MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS

KOMUNIKACIJOS INSTITUTAS

LINA KIRDEIKYTĖ

Viešųjų ryšių vadybos Magistro studijų programa

PREZIDENTĖS DALIOS GRYBAUSKAITĖS KOMUNIKACIJOS RAIDA

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas:

Doc. dr. Virginijus Valentinavičius

Vilnius, 2018

MYKOLAS ROMERIS UNIVERSITY

INSTITUTE OF COMMUNICATION

LINA KIRDEIKYTE

Public Relations Management Master studies

THE EVOLUTION OF COMMUNICATION OF PRESIDENT DALIA GRYBAUSKAITE

Master Thesis

Supervisor:

Doc. dr. Virginijus Valentinavičius

Vilnius, 2018

TURINYS

ĮVADAS 5
1. KOMUNIKACIJOS TEORIJA IR NAUJOSIOS MEDIJOS 8
1.1 Komunikacijos apibrėžimas 8
1.2. Komunikacijos teorijos 10
1.3. Komunikacijos procesas 11
1.4. Komunikacijos priemonės 13
1.5. Verbalinė ir neverbalinė komunikacija 14
1.6. Viešoji kalba ir jos poveikis komunikacijoje 15
1.7. Naujosios medijos 16
2. ŠIUOLAIKINĖ POLITINĖ KOMUNIKACIJA 20
2.1. Politinės komunikacijos samprata 20
2.2. Politinės komunikacijos proceso elementai 22
2.3. Politinės komunikacijos efektai 25
2.4. Politinis lyderis 27
2.5. Politinio lyderio kriterijai 28
2.6. Naujosios medijos ir politinė komunikacija 30
3. EKSPERTŲ POŽIŪRIS Į PREZIDENTĖS KOMUNIKACIJOS RAIDĄ: TYRIMAS 33
3.1. Tyrimo metodika 33
3.2. Prezidentės komunikacijos pasikeitimai I ir II kadencijų metu 35
3.3. Stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės 37
3.4. Metinių pranešimų pasikeitimai 39
3.5. Metiniai pranešimų vieta Prezidentės komunikacijoje ir jų svarba 41
3.6. Pasikeitimai bendravime su žiniasklaida 43
3.7. Socialinių tinklų naudojimosi dinamika 45
3.8. Prezidentės bendravimas su skirtingomis politinėmis jėgomis 47
3.9. Politikos turinio ir jos pateikimo dinamika 49
3.10. Pasirodymų viešuose renginiuose vertinimas 50
3.11. Komunikacinių sugebėjimų vertinimas lyginant su kitais Prezidentais 52
3.12. Tiriamosios dalies apibendrinimas 54
IŠVADOS 55
LITERATŪROS SĄRAŠAS 56

SANTRAUKA....60
SUMMARY....61
PRIEDAI....62
Klausimai pateikti ekspertams....62
Eksperto E1 apklausos rezultatai....63
Eksperto E2 apklausos rezultatai....65
Eksperto E3 apklausos rezultatai....69
Eksperto E4 apklausos rezultatai....72
Suinteresuotų asmenų S1 apklausos rezultatai....74

ĮVADAS

Aktualumas. Komunikacija šiandieniame pasaulyje tapo itin svarbi. Pastebima, kad politinė komunikacija labai sparčiai įsisavina naujausių technologijų plėtojamas komunikacijos galimybes, komunikacija keičiasi vis greičiau. Politiniai lyderiai ir vadovai atstovauja savo partijas / postus viešojoje erdvėje, pateikia savo nuomonę, vertinimus bei iškelia daugelį politinių klausimų. Šiame darbe bus analizuojama D. Grybauskaitės, kaip valstybės vadovės, politinės komunikacijos raida: kaip jos komunikacija keitėsi per dvi prezidentavimo kadencijas, kokių naujų bruožų įgavo ir ko galbūt buvo atsisakoma. Yra itin svarbu bei aktualu tyrinėti D. Grybauskaitės komunikacijos raidą, nes ji, būdama valstybės vadove, pateikia informaciją, kuri parodo ne tik jos asmeninę poziciją, tačiau tuo pat metu pateikia ir valstybės vadovo poziciją. Formuojama visos valstybės pozicija tam tikrais aktualiais klausimais. Nuolat komunikuojantys valstybės vadovai suteikia perduodamos informacijos turiniui asmeniškumo, padidinant susidomėjimą situacija ir komunikuojančio asmens pozicija. Žiniasklaida, būdama informacijos perdavimo tarpininke, perduoda auditorijai ne tik komunikuojančio žmogaus žinutę, tačiau kartu pateikia ir žmogaus charakteristiką. Pasirinkimai, kuriuos daro Prezidentė ir jos komanda sparčiai besivystančių šiuolaikinių medijų kontekste, taip pat apibūdina Prezidentę kaip žmogų ir kaip politikę. Kaip vyksta Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacija, kokios stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės, koks Prezidentės bendravimo stilius, kaip ji bendrauja su politinėmis jėgomis, kokie yra Prezidentės komunikacijos sugebėjimai lyginant su kitų Prezidentų komunikacija – tai klausimai, kurie nėra nagrinėjami sistemiškai, todėl šiame darbe bus analizuojami šie klausimai bei aiškinamasi, ar pasikeitė ir kaip pasikeitė Prezidentės komunikacija.

Ištirtumas. Užsienio mokslinėje literatūroje analizuojami A. Capdevila, B. McNair, M. P. Orbe, J. Ruas, D. A. Scheufele komunikacijos bei politinės komunikacijos mokslų darbai. Lietuvoje komunikacijos bei ypač politinės komunikacijos fenomeną plačiausiai nagrinėja L. Bielinis, pateikdamas D. Grybauskaitės komunikacijos retoriką bei charakteristikas. Kiti autoriai, tokie kaip J. Eidukevičiūtė, B. Grebliauskienė, K. Meškys, A. Nugaraitė, G. Vaičekauskienė ir N. Večkienė analizuoja politinės komunikacijos temą. Visgi, dėl politinės komunikacijos fenomeno naujumo, Lietuvos mokslinėje literatūroje kompleksiškai nėra nagrinėjama politinės komunikacijos ir politinių vadovų komunikacija arba tai yra nagrinėjama kitų perspektyvų kontekste.

Naujumas. Lietuvoje politinės komunikacijos tema nagrinėta nemažai, tačiau nėra daug darbų, kuriuose būtų išsamiai apžvelgta politinio lyderio – vadovo, šiuo atveju Lietuvos Prezidentės

komunikacijos raida. Apie politinę komunikaciją rašo užsienio mokslo atstovai, tokie kaip A. Capdevila, B. McNair, M. P. Orbe, J. Ruas, D. A. Scheufele bei Lietuvos tyrėjai - J. Eidukevičiūtė, B. Grebliauskienė, K. Meškys, A. Nugaraitė, G. Vaičekauskienė ir N. Večkienė, kurie daugiausia analizuoja politinę komunikaciją. Ši tema yra itin svarbi, nes gali padėti suprasti, kokia yra Prezidentės, kaip valstybės vadovės komunikacija, kokios yra stipriosios bei silpnosios jos komunikacijos savybės, koks Prezidentės bendravimo stilius, kokie yra komunikacijos sugebėjimai lyginant Prezidentės komunikaciją su kitų Prezidentų komunikacija. Šis darbas taip pat gali padėti politiniams lyderiams ar valstybės vadovams sužinoti, kokie yra svarbiausi aspektai politinių lyderių komunikacijoje, galbūt pasimokyti iš padarytų klaidų komunikacijos srityje ar net sužinoti, ko reiktų vengti arba atvirkščiai – į kokius aspektus politiniai lyderiai turėtų labiau atkreipti dėmesį komunikuodami su visuomene viešojoje erdvėje.

Problema. D. Grybauskaitė būdama Lietuvos Prezidente yra valstybės vadovė – politinė lyderė. Lietuvoje egzistuoja opi politinės komunikacijos problema, kai trūksta ryškių politinių lyderių bei jų komunikacijos ištyrimo. Galima teigti, jog valstybės vadovų ir politinių lyderių komunikacija yra analizuojama fragmentiškai. Todėl itin aktualu išsamiau ištirti kaip keitėsi D. Grybauskaitės komunikacija.

Objektas. Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacijos raida, atkreipiant dėmesį į komunikacijos ypatumus pateiktus žiniasklaidos priemonėse.

Tikslas. Nustatyti, kaip keitėsi Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacija prezidentavimo laikotarpiu.

Uždaviniai:

- Pasitelkus teorinius palyginimo ir apibendrinimo metodus, atlikti teorinių šaltinių analizę ir atskleisti pagrindines komunikacijos bei politinės komunikacijos sąvokų, naujųjų medijų įtakos komunikacijos raidai ypatybes.
- Išanalizavus žiniasklaidos priemonėse pateiktas D. Grybauskaitės komunikacines žinutes bei pasitelkus atlikus interviu su ekspertais ir suinteresuotais asmenimis, aiškintis kaip keitėsi Prezidentės komunikacija.

Tyrimo metodai. Magistrinio darbo uždaviniams įgyvendinti pasitelkiami teoriniai ir empiriniai metodai. Pirmoje bei antroje darbo dalyse pateikiamas teorinis požiūris į analizuojamą reiškinį, t.y. analizuojama komunikacijos bei politinės komunikacijos sąvokos, bruožai, charakteristikos. Taip pat gilinamasi į politinės komunikacijos svarbą bei specifiką, apibūdinant politinės komunikacijos elementus. Taigi teoriniai metodai – dokumentų analizės, lyginamasis bei apibendrinimo metodai, kurių pagalba atliekama dokumentų analizė teoriniams nagrinėjamos temos aspektams nustatyti. Trečioje darbo dalyje atliekamas kokybinis tyrimas. Duomenų rinkimo metodas – pusiau struktūruotas interviu su ekspertais ir suinteresuotais asmenimis. Šis metodas taikomas siekiant gauti detalią informaciją ir išsiaiškinti ekspertų bei su Prezidentės komunikacija susijusių asmenų požiūrį bei vertinimus nagrinėjama tema.

Raktiniai žodžiai: komunikacija, politinė komunikacija, politinis lyderis, politinės komunikacijos procesas, komunikacijos priemonės, naujoji medija.

1. KOMUNIKACIJOS TEORIJA IR NAUJOSIOS MEDIJOS

Žodis *komunikacija* turi ilgą ir turtingą istoriją. Nuo pat senų senovės žmonėms reikėjo kaip nors komunikuoti tarpusavyje. Žmonija išliko dėl komunikacijos būtinybės. Žmonės rasdavo skirtingų būdų ir technikų, kaip galėtų komunikuoti tarpusavyje – naudojo įvairius simbolius, gestus, piešinius bei kalbos garsus. Tai priemonės, kurios buvo naudojamos pirmųjų žmonių. Jų pagalba vyko komunikavimas tarpusavyje. Archeologiniai tyrinėjimai parodė, jog pirmieji žmonės buvo geri artistai ir efektyviai komunikavo naudojant įvairius garsus ar kūno judesius. Bėgant metams plėtojosi technologijos, todėl ir komunikacija žengė į priekį. Taigi turime pripažinti, jog komunikacija turi didžiulę reikšmę mūsų gyvenime. Darbą pradėsiu nuo komunikacijos apibrėžimo, taip pat trumpai apžvelgsiu jos vystymąsi, teorijas bei pereisiu prie šiam darbui itin aktualios politinės komunikacijos temos.

1.1 Komunikacijos apibrėžimas

Etimologiškai žodis *komunikuoti* yra kilęs iš lotyniško veiksmažodžio - *communicare,* būdvardžio – *communis* ir prancūziško būdvardžio – *commun.* Šie žodžiai turi tą pačią žodžio šaknį. Komunikacijos terminas gali būti laikomas kilęs iš prancūziško žodžio *communicacion* ir lotyniško žodžio *communicatio (n-).* Žodžių reiškmė – dalintis bei objektų bendrumas (Amudavalli). Dalinimasis ir objektų bendrumas reiškė, jog žmonės galėjo dalintis materialiais dalykais, tokiais kaip maistas, žemės, įvairios prekės bei turtas. Šiandien šis terminas labiausiai susijęs su žinių ir informacijos dalinimusi, kuris dažniausiai apdorojamas žmonių ar kompiuterių pagalba.

Komunikacija jungia žmones ir vietas. Reikia suprasti, jog komunikacija leidžia žmonėms keistis mintimis bei idėjomis verbalinio ar neverbalinio bendravimo būdu - raštu ar tam tikru elgesiu. Taip pat komunikacijos pagalba žmonės gali dalintis savo jausmais. Žmonės visada komunikuodavo, bet komunikacijos procesas mokslu tapo tik dvidešimtame amžiuje. Technologijų plėtra paskatino komunikacijos mokslo atsiradimą.

Komunikacija yra dvipusis procesas, kuriame dalyviai ne tik dalijasi savo idėjomis, jausmais ar informacija, tačiau taip pat jie siekia bendro informacijos supratimo. Tai yra idėjų, minčių, žinučių pasikeitimas kalbos, tam tikrų signalų ar rašybos pagalba. Komunikacija yra savęs išreiškimo būdas, kad kiti jį lengvai ir aiškiai suprastų. Taip pat tai yra informacijos perdavimo procesas iš siuntėjo gavėjui, naudojantis tomis priemonėmis, kurių pagalba informacija būtų lengviau suprantama. Komunikacija yra informacijos dalinimasis tarp dviejų ar daugiau šalių. Kai viena šalis perduoda savo

idėjas kitai šaliai suvokti. Informacija, kuri yra perduodama ar kuria yra dalinamasi, taip pat yra vadinama komunikacija. Tai kompleksiškas ir dinamiškas procesas, kuris organizmams leidžia informacija dalintis keliai būdais.

Komunikacija gali būti apibrėžiama kaip atskirų, save identifikuojančių skirtingais nuo kitų asmenų, tarpasmeninė sąveika (Eidukevičiūtė ir Večkienė, 2014). Skiriasi žmonių tikėjimas, vertybių sistemos, jų elgesio normos, o tai suformuoja tam tikrą realybę, kuri ir skiriasi tarp žmonių. Taigi komunikacijos sritis yra itin svarbi norint analizuoti tarpasmeninius žmonių santykius. Tai yra santykių užmezgimas, palaikymas bei plėtojimas. Remiantis filologijos mokslo požiūriu susikalbėjimas reiškia kalbėjimąsi tarpusavyje, informacijos gavimą - jos perdavimą ir supratimą. Informacijos supratimas suvokiamas kaip gautos informacijos, jos prasmės suvokimas. Komunikacijos mokslo požiūriu, susikalbėjimas suprantamas kaip tam tikrų reikšmių kūrimo bei tų reikšmių keitimasis, jei pranešimas yra objektas ar tam tikrų ženklų konstrukcija (Eidukevičiūtė ir Večkienė, 2014). Taigi remiantis šiuo požiūriu informacijos pasidalinime dalyvauja dvi pusės. Šių dviejų pusių proceso dalyviai deda pastangas, kad būtų sukurta bendra informacijos reikšmė. Šiuo atveju sėkmė komunikacijoje pasiekiama, kai siunčiamos informacijos reikšmė atitinka gavėjo socialinę kultūrą ar patirtį.

Komunikaciją taip pat galime apibrėžti kaip socialinę sąveiką pranešimų pagalba (Fiske, 1998). Remiantis šiuo apibrėžimu matome, jog komunikacija čia suprantama kuomet socialinėje aplinkoje vyksta dalinimasis informacija, t.y. pranešimais.

Kaip jau minėjome, paprastai komunikacija apibrėžiama kaip informacijos dalinimosi procesas tarp kelių šalių. Paprastai tai yra tam tikros informacijos siuntimas bei dalinimasis tarp suinteresuotų ta informacija asmenų. Informacijos siuntėjas inicijuoja informacijos perdavimą kitai šaliai, paprastai vadinamai gavėju, kuri priima tą informaciją.

Tam, kad įvyktų komunikacijos procesas yra reikalingos tam tikros sudedamosios dalys, kurias galima pavadinti elementais. Be šių komunikacijos proceso elementų komunikacija negalėtų įvykti. Remiantis internete rasta informacija (Komunikacijos samprata, www.saltiniai.info) galime išskirti šiuos elementus:

- Pirmiausia yra reikalingas informacijos siuntėjas – asmuo ar asmenų grupė. Tai yra komunikacijos proceso pradžia.
- Antra, reikalinga tam tikra informacija ar pranešimas, kuo yra norima pasidalinti ar perduoti. Šioje informacijoje ar pranešime yra pateiktas tam tikras turinys, kuris ir bus perduotas gavėjui.

- Trečia, reikalingas pats perdavimo procesas. Kaip ta informacija bus perduodama gavėjui. Informacijos perdavimas gali vykti verbaliniu ar neverbaliniu būdu, taip pat informacija gali būti perduodama visuomenės informavimo priemonių pagalba.
- Ketvirtas elementas, sudarantis komunikacijos procesą, yra informacijos gavėjas, kuris gauna informaciją iš siuntėjo.

1.2. Komunikacijos teorijos

Komunikacijos teorija yra mokslas, kuris tiria principus, metodus bei būdus, kaip informacija yra perduodama ir pristatoma iš vienos šalies kitai (Amudavalli). Tai yra bandymai paaiškinti kaip ir kodėl žmonės prasmingai komunikuoja vieni su kitais. Tai teorijos, kurios yra kilusios iš skirtingų mokslo sričių, tokių kaip – psichologija, biologija ir filosofija. Komunikacijos teorijos branduolys, kam yra skirtas šis mokslas, yra suteikti paaiškinimus kaip iš esmės vienas individas gali prasmingai komunikuoti su kitais individais ir kaip kalbėtojas su klausytoju gali suprasti vienas kitą. Taip pat yra ir kitų komunikacijos teorijų, kurios labiau orientuotos į istorinę ir ritualinę komunikacijos reikšmę kaip esminį kultūros elementą. Tokios teorijos orientuotos į esminius komunikacijos kultūros efektus vietoj to, kad tirtų informacijos perdavimo procesą.

Tokioje srityje kaip komunikacija yra labai svarbu suprasti jos teorijas, nes jos tiesiogiai veikia mūsų kasdienį gyvenimą. Komunikacijos teorijos atlieka penkias pagrindines funkcijas (Amudavalli):

- Pirmųjų komunikacijos teorijų funkcija yra ta, jog jos leidžia mums organizuoti ir suprasti mūsų komunikavimo patirtis.
- Antroji funkcija yra ta, jog jos gali padėti mums pasirinkti, kokią komunikavimo elgseną būtų geriausia pasirinkti tam tikroje situacijoje.
- Trečioji funkcija yra ta, jog jos praplečia mūsų supratimą apie žmonių bendravimą.
- Ketvirtoji funkcija – jos leidžia mums numatyti ir kontroliuoti mūsų komunikavimą.
- Bei penktoji komunikacijos teorijų funkcija – padeda mums kelti tam tikrus iššūkius socialinėje ar kultūrinėje aplinkoje ir suteikia naujus mąstymo būdus.

Komunikacijos teorijos turi daug naudingų funkcijų, tačiau šios funkcijos nebus tokios svarbios, jei teorijos nebus gerai išanalizuotos. Paprastai komunikacijos teorijos parodo bei paaiškina komunikacijos procesą.

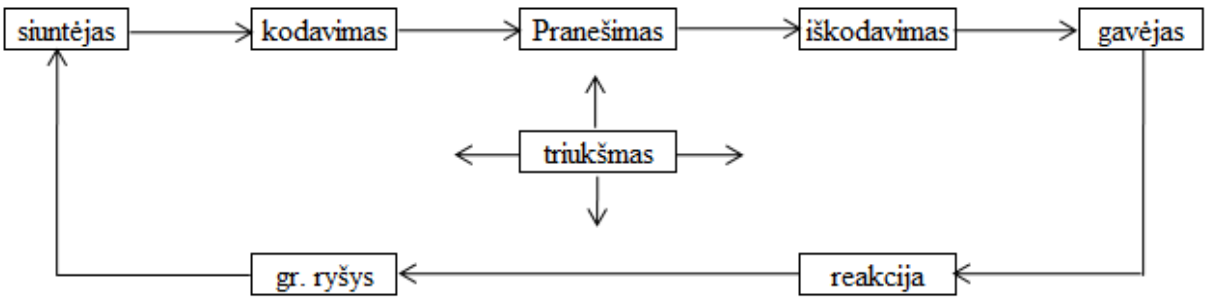
1.3. Komunikacijos procesas

Komunikacija yra laikoma būtina visuomenės gyvavimo sąlyga. Komunikacijos pagalba dalinamasi bei keičiamasi informacija – vyksta informacijos priėmimas, apdorojimas bei kaupimas. Komunikaciją galima laikyti sudėtingu reiškiniu, kuris turi daugybę apibrėžimų. Apžvelgsime dvi pagrindines komunikacijos proceso koncepcijas.

Pirmoji koncepcija komunikaciją apibūdina kaip pranešimų perdavimą. Šios koncepcijos šalininkam svarbu techninis pranešimo perdavimo aspektas – kaip yra naudojamos įvairios informacijos perdavimo priemonės, kaip siuntėjai koduoja pranešimų signalus, o gavėjai iškoduoja.

Komunikacijos procesas pavaizduotas schemoje Nr. 1. (1 pav.). Kaip matome schemoje komunikacijos procesas yra sudėtingas reiškinys, kuriame informacijos siuntėjas perduoda informaciją (pranešimą) gavėjui, tačiau iki to momento, kol informacija pasiekia gavėją, ji iš siuntėjo išeina užkoduota. Taigi tam, kad gavėjas gautų informaciją, jis turi ją iškoduoti. Visgi informacijos iškodavimui svarbu žinoti tinkamą kodą. Pavyzdžiui, jei žmogus kalbės mums nepažįstama kalba, mes negalėsime tinkamai suprasti pateiktos informacijos.

Kai informacija išeina iš siuntėjo ir kol ji dar nėra pasiekusi gavėjo, tuo metu tinkamam informacijos perdavimui gali sutrukdyti triukšmas. Triukšmas paprastai yra suvokiamas kaip įvairūs trukdžiai, kurie gali sutrukdyti gavėjui iškoduoti bei gauti tokią informaciją, kurią išsiuntė siuntėjas. Kai gavėjas iškodavęs gauna informaciją, jis sureaguoja ir siuntėjui perduoda grįžtamąjį ryšį. Tokiu būdu vyksta komunikacijos procesas tarp informacijos siuntėjų ir gavėjų.



Saltinis: Meškys, 2010

1 pav. Komunikavimo procesas

Pirmosios komunikacijos koncepcijos šalininkus domina, kaip yra vykdomas bendravimo procesas, todėl ši koncepcija vadinama proceso mokykla (Meškys, 2010).

Antrosios koncepcijos šalininkai domisi pranešimų turiniu ir jų reikšme, ryšio su informacijos siuntėjais, gavėjais ir reikšmių poveikiu. Tai vadinama reikšmių analizės koncepcija. Pranešimas pagal šią koncepciją laikomas ženklų konstrukcija, kai gavėjas per savo suvokimo lygį sukuria pranešimo reikšmes. Visgi kaip gavėjas supras pranešimą, tokią reikšmę pranešimas ir turės. Tai yra gavėjo samprata į patį pranešimą ir visą komunikaciją (Meškys, 2010). Tik esant tam tikroms sąlygoms galimas informacijos keitimasis, todėl plačiau apžvelgsime šias sąlygas.

- Tam, kad vyktų komunikacija yra svarbu, jog joje dalyvautų bent dvi pusės. Ši sąlyga atspindi siuntėjo bei gavėjo modelį - kuomet siuntėjas siunčia informaciją gavėjui ir tarp jų vyksta komunikacija. Komunikacija negali vykti, jei tik yra viena pusė. Pavyzdžiui yra siuntėjas, tačiau nėra kam gauti informacijos, t.y. nėra gavėjo.
- Taip pat komunikacija yra pagrįsta grįžtamuoju ryšiu, kuris užtikrina komunikacijos efektyvumą. Grįžtamasis ryšys padeda užtikrinti, jog komunikacija bus dvipusė. Nesant grįžtamajam ryšiui komunikacija būtų vienpusė, kai informacijos siuntėjas perduoda informaciją, tačiau nesulaukia jokio atsako iš gavėjo. Esant grįžtamajam ryšiui gavėjas gali perduoti siuntėjui savo reakciją į gautą informaciją iš siuntėjo. Taip pat svarbu pabrėžti, jog esant grįžtamajam ryšiui, komunikacija gali peraugti į bendravimo procesą, kuomet informacijos siuntėjas ir gavėjas bendrauja tarpusavyje, dalinasi informacija.
- Pagrindas komunikacijai atsirasti – ženklų sistemos ir kodai. Ženklų sistemos ir kodai kuria pranešimus. Žodinė kalba yra universaliausia ženklų sistema, kurios pagalba žmonės gali komunikuoti tarpusavyje.
- Iš trečiosios sąlygos iškyla ketvirtoji sąlyga – bendra komunikacijos procese dalyvaujančių pusių ženklų sistema. Vadinasi tam, kad komunikacijoje dalyvaujančios pusės suprastų viena kitą, reikia, kad jos naudotų vienodą ženklų sistemą. Komunikacija tarp joje dalyvaujančių pusių nėra galima, jei jos naudosis skirtingomis ženklų sistemomis. Paprasčiausiai abi pusės nesuprastų viena kitos, o kai jos naudojasi viena ženklų sistema, jos gali suprasti viena kitą bei efektyviai komunikuoti tarpusavyje.

Tai yra pagrindinės sąlygos, kurioms esant galima komunikacija. Jei nebus šių sąlygų, nėra galima efektyvi komunikacija (Meškys, 2010).

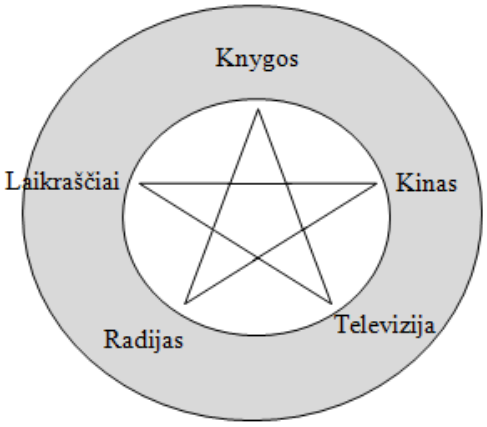
1.4. Komunikacijos priemonės

Komunikacijos proceso efektyvumui turi įtakos ir tam tikros materialios priemonės, kurios informaciją paverčia į tam tikrą signalą, kurį gauna gavėjas. Materialiomis priemonėmis galėtume laikyti žmogaus kūną, balsą ir pan. Informacijos transliavimas galimas radijo, televizijos ar telefono pagalba. Žinoma yra ir daugiau materialiųjų priemonių bei informacijos transliavimo būdų, tačiau šie yra vieni pagrindinių ir aktualiausių priemonių, naudojamų šiais laikais. Materialias priemones galima būtų suskirstyti į kelias grupes:

- Pirmoji grupė – prezentacinės priemonės. Prezentacinėmis priemonėmis galima būtų laikyti veidą, balsą, kūną. Paprastai tai yra priemonės, kurios susijusios su žmogumi, jo kūnu ir kokia savo kūno dalimi jis gali komunikuoti, perduoti informaciją. Prezentacinių priemonių pagalba vyksta bendravimas.
- Antroji materialiųjų priemonių grupė – reprezentacinės priemonės. Apžvelgus reprezentacinių priemonių pavyzdžius galima bus lengviau suprasti, kokios tai priemonės ir kokią funkciją jos atlieka. Reprezentacinėmis priemonėmis galima būtų laikyti spausdintą tekstą, reklamą, paveikslus ir kt. Kaip matome šios priemonės susidaro iš prezentacinių priemonių grupės.
- Trečioji grupė - techninės priemonės, kurias dar galima būtų vadinti mechaninėmis priemonėmis. Techninėmis priemonėmis galima laikyti radiją, televiziją, internetą, telefoną ir kt. Tai priemonės, kurių pagalba perduodama prezentacinės ir reprezentacinės priemonės (Meškys, 2010). Dažnai atsitinka taip, jog visos šios grupės veikia kartu, tuo pačiu momentu, kas yra būdinga masinės komunikacijos priemonėms, kurias toliau ir apžvelgsime.

Šiuo metu pagrindinis vaidmuo mūsų gyvenime tenka masinės komunikacijos priemonėmis, kurios dar yra vadinamos medijomis. Informacija yra pagrindinė dalis, kuri ir sudaro medijas, o komunikacija yra mechanizmas, kurio pagalba informacija yra paskleidžiama visuomenei. Plačiau panagrinėti masinės komunikacijos priemones ir jų sąveiką galima remiantis schema Nr. 2 (pav. 2).

Kaip matome schemoje (pav. 2), masinės komunikacijos priemonės yra išdėstytos ratu. Toks išdėstymas yra neveltui. Priemonės, esančios viena prie kitos yra panašios, o prireikus šios priemonės funkcijas gali atlikti kitos iš abiejų pusių esančios priemonės. Masinės komunikacijos priemonės yra viena iš greitai besiplečiančių sričių, todėl į šią schemą vertėtų įtraukti ir internetą, kuris yra neatskiriama šių dienų priemonė ir svarbu pabrėžti, jog internetas gali atlikti visas schemoje pavaizduotų priemonių funkcijas.



Šaltinis: Meškys, 2010

2 pav. Masinės komunikacijos priemonės

Kodėl masinės komunikacijos priemonės yra tokios svarbios komunikacijoje? Šiuolaikiniame pasaulyje masinės komunikacijos priemonės yra neatsiejama žmogaus gyvenimo dalis. Jų poveikis yra didžiulis. Masinėmis komunikacijos priemonės yra plačiai paplitusios, jomis naudojasi politikos, verslo ir kitų sluoksnių atstovai. Informacija masinės komunikacijos priemonių pagalba pasiekia kuo platesnę auditoriją. Taip pat masinės komunikacijos priemonės yra įtaigesnės ir jų pagalba auditorija labiau suasmenina ir priima skleidžiamą informaciją. Sukuriama iliuzija, kad auditorija yra įtraukta į kultūrinį procesą. Masinę informaciją galima būtų apibrėžti kaip informacijos perdavimą didelei auditorijai žmonių spaudos, televizijos, interneto ar kitų priemonių pagalba (Meškys, 2010).

1.5. Verbalinė ir neverbalinė komunikacija

Komunikaciją galima skirstyti į keletą rūšių, tokių kaip: vienpusė – dvipusė komunikacija, vidinė – išorinė, efektyvi – neefektyvi, organizacinė – neorganizacinė, verbalinė – neverbalinė ir kt. Žinome, jog komunikuojant nemažai informacijos gali suteikti tokie dalykai, kaip intonacija, balso tonas, pauzės ir pan. Tai neverbalinės priemonės, kūno skleidžiami veiksniai, kurie daro įtaką informacijos pateikimui ir supratimui. Visgi plačiau panagrinėsime verbalinius veiksnius ir koks yra jų poveikis komunikacijai.

Verbalinė komunikacija dar kitaip yra vadinama žodinė komunikacija. Tai informacijos pateikimas žodžiais. Lyginant verbalinę ir neverbalinę komunikaciją, svarbu yra suprasti, jo verbalinė komunikacija yra daug sudėtingesnė bei tobulesnė. Jei žmonės susikalba vieni su kitais, tai dar nereiškia, jog galime vienodai suprasti informaciją, kurią išgirstame. Ne visi žodžiai turi vienodą reikšmę. Tas pats žodis pavartotas skirtinguose kontekstuose gali turėti skirtingas reikšmes. Kaip

pavyzdį galima paminėti kai suaugusieji bendrauja su vaikais. Tarpusavyje jie kalbasi ta pačia kalba, tačiau informacijos reikšmė, kurią suvokia vaikai yra siauresnė. Taip bendravime atsiranda kliūtys, kurios sumažina komunikacijos efektyvumą. Taip pat dėl skirtingos žmonių individualios patirties tie patys žodžiai gali būti suprasti skirtingai. Amžius, išsilavinimams bei kiti veiksniai gali sudaryti kliūtis ištransliuotą informaciją skirtingiems žmonėms suprasti vienodai. Verbalinės komunikacijos pagalba aplinkiniams mes galime išreikšti savo mintis, požiūrį bei formuoti mūsų santykį su aplinkiniais (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004).

1.6. Viešoji kalba ir jos poveikis komunikacijoje

Yra išskirtinos dvi sakytinių kalbų rūšys – buitinė šnekamoji kalba bei viešoji kalba. Buitinė šnekamoji kalba vartojama neformaliuose kasdieniuose pokalbiuose, tuo tarpu viešoji kalba vartojama oficialioje aplinkoje – pasitarimuose, konferencijose, susitikimuose ir pan.

Kaip jau minėjome, viešoji kalba yra vartojama oficialioje aplinkoje ir pagrindinis jos tikslas yra informacijos pateikimas klausytojų grupei tam tikra tema. Viešosios kalbos yra sakomos tiesiogiai bendraujant su auditorija (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004). Pavyzdžiui, Prezidentės metiniai pranešimai, kuriuos kiekvienais metais ji sako Seime.

Išsamiau panagrinėsime viešąsias kalbas - pagrindinius bruožus atspindinčius viešąsias kalbas, viešųjų kalbų skirstymą. Remiantis kalbų bruožais, viešąsias kalbas galima skirstyti į skirtingas grupes. Plačiau panagrinėsime keletą viešųjų kalbų grupių.

Pirmiausia, viešąsias kalbas galima būtų suskirstyti į tris grupes pagal tai, kokio tikslo siekia kalbėtojas (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004):

- Informacinės. Informacinės kalbos tikslas yra informuoti klausytojus, pranešti jiems tam tikrą informaciją bei supažindinti su dėstoma informacija. Vieni pagrindinių šios kalbos grupės bruožų yra nuosekliai, racionaliai bei argumentuotai išdėstyta informacija.
- Apeliacinės. Apeliacinių kalbų tikslas yra palenkti klausytojus į savo pusę bei įtikinti juos pateikiama informacija. Pagrindiniai šios kalbos grupės bruožai yra tiesioginis kreipimasis į klausytojus, stengiamasi kreiptis į klausytojų sąžinę bei moralę, paveikti jų nuomonę ir palenkti ją norima kryptimi
- Emocinės. Emocinės kalbos paprastai yra vaizdingos kalbos, kuomet norima paveikti klausytojų jausmus. Emocinės kalbos – sveikinimo, proginės kalbos ir pan.

Kitas viešųjų kalbų skirstymas yra pagal jų parengimo būdą (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004):

- Skaitomosios. Skaitomosios viešosios kalbos yra iš anksto parengtos kalbos, kurios yra skaitomos nuo pranešimo pradžios iki galo.
- Laisvosios. Laisvųjų kalbų pavadinimas iškart sufleruoja, kas tai per kalbos. Paprastai laisvosioms kalbos, kaip ir skaitomosioms, yra ruošiamasi iš anksto – gali būti parašomos tik pagrindinės mintys dominuosiančios pranešime arba gali būti parašytas visas tekstas. Visgi jei yra parašomas visas tekstas, jis, kitaip nei skaitomosiose kalbose, nėra skaitomas nuo pranešimo pradžios iki galo, juo remiamasi tik kaip pagalbine kalbos sakymo priemone.
- Improvizuotos. Improvizuotos viešosios kalbos paprastai sakomos be išankstinio pasiruošimo (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004).

Iš anksto parengta kalba dažnai naudojasi aukštas pareigas užimantys asmenys, pavyzdžiui, valstybės vadovai, diplomatai, valstybės pareigūnai ir kt. Kai kalba yra parengiama iš anksto ir jos patekimui auditorijai yra rengiamasi iš anksto. Viešai kalbėsiantis asmuo pasiruošia ir keletą kartų perskaito pranešimą, kartais – gali mokytis ją mintinai. Aukštas pareigas užimantys asmenys savo pranešimuose pateikia svarbią informaciją, jų pasakyti žodžių reikšmė yra didžiulė, todėl itin svarbu, jog būtų laikomasi reglamento, nebūtų padaryta klaidų.

Kalbant apie skaitomosios kalbos minusus, galima būtų paminėti, jog kai asmuo skaito pranešimą, yra sudaromos kliūtys jam tiesiogiai bendrauti su auditorija. Pranešimo sakytojas dažnai žiūri į tekstą, į auditoriją pažvelgiama tik kartais ir taip yra mažiau tiesioginio kontakto su klausytojais. Visgi jei kalba būtų išmokstama atmintinai, taip pat galima būtų susidurti su tam tikrais pavojais. Pavojais galėtų būti tai, jog kalbos metu bus pamiršta kalba, kalbantysis susijaudins ir kalboje įterps neatsargius žodžius, kurie gali brangiai kainuoti (Grebliauskienė ir Večkienė, 2004).

Kokia kalba daro didžiausią įspūdį klausytojui? Tai kalba, kurią kalbėtojas sako gyvai, naudojami paprasti ir plačiai auditorijai suprantami išsireiškimai, glausti ir trumpi sakiniai, kaip įmanoma daugiau tiesiogiai bendraujama su auditorija, naudojami gestai, kurie kalbai suteikia svarumo.

1.7. Naujosios medijos

Medijos plačiąja prasme yra suvokiamos, kaip komunikacijos priemonės, kurios yra skirtos informacijos perdavimui. Tai yra masinės komunikacijos priemonės, kuomet informacija pasiekia didelę auditoriją žmonių. Prieš kelis dešimtmečius atsiradusios medijos, vadinamos naujosiomis medijomis, tokios kaip internetas, mobilieji telefonai, įsitraukė į visuomenės gyvenimą ir tapo neatsiejama jos dalimi. Medijų produktus naudojame kiekvienoje gyvenimo srityje – asmeninime,

socialiniame gyvenime ir kt. Interneto pagalba informaciją iš viso pasaulio mes galime pasiekti bet kuriuo paros metu. Medijų pagalba mes praplečiame savo žinias apie vysktančius procesus pasaulyje.

Medijos skatina interaktyvumą, t.y. jų pagalba galime dalyvauti veiksme. Pavyzdžiui, žaisti žaidimus internete galima su draugais iš kito pasaulio krašto ar nuotoliniu būdu bendrauti su jais. Interneto pagalba mes nebesame pasyvūs dalyviai, aktyviai galime įsitraukti į vykstančius procesus.

Tuo tarpu Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Konsultacijų bankas pateikia tokią sąvokos reikšmę – medija yra suprantama kaip komunikacijos priemonė arba kanalas, tarpininkas tarp informacijos siuntėjo ir gavėjo, taip pat turintis kodavimo bei sklaidos sistemą (Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Konsultacijų bankas).

Medijų guru vadinamas Marchallas McLuhanas tyrinėjo medijas ir jų poveikį visuomenei. McLuhanas teigė, jog medijos daro didelę įtaką visuomenės mąstymui bei vertinimų formavimuisi (Gudauskas, 2014). M. McLuhanas teigė, jog medija yra pranešimas. Medijos sukuria ir modeliuoja visuomenės bendravimo mastą bei formą. Kadangi medijos yra suvokiamos kaip tęsiniai, kai bet kokios medijos turinys bus kita medija. Pavyzdžiui, televizija yra kino turinys, kalba yra parašyto teksto turinys, parašytas tekstas yra spausdinto teksto turinys ir pan. Kaip matome medijos čia yra suvokiamos kaip vienas kito tęsiniai. Galima teigti, jog medijos yra žmogaus tęsiniai. McLuhanas taip pat pirmasis pateikė ir medijas suskirstė į karštas bei šaltas medijas. Karštos medijos išstumia visuomenę iš dalyvavimo, šaltos – įtraukia. Karštos medijos vieną juslę pratęsia su būsena, kuomet yra pateikiama be galo daug informacijos, publikai yra paliekama mažai spragų, kurias reikia užglaistyti, o šaltos medijos juslę pratęsia su menku kiekiu informacijos, kuomet daug ką reikia užbaigti pačiai publika. Karštosiose medijose yra juntamas pasyvus publikos dalyvavimas, o šaltose medijose atvirkščiai – aktyvus dalyvavimas. Taigi McLuhanas vienas pirmųjų fiksavo medijų raidoje vykstantį procesą, kuomet nuo pasyviosio vartotojo sąmonės buvo pereinama prie aktyviosios (Gudauskas, 2014).

XX a. 3 – 4 dešimtmečiuose Vakarų pasaulyje formavosi naujoji medija. Tai labiausiai buvo siejama su televizija. Visgi ji ne iš karto surado vietą tarp kitų itin gerai išsivysčiusių medijų – spaudos, radijo, kino. Europoje televizija žmones masiškai pasiekė tik Olimpinių žaidynių metų, kuomet jos masiškai buvo transliuojamos žmonėms. Tuo metu televizija tapo savarankiška medija (Gudauskas, 2014).

Televizijos, kaip savarankiškos medijos, atsiradimas paskatino komunikacijos sistemos keitimąsi. Televizijos pagalba galima buvo stebėti vaizdo ir garso transliacijas iš viso pasaulio. Keitėsi kasdienis žmogaus gyvenimas. Televizijoje transliuojama informacija yra pateikiama skirtingai nei ta pati informacija būtų pateikiama spaudoje. Televizijoje ji yra transliuojama vaizdo ir garso pagalba, tuo

tarpu spaudos – raštiško teksto. Visgi žmogus šią informaciją supras skirtingai. Atrodytų kaip ta pati informacija gali būti suprantama skirtingai? Vaizdas ir garsas televizijoje, perteikiamas turinys skatina žmones suprasti informaciją pagal patiriamą kontekstą, tuo tarpu informacija spaudoje gali palikti mažiau erdvės savarankiškam informacijos suvokimui.

Bėgant metams plėtojosi technologijos, vystėsi internetas. Šiandieniniame pasaulyje technologijoms, internetui vis daugiau vietos užimant kasdieniame žmogaus gyvenime, keičiasi ir medijų vartotojų įpročiai. Iš pasyvaus vartotojo, jis tampa aktyviu vartotoju (Gudauskas, 2014).

Pastaraisiais metais išpopuliarėję socialiniai tinklai yra laikomi nepakeičiama priemone, kurios pagalba labai greitai visuomenei yra pateikiama informacija. Socialiniai tinklai taip pat tampa neatsiejama bendravimo priemone. Taigi socialinės medijos šiandieniniame pasaulyje tampa itin svarbia informacijos pateikimo ir komunikacijos priemone. Sparčiai populiarėjančios socialinės medijos keičia ne tik nusistovėjusią bendravimo kultūrą, tačiau tampa ir informacijos sklaidos bei kartais manipuliavimo įrankiu. Todėl svarbu suvokti, kokią įtaką medijos daro visuomenei (Janavičienė, 2014).

Medijos nebėra vien tik informacijos perdavimo priemonė. Jos yra taip įtrauktos į visuomenės gyvenimą, kad jos tapo socialinės kultūros dalimi (Kirtiklis, 2015). Naujosios medijos yra siejamos su skaitmeninėmis technologijomis. Aptarsime du naujųjų medijų apibrėžimus. Remiantis pirmuoju apibrėžimu, naujosios medijos yra suvokiamos kaip komunikacijos bei informacijos technologijos, kurios yra svarstymo etape. Tuo tarpu pagal antrąjį naujųjų medijų apibrėžimą, joms yra suteikiama platesnė samprata – naujosios medijos apibrėžiamos kaip neaiškūs objektai kartu su neaiškiu jų panaudojimu. Neaiškumas atsiranda vystantis naujausioms technologijoms bei masinės komunikacijos priemonėms, kurių naudojimas gali būti sudėtingas dėl kitų technologijų įtakos (Nevinskaitė, 2011).

Šiandieniniame pasaulyje technologijoms vis daugiau vietos užimant kasdieniame žmogaus gyvenime, keičiasi ir medijų vartotojų įpročiai. Iš pasyvaus vartotojo, jis tampa aktyviu vartotoju (Gudauskas, 2014).

Pastaraisiais metais išpopuliarėję socialiniai tinklai yra laikomi nepakeičiama priemone, kurios pagalba labai greitai visuomenei yra pateikiama informacija. Socialiniai tinklai taip pat tampa neatsiejama bendravimo priemone. Taigi socialinės medijos šiandieniniame pasaulyje tampa itin svarbia informacijos pateikimo ir komunikacijos priemone. Sparčiai populiarėjančios socialinės medijos keičia ne tik nusistovėjusią bendravimo kultūrą, tačiau tampa ir informacijos sklaidos bei kartais manipuliavimo įrankiu. Todėl svarbu suvokti, kokią įtaką medijos daro visuomenei (Janavičienė, 2014).

Medijos nebėra vien tik informacijos perdavimo priemonė. Jos yra taip įtrauktos į visuomenės gyvenimą, kad jos tapo socialinės kultūros dalimi (Kirtiklis, 2015). Naujosios medijos yra siejamos su skaitmeninėmis technologijomis. Aptarsime du naujųjų medijų apibrėžimus. Remiantis pirmuoju apibrėžimu, naujosios medijos yra suvokiamos kaip komunikacijos bei informacijos technologijos, kurios yra svarstymo etape. Tuo tarpu pagal antrąjį naujųjų medijų apibrėžimą, joms yra suteikiama platesnė samprata – naujosios medijos apibrėžiamos kaip neaiškūs objektai kartu su neaiškiu jų panaudojimu. Neaiškumas atsiranda vystantis naujausioms technologijoms bei masinės komunikacijos priemonėms, kurių naudojimas gali būti sudėtingas dėl kitų technologijų įtakos (Nevinskaitė, 2011).

Naujosios medijos po truputį išstumia senąsias medijas ir keičia įprastas ir iki tol naudotas komunikacijos priemones, pateikiant visuomenei naujas interaktyvias komunikacijos priemones. Naujosios medijos yra greitesnės nei tradicinės. Taip pat jos yra atviros bei aktyvios. Tradicinės medijos turėjo auditoriją, tuo tarpu naujosios medijos turi vartotojus. Ir svarbiausia naujosios medijos sukuria sąlygas pateikti informaciją per įvairius kanalus ir pasiekti tikslinę auditoriją.

2. ŠIUOLAIKINĖ POLITINĖ KOMUNIKACIJA

Pastaraisiais metais vakarų šalių demokratijos susidūrė su netikėtais įvykiais, kurie prieštarauja rinkiminei logikai, buvusiai iki tol. Tokios situacijos kaip pavyzdžiui pasipriešinimai nusistovėjusiai politinei santvarkai ar referendumų atmetimas, kuriais buvo norima pasiekti taikų susitarimą su revoliucinėmis ginkluotosiomis pajėgomis Kolumbijoje, Brexit pergalė Didžiojoje Britanijoje, netikėta Donaldo Trumpo pergalė Prezidento rinkimuose Jungtinėse Amerikos Valstijose ar populistinių partijų iškilimas kai kuriose Europos valstybėse. Visi šie įvykiai išryškino politinės komunikacijos vaidmenį ir jos efektą piliečiams. Vyraujanti įtampa ir dabartinės diskusijos apie tai, kokiu mastu politinė komunikacija ir žiniasklaida gali prisidėti prie demokratijos valstybėse, pasitikėjimo, piliečių dalyvavimo politiniuose procesuose bei tarpusavio supratimo, esančio tarp politikų ir rinkėjų, valdžios institucijų ir piliečių. Politinė komunikacija susiduria su daugybe iššūkių ir grėsmių ne tik akademiniu, tačiau ir politiniu požiūriu (Ruas ir Capdevila, 2017).

Dauguma atliktų tyrimų nurodo, jog dabartinė politinė komunikacija ir profesiniu, ir akademiniu požiūriais, yra skirta žiniasklaidos ir piliečių teisėtumui pasiekti. Pavyzdžiui, piliečiai siekia rasti politikoje dalyvaujančiuose asmenyse tam tikrus bruožus, kuriais remiantis piliečiai galėtų pasitikėti jais ir politika apskritai. Tiesioginis kontaktas tarp šių asmenų ir piliečių nėra visada galimas ir dėlto tradicinės ir naujosios žiniasklaidos priemonės suvaidina nemažą vaidmenį. T.y. bandoma kuo labiau sumažinti atstumus tarp šių dviejų šalių, kad jie būtų kaip įmanoma artimesni vienas kitam, o ne tolinti jų tarpusavio ryšius bei priklausomybę. Visa tai priklauso nuo tam tikrų komunikacijos ir politinių kintamųjų, kuriuos siekiame išmatuoti ir įvertinti, pabrėžti kaip skirtingi politikos veikėjų ir visuomenės sąveika prisideda prie jos dalyvavimo ir sveikos demokratijos įtvirtinimo skatinimo (Ruas ir Capdevila, 2017).

2.1. Politinės komunikacijos samprata

Politinė komunikacija ir jos reikšmė visuomenės politiniame gyvenime yra neabejotina. Tiksliai ir aiškiai apibrėžti, kas tai yra politinė komunikacija yra gana sunku. Kadangi vyrauja nemažai šios sąvokos apibrėžimų, apžvelgsime keletą iš jų ir bandysime sudėlioti reikšmingiausius aspektus, būdingus politinės komunikacijos sąvokos suvokimui.

Politinė komunikacija gali būti suvokiama kaip valdžios instrumentas, kurio pagalba politikos veikėjai kartu su žiniasklaida veikia visuomenės nuomonę politinėmis aktualijomis, taip pat struktūruoja visuomenės politinę elgseną, telkia politinius bendraminčius, įgyvendina politinius

sprendimus bei organizuoja ideologines struktūras (Bielinis, 2005). Taigi remiantis šiuo požiūriu galime teigti, jog politinė komunikacija yra itin svarbi politikoje dalyvaujančių asmenų darbo priemonė. Visgi, ji yra net tik svarbi politikoje dalyvaujantiems asmenims, tačiau taip pat ir žiniasklaidos atstovams. Politika yra žiniasklaidos darbo dalis. Politikai ar politikoje dalyvaujantys asmenys bei žiniasklaida turi akivaizdžią įtaką visuomenės nuomonės formavime tam tikrais politiniais klausimais, todėl norint išanalizuoti politinės komunikacijos ypatumus reikia analizuoti politinės komunikacijos kultūrą. Politinės komunikacijos kultūra šiuo atveju suprantama kaip santykis tarp žiniasklaidos ir politikos veikėjų (Statneckytė, 2013). Visgi, politinė komunikacija nėra laikoma toliau aprašytais dalykais (Bielinis, 2005):

- Viešoji komunikacija. Viešoji komunikacija yra suprantama, kaip valstybės institucijų bei įstaigų komunikacija su visuomene.
- Politikos mediatizavimas, kuris suvokiamas, kaip politikos ir žiniasklaidos susijungimas. Remiantis tokiu požiūriu, žiniasklaida daro įtaką politikos procesams, tam tikri politiniai įvykiai gali būti inicijuojami žiniasklaidos ir jos yra išryškinami. Žiniasklaida gali tapti padėties šeimininke ir vaidinti itin svarbų vaidmenį šiame procese (Bielinis, 2016).
- Politikos rinkodara, kuri suprantama kaip negalėjimas suplanuoti bet kokių pasikeitimų kalboje.

Visgi, remiantis L. Bielinio požiūriu, verta atsižvelgti į nuomonę, jog politinė komunikacija yra atviras bei dinamiškas procesas, kuriame vyrauja trys sudedamosios dalys (Bielinis, 2005):

- Informacija.
- Politika.
- Viešoji nuomonė.

Remiantis aukščiau paminėta politinės komunikacijos samprata ir jos sudedamosiomis dalimis, galime pamatyti, jog politinė komunikacija nėra apibrėžiama kaip uždara erdvė. Atvirkščiai, politinė komunikacija vyksta atviroje erdvėje, kurioje pagrindiniai šiuolaikinės politikos veikėjai gali keistis informacija įvairiais diskursais (pvz. kalbėdami, skaitydami ar rašydami). Taip jie gali pateikti savo pozicijas ar nuomones tam tikrais politiniais klausimais, bei tuo pačiu metu sukurti bendrą požiūrį ar sistemą aktualiais politiniais klausimais.

Taip pat politinė komunikacija gali būti suvokiama kaip demokratinės valstybės politinės sistemos komunikacija, kuomet žiniasklaida ir jos priemonės yra suvokiamos kaip bene svarbiausias politinės komunikacijos instrumentas (Matkevičienė, 2008). Šiuo atveju žiniasklaida yra suprantama kaip priemonė, kurios pagalba visuomenė gali būti informuojama apie tam tikrus įvykius, taip pat gali būti inicijuojamos diskusijos visuomenėje bei formuojamas tam tikras politinis požiūris.

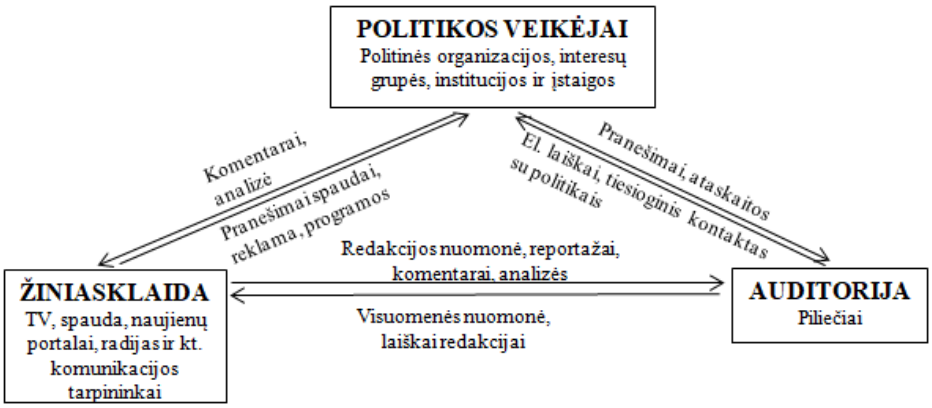
Kaip jau minėjome, žiniasklaida yra bene svarbiausias politinės komunikacijos elementas. Technologijų vystymasis lėmė, jog informacija visuomenę pasiekia vis greičiau ir įvairiomis priemonėmis arba, kitaip tariant, komunikacijos kanalais. Komunikaciniai kanalai yra suvokiami kaip komunikacijos priemonės, materialusis pranešimo dėmuo, kuris turi įtakos siunčiamai informacijai. Komunikacijos kanalų pavyzdžiais galima laikyti informacijos perdavimą kalba, raštu, elektroninėmis ar kitomis priemonėmis (Komunikacijos samprata, www.saltiniai.info).

2.2. Politinės komunikacijos proceso elementai

Politinė komunikacija, kaip ir visi kiti procesai, yra sudaryta iš tam tikrų elementų visumos. Jei bent vieno iš išvardintų elementų nebus, nebus ir politinės komunikacijos. Taigi plačiau apžvelgsime elementus, kurie yra būtina sąlyga atsirasti politinei komunikacijai. Yra išskiriami tokie politinės komunikacijos elementai (McNair, 2007):

- Politikos veikėjais gali būti asmenys, organizacijos, grupės ir kt., kurie vienaip ar kitaip dalyvauja politikos veikloje. Tai gali būti politinės partijos, interesų grupės, valstybės institucijos ar įstaigos, tarptautinės organizacijos ir pan.
- Žiniasklaida suprantama kaip komunikacijos priemonės ar medijos tarp informacijos siuntėjų ir gavėjų. Žiniasklaidos pavyzdžiais čia galime laikyti televiziją, įvairias spaudos priemones, naujienų portalus, radiją ar kitus komunikacijos tarpininkus.
- Auditorija yra suvokiama kaip visuomenė, t.y. piliečiai, kurie yra neatsiejama politinės komunikacijos dalis.

Šių politinės komunikacijos elementų sąveiką bei tarpusavio priklausomybę iliustruoja žemiau esanti schema (pav. 3).



Šaltinis: McNair, 2007

3 pav. Masinės komunikacijos priemonės

Remiantis šia schema galime matyti, jog politikos veikėjai, žiniasklaida bei auditorija yra tarpusavyje susiję ir sąveikaudami vieni su kitais, suteikia galimybes atsirasti politinei komunikacijai. Kaip matome politikos veikėjai yra pavaizduoti schemos viršuje, o kiti du elementai – žiniasklaida bei auditorija yra schemos apačioje. Pastarieji du elementai sudaro tarsi pagrindą, be kurio negalėtų vykti politinė komunikacija. Verta pabrėžti, jog politinės komunikacijos procesas tarp šių trijų elementų vyksta nuolatos. Jei nebūtų bent vieno iš šių elementų, nebūtų galima politinė komunikacija. Pavyzdžiui, jei nebūtų auditorijos – žiniasklaida neturėtų kam teikti informacijos, o jei nebūtų žiniasklaidos - auditorija neturėtų informacijos šaltinio. Taigi nesant bent vienam iš šių elementų, politinės komunikacijos procesas nutrūktų ir nustotų egzistavęs.

Išsamiau apžvelgsime kiekvieną iš politinės komunikacijos elementų. Politikos veikėjai, norėdami pasiekti tikslinę auditoriją, t.y. piliečius, pasitelkia pranešimus, ataskaitas, naudoja reklamą ar įvairias viešųjų ryšių technologijas. Verta paminėti, jog kartais politikos veikėjai gali pasiekti auditoriją pasitelkiant tarpininkus. Tuo tarpu auditorija suformuoja tam tikrą nuomonę politikos veikėjų pateiktais klausimais ir elektroninių laiškų, tiesioginio kontakto su politikais ar kitų priemonių pagalba informuoja politikos veikėjus, suteikia grįžtamąjį ryšį. Kaip jau minėjome, politikos veikėjais gali būti politinės partijos, interesų grupės, valstybės institucijos ar įstaigos, tarptautinės organizacijos. Svarbu paminėti, jog politikos veikėjai nori pasiekti savo išsikeltus politinius tikslus. Norint pasiekti šiuos tikslus jie turi vykdyti politinę komunikaciją, aiškiai numatyti tikslinę auditoriją, kuriai skirta politinė komunikacija, bei tiksliai numatyti, kokias komunikacijos priemones (kanalus) bus pasitelkta siekiant pasiekti tikslinę auditoriją. O tam, kad politikos veikėjų vykdoma komunikacija auditorijos būtų suprantama ir išgirsta tinkamai yra pasitelkiama žiniasklaida, kurios vaidmuo šiame procese yra neabejotinas.

Politikos veikėjais gali būti ne tik politinės partijos. Jais gali būti valstybės institucijos ir įstaigos, tarptautinės organizacijos ar visuomeninės organizacijos. Kaip matome visuomeninės organizacijos jei jos turi politinių tikslų, taip pat gali būti laikomos politikos veikėjais. Tokių visuomeninių organizacijų pavyzdžiais galima laikyti įvairias profesines sąjungas, vartotojų teisių apsaugos organizacijas ir pan. (Požela, 2006).

Kitas politinės komunikacijos proceso elementas yra auditorija. Auditorija yra laikomi piliečiai, visuomenė, į kuriuos ir yra nukreiptas politinės komunikacijos procesas. Tai yra bene svarbiausias elementas. Jei nebūtų auditorijos, nebūtų kam skirti politinių pranešimų, nebūtų pačios politinės komunikacijos proceso esmės.

Auditoriją galėtume išskirti į dvi dalis – plačiąją bei siaurąją (Požela, 2006). Plačioji auditorija dažniausiai yra pasiekiama veikiant masinėms komunikacijos priemonėms. Masinės komunikacijos priemonės sudaro galimybę vienu metu pasiekti didelę auditoriją. Kaip pavyzdį galėtume pateikti pranešimo transliavimą televizijos laidose. Egzistuoja ir siauroji auditorija, kuomet pranešimu pasiekiama siauras auditorijos ratas. Čia pavyzdys galėtų būti kai politinėje partijoje yra inicijuojami jos vadovo rinkimai. Tokiu atveju tikslinė auditorija yra partijos nariai.

Visgi, auditorija tuo pat metu gali būti ir plačioji, ir siauroji. Išsiaiškinti, kokiu būdu taip gali būti geriausiai yra pasitelkiant pavyzdį – spaudoje paskelbiamas pranešimas, jog yra įvykdytas teroristinis išpuolis kurioje nors pasaulio valstybėje. Šiuo atveju plačioji auditorija būtų laikoma visi tos valstybės piliečiai, taip pat kaip plačiąją auditoriją galėtume laikyti ir kitų valstybių piliečius, nes juos taip pat pasiekė toks pranešimas. Remiantis šiuo pavyzdžiu siaurąja auditorija galėtume laikyti tos valstybės, kurioje įvyko teroristinis išpuolis, valdžią. Pranešimu yra siunčiama informacija, jog reikia imtis tam tikrų politinių veiksmų, jog nepasikartotų tokie išpuoliai ateityje. Nesvarbu, ar auditorija yra plati, ar siaura, politinės komunikacijos pagrindinis tikslas yra vis tiek toks pats – pasiekti auditoriją ir ją paveikti.

Trečiasis politinės komunikacijos proceso elementas – žiniasklaida. Ne tik žiniasklaida, tačiau ir kitos komunikacijos priemonės tampa vis svarbesniais informacijos perdavimo auditorijai instrumentais. Internetą taip pat galime laikyti informacijos perdavimo instrumentu, kurio pagalba tikriausiai yra pasiekiama didžiausia auditorija. Perduodant informaciją siekiama dvejopų tikslų. Pirmasis tikslas yra perduoti politikos veikėjų informaciją auditorijai, tuo tarpu antrasis tikslas – perduoti auditorijos vertinimus, nuomonę bei lūkesčius politikos veikėjams.

Kaip matome žiniasklaida yra tarsi tarpininkė tarp kitų dviejų politinės komunikacijos proceso elementų, tačiau taip pat ji yra ir erdvė, be kurios šiems dviem elementams būtų sunku komunikuoti tarpusavyje. Politinės komunikacija, padedama žiniasklaidos ar kitų priemonių pagalba, stengiasi daryti įtaką visuomenės mąstymui (Nugaraitė, 2015). Idealioje demokratinėje valstybėje žiniasklaida atliks šias funkcijas (McNair, 2007):

- Visuomenės informavimo funkcija, t.y. informuos, kas vyksta.
- Teisingų ir klaidingų faktų atskyrimo funkcija.
- Žiniasklaida kaip pagrindas atsirasti diskusijoms visuomenėje, kas privestų prie tam tikros nuomonės suformavimo.

Tuo tarpu neidealioje demokratinėje visuomenėje, žiniasklaida taip pat atliks visuomenės informavimo funkciją. Visgi tai bus subjektyvesnė nuomonė, kuomet valdžia daro įtaką žiniasklaidai ir

pateikia tokią informaciją, kuri yra priimtina valdžiai. Atsiranda neaiškumų bei nutylėjimų, pateikiama tokia informaciją, kokios nori valdžia.

Šiandieniniame pasaulyje žiniasklaidos galia auga ir kuo toliau, tuo ji labiau įsiskverbia į visuomenės gyvenimą. Žiniasklaidos pagalba politikos veikėjai gali veikti visuomenės požiūrį tam tikrais politiniais klausimais bei realizuoti politinius sprendimus (Bacys, 2018).

Kaip matome, visi minėtieji politinės komunikacijos elementai – politikos veikėjai, auditorija ir žiniasklaida, yra tarpusavyje susiję ir neatsiejami vienas nuo kito. Politinė komunikacija neįvyktų, jei joje nebūtų nors vieno iš šių elementų.

2.3. Politinės komunikacijos efektai

Politinės komunikacijos efektai – tai politinės komunikacijos rezultatai ar poveikis visuomenei, koks rezultatas buvo pasiektas visuomenėje vykdant politinę komunikaciją. Politinės komunikacijos efektus galima būtų išskirti į du lygmenis – mikro bei makro. Mikro lygmuo yra kuomet informacija paveikia bei daro įtaką ne didelei grupei individų, tačiau vienam individui. Tuo tarpu makro lygmuo paveikia didelę auditoriją ir tai tampa viešąja nuomone. Makro lygmuo yra neabejotinai svarbesnis bei aktualesnis nagrinėjant politinės komunikacijos temą (Indrašiūtė, 2010). Taip yra todėl, nes pateikiama informacija yra siekiama paveikti didelę auditoriją žmonių, kad paskleistą informaciją išgirstų kuo daugiau visuomenės narių, kad ta informacija įsitvirtintų visuomenėje ir būtų norma. Tuo tarpu vieno individo nuomonė politinės komunikacijos kontekste nėra tokia svarbi kaip daugumos nuomonė. Individo nuomonė nublanks prieš daugumos nuomonę.

Politikos veikėjų tikslas yra pasiekti kuo didesnę auditoriją žmonių, kad jų informacija bei nuomonė vyrautų viešojoje erdvėje. Tam, kad politikos veikėjai galėtų pateikti norimą informaciją, pasitelkiamos priemonės visuomenės nuomonei pasiekti. Šiuo atveju politikos veikėjai tampa tarsi paslaugos gamintojais, visuomenė – vartotojais, o pati politinė informacija tampa objektu (Indrašiūtė, 2010). Tokią sistemą galima būtų prilyginti marketingo sistemai, nes rinkoje vyrauja tie patys elementai - gamintojai, vartotojai bei objektai. Politikos veikėjai pasitelkia politinę reklamą bei viešuosius ryšius, kad efektyviai ir tikslingai būtų pasiekiama visuomenė.

Yra išskiriamos keturios veiklos sritys, kuomet politiniai ryšiai yra susiejami su visuomene (McNair, 2007):

- Pirmoji sritis yra žiniasklaidos valdymas. Žiniasklaidos valdymu siekiama užtikrinti, kad politikos veikėjai būtų žinomi bei matomi visuomenėje ir, kad jie laisvai prieitų prie žiniasklaidos.
- Antroji sritis yra susikurto įvaizdžio valdymas. Dažniausiai ir lengviausiai tai galima pasiekti reklamos pagalba.
- Trečioji sritis yra vidinės komunikacijos stiprinimas, kuomet viskas yra išsprendžiama organizacijos viduje, pavyzdžiui įvairios problemos ar neaiškumai, kylantys organizacijoje.
- Bei ketvirtoji sritis yra informacijos valdymas. Tai galima pavadinti esmine priemone, padedančia formuoti visuomenės nuomonę viešojoje erdvėje bei kovoti su politiniais konkurentais.

Kaip matome šios veiklos sritys, kurios parodo, kaip politiniai ryšiai siejasi su visuomene, padeda politikos veikėjams įsitvirtinant, skleidžiant savo požiūrį bei idėjas. Taip pat reklamos pagalba yra sukuriamas įvaizdis, kurio siekia politikos veikėjai. Reklamos pagalba ne tik yra sukuriamas politikos veikėjų įvaizdis visuomenėje, tačiau taip pat reklamos pagalba gali būti skleidžiama informacija, kurią visuomenei siekia pateikti politikos veikėjai. Dėlto politikos veikėjai būna dažniau matomi visuomenėje, plačiau skleidžiamos jų idėjos ar programos. Tokiu būdu yra sudaromos sąlygos, kad visuomenė, t.y. rinkėjai, galėtų susipažinti su pateikiama informacija ir atėjus rinkimų laikui balsuotų už šiuos politikos veikėjus (Indrašiūtė, 2010).

Žiniasklaida daro didelę įtaką visuomenei, nes žiniasklaidos priemonės iliustruoja bei pateikia visuomenei informaciją. Žiniasklaidoje pateikiama informacija ir vaizdai daro įtaką visuomenės narių suvokimui, daro įtaką jų požiūrio formavime (Orbe, 2011). Reklama žiniasklaidoje atlieka dvi esmines funkcijas – informuoja visuomenę bei siekia įtikinti ją pateikiama informacija. Toliau iškyla visuomenės narių pasirinkimas – pasitikėti ta informacija, kuri yra pateikiama, ar pasidomėti įdėmiau ir susidaryti savo asmeninę nuomonę.

Kaip matome yra išskiriami du svarbiausieji momentai – visuomenės, t.y. rinkėjo nuomonė bei viešojoje erdvėje vyraujanti daugumos nuomonė. Svarbu, jog visuomenės nariai domėtųsi pateikiama informacija ir susidarytų požiūrį apie tam tikrą dalyką ne iškart, kai žiniasklaida pateikia informaciją, bet tik tada, kai tą dalyką išanalizuoja įdėmiau ir galbūt išklauso keletą nuomonių. Išklausius keletą nuomonių tuo pačiu klausimu, galima susidaryti savo asmeninę nuomonę, o ne iškart priimti tą požiūrį, kurį pateikia žiniasklaida (Scheufele, 2014). Pavyzdžiui galima pasidomėti ekspertų vertinimais ir jų nuomone. Ekspertai yra savo srities atstovai ir jie gali pateikti nepriklausomą požiūrį aktualiais klausimais.

2.4. Politinis lyderis

Šiuo metu politiniai lyderiai yra neabejotinai vieni svarbiausių asmenų politiniame kontekste. Dažnai politinės partijos ar organizacijos pasirenka savo organizacijos lyderį, kuris būna dažniausiai matomas bei atstovauja šiai partijai, kartais tampa jos reklaminiu veidu siekiant politinių tikslų (Kelerytė, 2010). Iš pirmo žvilgsnio dviejų gana panašių sąvokų – politinis lyderis bei lyderis – esminis skirtumas yra tas, jog politiniai lyderiai veikia politiniame kontekste, siekia politinės galios. Tuo tarpu lyderiai gali egzistuoti kitokiame kontekste, pavyzdžiui, lyderių galime turėti įvairiose organizacijose ir pan.

Politinę lyderystę galime apibrėžti kaip visuomenės struktūros vienetą, kuris yra veikiamas įvairių veiksnių – situacijos šalyje, jos ekonomikos, valstybės valdymo formos, kultūros ir pan. Pagrindinis politinės lyderystės tikslas yra valdžios siekimas, kuris demokratinėse valstybėse yra vykdomas rinkimų būdu.

Politinis lyderis gali būti apibūdinamas ir kaip asmuo, kuris išrinktas demokratinių rinkimų būdu bei kuris atstovauja savo rinkėjus (Vaičekauskienė, 2018). Kaip matome čia yra įterpiami rinkimai, kurie yra svarbūs demokratinėse valstybėse ir vienas iš jų požymių. Visgi rinkimai kartojasi kas keletą metų, todėl remiantis šiuo politinio lyderio apibrėžimu, atėjus kitiems rinkimams gali būti išrinkti nauji politiniai lyderiai. Taip politiniai lyderiai gali patirti laikinumo būseną, kuomet atėjus naujiems rinkimams bus į politiką išrinkti kiti asmenys.

Kaip ir visose srityse, taip ir politinėje lyderystėje yra svarbi komunikacija. Šiuo atveju yra itin svarbi politinio lyderio komunikacija, kaip politiniai lyderiai komunikuoja, kokias technikas naudoja, kaip savo verbaliniais bei neverbaliniais veiksmais reprezentuoja save ir pateikia save visuomenei. Tai yra svarbiausi aspektai, kurių pagalba siekiama politinių tikslų - valdžios (Kelerytė, 2010). Itin svarbu, jog politiniai lyderiai turėtų tinkamus komunikacinius įgūdžius, kurių pagalba jie gali tinkamai perduoti informaciją visuomenei, įkvėpti bei galbūt motyvuoti visuomenę, sudaryti tokį įspūdį, kokį yra norima sudaryti. Politinio lyderio komunikacija tampa esmine priemone informacijos pateikimui viešojoje erdvėje (Vaičekauskienė, 2016).

Nuo politinių lyderių komunikacijos priklauso, ar bus pasiekti norimi tikslai. Jų komunikacija ir yra nukreipta į visuomenę. Aiški ir tikslinga komunikacija yra pagrindinis siekis – nelieka neaiškumų, nesusipratimų, visuomenę pasiekia neiškraipyta informacija, o tokia, kokią yra norima pateikti. Politinis lyderis sulaukia tokios reakcijos, kokios ir buvo tikimasi (Zakaraitė, 2010). Politinis lyderis dažniausiai apibrėžiamas kaip asmuo, turintis tokias asmenines savybes – ryžtingas, turintis gerus

komunikacinius sugebėjimus, charizmatiškas, išsilavinęs, greitai besiorientuojantis situacijoje, turintis gerą iškalbos meną. Tai yra pagrindinės savybės, kurios išskiria žmogų iš aplinkos ir kitų žmonių.

Pagrindinis politinio lyderio tikslas – politinės valdžios siekimas. Pagrindinis politinės retorikos tikslas yra pateikti požiūrį tam tikru politiniu klausimu bei šiuo požiūriu paveikti visuomenę (Vaičekauskienė, 2016).

Apibendrinant galime teigti, jog politiniai lyderiai veikia pagal tam tikras taisykles. Komunikuodami jie turi stebėti visuomenės reakcijas į pateikiamą informaciją, sulaukti visuomenės vertinimo. Dažnai politiniai lyderiai pasitelkia įvairius specialistus, kurie jam padeda sukurti siekiamą įvaizdį. Visgi net geriausi specialistai nepadės, jei politinis lyderis neturės tam tikrų asmeninių savybių, nemokės visuomenei tinkamai perduoti norimos informacijos. Ne visada auditorija informaciją supranta taip, kaip yra norima, kad ji suprastų. Todėl politinis lyderis turi verbalinėmis ir neverbalinėmis priemonėmis paveikti visuomenę, kad ji jį išgirstų (Vaičekauskienė, 2016).

2.5. Politinio lyderio kriterijai

Mokslinėje literatūroje yra išskiriama įvairių kriterijų, kuriais remiantis galima būtų apibrėžti politinį lyderį. Visgi vienas svarbiausių kriterijų, kuriuo turi pasižymėti politinis lyderis yra mokėjimas komunikuoti.

Mokslinėje literatūroje yra išskiriamos charakteristikos būdingos politiniams lyderiams (Kelerytė, 2010). Plačiau aptarsime kiekvieną iš šių charakteristikų.

- Pirmoje kategorija apibūdina asmens kompetenciją. T.y. kokią patirtį turi asmuo, kaip jis supranta bei vertina politines situacijas, koks yra jo intelektas.
- Antroje kategorija nukreipta į asmenines žmogaus savybes, tokias kaip sąžiningumas, patikimumas.
- Trečioji kategorija nukreipta į asmens gebėjimą įgyvendinti savo politinius tikslus. Kaip vyksta jo politinės programos įgyvendinimas, ar apskritai pavyksta programą įgyvendinti. Ši kategorija parodo, ar asmuo laikosi žodžio ir įgyvendina užsibrėžtus tikslus.
- Ketvirtoji kategorija siejasi su asmens charizma. Svarbu kaip asmuo komunikuoja su auditorija, perteikia informaciją.
- Penktoji kategorija nukreipta į asmeninius bruožus, tokius kaip išvaizda, amžius.

Jei politikos veikėjai turi išvardintas charakteristikas, tai jie tikrai gali būti įvardijami kaip politiniai lyderiai. Nors išvardintos charakteristikos yra būdingos visų valstybių politiniuose

gyvenimuose dalyvaujantiems politiniams lyderiams, visgi valstybių santvarkos yra skirtingos, todėl skirtingose valstybėse politiniai lyderiai turi skirtingas reikšmes. Pavyzdžiui Baltarusijos ar Rusijos politinė santvarka skiriasi nuo Lietuvos ar kitų demokratinių valstybių, todėl jų politiniai lyderiai pasižymi griežtesniu tonu.

Kaip ir minėjome, vienas svarbiausių kriterijų, kuriuo pasižymi politinis lyderis, yra kalba bei mokėjimas komunikuoti. Kalbos pagalba politiniai lyderiai gali sutelkti savo sekėjus ir įtraukti į savo pasirodymą (Vaičekauskienė, 2018). Verbalinės strategijos (įvairių metaforų panaudojimas kalboje, vertybių deklaravimas, įvairūs šūkiai), t.y. kalbos, pagalba politiniai lyderiai auditorijai gali perteikti norimą informaciją. Verbalinės priemonės yra tokios pat svarbios kaip ir neverbalinės (kūno kalba, išvaizda, apranga ir kt.). Galima teigti, jog taip politiniai lyderiai ir politikos veikėjai konstruoja politinę komunikaciją (Vaičekauskienė, 2018).

Verbalinės ir neverbalinės priemonės yra komunikacijos elementai, todėl itin svarbu, kad politiniai lyderiai aiškiai ir tiksliai auditorijai perteiktų informaciją. Jei asmuo nemokės tinkamai perteikti informacijos auditorijai, tai galima sulaukti visai kitokios jos reakcijos nei buvo tikėtasi. Politiniai lyderiai turi mokėti iškalbos, retorikos meno, sklandžiai dėstyti savo mintis. Kaip yra pateikiama informacija kartais auditorijos yra sutinkama palankiau nei, kad pačios informacijos turinys, kuris ir turėtų būti svarbiausias auditorijai. Šiais technologijų laikais nemaža dalis politikos veikėjų naudojasi socialiniais tinklais. Socialiniai tinklai yra tarsi tarpininkas tarp politikos veikėjų ir auditorijos. Naudojantis socialiniais tinklais galima visuomenę pasiekti tiesiogiai ir be tarpininkų (pvz. žiniasklaidos), informacija visuomenei yra pateikiama greitai ir plačiu mastu (Medina ir Sanchez Cobarro, 2017). Visgi, naudotis socialiniais tinklais yra ne tas pats, kas tiesiogiai bendrauti su auditorija. Bendraujant įvairių priemonių pagalba galima iš anksto numatyti, kokią informaciją nori paskleisti auditorijai, galima praktikuotis ir prašyti specialistų pagalbos. Taip yra paprasčiau kontroliuoti informaciją. Tuo tarpu tiesioginis bendravimas yra sudėtingesnis, nes ištartų žodžių negali atsiimti ir ne visada gali kontroliuoti ką ir kokiu būdu reiktų pasakyti.

Matome, jog komunikacija apskritai vaidina svarbų vaidmenį šiuolaikinėje visuomenėje. Tai tarsi priemonė, kuriai yra suteikiamos galimybės pasiekti auditoriją (Zhouxiang. ir Herrmann, 2016). Apibendrinant galima teigti, jog politiniai lyderiai turi turėti iškalbos meno sugebėjimų, nes tai paprasčiausia ir universaliausia priemonė auditorijos valdymui.

2.6. Naujosios medijos ir politinė komunikacija

Šiandien vystantis politinės komunikacijos sričiai vis svarbesne dalimi tampa naujosios medijos. Anksčiau politinė komunikacija buvo vertinama kaip gamybos, platinimo bei politinės informacijos suvokimo procesas siekiant sutarimo dėl vieno ar kito politinio veiksmo. Tai pat komunikacija buvo vienakryptis informacijos dalinimosi procesas. Plėtojantis technologijų sričiai, politinė komunikacija tapo įrankiu, kuris ne tik užtikrina informacijos paruošimą, bet tuo pačiu daro ir plėtoja politinius sprendimus. Senosios tradicinės medijos susiduria su naujosiomis medijomis ir nurodo keletą savybių, kurios padeda atskirti šias dvi medijas bei parodo, kaip valdžia ir politikos veikėjai naudoja socialines medijas, kad pasiektų savo politinius tikslus.

Šiandien politinė sfera apima platų spektrą bendradarbiavimo formų – nuo dalyvavimo įvairiose organizacijose iki diskusijų ar peticijų pasirašymo internete. Visuomenės aktyvumas ir bendradarbiavimas politiniame valstybės gyvenime transformuoja politinę komunikaciją. Transformuojantis politinės komunikacijos sričiai vis didesnį įtaką daro socialinės medijos, tokios kaip socialiniai tinklai, įvairūs blogai ir kt. Naudodamasi šiomis socialinėmis priemonėmis visuomenė pavyzdžiui gali palikti komentarus ar atsiliepimus rūpimais klausimais ar bendrauti su valdžios atstovais, t.y. suteikti grįžtamąjį ryšį.

Komunikacijos proceso vystymasis ir komunikacijos potencialo naudojimasis politinėje srityje yra nustatomas esant palankioms sąlygoms - valdžios atstovų, kurie internete talpina pranešimus, kvalifikacijos kėlimą, bei valdžios papildomo dėmesio skirimą bendradarbiavimui su visuomene elektroninėje erdvėje. Naujosios medijos gali ir privalo atlikti svarbų vaidmenį kuriant elgesio taisyklių sistemą internete, valdžios atstovų ir visuomenės elektroninės komunikacijos kultūrą (Chekunova, 2016). Įvairiose pasaulio valstybėse yra plačiai naudojamas dvikryptis komunikacijos modelis, kai piliečiai gali bendrauti su valdžios atstovais oficialiose institucijų svetainėse. Lietuvoje tai nėra itin paplitę, tačiau einama šia linkme – visuomenė artinama prie valdžios.

Naujosios medijos dabar vaidina aktyvų vaidmenį politiniame gyvenime. Politinė sistema negali veikti be efektyvių informacijos perdavimo kanalų, kuriais perduodamos politinės žinutės. Naujųjų medijų aplinka yra dinamiška, nuolat kintanti ir toliau kurianti naujus, kartais netikėtus būdus, turinčius rimtų pasekmių demokratiniam valstybės valdymui ir politikai. Naujosios medijos radikaliai pakeitė valdžios institucijų darbą, t.y. politinių lyderių komunikacija, piliečių dalyvavimą politikoje, iš naujo apibrėžė žiniasklaidos atstovų vaidmenį (The New Media’s Role in Politics, 2018).

Naujosios medijų priemonės yra skirtos bendravimo būdams, palengvinantiems politinio turinio kūrimą, platinimą ir keitimąsi internete, atsižvelgiant į jų sąveiką ir bendradarbiavimą. Naujosios medijos turi plačią įtaką demokratiniam valstybės valdymui ir politinei situacijai. Šių medijų iškilimas apsunkino politinės komunikacijos sistemą. Tradicinė medija, kurią sudaro įsteigtos masinės medijos institucijos, laikraščiai, radijo laidos, televizija bendradarbiauja kartu su naujomis medijomis, kurias skatino technologijų plėtra ir vystymasis. Nors tradicinės medijos palaiko santykinai stabilias priemones, naujosios medijos pateikia kitas priemones, tokias kaip tinklaraščiai, vaizdo dalinimosi platformos, skaitmeninės programos, socialiniai tinklai. Kaip jau buvo minėta, naujųjų medijų pagalba informacija gali būti perduodama tiesiogiai visuomenei be pašalinių įsikišimo, kas yra būdinga tradicinėms medijoms. Visgi naujosios medijos priemonės padidino nestabilumo ir nenuspėjamumo lygį politiniame komunikacijos procese (The New Media's Role in Politics, 2018).

Naujosios medijos gali pasiekti net tos informacijos nesiekiančius auditorijos narius, per individualius, tarpusavyje susijusius kanalus, pvz. Facebook, Twitter. Taip pat naujosios medijos priemonės siekia įtraukti visuomenę į politinę veiklą, pvz. rinkimai, susisiekimas su valdžios pareigūnais internete, dalyvauti protesto akcijose ir pan. Tokiu būdu jos pralenkė demokratinės spaudos priemones.

Naujųjų medijų sudėtingumo atspindi turinio įvairovė. Jų pagalba politikos veikėjai gali skleisti politinę informaciją, tačiau ne visada tokia informacija gali būti patikima. Politikos veikėjai dalinasi ta informacija, kuri jiems yra aktuali, pateikia savo vertinimus, kurie kartais gali klaidinti visuomenę ir būti tolia nuo realios situacijos – visuomenei gali būti pateikiama klaidinga informacija. Dažnai atsitinka taip, jog socialiniuose tinkluose yra pateikiama klaidinga informacija ir nėra rūpinamasi ar ieškoma būdų, kaip užkirsti tokios informacijos plitimą visuomenėje. Atvirkščiai – norima, kad ši informacija pasiektų kuo didesnę auditoriją žmonių ir ja patikėtų (The New Media's Role in Politics, 2018).

Tuo tarpu tradicinėse žiniasklaidos priemonėse informacija būna pateikiama ne paties politikos veikėjo, tačiau žiniasklaidos atstovo. Profesionalūs žiniasklaidos redaktoriai, reguliuoja informacijos srautą taikydami naujienų principus ir susijusius standartus su visuomenės gerove. Žiniasklaidos pateikiama informacija turi atitikti realius faktus, todėl faktai visada yra tikrinami. Visa tai pakeitė socialinės medijos, kurių pagrindinis tikslas yra pritraukti kuo daugiau visuomenės, nepaisant į naujienų turinį ar jų vertę. Visuomenės nariai turi pasistengti, kad galėtų atskirti tikrus faktus nuo melo bei svarbią informaciją nuo to, kas yra nereikšminga.

Galima pateikti keletą paaiškinimų, kaip galima pakeisti politinės informacijos kiekį ir kokybę. Technologiniai ištekliai leidžia informacijai daugintis be jokių limitų. Pavyzdžiui, informacijai pasirodžius socialiniuose tinkluose, žmonės gali dalintis ta informacija ir taip ji pasiekia plačią auditoriją. Pranešimais dalinamasi, nes jie yra sukuriami naujienų platformose. Naujosios medijos priemonės, tokios kaip Google, Facebook, Twitter, pritraukia dideles auditorijas, kurios atnešą pajamas šiems socialiniams tinklams. Politinis turinys naudojamas šiuose socialiniuose tinkluose skatina auditoriją naudotis jų sukurtais produktais, o ne vykdyti visuomenės informavimo funkciją.

Po D. Trump tapimo Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentu atsirado alternatyvi klaidingos informacijos (fake news) reikšmė. Savo pirmosios spaudos konferencijos metu jis šį žodžių junginį pavartojo kaip įžeidžiančią nuorodą į tradicinę žiniasklaidą. CNN žurnalistas norėjo prezidentui užduoti klausimą, kai tuo tarpu gavo atsakymą, jog jis teikia klaidingą informaciją („You are fake news“). D. Trump su savo komanda dažnai naudoja šiuos žodžius, bandydami paneigti tradicinėse žiniasklaidos priemonėse pateikiamą informaciją, kuri dažnai yra nepalanki prezidentui (The New Media’s Role in Politics, 2018).

Naujosios medijos išplėtė ir sumažino tradicinės medijos vaidmenį demokratinėse visuomenėse. Naujųjų medijų teigiama pusė yra ta, jog ji žymiai padidino politinės informacijos potencialą, leidžiančią pasiekti didelę auditoriją, net tuos, kurie tos informacijos nesiekė. Taip pat naujosios medijos sukūrė portalus, kuriuose galima atvirai dalintis nuomone. Sukūrė naujus būdus, kaip visuomenė gali būti arčiau valdžios ir prisidėti prie politinės informacijos srauto. Tuo pačiu metu naujųjų medijų atsiradimas sukelia nepalankią padėtį informacijos visuomenei pateikime. Atrodo, jog yra mažai veiksmingų ir patikrintų priemonių, kurios užkirstų kelią klaidingos informacijos viešinimui. Dabartinė situacija gali reikšti žemą demokratinį laisvos spaudos imperatyvą (The New Media’s Role in Politics, 2018).

Politikos veikėjai dažnai jaučia visuomenės spaudimą priimti populiarius sprendimus, taip kovojant dėl savo politinių reitingų. Naujosios medijos lemia, kad politikos atstovai turi įtikti visuomenei, jų kalbos turi pritraukti didelę auditoriją. Dažnai visuomenė pasiduoda populistiniams šūkiams ir tada galima manipuliuoti ja. Tuo tarpu politikos veikėjai, kurie turi priimti nepopuliarius politinius sprendimus, turi mokėti valdyti viešąją nuomonę (Viešosios politikos profesionalai gali mesti iššūkį populistams, 2016). Naujosios medijos pamažu keičia tradicinę politinę komunikaciją. Kuomet politiniai procesai suartėja su medijomis ir socialiniais tinklais. Politiniai procesai susitapatina su komunikacijos procesais.

3. EKSPERTŲ POŽIŪRIS Į PREZIDENTĖS KOMUNIKACIJOS RAIDĄ: TYRIMAS

3.1. Tyrimo metodika

Siekiant ištirti Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacijos raidą buvo atlikta dokumentų analizė, lyginta bei apibendrinta analizuota literatūra komunikacijos bei politinės komunikacijos tematika. Atlikus teorinę analizę buvo atliktas tyrimas.

Savo prigimtimi šio magistrinio darbo tyrimo metodologija yra kokybinė. Kokybinė metodologija pasirinkta, nes kokybinis tyrimas paprastai yra suprantamas kaip telkimąsis į asmenines patirtis (Žydžiūnaitė ir Sabaliauskas, 2017). Kokybiniai tyrimai pasirenkami, nes yra surenkami kokybinė informacija, kurios pagalba galima atskleisti asmenų patirtis ar procesus. Jų pagalba galima interpretuoti informaciją pagal tai, kokia prasmė jiems yra suteikiama.

Atliktame tyrime taikyta atvejo analizė, nes tyrimo pagalba siekta gauti ekspertų bei suinteresuotų asmenų nuomonę bei vertinimus konkrečia tematika, t.y. Prezidentės komunikacija. Vienas svarbiausių atvejo analizės strategijos privalumų yra tas, jog yra gilinamasi į konkretaus objekto ypatumus ir jų neįmanoma ištirti kitomis socialinių tyrimų strategijomis (Bitinas, Rupšienė ir Žydžiūnaitė, 2008). Remiantis tuo, jog atvejo analizė padeda paaiškinti bei suprasti sudėtingus ryšius realiose situacijose, todėl ir buvo pasirinkta ši strategija.

Magistro baigiamajame darbe taikytas interviu duomenų rinkimo metodas. Interviu buvo atliekamas su ekspertais bei suinteresuotais asmenimis. Šis duomenų rinkimo metodas pasirinktas, nes siekta gauti ekspertų bei suinteresuotų asmenų požiūrį, nuomonę bei vertinimus prezidentės komunikacijos tema. Tai paprasčiausias būdas suprasti, ką ekspertai bei suinteresuoti asmenys mano apie tiriamą objektą (Bitinas, Rupšienė ir Žydžiūnaitė, 2008). Interviu buvo atliekami su ekspertais, savo srities profesionalais. Taip pat interviu buvo atliekamas su dviem suinteresuotais asmenimis, kurie dirba kartu su Prezidentė, yra jos komandos dalis. Su visais asmenimis buvo susisiekta elektroniniu paštu. Trys ekspertai dėl laiko stokos atsisakė dalyvauti tyrime.

Tyrimas buvo vykdomas ir duomenys rinkti 2018 m. lapkričio 2 – 28 dienomis. Duomenys tyrimui buvo renkami pusiau struktūruoto interviu pagalba. Tyrimo medžiagą sudaro interviu metu gauti atsakymai iš ekspertų ir suinteresuotų asmenų. Ekspertais buvo pasirinkti keturi komunikacijos bei politikos mokslų atstovai, suinteresuoti asmenys – Prezidentės komunikacijos komandos nariai, patarėjai. Remiantis teorine analize buvo suformuluota ir ekspertams bei suinteresuotiems asmenims

pateikta atviro tipo klausimai. Šiais klausimais buvo siekta atskleisti ekspertų bei suinteresuotų asmenų požiūrį apie Prezidentės komunikaciją, kokios yra stipriosios bei silpnosios komunikacijos savybės, koks Prezidentės bendravimo stilius, kokie yra jos komunikacijos sugebėjimai lyginant su kitų prezidentų komunikacija ir pan.

Norint, jog tyrimas buvo atliktas sėkmingai buvo pasirinkti ekspertai, pripažinti savo srities profesionalais, turintys žinių ir patirties politikos bei komunikacijos mokslų srityse (Gaižauskaitė ir Valavičienė, 2016). Taigi tyrime ir siekiama atskleisti, kokį požiūrį bei kokius vertinimus pateikia ekspertai, būdami savo srities profesionalais. Kad į tiriamą temą būtų įsigilinama plačiau, interviu buvo daromi ir su suinteresuotais asmenimis, kurie gali apie tiriamą temą papasakoti išsamiau, pateikti savo vertinimus bei pastabas. Visgi tenka pabrėžti, jog suinteresuotų asmenų atsakymai buvo vertinami kritiškai, nes tai suinteresuotieji asmenys dirba kiekvieną dieną kartu su Prezidente, pataria jai įvairiais komunikacijos bei kitais klausimais. Nors ir gaunama tikslinga informacija iš vidaus, tačiau buvo atsižvelgta, jog galėjo būti stengiamasi parodyti tik gerąsias darbo puses. Todėl pateikta informacija buvo vertinama kritiškai.

Norint atlikti interviu su ekspertais bei suinteresuotais asmenimis, galima susidurti su tam tikrais iššūkiais. Iššūkiais galima būtų laikyti – ekspertų ir suinteresuotų asmenų pasiekiamumą, interviu laiko suderinimą bei specifinių sąvokų išmanymą (Gaižauskaitė ir Valavičienė, 2016). Bandant susisiekti su ekspertais bei suinteresuotais asmenimis - ne visada pavyksta. Nutinka taip, kad tenka ilgai ieškoti jų kontaktų, o ir turint šių asmenų kontaktus – ne visada lydi sėkmė. Ypač studentams tenka susidurti su iššūkiais norint susisiekti su jais. Jei ekspertas ar suintegruotas asmuo užimą aukštą statusą, tai jį pasiekti būna itin sudėtinga. Būdami savo srities profesionalais jie yra itin užsiėmę ir daug veiklos turintys žmonės, todėl kartais nutinka taip, kad ekspertai ar suinteresuoti asmenys atsisako dalyvauti tyrime ar dėl laiko stokos būna sunku suderinti interviu laiką. Dar vienas iššūkis, su kuriuo gali būti susiduriama, yra specifinių sąvokų išmanymas. Kaip jau minėta, ekspertais ir suinteresuotais asmenimis pasirinkti savo srities profesionalai, todėl jie gali vartoti specifinius terminus, kurie nėra suprantami kiekvienam. Ruošiantis interviu buvo būtina kiek įmanoma labiau pasidomėti tos srities terminologija, kad interviu būtų sėkmingas.

Tyrimas buvo atliekamas vadovaujantis bei laikantis visuotinai priimtinų ir mokslinėje literatūroje pateikiamų etikos principų – privatumo užtikrinimas, savanoriškas dalyvavimas, visos informacijos apie atliktą tyrimą suteikimas (Žydžiūnaitė, 2011). Norint išlaikyti privatumą ir konfidencialumą, tyrime dalyvavusiems asmenims buvo suteikiami identifikaciniai kodai, juos žymint E1, E2, E3, E4, S1. Identifikacinių kodų pagalba užtikrinama, jog nebūtų viešinama asmeninė

informacija apie asmenis. Daugiau informacijos apie ekspertus ir suinteresuotus asmenis yra nurodyta 1 lentelėje. Savanoriško dalyvavimo bei visos informacijos apie atliktą tyrimą suteikimo principai įgyvendinami supažindinus ekspertus bei suinteresuotus asmenis su atliekamu tyrimu: pateikiama informacija kodėl yra atliekamas tyrimas, kokia yra jo paskirtis, taip pat buvo klausiama, ar jie sutinka dalyvauti tyrime.

1 lentelė. Ekspertų ir suinteresuotų asmenų, dalyvavusių tyrime, duomenys.

Eil. Nr.	Išsilavinimas	Vardas Pavardė	Institucija, pareigos	Ekspertų ar suinteresuotų asmenų identifikacinis kodas
1.	Prof. dr.	Neskelbiama	Vytauto Didžiojo universitetas, Politikos mokslų ir diplomatijos fakultetas	E1
2.	Doc. dr.	Neskelbiama	Mykolo Romerio universitetas, Politikos mokslų institutas	E2
3.	Lekt.	Neskelbiama	Mykolo Romerio universitetas, Politikos mokslų institutas	E3
4.	Prof. dr.	Neskelbiama	Vytauto Didžiojo universitetas, Politikos mokslų ir diplomatijos fakultetas	E4
5.	Neskelbiama	Neskelbiama	Respublikos Prezidentės vyriausioji patarėja Respublikos Prezidentės patarėjas	S1

Šaltinis: sudaryta autorės

3.2. Prezidentės komunikacijos pasikeitimai I ir II kadencijų metu

Ekspertų paklausus, kokius pasikeitimus jie mato Prezidentės komunikacijoje lyginant pirmąją kadenciją su antrąja, ekspertų požiūriai šiek tiek išsiskyrė. Ekspertas E1 ir ekspertas E4 į šį klausimą atsakė trumpai ir aiškiai – *"Pirmos kadencijos metu buvo kategoriškesnė ir griežtesnė"* (žr. Priedas Nr. 1). Eksperto E4 atsakymas – *„Pirmojoje kadencijoje ieškojo savojo bendravimo stiliaus ir turinio. Antrojoje kadencijoje taikė pasirinktą komunikacijos stilių*" (žr. Priedas Nr. 4). Ekspertas E2 bei ekspertas E3 šiuo pateikė kiek išsamesnę poziciją šiuo klausimu.

Eksperto E2 vertinimu Prezidentės komunikacija liko tokia pati – *„tokia išliko kaip ir buvo - trumpais sakiniais, surežisuoti susitikimai su žurnalistais, staigiai pradedant ir sustabdant interviu <...> tokių spaudos konferencijų, aš kaip pilietis, pasigesdavau. Tai ir tokių išsamesnių, kad žurnalistai galėtų paklausinėti bent jau pusvalandį, tokių aš nelabai ir atsimenu <...> Galima pasikeitimų ieškoti*

santykiuose su partijomis, bet kalbant apie komunikaciją, tai manau, kad nedaug pasikeitė“ (žr. Priedas Nr. 2). Šio eksperto vertinimu Prezidentė yra suaugęs žmogus, pirmosios kadencijos metu pasirinkęs komunikacijos stilių ir jis kadencijų metu liko toks pats. Kaip matome ekspertas paminėjo, jog Prezidentės komunikacijoje išliko trumpi sakiniai, surežisuoti susitikimai su žurnalistais, nėra rengiama spaudos konferencijų ar kitokios formos susitikimų su žiniasklaidos atstovais, kurių metu Prezidentė galėtų išsakyti savo poziciją tam tikrais aktualiais klausimais. Taip pat ekspertas užsiminė, jog pasikeitimų galėtume rasti Prezidentės bendravime su politinėmis jėgomis, bet visgi esminių pasikeitimų jos komunikacijoje jis neįžvelgė.

Vertinant eksperto E3 požiūrį, galima pastebėti pasikeitimų komunikacijos srityje. Pasikeitimai siejami santykiuose su žiniasklaida: *„Pradžioje vengta intensyvaus kalbėjimo, net statistika rodė, jog Prezidentė duoda daugiau interviu užsienio, o ne Lietuvos žiniasklaidai. Vėliau komunikacija intensyvėjo, nors pati komunikacija visada pasižymėjo vengimu ilgų interviu <...> pati komunikacija tapo lankstesnė kiek Bet iš esmės ji yra labiau reaguojanti. Matėme ir antroje kadencijoje interviu labiau išimtiniais atvejais“* (žr. Priedas Nr. 3). Eksperto E3 vertinimu pasikeitė komunikacijos intensyvumas – intensyvumas didėjo. Atsakyme nurodoma, jog pirmos kadencijos pradžioje buvo vengta bendravimo su žiniasklaidos atstovais, vėliau komunikacija intensyvėjo. Kaip ir minėjo ekspertas, komunikacija tapo labiau reaguojanti į aktualijas. Kai interviu yra duodamas reaguojant į vykstančius įvykius, pateikiama pozicija. Ekspertas pastebi, jog tai vyko antrosios kadencijos metu. Visgi matome, jog eksperto E3 vertinimu, pranešimai, kurie yra pateikiami viešojoje erdvėje iš esmės nelabai pasikeitė – Prezidentė vengia ilgų interviu, stengiasi informaciją pateikti trumpai ir aiškiai.

Suinteresuotieji asmenys S1 pateikė nemažai informacijos, kokia situacija buvo Prezidentei pradėjus darbą ir kas buvo pasiekta darbo metu. *„Pirmos kadencijos pradžioje buvo remiamasi tradiciniais komunikacijos būdais. Buvo rengiama nemažai spaudos konferencijų, teikiami pranešimai spaudai. <...> perimti seni įpročiai, kurie jau buvo pasenę. Buvo būtinybė keisti esamą situaciją <...> Prezidentė daug laiko investavo į susitikimus su žurnalistais. Laikomasi nuomonės, kad žurnalistai turi būti gerai informuoti, skleidžiama žinia turi būti tokia, kokią perduoda Prezidentė, kad žiniasklaida neiškraipytų jos ir būtų kuo mažiau interpretacijų. <...> Operatyvumas Prezidentei yra siekiamybė <...> Prezidentė atsisakė tradicinių spaudos konferencijų bėgant metams. Pradėjo naudoti kitą komunikavimo būdą – renginių metu stabtelėti ir pasikalbėti su žiniasklaida reaguojant į dienos aktualijas“* (žr. Priedas Nr. 5). Kaip matome iš suinteresuotų asmenų S1 atsakymo dėmesys yra atkreipiamas į svarbiausią aspektą – pirmos kadencijos pradžioje buvo perimti tradiciniai komunikacijos būdai, kurie buvo pasenę. Laikmetis keitėsi, vis labiau vystėsi technologijos, todėl

Prezidentės komanda ėmėsi darbo keisti esamą situaciją ir sukurti naujus būdus, atsižvelgiant į Prezidentės reikalavimus. Iš atsakymo matome, jog siekiamybė, kad žiniasklaida neiškraipytų ir neinterpretuotų Prezidentės siunčiamų pranešimų. Todėl yra labai svarbus operatyvumas, greita reakcija bei siunčiamos žinutės tikslumas. Suinteresuotieji asmenys S1 akcentuoja, jog reaguojant į tokius Prezidentės pageidavimus, ji pati ir jos komanda investavo savo laiką į susitikimus su žiniasklaida. Ekspertai pastebėjo, o suinteresuoti asmenys patvirtino, jog Prezidentė atsisakė tradicinių spaudos konferencijų, tačiau buvo rastas kitas komunikavimo būdas – renginių metu Prezidentė stabteli prie žiniasklaidos ir atsako į keletą jų klausimų ar pateikia komentarą dienos aktualija. Prezidentei pasirodžius renginiuose ar susitikimuose, kuriuose dalyvauja ir žiniasklaida, nevengiama žiniasklaidos dėmesio.

Lyginant visų keturių ekspertų ir suinteresuotų asmenų atsakymus, galime matyti bendrą ekspertų vertinimo tendenciją, jog esminių pasikeitimų Prezidentės komunikacijoje jie nepastebi. Pasak jų ji liko ištikima savo stiliui, kai informacija pateikiama trumpais sakiniais, vengiant ilgo bendravimo su žiniasklaidos atstovais. Suinteresuoti asmenys pripažįsta, jog toks yra Prezidentės komunikavimo stilius, tačiau taip pat pabrėžia, jog pasikeitimų tikrai buvo. Visgi šie pasikeitimai nėra tokie matomi visuomenėje, jie labiau žinomi Prezidentės komandai. Visuomenė tokių pasikeitimų gali nepastebėti, tačiau ekspertai, kurie domisi tuo, turėtų šiuos pasikeitimus įžvelgti.

3.3. Stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės

Ekspertų požiūris vertinant stipriąsias bei silpnąsias Prezidentės komunikacijos savybes gana panašus. Ekspertas E1 savo atsakyme akcentavo tokias stipriąsias savybes: „*aiškumas bei informacijos glaistymas*“ (žr. Priedas Nr. 1). Eksperto E2 vertinimu „*<...> ji labai dalykiška, nesileidžia į jokius tokius tuščius informacijos išvedžiojimus <...> viskas pas ją labai aiškiai apgalvota, struktūruota ir kryptinga*“ (žr. Priedas Nr. 2). Ekspertas E3 pateikė tokį požiūrį: „*Kadangi Lietuvos rinkėjai dažnai nori griežtos rankos ir griežtas tonas imponuoja, Prezidentės trumpi, bet dažnai griežti komentarai atliepė tą poreikį*“ (žr. Priedas Nr. 3). Ekspertas E4 savo atsakymą pateikė trumpai: „*Stiprybe laikytinas gebėjimas bendrauti planuotose ir neplanuotose situacijose*“ (žr. Priedas Nr. 4). Vertinant ekspertų požiūrį į stipriąsias Prezidentės komunikacijos savybes, jų atsakymuose galime pastebėti bendrą tendenciją – stipriosiomis savybėmis laikomas pateikiamos informacijos aiškumas bei glaustumas, kuomet nesileidžiama į nukrypimus – informacija pateikiama trumpai ir dalykiškai, nesileidžiama į išvedžiojimus, kaip argumentavo ekspertas E2.

Ekspertai taip pat pateikė savo atsakymus į klausimą apie silpnąsias Prezidentės komunikacijos savybes. Ekspertas E1 į šį klausimą atsakė trumpai, išskirdamas tokias savybes *„informacijos nepaaiškinimas, nesileidimas į kompromisus“* (žr. Priedas Nr. 1). Ekspertas E2 į šį klausimą atsakė išsamiau, plačiau pakomentuodamas ir pateikdamas paaiškinimą į savo atsakymą: *„silpnoji pusė, kad galėtų būti šie tiek daugiau komunikuojanti. Ji vengia pabendravimo su žurnalistais. Aš girdėjau iš neformalių kalbų su žurnalistais, kad neformalioje aplinkoje ji labai šiltas žmogus, labai bendrauja. Pasakojo man žurnalistai, kurie skrenda ten su ja į Briuselį, kad lėktuve ji labai šiltas žmogus. O viešai ji tokia truputį per griežta“* (žr. Priedas Nr. 2). Kaip matome ekspertas E2 išsamiau paaiškino savo atsakymą, pagrįsdamas, kodėl jo manymu Prezidentė vengia bendravimo su žiniasklaida viešojoje erdvėje, kur pateikiamas griežtas ir tvirtas jos įvaizdis.

Ekspertas E3 pateikdamas savo atsakymą taip pat į klausimą atsakė išsamiau: *„<...> bendravimas nors ir lankstesnis tapo, tačiau tam tikras „kampuotumas“ išliko <...> laisvumo trūksta, neturėtų būti interviu ir derinami nuo A iki Z. Taip, tai saugu, tačiau politikas neturi bijoti klausimų“* (žr. Priedas Nr. 3). Kaip svarbiausią dalyką šis ekspertas nurodo laisvumo trūkumą bendraujant su žiniasklaida, kad tarsi Prezidentė bijo klausimų, todėl iš anksto yra derinami interviu klausimai.

Eksperto E4 atsakymas, kaip ir eksperto E1, yra trumpas, tiksliai nurodant silpnąsias savybes, tačiau plačiau nepakomentuojant: *„Silpnybe laikytina balso moduliacijos, elokvencija ir griežtoka retorika“* (žr. Priedas Nr. 4). Kadangi šis ekspertas yra susijęs su komunikacijos mokslais, tai savo atsakyme pateikia su komunikacijos mokslu susijusius terminus – balso moduliacijos bei elokvencija. Remiantis Tarptautinių žodžių žodynu elokvencija suprantama kaip iškalba bei oratoriaus menas (Tarptautinių žodžių žodynas, www.zodynas.lt). Ekspertas E4 taip pat pateikia balso moduliaciją, kaip silpnąją komunikacijos savybę. Bandant suprasti eksperto E4 atsakymą, galima interpretuoti, jog galbūt Prezidentė turėtų geriau valdyti savo balsą, naudoti kitokį balso toną ar stiprumą.

Suinteresuotieji asmenys S1 pateikė tokį atsakymą: *„Stipriosiomis savybėmis galima laikyti, kad Prezidentė visada kalbėti su žiniasklaida eina pasiruošusi. <...> Tik išanalizavus viską, pozicija yra pateikiama žiniasklaidai. <...> nedaugžodžiauja, yra orientuota į rezultatą ir kiekvienu savo pasisakymu siunčia žinią. Taip pat stiprioji savybė, kad ji nebijo improvizuoti “* (žr. Priedas Nr. 5). Kaip matome yra išskiriama keletas stipriųjų savybių, tokių kaip – išankstinis pasiruošimas, orientavimasis į rezultatą, nedaugžodžiavimas bei improvizavimas. Kiekvieną iš šių savybių suinteresuotieji asmenys pateikė kartu su pavyzdžiais, kuriuos trumpai apžvelgsime. Prieš susitikimus su žiniasklaidos atstovais ar norint padaryti pranešimą, Prezidentė įsigilina į situaciją, išklauso ekspertų vertinimus ir tik tada suformuoja savo požiūrį. Pasak suinteresuotųjų asmenų S1, jei Prezidentė siunčia

visuomenei žinią, tai ji yra įsitikinusi ja ir stengiasi, jog žinia būtų stipri ir argumentuota. Suinteresuotieji asmenys S1 taip pat kaip stipriąją komunikacijos savybę išskyrė tai, jog Prezidentė nedaugžodžiauja. Jos sakiniai yra trumpi, aiškūs – tą pastebi ir apklausti ekspertai. Norima kuo tiksliau ir aiškiau perteikti informaciją, kad neliktų vietos interpretacijoms. Suinteresuotiems asmenims S1 buvo sunkiau išskirti silpnąsias komunikacijos savybes. Visgi buvo išskirta viena savybė, kurią mato visuomenė. *„Silpnąja savybe galima būtų laikyti, kad Prezidentė nenori kalbėti apie asmeninius dalykus. Nesileidžia į asmeniškumus, laikosi pozicijos, kad svarbūs yra tik valstybiniai dalykai“* (žr. Priedas Nr. 5). Tokia Prezidentės pozicija yra normali. Nors visuomenei yra aktualu ir smalsu sužinoti apie politinių lyderių ir kitų žinomų žmonių asmeninius gyvenimus, visgi tai yra kiekvieno asmens pasirinkimas, kokią poziciją pasirinkti. Kaip matome Prezidentė pasirinko tokią poziciją, kad visuomenei turi rūpėti valstybiniai, o ne jos asmeniniai dalykai, todėl turėtume gerbti tokį pasirinkimą.

Matome, jog kiekvienas iš ekspertų išskyrė stipriąsias bei silpnąsias Prezidentės komunikacijos savybes. Stipriosiomis komunikacijos savybėmis laikomas dalykiškumas, pateikiamos informacijos aiškumas bei kryptingumas, bendravimas planuotose bei neplanuotose situacijose, kaip pastebi ekspertas E4. Suinteresuoti asmenys savo atsakyme išskyrė tokias pačias stipriąsias komunikacijos savybes, plačiau paaiškindamas kiekvieną iš jų bei pateikdamas pavyzdžius.

Remiantis ekspertų atsakymais galima išskirti tokias silpnąsias savybes kaip: griežta retorika, kuomet nesileidžiama į kompromisus, bendravimo su žiniasklaidos atstovais ir laisvumo trūkumas. Laisvumas suprantamas kuomet tarsi bijoma bendrauti su žiniasklaida, ekspertams pasirodė, jog iš anksto yra derinami interviu klausimai ir pan. Dažnai spaudoje pasisako Prezidentės patarėjai, kurie išsako jos poziciją aktualiais ir visiems rūpimais klausimais, tačiau kaip ir pastebėjo ekspertas E3: *„<...> Patarėjai gali komunikuoti, tačiau tai nėra tas pats, kas pačios Prezidentės komentarai ir kalbėjimas“* (žr. Priedas Nr. 3). Lyginant ekspertų ir suinteresuotų asmenų atsakymus galime rasti skirtumų. Pavyzdžiui, jei ekspertams pasirodė, jog trūksta bendravimo su žiniasklaida, tai suinteresuotųjų asmenų pozicija yra kitokia – jie laikosi nuomonės, jog su žiniasklaida bendraujama intensyviai, yra užmegzti geri santykiai. Suinteresuotieji asmenys išskyrė vienintelę Prezidentės komunikacijos silpnybę, kurios ekspertai neįžvelgė.

3.4. Metinių pranešimų pasikeitimai

Pasiteiravus, kokius pasikeitimus ekspertai pastebi Prezidentės metiniuose pranešimuose, galima teigti, jog ekspertų atsakymai šiek tiek išsiskyrė. Ekspertas E1 kaip ir į kitus klausimus atsakė trumpai:

„Jie keičiasi pagal politines aktualijas. Svarbi Prezidentės reakcija“ (žr. Priedas Nr. 1). Remiantis eksperto E1 atsakymu galime daryti prielaidą, kad esminių pasikeitimų ekspertas neįžvelgia. Pasak eksperto E1 metiniuose pranešimuose keitėsi tik jų turinys, kai yra apžvelgiamos aktualijos, išsakoma Prezidentės pozicija bei svarbiausia, kokia yra jos reakcija.

Ekspertas E2 pateikė bendrą tendenciją, jog esminių pasikeitimų metiniuose pranešimuose kaip ir nepastebėtume. Visgi visus metinius pranešimus vienija bendras dalykas – tarsi politinės situacijos stebėjimas iš šalies: *„<...> jiems būdingas tarsi žiūrėjimas iš bokšto. Lygtai ji būtų ne vykdomosios valdžios dalis <...> lyg ji būtų stebėtoja, už nieką neatsakinga <...> kai kuriuose pranešimuose ji vartoja stiprius išsireiškimus <...> Bet aš manau, kad tokio didelio skirtumo tarp metinių pranešimų ir nepamatytumėme. Ji liko ištikima savo tradicijai“* (žr. Priedas Nr. 2). Eksperto E2 atsakyme išskiriamas bendras metinių pranešimų bruožas bei pateikiama išsamesnė informacija, kodėl jis pateikė tokį atsakymą. Eksperto E2 manymu Prezidentė į politinę situaciją žiūri tarsi iš šalies. Visgi jis pateikia ir paaiškinimą, jog Prezidentė yra vykdomosios valdžios dalis. Kartu su Seimu, Vyriausybe bei teismais ji vykdo valdžią Lietuvoje. Eksperto E2 atsakyme pateikiamas informacija, jog Prezidentė tvirtina Vyriausybės sudėtį, todėl ji taip pat yra atsakinga už politinę situaciją šalyje. O tai, kad į politines aktualijas ji tarsi žvelgia iš šalies gali pasirodyti, jog ji nenori būti įtraukta į situaciją ir būti galbūt būti atsakinga už kokias nors klaidas ar priimtus sprendimus.

Ekspertas E3 pateikia tokią poziciją pasikeitimų metiniuose pranešimuose klausimu: *„Visi Prezidentės metiniai pranešimai pasižymėjo aštriu tonu, ypač Seimo ir Vyriausybės atžvilgiu, pagyroms vietos nelabai juose įprastai atsiranda. Todėl labai esminių pasikeitimų ir neišskirčiau. Labiau keičiasi problemos ar klausimai, kuriuos padiktuoja politinio gyvenimo aktualijos, tačiau pati forma, pateikimas kinta mažai“* (žr. Priedas Nr. 3). Ekspertas E3, kaip kiti ekspertai, neįžvelgia esminių pasikeitimų. Ekspertas E3 įžvelgia tą pačią tendenciją, kaip ir Prezidentės komunikacijoje, jog vyrauja aštrus bei griežtas tonas. Ekspertas E3 taip pat pastebi, jog metiniuose pranešimuose Prezidentė vengia pagyrų, atvirkščiai - griežtai pasisako Seimo bei Vyriausybės atžvilgiu. Metinių pranešimų struktūra bei pateikimas nesikeičia, išlieka toks pats. Pasikeitimu galima laikyti tai, kad bėgant metams keičiasi aktualijos, todėl keičiasi ir metinių pranešimų turinys.

Eksperto E4 manymu: *„Visi pranešimai turėjo skirtingus tikslus ir skirtingas struktūras“* (žr. Priedas Nr. 4). Kaip ir prieš tai pasisakę ekspertai, ekspertas E4 taip pat neįžvelgia esminių pasikeitimų. Pastebi, jog visuose pranešimuose buvo akcentuojami skirtingi tikslai, skirtingos struktūros. Visgi tai galima sieti su politinės situacijos bei tų metų aktualijomis, kurias Prezidentė ir išsako metiniuose pranešimuose.

Suinteresuotieji asmenys S1 pateikė tokį atsakymą: *„<...> svarbiausia, kad būtų aktuali informacija <...> kad nebūtų pasyvaus situacijos vertinimo <...> Metiniai pranešimai orientuoti į valstybines ir užsienio aktualijas. Stengiamasi, kad metiniai pranešimai būtų trumpi <...> Informacija metiniuose pranešimuose pateikiama koncentruotai, apie esmę, taip pat turi būti kertinė tema <...> stengiamasi, kad metiniame pranešime keltos problemos būtų sprendžiamos, nebūtų paliktos <...> Prezidentė daug laiko investuoja į metinius pranešimus, besiruošdama jiems. Vienas svarbiausių dalykų metiniuose pranešimuose – nėra kartojamasi“* (žr. Priedas Nr. 5). Kaip matome atsakyme yra orientuojamasi į kelis aspektus – informacijos aktualumas bei naujumas, trumpumas (galime pavadinti koncentruotumu), iškeliama svarbiausia tema. Pasak suinteresuotųjų asmenų S1 tai yra svarbiausi dalykai, į kuriuos yra orientuojamasi ruošiant metinius pranešimus. Jie taip pat pabrėžia, jog Prezidentė skiria daug dėmesio pasiruošimui. Galime pastebėti, jog metiniuose pranešimuose informaciją stengiamasi pateikti trumpai ir aiškiai, kaip ir mėgsta Prezidentė. Taip pat suinteresuotieji asmenys S1 akcentavo, jog metiniuose pranešimuose yra iškeliamos problemos, kurios nėra paliekamos, stengiamasi jas išspręsti. Suinteresuoti asmenys pateikė pavyzdžius, kai metiniuose pranešimuose keltos problemos buvo išsprendžiamos greitai, o kartais jų sprendimas užtrukdavo ne vienus metus.

Lyginant ekspertų ir suinteresuotų asmenų atsakymus galime įžvelgti panašumų. Ekspertai neįžvelgė esminių pasikeitimų metiniuose pranešimuose. Pranešimų struktūra, tonas išlieka toks pats. Pasak ekspertų, keičiasi tik metinių pranešimų turinys, kurį diktuoja tų metų įvykiai bei aktualijos. Suinteresuotieji asmenys laikėsi pozicijos, kad Prezidentė laikėsi nuoseklumo metiniuose pranešimuose. Nuo pat pirmos kadencijos ji laikėsi pozicijos, kad informacija metiniuose pranešimuose turi būti trumpa, aiški, turi būti siunčiama stipri žinutė bei kad nebūtų pasyvaus situacijos vertinimo. Iš atsakymų galime spręsti, jog metinių pranešimų struktūra išliko, keitėsi turinys, kurį diktavo aktualijos. Kaip matome ekspertų ir suinteresuotų asmenų požiūris šiuo klausimu panašus. Abi pusės sutinka, jog Prezidentė laikėsi vienodos pozicijos metinių pranešimų rengimo klausimu ir jie nesikeitė, keitėsi tik jų turinys.

3.5. Metiniai pranešimų vieta Prezidentės komunikacijoje ir jų svarba

Ekspertų pasiteiravus apie metinių pranešimų svarbą ir jų vietą Prezidentės komunikacijoje, ekspertai pateikė skirtingus atsakymus. Ekspertas E1 pateikė tokią poziciją: *„Tai svarbiausi komunikacijos aktai“* (žr. Priedas Nr. 1). Kaip matome ekspertas E1 į šį klausimą atsakė trumpai, kaip ir į kitus klausimus. Visgi galima daryti išvadą, jog metiniai pranešimai užima svarbią vietą, nes juose

pateikiama Prezidentės pozicija, kaip ir minėjo ekspertas E1, tai yra svarbiausias elementas Prezidentės komunikacijoje.

Ekspertas E2 pateikė panašią poziciją, patvirtindamas, jog metiniai pranešimai užima itin svarbią vietą. *„Jei vertinant jos šykštumą konferencijoms, tai nemažą vietą. Nes pranešimai yra bent jau 5 – 7 lapų tekstas, kurį visi analizuoja. Ji išsako savo poziciją <...> Tai aš manau, kad užima ir pirmą vietą, nes daugiau jos kitokio komunikavimo ir nėra. Nėra rengiamos tradicinės spaudos konferencijos kartą į mėnesį ar rečiau“* (žr. Priedas Nr. 2). Ekspertas E2, kaip ir atsakydamas į prieš tai buvusius klausimus, akcentuoja, jog Prezidentė nėra linkusi bendrauti su žiniasklaida, nėra rengiamos spaudos konferencijos ar kitaip bendraujama su žiniasklaida, todėl metiniai pranešimai suteikia galimybę išgirsti Prezidentės poziciją. Visgi kaip pastebi ekspertas E2 pranešimai yra rengiami tik kartą metuose, o per metus įvyksta daug įvykių, todėl jei nėra kitokio komunikavimo būdo su visuomene, tai metiniai pranešimai ir užima svarbiausią vietą: *„<...> daugiau jos kitokio komunikavimo ir nėra <...> belieka metiniai pranešimai, kurie vis tiek per retai būna, kartą metuose, nes metai pilni įvykių“* (žr. Priedas Nr. 2).

Remiantis eksperto E3 atsakymu metiniai pranešimai yra svarbūs Prezidentės komunikacijos elementas. *„Prezidentė ruošiasi ir pakankamai nemažai tam skiria laiko. Tai be jokios abejonės būna tos dienos pagrindiniu įvykiu. Tačiau reikia pripažinti ir tai, jog jie labai greitai ir pamirštami, ypač tų, kuriems kritika ir būna skiriama. Bet tai nereiškia, jog jie menkaverčiai. Tai vienas išsamiausių Prezidentės komentarų per metus. Tiek Prezidentės nuomonės mes veikiausiai ir per visus metus neišgirstame. O pati svarbi išlieka daugiau mažiau ta pati. Žinoma, būna įdomus naujos Seimo kadencijos pirmas įvertinimas, kuris leidžia aiškiau apibrėžti ir Prezidentės santykį su naująja valdžia“* (žr. Priedas Nr. 3). Kaip matome ekspertas E3 pateikia panašų metinių pranešimų vertinimą, kokį pateikė ir kiti ekspertai. Ekspertas E3 taip pat akcentuoja, jog metiniams pranešimams yra ruošiamasi iš anksto ir skiriama tam nemažai dėmesio. Ekspertai E2 ir E3 akcentuoja, jog metiniai pranešimai sulaukia ne tik žiniasklaidos, bet ir visuomenės dėmesio. Jie yra analizuojami ir įvairių sričių profesionalai pateikia savo įžvalgas bei vertinimus, kokią žinutė yra skleidžiama šių pranešimų pagalba. Kaip ir ekspertas E2, ekspertas E3 pateikia panašią poziciją, jog mažai išgirstame arba visai neišgirstame Prezidentės nuomonės per visus metus, tai metinių pranešimai suteikia galimybę sužinoti jos nuomonę. Ekspertas E3 taip pat pastebi, jog po Seimo rinkimų pirmasis metinis pranešimas būna tarsi naujos valdžios įvertinimas, kuriuo ir atskleidžiama, kaip Prezidentė vertina naująją valdžią ir tarsi nurodo, koks bus jos santykis su šia valdžia.

Ekspertas E4 pateikia šiek tiek kiek kitokią poziciją šiuo klausimu: *„Metinių pranešimų tikslai ir faktografijos pateikimas lėmė, kad jie buvo įdomūs iki jų paviešinimo ir perskaitymo LR Seime dieną. Vėliau kelios viešai pateikiamos citatos neaugino jų svarbos ir nekūrė pridėtinės vertės“* (žr. Priedas Nr. 4). Ekspertas E4 neįžvelgia didelės metinių pranešimų svarbos, atvirkščiai ekspertas E4 pateikia nuomonę, kad metiniai pranešimai yra svarbūs tik tą dieną, kurią yra skaitomi, jie nesukuria pridėtinės vertės. Politikos veikėjai, žiniasklaida bei visuomenė juos greit pamiršta arba yra užgožiama kitų įvykių.

Suinteresuotų asmenų S1 pozicija šiuo klausimu yra panaši kaip ir ekspertų. *„Tai yra svarbus metų įvykis, sulaukiantis daug atgarsio visuomenėje. Jų svarba tikrai augo. Metiniuose pranešimuose yra naudojami trumpi, bet tiesmuki sakiniai“* (žr. Priedas Nr. 5). Visgi interviu metu suinteresuoti asmenys atrėmė pareiškimą, jog metiniai pranešimai yra svarbūs tik vieną dieną. Metiniuose pranešimuose keliamos problemos yra aktualios ir stengiamasi nepalikti jų neišspręstų. Imamasi problemų sprendimo.

Kaip matome pirmųjų trijų ekspertų (ekspertai E1, E2 ir E3) pozicija metinių pranešimų svarbos ir jų vietos Prezidentės komunikacijoje yra santykinai vienoda. Jie įžvelgia, kad metiniai pranešimai yra itin svarbūs ir užima reikšmingą vietą Prezidentės komunikacijoje. Taip yra todėl, nes Prezidentė visuomenei neišsako kitokiomis formomis savo nuomonės, tai yra daroma tik metinių pranešimų pagalba. Visgi ekspertai pastebi, jog per metus įvyksta daug įvykių, todėl sunku juos apžvelgti viename pranešime. Ekspertas E4 akcentavo, jog metiniai pranešimai būna aktualūs trumpą laiką, o vėliau įvairių sričių ekspertų įžvalgos ar pateikiamos citatos nesukuria pridėtinės vertės. Galime daryti prielaidą, jog metiniuose pranešimuose pateikiama Prezidentės pozicija tam tikrais klausimais kartais yra pavėluota. Dažnai norima jos nuomonę išgirsti iškart, tuo metu, nelaukiant metinio pranešimo. Suinteresuotų asmenų pateikta pozicija šiuo klausimu yra tokia pati kaip ekspertų E1, E2 ir E3. Jie sutinka, kad metinių pranešimų svarba augo. Tai yra laukiamas metų įvykis, sulaukiantis žiniasklaidos ir visuomenės dėmesio.

3.6. Pasikeitimai bendravime su žiniasklaida

Pasiteiravus ekspertų, kokius pokyčius jie mato Prezidentės bendravime su tradicine žiniasklaida, ekspertai pateikė įvairius atsakymus. Ekspertas E1 atsakė, kad nežino ir negali pasakyti. Tuo tarpu ekspertas E2, skirtingai nei atsakant į kitus klausimus, pateikė trumpą atsakymą: *„Kažkas esminio nepasikeitė. Liko tokia, kokia ir buvo – ištikima savo įvaizdžiui“* (žr. Priedas Nr. 2). Kaip matome

eksperto E2 nuomone nėra esminių pasikeitimų. Bendravimas nepasikeitė, Prezidentė nelinkusi keisti savo įvaizdžio, mažai bendrauja su žiniasklaida.

Ekspertas E3 pateikė kitokį požiūrį šiuo klausimu. *„Galima buvo stebėti kintantį santykį su žiniasklaida. Pradžioje vengta intensyvaus kalbėjimo, net statistika rodė, jog Prezidentė duoda daugiau interviu užsienio, o ne Lietuvos žiniasklaidai. Vėliau komunikacija intensyvėjo, nors pati komunikacija visada pasižymėjo vengimu ilgų interviu. Dažniausiai tik renginių metu būna pateikiamas trumpas kelių sakinių komentaras. Todėl galima matyti, jog pati komunikacija tapo lankstesnė kiek“* (žr. Priedas Nr. 3). Eksperto E3 nuomone bendravimas tapo lankstesnis. Pirmosios kadencijos metu Prezidentė intensyviau bendravo su užsienio žiniasklaida, vengė Lietuvos žiniasklaidos dėmesio. Visgi bėgant metams komunikacija su tradicine žiniasklaida šiek tiek suintensyvėjo, netgi tapo šiek tiek lankstesnė. Nors Prezidentė visgi vengia žiniasklaidos, tačiau kartais, jei dalyvauja įvairiuose renginiuose, pateikia trumpą komentarą, tikrai nebėga ir nesislepia nuo žiniasklaidos.

Eksperto E4 požiūris šiuo klausimu yra panašus kaip ir kitų ekspertų: *„Per abi kadencijas pasirinktas bendravimo su žiniasklaida būdas beveik nesikeitė. Jis buvo formalus, oficialus, kiek daugiau dėmesio skiriant regionų žiniasklaidai“* (žr. Priedas Nr. 4).

Suinteresuotų asmenų S1 pozicija šiuo klausimu: *„Bendravimas tikrai keitėsi. <...> Pasikeitė santykiai su regionine žiniasklaida. <...> atsižvelgiama su kuo yra bendraujama – televizija, radijas, naujienų portalai ir pan. Ta pati žinia yra skirtingai pateikiama televizijai, radijui ar naujienų portalams. Prezidentė augino pasitikėjimą žiniasklaida. Buvo stengiamasi atrasti pilietiškus žurnalistus, kurie orientuotųsi tam tikrose srityse, domėtųsi ir išmanytų tą temą. Pavyzdžiui, jei norima skleisti žinią apie kovą su korupcija, tai bus stengiamasi bendradarbiauti su žurnalistais, kurie išmano šią temą“* (žr. Priedas Nr. 5). Galime pastebėti, jog suinteresuoti asmenys S1 akcentuoja, jog santykiai pasikeitė, ypač santykiai su regionine žiniasklaida. Jei iš pradžių buvo bandoma bendradarbiauti, vėliau buvo atsisakyta to, nes regioninei žiniasklaidai yra svarbesnės to regiono aktualijos nei visos valstybės aktualijos. Taip pat suinteresuoti asmenys S1 pabrėžia, jog bendraujant su žiniasklaida yra atsižvelgiama į kiekvieno žiniasklaidos atstovo specifiką. Buvo rasti specifiniai būdai kaip bendrauti su televizija, radiju ar naujienų portalais. Visi turi savo specifiką, todėl yra atsižvelgiama į tai. Taip pat atsakyme galime pastebėti, jog Prezidentė augino pasitikėjimą žiniasklaida. Buvo ieškoma žiniasklaidos atstovų profesionalų, kurie domėtųsi konkrečia tema. Kilus būtinybei visuomenei pateikti informaciją tam tikru klausimu, buvo stengiamasi kreiptis į tą konkretų žiniasklaidos atstovą profesionalą. Taip pat kaip pavyzdį suinteresuoti asmenys S1 paminėjo, jog jei visuomenę buvo norima informuoti apie kovą su korupcija, tai buvo stengiamasi bendradarbiauti su tais žiniasklaidos atstovais,

kurie domisi ir gilinasi į tai. Visa tai buvo daroma norint išvengti informacijos interpretavimo. Kad kaip ir kituose atsakymuose paminėta, jog nebūtų informacijos interpretavimo ir nesusikalbėjimo.

Galime pastebėti, jog ekspertai pateikia vienodą poziciją šiuo klausimu. Kaip ir analizuojant kitus atsakymus į klausimus, taip ir šiame – nėra įžvelgiama esminių pasikeitimų. Visgi matomi maži žingsneliai vedantys link lankstesnio ir šiek tiek laisvesnio bendravimo su žiniasklaida. Tuo tarpu suinteresuoti asmenys S1 pateikė šiek tiek kitokią poziciją. Buvo tam tikrų pasikeitimų. Visgi šiuos pasikeitimus ne kiekvienas gali pastebėti, tai dalykai, geriausiai matomi ir žinomi Prezidentės komandai.

3.7. Socialinių tinklų naudojimosi dinamika

Pasiteiravus visų keturių ekspertų, kaip Prezidentė naudojasi socialiniais tinklais, ar jie pastebi kokių nors pasikeitimų. Ekspertai pateikė tokius atsakymus. Ekspertas E1 pripažino, jog nesekė ir negali atsakyti į šį klausimą. Ekspertas E2 taip pat pripažino, jog nesekė Prezidentės naudojimosi socialiniais tinklais. Taip pat savo atsakyme pridūrė: *„<...> Man atrodo tokie dalykai nelabai svarbūs“* (žr. Priedas Nr. 2). Būdamas politikos mokslų atstovu, ekspertas E2 akcentavo, jog socialiniai tinklai ir jų naudojimasis, jo nuomone, nėra svarbūs, todėl jis ir nesekė, ar Prezidentė naudojasi socialiniais tinklais.

Visai kitokią nuomonę pateikia ekspertas E3, pabrėždamas, jog bendravimas socialiniuose tinkluose pakito ir vis daugiau dėmesio yra jiems skiriama: *„<...> kito šiek tiek ir komunikavimas socialiniuose tinkluose, bandyta daugiau pateikti ir informacijos apie kasdienybę (pvz., baravykų marinavimas, nors, klausimas, ar pateikti stiklainio nuotrauką, ar parodyti ir pačią Prezidentę veiksme. Nes gali ir susidaryti įspūdis, jog lyg ir bandoma parodyti tą kitą Prezidentės pusę, tačiau be jos pačios). <...> dėmesys soc. tinklams didėjo, daugiau buitinių ar lengvesnio turinio informacijos, kuri įprastai ir dominuoja soc. tinkluose“* (žr. Priedas Nr. 3). Iš atsakymo galime matyti, jog ekspertas E3 domėjosi Prezidentės naudojimusi socialiniais tinklais ir sekė informaciją, kuri yra pateikiama juose. Ekspertas E3 pastebi, jog pakito naudojimasis socialiniais tinklais. Juose, kaip teigė ekspertas E3, bandoma parodyti kita Prezidentės pusė. Prezidentė yra ne tik valstybės galva, tačiau ir žmogus su kasdieniais rūpesčiais ir darbais.

Ekspertas E4 taip pat pateikia tokią poziciją: *„Kadencijos pradžioje suvokta ir įgyvendinta būtinybė būti socialinėse medijose buvo teisingas pasirinkimas. Vėliau jis buvo įgyvendinamas plečiant platformų gausą, keičiant pranešimų turinį, formą, naudojant daugiau efektų“* (žr. Priedas Nr. 4). Kaip

matome eksperto E4 nuomone, Prezidentė ir jos komanda suvokė socialinių tinklų poveikį šiandieniame technologijų pasaulyje. Galbūt galima daryti tokią išvadą, kad jei Prezidentė mažai bendrauja su tradicine žiniasklaida, tai naudojimasis socialiniais tinklais šiek tiek atperka ir parodo, kad Prezidentė yra visuomenės dalis, toks pats žmogus, kaip ir visi kiti. Eksperto E4 manymu Prezidentės socialinių tinklų naudojimas pažengė į priekį, ji daugiau naudojosi jais, naudojo daugiau efektų, talpino kitokio pobūdžio žinutes.

Suinteresuoti asmenys S1 išskiria du socialinius tinklus, kuriais naudojasi Prezidentė – Facebook ir Twitter. Pirmos kadencijos pradžioje, kaip pabrėžia suinteresuoti asmenys, šie socialiniai tinklai dar nebuvo itin populiarūs ir Prezidentė iš pradžių neturėjo šiuose socialiniuose tinkluose paskyrų, plėtojantis technologijoms, buvo imta naudotis socialiniais tinklais. *„Buvo socialinių tinklų pradžia, nebuvo žinoma, kaip reiktų jais naudotis, todėl į socialinį tinklą Facebook buvo keliama viskas. <...> Facebook yra orientuotas į vidinę, t.y. Lietuvos auditoriją. <...> Šiuo socialiniu tinklu naudojamasi kaip žmogiškąja platforma <...> Taip pat pateikiami trumpi komentarai ar žinutės, tačiau tai parodoma išraiškinga forma (su vaizdais ar vaizdo įrašais). Turi kalbėti ne tik žodis, tačiau ir vaizdas. <...> Galima teigti, kad Prezidentės profilis yra vienas populiariausių politikų profilių Lietuvoje su daug sekėjų <....> Prezidentė taip pat naudojasi kitu socialiniu tinklu – Twitter. Jis yra orientuotas į užsienio auditoriją <...> Jo pagalba yra komunikuojama su užsienio valstybių lyderiais. <....> yra labai ruošiamasi ir yra gerai apgalvojama prieš skelbiant bet kokią žinutę. Prezidentės žinutės iš Twitter yra pasigaunamos ir plačiai žiniasklaidos cituojamos <...> (žr. Priedas Nr. 5).* Kaip matome iš suinteresuotų asmenų S1 atsakymo, Prezidentė aktyviai naudojasi dviem socialiniais tinklais. Socialinis tinklas Facebook yra orientuotas Lietuvos auditorijai, Twitter – užsienio. Kalbant apie socialinius tinklus ir juose skelbiamą informaciją, tai socialiniame tinkle Facebook Prezidentę pirmiausia norima parodyti kaip žmogų, ne kaip valstybės vadovą. Tą savo atsakyme akcentavo ekspertas E3, kad socialiniuose tinkluose Prezidentė parodoma kaip paprastas žmogus, ne kaip valstybės vadovas. Suinteresuoti asmenys taip pat išskyrė kokios žinutės yra pateikiamos šiame socialiniame tinkle. Ten yra publikuojama aktuali informacija, kuri turi būti pateikiama ne tik žodžių pavidalu, tačiau ir vaizdu ar vaizdo įrašu. Tai yra gera praktika, kadangi pirmiausia žmones patraukia vaizdas, o ne tekstas. Tai yra normalu ir ekspertų patvirtinta. Suinteresuoti asmenys S1 taip pat akcentuoja ir galbūt net prisiima nuopelną, jog Prezidentės profilis šiame socialiniame tinkle yra vienas populiariausių ir daugiausiai sekėjų turinčių profilių tarp politikos atstovų.

Kitas socialinis tinklas, kuriame Prezidentė turi profilį, yra Twitter. Skirtingai nuo Facebook, jis yra orientuotas į užsienio auditoriją. Lietuvoje šis socialinis tinklas nėra itin populiarus. Užsienio

valstybių vadovai ir lyderiai naudojasi šiuo socialiniu tinklu aktyviai. Jo pagalba jie komunikuoja tarpusavyje. Taip pat suinteresuoti asmenys S1 akcentavo, jog kaip ir bendraujant su žiniasklaida, taip ir naudojantis socialiniais tinklais laikomasi vienodos nuomonės – žinutė turi būti trumpa ir aktuali. Lietuvoje galbūt nėra labai žinoma, tačiau suinteresuoti asmenys S1 paminėjo, jog užsienio žiniasklaida itin mėgsta Prezidentės žinutes, kurias ji skelbia Twitter socialiniame tinkle. Kadangi žinutės yra su tam tikra aktualia žinia, tai dažnai užsienio žiniasklaida pasigauna šias žinutes ir jos yra plačiai komentuojamos.

Vertinant ekspertų ir suinteresuotų asmenų atsakymus, galime daryti išvadą, jog Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais neabejotinai pakito. Bėgant metams vis labiau vystėsi technologijos, ryškėjo naujosios medijos, augo jų svarba. Augant socialinių tinklų populiarumui buvo suvokta būtinybė jais naudotis. Ekspertų nuomone, kurie domėjosi Prezidentės socialiniais tinklais, jei Prezidentė palyginus mažai bendrauja su tradicine žiniasklaida - visuomenė mažai ją mato ir išgirsta jos nuomonę, tai socialinių tinklų pagalba ji tą bendravimą gali šiek tiek atsverti. Visuomenę tiesiogiai ir greitai pasiekia informacija, talpinama socialiniuose tinkluose. Suinteresuoti asmenys Prezidentės socialinių tinklų naudojimąsi vertina taip pat, tačiau yra pateikiama daugiau informacijos, kas nėra matoma ir žinoma visuomenei.

3.8. Prezidentės bendravimas su skirtingomis politinėmis jėgomis

Norint sužinoti ekspertų nuomonę, kaip Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis ir ar mato pasikeitimų jų bendravime, buvo užduodamas šis klausimas ir buvo tikimasi sulaukti ekspertų vertinimų. Kaip ir atsakant į prieš tai buvusius klausimus, ekspertas E1 į šį klausimą atsakė paprastai ir trumpai: *„Taip, yra skirtumų. Prezidentė labiau rėmė konservatorių – liberalų flangą“* (žr. Priedas Nr. 1). Ekspertas pateikė trumpą atsakymą, nedetalizuodamas ir plačiau nepakomentuodamas savo atsakymo, tačiau aiškiai išskirdamas politines jėgas.

Ekspertas E2 pateikė išsamų atsakymą į šį klausimą: *„Taip, ji neslepia. Dabar tokia atrodo santūri palyginus. Bet pavyzdžiui prieš tai buvusią kadenciją ji neslėpė savo skepticizmo socialdemokratų atžvilgiu <...> Ji pasakė viešai, kad iš tos Vyriausybės nieko nesitiki. <...> 2012 m. rudenį kandidatų į ministrus atmėtymas, anglų kalbos žinių tikrinimas, mano galva, tai turėjo įžeisti tuos žmones visam gyvenimui. Čia jau buvo perlenkta lazda. Prezidentė aišku neslėpė, kad nenori Darbo partijos valdančiojoje koalicijoje, bet ten kitaip nebuvo įmanoma. <...> Faktas, kad partija buvo teisiama <...> O konservatorių atžvilgiu ji buvo santūresnė <...> negali sakyt, kad ji į kažkurią*

politinę jėga atlaidžiai žiūri. Ji tiesiog santūresnė buvo. Liberalų atžvilgiu taip pat, niekada nekritikavo viešai. Darbo partijai išvis buvo kryžius padėtas. Šaipėsi atvirai iš kandidatų į ministrus. <...> Akivaizdu, kad buvo, kaip sakoma, nevienodas santykis su partijomis“ (žr. Priedas Nr. 2). Iš atsakymo matome, jog jis įžvelgia nevienodą santykį su skirtingomis politinėmis jėgomis. Vienos politinės jėgos buvo palaikomos, kitos atvirkščiai – atvirai kritikuojamos. Visgi tai, kad Prezidentė palaikė konservatorius nesudarė sunkumų išsakyti ir kritiką jų atžvilgiu, kaip ir paminėjo ekspertas E2: *„kai D. Kreivys prisidirbo su mamos įmone, tai ji buvo principinga ir pareikalavo jo atsistatydinimo“* (žr. Priedas Nr. 2). Matome, jog esant tam tikriems sunkumams ir matydama, kad vyksta negeri dalykai politinėje erdvėje, Prezidentė yra principinga ir visiems taiko vienodas sąlygas, neišskiriant politinių jėgų. Ekspertas E2 išskiria vieną politinę jėgą, kuri Prezidentei buvo nepriimtina. Pasak eksperto E2 tai susiję su politinės jėgos vadovais ir kai kuriais nariais, kurie buvo teisiami. Čia irgi galime įžvelgti Prezidentės principingumą, kuomet nebuvo norima teisiamos politinės partijos matyti Lietuvos valdžioje. Pasak eksperto E2 Prezidentė atvirai nieko neslėpdama parodo nevienodą santykį su politinėmis jėgomis.

Ekspertas E3 atsakydamas į šį klausimą savo poziciją argumentavo taip: „*Valdžių, kurios nebuvo kritikuotos visai, nėra. Tačiau reikia pastebėti, jog pastarosios valdžios nesulaukė didelio Prezidentės palaikymo, kritikos tikrai netrūko. A. Butkevičiaus vyriausybę Prezidentė likus gal metams visiškai „nurašė“ <...> Su „valstiečių“ valdžia santykis taip pat gana komplikuotas ir kritikos netrūksta. Su konservatoriais kiek buvo geresnė situacija, Prezidentė tikrai intensyviai naudojosi ir įstatymų iniciatyvos teise. Vėliau tai nebuvo apleista, bet intensyvumas kiek buvo kritęs“* (žr. Priedas Nr. 3). Kaip matome ekspertas E3 įžvelgia situaciją, kad kritika yra būtina ir nėra apsieinama be kritikos. Svarbiausia yra argumentuota, tikslinga bei savalaikė kritika. Eksperto E3 požiūris šiuo klausimu sutampa su eksperto E2 požiūriu. Išskiriamos tos pačios politinės jėgos ir jos vertinamos vienodai. Jei yra būtinybė, Prezidentė nebijo pareikšti savo nuomonės apie tam tikrą politinę jėgą. Nebūtinai ta nuomonė išreiškiama žodžiais, tačiau veiksmais, bendravimu su šiomis politinėmis jėgomis.

Ekspertas E4 pateikia tokį atsakymą: *„Prezidentės bendravimas su skirtingomis politinėmis jėgomis leidžia kalbėti apie komunikacijos skirtumus. Tai patvirtina jos sakytinė verbalika“* (žr. Priedas Nr. 4). Remiantis šio eksperto atsakymu galime daryti išvadą, kad Prezidentė pasitelkia skirtingus komunikacijos elementus bendraujant su politinėmis jėgomis. Tai yra matoma jos pasisakymuose, remiantis verbaline komunikacija. Iš jos pasisakymų ir pranešimų galime spręsti apie palankumą ar nepalankumą kuriai nors politinei jėgai.

Remiantis visų keturių ekspertų atsakymais galime daryti išvadą, kad Prezidentės bendravimas su politinėmis jėgomis yra nevienodas. Vienas politinės jėgas ji palaiko, kitas – atvirai priekaištauja ir kartais galbūt net bando pabloginti jų įvaizdį viešojoje erdvėje.

Suinteresuoti asmenys S1 pateikė aiškią ir tikslią poziciją šiuo klausimu: *„<...> buvo dirbama su skirtingomis politinėmis jėgomis. Viena svarbiausių nuostatų – nedemonizuoti ar neaukštinti bet kokios politinės jėgos, o dirbti su ta valdžia, kurią išrinko visuomenė. <...> Prezidentė turi tvirtas vertybines nuostatas ir jų laikosi. Buvo nenorima, kad teisiama Darbo partija būtų valdžioje. <....> Naujovė, kurios ėmėsi Prezidentė, prieš kiekvieną Seimo sesiją yra rengiami susitikimai su Seimo Valdyba. <...> Taip pat yra rengiami atskiri susitikimai su Seimo komitetais, taigi yra investuojama laiko į tokius susitikimus. Taip pat pirmą dieną naujos sesijos metu laiško forma yra kreipiamasi į Seimą“* (žr. Priedas Nr. 5). Suinteresuoti asmenys savo atsakyme akcentavo, jog Prezidentei teko dirbti su skirtingomis politinėmis jėgomis. Su tomis, kurias išrinko visuomenė, todėl stengiamasi palaikyti gerus santykius ir dirbti su tais, kuriuos išrinko piliečiai. Atsakyme yra pateikiama nuostata, jog Prezidentė nesistengia išaukštinti ar pažeminti politinės jėgos. Visgi remiantis ekspertų atsakymais, jie buvo linkę pastebėti, jog Prezidentė geriau ir labiau bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis. Suinteresuoti asmenys kaip tik akcentavo, jog bendradarbiaujama buvo su visomis politinėmis jėgomis, nes visuomenė rinkų metu išreiškė savo nuomonę ir suteikė savo pasitikėjimą. Taip pat suinteresuotų asmenų S1 atsakyme pateikiamas požiūris, kad Prezidentė turi tvirtas vertybines nuostatas ir jų laikosi – ši pozicija pastebima ir eksperto E2. Tai liečia politinę partiją, kuri buvo teisiama. Prezidentė nenorėjo šios partijos matyti valdžioje. Kaip suinteresuoti asmenys pastebėjo, nors Prezidentės reitingai po tokios nuomonės išsakymo krito, tačiau visgi buvo išvengta politikos kriminalizavimo. Šiuo klausimu ekspertų ir suinteresuotų asmenų nuomonės sutampa, nes jie vienodai akcentavo šį dalyką. Suinteresuoti asmenys taip pat išskyrė naujoves, iniciatyvas, kurias įgyvendinti ėmėsi Prezidentė. Susitikimai su Seimo Valdyba bei atskirais komitetais. Tokiu būdu išsakoma Prezidentės pozicija, pasidalinama žiniomis bei akcentuojama, ko yra tikimasi iš tautos atstovų.

3.9. Politikos turinio ir jos pateikimo dinamika

Ekspertų paklausus, kaip jų manymu Prezidentei yra svarbus politikos turinys ir jos pateikimas, ekspertai į šį klausimą pateikė tokius atsakymus. *„Svarbus turinys, nes transliuoja žinią. Keitėsi pagal politines problemas“* (žr. Priedas Nr.1). Kaip matome ekspertas E1 akcentavo, kad Prezidentei yra svarbus žinutės turinys, nes yra transliuojama žinutė. Visgi pateikimas keitėsi pagal politines aktualijas.

Eksperto E2 išsakė tokį požiūrį: *„Prezidentė yra turinio politikė, ji tikrai ne iš tų, kurie žiūri formos. Ta forma jos labai santūri ir bendravimas toks, todėl ji vis dėlto už turinį labiau. Tai šia prasme, manau, kad daugiau kažkokių pasikeitimo didelio nėra <...> Rusijos atžvilgiu ji nuosekli. Nuosekli buvo ir dėl Seimo, Vyriausybės darbo. Manau, kad šiuo požiūriu ji turi tą stuburą ir jai turinys visada daug svarbiau negu, kad forma“* (žr. Priedas Nr. 2). Kaip matome ekspertas E2 Prezidentės komunikacijoje įžvelgia nuoseklumą tam tikrais klausimais. Pavyzdžiui, Rusijos atžvilgiu, taip pat dėl valdančiosios daugumos Lietuvoje. Ekspertas E2 taip pat įžvelgia, kad Prezidentei yra svarbesnis pranešimo turinys nei pateikimo forma. Forma, eksperto E2 nuomone, nelabai keitėsi, bendravimas liko santūrus, todėl ji atsižvelgia į pranešimo turinį ir investuoja laiko, kad pranešimas būtų stiprus ir turėtų prasmę.

Eksperto E3 pozicija šiuo klausimu tokia: *„Tai klausimas labiau pačiai Prezidentei. Tačiau tikrai negalima būtų pasakyti, jog turinys jai nėra svarbus. Jei nebūtų svarbus politikos turinys, nebūtų nei iniciatyvų, nei naudojimosi atidedamojo veto teise“* (žr. Priedas Nr. 3). Iš atsakymo matome, jog ekspertas E3 laikosi tos pačios nuomonės, kokią pateikė ir kiti ekspertai. Laikomasi nuomonės, kad Prezidentei yra svarbus turinys. Visgi apie formą ekspertas E3 neužsiminė.

Kaip ir ekspertai E1, E2, E3, ekspertas E4 laikėsi tokios pačios pozicijos: *„Svarbiau yra politikos turinys, nes pateikimas liko toks pats, koks ir buvo“* (žr. Priedas Nr. 4). Visgi eksperto E4 atsakyme randame nuostatą, kad pateikimas nepakito – liko toks pats, koks ir buvo.

Suinteresuoti asmenys S1 akcentuoja, jog svarbūs abu dalykai: *„Svarbu viskas – ir turinys, ir forma. <....> Turinys – svarbu viską tiksliai išsiaiškinti ir tik tada daryti sprendimą“* (žr. Priedas Nr. 5). Kaip ir atsakydami į prieš tai buvusius klausimus, suinteresuoti asmenys S1 pakartojo ir akcentavo, jog Prezidentė pirmiausia įsigilina į bet kokį klausimą, išklauso ekspertų vertinimus ir tik tada padaro savo sprendimą, pateikdama jį visuomenei. Mano manymu, tai yra pagirtinas dalykas. Reikia tai vertinti, nes Prezidentė pateikia požiūrį, kuris nėra keičiamas. Laikomasi išsakytos pozicijos.

Remiantis ekspertų ir suinteresuotų asmenų atsakymais, galime daryti išvadą, kad Prezidentei svarbiau yra turinys, transliuojama žinia, nei jos pateikimo forma. Taip pat sutampa pozicija, kad Prezidentė laikosi savo nuostatų, yra nuosekli ir savo pranešimais siunčia žinią pasauliui.

3.10. Pasirodymų viešuose renginiuose vertinimas

Norint išsiaiškinti, kaip ekspertai vertina Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose, buvo užduodamas klausimas apie tai ir gauti ekspertų atsakymai. Ekspertas E1 akcentavo, kad buvo nemažai

pasirodymų, kurie kuria Prezidentės įvaizdį: *„Pasirodymų viešuose renginiuose buvo nemažai. Tai dalis susidomėjimo ir įvaizdžio“* (žr. Priedas Nr.1). Ekspertas E2 pasirodymus viešuose renginiuose, ypač renginius su vaikais vertina teigiamai: *„Aš vertinu teigiamai, sakyčiau, kad tai net savotiškai nuostabu. Šiaip ji santūri ir mažakalbė <...> ji labiau atsiskleidžia prie vaikų. <...> Būdama santūri, atrodytų šalta bei griežta, tai su vaikais gal ir atsiskleidžia jos žmogiškumas, parodoma, kaip šiltas žmogus, kuris nori bendrauti ir atiduoti ką gali. <...> viskas eina nuoširdžiai. Tiesiog ji pati be šeimos likusi, be vaikų, tai tiesiog atiduoda tą meilę, kurią galėtų atiduot savo vaikams“* (žr. Priedas Nr. 2). Iš eksperto E2 atsakymo matome, jog jis atkreipė dėmesį ne tik į Prezidentės išorę, tačiau ir į vidų, jos asmeninį gyvenimą. T.y. Prezidentė neturėdama savo šeimos nori šilumą ir dėmesį atiduoti kitiems, ypač vaikams likusiems be šeimų. Taip pat kaip ekspertas E2 akcentuoja, Prezidentė būdama santūri ir griežta, to neparodo viešuose renginiuose, atvirkščiai – yra bendraujanti ir šiltas žmogus, kokią žmonės ją pažįsta neformalioje aplinkoje. Rengdama įvairias akcijas, pavyzdžiui Knygų Kalėdos, Prezidentė prisideda prie vaikų gerovės, stengiamasi, kad vaikai patirtų džiaugsmą, taip pat prisidedama ir finansiškai.

Eksperto E3 pozicija šiuo klausimu yra tokia: *„Visi politikai stengiasi nepraleisti progos komunikuoti per vaikus. <...> Vaikai yra jautri tema kiekvienam (pažiūrėkime, kaip politikai entuziastingas veliasi į istorijas, susijusias su vaikais). Todėl būtų keista, jei Prezidentės taip pat nematytume su vaikais. Tuo labiau, kad jos pačios buvo iniciatyva „Saugi Lietuva“, skirta didžiąja dalimi vaikams. Tai visiškai normali praktika“* (žr. Priedas Nr. 3). Iš atsakymo matome, jog ekspertas E3 akcentuoja, kad vaikai yra jautri tema visuomenėje. Atkreipiamas dėmesys, kad dauguma politikų domisi vaikų problemomis, taip pelnydami visuomenės palankumą, gerindami savo reitingus. Taip pat akcentuojama, kad Prezidentė ėmėsi naujų iniciatyvų, skirtų vaikams. Kaip ir daugumai politikų, taip ir Prezidentei vaikų tema yra svarbi ir aktuali.

Ekspertas E4 pasirodymus viešumoje taip pat vertina teigiamai, pridurdamas, jog jie yra būtinybė. *„Viešus pasirodymus vertinu teigiamai, nes jie yra būtinybė ir galimybė būti su žmonėmis. Kitas klausimas ar jie yra tik proginiai, reakciniai? Ar pagrįsti visiems žinomais Prezidentės strateginiais tikslais, konkrečiais lūkesčiais, kuriuos bendraudama su pasirinktomis tikslinėmis grupėmis ir siekia įgyvendinti. Dalyvavimas renginiuose su vaikais turėtų ir rodyti ko siekiama“* (žr. Priedas Nr. 4). Nors ekspertas E4 pasirodymus ir vertina teigiamai, tačiau taip pat priduria, kad jie yra būtini. Neįmanoma, kad būtų vengiama tokių pasirodymų. Jie yra būtini, bei skirti bendrauti su visuomene. Visgi iš eksperto E4 atsakymo matome, jog yra atkreipiamas dėmesys, kada tokie pasirodymai vyksta. T.y. ar jie vyksta tam tikrų įvykių, progų metu, ar reaguojant į aktualijas ir pan. Taip pat ekspertas E4 pastebi,

jog Prezidentės pasirodymai viešuose renginiuose turėtų būti siejami su lūkesčiais ir Prezidentės keliamais tikslais. Būtų stengiamasi juos įgyvendinti ir tai neturėtų būti vienkartiniai pasirodymai.

Suinteresuotų asmenų pozicija šiuo klausimu: *„Ji moka puikiai improvizuoti ir puikiai jaučia auditoriją. Dažniausiai pamato auditoriją ir tada žino, ko iš jos yra laukiama, labai gerai jaučia žmones ir turi gerą intuiciją. Auditorija ją šiltai sutinka ir ji paperka auditoriją savo nuoširdumu. Jaučiama abipusė simpatija“* (žr. Priedas Nr. 5). Iš atsakymo matome, jog nėra vertinami konkretūs pasirodymai viešuose renginiuose. Atsakyme koncentruojamasi, jog Prezidentė jaučia auditoriją, žino, ko iš jos tikimasi ir auditorija į tai reaguoja gerai, sutinka Prezidentę šiltai.

Remiantis visų keturių ekspertų atsakymais galime daryti išvadas, kad ekspertai Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose vertina teigiamai. Jie yra dalis jos įvaizdžio. Ypač bendravimas ir renginiai su vaikais. Prezidentė ėmėsi naujų iniciatyvų, kurie buvo skirti vaikams. Suinteresuoti asmenys S1 akcentavo, kad Prezidentė su auditorija jaučia abipusę simpatiją, yra šiltai sutinkama.

3.11. Komunikacinių sugebėjimų vertinimas lyginant su kitais Prezidentais

Paskutinis klausimas, kuris buvo užduotas ekspertams ir suinteresuotiems asmenims, buvo susijęs su Prezidentės komunikacinių sugebėjimų vertinimu lyginant su kitų Prezidentų komunikaciniais sugebėjimais.

Ekspertas E1 kaip ir į daugumą klausimų atsakė trumpai: *„Jis labiau „kapotas“ nei ankstesnių prezidentų“* (žr. Priedas Nr. 1). Kaip matome ekspertas E1 atsakydamas pateikė vienintelį argumentą, jog Prezidentės komunikaciniai sugebėjimai yra labiau „kapoti“. Atsižvelgiant į kitus šio eksperto E1 atsakymus, galime daryti prielaidą, jog jis vertina Prezidentės savybes, kokia ji yra parodoma viešojoje erdvėje, t.y. griežta, santūri, galbūt nelanksti kai kuriais klausimais.

Ekspertas E2 pateikdamas savo atsakymą, šiek tiek palygino Prezidentės komunikacinius sugebėjimus su kitais Lietuvos bei Prancūzijos Prezidentais: *„V. Adamkus kitaip komunikavo ir nesakyčiau, kad kuris geriau. Tiesiog V. Adamkus kitokio tipo žmogus. Jis švelnesnis, ne toks tiesmukas, ne toks griežtas. A. Brazauskas vėl kitaip komunikavo. <...> Tiesiog skirtingi žmonės. D. Grybauskaitė pasirinko tokį komunikavimo būdą, jai jis tinka. Aš nemanyčiau, kad ji kažkoks geresnis ar blogesnis, tiesiog jis yra kitoks. <...> J. Chirac retorika, kaip buvo įvaldęs tą retorikos meną, pauzes. D. Grybauskaitei viešai galbūt būtų sunkiau pasakyti tokią kalbą, kaip sakykim J. Chirac, be teksto, žiūrint vien tik į auditoriją. N. Sarkozy pavyzdžiui irgi iškalbos turi. <...> F. Hollande buvo gana silpnas Prezidentas iškalbos prasme. Dabar E. Macron, man rodos, turi viešo kalbėjimo meno.*

Mūsų Prezidentams visiems trūksta retorikos, sugebėjimo įtaigiai, su pauzėm, su išlaikymais viešai kalbėti auditorijai. Visgi mes ir tradicijų neturim. <...> dar yra kur kitiems Prezidentams augti. Čia aišku ne priekaištas D. Grybauskaitei, tiesiog kitiems Prezidentams čia būtų toks mokėjimas kalbėt auditorijai, mokytis retorikos meno“ (žr. Priedas Nr. 2). Matome, jog pateikdamas savo atsakymą ekspertas E2 laikėsi struktūros - pirmiausia bandė palyginti Lietuvos Prezidentų komunikacinius sugebėjimus. Vėliau perėjo prie palyginimo su Prancūzijos Prezidentais. Ir galiausiai pabaigoje buvo tarsi padaryta išvada. Kaip matome iš eksperto E2 atsakymo, lygindamas visų prezidentų komunikacinius sugebėjimus, jis akcentuoja asmenines kiekvieno savybes ir kad tai lemia komunikavimo būdą bei stilių. Jei žmogus yra švelnesnis, ne toks griežtas, tai jo komunikacija skirsis nuo to, kuris viešojoje erdvėje pateikiamas kaip griežtas ir tiesmukas žmogus. Ekspertas E2 negali išskirti, kuris Prezidentas komunikavo geriau, kuris blogiau. Kiekvieno Prezidento yra asmeninis pasirinkimas, kaip reiktų komunikuoti.

Ekspertas E2 stengėsi apžvelgti Prancūzijos Prezidentų komunikacinius sugebėjimus. Tačiau čia taip pat daroma išvada, jog tai priklauso nuo kiekvieno žmogaus, jo asmeninių savybių. Nėra vienodų Prezidentų, todėl labai skiriasi jų komunikaciniai sugebėjimai. Ekspertas E2 taip pat daro išvadą, jog Lietuvoje nėra susidariusių tradicijų. Palyginus neseniai buvo atkurta Lietuvos Nepriklausomybė, todėl ir Prezidentų Lietuva neturėjo daug. Nėra susiformavusių tradicijų, kaip Prezidentai turi komunikuoti ir pan. Eksperto E2 nuomone Prezidentams ir kitiems viešumoje dalyvaujantiems asmenims reiktų mokytis retorikos meno, t.y. kaip kalbėti ir bendrauti su auditorija.

„Kiekvienas prezidentas turi savo stilių. Visai kitoks buvo Valdas Adamkus, nepasižymėjęs itin griežtu tonu. Prezidentė rinkosi tokį, koks jai priimtiniausias. Kiekvienas gali turėti savo asmeninį vertinimą, tačiau labai išlaikyti itin aukšti reitingai, leidžia daryti prielaidą, jog komunikacija nebuvo itin bloga ir rinkėjams tas griežtumas, kartais net „auklėjamasis“ tonas gana imponuoja. Tačiau V. Adamkus buvo linkęs daugiau ir plačiau kalbėti“ (žr. Priedas Nr. 3). Kaip matome ekspertas E3 taip pat atkreipia dėmesį į asmenines žmogaus savybes. Lygina Prezidento V.Adamkaus komunikacinius sugebėjimus, pabrėždamas, kad jis nebuvo griežtas, todėl ir komunikacija buvo švelnesnė. Taip pat akcentuojama, jog jis buvo atviresnis ir daugiau kalbėjo. Tai irgi yra priskiriama prie asmeninių savybių. Kiekvienas pasirenkame sau artimą komunikavimo būdą. Ekspertas E3 taip pat atkreipia dėmesį, jog remiantis Prezidentės reitingais visuomenėje, jos pasirinktas komunikavimo būdas yra palankiai vertinamas.

Ekspertas E4 savo atsakyme pabrėžia: *„Kiekvienas žmogus, vadovas, turi savo skirtingus komunikacinius gebėjimus. Esminis dalykas, kaip jis sugeba juos geriausiai pritaikyti esamoje*

situacijoje ir darydamas namų darbus pastoviai mokosi ir tobulėja“ (žr. Priedas Nr. 4). Iš atsakymo matome, jog ekspertas E4 pripažįsta, jog visi turime skirtingus komunikacinius sugebėjimus. Taip pat pabrėžiama, jog pasirinktas komunikacijos būdas ir sugebėjimai turi būti pritaikyti situacijose, turi mokytis iš klaidų, nestovėti vietoje ir tobulėti. Komunikacija nuolat tobulėja, žmogui irgi reikia tobulėti.

Suinteresuotų asmenų pozicija šiuo klausimu yra konkreti: *„Prezidentė laikosi nerašytos taisyklės – nevertinti kitų Prezidentų“* (žr. Priedas Nr. 5). Todėl ir suinteresuoti asmenys S1 nepateikė atsakymo į šį klausimą.

Ekspertų (E1, E2, E3 ir E4) atsakymuose įžvelgiama bendra tendencija – laikomasi požiūrio, jog kiekvienas žmogus turi kitokias asmenines savybes, kurių pagalba remiamasi, kaip jis komunikuos su kitais žmonėmis. Pasak eksperto E2 Lietuvoje nėra susiformavusių tradicijų, kaip turėtų komunikuoti Prezidentai. Galime tik atsižvelgti į užsienio valstybių Prezidentų komunikacinius sugebėjimus, tačiau kas vienam Prezidentui bus priimtina, kitam tai gali pasirodyti netinkamas būdas. Tai taip remiasi į žmogaus asmenines savybes.

3.12. Tiriamosios dalies apibendrinimas

Atlikus ekspertų ir suinteresuotų asmenų apklausą yra tikslinga apibendrinti gautus duomenis. Reikia pastebėti, jog atlikus ekspertų ir suinteresuotų asmenų apklausą gauti rezultatai kai kuriais klausimais sutapo. Žinoma, buvo pastebėta ir nesutapimų, tarp šių dviejų pusių atsakymų. Tokia situacija galėjo atsirasti todėl, kad ekspertai yra nešališki ir išsako savo nuomonę pateiktais klausimais. Tuo tarpu suinteresuotų asmenų atsakymai, kitaip nei ekspertų atsakymai, gali būti laikomi šališkais, nes suinteresuoti asmenys dirba kartu su Prezidente. Nors apie tiriamą reiškinį gaunama informacija iš vidaus, visgi jų atsakymai buvo vertinami kritiškai bei atsižvelgta, jog jie galėjo stengtis parodyti tik geriausias darbo puses.

Apibendrinant galima teigti, jog Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacijoje yra pasikeitimų, tačiau ne visose komunikacijos srityse galima juos pamatyti. Pagrindiniai ir didžiausi Prezidentės komunikacijos pokyčiai yra susiję su vis intensyvesniu naujųjų medijų panaudojimu. Tai lėmė, kad Prezidentės komunikacija tapo intensyvesnė ir labiau reaguojanti į aktualijas.

IŠVADOS

Atlikus teorinę šaltinių analizę, empirinį tyrimą (interviu su ekspertais bei suinteresuotais asmenimis) ir apibendrinus rezultatus, parengtos tokios šio magistro darbo išvados:

- Teorinė šaltinių analizė atskleidė, kad komunikacija ir ypač politinė komunikacija pastaraisiais metais susidūrė su daugybe iššūkių. Technologijų vystymasis padarė įtaką įvairioms mokslo bei gyvenimo sritims. Kartu su technologijų plėtra, vystėsi ir komunikacija, politinė komunikacija. Vystantis politinės komunikacijos sričiai vis didesne jos dalimi tapo naujosios medijos. Naujosios medijos vaidina aktyvų vaidmenį politiniame gyvenime. Politinė sistema negali veikti be efektyvių informacijos perdavimo priemonių. Naujosios medijos palengvina politinio turinio kūrimą, platinimą bei jo keitimąsi internete. Visgi susiduriama ir su iššūkiais, kuomet naujųjų medijų priemonės padidino nestabilumo ir nenuspėjamumo lygį politinėje komunikacijoje. Viešai skleidžiama informacija ne visada gali būti tiesa, o naujosios medijos tik padidino informacijos perdavimo potencialą, leidžiančią tiesiogiai pasiekti kuo didesnę auditoriją. Taip pat naujosios medijos pamažu keičia tradicinę politinę komunikaciją, kai politiniai procesai suartėja su naujosiomis medijomis ir socialiniais tinklais. Taip politiniai procesai pamažu yra sutapatinami su komunikacijos procesais.
- Remiantis interviu su ekspertais bei suinteresuotais asmenimis atsakymais pastebėjome, jog kai kuriais klausimais ekspertų ir suinteresuotų asmenų nuomonės sutapo, kai kuriais klausimais išsiskyrė. Ekspertų ir suinteresuotų asmenų nuomonės sutapo šiais klausimais: išskiriant stipriąsias Prezidentės komunikacijos savybes; vertinant Prezidentės metinius pranešimus ir jų svarbą; įžvelgiant pokyčius naudojantis socialiniais tinklais; lyginant Prezidentės pranešimų turinį ir pateikimo formą; vertinant Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose. Ekspertų ir suinteresuotų asmenų nuomonės išsiskyrė tokiais klausimais: Prezidentės komunikacijos pokyčių vertinime, lyginant pirmą kadenciją su antrąja; išskiriant silpnąsias Prezidentės komunikacijos savybes; vertinant bendravimo pokyčius su žiniasklaida bei politinėmis jėgomis; vertinant Prezidentės komunikacinius sugebėjimus ekspertai įžvelgė, jog visi Prezidentai komunikuoja skirtingai. Komunikacinius sugebėjimus ekspertai sieja su asmeninėmis žmogaus savybėmis. Tuo tarpu suinteresuoti asmenys susilaikė šiuo klausimu. Atlikto tyrimo metu pastebėjome, jog vieni pagrindinių Prezidentės komunikacijos pokyčių – komunikacija tapo intensyvesnė ir labiau reaguojanti į aktualijas. Šiuos pokyčius lėmė vis intensyvesnis naujųjų medijų panaudojimas.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Amudavalli, A. *Theories & models of communication.* Prieiga per internetą: https://epgp.inflibnet.ac.in/epgpdata/uploads/epgp_content/library_and_information_science/knowledge_society/05._theories_and_models_of_communication/et/4305_et_et.pdf
2. Bacys, T. (2018). Rusijos ir Ukrainos konfliktas socialinių tinklų informacinio karo kontekste: Ekspertų požiūris. *Klaipėda:Darbai ir dienos, 69, 53-63.* Prieiga per internetą: https://eltalpykla.vdu.lt/bitstream/handle/1/36799/ISSN2335-8769_2018_N_69.PG_53-63.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. Baranauskaitė, D. (2013). *Politinės komunikacijos konstravimas žiniasklaidoje: Lietuvos Socialdemokratų ir Darbo partijos atvejis (Magistro darbas).* Prieiga per internetą: https://vb.vdu.lt/object/elaba:2029567/
4. Bielinis, L. (2002). Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai. *Vilnius: Respectus Philologicus 2(7), 49-59.*
5. Bielinis L. (2016). Mediatizuota politika – nauja tvarka, nauji veikėjai, nauja galia. *Agora: politinių komunikacijų studijos 4, 30-51.* doi: 10.7220/2424-3663.2016.4.2
6. Bitinas, B., Rupšienė, L. ir Žydžiūnaitė, V. (2008). *Kokybinių tyrimų metodologija.* Klaipėda: S. Jokužio leidykla – spaustuvė.
7. Chekunova, M. A. (2016). New media in political communication: general approaches. *SHS Web of Conferences, 29, 1-4.* doi: 10.1051/shsconf/20162901015
8. Eidukevičiūtė, J. ir Večkienė N. (2014). Profesinio identiteto formavimasis socialinio darbo praktikoje: komunikacinės kompetencijos aktualizavimas. *Kaunas*: *TILTAI, 68(4), 37-56.* Prieiga per internetą:http://journals.ku.lt/index.php/tiltai/article/view/948/pdf
9. Fiske, J. (1998). *Įvadas į komunikacijos studijas.* Vilnius: Baltos lankos.
10. Gaižauskaitė, I. ir Valavičienė, N. (2016). *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu.* Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
11. Grebliauskienė, B. ir Večkienė, N. (2004). *Komunikacinė kompetencija. Komunikabilumo ugdymas.* Vilnius: Žara.
12. Gudauskas, A. (2014). Naujųjų medijų vartotojas – kūrėjas ir kinematografinis mąstymas. *KNYGOTYRA, 63, 77-98.* Prieiga per internetą: http://www.zurnalai.vu.lt/knygotyra/article/view/4008

13. Indrašiūtė, D. (2010). *Komunikacijos ypatumai politinių skląsčių atžvilgiu (Magistro darbas).* Prieiga per internetą: https://epublications.vu.lt/object/elaba:2163750/
14. Į valdžios ir piliečių komunikaciją socialinėse medijose besigilinantė KTU doktorantė: "Potencialas neišnaudojamas" (2018, liepos 16). *Kauno technologijos universitetas.* Prieiga per internetą: https://ktu.edu/news/i-valdzios-ir-pilieciu-komunikacija-socialinese-medijose-besigilinanti-ktu-doktorante-potencialas-neisnaudojamas/
15. Janavičienė, D. (2014). Tinklaraščio medijos esminiai bruožai ir panaudojimo galimybės. *TILTAI, 2, 191-204.* doi: 10.15181/tbb.v67i2.854
16. Kelerytė, V. (2010). *Lietuvos politinių lyderių komunikacijos ypatumai Lietuvos žiniasklaidoje (Magistro darbas).* Prieiga per internetą:https://vb.vdu.lt/object/elaba:1878269/
17. Kirtiklis, K. (2015). Mediatizacijos teorijos statuso komunikacijos tyrimuose problema. *INFORMACIJOS MOKSLAI, 71, 25-34.* doi: 10.15388/Im.2015.71.8330
18. *Komunikacijos samprata.* Prieiga per internetą: http://www.xn--altiniai-4wb.info/index/details/377
19. *Lietuvos mokslo ir studijų e. dokumentų kaupimas ir pateikimas skaitytojams.* Prieiga per internetą: http://edok.sf.library.lt/leidyba/4MM/65393.html
20. Matkevičienė R. (2008). Politinio žiniasklaidos diskurso apibrėžtys: žiniasklaidos, kaip politinės komunikacijos dėmens, tyrimas. *Vilnius:Informatikos mokslai, 44, 107-11.* Prieiga per internetą: http://www.zurnalai.vu.lt/informacijos-mokslai/article/view/3402/2468
21. Medina, R. Z. ir Sanchez Cobarro, P. del H. (2017). The importance of the „strategic game" to frame the political discourse in Twitter during 2015 Spanish Regional Elections. *Spain:Communication & Society, 30(3), 229-253.* Prieiga per internetą: https://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art_id=646
22. McNair, B. (2007). An *introduction to Political Communication. London*. New York: Routledge.
23. Meškys, K. (2010). *Kaip valdyti medijas. Prodiuserinės veiklos pagrindai.* Vilnius: RDI.
24. Nevinskaitė, L. (2011). *Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos teorijos.* Prieiga per internetą: http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2011_Nevinskaite_siuolaikines_medijos.pdf
25. Nugaraitė, A. (2015). Antraštės poveikis ir įtaka medijų komunikacijoje. *Kaunas: Agora, 3, 113-128.* doi: 10.7220/2424-3663.2015.3.6
26. Orbe, M. P. (2011). C*ommunication Realities in a "Post – Racial" Society.* United States: Lexington Books.

27. Požela, J. (2006). *Partinė spauda Lietuvos politinėje komunikacijoje (Magistro darbas).* Prieiga per internetą: https://epublications.vu.lt/object/elaba:1955668/
28. Prakapas, R. ir Butvilas, T. (2011). *Mokslinio tiriamojo darbo logografika studijoms.* Vilnius:Mykolo Romerio universitetas.
29. Ruas, J. ir Capdevila, A. (2017). Political communication today: challenges and threats. *Spain: Communication & Society, 145-153.* Prieiga per internetą: https://www.unav.es/fcom/communication-society/en/articulo.php?art_id=640
30. Scheufele, D. A. (2014). Science communication as political communication. *United States: PNAS, 4, 13585-13592.* doi: 0.1073/pnas.1317516111
31. Statneckytė, S. (2013). Mediatizacijos įtaka politinės komunikacijos kultūrai. Kaunas: *TILTAI, 64(3), 153-164.* Prieiga per internetą: http://journals.ku.lt/index.php/tiltai/article/view/465/pdf
32. Tarptautinių žodžių žodynas. Prieiga per internetą: https://www.zodynas.lt/tarptautinis-zodziu-zodynas/E/elokvencija
33. The New Media's Role in Politics (2018, kovo 22). *Open Mind.* Prieiga per internetą: https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-new-media-s-role-in-politics/
34. Vaičekauskienė, G. (2016). Lietuvos politinių lyderių retorikos savirefleksijos: 2015 metų tiesioginių merų rinkimų atvejis. *Kaunas:Regional Formation and Development Studies, 2(19), 137-152.* doi: 10.15181/rfds.v19i2.1290
35. Vaičekauskienė, G. (2018). Politinio lyderio retorika: nuo senovės agoros iki elektroninės demokratijos. *INFORMACIJOS MOKSLAI, 81, 146-164.* doi: 10.15388/Im.2018.0.11946
36. Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Konsultacijų bankas. Prieiga per internetą: http://www.vlkk.lt/konsultacijos/12563-medija-medijos
37. Viešosios politikos profesionalai gali mesti iššūkį populistams (2016, liepos 18). *Kauno technologijos universitetas.* Prieiga per internetą: https://shmmf.ktu.edu/news/viesosios-politikos-profesionalai-gali-mesti-issuki-populistams/
38. Zakaraitė, L. (2010). *Lyderystės konstravimas politinės komunikacijos procese: istoriografinė perspektyva (Magistro darbas).* Prieiga per internetą:https://vb.vdu.lt/object/elaba:1976116/
39. Zhouxiang, L. ir Herrmann, P. (2016). *Conflicr and Communication. A Changing Asia in a Globalizing World – Social and Political Perspectives.*United States: Nova Science Publishers, Inc.
40. Žydžiūnaitė, V. (2011). *Baigiamojo darbo rengimo metodologija.* Klaipėda:Klaipėdos valstybinė kolegija.

41. Žydžiūnaitė, V. ir Sabaliauskas, S. (2017). *Kokybiniai tyrimai: prinicipai ir metodai.* Vilnius: VAGA.

SANTRAUKA

Komunikacija šiandieniame pasaulyje tapo itin svarbi. Pastebima, kad politinė komunikacija labai sparčiai įsisavina naujausių technologijų plėtojamas komunikacijos galimybes, komunikacija keičiasi vis greičiau. Lietuvoje politinės komunikacijos tema nagrinėta nemažai, tačiau nėra darbų, kuriuose būtų apžvelgta politinio lyderio komunikacijos raida. D. Grybauskaitė būdama Lietuvos Prezidente yra valstybės vadovė – politinė lyderė. Lietuvoje egzistuoja opi politinės komunikacijos problema, kai trūksta ryškių politinių lyderių bei jų komunikacijos ištyrimo. Magistro darbo objektas – Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacijos raida. Magistro darbe siekiama nustatyti, kaip keitėsi Prezidentės D. Grybauskaitės komunikacija.

Pirmoje ir antroje darbo dalyse pateikiamas teorinis požiūris į analizuojamą reiškinį, t.y. analizuojamos komunikacijos bei politinės komunikacijos sąvokos, bruožai, gilinamasi į politinės komunikacijos svarbą bei specifiką, atkreipiamas dėmesys į naująsias medijas, jų reikšmę politinėje komunikacijoje.

Trečioje darbo dalyje atliktas empirinis tyrimas - pusiau struktūruotas interviu su politikos bei komunikacijos mokslų ekspertais bei suinteresuotais asmenimis. Tyrimu buvo siekiama išsiaiškinti, kokie pokyčiai yra pastebimi Prezidentės komunikacijoje. Atlikus tyrimą išsiaiškinta, jog vieni pagrindinių Prezidentės komunikacijoje pastebimų pokyčių – komunikacija tapo intensyvesnė ir labiau reaguojanti į aktualijas. Šiuos pokyčius lėmė vis intensyvesnis naujųjų medijų panaudojimas.

Šis magistro darbas gali būti naudingas ir įdomus politine komunikacija besidomintiems asmenims ar su Prezidentės komunikacija susijusiems asmenims, nes darbe yra analizuojamas ekspertų požiūris Prezidentės komunikacijos tematika. Taip pat šis darbas gali padėti politikos veikėjams sužinoti ir atkreipti dėmesį į politinių lyderių komunikaciją viešojoje erdvėje.

Raktiniai žodžiai: komunikacija, politinė komunikacija, politinis lyderis, politinės komunikacijos procesas, komunikacijos priemonės, naujoji medija.

SUMMARY

Communication has become extremely important in today's world. It is noticeable that political communication is absorbing the latest communication tools, technologies and communication are changing rapidly. There are not many researches in Lithuania that would be related to the political communication or the evolution of communication between political leaders. The President of Lithuania D. Grybauskaite is the political leader of the state. There is the problem of political communication in Lithuania – the lack of exploration of political leaders communication. The object of master thesis – the evolution of communication of President Dalia Grybauskaite. The aim of the master thesis is determine how the communication of President Dalia Grybauskaite has changed.

The first and the second parts of the master thesis provide theoretical approach to the communication and political communication. I.e. the concepts and features of communication and political communication, the importance of political communication, the new media and their significance in political communication.

The third part of the master thesis is the empirical research – semi – structured interview with the experts of politics or communication and stakeholders. The aim of the research is to determine what changes are noticeable in the President‘s communication. The research showed that the main changes of the President‘s communication are that the communication has become more intense and more responsive to the current issues. These changes were driven by the more intensive use of new media.

This master thesis may be useful and interesting to the people who are interested in political communication or to the stakeholders who are related to President‘s communication because the experts’ opinions of the President's communication are analyzed. Furthermore, the master thesis can help politicians determine and pay attention to the political leader‘s communication in the public space.

Key words: communication, political communication, political leader, political communication process, communication tools, new media.

PRIEDAI

1 priedas

Klausimai pateikti ekspertams

1. Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?
2. Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?
3. Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?
4. Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?
5. Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?
6. Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?
7. Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?
8. Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?
9. Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?
10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

2 priedas

Eksperto E1 apklausos rezultatai

1.Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?

Pirmos kadencijos metu buvo kategoriškesnė ir griežtesnė.

2.Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?

Stipriosios savybės: aiškumas bei informacijos glaistymas. Silpnosios: informacijos nepaaiškinimas, nesileidimas į kompromisus.

3.Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?

Jie keičiasi pagal politines aktualijas. Svarbi Prezidentės reakcija.

4.Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?

Tai svarbiausi komunikacijos aktai.

5.Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?

Nežinau.

6.Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?

Nesekiau.

7.Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?

Taip, yra skirtumų. Prezidentė labiau rėmė konservatorių – liberalų flangą.

8.Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?

Svarbus turinys, nes transliuoja žinią. Keitėsi pagal politines problemas.

9.Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?

Pasirodymų viešuose renginiuose buvo nemažai. Tai dalis susidomėjimo ir įvaizdžio.

10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

Jis labiau „kapotas“ nei ankstesnių prezidentų.

Eksperto E2 apklausos rezultatai

1. Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?

Nelabai pasikeitė. Ji tokia išliko kaip ir buvo - trumpais sakiniais, surežisuoti susitikimai su žurnalistais, staigiai pradedant ir sustabdant interviu. Kaip žinome viskas būna suplanuota iš anksto. Yra spaudos tarnyba, kurioje dirba mažiausiai penki – septyni žmonės, kiek žinau. Tai manau, kad ta komunikacija išliko tokia pati. Tokių spaudos konferencijų, aš kaip pilietis, pasigesdavau. Tai ir tokių išsamesnių, kad žurnalistai galėtų paklausinėti bent jau pusvalandį, tokių aš nelabai ir atsimenu. Na buvo tokių, bet labai jau nedaug. Na žmogus negali keistis, nes ji susiformavęs, suaugęs žmogus. Galima pasikeitimų ieškoti santykiuose su partijomis, bet kalbant apie komunikaciją, tai manau, kad nedaug pasikeitė.

2. Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?

Stiprioji pusė - ji labai dalykiška, nesileidžia į jokius tokius tuščius informacijos išvedžiojimus, tokių nėra. Nėra, kaip kitų politikų (neminėsime pavardžių) nusišnekėjimo į šalį, viskas pas ją labai aiškiai apgalvota, struktūruota ir kryptinga.
O silpnoji pusė, kad galėtų būti šie tiek daugiau komunikuojanti Ji vengia pabendravimo su žurnalistais. Aš girdėjau iš neformalių kalbų su žurnalistais, kad neformalioje aplinkoje ji labai šiltas žmogus, labai bendrauja. Pasakojo man žurnalistai, kurie skrenda ten su ja į Briuselį, kad lėktuve ji labai šiltas žmogus. O viešai ji tokia truputį per griežta. Na toks įvaizdis, galbūt tokį sukūrė įvaizdį. Aš nežinau kiek ji iš tikrųjų šiltas žmogus ar šaltas emociškai.

3. Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?

Pirmų metų nepalyginčiau, bet visų pranešimų bendras vardiklis, kas vienija - jiems būdingas tarsi žiūrėjimas iš bokšto. Lygtai ji būtų ne vykdomosios valdžios dalis. Pagal mūsų Konstituciją, ji vykdomosios valdžios dalis. Ir kaip tos vykdomosios valdžios dalis, tai ji irgi daug kur kalta, plačiąja prasme kalta. Nes ji Vyriausybėje deda parašą - tvirtindama jos sudėtį. Be jos parašo Vyriausybės sudėties neįmanoma tvirtinti. Tai pranešimų bendras bruožas lyg ji būtų stebėtoja, už nieką

neatsakinga. Taip pat jokios kaltės nepripažinimas. Lyg ir viename pranešime ji pripažino savo kaltę, tik dabar tiksliai nepamenu dėl ko. O šiaip tai sakykime kai kuriuose pranešimuose ji vartoja stiprius išsireiškimus, pavyzdžiui apie valstiečių partiją. Kuomet buvo chaosas ir valdančiosios koalicijos darbą vertino labai žiauriai. Todėl sakykim tas stiprumas, manau, jau jos iniciatyva buvo. Patarėjai be jos sutikimo nerašytų tokių tekstų. Bet aš manau, kad tokio didelio skirtumo tarp metinių pranešimų ir nepamatytumėme. Ji liko ištikima savo tradicijai. Viename iš paskutinių pranešimų buvo apie partijas pagarbiau pasisakiusi, nes ji į partijas labai skeptiškai visada žiūrėjo ir manau žiūri.

4. Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?

Jei vertinant jos šykštumą konferencijoms, tai nemažą vietą. Nes pranešimai yra bent jau 5 – 7 lapų tekstas, kurį visi analizuoja. Ji išsako savo poziciją, paskui kelioms dienoms viešojoje erdvėje būna sujudimas. Metinį pranešimą komentuoja ir politologai, ir žurnalistai. Tai aš manau, kad užima ir pirmą vietą, nes daugiau jos kitokio komunikavimo ir nėra. Nėra rengiamos tradicinės spaudos konferencijos kartą į mėnesį ar rečiau. Taigi belieka metiniai pranešimai, kurie vis tiek per retai būna, kartą metuose, nes metai pilni įvykių.

5. Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?

Kažkas esminio nepasikeitė. Liko tokia, kokia ir buvo – ištikima savo įvaizdžiui. Nesu tikras ar čia toks įvaizdis sukurtas, ar ji tokia yra.

6. Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?

Nesekiau niekada, todėl ir negaliu atsakyti. Man atrodo tokie dalykai nelabai svarbūs.

7. Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?

Taip, ji neslepia. Dabar tokia atrodo santūri palyginus. Bet pavyzdžiui prieš tai buvusią kadenciją ji neslėpė savo skepticizmo socialdemokratų atžvilgiu, Butkevičiaus Vyriausybės atžvilgiu, ir paties

Butkevičiaus atžvilgiu. Ji pasakė viešai, kad iš tos Vyriausybės nieko nesitiki. Ir paskui, net sakykim iš Butkevičiaus aplinkos sužinojau, kad jis nuo 2016 m. pavasario nesilankė Daukanto aikštėje, buvo įžeistas. Kiek žinau, ji būdavo nueina, sutaria kažką su Prezidente, o sugrįžęs išgirsta, kad ji kalba visai ką kita. Tai buvo tokia trintis. Bet ji tikrai rodė tokią sakyčiau net nepagarbą Butkevičiaus Vyriausybei ir tai daugumai. Ir tas sakykim, 2012 m. rudenį kandidatų į ministrus atmėtymas, anglų kalbos žinių tikrinimas, mano galva, tai turėjo įžeisti tuos žmones visam gyvenimui. Čia jau buvo perlenkta lazda. Prezidentė aišku neslėpė, kad nenori Darbo partijos valdančiojoje koalicijoje, bet ten kitaip nebuvo įmanoma. Socialdemokratai niekaip negalėjo be Darbo partijos. Faktas, kad partija buvo teisiama, bet kuo teismas pasibaigė?! Tai sakykime nemeilė tokia.

O konservatorių atžvilgiu ji buvo santūresnė. Nors irgi kai D. Kreivys prisidirbo su mamos įmone, tai ji buvo principinga ir pareikalavo jo atsistatydinimo. Kiek žinau A. Kubilius labai gynė D. Kreivį, bet vis tiek neapgynė. Tai negali sakyt, kad ji į kažkurią politinę jėga atlaidžiai žiūri. Ji tiesiog santūresnė buvo. Liberalų atžvilgiu taip pat, niekada nekritikavo viešai. Darbo partijai išvis buvo kryžius padėtas. Šaipėsi atvirai iš kandidatų į ministrus. Yra neoficialios kalbos, kad kai Darbo partija siuntė V. Gedvilą į Švietimo ministrus, ji sąmoningai V. Gedvilą atmetė ir paskyrė A. Pitrėnienę, kad jilabiau padarytų gėdos partijai, dar labiau pagadintų Darbo partijos reputaciją. Nes V. Gedvilas jis kaip bebūtų yra universiteto docentas, rimtas treneris, pasiekęs daug su moterų krepšinio komanda. Akivaizdu, kad buvo, kaip sakoma, nevienodas santykis su partijomis. Čia jau pavyzdžiai tokie paminėti.

8. Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?

Prezidentė yra turinio politikė, ji tikrai ne iš tų, kurie žiūri formos. Ta forma jos labai santūri ir bendravimas toks, todėl ji vis dėlto už turinį labiau. Tai šia prasme, manau, kad daugiau kažkokių pasikeitimo didelio nėra. Ji laikėsi vienodos nuostatos Rusijos atžvilgiu. Bene pirmoji pavadino Rusiją teroristine valstybe. Tai sukėlė triukšmą, bet pasakė visišką, nuogą tiesą. Aišku, ta tiesa labai daug ką šokiravo, bet iš tikrųjų Rusija yra teroristinė valstybė. Dabar įrodo ir gyvenimas, kad ji rengia teroro aktus (Bandymas chemiškai nunuodyti, cheminį ginklą panaudojo svetimos valstybės teritorijoje, tai kas čia, ne terorizmas?). Rusijos atžvilgiu ji nuosekli. Nuosekli buvo ir dėl Seimo, Vyriausybės darbo. Manau, kad šiuo požiūriu ji turi tą stuburą ir jai turinys visada daug svarbiau negu, kad forma.

9. Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?

Aš vertinu teigiamai, sakyčiau, kad tai net savotiškai nuostabu. Šiaip ji santūri ir mažakalbė, o su vaikais, nežinau sąmoningai ar patarta patarėjų, bet su jais ji labiau atsiskleidžia prie vaikų. Galbūt instinktyviai jaučia, kad taip paliks kažkokį pėdsaką, kad vaikai atsimins ją visą gyvenimą. Iš vaikystės nešiojamės dalykus visą gyvenimą. Todėl manau, kad ji visiškai teisingai daro ir vertinu teigiamai. Galbūt taip atsiskleidžia jos šiltumas, kuris yra matomas tik neformalioje aplinkoje. Būdama santūri, atrodytų šalta bei griežta, tai su vaikais gal ir atsiskleidžia jos žmogiškumas, parodoma, kaip šiltas žmogus, kuris nori bendrauti ir atiduoti ką gali. Taip padeda surinkti pinigų vaikams, kažkiek pati prisideda finansiškai. Todėl nemanau, kad čia parodomieji dalykai, viskas eina nuoširdžiai. Tiesiog ji pati be šeimos likusi, be vaikų, tai tiesiog atiduoda tą meilę, kurią galėtų atiduot savo vaikams.

10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

Aišku V. Adamkus kitaip komunikavo ir nesakyčiau, kad kuris geriau. Tiesiog V. Adamkus kitokio tipo žmogus. Jis švelnesnis, ne toks tiesmukas, ne toks griežtas. A. Brazauskas vėl kitaip komunikavo. Čia sunku pasakyti. Tiesiog skirtingi žmonės. D. Grybauskaitė pasirinko tokį komunikavimo būdą, jai jis tinka. Aš nemanyčiau, kad ji kažkoks geresnis ar blogesnis, tiesiog jis yra kitoks. Pagal jos asmenybės struktūrą.

Galima palyginti pavyzdžiui su prancūzų prezidentais. J. Chirac retorika, kaip buvo įvaldęs tą retorikos meną, pauzes. D. Grybauskaitei viešai galbūt būtų sunkiau pasakyti tokią kalbą, kaip sakykim J. Chirac, be teksto, žiūrint vien tik į auditoriją. N. Sarkozy pavyzdžiui irgi iškalbos turi, kitų veteranų nelabai atsimenu. F. Hollande buvo gana silpnas Prezidentas iškalbos prasme. Dabar E. Macron, man rodos, turi viešo kalbėjimo meno. Mūsų Prezidentams visiems trūksta retorikos, sugebėjimo įtaigiai, su pauzėm, su išlaikymais viešai kalbėti auditorijai. Visgi mes ir tradicijų neturim. Na jeigu be R. Pakso, tai D. Grybauskaitė trečia Prezidentė. Sakykim dar yra kur kitiems Prezidentams augti. Čia aišku ne priekaištas D. Grybauskaitei, tiesiog kitiems Prezidentams čia būtų toks mokėjimas kalbėt auditorijai, mokytis retorikos meno.

Eksperto E3 apklausos rezultatai

1. Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?

Galima buvo stebėti kintantį santykį su žiniasklaida. Pradžioje vengta intensyvaus kalbėjimo, net statistika rodė, jog Prezidentė duoda daugiau interviu užsienio, o ne Lietuvos žiniasklaidai. Vėliau komunikacija intensyvėjo, nors pati komunikacija visada pasižymėjo vengimu ilgų interviu. Dažniausiai tik renginių metu būna pateikiamas trumpas kelių sakinių komentaras. Todėl galima matyti, jog pati komunikacija tapo lankstesnė kiek. Bet iš esmės ji yra labiau reaguojanti. Matėme ir antroje kadencijoje interviu labiau išimtiniais atvejais (pvz., kilus laiškų skandalui). Taip pat matėme daugiau bandymo naudoti metodus, kuriais būtų demonstruojamas ne tik formalumas. Pvz., diriguojanti Prezidentė. Kito šiek tiek ir komunikavimas socialiniuose tinkluose, bandyta daugiau pateikti ir informacijos apie kasdienybę (pvz., baravykų marinavimas, nors, klausimas, ar pateikti stiklainio nuotrauką, ar parodyti ir pačią Prezidentę veiksme. Nes gali ir susidaryti įspūdis, jog lyg ir bandoma parodyti tą kitą Prezidentės pusę, tačiau be jos pačios).

2. Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?

Kadangi Lietuvos rinkėjai dažnai nori griežtos rankos ir griežtas tonas imponuoja, Prezidentės trumpi, bet dažnai griežti komentarai atliepė tą poreikį. Tačiau pati komunikacija, bendravimas nors ir lankstesnis tapo, tačiau tam tikras „kampuotumas“ išliko. Ne visada pavyksta būti atsipalaidavusiai, natūraliai, daugiau formalumas vyrauja (komunikacija labai gerai koreliuoja su ir labai griežtu įvaizdžiu, beveik nesame matę Prezidentė su džinsais ar megztuku, tik formali apranga). Todėl to laisvumo trūksta, neturėtų būti interviu ir derinami nuo A iki Z. Taip, tai saugu, tačiau politikas neturi bijoti klausimų. Patarėjai gali komunikuoti, tačiau tai nėra tas pats, kas pačios Prezidentės komentarai ir kalbėjimas.

3. Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?

Visi Prezidentės metiniai pranešimai pasižymėjo aštriu tonu, ypač Seimo ir Vyriausybės atžvilgiu, pagyroms vietos nelabai juose įprastai atsiranda. Todėl labai esminių pasikeitimų ir

neišskirčiau. Labiau keičiasi problemos ar klausimai, kuriuos padiktuoja politinio gyvenimo aktualijos, tačiau pati forma, pateikimas kinta mažai.

4. Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?

Prezidentė ruošiasi ir pakankamai nemažai tam skiria laiko. Tai be jokios abejonės būna tos dienos pagrindiniu įvykiu. Tačiau reikia pripažinti ir tai, jog jie labai greitai ir pamirštami, ypač tų, kuriems kritika ir būna skiriama. Bet tai nereiškia, jog jie menkaverčiai. Tai vienas išsamiausių Prezidentės komentarų per metus. Tiek Prezidentės nuomonės mes veikiausiai ir per visus metus neišgirstame. O pati svarbi išlieka daugiau mažiau ta pati. Žinoma, būna įdomus naujos Seimo kadencijos pirmas įvertinimas, kuris leidžia aiškiau apibrėžti ir Prezidentės santykį su naująja valdžia.

5. Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?

Atsakyta prie pirmojo klausimo.

6. Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?

Apie tai užsiminta prie pirmojo klausimo. Galima papildyti tuo, jog dėmesys soc. tinklams didėjo, daugiau buitinių ar lengvesnio turinio informacijos, kuri įprastai ir dominuoja soc. tinkluose.

7. Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?

Valdžių, kurios nebuvo kritikuotos visai, nėra. Tačiau reikia pastebėti, jog pastarosios valdžios nesulaukė didelio Prezidentės palaikymo, kritikos tikrai netrūko. A. Butkevičiaus vyriausybę Prezidentė likus gal metams visiškai „nurašė“, pareikšdama, jog jau reikia nedėti jokių vilčių ir laukti rinkimų. Su „valstiečių“ valdžia santykis taip pat gana komplikuotas ir kritikos netrūksta. Su konservatoriais kiek buvo geresnė situacija, Prezidentė tikrai intensyviai naudojosi ir įstatymų iniciatyvos teise. Vėliau tai nebuvo apleista, bet intensyvumas kiek buvo kritęs.

8. Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?

Tai klausimas labiau pačiai Prezidentei. Tačiau tikrai negalima būtų pasakyti, jog turinys jai nėra svarbus. Jei nebūtų svarbus politikos turinys, nebūtų nei iniciatyvų, nei naudojimosi atidedamojo veto teise.

9. Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?

Visi politikai stengiasi nepraleisti progos komunikuoti per vaikus. Pažiūrėkime, kaip rugsėjo 1-ąją visi veržiasi į mokyklas, kurias jau neretai rugsėjo 2-ąją pamiršta. Ypač jei politikas patiria tam tikrą krizę, visada sieks spręsti klausimą rodydamasis su vaikais. Vaikai yra jautri tema kiekvienam (pažiūrėkime, kaip politikai entuziastingas veliasi į istorijas, susijusias su vaikais). Todėl būtų keista, jei Prezidentės taip pat nematytume su vaikais. Tuo labiau, kad jos pačios buvo iniciatyva „Saugi Lietuva“, skirta didžiąja dalimi vaikams. Tai visiškai normali praktika.

10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

Kiekvienas prezidentas turi savo stilių. Visai kitoks buvo Valdas Adamkus, nepasižymėjęs itin griežtu tonu. Prezidentė rinkosi tokį, koks jai priimtiniausias. Kiekvienas gali turėti savo asmeninį vertinimą, tačiau labai išlaikyti itin aukšti reitingai, leidžia daryti prielaidą, jog komunikacija nebuvo itin bloga ir rinkėjams tas griežtumas, kartais net „auklėjamasis“ tonas gana imponuoja. Tačiau V. Adamkus buvo linkęs daugiau ir plačiau kalbėti.

5 priedas

Eksperto E4 apklausos rezultatai

1. Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?

Pirmojoje kadencijoje ieškojo savojo bendravimo stiliaus ir turinio. Antrojoje kadencijoje taikė pasirinktą komunikacijos stilių.

2. Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?

Stiprybe laikytinas gebėjimas bendrauti planuotose ir neplanuotose situacijose. Silpnybe laikytina balso moduliacijos, elokvencija ir griežtoka retorika.

3. Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?

Visi pranešimai turėjo skirtingus tikslus ir skirtingas struktūras.

4. Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?

Metinių pranešimų tikslai ir faktografijos pateikimas lėmė, kad jie buvo įdomūs iki jų paviešinimo ir perskaitymo LR Seime dieną. Vėliau kelios viešai pateikiamos citatos neaugino jų svarbos ir nekūrė pridėtinės vertės.

5. Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?

Per abi kadencijas pasirinktas bendravimo su žiniasklaida būdas beveik nesikeitė. Jis buvo formalus, oficialus, kiek daugiau dėmesio skiriant regionų žiniasklaidai.

6. Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?

Kadencijos pradžioje suvokta ir įgyvendinta būtinybė būti socialinėse medijose buvo teisingas pasirinkimas. Vėliau jis buvo įgyvendinamas plečiant platformų gausą, keičiant pranešimų turinį, formą, naudojant daugiau efektų.

7. Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?

Prezidentės bendravimas su skirtingomis politinėmis jėgomis leidžia kalbėti apie komunikacijos skirtumus. Tai patvirtina jos sakytinė verbalika.

8. Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?

Svarbiau yra politikos turinys, nes pateikimas liko toks pats, koks ir buvo.

9. Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?

Viešus pasirodymus vertinu teigiamai, nes jie yra būtinybė ir galimybė būti su žmonėmis. Kitas klausimas ar jie yra tik proginiai, reakciniai? Ar pagrįsti visiems žinomais Prezidentės strateginiais tikslais, konkrečiais lūkesčiais, kuriuos bendraudama su pasirinktomis tikslinėmis grupėmis ir siekia įgyvendinti. Dalyvavimas renginiuose su vaikais turėtų ir rodyti ko siekiama.

10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

Kiekvienas žmogus, vadovas, turi savo skirtingus komunikacinius gebėjimus. Esminis dalykas, kaip jis sugeba juos geriausiai pritaikyti esamoje situacijoje ir darydamas namų darbus pastoviai mokosi ir tobulėja.

6 priedas

Suinteresuotų asmenų S1 apklausos rezultatai

1. Kaip, Jūsų nuomone, pasikeitė Prezidentės komunikacija lyginant I kadenciją ir dabartinę?

Pirmos kadencijos pradžioje buvo remiamasi tradiciniais komunikacijos būdais. Buvo rengiama nemažai spaudos konferencijų, teikiami pranešimai spaudai. Viskas buvo tarsi daroma archyvui. Buvo pasenę operatoriaus ir fotografų įpročiai, kaip ir paminėjom, perimti seni įpročiai, kurie jau buvo pasenę. Buvo būtinybė keisti esamą situaciją – Prezidentės komanda dirba ne archyvui, tačiau tai turėtų būti pagalba žiniasklaidai. Šiuo metu Prezidentūra turi profesionalų operatorių ir Prezidentės žinia bet kuriuo metu gali būti perduodama žiniasklaidai, nebėra būtinybės kviestis operatorių iš išorės, taip padedama žiniasklaidai bei sutaupoma laiko.

Prezidentė daug laiko investavo į susitikimus su žurnalistais. Laikomasi nuomonės, kad žurnalistai turi būti gerai informuoti, skleidžiama žinia turi būti tokia, kokią perduoda Prezidentė, kad žiniasklaida neiškraipytų jos ir būtų kuo mažiau interpretacijų. Kadencijų metu buvo stengiamasi, kad žiniasklaida jaustų įvykių pulsą. Operatyvumas Prezidentei yra siekiamybė. Iš Prezidentės patarėjų taip pat buvo tikimasi, kad jie skirtų laiko ir investuotų jo į susitikimus su žiniasklaida. Žiniasklaidos atstovai turi Prezidentės komandos kontaktus, gali su jais susiekti bet kuriuo metu – buvo stengiamasi palaikyti gerus santykius su žiniasklaida ir esant būtinybei, kad žiniasklaida paaiškinimus ar informaciją aktualiais klausimais galėtų gauti bet kada.

Prezidentė atsisakė tradicinių spaudos konferencijų bėgant metams. Pradėjo naudoti kitą komunikavimo būdą – renginių metu stabtelėti ir pasikalbėti su žiniasklaida reaguojant į dienos aktualijas.

2. Kokios yra stipriosios bei silpnosios Prezidentės komunikacijos savybės?

Stipriosiomis savybėmis galima laikyti, kad Prezidentė visada kalbėti su žiniasklaida eina pasiruošusi. Bet kokiais klausimais pirmiausia išgirsta ekspertų nuomones, tik tada suformuoja savo poziciją ir prieš pateikdama savo poziciją žiniasklaidai, būna ja įsitikinusi. Tik išanalizavus viską, pozicija yra pateikiama žiniasklaidai.

Kiekvienas žodis, kurį pasako Prezidentės, yra be galo svarbus, todėl ji nedaugžodžiauja, yra orientuota į rezultatą ir kiekvienu savo pasisakymu siunčia žinią. Taip pat stiprioji savybė, kad ji nebijo

improvizuoti - išnaudoja pasitaikiusias progas, kad galėtų paspartinti įvykius. Pavyzdžiui renginių ar susitikimų metu išnaudoja progą pasikalbėti su už tam tikras sritis atsakingais asmenimis ir gauti jų pažadus, kad būtų paspartinami dalykai, kurie Lietuvoje vyksta lėtai.

Silpnąja savybe galima būtų laikyti, kad Prezidentė nenori kalbėti apie asmeninius dalykus. Nesileidžia į asmeniškumus, laikosi pozicijos, kad svarbūs yra tik valstybiniai dalykai. Na, o daugiau silpnąsias savybes turėtų vertinti visuomenė.

3. Kokius matote pasikeitimus Prezidentės metiniuose pranešimuose?

Metiniuose pranešimuose svarbiausia, kad būtų aktuali informacija ir kad perskaičius juos būtų aišku, kokių metų tai buvo metiniai pranešimai. Svarbu, kad nebūtų pasyvaus situacijos vertinimo. Metiniai pranešimai orientuoti į valstybines ir užsienio aktualijas. Stengiamasi, kad metiniai pranešimai būtų trumpi, iki 25 min. Ilgiausias tikriausiai truko 27 min. Informacija metiniuose pranešimuose pateikiama koncentruotai, apie esmę, taip pat turi būti kertinė tema. Metiniai pranešimai keitėsi kiekvienais metais. Buvo stengiamasi, kad metiniame pranešime keltos problemos būtų sprendžiamos, nebūtų paliktos. Kartais pavykdavo problemas išspręsti greitai, kartais užtrukdavo kelerius metus. Buvo stengiamasi prieiti iki rezultatų. Prezidentė daug laiko investuoja į metinius pranešimus, besiruošdama jiems. Vienas svarbiausių dalykų metiniuose pranešimuose – nėra kartojamasi. Jei viename metiniame pranešime bus išsakyta problema, tai kitame pranešime ji jau nebus paminėta, net jeigu ji vis dar bus neišspręsta.

4. Kokią, Jūsų nuomone, vietą užima metiniai pranešimai Prezidentės komunikacijoje? Ar augo jų svarba?

Tai yra svarbus metų įvykis, sulaukiantis daug atgarsio visuomenėje. Jų svarba tikrai augo. Metiniuose pranešimuose yra naudojami trumpi, bet tiesmuki sakiniai. Visi laukia metinių pranešimų kaip įvykio. Laukiama ką metiniuose pranešimuose Prezidentė akcentuos, ką paminės, kam reikės pasitempti.

5. Kaip keitėsi Prezidentės bendravimo stilius su tradicine žiniasklaida?

Bendravimas tikrai keitėsi. Daug kas buvo išbandyta. Pasikeitė santykiai su regionine žiniasklaida. Darė susitikimus su regionine žiniasklaida, tačiau juos nelabai domindavo valstybiniai dalykai, svarbiau buvo vietinės problemos. Todėl nutrūko santykiai su regionine žiniasklaida.

Yra atsižvelgiama į žiniasklaidos atstovus ir derinamasi prie jų specifikos. T.y. atsižvelgiama su kuo yra bendraujama – televizija, radijas, naujienų portalai ir pan. Ta pati žinia yra skirtingai pateikiama televizijai, radijui ar naujienų portalams.

Prezidentė augino pasitikėjimą žiniasklaida. Buvo stengiamasi atrasti pilietiškus žurnalistus, kurie orientuotųsi tam tikrose srityse, domėtųsi ir išmanytų tą temą. Pavyzdžiui, jei norima skleisti žinią apie kovą su korupcija, tai bus stengiamasi bendradarbiauti su žurnalistais, kurie išmano šią temą.

6. Kaip keitėsi Prezidentės naudojimasis socialiniais tinklais kadencijų metų?

Pirmos kadencijos pradžioje neturėjo paskyrų socialiniuose tinkluose. Buvo socialinių tinklų pradžia, nebuvo žinoma, kaip reiktų jais naudotis, todėl į socialinį tinklą Facebook buvo keliama viskas. Po to buvo pradėta aktyviau naudotis šiuo socialiniu tinklu, išsigrynino, kokį turinį reiktų pateikti jame. Facebook yra orientuotas į vidinę, t.y. Lietuvos auditoriją. Taip pat sulaukiama ir ukrainiečių dėmesio, tačiau apie 90 procentų auditorijos yra lietuviai. Šiuo socialiniu tinklu naudojamasi kaip žmogiškąja platforma, kurioje norima parodyti, kokia yra Prezidentė kaip žmogus. Taip pat pateikiami trumpi komentarai ar žinutės, tačiau tai parodoma išraiškinga forma (su vaizdais ar vaizdo įrašais). Turi kalbėti ne tik žodis, tačiau ir vaizdas. Taip pat Facebook transliuojamų žinučių pagalba galima pajausti Prezidentės emocijas. Galima teigti, kad Prezidentės profilis yra vienas populiariausių politikų profilių Lietuvoje su daug sekėjų.

Prezidentė taip pat naudojasi kitu socialiniu tinklu – Twitter. Jis yra orientuotas į užsienio auditoriją, jis ten yra itin populiarus. Jo pagalba yra komunikuojama su užsienio valstybių lyderiais. Daug investuojama, kad Twitter socialiniame tinkle transliuojamos žinutės užkabintų ir žiniasklaida ją pasigautų. Todėl yra labai ruošiamasi tam ir yra gerai apgalvojama prieš skelbiant bet kokią žinutę. Prezidentės žinutės iš Twitter yra pasigaunamos ir plačiai žiniasklaidos cituojamos. Viena svarbiausių Prezidentės nuostatų, kad būtų greitai reaguojama į aktualijas.

7. Kaip, Jūsų nuomone, Prezidentė bendrauja su skirtingomis politinėmis jėgomis? Ar matote skirtumų?

Prezidentei abiejų kadencijų metu teko dirbti su skirtingais Seimo Pirmininkais, Ministrais Pirmininkais bei valdančiosiomis daugumomis. Taigi buvo dirbama su skirtingomis politinėmis jėgomis. Viena svarbiausių nuostatų – nedemonizuoti ar neaukštinti bet kokios politinės jėgos, o dirbti su ta valdžia, kurią išrinko visuomenė. Jei ir buvo kokių nesutarimų, visgi bendradarbiavimas buvo sėkmingas.

Prezidentė turi tvirtas vertybines nuostatas ir jų laikosi. Buvo nenorima, kad teisiama Darbo partija būtų valdžioje. Nors po tokio požiūrio ir pareiškimų krito Prezidentės reitingai, tačiau buvo siekiama išvengti politikos kriminalizavimo.

Naujovė, kurios ėmėsi Prezidentė, prieš kiekvieną Seimo sesiją yra rengiami susitikimai su Seimo Valdyba. Aptariami aktualūs klausimai, išsakoma ko yra tikimasi ir pan. Taip pat yra rengiami atskiri susitikimai su Seimo komitetais, taigi yra investuojama laiko į tokius susitikimus. Taip pat pirmą dieną naujos sesijos metu laiško forma yra kreipiamasi į Seimą.

8. Kiek Prezidentei yra svarbus politikos turinys bei jos pateikimas? Ar jis keitėsi kadencijų metu?

Svarbu viskas – ir turinys, ir forma. Formą dažniausiai patys patarėjai sugalvoja. Turinys – svarbu viską tiksliai išsiaiškinti ir tik tada daryti sprendimą.

9. Kaip vertinate Prezidentės pasirodymus viešuose renginiuose (Knygų kalėdos, krepšinio varžybos bei kt.)? Ar atkreipėte dėmesį, jog Prezidentė mėgsta renginius su vaikais?

Prezidentė nemėgsta, kai reikia kalbas skaityti. Ji moka puikiai improvizuoti ir puikiai jaučia auditoriją. Dažniausiai pamato auditoriją ir tada žino, ko iš jos yra laukiama, labai gerai jaučia žmones ir turi gerą intuiciją. Auditorija ją šiltai sutinka ir ji paperka auditoriją savo nuoširdumu. Jaučiama abipusė simpatija.

10. Kaip vertinate Prezidentės komunikacinius sugebėjimus lyginant su kitais Prezidentais?

Prezidentė laikosi nerašytos taisyklės – nevertinti kitų Prezidentų.