

# 2019 M. EUROPOS PARLAMENTO RINKIMŲ KAMPANIJA LIETUVOJE IR KITOSE EUROPOS SĄJUNGOS VALSTYBĖSE

DOC. DR. ANDRIUS ŠUMINAS

*Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas  
Vilnius University Faculty of Communication  
Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius  
El. paštas andrius.suminas@kf.vu.lt*

### Santrauka

*2019 m. gegužės 23–26 dienomis visose Europos Sąjungos valstybėse vyko devintieji Europos Parlamento rinkimai. Tai unikalus įvykis, nes net 28 valstybėse žmonės vienu metu rinko savo atstovus Europos Parlamente. Taip pat kiekvienoje iš šių valstybių prieš rinkimus vyko atskiros rinkimų kampanijos, per kurias politikai ir partijos siekė patraukti rinkėjus į savo pusę. Straipsnyje analizuojami 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos Lietuvoje ir kitose Europos Sąjungos valstybėse ypatumai. Aptariamas bendras rinkimų kampanijos aktyvumas, naudoti kanalai ir žinučių formos. Taip pat tyrinėjamas rinkiminių žinučių tematinis pasiskirstymas Lietuvoje ir kitose Europos Sąjungos valstybėse, nagrinėjamas Europos ir Europos Sąjungos vaizdavimas politikų ir partijų agitacinėse žinutėse.*

**Reikšminiai žodžiai:** Europos Parlamento rinkimai; politinė komunikacija; rinkiminė komunikacija; rinkiminių žinučių tematika.

## Europos Parlamento rinkimai

Kas penkerius metus Europos Sąjungos (ES) piliečiai renka savo atstovus Europos Parlamente – tiesiogiai renkamoje institucijoje, kuri atstovauja ir gina jų interesus ES priimant sprendimus. 2019 m. Europos Parlamento rinkimai vyko visose 28 ES valstybėse narėse, nors iki paskutinio mėnesio prieš rinkimus buvo planuojama, kad Jungtinėje Karalystėje dėl „Brexit“ rinkimai nebus rengiami. Tačiau, Jungtinės Karalystės parlamentui iki 2019 m. gegužės mėnesio nepatvirtinus „Brexit“ susitarimo, rinkimai į Europos Parlamentą buvo skubiai organizuojami ir šioje valstybėje.

Europos Parlamento rinkimų tvarka nustatyta ir Europos teisės aktuose, kuriuose apibrėžiamos visoms valstybėms narėms bendros taisyklės, ir specialiose nacionalinėse nuostatose, kurios kiekvienoje valstybėje narėje yra skirtingos. Bendroje taisyklėse išdėstytas proporcingo atstovavimo principas, rinkimų slenksčių taisyklės ir tam tikri nesuderinamumo su Europos Parlamento nario įgaliojimais atvejai. Daugelis kitų svarbių klausimų, kaip antai taikoma konkreti rinkimų sistema ar rinkimų apygardų skaičius, apibrėžta nacionaliniuose įstatymuose<sup>1</sup>.

Kiekviena ES valstybė narė gali pasirinkti savo rinkimų į Europos Parlamentą sistemą, ji privalo būti pagrįsta proporcingo atstovavimo principu. 2019 m. Europos Parlamento rinkimuose buvo naudojamos trys rinkimų sistemos: 1. Uždarų sąrašų sistema, kai rinkėjai negali reitinguoti partijų sudarytų sąrašų (Ispanijoje, Jungtinėje Karalystėje (išskyrus Šiaurės Airiją), Portugalijoje, Prancūzijoje, Rumunijoje, Vengrijoje, Vokietijoje); 2. Atvirų sąrašų sistema, kai rinkėjai gali reitinguoti partijų sudarytus sąrašus (Austrijoje, Belgijoje, Bulgarijoje, Čekijoje, Danijoje, Estijoje, Graikijoje, Italijoje, Kipre, Kroatijoje, Latvijoje, Lenkijoje, Lietuvoje, Liuksembur-

<sup>1</sup> Europos Parlamentas: rinkimų tvarka. Interneto prieiga: <<http://www.europarl.europa.eu/factsheets/lt/sheet/21/europos-parlamentas-rinkimu-tvarka>>. [Žiūrėta 2019 07 11].

ge, Nyderlanduose, Slovakijoje, Slovėnijoje, Suomijoje, Švedijoje); 3. Vieno perleidžiamo balso sistema, kai taikomas prioritetinis balsavimas ir kiekviename etape pašalinamas vienas kandidatas (Airijoje, Maltoje, Šiaurės Airijoje).

Rinkimai į Europos Parlamentą vyksta keturias dienas: prasideda ketvirtadienio rytą ir baigiasi sekmadienio vakarą. Kiekviena valstybė narė apsisprendžia dėl konkrečios dienos. Pirmieji tradiciškai ketvirtadienį balsuoja Jungtinės Karalystės ir Nyderlandų rinkėjai, o sekmadienį balsuoja daugumos ES valstybių rinkėjai, tarp jų ir Lietuvos piliečiai.

Valstybėse narėse balsavimo teisė įgyjama sulaukus 18 metų, išskyrus Austriją ir Maltą, čia ji įgyjama nuo 16 metų, ir Graikiją – šioje šalyje teisė įgyjama nuo 17 metų. Penkiose valstybėse narėse (Belgijoje, Bulgarijoje, Liuksemburge, Kipre ir Graikijoje) balsavimas yra privalomas: balsavimo pareiga taikoma piliečiams ir registruotiems kitos ES valstybės narės piliečiams<sup>2</sup>.

Balsavimo rezultatai ES valstybėse narėse skelbiami tik po paskutinės balsavimo apylinkės Europoje uždarymo. Tai reiškia, kad, pavyzdžiui, Nyderlandų gyventojai, balsavę ketvirtadienį, savo šalies rinkimų į Europos Parlamentą rezultatų turi laukti iki sekmadienio vakaro.

### **2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanija**

Devintieji Europos Parlamento rinkimai vyko 2019 m. gegužės 23–26 dienomis. Daugiau negu 426 mln. ES piliečių 28 valstybėse turėjo galimybę balsuoti ir išrinkti 751 Europos Parlamento narį. Europos Parlamento rinkimų kampanija susideda iš atskirose valstybėse vykstančių rinkimų kampanijų, kurios skiriasi dėl nevienodų tradicijų ir vietinio savitumo, skirtingo teisinio reguliavimo ir rinkimų kampanijų reglamentavimo specifikos (pvz., reklamos naudojimo reglamentavimo ir pan.).

---

<sup>2</sup> *Ten pat.*

Kai kuriose valstybėse Europos Parlamento rinkimų kampanijos buvo rengiamos kartu su tuo pačiu metu vykusiomis vietinėmis rinkimų arba referendumų kampanijomis. Valstybės, kuriose 2019 m. gegužės mėnesį dubliavosi Europos Parlamento ir vietinės rinkimų kampanijos: Belgija, Danija, Graikija, Ispanija, Italija, Lietuva, Rumunija, Suomija. Šiose valstybėse kartu su prezidento, visuotinių ar vietinių rinkimų arba referendumų kampanijomis vykusios Europos Parlamento rinkimų kampanijos sulaukė mažiau žiniasklaidos ir visuomenės dėmesio, daugeliu atvejų tarsi liko antrame plane.

2019 m. gegužės 26 d. Lietuvoje Europos Parlamento rinkimai vyko ketvirtą kartą. Kaip ir per ankstesnes rinkimų kampanijas pagrindinis žiniasklaidos ir visuomenės dėmesys buvo nukreiptas į lygiagrečiai vykstančius Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimus. Europos Parlamento rinkimų kampanija liko žiniasklaidos ir visuomenės dėmesio paraštėse.

Pastebima, kad Europos Parlamento rinkimus rinkėjai traktuoja kaip antraeilius, tai yra turinčius mažesnės įtakos tiesioginei Vyriausybės politikai, taigi mažiau svarbius. Lietuvoje pirmaeiliais rinkimais laikytini Seimo ir Respublikos Prezidento rinkimai, kiti – antraeiliais<sup>3</sup>.

Taip pat reikia pabrėžti ir bendrą palyginti nedidelį nuolatinį žiniasklaidos dėmesį Europos temoms, kurios gana retai atsiduria žiniasklaidos vedamuosiuose. Vengti platesnių visuomenės diskusijų Europos reikalų temomis Lietuvoje yra tapę tradicija<sup>4</sup>.

### **2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos aktyvumas Lietuvoje ir kitose Europos Sąjungos valstybėse**

Šiame straipsnyje yra remiamasi Europos rinkimų monitoringo centro (angl. *European Election Monitoring Center*) duomenimis ir

<sup>3</sup> Kluonis, M. 2009 metų Europos Parlamento rinkimų Lietuvoje rezultatai: aplinkybės ir prognozė. *Parlamento studijos*, Nr. 8, 2009.

<sup>4</sup> Aleknonis, G. European Parliament Elections in Lithuania: Populist Competition in the Shadow of the Presidential Vote. *Political Preferences*, No. 9, 2014.

28 valstybėse 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijų metu surinkta medžiaga<sup>5</sup>.

Per 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampaniją Lietuvoje buvo užfiksuota 220 agitacinių žinučių, iš kurių 156 buvo politinių partijų paskelbtos socialinių tinklų svetainėje „Facebook“, 42 agitaciniai plakatai, 6 reklamos nacionaliniuose dienraščiuose ir 16 vaizdo reklamų (kurios buvo rodomos televizijose ir internete). Šie skaičiai rodo, kad didžiausios politinių partijų tarpusavio konkurencinės kovos vyksta internete, kuris dėl komunikacijos specifikos ir nedidelių kaštų yra vis plačiau išnaudojamas rinkimų kampanijų metu. Europos Parlamento rinkimuose dalyvavo 16 Lietuvos partijų ir visuomeninių rinkimų komitetų<sup>6</sup>, visi jie kampanijos metu turėjo savo puslapius socialinių tinklų svetainėje „Facebook“ ir plėtojo intensyvesnę arba mažiau intensyvią komunikaciją su potencialiais rinkėjais.

Iš viso per 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampaniją visose 28 Europos Sąjungos valstybėse buvo užfiksuotos 12 556 rinkimų žinutės. Aktyviausi buvo Portugalijos (1271 žinutė), Italijos (1002 žinutės), Prancūzijos (946 žinutės), Vengrijos (878 žinutės) politikai ir partijos.

Didžiausią dalį iš viso turinio, pateikto politikų ir partijų rinkimų kampanijos metu, sudarė socialinėse medijose paskelbtos žinutės. Socialinių tinklų svetainėje „Facebook“ iš viso buvo paskelbtos 11 083 agitacinės žinutės. Aktyviausi politikai ir partijos socialinėje erdvėje buvo Portugalijoje (1165 žinutės), Italijoje (942 žinutės), Prancūzijoje (916 žinučių), Vengrijoje (809 žinutės), Austrijoje (594 žinutės), Graikijoje (580 žinučių), Švedijoje (579 žinutės), Jungtinėje Karalystėje (540 žinučių), Kroatijoje (530 žinučių). Kaip jau minėta, Lietuvoje rinkimų kampanijos metu „Facebooke“ buvo paskelbtos 156 agitacinės žinutės.

<sup>5</sup> Daugiau informacijos apie Europos rinkimų monitoringo centro projektą galima rasti oficialioje svetainėje <<https://www.electionsmonitoringcenter.eu/index>>.

<sup>6</sup> Kandidatų į Europos Parlamento narius sąrašai, Lietuvos Respublikos vyriausioji rinkimų komisija. Interneto prieiga: < <https://www.vrk.lt/kandidatai-kandidatu-sarasai-2019-ep>>. [Žiūrėta 2019 06 15].



### 1 paveikslas. Europos Parlamento rinkimų kampanijos aktyvumas Europos Sąjungos valstybėse

Per 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampaniją visose 28 Europos Sąjungos valstybėse buvo paskelbtos 457 agitacinės reklamos. Daugiausia vaizdo reklamų buvo užfiksuota Graikijoje (87 vaizdo reklamos), Portugalijoje (63 vaizdo reklamos), Vokietijoje (40 vaizdo reklamų), Lenkijoje (32 vaizdo reklamos), Vengrijoje (31 vaizdo reklama). Kitose Europos Sąjungos valstybėse paskelbtų vaizdo reklamų skaičius buvo mažesnis, neviršijo trisdešimties.

Lietuvoje per Europos Parlamento rinkimų kampaniją buvo užfiksuota 16 agitacinių vaizdo reklamų, kurios buvo paskelbtos televizijos ir socialinių medijų kanaluose.

28 Europos Sąjungos valstybėse 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos metu buvo užfiksuota 890 rinkimų plakatų. Aktyviausiai rinkimų plakatus naudojo Slovakijos (154 plakatai), Vokietijos (153 plakatai), Liuksemburgo (45 plakatai), Italijos (44 plakatai), Slovėnijos (44 plakatai), Portugalijos (43 plakatai), Švedijos (43 plakatai) politikai ir partijos.

Lietuvoje per Europos Parlamento rinkimų kampaniją buvo užfiksuoti 42 agitaciniai politikų ir partijų plakatai.

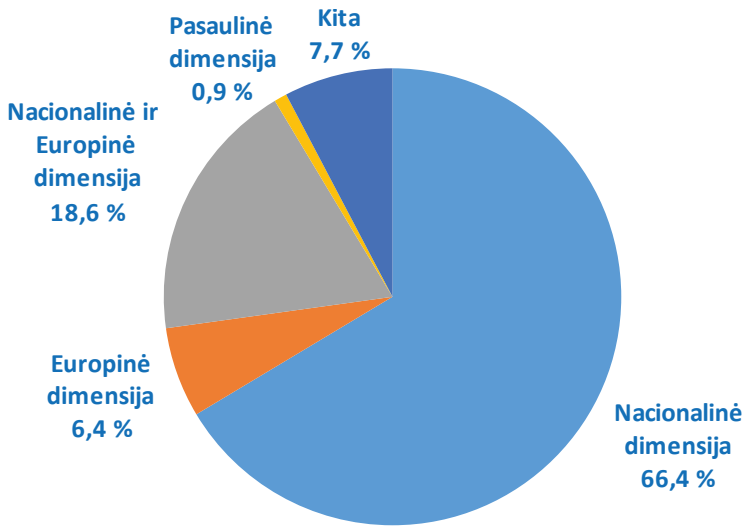
Spaudos reklamos nacionaliniuose dienraščiuose apimtis visose Europos Sąjungos valstybėse buvo labai menka arba spaudos reklamų nacionaliniuose dienraščiuose išvis nepasitaikė. 28 Europos Sąjungos valstybėse per 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampaniją užfiksuotos vos 95 spaudos reklamos. Daugiausia tokių reklamų buvo Suomijoje (17 reklamų), Austrijoje (16 reklamų), Estijoje (14 reklamų), Danijoje (12 reklamų).

Lietuvoje per 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampaniją nacionaliniuose dienraščiuose buvo išspausdintos 6 reklamos.

### **Europos Parlamento rinkimų kampanijos žinučių tematika**

Didžioji dalis agitacinių žinučių, paskelbtų Lietuvos politikų arba partijų 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos metu, buvo skirta nacionalinei tematikai. Iš 220 agitacinių žinučių net 146 buvo kalbama apie nacionalinius klausimus ir problemas (66,4 proc.), visiškai net neužsimenant apie Europą ar Europos Sąjungą. Šiose žinutėse buvo keliami nacionalinės politikos klausimai ir vietinės problemos.

Vos 14 žinučių (6,4 proc.), paskelbtų rinkimų kampanijos, buvo skirta išskirtinai Europos tematikai. Šiose rinkiminėse žinutėse buvo kalbama apie išimtinai europinius klausimus ir temas, pavyzdžiui,



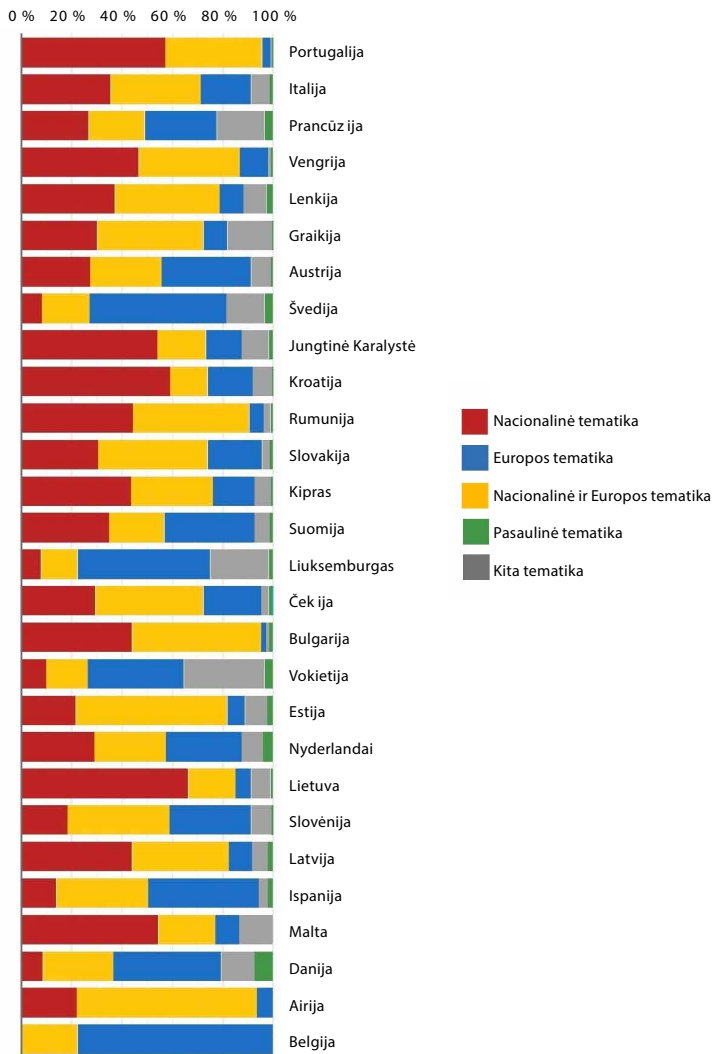
*2 paveikslas. Europos Parlamento rinkiminių žinučių tematika Lietuvoje*

buvo aptarta tolesnė Europos Sąjungos perspektyva ir panašūs klausimai.

Nemažoje dalyje žinučių vienu metu buvo nagrinėjamos tiek nacionalinės, tiek Europos temos. Tokių agitacinių žinučių buvo 41 (18,6 proc.), jose tuo pačiu metu buvo ir Lietuvos, ir Europos dimensijų (pvz., šūkiei „Saugi ir teisinga Lietuva Europoje“, „Išgirsta Lietuva Europos Sąjungoje!“ ir pan.).

Dvi Lietuvos politikų ir partijų kampanijos metu paskelbtos žinutės (0,9 proc.) buvo pasaulinės tematikos, tai yra peržengiančios Europos ribas ir nagrinėjančios pasaulines temas bei problemas. Dar 17 žinučių (7,7 proc.) buvo nagrinėjamos kitos temos.





**3 pavykslas. Europos Parlamento rinkiminių žinučių tematika Europos Sąjungos valstybėse**

Lyginant Lietuvos politikų ir partijų rinkiminę komunikaciją su kitų Europos Sąjungos šalių politikų ir partijų paskelbtomis žinutėmis, galima pastebėti, kad mūsų šalyje nacionalinei tematikai skirtu turinio buvo daugiausia. Dar keturiose valstybėse – Jungtinėje Karalystėje, Kroatijoje, Maltoje ir Portugalijoje – nacionalinės tematikos žinučių buvo daugiau negu pusė, tačiau niekur šis skaičius neperžengė 60 procentų (Lietuvoje – 66,4 proc.).

Mažiausiai išimtinai nacionalinei tematikai skirtu agitacinio turinio 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos metu buvo Belgijoje, Danijoje, Liuksemburge, Švedijoje ir Vokietijoje, kur tokių žinučių mastai neviršijo dešimties procentų.

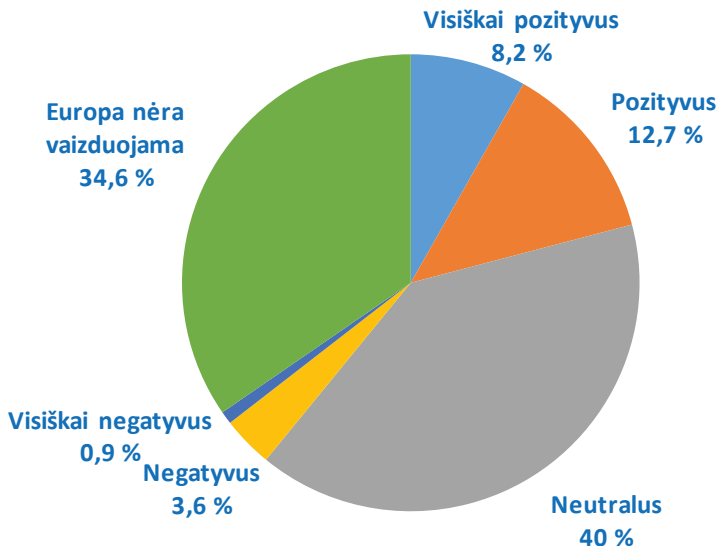
Daugiausia tik Europos temoms skirtų žinučių buvo Austrijoje, Belgijoje, Danijoje, Ispanijoje, Liuksemburge, Nyderlanduose, Prancūzijoje, Slovėnijoje, Suomijoje, Švedijoje ir Vokietijoje. Per šių valstybių rinkimų kampanijas tik Europos temoms skirtų žinučių buvo ne mažiau kaip 25 procentai. Išskirtinai Europos tematikos rinkimų kampanija vyko Belgijoje, kur net 78 procentai agitacinių žinučių buvo skirta vien tik šioms temoms.

### **Europos vaizdavimas rinkiminėse žinutėse**

Iš 220 agitacinių žinučių, kurios buvo Lietuvos politikų arba partijų paskelbtos 2019 m. Europos Parlamento rinkimų kampanijos metu, 144 žinutėse (65,4 proc.) buvo vienaip ar kitaip vaizduojama Europa (t. y. kalbama apie Europą ar Europos Sąjungą, apie europietiškas vertybes, galimybes, grėsmes ir pan.).

Absoliučiai pozityviai ir teigiamai Europa buvo pavaizduota 18 žinučių (8,2 proc.). Tai reiškia, kad šiose agitacinėse žinutėse apie Europą ir Europos Sąjungą buvo kalbama išskirtinai pozityviai ir entuziastingai, akcentuojant daugybę privalumų, pabrėžiant esamas galimybes ir naudą. Dar 28 Lietuvos politikų ir partijų agitacinėse žinutėse (12,7 proc.) Europa buvo vaizduojama teigiamai. Šiose žinutėse

buvo kalbama apie vieną konkretų klausimą ir pabrėžiamos dėl Europos ar Europos Sąjungos atsirandančios galimybės, matoma pažanga ir plėtra, gaunama parama ar pan.



**4 paveikslas. Europos vaizdavimas Lietuvos politikų ir partijų paskelbtose rinkiminėse žinutėse**

Rinkimų kampanijos metu buvo paskelbtos 88 agitacinės žinutės (40 proc.), kur Europa arba Europos Sąjunga buvo vaizduojama neutraliai. Dažniausiai šiose žinutėse Europa ar Europos Sąjunga buvo minima be jokių teigiamų ar neigiamų konotacijų.

Neigiamai Europa arba Europos Sąjunga buvo vaizduojama vos dešimtyje (4,5 proc.) Europos Parlamento rinkimų kampanijos metu paskelbtų žinučių. Iš jų aštuonios agitacinės žinutės buvo negatyvios (3,6 proc.), jose kalbėta apie vieną konkretų klausimą ir pabrėžtos dėl Europos ar Europos Sąjungos kylančios grėsmės ir rizikos, akcen-

tuota didėjanti imigracija, infliacija ir pan. Ir tik dvi žinutės rinkimų kampanijos metu buvo visiškai negatyvios (0,9 proc.), kur apie Europą ir Europos Sąjungą kalbėta išskirtinai neigiamai ir priešišškai, akcentuojant daugybę grėsmių ir neigiamų dalykų, dėl kurių neva kalta Europa arba Europos Sąjunga.

Palyginti su kitomis Europos Sąjungos valstybėmis, Lietuvos politikai ir partijos buvo vieni iš labiausiai proeuropietiškių. Kitos valstybės, kuriose neigiamas Europos arba Europos Sąjungos vaizdavimas nesiekė nė 10 procentų: Airija, Estija, Kipras, Kroatija, Latvija, Lenkija, Liuksemburgas, Malta, Portugalija, Rumunija, Slovėnija ir Vokietija.

Labiausiai antieuropietiškos rinkimų kampanijos vyko Jungtinėje Karalystėje ir Nyderlanduose, kur Europą arba Europos Sąjungą neigiamai vaizduojantis turinys sudarė beveik po 40 procentų kiekvienoje valstybėje.

## Išvados

Lyginant Europos Parlamento rinkimų kampanijas 28 Europos Sąjungos valstybėse, pastebimas menkas bendras rinkimų agitacijos aktyvumas. Vos keliose valstybėse (pvz., Portugalijoje, Italijoje) vyko intensyvios rinkimų kampanijos, o daugelyje valstybių rinkimų agitacija buvo vos pastebima.

Nemažoje Europos Sąjungos valstybių dalyje Europos Parlamento rinkimai buvo rengiami lygiagrečiai su kitais vietiniais rinkimais arba referendumais. Kartu su vietiniais rinkimais vykusios Europos Parlamento rinkimų kampanijos buvo nutolusios nuo Europos temų, dominavo vietinės aktualijos. Net tos temos ar problemos, kurios iš esmės priklauso nuo bendros Europos Sąjungos politikos, pavyzdžiui, imigracija, dažniausiai buvo aptariamoms kaip nacionalinės politikos klausimai, neperžengiant konkrečios valstybės ribų.

Atskirų valstybių rinkimų kampanijos pasižymėjo menku internacionalizacijos lygiu. Tik labai mažoje dalyje agitacinių žinučių,

transliuotų per politikų ar partijų rinkimų kampanijas, galima aptikti bendros europinės kampanijos arba unifikuotos politinės komunikacijos apraiškų. Iš esmės visose Europos Sąjungos valstybėse politikai ir partijos eksploatavo tik nacionalinį identitetą, labai menkai arba iš viso nebuvo akcentuojamas priklausymas konkrečioms europinių partijų šeimoms.

Nepaisant euroskeptiškų atskirų politikų ir partijų kampanijų žinučių kai kuriose valstybėse, didžioji dalis rinkimų agitacijos buvo proeuropietiška, tai yra palaikanti Europos vienybės ir integracijos idėją, išreiškianti stiprų pasitikėjimą Europos Sąjungos vertybėmis.

## 2019 EUROPEAN PARLIAMENT ELECTION CAMPAIGN IN LITHUANIA AND OTHER EUROPEAN UNION COUNTRIES

ANDRIUS ŠUMINAS

### Summary

**Keywords:** European Parliament elections; political communication; electoral communication; topic of election messages.

The ninth European Parliament elections were held in the European Union from 23 till 26 May 2019. This election might be called unique due to the fact that at the same time in 28 European Union countries people have elected their representatives to the European Parliament. They were also separate electoral campaigns in each country when politicians and parties sought to attract voters. The article analyzes 2019 European Parliament

election campaign in Lithuania in comparison to elections in other European Union countries. The aim is to present overall election campaign activities, its communication channels and the formats of messages. The thematic distribution of election messages in Lithuania and other European Union countries is also discussed as well as the depiction of Europe and the European Union in the communication of politicians and parties.

*Įteikta 2019 m. gruodžio 1 d.*