

TINKLARAŠČIAI KAIP POLITINĖS KOMUNIKACIJOS ĮRANKIS: LIETUVOS RESPUBLIKOS SEIMO NARIŲ ATVEJIS

DR. ANDRIUS ŠUMINAS

*Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas
Medijų tyrimų laboratorijos vedėjas
Vilnius University Faculty of Communication
Head of Media Research Lab
Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius
El. paštas andrius.suminas@kf.vu.lt*

Santrauka

Tinklaraščiai žymi interaktyviųjų medijų įsigalėjimo politinės komunikacijos procesuose pradžią, suteikusių naujų galimybių praplėsti politinio diskurso lauką ir prieinamumą įvairioms suinteresuotoms grupėms ar pavieniams individams. Dabartiniu metu pasaulyje politikų tinklaraščiai yra tapę įprastu reiškiniu, padedančiu politiniams veikėjams užmegzti ir išlaikyti kontaktus su naujomis potencialių rinkėjų auditorijomis, taip pat palaikyti nuolatinį abipusį ryšį tarp politikų ir visuomenės. Šiame straipsnyje nagrinėjamos tinklaraščių taikymo galimybės politinės komunikacijos procesuose, analizuojamos interakcijos šiuose virtualiuose kanaluose ypatybės. Straipsnyje konkrečiai apibrėžiamos bendros tinklaraščių charakteristikos ir juos apibūdinančios savybės, išskiriami skirtingi jų tipai ir galimi analizės matmenys. Taip pat detalai analizuojama tinklaraščių politikams suteikiama nauda, nagrinėjamas politinių tinklaraščių ir tradicinės žiniasklaidos santykis bei tarpusavio sąsajos. Publikacijos pabaigoje pateikiami Lietuvos Respublikos Seimo narių naudojimosi tinklaraščiais

tyrimo rezultatai, atskleidžiantys menką šios interaktyvios priemonės išnaudojimą politinės komunikacijos tikslams mūsų šalyje.

Reikšminiai žodžiai: tinklaraščiai; politikų tinklaraščiai; politinė komunikacija; Seimo narių komunikacija; tinklaraščių charakteristikos.

Tinklaraščių ir *wiki* puslapių atsiradimas žymi antrosios kartos žinia-tinklio (angl. *web 2.0*) pradžią, kai didžioji dalis paslaugų ir turinio kontrolės buvo perleista patiems naudotojams, leidžiant jiems laisvai kurti ir naudotis informacija bei duomenimis, kartais net suteikiant galimybę keisti informacinių sistemų struktūras.

Įvairios socialinių medijų priemonės, apibūdinančios interaktyvias technologijas ir būdus, kuriais individai sąveikauja tarpusavyje dalydamiesi savo sukurtu turiniu, greitai tapo itin populiarios tarp interneto naudotojų, todėl nenuostabu, kad dėmesį atkreipti į jas netruko ir politikai. Šiandien įvairios socialinių medijų priemonės jau yra tapusios neatskiriama daugelio politikų kasdieninės komunikacijos dalimi, o būtent tinklaraščius turėtume laikyti interaktyviosios politinės komunikacijos pirmosiomis kregždėmis.

Tinklaraščių apibrėžtis ir pagrindinės ypatybės

Nors nuo pirmųjų tinklaraščių (angl. *blogs*) atsiradimo praėjo jau beveik dvidešimt metų, tačiau iki šiol nėra vieno aiškiai apibrėžto ir visuotinai pripažįstamo šio internetinės erdvės kanalo apibrėžimo. Mokslininkai ir praktikai apibrėždami tinklaraščių sąvoką akcentuoja šiek tiek skirtingus šių priemonių aspektus, dėmesį labiau kreipdami arba į kanalo charakteristikas, arba į individų, tai yra tinklaraštininkų ir jų skaitytojų, sąveiką.

Dažniausiai tinklaraščiai apibrėžiami kaip virtualūs dienoraščiai, kuriuose reguliariai skelbiama ir atnaujinama informacija, dėstoma at-

virškštine chronologine tvarka¹. Įvairiuose tinklaraščių apibrėžimuose taip pat dažnai akcentuojamas informacijos apskaitimas ir sąveika tarp virtualios erdvės dalyvių, tai yra tarp tinklaraščių rašytojų ir jų skaitytojų.

Apibendrinant skirtingus moksliniuose šaltiniuose pateikiamus tinklaraščių apibrėžimus galima išskirti dažniausiai minimas pagrindines tinklaraščių charakteristikas:

1. Atvirkščiai chronologiška įrašų tvarka. Tinklaraščiuose įrašai dėstomi pagal atvirkštinę chronologiją – naujausi įrašai visada būna tinklaraščių viršuje, pačioje matomiausioje vietoje.
2. Skaitytojų komentarai. Daugumoje įvairiais aspektais tinklaraščių analizuojančių mokslinių publikacijų pabrėžiama, kad skelbiamų įrašų komentavimo galimybės yra būtinas tinklaraščių atributas. Be įrašų skaitytojų komentavimo galimybių tinklalapis negali būti (iki galo) laikomas tinklaraščiu².
3. Nuorodos į kitus tinklaraščius (angl. *blogrolls*). Tinklaraščiuose dažniausiai pateikiamos nuorodos į kitus tinklaraščius, tinklalapius, forumus ar pan., taip tinklaraščiai tampa susieti ir priklausomi vieni nuo kitų, kai kurie iš jų tampa sąsajų centrais (turinčiais daugiausia sąsajų su kitais tinklaraščiais ar kitomis medijomis)³.
4. Sąsajos įrašuose (angl. *tags*). Tinklaraštininkai savo įrašus konkrečioms tematinėms kategorijoms priskiria naudodami žymas. Jos leidžia susieti skirtingus tos pačios tematikos tinklaraščių įrašus, o skaitytojams palengvina prieigą prie susijusio turinio.
5. Įrašų archyvai. Daugumoje tinklaraščių galima rasti kalendorinius arba tematinius įrašų archyvus, kurie skaitytojams gerokai palengvina paiešką pagal laiką arba tematiką.

¹ Lawson-Borders, G., Kirk, R. Blogs in Campaign Communication. *American Behavioral Scientist*. 2005, vol. 49, No. 4, p. 548–559.

² Quiggin, J. Blogs, wikis and creative innovation. *International Journal of Cultural Studies*. 2006, vol. 9, p. 481–496.

³ Gil De Zúñiga, H., Puig-I-Abril, E., Rojas, H. Weblogs, traditional sources online and political participation: an assessment of how the internet is changing the political environment. *New Media Society*. 2009, vol. 11, p. 553–574.

6. Reguliari komunikacija. Kalbant apie tinklaraščius dažnai pabrėžiamas nuolatinis komunikacijos ir interakcijos vyksmas, todėl juose turi būti nuolat reguliariai publikuojamas naujas turinys.

Patys tinklaraščių skaitytojai apibūdindami tinklaraščius dažniau pabrėžia ne struktūrines jų ypatybes, o interakcijos galimybes⁴. Tinklaraščius skaitantiems žmonėms svarbiausios yra tiesioginio informacijos gavimo, komentavimo ir nevaržomų diskusijų galimybės.

Nuo pat tinklaraščių atsiradimo pradžios interaktyvios tinklaraščių savybės, tokios kaip galimybės komentuoti įrašus, nuorodos į kitus tinklaraščius ir tarpusavio sąsajos, buvo įvardijamos kaip pagrindinis tinklaraščių išskirtinumas. Tačiau dabartiniu metu šie interaktyvūs atributai jau nėra būdingi tik tinklaraščiams, nes ir kitos virtualios priemonės pasižymi šiomis savybėmis, pavyzdžiui, kai kurie tinklalapiai, diskusijų forumai ir pan.

Pirmuoju pasaulyje tinklaraščių laikomas amerikiečių studento Justino Hallo 1994 metais pradėtas rašyti internetinis dienoraštis apie kompiuterinius žaidimus ir žaidimų kompiuterius. Tinklaraščius apibūdinantį anglišką terminą „weblog“ 1997 metais pasiūlė Jornas Bargeris, nuo angliško termino „logging the web“. Terminas prigijo ir pradėjo sparčiai plisti, o 1999 metais sutrumpėjo dar dviem raidėmis – iki dabar anglų kalboje vartojamo „blog“.

Tinklaraščiai ne iš karto tapo masiniu reiškiniu, nes norintys juos rašyti turėjo susikurti specialų tinklalapį, o tam padaryti reikėjo turėti bent šiuokius tokius programavimo pagrindus. Internetinių dienoraščių populiarumui didelį postūmį suteikė 1999 metais veiklą pradėjusios specializuotos platformos, skirtos rašyti tinklaraščius – *Blogger.com* ir *LiveJournal.com*, kurios leido jokių programavimo ar techninių žinių netu-

⁴ Ekdale, B., Namkoong, K., Fung, T.K.F., Perlmutter, D.D. Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers. *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 217–234.

rintiems interneto naudotojams lengvai susikurti ir rašyti tinklaraščius⁵.

Šiuo metu internetinius dienoraščius rašančių žmonių patogumui savo paslaugas siūlo daugybė tarptautinių ir lokalių platformų, skirtų tinklaraščiams rašyti. Pavyzdžiui, 2012 metų antroje pusėje populiariausia pasaulinė specializuota tinklaraščių platforma *Blogspot.com* buvo 11 tinklalapis pasaulyje pagal unikalių lankytojų skaičių⁶, o lankomiausia lietuviška tinklaraščiams rašyti skirta platforma *Blogas.lt* pritraukdavo daugiau negu 250 tūkstančių unikalių lankytojų kiekvieną mėnesį⁷.

Tiek tinklaraščių atsiradimo pradžioje, tiek dabartiniu metu tinklaraščiai suvokiami kaip autentiškos ir neredaguojamos informacijos kanalas, kuriame įrašai pateikiami būtent tokia forma, kokia juos skelbia tinklaraštininkas, ir nėra niekieno daugiau redaguojami. Būtent tuo tinklaraščiai skiriasi nuo tradicinės žiniasklaidos, nes čia informacija gali būti pateikiama nesivadovaujant žiniasklaidos priemonėms būtinais principais, tokiais kaip požiūrių ir nuomonių pusiausvyra, faktais patikrinta informacija ir pan.

Jeigu tradicinės žiniasklaidos priemonėse dominuoja ar bent jau turėtų dominuoti faktai ir objektyvumas, tai tinklaraščiuose – nuomonės, vertinimai ir subjektyvumas. Priešingai negu didžioji dalis žiniasklaidos turinio, tinklaraščiuose skelbiami įrašai nebūtinai turi būti susiję su naujaisiomis aktualijomis. Tačiau tinklaraščius rašantys asmenys dažniausiai apsibrėžia vieną konkrečią sritį, kurioje ir specializuojasi.

Kartais pabrėžiama, kad tinklaraščiams yra būdinga sakytinė kalbos forma, tik pateikiama tekstu. Tai yra tarsi tarpinė grandis tarp kalbinės

⁵ Jones, J., Himelboim, I. Just a guy in pajamas? Framing the blogs in mainstream US newspaper coverage (1999–2005). *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 271–288.

⁶ The top 500 sites on the web. Alexa Internet, Inc. The Web Information Company. Prieiga per internetą: <<http://www.alexa.com/topsites>> [žiūrėta 2012 m. lapkričio 19 d.].

⁷ GemiusAudience tyrimai. UAB „Gemius Baltic“. Prieiga per internetą: <<http://www.audience.lt/pages/display/visitors>> [žiūrėta 2012 m. lapkričio 19 d.].

ir rašytinės raiškos⁸. Pagal komunikacijos pobūdį tinklaraščiai sujungia tradicinės spausdintos ir transliuojamos žiniasklaidos formas ir mažas grupių diskusijas⁹.

Tačiau tinklaraščiai skiriasi tiek nuo tradicinės žiniasklaidos (nes tikslinė auditorija nėra kiekvienas potencialus skaitytojas), tiek nuo *vienas – vienam* arba *vienas – konkrečiai apibrėžtai žmonių grupei* komunikacijos. Tai yra kanalas, suteikiantis visiems galimybę skelbti turinį, kuris yra prieinamas kiekvienam, gebančiam jį susirasti¹⁰.

Interneto naudotojai tinklaraščius ar juose publikuojamą turinį gali susirasti per paieškos sistemas. Paprastai kuo daugiau tinklaraščiai turi įrašų, tuo labiau jie yra matomi paieškos sistemose. Be to, interneto naudotojai pasitelkdami RSS funkciją turi galimybę užsiprenumeruoti tinklaraščių skelbiamą turinį, taip sutaupydami turinio paieškos laiko ir išvengdami nuolatinio lankymosi juos dominančiuose tinklaraščiuose ieškant naujų įrašų.

Tinklaraščiai padeda išvengti tradicinės žiniasklaidos dominavimo, suteikia galimybę bet kuriam individui išsakyti savo nuomonę ir vertinimus įvairiomis temomis, potencialiai pasiekti masinę auditoriją. Mokslininkų tyrimai rodo, kad tinklaraščių skaitytojai vertina juos kaip patikimus informacijos šaltinius (net labiau už tradicinės žiniasklaidos priemones).

Galima išskirti dvi pagrindines priežastis, kodėl tinklaraščių skaitytojai laiko šias priemones patikimomis. Pirmiausia, tinklaraščiuose dažnai tam tikros temos ar įvykiai analizuojami gerokai išsamiau negu tradicinėje žiniasklaidoje, pateikiant daugiau faktų ar statistinės medžiagos. Be to, dažniausiai sudėtingos temos analizuojamos lengvai suprantama ir priimtina kalba. Antra, palyginti su tradicinėmis žiniasklaidos

⁸ Vesnic-Alujevic, L. Communicating with voters by blogs? Campaigning for the 2009 European Parliament elections. *Discourse & Communication*. 2011, vol. 5, No. 4, p. 413–428.

⁹ Woody, D. New competencies in democratic communication? Blogs, agenda setting and political participation. *Public Choice*. 2008, vol. 134, p. 109–123.

¹⁰ Dean, J. *Blog Theory. Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Cambridge: Polity Press, 2010, p. 143.

priemonėmis, skaitytojai tinklaraščius suvokia kaip labiau autentišką komunikacijos formą. Tinklaraščių įrašuose pateikiama tinklaraštininko nuomonė ir vertinimai tam tikra tema, o skaitytojams paliekamos interpretacijos ir galutinių išvadų galimybės¹¹.

Tinklaraščius gali rašyti nebūtinai vienas asmuo, tačiau ir kelių asmenų grupės ar net bendruomenės. Pagal tinklaraščių rašytojų skaičių yra išskiriami:

1. asmeniniai tinklaraščiai (kuriuos rašo vienas konkrečiai įvardytas asmuo);
2. grupiniai tinklaraščiai (kuriuos rašo grupė nuolatinių ir aiškiai įvardytų autorių);
3. bendruomeniniai tinklaraščiai (kuriuose kiekvienas gali skelbti tinklaraščių įrašus)¹².

Kai kuriais atvejais sunku rasti aiškią ribą tarp grupinių ir bendruomeninių tinklaraščių, kai grupė tinklaraščius administruojančių asmenų peržiūri ir tvarko labai didelės grupės žmonių įrašus. Tačiau nepriklausomai nuo to, ar tinklaraštis yra individualus ar grupinis, jo turinys vis tiek lieka individualus, nes kiekvienas tinklaraščio įrašas yra daromas vieno autoriaus¹³.

Kalbant apie tinklaraščių turinio analizę galima išskirti tris matmenis, kurie atskleidžia kiekvieno iš šių internetinių kanalų ypatybes:

1. Turinio ašis (vidinis asmeninis – teminis). Ar tinklaraštyje dominuoja vien tik asmeninės temos, patirtys ir emocijų raiška, ar koks nors vienas aiškiai apibrėžtas tematinis interesas?
2. Krypties ašis (monologas – dialogas). Ar tinklaraštis naudojamas tik informacijos sklaidai, ar siekiama diskusijų su auditorija?

¹¹ Ekdale, B., Namkoong, K., Fung, T.K.F., Perlmutter, D.D. Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers. *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 217–234.

¹² Bar-Ilan, J. Information hub blogs. *Journal of Information Science*. 2005, vol. 31, No. 4, p. 297–307.

¹³ Quiggin, J. Blogs, wikis and creative innovation. *International Journal of Cultural Studies*. 2006, vol. 9, No. 4, p. 481–496.

3. Stiliškos ašis (intymiai subjektyvus – objektyvus). Ar tinklaraštyje pateikiamos vien tik asmeninės nuomonės, net nebandant jų argumentuoti, ar pretenduojama į objektyvumą pateikiant faktus ir argumentus?¹⁴

Visi tarpusavyje susieti tinklaraščiai sudaro tinklaraščių ekosistemą (angl. *blogosphere*). Šis sąsajomis ir nuorodomis susietas tinklas nuolat plečiasi ir auga. Skirtingų tematikų tinklaraščiai sudaro atskiras mažesnes tematines ekosistemas. Pavyzdžiui, tarpusavyje susieti politiniai tinklaraščiai sudaro politinių tinklaraščių ekosistemą.

Apibendrinat pagrindines tinklaraščių savybes ir komunikacijos procesams padarytus pokyčius galima konstatuoti, kad tinklaraščiai iš dalies ištrina ribą tarp to, kas yra vieša ir privatu, tarp to, kas yra individualu ir bendruomeniška, ir tarp to, kas yra faktai ir nuomonė¹⁵.

Tinklaraščiai politinės komunikacijos procesuose

Politiniai tinklaraščiai yra vienas iš tinklaraščių tematinų žanrų. Tradiciškai politiniams tinklaraščiams priskiriami politinėms temoms, naujienoms ir aktualijoms skirti tinklaraščiai, kuriuos gali rašyti tiek politikoje tiesiogiai veikiantys asmenys, tai yra politikai ar jų atstovai (politikų tinklaraščiai), tiek su politika tiesiogiai nesusiję žmonės (tinklaraščiai apie politiką).

Politikų tinklaraščių turinys ir pobūdis priklauso nuo jų autorių. Vieni politiniai tinklaraščiai yra labiau panašūs į asmeninius internetinius dienoraščius, kiti primena iš įvairių šaltinių surinkto turinio agregato-

¹⁴ Moe, H. Mapping the Norwegian Blogosphere: Methodological Challenges in Internationalizing Internet Research. *Social Science Computer Review*. 2011, vol. 29, No. 3, p. 313–326.

¹⁵ MacDougall, R. Identity, Electronic Ethos, and Blogs: A Technologic Analysis of Symbolic Exchange on the New News Medium. *American Behavioral Scientist*. 2005, vol. 49, No. 4, p. 575–599.

rius, tretį – tarsi politinės tribūnos, iš kurių politikai nori tik kalbėti, bet ne girdėti žmones¹⁶.

Tinklaraščiai suteikia vienodas galimybes visiems politiniams veikėjams skleisti savo politines idėjas plačiajai visuomenei, nepriklausomai nuo jų partinės priklausomybės, ideologijos ar turimų finansinių resursų. Tinklaraščiai leidžia drastiškai sumažinti išlaidas politinei komunikacijai, nes bet kuris politikas gali visiškai nemokamai susikurti tinklaraštį ir jame skelbti įvairaus pobūdžio įrašus. Taip priartėjama prie tikrosios demokratijos principų, kai politikai virtualioje erdvėje dėl auditorijos dėmesio varžosi ne politinei komunikacijai išleidžiamomis lėšomis, o komunikacinėmis žinutėmis, politinių idėjų ir nuostatų patrauklumu bei argumentais.

Taip pat labai svarbu, kad tinklaraščiai suteikia interaktyvaus dialogo galimybes, nes interneto naudotojai gali ne tik skaityti politikų tinklaraščius, bet ir patys įsitraukti į politinę diskusiją rašydami komentarus po politikų įrašais. Daugeliu atveju tinklaraščio įrašas yra labiau aktyvus inicijuoti ir pradėti diskusiją visuomenei svarbiais klausimais, o ne tik vienkryptės komunikacijos forma tarp tinklaraštininko ir jo publikuojamų įrašų skaitytojų.

Politikų įrašai ir skaitytojų komentarai sudaro bendrą tinklaraščių turinį, kuriame vienodai vertingi yra tiek politikų skelbiami įrašai, tiek po jais vykstančios skaitytojų ir tinklaraštininkų diskusijos. Tokiu būdu savo turiniu ir forma tinklaraščiai suteikia politikams ir skaitytojams demokratinės tiesioginės komunikacijos patirties, kurios negali pasiūlyti kiti tradicinių medijų kanalai.

Tinklaraščių naudojimas padidina politinės komunikacijos personalizaciją, suasmensina politikos veikėjų ir visuomenės santykį. Čia politikai visuomenei gali parodyti savo „žmogiškąjį veidą“, paprastai ir visiems suprantamai argumentuoti priimamus politinius sprendimus ar veiksmus.

¹⁶ Ekdale, B., Namkoong, K., Fung, T.K.F, Perlmutter, D.D. Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers. *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 217–234.

Politikai, kurie tinklaraščiuose skelbia informaciją apie savo kasdieninę veiklą ir bendrauja su tinklaraščių skaitytojais, išsiskiria iš bendros politikų masės, kuri dažnai paprastaiems žmonėms atrodo sunkiai pasiekiamą ir neprieinamą¹⁷.

Rašydami tinklaraščius politikai gali naudoti įvairias strategijas ir įrašų pateikimo formas, suteikti skirtingą reikšmę publikuojamai informacijai, taip pat pateisinti save ar savo sprendimus prieš skaitytojų auditoriją. Politikams, priešingai negu žiniasklaidos priemonių atstovams, tinklaraščiuose nebūtina laikytis žurnalistinio objektyvumo normų. Politikų įrašai tinklaraščiuose dažniausiai grindžiami tam tikrų politinių požiūrių ar įsitikinimų prielaidomis.

Tinklaraščiai yra alternatyvūs informacijos platinimo kanalai, suteikiantys politikams tiesioginę ir nefiltruotą prieigą prie potencialių rinkėjų. Skirtingai nei tradicinėje žiniasklaidoje, kur žurnalistai atrenka, kokią informaciją skelbti visuomenei, tinklaraščiuose politikai patys yra redaktoriai, sprendžiantys, kokį turinį publikuoti visuomenei savo internetiniuose kanaluose. Tinklaraščiai ir kitos socialinių medijų priemonės iš principo praplėtė viešosios sferos ribas, neribotai padidino aktyvių komunikacijos dalyvių skaičių.

Tinklaraščiai gali būti svarbūs politikams ne tik kaip kanalas tiesiogiai pasiekti auditoriją išvengiant žiniasklaidos, tačiau ir kaip priemonė pasiekti žiniasklaidos atstovus. Pastebima, kad žurnalistai ir žiniasklaidos priemonių redaktoriai dažnai skaito tinklaraščius ieškodami informacijos savo straipsniams ir reportažams¹⁸. Tokiu būdu politikų tinklaraščių turinys tampa pirminiu informacijos šaltiniu žurnalistams, kurie vis dažniau remiasi interaktyviuose politikų kanaluose pateikiamomis komunikacinėmis žinutėmis.

¹⁷ Albrecht, S., Lübecke, M., Hartig-Perschke, R. Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005. *Social Science Computer Review*. 2007, vol. 25, No. 4, p. 504–520.

¹⁸ Ekdale, B., Namkoong, K., Fung, T.K.F, Perlmutter, D.D. Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers. *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 217–234.

Tinklaraščius rašantys politikai irgi dažnai remiasi tradicinės žiniasklaidos priemonėse pateikiamų straipsnių ar reportažų turiniu, kurį tiesiog komentuoja, vertina ar kritikuoja¹⁹. Todėl galima sakyti, kad yra dvi pusės priklausomybė tarp politikų tinklaraščių ir tradicinės žiniasklaidos priemonių – tiek tinklaraštininkai, tiek tradicinių žiniasklaidos priemonių darbuotojai naudoja vieni kitų kuriamą turinį kaip savo informacijos šaltinius.

Tinklaraščiai suteikia galimybę politikams pagreitinti komunikacijos ir politinės informacijos sklaidos procesą, nes tinklaraščiai yra asinchroniška komunikacijos priemonė. Be to, jeigu tradicinės žiniasklaidos priemonės yra ribojamos informacijos publikavimo periodiškumo ciklą (pvz., televizijų naujienų laidos turi konkretų ir nekintamą pasirodymo eterįje laiką, dienraščiai išleidžiami rytais ir pan.), tai informacijos sklaida ir komunikacija tinklaraščiuose bet kuriuo metu gali vykti realiu laiku. Dėl šios priežasties kai kurios politinės naujienos šiandien pirmiausia atsiranda virtualioje erdvėje ir tik vėliau patenka į tradicinės žiniasklaidos eterį ar naujienų puslapius.

Tinklaraščių naudojimą politinės komunikacijos procesuose analizuojantys mokslininkai dažnai tinklaraščius apibūdina kaip nuomonių formavimo ir mobilizacijos instrumentus, suteikiančius politikams galimybių sėkmingai įgyvendinti savo tikslus rinkimuose. Būtent šiems tikslams iš pat pradžių ir buvo pradėti naudoti politiniai tinklaraščiai.

Pirmiausia tinklaraščių potencialas buvo atrastas 2003 metais prasidėjusioje kovoje dėl Demokratų partijos kandidato nominacijos JAV prezidento posto rinkimams. Buvęs Vermonto valstijos gubernatorius Howardas Deanas 2003–2004 metais iš esmės dėl savo aktyvios ir novatoriškos internetinės rinkimų kampanijos, kurioje ypač svarbią vietą užėmė tinklaraščiai, netikėtai tapo vienu iš favoritų kovoje dėl demokratų nominacijos.

Nors H. Deanui ir nepavyko laimėti partijos nominacijos, tačiau ino-

¹⁹ Wall, M. Blogs of war: Weblogs as news. *Journalism*. 2005, vol. 6, No. 2, p. 153–172.

vatyvus komunikacijos pavyzdys paskatino politikus visame pasaulyje pradėti naudoti tinklaraščius rinkimų komunikacijos tikslams. Pavyzdžiui, 2004 metų JAV prezidento rinkimų kampanijos metu, kai tarpusavyje ko-vojo George'as W. Bushas ir Johnas Kerry'is, jau abu kandidatai turėjo savo tinklaraščius. Taip pat tinklaraščiai rinkimų komunikacijos tikslams buvo gana plačiai naudojami per 2005 metais vykusius Didžiosios Britanijos visuotinius rinkimus, Danijos Parlamento rinkimus, Naujosios Zelandijos visuotinius rinkimus, Vokietijos Bundestago rinkimus²⁰.

Iš karto buvo pastebėta, kad tinklaraščiai yra ypač naudingi politikams bandant pritraukti jaunesniąją rinkėjų auditorijos dalį, kurią pasiekti tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis darosi kaskart sunkiau, nes jauni žmonės vis mažiau laiko praleidžia skaitydami laikraščius ar žiūrėdami televiziją.

Svarbu pažymėti, kad tinklaraščiai gali būti naudojami ir yra labiau naudingi politikams ne kaip trumpojo laikotarpio komunikaciniai kanalai prieš rinkimus, tačiau kaip nuolatinės komunikacijos priemonės, leidžiančios užmegzti ilgalaikius ryšius su skaitytojų auditorijomis. Tinklaraščiai yra itin tinkama priemonė sužinoti visuomenės arba tam tikros rinkėjų grupės nuomonę ir vertinimus įvairiais klausimais, nustatyti jų pokyčius ir pasitenkinimą politikų veiksmais²¹.

Mažai tikėtina, kad tik prieš rinkimus pradėti rašyti tinklaraščiai galėtų atnešti daug naudos politikams, nes suburti tinklaraščių skaitytojų auditoriją reikia nemažai laiko. Be to, artėjant rinkimams ir prasidedant rinkimų vajui žmonės pradeda daug įtariau žiūrėti į bet kokius politikų bandymus užmegzti naujus kontaktus.

Lygiai taip pat negerai, kai iškart po rinkimų politikai nustoja rašyti savo tinklaraščius, juos visiškai panaikina arba palieka likimo valiai.

²⁰ Albrecht, S., Lübcke, M., Hartig-Perschke, R. Under Construction: Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005“. *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*. Edited by Costas Panagopoulos. Rutgers university press, 2009, p. 179–199.

²¹ Drezner, D.W., Farrell H. Introduction: Blogs, politics and power: a special issue of Public Choice. *Public Choice*. 2008, vol. 134, p. 1–13.

Tuomet tinklaraščių skaitytojai nusivilia politiniais veikėjais ir jaučiasi apgauti, o dar kartą sudominti ir užmegzti ryšį su ta pačia auditorija politikams pasidaro praktiškai neįmanoma.

Politikams rašant tinklaraščius reikalingas nuolatinis įdirbis ir reguliarumas. Tinklaraščių skaitytojai tikisi, kad nauji įrašai bus daromi kiekvieną dieną ar bent jau keletą kartų per savaitę. Priebėgomis tinklaraščius rašantys politikai neišnaudoja viso interaktyvaus kanalo potencialo, jiems pasidaro sunkiau pritraukti ir išlaikyti skaitytojų auditorijas.

Pastebima, kad visuomenėje plačiai žinomiems ir dažniau tradicinėje žiniasklaidoje minimiems politikams yra lengviau pritraukti tinklaraščių skaitytojų dėmesį. Be to, šis auditorijos dėmesio pritraukimas kartais net nepriklauso nuo politikų aktyvumo ir išitraukimo. Menkiau žinomiems ir rečiau žiniasklaidos dėmesį patraukiantiems politikams reikėtų bandyti laužyti nusistovėjusias politinės komunikacijos taisykles, ieškoti naujų komunikacijos tinklaraščiuose formų.

Tačiau didžiausias tinklaraščių potencialas kyla ne tiek iš tiesioginių perskaitymų ar įrašų pasidalijimų skaičiaus, kiek iš įtakos nuomonių lyderiams (kitiems politikams, įtakingiems visuomenės veikėjams, žurnalistams), kurių tinklaraštininkai įgijo per labai trumpą laiko tarpą²². Yra mokslinių įrodymų, kad politiniai tinklaraščiai padeda sudaryti politinio elito, tokio kaip kiti politikai ir žurnalistai, dienotvarkę²³.

Be to, pastebima tendencija, kad vis daugiau informacinio pobūdžio interneto portalų siūlo savo lankytojams tinklaraščių rašymo paslaugas, pvz., *Delfi blogas* arba *Blog.lrytas.lt*. Politikams, siekiantiems pritraukti masinės žiniasklaidos dėmesį, yra naudinga rašyti savo tinklaraščius naujienų portalų internetinių dienoraščių skiltyse, nes masinė žiniasklaida, pavyzdžiui, *Delfi*, kartais viešai publikuoja tinklaraščio skyrelyje esančius politikų įrašus.

²² McIntosh, S. Blogs: has their time finally come – or gone? *Global Media and Communication*. 2005, vol. 1, No. 3, p. 385–388.

²³ Woody, D. New competencies in democratic communication? Blogs, agenda setting and political participation. *Public Choice*. 2008, vol. 134, p. 109–123.

Kalbant apie neigiamus tinklaraščių aspektus derėtų išskirti šių interaktyvių kanalų skaitytojų fragmentaciją ir poliarizaciją, nes tyrimai rodo, kad daugelis asmenų skaito tik jų politinius įsitikinimus atitinkančius ir patvirtinančius tinklaraščius²⁴.

Tam įtakos turi tinklaraščių tarpusavio sąsajos, kai politikai savo tinklaraščiuose pateikia nuorodas tik į savo partijos kolegų ar panašios politinės ideologijos asmenų tinklaraščius, vengdami bet kokių tiesioginių sąsajų su politiniais oponentais. Tad skaitytojai sekdami nuorodomis ir sąsajomis iš vienu politikų tinklaraščių į kitus tarsi patenka į uždarą ratą, taip nesusidurdami su priešingais politiniais įsitikinimais ir nuomonėmis.

Apibendrinant praktinį politinių tinklaraščių naudojimą ir jų įtaką politinės komunikacijos procesams galima išskirti gerokai daugiau teigiamų aspektų, neabejotinai pagerinusių politikų ir visuomenės tarpusavio interakcijos kokybę, politinio diskurso prieinamumą ir sąveikos galimybes.

Lietuvos Respublikos Seimo narių naudojimosi tinklaraščiais analizė

Siekiant išsiaiškinti Lietuvos politikų naudojimosi tinklaraščiais ypatybes, atliktas tyrimas, kurio metu analizuota 2008–2012 metų Lietuvos Respublikos Seimo narių komunikacija tinklaraščiuose. Tyrimo analizei buvo pasirinktas laikotarpis nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. lapkričio 16 d.²⁵

Nurodytas tyrimo laikotarpis pasirinktas atsižvelgiant į 2012 m. spalio 14 d. vykusius Seimo rinkimus, nes siekta tiek išsiaiškinti ilgojo laikotarpio komunikacijos tinklaraščiuose ypatybes, tiek nustatyti, ko-

²⁴ Ekdale, B., Namkoong, K., Fung, T.K.F, Perlmutter, D.D. Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers. *New Media Society*. 2010, vol. 12, No. 2, p. 217–234.

²⁵ Būtent 2012 m. lapkričio 16 d. į pirmąjį posėdį susirinko ir kadenciją pradėjo 2012–2016 metų Lietuvos Respublikos Seimo nariai

kią įtaką politikų naudojimuisi tinklaraščiais daro artėjantys rinkimai ir periodas po jų.

Atliekant tyrimą ir vykdant parlamentarų tinklaraščių paiešką virtuali politiko erdvė buvo laikoma tinklaraščiu, jeigu atitiko bent tris iš penkių išvardytų požymių: 1) atvirkščiai chronologiška įrašų tvarka; 2) įrašų komentavimo galimybės; 3) nuorodos į kitus tinklaraščius; 4) sąsajos įrašuose; 5) įrašų archyvas.

Taip pat politiko tinklaraštis į tyrimo imtį buvo įtraukiamas tik tada, jeigu Seimo nario tinklaraštyje buvo padarytas bent vienas įrašas tiriamuoju laikotarpiu (tai yra nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. lapkričio 16 d.)

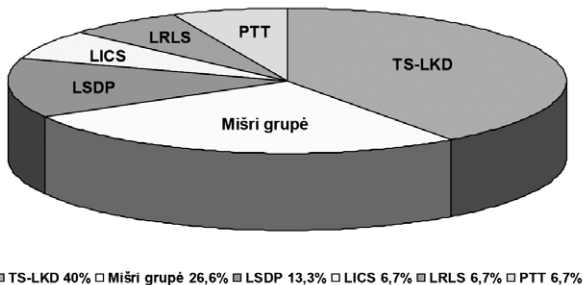
Atlikus tyrimą nustatyta, kad 2008–2012 metų Seimo kadencijos pabaigoje tinklaraščius rašė 10,8 proc. parlamentarų (15 Seimo narių iš 139²⁶). Tiesa, reikia paminėti, kad virtualioje erdvėje buvo rasti dar keli Seimo nariams priklausę tinklaraščiai, tačiau paskutiniai įrašai šiuose interaktyviuose kanaluose buvo daryti daugiau negu prieš metus, todėl jie buvo laikomi neaktyviais ir į bendrą tyrimo imtį neįtraukti.

Analizuojant tinklaraščius rašiusius Seimo narius pagal partinę ir frakcinę priklausomybę nustatyta, kad aktyviausiai tinklaraščius politinei komunikacijai naudojo Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų frakcijos (6 parlamentarai, kurie sudarė 40 proc. visų tinklaraštininkų) ir Mišrios Seimo narių grupės frakcijos nariai (4 politikai – 26,6 proc. visų parlamentarų tinklaraštininkų). Taip pat reikia paminėti, kad po vieną arba kelis tinklaraštininkus buvo iš „Tvarkos ir teisingumo“, Liberalų ir centro sąjungos, Liberalų sąjūdžio ir Lietuvos socialdemokratų partijos frakcijų.

Iš 2008–2012 metų Seimo kadencijos pabaigoje buvusių parlamentinių frakcijų nė vieno tinklaraštininko virtualioje erdvėje neturėjo Darbo partijos ir Krikščionių partijos frakcijos.

²⁶ Kadenciją 2008–2012 m. Seimas baigė ne visos sudėties – 2011 m. rudenį tragiškai žuvus parlamentarui Juozui Palioniui, o 2012 m. birželio mėn. užgesus Justino Karoso gyvybei, Seimo kadencijos pabaigoje dirbo 139 parlamentarai.

1 iliustracija. Lietuvos Respublikos Seimo narių tinklaraščiai pagal partinę ir frakcinę priklausomybę



Išanalizavus politikų pasirinktas tinklaraščių platformas nustatyta, kad 6 Seimo nariai (40 proc. visų tinklaraščius rašiusių politikų) savo interaktyvius kanalus buvo sukūrę specialiose naujienų portalų tinklaraščių sekcijose. Keturi parlamentarai tinklaraščius turėjo populiariausio Lietuvos naujienų portalo *Delfi.lt* skiltyje *Blog.delfi.lt*. Dar dviejų Seimo narių tinklaraščiai buvo naujienų portalo „Vakarų ekspresas“ skiltyje *ve.lt/blog*. Šių parlamentarų tinklaraščių vietos pasirinkimą galima aiškinti ne tik siekiu tiesiogiai patraukti skaitytojų dėmesį, bet ir bandymu patekti į visuomenėje skaitomų naujienų portalų kuriamų pranešimų srautą, taip gerokai išplečiant savo komunikacinių žinučių pasiekiamą auditoriją.

Kita dalis Seimo narių (26,7 proc. visų tinklaraščius rašiusių parlamentarų) tinklaraščius sukūrė tarptautinėse tinklaraščių platformose: du politikai – lankomiausiame pasaulyje tinklaraščių portale *Blogspot.com*, dar du – atviro kodo tinklaraščių kūrimo sistemoje *Wordpress.com*. Įdomu pažymėti, kad nė vienas politikas savo tinklaraščio rašymui nepasirinko specializuotų lietuviškų tinklaraščių platformų, tokių kaip *Blogas.lt* ar *Blogr.lt*.

Penkių parlamentarų (33,3 proc.) tinklaraščiai buvo įdėti jų asmeniniuose puslapiuose kaip atskira tinklalapio kiltis. Tokia tinklaraščio

vietos pasirinkimo logika nėra visiškai aiški, nes konkrečiu atveju dažnai sunku rasti skirtumų tarp politikų tinklaraščio ir tinklalapio naujienų skilčių.

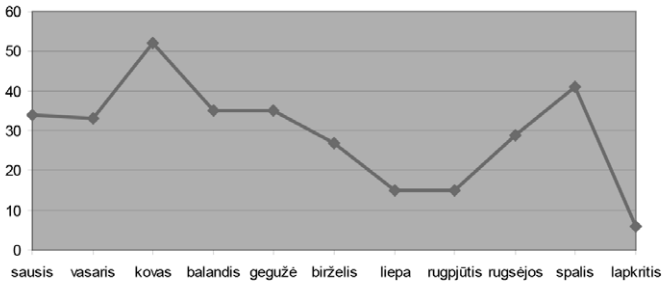
Seimo narių tinklaraščių įrašų intensyvumo analizė atskleidė menkas šių internetinių kanalų išnaudojimo apimtis. Iš viso 15 parlamentarų savo tinklaraščiuose 2012 m. sausio–lapkričio mėnesiais padarė 322 įrašus. Kiekvienam tinklaraščius rašiusiam parlamentarui per beveik vienuolika 2012 metų mėnesių vidutiniškai teko po 21,5 įrašus (apie 2 įrašus per mėnesį).

Vos keturių politikų tinklaraščiuose (26,7 proc. visų tinklaraščių) nauji įrašai buvo publikuojami kiek dažniau, tai yra bent jau trys ir daugiau įrašų per mėnesį. Kituose Seimo narių tinklaraščiuose intensyvumas buvo labai menkas. Nuo vieno iki trijų įrašų per mėnesį intensyvumas fiksuotas keturių parlamentarų internetiniuose kanaluose (26,7 proc. visų tinklaraščių), o septynių analizuotų politikų tinklaraščių intensyvumas nesiekė net vieno įrašo per mėnesį (46,6 proc. visų tinklaraščių).

Dažniausiai artėjant rinkimams politikų komunikacijos apimtys visuose kanaluose stipriai išauga, nes politikos veikėjai visomis priemonėmis siekia atkreipti į save visuomenės dėmesį ir laimėti potencialių rinkėjų simpatijas. Siekiant nustatyti, kokią įtaką politikų komunikacijai tinklaraščiuose turėjo 2012 m. spalio 14 d. vykę Seimo rinkimai, buvo analizuotas bendras įrašų intensyvumo pasiskirstymas visu tiriamuoju laikotarpiu.

Analizės metu buvo nustatyti du pikiniai politikų komunikacijos tinklaraščiuose laikotarpiai – kovo ir spalio mėnesiai. Didžiausias komunikacijos intensyvumas buvo kovo mėnesį, kuomet politikų internetiniuose kanaluose iš viso buvo publikuoti 52 įrašai. Peržiūrėjus visus šį mėnesį politikų tinklaraščiuose paskelbtus pranešimus nepavyko nustatyti vienos ryškiai dominuojančios įrašų tematikos, todėl sunku paaiškinti, kodėl būtent ši mėnesį fiksuotos didžiausios turinio apimtys.

2 iliustracija. Seimo narių komunikacijos tinklaraščiuose intensyvumas 2012 metais (pagal įrašų tinklaraščiuose skaičių)

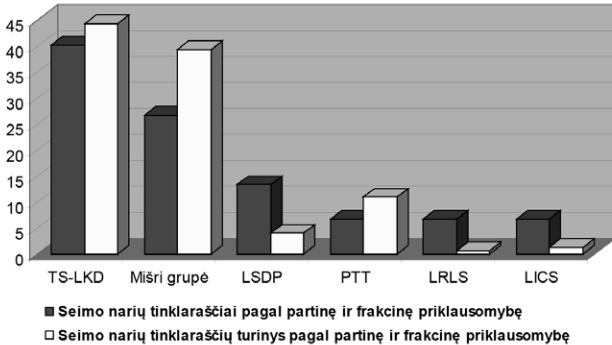


Vasaros mėnesiais fiksuotas mažiausias politikų komunikacijos intensyvumas, kuris rugsėjo mėnesį pradėjo didėti ir antrąjį piką pasiekė spalio mėn. – eilinių Seimo rinkimų metu. Tačiau svarbu pažymėti, kad politinės komunikacijos intensyvumo lygis nepasiekė kovo mėn. lygio, nes per spalio mėn. politikų tinklaraščiuose buvo paskelbtas 41 įrašas.

Iš karto po rinkimų – lapkričio mėn., nustatytas ryškus politikų komunikacijos interaktyviuose kanaluose kritimas iki vasaros mėnesių lygio (bendras komunikacijos intensyvumo lygis liepos, rugpjūčio ir lapkričio mėn. – labai panašus, nes politikų tinklaraščiai buvo analizuojami tik pusę lapkričio mėn., tai yra iki 2012 m. lapkričio 16 d. – 2008–2012 metų Seimo kadencijos pabaigos).

Parlamentarų tinklaraščių įrašų analizė pagal partinę priklausomybę atskleidė kiek didesnę opozicijoje buvusių parlamentarų aktyvumą. Pirmiausia derėtų išskirti Mišrios Seimo narių grupės frakcijai priklausiusių politikų ir partijos „Tvarka ir teisingumas“ nario tinklaraščius, kuriuose komunikacija vyko intensyviausiai. Tai iš dalies leidžia patvirtinti prielaidą, kad tinklaraščiai yra itin tinkama priemonė komunikuoti mažiau resursų turintiems ir menkesnio žiniasklaidos dėmesio sulaukiantiems politikams.

3 iliustracija. Seimo narių tinklaraščių ir juose paskelbto komunikacinio turinio pasiskirstymas pagal partinę ir frakcinę priklausomybę (procentais)



Tačiau kalbant apie visų Seimo narių tinklaraščius tenka konstatuoti, kad visuose politikų internetiniuose kanaluose fiksuotas labai menkas auditorijos grįžtamojo ryšio ir interakcijos lygis. Iš esmės visų parlamentarų tinklaraščiuose publikuoti įrašai nesulaukė auditorijos įsitraukimo, tai yra komentarų po politikų įrašais.

Pirmiausia tai būtų galima aiškinti skaitytojams ne itin patraukliu ir įdomiu Seimo narių pateikiamu komunikaciniu turiniu. Dažniausiai parlamentarai skelbdavo gana formalus pobūdžio informacinius pranešimus, visiškai nebandydami inicijuoti auditorijos grįžtamojo ryšio ir diskusijų su skaitytojais. Galima apibendrinti, kad politikai tinklaraščius dažniausiai naudojo tiesiog kaip tradicinius vienkryptės komunikacijos kanalus, siekdami tik perduoti savo komunikacines žinutes.

Išvados

Nuo pat pirmųjų socialinių medijų kanalų, paremtų antrosios kartos žiniatinklio principais, atsiradimo politikai eksperimentavo ir ieškojo būdų, kaip išnaudoti šias interaktyvias priemones savo tikslams. Būtent tinklaraščiai žymėjo interaktyviosios politinės komunikacijos pradžią, suteikusių naujų galimybių politikų ir visuomenės tarpusavio sąveikai.

Tinklaraščiai, kaip ir kitos socialinių medijų priemonės, suteikia politikams galimybę tiesiogiai pasiekti savo potencialius rinkėjus, užmegzti su jais abipusį dialogą ir diskusijas, daryti įtaką bendram politiniam diskursui. Tačiau šie internetiniai kanalai taip pat reikalauja iš politikų įsitraukimo ir pastangų, nes tinklaraščių skaitytojais tikisi nuolatinės komunikacijos, tai yra reguliaraus naujo ir kokybiško turinio pateikimo, įdomių diskusijų.

Jeigu kitose socialinių medijų priemonėse, pavyzdžiui, socialinių tinklų svetainėse, politikai gali apsiriboti vos kelių žodžių arba sakinių įrašais, tai tinklaraščių įrašai dažniausiai turi būti ilgesni ir išsamesni, negali nuolat apsiriboti vos vienu kitu žodžiu ar keliais sakiniais. Greičiausiai būtent dėl šios priežasties savo komunikacijai interaktyvioje erdvėje Lietuvos politikai daugiau renkasi socialinių tinklų svetaines, o ne tinklaraščius.

Tačiau tinklaraščiai dėl savo pagrindinių ypatybių, tokių kaip nuorodos ir sąsajos įrašuose, įrašų archyvai ir chronologija, turi pranašumų prieš kitas socialinių medijų priemones, nes leidžia politikams ir visuomenei užmegzti bei palaikyti kokybiškesnę politinę komunikaciją, inicijuoti gilesnes ir išsamesnes diskusijas.

Politikai, apsisprendę rašyti tinklaraščius, tam turi skirti nemažai pastangų ir laiko, nes šie interaktyvūs kanalai reikalauja reguliaraus atnaujinimo ir operatyvios reakcijos į skaitytojų komentarus. Taigi, prieš kurdami savo tinklaraščius politikai turi nuspręsti, ar turės galimybių juos reguliariai atnaujinti ir skelbti kokybišką turinį. Nes politikui geriau išvis neturėti tinklaraščio negu turėti internetinį dienoraštį, kurio turinys apsiriboja formalios informacijos skelbimu arba kuris iš viso nėra reguliariai atnaujinamas.

BLOGS AS A TOOL OF POLITICAL COMMUNICATION: CASE OF THE MEMBERS OF THE PARLIAMENT OF THE REPUBLIC OF LITHUANIA

ANDRIUS ŠUMINAS

Summary

Keywords: blogs; political blogs; political communication; communication of the Members of the Parliament; characteristics of blogs.

Blogs signifies a starting point at which interactive media have become firmly established in the processes of political communication providing new opportunities for the expansion in the field of political discourse and its availability for various interested groups or single individuals. Today political blogs, which have become a regular phenomenon in the world, are useful for political actors in the establishment and maintenance of contacts with new potential audiences of voters, as well as in the maintenance of a constant inter-communication between politicians and the public. This article concentrates on the possibility of an application of blogs for political communication processes, as well as the analysis

of the interaction features in these virtual channels. The general characteristics of blogs and their defining properties are specifically defined, and their different types, as well as possible dimensions of the analysis, are distinguished in the article. Moreover, a detailed analysis of the benefits granted for politicians by blogs, as well as an examination of the relationship between political blogs and traditional media and their interconnection, is presented. At the end of the publication survey results of the blog use among the Members of the Parliament of the Republic of Lithuania are listed, and these results reveal a small exploitation of this interactive tool for the purposes of political communication in our country.

Įteikta 2012 m. gruodžio 1 d.