. 157–183). <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:1659033>
84. Schumacher, I. (2014). An empirical study of the determinants of green party voting. *Ecological Economics*, 105, 306-318. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2014.05.007>

85. Skirkevičius, P. (2021). Skirtingos, bet panašios? Naujų partijų vieta Lietuvos partinėje sistemoje. *Politologija*, (2 (102)), 75-115. <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.3>
86. Statneckytė, S. (2013). Mediatizacijos įtaka politinės komunikacijos kultūrai. *Socialiniai mokslai*, 153. <https://hdl.handle.net/20.500.14172/6211>
87. Stieglitz, S., Brockmann, T., & Xuan, L. D. (2012). Usage of social media for political communication. *Pacific Asia Conference on Information Systems*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:30115550>
88. 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. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
89. Strömbäck, J., & Dimitrova, D. (2011). Mediatization and Media Interventionism: A Comparative Analysis of Sweden and the United States. *International Journal of Press/Politics* 16(1): 30–49. <https://doi.org/10.1177/1940161210379504>
90. Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. (2006). Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(4), 131-147. <https://doi.org/10.1177/1081180X06293549>
91. Šuminas, A. (2019). Europos Parlamento rinkimai 2019: rinkimų kampanijos ypatybės Lietuvoje ir kitose Europos Sąjungos valstybėse. *Parlamento studijos*, (27), 144-156. <https://doi.org/10.51740/ps.vi27.13>
92. Šuminas, A. (2022). Lietuvos politikų ir partijų rinkiminių žinučių tematika 2020 m. Seimo rinkimų kampanijos metu. *Politikos ir komunikacijos sankirtoje*, 95. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/241567>
93. Šuminas, A., Kiliulytė, A. (2020). Politinės komunikacijos profesionalizacija Lietuvoje: 2016 m. Seimo rinkimų kampanijos atvejo analizė. *Parliamentary Studies*, (28), 47-71. <https://doi.org/10.51740/ps.vi28.141>
94. Tewksbury, D., & Scheufele, D. A. (2019). News framing theory and research. In *Media effects* (pp. 51-68). Routledge.
95. Thomassen, J. (2005). Introduction. In J. Thomassen (ed.). *The European Voter*. Oxford: *Oxford University Press*. <https://doi.org/10.1093/0199273219.001.0001>
96. Thomsen, D. M. (2020). Ideology and gender in US House elections. *Political Behavior*, 42, 415-442. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9501-5>
97. Tumulytė, I. (2012). Pilietinės iniciatyvos aplinkosaugos komunikacijoje. *Informacijos mokslai*, (62), 7-17. <https://doi.org/10.15388/Im.2012.0.1585>
98. Ulinskaitė, J. (2021). Lietuvos politinės partijos populizmo amžiuje: 2016 ir 2020 m. Seimo rinkimų programų turinio analizė. *Politologija*, (1 (101)), 52-77. <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.101.2>
99. Unikaitė, I. (2008). Negatyvumas Lietuvos Prezidento rinkimų kampanijose: mobilizuoja ar demobilizuoja rinkėjus?. *Politologija*, (1), 121-145. <https://www.lituanistika.lt/content/12958>
100. Van Dijk, T. A. (2005). Discourse analysis as ideology analysis. In *Language & peace* (pp. 41-58). Routledge.
101. Vikšraitienė, A. ir Tučas, R. (2019). Asmenybinio ir partinio balsavimo santykio teritorinė diferenciacija 2012 ir 2016 metais. Seimo rinkimų duomenys. *Geologija. Geografija*, 5(2). <https://doi.org/10.6001/geol-geogr.v5i2.4130>

102. Walgrave, S., Soroka, S., & Nuytemans, M. (2008). The mass media's political agenda-setting power: A longitudinal analysis of media, parliament, and government in Belgium (1993 to 2000). *Comparative Political Studies*, 41(6), 814–836. <https://doi.org/10.1177/0010414006299098>
103. Walgrave, Stefaan, Jonas Lefevere and Michiel Nuytemans (2009) 'Issue Ownership Stability and Change: How Political Parties Claim and Maintain Issues Through Media Appearances', *Political Communication* 26: 153–72. <https://doi.org/10.1080/10584600902850718>
104. Wanta, W. & Ghanem, S. (2007). Effects of agenda setting. *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (pp. 37–51).

Informacijos šaltinių sąrašas

1. European Commission. (2024, vasario 5). *Eurobarometer 94: Public opinion in the European Union, winter 2020-2021* [Data set]. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>
2. European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC). (2024 sausio 26). *ESS10 integrated file, edition 3.2* [Data set]. Sikt - Norwegian Agency for Shared Services in Education and Research. https://doi.org/10.21338/ess10e03_2
3. Europos Parlamentas (2024, sausio 25). *Moterys Europos Parlamente, statistika*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20190226STO28804/women-in-the-european-parliament-infographics>
4. Lietuvos nacionalinė rinkiminė studija 2020 (2024, vasario 25) <https://www.tspmi.vu.lt/tyrimas/lietuvos-nacionaline-rinkimine-studija-2020/>
5. Lietuvos Respublikos Konstitucija (2024, vasario 6). <https://www.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija20220522.htm>
6. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų įstatymas (2024, vasario 6). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalActEditions/lt/TAD/TAIS.1536?faces-redirect=true>
7. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas (2024, vasario 15). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.280580>
8. Lietuvos žaliųjų partija (2024, sausio 26). www.lzp.lt
9. Vyriausioji rinkimų komisija (VRK) (2024, kovo 10). *Partijų politinių programų tekstai*. <https://www.vrk.lt/documents/10180/712974/2020+Daugiamandates+apyg.+inf.+leidinys.pdf/a7ad455d-8f5c-4a1b-9ee9-6349bd073b47>
10. Reporteriai be sienų (Reporters without Borders) (2024, sausio 20). *Pasaulio spaudos laisvės indeksas (World Press Freedom Index)*. <https://rsf.org/en/index>
11. Andrius Tapinas (2024, sausio 16) *Savivaldybių tarybų narių finansų skaidrinimo projektas „Skaidrinam“*. <https://tapinas.substack.com/s/skaidrinam-2023>
12. Tėvynės Sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai (2024, sausio 26). <https://tsajunga.lt/istorija/>
13. Vyriausioji rinkimų komisija (2024, vasario 3). *2020 m. LR Seimo rinkimų informacija*. <https://www.vrk.lt/2020-seimo>
14. World Happiness Report (Pasaulio laimės indeksas) (2023, gruodžio 28) <https://worldhappiness.report/>
15. Freedom House, „Freedom in the World 2024“ (2024, sausio 16). *Žiniasklaidos laisvės indeksas*. <https://freedomhouse.org/explore-the-map?type=nit&year=2024>

Priedai

1 priedas. Tyrimo instrumentas

| Kodas | Subkodas | Pavyzdys (užkoduotas segmentas) |
|----------------------------|------------------------------|--|
| Naujųjų rėmai | Lietuvos aktualijos | „12 kandidatų į premjerus: tarp jų – ir teisti, ir skandalistai“ |
| | Politika | „Kandidatų į Seimą debatai įsibėgėja ir Kaune“ |
| | Užsakomasis turinys/nuomonės | „Giedrė Ramanauskienė: Inovacijos netampa kūnu partijų programose“ |
| | Verslas | „Prancūzija uždraus audinių fermas ir laukinių gyvūnų naudojimą keliaujančiuose cirkuose“ |
| | Pramogos | „Jurgis Didžiulis paskelbė apie savo politines pažiūras: padės vienai partijai“ |
| | Sportas | „Į Seimą susiruošusios sporto žvaigždės: olimpiniai prizinininkai, pasaulio čempionė ir LKL žaidėjai“ |
| Straipsnių pagrindinė tema | Užsienio politika | „Atsako partijų lyderiai: kaip Lietuva turi reaguoti į įvykius Baltarusijoje?“ |
| | Nacionalinis saugumas | „Artėjant AE paleidimui – kritika Vilniui: Astravas poryt pasileidžia, ir mes net nežinome, ar jie pasirengę“ |
| | Švietimas | „Jurgita Šiugždiniene. Kurkime kitokias mokyklas – vaikai mums padėkos“ |
| | Lyčių lygybė | „Kandidatai į Seimą apie lyčių lygybę: tai būtinybė pagerinti visos visuomenės gerovę“ |
| | Partijų programų analizė | „Beprotiškiausi partijų pažadai – grąžins litą, nemokamai aprūpins elektra ir dalins žemę šeimoms“ |
| | Aplinkosauga | „Remigijus Lapinskas. Nauja uosto vizija ar „žalioji smegenų plovimas“?“ |
| | LR Seimo rinkimai | „Kandidatų į Seimą debatai įsibėgėja ir Kaune“ |
| LŽP paminėjimai | Neutralūs | „Lietuvos žaliųjų partija savo programoje pasisako už 7 valandų darbo dieną arba keturių darbo dienų savaitę“ |
| | Neigiami | „Visgi LŽP kol kas populiarumu ir didesniais pasiekimais politikoje pasigirti negali“ |
| | Teigiami | „Vienintelė Lietuvos žaliųjų partija kalba apie naują vietinio finansavimo šaltinį – gyventojų žaliųjų investicijų fondą“ |
| TS-LKD paminėjimai | Neutralūs | „Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai į premjerus ketina deleguoti Seimo rinkimuose dalyvaujančią Ingridą Šimonytę“ |
| | Neigiami | „Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų (TS-LKD) populiarumas rugsėjį šiek tiek smuko“ |

| | | |
|-------------------|-----------------------------------|---|
| | Teigiami | „Daugiausiai turinčių aukštąjį išsilavinimą kandidatų yra Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų partijos sąraše“ |
| Diskurso veikėjai | Rinkėjai (gyventojai) | „Kita gyventoja rėžė be užuolankų: „Už garliavinį balsuosiu. Svarbu garliavinis, o gero, blogo, nežinau.““ |
| | Valstybinių organizacijų atstovai | „...teigė VRK pirmininkė Laura Matjošaitytė“ |
| | NVO atstovai | „...kalbėjo Aplinkosaugos koalicijos pirmininkė Lina Paškevičiūtė“ |
| | Privačių verslų atstovai | „Pasak „Vilmorus“ vadovo Vlado Gaidžio..“ |
| | Politikai | „...teigė Lietuvos valstiečių ir žaliųjų partijos atstovė Rūta Miliūtė.“ |
| | Politologai | „...prognozavo politologė Ieva Petronytė-Urbonavičienė“ |
| | LŽP atstovai/nariai | „...akcentuoja Lietuvos žaliųjų partijapartijos kandidatė Gema Umbrasienė.“ |
| | TS-LKD atstovai/nariai | „Buvusi JK lietuvių bendruomenės pirmininkė Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų atstovė Dalia Asanavičiūtė pabrėžė....“ |
| | Remigijus Lapinskas | „...teigia partijos pirmininkas Remigijus Lapinskas.“ |
| | Ieva Budraitė | „...teigė I.Budraitė.“ |
| | Ingrida Šimonytė | „...vardino I. Šimonytė.“ |
| | Gabrielius Landsbergis | „...kalbėjo G. Landsbergis.“ |
| Tematika | Pilietybės išsaugojimas | „Krikščionių sąjungai atstovaujančio Jono Šimėno nuomone, dvigubos pilietybės klausimas neišsprendžia pilietybės išsaugojimo problemos.“ |
| | Energetika | „Žalieji siūlo Lietuvai būti ambicinga ir tapti nepriklausoma nuo iškastinio kuro bei sukurti uždaru ciklu veikiančią žiedinę ekonomiką. Jie kelia tikslą, kad iki 2040 metų šalis atsiskirtų naftos, dujų, anglies ir pėreitų prie atsinaujinančių energijos išteklių – saulės, vėjo, žemės gelmių energijos ir kt.“ |
| | Korupcija | „Tiesiog politikai neturi imti kyšių, o verslas neturi siūlytikiškių ir reikalauti sau išskirtinių sąlygų. Jei pašaliname šią dedamąją – viskas atsistoja į savo vietas“ |
| | Užsienio politika | „Antroji debatų tema buvo užsienio politika. Atsakydama į klausimą apie Kiniją, jos vykdomus žmogaus teisių pažeidimus bei ekonominį pavojų Lietuvai...“ |
| | Verslas ir inovacijos | „Programoje planuojami veiksmai, nukreipti į inovacijų ir technologinės plėtros skatinimą“ |
| | Mokytojų ir gydytojų atlyginimai | „Pasisakoma už didesnius atlyginimus mokytojams, , medikams...“ |
| | Pensijos | „užtikrinti pensijų sistemos stabilumą ir augančias senatvės socialinio draudimo pensijas“ |

| | | |
|--|--------------------------------------|--|
| | Vaikų teisės ir gerovė | „...veiksmingų sprendimų vaikystės politikos ir vaikų teisių srityje sustabdyta būtent dėl ideologinių priežasčių...“ |
| | Sveikatos apsauga | „Kalbant apie sveikatos apsaugą – mes matome, kad per pandemiją sveikatos sistema totaliai sužlugo...“ |
| | Žmogaus teisės ir LGBT | „LGBT asmenų teisių gynimas kaip tariamas pavojus „tradicinės šeimos vertybėms“ |
| | Darbuotojų teisės | „Jau pasiekėme kelis postūmius: apsaugą nuo diskriminacijos darbo rinkoje“ |
| | Infrastruktūra | „Norėčiau priminti, kad pastatų renovavimas sparčiausiai vyko būtent jo vyriausybės laikais“ |
| | Nacionalinis saugumas | „Mokymai, kuriuos esame atlikę, parodė mūsų spragas ir trūkumus – dėl apsirūpinimo jodo tabletėmis, saugos priemonių, informavimo apie nelaimę laiko, priemonių ir būdų, valymo darbų, evakuacijos, maisto rezervo“ |
| | ES politika | „Man yra absoliučiai žinoma, kad Europos Sąjungos institucijose Astravo klausimas nėra prioritetų sąraše.“ |
| | Mokesčių sistemos pokyčiai | „mes žadinsime tą procesą, kad darbo mokesčiai bus mažinami, o ekologiniai mokesčiai ir taršos mokesčiai bus didinami“ |
| | Aplinkosauga | „Manau, kad miškų ir aplinkosaugos srityje yra patirtas visiškas fiasko“ |
| | Švietimas | „Siūloma peržiūrėti ugdymo turinį, suvienodinti vadovėlius, optimizuoti mokyklų tinklą...“ |
| | Galima LR Seimo sudėtis ir reitingai | „Gyventojų apklausos rodo, kad į Seimą po rinkimų gali patekti mažiausia keturios partijos, tokios kaip Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga, Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai, Lietuvos socialdemokratų partija ir Darbo partija.“ |

2 priedas. Analizuotų straipsnių sąrašas

| Data | Straipsnio pavadinimas | Nuoroda į originalų straipsnį |
|---------------------------------|--|---|
| Straipsniai apie TS-LKD partiją | | |
| 2020-07-14 17:29:00 | Andrius Vyšniauskas. Seimo rinkimų matematika. | https://www.delfi.lt/news/ringas/politics/andrius-vysniauskas-seimo-rinkimu-matematika.d?id=84751215 |
| 2020-08-05 14:15:00 | Artėjant AE paleidimui – kritika Vilniui: Astravas poryt pasileidžia, ir mes net nežinome, ar jie pasirengę. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/artejant-ae-paleidimui-kritika-vilniui-astravas-poryt-pasileidzia-ir-mes-net-nezinome-ar-jie-pasirenge.d?id=84928403 |
| 2020-08-11 16:37:00 | Atsako partijų lyderiai: kaip Lietuva turi reaguoti į įvykius Baltarusijoje? | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1054359/atsako-partiju-lyderiai-kaip-lietuva-turi-reaguoti-i-ivykius-baltarusijoje |

| | | |
|------------------------|--|---|
| 2020-10-09 20:38:00 | Baigiamieji debatai: lyderių vizija dėl svarbiausių darbų Lietuvai išsiskyrė. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/baigiamieji-debatai-lyderiu-vizija-del-svarbiausiu-darbu-lietuvai-issiskyre.d?id=85455551 |
| 2020-09-16 23:05:00 | Debatuose partijos atsakė ir kaip mažintų nepakantumą, ir koks turėtų būti vaikų lytinis švietimas. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1233884/debatuose-partijos-atsake-ir-kaip-mazintu-nepakantuma-ir-koks-turetu-buti-vaiku-lytinis-svietimas |
| 2020-10-02 13:12:28 | Dovilė Juodkaitė: Artėjančiuose Seimo rinkimuose – daugiau vietos žmonėms su negalia. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/dovile-juodkaite-artejanciuose-seimo-rinkimuose-daugiau-vietos-zmonems-su-negalia-18-1386020 |
| 2020-09-28 22:17:00 | Ekspertai apie rinkimus: partijos ne tik nebepasiūlo naujovių, bet ir nebegeba parašyti programų. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/ekspertai-apie-rinkimus-partijos-ne-tik-nebepasiulo-naujoviu-bet-ir-nebegeba-parasyti-programu.d?id=85356791 |
| 2020-09-12 12:58:00 | Gabrielius Landsbergis: man gėda, kad tik tiek padaryta dėl Baltarusijos. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/gabrielius-landsbergis-man-geda-kad-tik-tiek-padaryta-del-baltarusijos.d?id=85220163 |
| 2020-06-30 07:49:00 | Į viešumą nutekėjusiame konservatorių dokumente – nuogastavimai ir net panikos ženklai. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/06/30/news/i-viesuma-nutekejusiame-konservatoriu-dokumente-nuogastavimai-ir-net-panikos-zenklai-15450773/ |
| 2020-06-29 15:26:00 | Išryškėjo, kas gali labiausiai užkliūti konservatorių ir liberalų rinkėjams: koją pakis vidinės bėdos. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/06/29/news/isryskejo-kas-gali-labiausiai-uzkliuti-konservatoriu-ir-liberalu-rinkejams-koja-pakis-vidines-bedos-15444438/ |
| 2020-10-09 05:00:00 | Jie žada Lietuvos gyvenimą pakeisti iš esmės – tokių dalykų šalyje niekada nebuvo. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1062120/jie-zada-lietuvos-gyvenima-pakeisti-is-esmes-tokiu-dalyku-salyje-niekada-nebuvo |
| 2020-09-09 16:29:52 | Julius Kalibatas: Kaip gerinsime sveikatos apsaugą? Politinių partijų priešrinkiminiai pažadai. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/kaip-gerinsime-sveikatos-apsauga-politiniu-partiju-priesrinkiminiai-pazadai-18-1374108 |
| 2020-10-02 18:14:00 | Jurgita Šiugždinienė. Kurkime kitokias mokyklas – vaikai mums padėkos. | https://www.delfi.lt/news/ringas/politics/jurgita-siugzdiniene-kurkime-kitokias-mokyklas-vaikai-mums-padekos.d?id=85342851 |
| 2020-09-03 11:21:13 | Kandidatų į Seimą diskusija: ką daryti, kad specialiųjų poreikių vaikai mokyklose jaustųsi gerai? | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/svietimas/kandidatu-i-seima-diskusija-ka-daryti-kad-specialiuju-poreikiu-vaikai-mokyklose-jaustusi-gerai-233-1370846 |
| 2020-08-31 20:14:00 | Kandidatų pažadai pasaulio lietuviams: nuo referendumo dėl dvigubos pilietybės iki žemės suteikimo norintiesiems sugrįžti. | https://www.lrt.lt/lituanica/aktualijos/751/1222881/kandidatu-pazadai-pasaulio-lietuviams-nuo-referendumo-del-dvigubos-pilietybes-iki-zemes-suteikimo-norintiesiems-sugrizti |
| 2020-08-31 11:28:00 | Kęstutis Girnius. Už kurią partiją niekada nebalsuotumėt? | https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/kestutis-girnius-uz-kuria-partija-niekada-nebalsuotumet.d?id=85114809 |
| 2020-08-18 08:28:00 | Konservatoriai sankcijas siūlo Lukašenkai ir jo sūnums, viso – 39 režimo atstovams. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/konservatoriai-sankcijas-siulo-lukasenkai-ir-jo-sunums.d?id=85022635 |
| 2020-06-22 12:00:00 | Konservatorių pažadai rinkimuose – nuo ilgesnio gyvenimo iki naujos „superligoninės“. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1048029/konservatoriu-pazadai-rinkimuose-nuo-ilgesnio-gyvenimo-iki-naujos-superligonines |
| 2020-08-10 12:02:04 | Konservatorių vadovai: ES turi pareikalauti naujų laisvų rinkimų Baltarusijoje. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/konservatoriu-vadovai-es-turi-pareikalauti-nauju-laisvu-rinkimu-baltarusijoje-56-1359178 |

| | | |
|------------------------|---|---|
| 2020-07-07 09:07:00 | Laima Andrikiienė. Kur eini, TS-LKD? | https://www.lrt.lt/naujienos/pozicija/679/1194488/laima-andrikiene-kur-eini-ts-lkd |
| 2020-09-15 05:00:00 | LGBT santuokos, abortų draudimas, privalomi skiepai – ką draus, o ką leis partijos po rinkimų. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1058832/lgbt-santuokos-abortu-draudimas-privalomi-skiepai-ka-draus-o-ka-leis-partijos-po-rinkimu |
| 2020-08-30 21:28:00 | Matas Maldeikis. Mūsų interesai Baltarusioje. | https://www.delfi.lt/news/ringas/politics/mat-as-maldeikis-musu-interesai-baltarusioje.d?id=85086803 |
| 2020-07-02 09:45:00 | Mažvydas Jastramskis. Konservatoriai ir liberalai elgiasi neprotingai. | https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/mazvydas-jastramskis-konservatoriai-ir-liberalai-elgiasi-neprotingai.d?id=84667293 |
| 2020-07-16 10:30:00 | Mažvydas Jastramskis. Partijų sąrašų spindesys ir skurdas. | https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/mazvydas-jastramskis-partiju-sarasu-spindesys-ir-skurdas.d?id=84773223 |
| 2020-09-14 05:00:00 | Nuo sankcijų už darželių nelankymą iki nemokamų studijų – ką švietime po rinkimų žada partijos? | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1057867/nuo-sankciju-uz-darzeliu-nelankyma-iki-nemokamu-studiju-ka-svietime-po-rinkimu-zada-partijos |
| 2020-10-03 10:37:00 | Paklausė praeivių: ar konservatoriams pavyks susigrąžinti Kauną? | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/paklause-praeviu-ar-konservatoriams-pavyks-susigrazinti-kauna.d?id=85396275 |
| 2020-06-21 22:52:00 | Pandemija pakeitė situaciją ir rinkimai prognozuojami purvini. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1190425/pandemija-pakeite-situacija-ir-rinkimai-prognozuojami-purvini |
| 2020-10-09 20:11:05 | Pas „valstiečius“ atsidūrė konfidencialus konservatorių laiškas: visa strategija kaip ant delno. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/pas-valstiecius-atsidure-konfidencialus-konservatoriu-laiskas-visa-strategija-kaip-ant-delno-56-1389842 |
| 2020-09-03 16:40:00 | Politikai žada kelti specialiųjų pedagogų atlyginimus, bet kaip tą padaryti, nežino. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1057374/politikai-zada-kelti-specialiuju-pedagogu-atlyginimus-bet-kaip-ta-padaryti-nezino |
| 2020-07-17 20:52:00 | Politologė apie nacionalinę konservatorių apklausą: tai atrodo pigoka. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1198597/politologe-apie-nacionaline-konservatoriu-apklausa-tai-atrodo-pigoka |
| 2020-07-30 17:17:00 | Pradėtas tyrimas dėl plakato ant Gabrieliaus Landsbergio kabineto durų Seime. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1052868/pradetas-tyrimas-del-plakato-ant-gabrieliaus-landsbergio-kabineto-duru-seime |
| 2020-09-14 11:57:00 | Programų analizė: siūlo visaip keisti mokesčius, naują ministeriją, pagimdžius vaiką nurašyti skolas. | https://www.delfi.lt/verslas/verslas/programu-analize-siulo-visaip-keisti-mokescius-nauja-ministerija-pagimdzius-vaika-nurasyti-skolas.d?id=85217455 |
| 2020-10-09 09:03:04 | Rinkimai 2020: kaip partijos dorosis su rekordine valstybės skola, išaugusia dėl COVID-19? | https://www.15min.lt/verslas/naujiena/finansai/rinkimai-kaip-partijos-dorosis-su-covid-19-pazenklinta-rekordine-valstybes-skola-662-1388798 |
| 2020-09-08 12:24:00 | Rinkimai 2020: konservatorių prioritetai – švietimas, sveikatos sistema, žalioji ekonomika. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1227806/rinkimai-2020-konservatoriu-prioritetai-svietimas-sveikatos-sistema-zalioji-ekonomika |
| 2020-09-24 05:30:00 | Rinkimų kompasas. Tos pačios lyties asmenų partnerystė – partijų pozicijos kardinaliai skiriasi. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1221340/rinkimu-kompasas-tos-pacios-lyties-asmenu-partneryste-partiju-pozicijos-kardinaliai-skiriasi |
| 2020-09-23 16:42:00 | Siekia plėsti sankcijas Baltarusijos režimo atstovams: tai bus testas ir Skvernelio Vyriausybei. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/siekia-plesti-sankcijas-baltarusijos-rezimo-atstovams-tai-bus-testas-ir-skvernelio-vyriausybei.d?id=85311705 |

| | | |
|------------------------|--|---|
| 2020-10-01 16:21:00 | Šimonytė apie 13-ąją pensiją: COVID-19 atpalaidavo paskutinius padorumo varžtus. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/simonyte-apie-13aja-pensija-covid19-atpalaidavo-paskutinius-padorumo-varztus.d?id=85385493 |
| 2020-07-29 17:44:00 | Šimonytė apie valstybės skolą: tai gali tapti didele problema. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1052703/simonyte-apie-valstybes-skola-tai-gali-tapti-didele-problema |
| 2020-10-04 14:07:00 | Širinskienė įgėlė konservatoriams dėl valstiečius pašiepiančios reklamos. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1061800/sirinskiene-igele-konservatoriams-del-valstiecius-pasiepiancios-reklamos |
| 2020-10-07 20:00:00 | Štai, ką partijos 2016-aisiais žadėjo, bet per ketverius metus taip ir neištesėjo. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1062320/stai-ka-partijos-2016-aisiais-zadejo-bet-per-ketverius-metus-taip-ir-neistesejo |
| 2020-10-09 16:27:00 | Sukritikavo Gabrieliaus Landsbergio pasitraukimą iš eilės išankstiniuose rinkimuose: eilės gale būtų daug kas paaiškėję. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/sukritikavo-gabrieliaus-landsbergio-pasitraukima-is-eiles-isankstiniuose-rinkimuose-eiles-gale-butu-daug-kas-paaiskejeje.d?id=85449037 |
| 2020-10-09 11:43:00 | Tokios sąlygomis rinkimai dar niekada nevyko: ekspertas jau išskiria dvi pagrindines intrigas. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/tokios-salygomis-rinkimai-dar-niekada-nevyko-ekspertas-jau-isskiria-dvi-pagrindines-intrigas.d?id=85447291 |
| 2020-09-07 10:24:00 | TS-LKD atstovai registruoja įstatymų projektus, kuriais siūloma griežtinti atsakomybę už žiaurų elgesį su gyvūnais. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1226890/ts-lkd-atstovai-registruoja-istatymu-projektus-kuriais-siuloma-grieztinti-atsakomybe-uz-ziauru-elgesi-su-gyvunais |
| 2020-10-07 11:07:00 | TS-LKD diskusija: Daugiau jėgos moterims politikoje — daugiau jėgos Lietuvai. | http://www.15min.lt/galerija/ts-lkd-diskusija-daugiau-jegos-moterims-politikoje-daugiau-jegos-lietuvai-210002 |
| 2020-09-10 12:45:00 | TS-LKD rinkimų programoje aptiko dviprasmiškų siūlymų: iš pirmo žvilgsnio atrodo gerai, bet pasekmės būtų skaudžios. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/ts-lkd-rinkimu-programoje-aptiko-dviprasmisku-siulymu-is-pirmo-zvilgsnio-atrodo-gerai-bet-pasekmes-butu-skaudzios.d?id=85199583 |
| 2020-06-23 16:22:19 | TS-LKD siūlo garbingesnę, veiksmingesnę ir atviresnę – normalesnę politiką. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/ts-lkd-siulo-garbingesne-veiksmingesne-ir-atviresne-normalesne-politika-56-1337034 |
| 2020-09-03 20:00:00 | Uždaryti kaimo mokyklas ar išsaugoti? Kandidatai į Seimą atsakė, ką darytų. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1057400/uzdaryti-kaimo-mokyklas-ar-issaugoti-kandidatai-i-seima-atsake-ka-darytu |
| 2020-07-22 13:28:00 | VMI pradeda mokestinį tyrimą dėl Austėjos Landsbergienės valdomos įmonės. | https://www.delfi.lt/verslas/verslas/vmi-pradeda-moketini-tyrima-del-austejos-landsbergienes-valdomos-imonos.d?id=84826485 |
| 2020-08-20 12:14:00 | VRK skyrė baudą Landsbergiui už konservatorių nupirtas apsaugos priemones medikams. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1215914/vrk-skyre-bauda-landsbergiui-uz-konservatoriu-nupirtas-apsaugos-priemones-medikams |
| 2020-09-20 15:54:32 | Žmogaus teisių apžvalgininkas S.Bartulis: ar po naujo Seimo rinkimų LGBTQ situacija Lietuvoje pagerės? | https://www.15min.lt/gyvenimas/naujiena/pokalbiai/zmogaus-teisiu-apzvalgininkas-s-bartulis-ar-po-naujo-seimo-rinkimu-lgbtq-situacija-lietuvoje-pageres-1040-1377334 |
| Straipsniai apie LŽP | | |
| 2020-10-03 05:00:00 | 12 kandidatų į premjerus: tarp jų – ir teisti, ir skandalistai. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1060868/12-kandidatu-i-premjerus-tarp-ju-ir-teisti-ir-skandalistai |
| 2020-09-30 11:01:55 | Aplinkosaugos koalicija įvertino partijų rinkimų programas: kurios žada sukti žaliuoju keliu? | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/zalias/aplinkosaugos-koalicija-ivertino-partiju-rinkimu-programas-kurios-zada-sukti-zaliuoju-keliu-1007-1384628 |

| | | |
|------------------------|---|---|
| 2020-10-04 13:00:00 | Beprotiškiausi partijų pažadai – gražins litą, nemokamai aprūpins elektra ir dalins žemę šeimoms. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1061110/beprotiskiausi-partiju-pazadai-grazins-lita-nemokamai-aprupins-elektra-ir-dalins-zeme-seimoms |
| 2020-10-04 18:48:00 | Dainius Pūras. Kas trukdo Lietuvai siekti vaikų ir visuomenės gerovės? | https://www.lrt.lt/naujienos/nuomones/3/1244124/dainius-puras-kas-trukdo-lietuvai-siekti-vaiku-ir-visuomenes-geroves |
| 2020-10-08 21:52:00 | Garliaviškiai krypsta link savo krašto žmogaus, tačiau neslepia nusivylimo. | https://kaunas.kasvyksta.lt/2020/10/08/politika/garliaviskiai-krypsta-link-savo-krasto-zmogaus-taciau-neslepia-nusivylimo/ |
| 2020-09-22 14:23:35 | Giedrė Ramanauskienė: Inovacijos netampa kūnu partijų programose. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/giedre-ramanauskiene-inovacijos-netampa-kunu-partiju-programose-18-1380514 |
| 2020-08-22 15:29:00 | Grigiškių gyventojai skambina pavojaus varpais: Vokės upė nyksta. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/08/22/news/grigiskiu-gyventojai-skambina-pavojaus-varpais-vokes-upe-nyksta-16069631/ |
| 2020-08-01 20:02:16 | Į rinkimus einančioms partijoms gyventojai aukoja vangiai, bet yra tūkstantinės dotacijos. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/i-rinkimus-einancioms-partijoms-gyventojai-aukoja-vangiai-bet-yra-tukstantines-dotacijos-56-1355584 |
| 2020-09-09 11:12:00 | Į rinkimus žengiantys žalieji – apie griežtesnes baudas kankinantiems gyvūnams ir ne tokia žalia valstiečių politika. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/09/09/news/i-rinkimus-zengiantys-zalieji-apie-grieztesnes-baudas-kankinantiems-gyvunams-ir-ne-tokia-zalia-valstieciu-politika-16265171/ |
| 2020-07-21 9:51:00 | Į Seimą kandidatuoja 22 milijonieriai, viršūnėje – Karbauskis, Guoga, Lapinskas. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1230205/i-seima-kandidatuoja-22-milijonieriai-virsuneje-karbauskis-guoga-lapinskas |
| 2020-09-28 08:00:35 | Į Seimą susiruošusios sporto žvaigždės: olimpiniai prizinininkai, pasaulio čempionė ir LKL žaidėjai. | https://www.15min.lt/sportas/naujiena/kita/i-seima-susiruosusios-sporto-zvaigzdes-olimpiniai-prizininkai-pasaulio-cempione-ir-lkl-zaidėjai-26-1380490 |
| 2020-09-10 06:30:00 | Į Seimą susiruošusių partijų lyderiai kaip reikiant kibo vieni kitiems į atlasus. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1058189/i-seima-susiruosusiu-partiju-lyderiai-kaip-reikiant-kibo-vieni-kitiems-i-atlapus |
| 2020-06-19 11:06:00 | Jurgis Didžiulis paskelbė apie savo politines pažiūras: padės vienai partijai. | https://www.tv3.lt/naujiena/pramogos/1047789/jurgis-didziulis-paskelbe-apie-savo-politines-paziuras-pades-vienai-partijai |
| 2020-10-09 13:57:13 | Kandidatai į Seimą apie lyčių lygybę: tai būtinybė pagerinti visos visuomenės gerovę. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/kandidatai-i-seima-apie-lyciu-lygybe-tai-butinybe-pagerinti-visos-visuomenes-gerove-56-1389572 |
| 2020-09-22 16:54:00 | Kandidatų į Seimą debatai įsibėgėja ir Kaune. | https://kaunas.kasvyksta.lt/2020/09/22/politika/kandidatu-i-seima-debatai-isibegeja-ir-kaune-foto/ |
| 2020-09-24 12:02:00 | Karolina Kužmarskytė: Žiedinė ekonomika partijų programose – esminių problemų sprendimą užgožia populiarūs lozungai. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/karolina-kuzmarskyte-ziedine-ekonomika-partiju-programose-esminių-problemu-sprendima-uzgozia-populiarus-lozungai-18-1381702 |
| 2020-10-04 11:33:00 | Kova dėl regionų rinkėjų širdžių: sėkmę žada ne visiems žymiesiems politikams. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1060262/kova-del-regionu-rinkeju-sirdziu-sekme-zada-ne-visiems-zymiesiems-politikams |
| 2020-07-25 17:33:00 | Lietuvos žaliųjų partiją į Seimo rinkimus ves jos pirmininkas Remigijus Lapinskas. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/lietuvos-zaliuju-partija-i-seimo-rinkimus-ves-jos-pirmininkas-remigijus-lapinskas.d?id=84854207 |
| 2020-07-25 16:30:00 | Lietuvos žaliųjų partija patvirtino kandidatų į Seimą sąrašą. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/lietuvos-zaliuju-partija-patvirtino-kandidatu-i-seima-sarasa.d?id=84844429 |

| | | |
|------------------------|--|---|
| 2020-07-25 16:46:52 | Lietuvos žaliųjų partija patvirtino kandidatų į Seimą sąrašą, jame – ir A. Butkevičius, ir kalbininkas A. Smetona. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/lietuvos-zaliuju-partija-patvirtino-kandidatu-i-seima-sarasa-jame-ir-a-butkevicius-ir-kalbininkas-a-smetona-56-1352550 |
| 2020-08-10 15:22:00 | Lietuvos žaliųjų partijos lyderis prieš rinkimus griežtas valdantiejiems: tai ne „žalioji“, tai „rudoji“ trąšų partija. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/08/10/new-s/lietuvos-zaliuju-partijos-lyderis-pries-rinkimus-grieztas-valdantiejiems-tai-ne-zalioji-tai-rudoji-trasu-partija-15920027/ |
| 2020-08-20 16:05:00 | LŽP pristatė programą: žalioji kryptis – prioritetas, bet numatėme siūlymus visoms valstybės sritims. | https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2020/08/20/new-s/lzp-pristate-programa-zalioji-kryptis-prioritetas-bet-numateme-siulymus-visoms-valstybes-sritims-16045896/ |
| 2020-09-10 15:54:00 | Mažvydas Jastramskis. Rinkimai apie nieką Europos provincijoje. | https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/mazvydas-jastramskis-rinkimai-apie-nieka-europos-provincijoje.d?id=85198187 |
| 2020-09-11 20:15:00 | Nors norima jaunų veidų politikoje, statistiškai kandidatų amžius – vis vyresnis. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1058547/nors-norima-jaunu-veidu-politikoje-statistiskai-kandidatu-amzius-vis-vyresnis |
| 2020-09-29 22:42:00 | Partijų debatai: ar reikia didinti finansavimą krašto apsaugai ir kaip turime elgtis Baltarusijos atžvilgiu? | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1242616/partiju-debatai-ar-reikia-didinti-finansavima-krasto-apsaugai-ir-kaip-turime-elgtis-baltarusijos-atzvilgiu |
| 2020-09-22 00:14:00 | Partijų debatai: iš kur imti pinigų švietimui, ar aukštųjų mokyklų tinklas optimalus ir ko reikia bedarbiui bei pensininkui. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1236919/partiju-debatai-is-kur-imti-pinigu-svietimui-ar-aukstuju-mokyklu-tinklas-optimalus-ir-ko-reikia-bedarbiui-bei-pensininkui |
| 2020-09-22 23:51:00 | Partijų debatai: kaip šalyje išlaikyti jaunus medikus ir kaip turi būti saugomos vaiko teisės. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1237768/partiju-debatai-kaip-salyje-islaikyti-jaunus-medikus-ir-kaip-turi-buti-saugomos-vaiko-teises |
| 2020-09-19 07:37:00 | Paskutinė apklausa prieš rinkimus: partijų reitinge – beprecedentė intriga. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/paskutine-apklausa-pries-rinkimus-partiju-reitinge-beprecedente-intriga.d?id=85278685 |
| 2020-09-12 11:00:00 | Pinigai plūsta į „Facebook“: dosniausiųjų pavardės. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1058608/pinigai-plusta-i-facebook-dosniausiuju-pavardes |
| 2020-10-08 13:56:00 | Politikų išmonei nėra ribų: reklamose – nuo žvėrių galvų iki atsisveikinimo su gandrais. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1062397/politiku-ismonei-nera-ribu-reklamose-nuo-zveriu-galvu-iki-atsisveikinimo-su-gandrais |
| 2020-10-09 14:19:00 | Politologo Seimo rinkimų prognozė: laimėtojas laukiantiems pokyčių. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/politologo-seimo-rinkimu-prognoze-laimetojas-laukiantiems-pokyciu.d?id=85447677 |
| 2020-09-29 12:16:38 | Prancūzija uždraus audinių fermas ir laukinių gyvūnų naudojimą keliaujančiuose cirkuose. | https://www.15min.lt/verslas/naujiena/zemes-ukis/prancuzija-uzdraus-audiniu-fermas-ir-laukiniu-gyvunu-naudojima-keliaujanciuose-cirkuose-313-1384076 |
| 2020-10-07 20:14:00 | Prieš rinkimus – staigmenos lietuvių pašto dėžutėse: kai kuriuos gyventojus net apėmė baimė. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/pries-rinkimus-staigmenos-lietuviu-pasto-dezutese-kai-kuriuos-gyventojus-net-apeme-baime.d?id=85407985 |
| 2020-09-29 05:30:00 | Priešrinkiminė ekonominių pažadų karalystė: 1 000 eurų minimalus atlyginimas, 4 dienų darbo savaitė ir vieno euro mokesčiai. | https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1241675/priesrinkimine-ekonominiu-pazadu-karalyste-1-000-euru-minimalus-atlyginimas-4-dienu-darbo-savaite-ir-vieno-euro-mokesčiai |

| | | |
|------------------------|---|---|
| 2020-09-14 11:57:00 | Programų analizė: siūlo visai pakeisti mokesčius, naują ministeriją, pagimdžius vaiką nurašyti skolas. | https://www.delfi.lt/verslas/verslas/programu-analize-siulo-visaip-keisti-mokescius-nauja-ministerija-pagimdzius-vaika-nurasyti-skolas.d?id=85217455 |
| 2020-07-27 16:30:00 | Remigijus Lapinskas. Nauja uosto vizija ar „žalioji smegenų plovimas“? | https://www.delfi.lt/news/ringas/politics/remigijus-lapinskas-nauja-uosto-vizija-ar-zalioji-smegenu-plovimas.d?id=84860375 |
| 2020-09-09 12:06:33 | Rinkimai 2020: Žaliųjų partija sieks aplinkosaugą padaryti veikiančia politikos dalimi. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/rinkimai-2020-zaliuju-partija-sieks-aplinkosauga-padaryti-veikiancia-politikos-dalimi-56-1373890 |
| 2020-08-25 05:30:00 | Rinkimų kompasas. Ar partijos įvestų privalomus skiepus? | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1215758/rinkimu-kompasas-ar-partijos-ivestu-privalomus-skiepus |
| 2020-09-17 05:30:00 | Rinkimų kompasas. Kurios partijos uždarytų apytūtes mokyklas, o kurios jas išlaikytų? | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1218809/rinkimu-kompasas-kurios-partijos-uzdarytu-apytustes-mokyklas-o-kurios-jas-islaikytu |
| 2020-09-01 05:30:00 | Rinkimų kompasas. Lietuvos partijos santykių su Baltarusija norėtų, bet turi savo sąlygų. | https://www.lrt.lt/naujienos/pasulyje/6/1218680/rinkimu-kompasas-lietuvos-partijos-santykiu-su-baltarusija-noretu-bet-turi-savo-salygu |
| 2020-09-24 05:30:00 | Rinkimų kompasas. Tos pačios lyties asmenų partnerystė – partijų pozicijos kardinaliai skiriasi. | https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1221340/rinkimu-kompasas-tos-pacios-lyties-asmenu-partneryste-partiju-pozicijos-kardinaliai-skiriasi |
| 2020-08-09 10:06:00 | Rūta Andriuskevičienė. Kokias sistemos spragas liudija tragiški matematikos egzamino rezultatai? | https://www.delfi.lt/news/ringas/politics/ruta-andriuskeviciene-kokias-sistemos-spragas-liudija-tragiski-matematikos-egzamino-rezultatai.d?id=84936349 |
| 2020-07-21 09:51:00 | Seimo rinkimuose ketina dalyvauti 22 partijos. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/seimo-rinkimuose-ketina-dalyvauti-23-partijos-56-1350306 |
| 2020-10-04 17:00:00 | Šiuose miestuose virs intriga: politikos vilkams iššūkį meta žvaigždės ir nesisteminiai veikėjai. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1059863/siuose-miestuose-virs-intriga-politikos-vilkams-issuki-meta-zvaigzdes-ir-nesisteminiai-veikejai |
| 2020-09-11 09:54:05 | Statistinio kandidato į Seimą portretas: išsilavinęs pasiturintis penkiasdešimtmetis. | https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/statistinio-kandidato-i-seima-portretas-issilavines-pasiturintis-penkiasdesimtmetis-56-1375002 |
| 2020-10-06 19:12:00 | Storos partijų piniginės rinkimams naudojamos labai skirtingai skyrė bene 4 milijonus eurų. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/storos-partiju-pinigines-rinkimams-naudojamos-labai-skirtingai.d?id=85421265 |
| 2020-09-25 05:00:00 | TOP 40 turtingiausi kandidatai į Seimą: į politiką veržiasi turėdami ir dešimtis milijonų. | https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1060171/top-40-turtingiausi-kandidatai-i-seima-i-politika-verziasi-turedami-ir-desimtis-milijonu |
| 2020-09-29 11:02:00 | Universalios pajamos, 13 pensija, PVM lengvata sveikam maistui: partijų programos žiba finansiniais pažadais. | https://www.15min.lt/verslas/naujiena/finansai/universalios-pajamos-13-pensija-pvm-lengvata-sveikam-maistui-idomiausi-partiju-siulymai-rinkimams-662-1381620 |
| 2020-09-11 12:36:00 | VRK: daugiausiai universitetus baigusių tarp TS-LKD kandidatų, mažiausiai – Centro partijoje. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/vrk-daugiausiai-universitetus-baigusių-tarp-ts-lkd-kandidatu-maziausiai-centro-partijoje.d?id=85212021 |
| 2020-09-08 05:30:00 | Žaliųjų lyderis: priėjome liepto galą. | https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/zaliuju-lyderis-priejome-liepto-gala.d?id=84930713 |