



Lietuvos politinių partijų ir nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų sekėjų „Facebooke“ polinkis į politinę poliarizaciją ir informacinio šulinio formavimąsi

Justina Januškevičiūtė 

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas
Faculty of Communication at Vilnius University
justina.januskeviciute@kf.vu.lt

Santrauka. Tiek užsienyje, tiek Lietuvoje vis dažniau dalinamasi politinėmis naujienomis socialinėse medijose. Tačiau ligi šiol nebuvo atlikta mokslinių tyrimų, padedančių įvertinti šios platformos svarbą politinio turinio kūrimui ir vartojimui. Socialinių tinklų kontekstas bei vyraujantis selektyvus turinys ypač veikia labiausiai pažeidžiamas, aiškių politinių pažiūrų neturinčias žmonių grupes. Dėl to didėja politinė poliarizacija, formuojasi informaciniai šuliniai. Straipsnyje, remiantis tyrimais, apibrėžiami politinių naujienų vartojimo pokyčiai, tiesiogiai nulemti socialinių medijų platformų aplinkos. Įvardijamos priežastys bei sąlygos, kurioms esant tikėtinas informacinių šulinių formavimasis socialinėse medijose. Šio proceso apraiškoms identifikuoti pasitelktas aštuonių Lietuvos politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ paskyrų auditorijos informacinės elgsenos empirinis tyrimas. Jis atliktas 2021 m. gegužės 1 d. – birželio 30 d., kai buvo akivaizdūs skirtingų politinių pažiūrų auditorijų susidūrimai ir iniciatyvos. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad auditorijos linkusios į politinę poliarizaciją, joms būdingi informacinio šulinio bruožai. Politiniai pilietiniai judėjimai, skirtingai nei politinės partijos, labiau linkę į politinę poliarizaciją bei pasižymi ryškesniais informacinio šulinio bruožais. Ši auditorija labiau linkusi laikytis išankstinių nuostatų, o tai neišvengiamai veda link kraštutinių nuomonių.

Reikšminiai žodžiai: socialinės medijos, „Facebooko“ puslapiai, politinės naujienos, politinės partijos, informaciniai šuliniai, selektyvi naujienų atranka, politinė poliarizacija, Lietuva.

Propensity to Political Polarization and Echo Chambers of Facebook Pages of Lithuanian Political Parties and Independent Political Civic Movements

Abstract. Despite the growing usage of social media platforms for sharing and using political news both in Lithuania and abroad, researchers overlook the role of these platforms in the development and consumption of political content. The context of social media and its predominant selective content endanger the most vulnerable groups of people without clear political views. The result is growing political polarization and the emergence of echo chambers. On the basis of research studies, the article defines changes in the political news consumption process directly caused by the environment of social media platforms. The reasons and conditions are distinguished under which echo chambers are likely to arise in social media. In order to identify manifestations of this process, an empirical study of Facebook pages of eight Lithuanian political parties and political

Received: 16/02/2022. **Accepted:** 23/02/2022

Copyright © Justina Januškevičiūtė 2021. Published by Martynas Mažvydas National Library of Lithuania. This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution Licence \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

civic movements was conducted from 1 May to 30 June 2021, the period demonstrating apparent collisions and initiatives of diverse political views. The research exposed the fact that audiences were prone to political polarization and had features of echo chambers. Political civic movements, unlike political parties, were more prone to political polarization and had more pronounced features of echo chambers. These audiences tended to be more supportive of their preconceptions and this inevitably leads to extreme opinions.

Keywords: social media, Facebook pages, political news, political parties, echo chambers, selective exposure of news, political polarization, Lithuania.

Įvadas

Septyni iš dešimties Europos gyventojų bent kartą per savaitę naudojami socialiniais tinklalapiais. Per pastaruosius dešimt metų, nuo 2010-ųjų, šis skaičius išaugo daugiau nei du kartus – nuo 33 proc. iki 68 proc. europiečių, teigiama standartiniame „Eurobarometro 94“ (2020 m. žiema – 2021 m.) tyrime¹. Šiek tiek daugiau nei pusė europiečių socialiniais tinklalapiais naudojami kasdien, Lietuvoje – net 77 proc. gyventojų. Pastaraisiais metais nuolat auga ir socialinių medijų kaip politinių naujienų šaltinio vaidmuo. Socialinių medijų platformas respondentai nurodo kaip vieną iš informacijos šaltinių, kuriuose ieško politinių naujienų. Vis daugiau europiečių socialinių medijų kanalus vertina kaip politinių naujienų šaltinį: 59 proc. respondentų sutinka su teiginiu, jog socialiniai tinklalapiai gali sudominti politinėmis aktualijomis; beveik tiek pat apklaustųjų (57 proc.) mano, jog socialinės medijos yra šiuolaikinė priemonė, padedanti neatsilikti nuo politinių aktualijų; o 54 proc. europiečių socialinius tinklapius laiko tinkamu kanalu pasisakyti politiniais klausimais². Ir nors televizija išlieka pirmoje vietoje kaip svarbiausia medija, kuria žmonės naudojami politinėms naujienoms gauti, interneto ir socialinių tinklapių svarba kasmet auga.

Web 2.0 technologija pagrįstos socialinės medijos iš dalies buvo sukurtos tam, kad galėtume išspręsti kai kurias informacines problemas: struktūrizavimo, kaupimo, tinklų kūrimo bei didelių informacijos kiekių suvaldymo³. Naujosios medijos, kaip antai „Wiki“, tinklaraščiai ir mikrotinklaraščiai, „Facebookas“ ar „Twitteris“, yra interaktyvios, tad skaitytojai gali tapti bendradarbiaujančiais autoriais struktūrizuotose kūrimo aplinkose. Dėl to kilo naujų problemų. Turinys tapo prieinamas įvairiose platformose, daugiafunkcis, kuriamas bendradarbiaujant bei tarpininkaujant auditorijai. Tiek autoriai, tiek skaitytojai tapo vartotojais, tad internetinių leidinių naudojimas ir prieinamumas reikšmingai pasikeitė. Turinys tapo prieinamas gerokai didesnei auditorijai, o ši savo ruožtu gali kurti naują turinį iš savo kompiuterių ar mobiliųjų įrenginių. Dėl to neretai susiduriama su informacijos patikimumo, šališkumo problemomis – kaip teigiama minėtame „Eurobarometro 94“ tyrime, vos 19 proc. socialinių medijų vartotojų pasitiki čia gaunamomis naujienomis⁴. Socialinių medijų naudotojai selektyviai atsirenka vos keletą šaltinių, kuriuos laiko patikimais ir kuriuose skelbiamas naujienas taip pat laiko patikimomis. Tai yra viena iš priežasčių, kodėl socialinėse medijose formuojasi uždari informaciniai šuliniai.

Šios problemos, kylančios dėl socialinių medijų ir jose besiformuojančių informacinių reiškinių, aktualios tiek pasaulyje, tiek Lietuvoje. Abiem atvejais akivaizdus kompleksinių tyrimų trūkumas. Yra užsienio autorių darbų, kuriuose aptariami tam tikri šio tyrimo aspektai, pavyzdžiui, informacinio šulinio

¹ Parlamento Europeo (2021). *Eurobarómetro Standard 94. Media Use in the European Union* (Issue March). Prieiga per internetą: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>

² Žr. European Commission (2017). *Standard Eurobarometer 88 Autumn 2017: Media use in the European Union* (Issue November). Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82786>

³ Žr. Baehr, C.; Lang, S. M. Hypertext Theory: Rethinking and Reformulating What We Know, Web 2.0. *Journal of Technical Writing and Communication*, 2012, Vol. 42, No. 1, p. 39–56, <https://doi.org/10.2190/TW.42.1.d>.

⁴ Parlamento Europeo (2021). *Eurobarómetro Standard 94. Media Use in the European Union* (Issue March). Prieiga per internetą: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>

susidarymo proceso teorinės apibrėžties formavimas⁵; informacinio šulinio proceso apraiškų tyrimas, aiškinantis socialinių medijų daromą įtaką vartotojų naujienų šaltinių pasirinkimui⁶; vartotojų poliarizacijos socialinių medijų platformose „Facebooke“ ir „Youtube“ tyrimas, analizuojant poliarizacijos priežastis⁷ ir kt. Lietuvoje sistemingų tyrimų straipsnio tema nėra atlikta. Tad šio straipsnio tikslas – remiantis įvairias informacinio šulinio susidarymo perspektyvas nagrinėjančių tyrinėtojų teorinėmis išvalgomis, pateikti kompleksinę informacinio šulinio apibrėžtį bei identifikuoti jo apraiškas Lietuvos politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapiuose. Šiam tikslui pasiekti keliami uždaviniai: 1) išanalizuoti socialinių medijų platformos aplinkos tiesiogiai sąlygotų politinių naujienų vartojimo pokyčius ir pasekmes auditorijai; 2) išgryninti informacinio šulinio susidarymo sąlygų ir aplinkybių teorines prielaidas socialinėje ir technologinėje perspektyvoje ir remiantis tuo konceptualizuoti kompleksinę informacinio šulinio apibrėžtį; 3) pasitelkus kompleksinę informacinio šulinio apibrėžtį, empiriškai ištirti Lietuvos politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapių auditorijos informacinę elgseną.

Straipsnis sudarytas iš trijų dalių. Pirmoje teorinėje dalyje glaustai apibrėžiami politinių naujienų gavimo proceso pokyčiai, inicijuoti socialinių medijų platformų. Identifikuoti šiuos pokyčius reikia siekiant įvertinti socialinių medijų kontekste kylančias informacines problemas ir jų grėsmę auditorijai. Antroje teorinėje dalyje detalai analizuojamos informacinio šulinio identifikavimo problemos, jo susidarymo perspektyvos bei sąlygos. Remiantis tyrinėtojų teorinėmis išvalgomis, konceptualizuojama kompleksinė informacinio šulinio apibrėžtis. Trečioje, empirinėje dalyje, pasitelkus kompleksinę informacinio šulinio apibrėžtį, analizuojama Lietuvos politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapių auditorijos informacinė elgsena 2021 m. gegužės 1 – birželio 30 dienomis. Šis laikotarpis pasirinktas dėl to, kad tuo metu Lietuvoje vyko skirtingų politinių pažiūrų auditorijų susidūrimai ir iniciatyvos (pavyzdžiui, „Didysis šeimos gynimo maršas“), virtę realiais protestais, inicijavę įtemptas diskusijas „Facebooko“ puslapių komentaruose. Būtent iš šių diskusijų gautas tyrimui pakankamas kiekis reprezentatyvių duomenų. Straipsnio pabaigoje pateikiamos išvados ir tolesnių tyrimų uždaviniai.

1. Socialinių medijų įtaka politinių naujienų gavimo procesui: pokyčiai ir problemos

Mokslininkai teigia, jog viešosios politikos atžvilgiu socialinės medijos ir jose vykstančios diskusijos kelia tokį pat susirūpinimą, kaip ir senosios žiniasklaidos vartojimo formos⁸. Tačiau socialinių medijų nereikėtų vertinti kaip dar vieno mechanizmo, per kurį gaunama dalis tradicinių naujienų turinio. Informacijos sklaida tradicinėse ir socialinėse medijose gana skirtingi procesai: tradicinėse medijose – tai žurnalistų profesionalų paruoštų naujienų rinkinys, o socialinėse medijose – jų vartotojų persidalintos informacijos kratinys⁹. Socialiniai tinklalapiai sujungia tradicines naujienas su asmeninėmis vartotojų istorijomis ir komentarais, taip paversdami jas patrauklesnėmis ir labiau priimanomomis didesnei auditorijai. Kuo naujienos įdomesnės auditorijai, tuo platesnę socialinių medijų auditoriją jos gali pasiekti. Dėl šių priežasčių politinės komunikacijos specialistai kuria strategijas, kaip

⁵ Žr. visų pirma: Khosravini, M. Right Wing Populism in the West: Social Media Discourse and Echo Chambers. *Insight Turkey*, 2017, Vol. 19, No. 3, p. 53–68, <https://doi.org/10.25253/99.2017193.04>.

⁶ Žr. visų pirma: Kitchens, B.; Johnson, S. L.; Gray, P. Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 2020, Vol. 44, No. 4, p. 1619–1649, <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>.

⁷ Žr. visų pirma: Bessi, A.; Zollo, F.; Del Vicario, M.; Puliga, M.; Scala, A.; Caldarelli, G.; Uzzi, B.; Quattrociocchi, W. Users Polarization on Facebook and Youtube. *PLoS ONE*, 2016, Vol. 11, No. 8, p. 1–25, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159641>.

⁸ Žr., pavyzdžiui: Dwyer, T.; Martin, F. Sharing News Online: Social Media News Analytics and their Implications for Media Pluralism Policies. *Digital Journalism*, 2017, Vol. 5, No. 8, p. 1080–1100, <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338527>.

⁹ Žr. Soroka, S.; Daku, M.; Hiaeshutter-Rice, D.; Guggenheim, L.; Pasek, J. Negativity and Positivity Biases in Economic News Coverage: Traditional Versus Social Media. *Communication Research*, 2018, Vol. 45, No. 7, p. 1078–1098, <https://doi.org/10.1177/0093650217725870>.

padėti sudominti turinio vartotoją, paskatinti dalintis politinėmis naujienomis ir taip pasiekti tikslingą šalininkų auditoriją¹⁰.

Naujienų dalinimasis socialinėse medijose ypač svarbus žiniasklaidai – tai didina naujienų vartotojų srautus į originalų naujienos šaltinį bei pasiekiamumą internete. Naujienų dalinimusi gali būti įvardinami tokie veiksmai kaip nuorodų reklama, įrašo pamėgimas, naujienų šaltinio sekimas socialiniame tinklalapyje, puslapių ar kitų vartotojų žymėjimas bei dažniausiai fiksuojamas vartotojų išitraukimas komentuojant naujienas ar tiesiog jomis persidalinant. Tačiau ne visada (ar net dažniausiai) auditorijos dėmesys ir interesai yra nukreipti ne į informacinį naujienų aspektą, bet į kultūrinės ar asmeninės socialinių tinklalapių vartotojų istorijas¹¹. O tai reiškia, jog naujienų redaktorių ar žurnalistų bei socialinių medijų vartotojų požiūris į tai, kuriomis naujienomis verta persidalinti, gali skirtis. Tai viena iš priežasčių, kodėl kyla dar viena socialinių medijų progreso sukelta informacinė problema – grėsmė naujienų kokybei.

Socialinėse medijose, lyginant su tradicinėmis, prastesnę naujienų kokybę gali lemti minėtas žiniasklaidos tikslas prisitaikyti prie tariamų auditorijos interesų ir taip sulaukti didesnio naujienų pasidalinimų skaičiaus. Siekiant kuo didesnės auditorijos dėmesio, prisitaikoma prie įvairiausių vartotojų lūkesčių, nevengiama pramoginio ar sensacingo naujienų turinio. Be to, dar vienas didelę įtaką socialinių medijų vartotojų lūkesčiams darantis veiksnys – padidėjęs naujienų sklaidos ir vartojimo greitis. Dėl šių priežasčių naujienos gali būti rengiamos skubotai, mažiau dėmesio skiriama šaltinių paieškai, neretai patys socialiniai tinklalapiai panaudojami kaip naujienų šaltinis. Taip rizikuojama, jog naujienos nebeatitiks svarbiausių žurnalistikos normų: objektyvumo, tikslumo, patikimumo bei informacinio aspekto¹².

Naujienų parengimo greitį lemia gerokai trumpesnis laikas nuo informacijos gavimo iš šaltinio ir pateikimo vartotojams. Naujienų gamyba spartinama, nes vartotojai tikisi jas gauti ypač greitai. O dėl padidėjusio gamybos ir naujienų vartojimo greičio sukuriama praktiškai nenutrūkstantis ciklas¹³. Tačiau ne visi socialinių medijų naudotojai vienodai vertina naujienų greitį ir perteklių, susidarantį dėl nepertraukiamo ciklo. Neigiamų pasekmių naujienų vartotojams gali turėti tiek teigiamas požiūris ir lūkestis naujienas gauti greitai, tiek stiprus naujienų pertekliaus pojūtis. Pirmu atveju socialinėse medijose naujienų gavėjai, greitai vartodami pateikiamas naujienas, gali tapti lengviau paveikiama ir pažeidžiama auditorija, nes skiria mažiau laiko informacijos pagrįstumui įvertinti. Antru atveju nuolat naujienų perteklių juntantys vartotojai gali būti labiau linkę į selektyvią naujienų atranką. Taip naujienų perteklius socialinėse medijose sukuria papildomų problemų ir naujienų vartojimo iššūkių.

Selektyvi naujienų atranka nėra socialinėse medijose susiformavęs naujas reiškinys – tai pagreitį dėl šių naujų medijų įgavęs senas reiškinys. Selektyvi atranka (angl. *selective exposure*) gali būti įvardinama kaip bet koks sistemingas auditorijos šališkumas medijos, šaltinio, žinutės ar pasirinktų pranešimų atžvilgiu. Toks šališkumas tam tikros informacijos atžvilgiu pasireiškia dėl išankstinių žmogaus įsitikinimų, jau susiformavusios nuomonės. Prie to prisideda nuolatinis informacijos ir naujienų šaltinių perteklius socialinėse medijose, dėl kurio socialinio tinklo naudotojai renkasi tas naujienas ir šaltinius, kurie atitinka jų išankstinius įsitikinimus. Naujienų gavėjas neturi galimybės priimti ir panaudoti viso jam pateikiamo informacinio turinio, tad yra linkęs sutelkti dėmesį į ribotą skaičių šaltinių. Dėl to aplink

¹⁰ Plačiau žr. Wells, C.; Thorson, K. Combining Big Data and Survey Techniques to Model Effects of Political Content Flows in Facebook. *Social Science Computer Review*, 2017, Vol. 35, No. 1, p. 33–52, <https://doi.org/10.1177/0894439315609528>.

¹¹ Žr. Serrano, M. J. H.; Greenhill, A.; Graham, G. Transforming the News Value Chain in the Social Era: A Community Perspective. *Supply Chain Management*, 2015, Vol. 20, No. 3, p. 313–326, <https://doi.org/10.1108/SCM-05-2014-0147>.

¹² Plačiau žr. Zhu, Q.; Skoric, M.; Shen, F. I Shield Myself From Thee: Selective Avoidance on Social Media During Political Protests. *Political Communication*, 2017, Vol. 34, No. 1, p. 112–131, <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1222471>.

¹³ Žr. visų pirma: Karlsson, M. The Immediacy of Online News, the Visibility of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority. *Journalism*, 2011, Vol. 12, No. 3, p. 279–295, <https://doi.org/10.1177/1464884910388223>.

šiuos naujienų šaltinius, pavyzdžiui, puslapius socialinėse medijose, sukuriamos gana aiškios, poliarizuotos bendruomenių struktūros¹⁴.

Vienas pirmųjų pamatinių socialinių medijų tikslų buvo palaikyti santykius tarp tinklo dalyvių ir kurti bendruomenę, o pačių piliečių sukurtas ir valdomas turinys turėjo tapti platformos pagrindu. Šiam tikslui įgyvendinti socialinių medijų platformų naudotojams buvo suteikta daug tradiciniam informacijos ir komunikacijos ciklui nebūdingų galimybių, kad, jomis naudodamiesi, galėtų ne tik analizuoti, aptarti, bet ir patys pranešti, taisyti ir kitaip interpretuoti naujienas. Socialinių medijų vartotojams suteikus lengvai naudojamus įrankius dalintis, rekomenduoti ir susieti turinį su vertinga informacija, naujosios medijos tapo naujienų šaltiniu¹⁵. Ir nors makrolygmeniu tokie auditorijos veiksmai kaip nuorodų ar įrašų persidalinimas, reakcijų paspaudimai, dalyvavimas apklausose, komentavimas ar žymėjimas (angl. *bookmarking*) gali atrodyti mažareikšmiai, mikrolygmeniu jie vertinami kaip auditorijos preferencijų, socialinio intereso ženklai¹⁶. Jie gali padėti ne tik įvertinti bendras auditorijos domėjimosi kryptis, bet ir analizuoti probleminių naujienų vartojimo proceso klausimus, pavyzdžiui, sustiprėjusią selektyvią atranką bei galimą informacinių šulinių formavimąsi.

2. Informacinių šulinių formavimosi socialinėse medijose priežastys ir sąlygos

Socialinės medijos pakeitė ne tik daugumos iš mūsų kasdienius naujienų vartojimo įpročius, bet ir šiam procesui keliamus lūkesčius. Lūkesčiai naujienas gauti iš mums priimtinių, todėl patikimais laikomų šaltinių, gauti mūsų išankstinį požiūrį atitinkančias naujienas bei gauti jas labai greitai išsivystė dėl nenutrūkstamo ir lengvai pasiekiamo informacijos srauto. Tačiau nepaisant to, jog socialinės medijos sustiprino selektyvios naujienų atrankos procesą ir sukūrė sąlygas jam pasireikšti, norint identifikuoti selektyvią atranką ir jos sukeltus informacinius reiškinius, kaip antai informaciniai šuliniai, reikalingos tam tikros aplinkybės. Dėl to planuojant tyrimą, padėsiantį identifikuoti tam tikrus informacinių šulinių formavimąsi socialiniuose tinklalapiuose apibrėžiančius veiksmus, reikia nustatyti aplinkybes, palengvinsiančias tyrimą. Viena iš tokių aplinkybių gali būti stiprūs partiniai ryšiai ar žmonės, turinys aiškia politinę pakraipą, padedančią išryškėti selektyvios naujienų atrankos procesui. Moksliniai tyrimai rodo, jog politinės partijos intereso stiprumas ir pasitikėjimas socialinėmis medijomis daro įtaką selektyvios naujienų atrankos procesui bei politinei poliarizacijai¹⁷. Šie procesai pasireiškia greičiau ir yra aiškiau matomi esant politinių naujienų kontekstui, dėl to tyrimui pasirenkamos politinėmis naujienomis suinteresuotos „Facebooko“ socialinio tinklalapio vartotojų grupės – politinių partijų ir politinių judėjimų „Facebooko“ puslapiai.

Mokslininkai teigia, jog politinės informacijos selektyvioji atranka sukuria informacinius šulinius, kuriuose atsidūrę žmonės, stipriai save asocijuojantys su tam tikra politine partija, dar labiau sustiprina išankstines nuostatas bei neretai perima kraštutines grupės pažiūras, kad atspindėtų šios grupės normas ir įgytų čia pagarbą. Reprezentatyviems rezultatams gauti reikia atlikti skirtingų politinių pažiūrų grupių informacinės elgsenos analizę, todėl tyrimui pasirenkamos priešingas politines pažiūras deklaruojančios politinėmis naujienomis besidominčios „Facebooko“ puslapių auditorijos. Įvertinę sąlygas, reikalingas informaciniams šuliniams formuotis, daroma prielaida, kad šios auditorijos „Facebooko“ socialiniame

¹⁴ Plačiau apie tai žr. Pearson, G. D. H.; Knobloch-Westerwick, S. Perusing Pages and Skimming Screens: Exploring Differing Patterns of Selective Exposure to Hard News and Professional Sources in Online and Print News. *New Media and Society*, 2018, Vol. 20, No. 10, p. 3580–3596, <https://doi.org/10.1177/1461444818755565>.

¹⁵ Detaliau žr. Park, C. S.; Kaye, B. K. Mediating Roles of News Curation and News Elaboration in the Relationship between Social Media Use for News and Political Knowledge. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 2019, Vol. 63, No. 3, p. 455–473, <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653070>.

¹⁶ Žr. Dwyer, T.; Martin, F. *Sharing News Online: Social Media News Analytics and their Implications for Media Pluralism Policies*, p. 1080–1100.

¹⁷ Žr. visų pirma: Johnson, T. J.; Kaye, B. K.; Lee, A. M. Blinded by the Spite? Path Model of Political Attitudes, Selectivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 2017, Vol. 25, No. 3, p. 181–196, <https://doi.org/10.1080/15456870.2017.1324454>.

tinklalapyje turėtų sudaryti atskirus tarpusavyje nesąveikaujančius arba mažai sąveikaujančius informacinius šulinius¹⁸.

Informacinių šulinių susidarymo priežastys ir pati sąvoka dažniausiai aptariama iš dviejų perspektyvų – socialinės bei technologinės. Pirmos perspektyvos šalininkai pagrindine informacinių šulinių susidarymo priežastimi laiko žmonių socialinę elgseną – teigiama, jog patys individai renkami bendravimą su tokio pat požiūrio ir nuostatų asmenimis ir taip suformuoja informacinius šulinius. Žmonės ieško ir dalinasi informacija, atitinkančia bendraminčių grupės normas, bei sustiprina turimus išankstinius įsitikinimus¹⁹. O antra perspektyva pagrįsta technologiniais socialinių medijų platformų sprendimais ir jų įtaka informacinių šulinių susidarymui. Teigiama, jog informaciniai šuliniai susidaro stipriai susikertant tarpusavyje sąveikaujančių asmenų filtro burbulams. Šiuo atveju informaciniai šuliniai apibrėžiami kaip natūrali komercinio socialinių medijų dizaino pasekmė – visos turinio sąveikos formos socialinėse medijose veikia kaip šio turinio reklama, padedanti pasiekti suinteresuotą auditoriją. Teigiama, jog socialinių medijų platformos, siekdamos finansinės naudos, suformuodamos filtro burbulus išlaiko vartotojus naujų medijų platformose, sudomindamos informacija, įtraukiančia ir atitinkančia išankstines nuostatas ir pažiūras²⁰.

Informacinio šulinio apibrėžtys skiriasi, tad lig šiol nėra sukurta aiški šio reiškinio sąvoka. O nesant aiškios sąvokos, mokslininkai yra linkę dvejoti šio reiškinio egzistavimu, nors ir nėra dvejojama auditorijos poliarizacijos problemos egzistavimu, selektyviosios atrankos suintensyvėjimu, vertingų diskusijų stoka ir šių problemų įtaka naujienų gavimo procesui. Dėl šių priežasčių neapibrėžti ir informacinio šulinio formavimąsi ar egzistavimą nustatantys tyrimo metodai ar metodų grupė. O be tyrimo metodų nėra galimybės įvertinti ir galimų neigiamų informacinių šulinių pasekmių auditorijos naujienų gavimo procesui. Nėra galimybės įvertinti neigiamas pasekmes ir nustatyti priemones, reikalingas joms pašalinti ar išvengti, tad informacinių šulinių keliamos problemos auga. Kadangi trūksta reiškinio sąvokos apibrėžimo, kyla problemų grandinė, tad informacinio šulinio sąvokos ir jos tyrimo metodo ar metodų grupės apibrėžimo poreikis akivaizdus.

Egzistuoja skirtingi požiūriai į informacinio šulinio sąvokos susidarymo priežastis, tad validus šio reiškinio tyrimas galimas suformavus kompleksinį tyrimo metodą, jungiantį įrankius, mokslininkų naudojamus matuoti skirtingoms informacinio šulinio charakteristikoms. Tokie fragmentiniai moksliniai tyrimai, kai analizuojamos skirtingos socialinėse medijose susidarančių informacinių šulinių aplinkybės, yra atliekami naudojant skirtingus tyrimo metodus – nuo vartotojų apklausų, turinio analizės iki tinklo atvaizdavimo ir detalizavimo. Taigi, siekiant išvengti skirtingų interpretacijų, šis tyrimas atliekamas remiantis kompleksine informacinio šulinio sąvokos apibrėžtimi (žr. 1 lentelę), sudaryta autorės, remiantis dalyko literatūros ir minėtų fragmentinių tyrimų analize. Taip pat pasirinktos aplinkybės, kuriomis, kaip minėta, lengviau pasireiškia selektyvioji naujienų atranka, taigi aktyviau formuojasi ir informaciniai šuliniai. Į informacinio šulinio apibrėžtį, apimančią dvi skirtingas perspektyvas, taip pat įtraukiamos kitos naujam informaciniam reiškiniui svarbios aplinkybės, galinčios būti reikšmingos vertinant šio reiškinio susidarymo faktą.

¹⁸ Žr. ten pat; Stroud, N. J. Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 2010, Vol. 60, No. 3, p. 556–576, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>.

¹⁹ Žr. visų pirma: Dubois, E.; Blank, G. The Echo Chamber is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information Communication and Society*, 2018, Vol. 21, No. 5, p. 729–745, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>.

²⁰ Detaliau žr. Geschke, D., Lorenz, J.; Holtz, P. The Triple-Filter Bubble: Using Agent-Based Modelling to Test a Meta-Theoretical Framework for the Emergence of Filter Bubbles and Echo Chambers. *British Journal of Social Psychology*, 2019, Vol. 58, No. 1, p. 129–149, <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>; Khosravini, M. *Right Wing Populism in the West: Social Media Discourse and Echo Chambers*, p. 53–68.

1 lentelė. Informacinio šulinio socialinėse medijose sąvokos apibrėžtis

Socialinė perspektyva	Technologinė perspektyva	Kiti faktoriai
Individai ieško ir dalinasi tokia informacija, kuri atitinka jų grupės normas ir stiprina išankstinius įsitikinimus ²¹ .	Stipriai sutampa tarpusavyje sąveikaujančių asmenų filtro burbulai ²² .	„Facebooko“ vartotojai savo socialiniame tinkle turi daugiau draugų su tokia pačia politine orientacija ²³ .
Turinio vartojimas „Facebooke“ stipriai veikiamas vartotojų polinkio stebėti nedidelį kiekį puslapių ²⁴ .	Socialinių medijų vartotojai, patekę į informacinį šulinį, daugiausia sąveikauja su tam pačiam šuliniui priklausančiais vartotojais.	Informacinio šulinio susidarymui įtakos turi homofilija ir socialinių ryšių kiekis – individo polinkis sąveikauti su panašiais į save asmenimis.
Informaciniame šulinyje dalinamasi tik tam tikromis idėjomis, informacija ir įsitikinimais bei išankstinių požiūrių palaikančių šaltinių nuorodomis.	Skirtingų politinių požiūrių informacinių šulinių auditorijos yra poliarizuotos. Kuo stipresnė naujienų vartotojų grupės poliarizacija, tuo ryškiau gali pasireikšti informacinių šulinių efektas.	Socialinių medijų vartotojai, naudodamiesi kitais medijų kanalais politinėms naujienoms gauti, taip pat renkasi ribotą naujienų šaltinių kiekį, be to, selektyviai, pagal išankstines pažiūras.
	Skirtingiems informaciniams šuliniams priklausantys žmonės seka skirtingus naujienų šaltinius.	Turimiems politiniams įsitikinimams prieštaraujantis naujienas socialinių medijų naudotojai gali peržiūrėti siekdami sustiprinti pirminius įsitikinimus, apginti turimą „teisingą“ nuomonę.

Skirtingos požiūrio perspektyvos ir jų vertinimas tyrimo metu svarbu ne tik dėl to, jog mokslininkai, palaikantys socialinę ar technologinę informacinių šulinių susidarymo perspektyvą, gali būti teisūs, tačiau ir dėl galimybės įrodyti šio naujo reiškinio egzistavimą neprisirišant prie vienos iš jo formavimosi galimybių. Nemažiau svarbūs ir griežti apribojimai socialinių medijų analizei, kaip antai ribota prieiga prie asmeninės socialinio tinklalapio naudotojo informacijos, tinklo duomenų ar auditorijos tarpusavio santykių informacijos, jie sumažina ir tyrimui pasirinkto socialinio tinklalapio „Facebooko“ analizavimo galimybes. Šis kompleksinis tyrimo metodas pasitelkiamas siekiant surinkti reprezentatyvius duomenis informacinio šulinio analizei.

3. Lietuvos politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapių atvejis: informacinio šulinio susidarymo perspektyvos

Siekiant įvertinti informacinio šulinio apibrėžties validumą bei nustatyti informacinio šulinio susidarymo aplinkybes, susidarymo faktą, buvo išanalizuoti aštuoni socialinio tinklalapio „Facebooko“ puslapiai, priklausantys politinėms partijoms ir nepriklausomiems politiniams pilietiniams judėjimams. Tyrimui pasirinktos didžiausios Lietuvoje socialinių medijų platformos „Facebook“ politinių šalininkų

²¹ Plačiau žr. Dubois, E.; Blank, G. *The Echo Chamber is Overstated: the Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media*, p. 729–745.

²² Plačiau žr. Geschke, D.; Lorenz, J.; Holtz, P. *The Triple-Filter Bubble: Using Agent-Based Modelling to Test a Meta-Theoretical Framework for the Emergence of Filter Bubbles and Echo Chambers*, p. 129–149.

²³ Plačiau žr. Bakshy, E.; Messing, S.; Adamic, L. A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 2015, Vol. 348, No. 6239, p. 1130–1132, <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>.

²⁴ Plačiau žr. Schmidt, A. L.; Zollo, F.; Vicario, M. D.; Bessi, A.; Scala, A.; Caldarelli, G.; Stanley, H. E.; Quattrociocchi, W. Anatomy of News Consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 2017, Vol. 114, No. 12, p. 3035–3039, <https://doi.org/10.1073/pnas.1617052114>.

auditorijos, suinteresuotos tam tikros politinės krypties naujienomis, besidominčios ir sekančios šios pakraipos politines partijas arba politinius pilietinius judėjimus ir jų publikuojamas naujienas. Remiantis selektyvios naujienų atrankos ir hiperteksto teorijos aprašomomis prielaidomis, iškelta tyrimo prielaida, jog **socialinių medijų naudotojai patenka į informacinius šulinius, socialinėse medijose rinkdamiesi ir dalindamiesi išankstines pažiūras atitinkančiomis politinėmis naujienomis bei formuodami šias nuomones palaikančias bendraminčių bendruomenes.** Todėl galima teigti, jog žmonės, „Facebooke“ sekdami išankstines politines pažiūras palaikančius puslapius, prisijungdami prie jų sekėjų, patenka į informacinius šulinius, kuriuose dalinasi išankstinę požiūrį patvirtinančiomis ar palaikančiomis nuorodomis į politines naujienas ir taip patys formuoja ir stiprina informacinius šulinius. Remiantis socialinės informacinių šulinių susidarymo perspektyvos prielaidomis, pateikiamomis lentelėje „Informacinio šulinio socialinėse medijose sąvokos apibrėžtis“ (žr. 1 lentelę), iškeltos tyrimo hipotezės:

H1. Socialinių medijų naudotojai, dalyvaudami „Facebooko“ socialinio tinklalapio puslapių veikloje, su jų naujienomis besidominčia auditorija aktyviai dalinasi bendras išankstines nuomones atitinkančių naujienų nuorodomis.

H2. Socialinių medijų platformų naudotojai „Facebooko“ socialinio tinklalapio puslapiuose su auditorija dalinasi nuorodomis iš riboto skaičiaus naujienų šaltinių.

H3. Nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų puslapių auditorija labiau linkusi į politinę poliarizaciją ir pasižymi ryškesniais informacinio šulinio bruožais.

Reprezentatyviai tyrimo imčiai atrinktos dvi tiriamų objektų grupės, leisiančios palyginti oficialių politinių judėjimų ir partijų sekėjų bei nepriklausomų, nepartinių politinių pilietinių judėjimų sekėjų auditorijų poliarizaciją. Tiriamų objektų grupes sudaro po keturis politinių partijų ir keturis nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapius, aiškiai išreiškiančius tam tikras politines pažiūras. Tiriamąsias grupes sudaro aštuoni „Facebooko“ puslapiai: „Knygnešys“, „Pro Patria“, „Laisvės TV“, „Lietuvos liberalus jaunimas“, „Laisvės Partija“, „Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD)“, „Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga“ ir „Darbo partija“. „Knygnešys“ ir „Pro Patria“ reprezentuoja konservatyvias pažiūras deklaruojančius politinius pilietinius judėjimus, tuo tarpu „Laisvės TV“ ir „Lietuvos liberalus jaunimas“ gali būti priskiriami liberalių politinių pažiūrų šalininkams. Pasirinktuose politinių partijų „Facebooko“ tinklalapiuose deklaruojamos skirtingos pažiūros: „Laisvės Partijos“ – liberalios, „Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD)“ veiklą grindžia konservatizmo ideologija, „Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga“ deklaruoja išlaikantys vidurio kairės, o „Darbo partija“ – centro poziciją. Šių „Facebooko“ puslapių auditorijos, deklaruojančios ar palaikančios skirtingas politines pažiūras, pasirinktos dėl galimybės įvertinti galimą skirtingų politinių pažiūrų įtaką polinkiui formuoti ir jungtis į informacinius šulinius.

Siekiant surinkti reprezentatyvų duomenų kiekį tyrimui, pasirinktas Lietuvoje politiškai aktyvus laikotarpis, kai socialinių medijų platformos „Facebook“ puslapių auditorija jų naujienų sraute aktyviai rašė komentarus ir diskutavo politiniais klausimais. Surinkti dviejų kalendorinių mėnesių duomenys – nuo 2021 m. gegužės 1 d. iki birželio 30 dienos. Šiuo laikotarpiu Lietuvoje vykę skirtingų politinių pažiūrų auditorijų susidūrimai ir iniciatyvos, pavyzdžiui, „Didysis šeimos gynimo maršas“, virto realiais protestais ir inicijavo įtemptas diskusijas „Facebooko“ puslapių komentaruose, todėl buvo sugeneruotas tyrimui reikalingas turinio srautas.

Tyrimas atliekamas pasitelkiant kiekybinius ir kokybinius metodus. Pagrindinis tyrimo metodas – turinio analizė. Analizuojamas vienetas – komentarai po politinės partijos ar politinio pilietinio judėjimo „Facebooko“ puslapio įrašais, kuriuose auditorija dalinasi nuorodomis į kitus naujienų šaltinius. Komentaruose dalindamiesi nuorodomis, „Facebooko“ vartotojai parodo aktyvų įsitraukimą į diskusiją, siekiami paneigti arba pagrįsti „Facebooko“ puslapio įrašė pateikiamą informaciją. Toks informacinis naujienų vartotojų elgesys gali būti vertinamas kaip siekis sustiprinti išankstines politines pažiūras ar įsitikinimus, taip didinant nuomonių poliarizaciją ir prisidedant prie informacinio šulinio formavimo. Nustatomas

tyrimui pasirinktų „Facebooko“ puslapių auditorijų aktyvumas, vertinant po konkretaus puslapio įrašais paliktų komentarų ir nuorodų į kitus šaltinius skaičių. Lyginamas politinių partijų puslapių auditorijų bei nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų puslapių auditorijų aktyvumas, vertinamas šių auditorijų polinkis į politinę poliarizaciją.

Atsižvelgiant į turinio pasiekiamumo apribojimus „Facebook“ socialiniame tinklalapyje, puslapiuose skelbiamas turinys gali būti iškeliamas sumokant papildomą kainą už auditorijos pasiekiamumą ar ištraukimą į pranešimus (angl. *boost*), todėl auditorijos aktyvumo negalima vertinti vienareikšmiškai. Tai reiškia, jog komentarų su interaktyviomis nuorodomis gali būti daugiau ne tik dėl aktyvesnės puslapio auditorijos veiksmų, bet ir dėl aktyvesnių puslapio administratoriaus veiksmų, investuojant į papildomą turinio iškėlimą. Taip pat komentarų, nuorodų komentuose ir panaudotų šaltinių skaičius priklauso nuo įrašų skaičiaus tiriamajame „Facebooko“ puslapyje bei nuo įrašų turinio. Dėl šios priežasties yra vertinamas ne tik nuorodų ir skirtingų šaltinių skaičius, bet ir vidutinis nuorodų iš vieno šaltinio skaičius kiekvienam puslapiui bei nuorodų iš skirtingų šaltinių grupių procentinė dalis.

Po politinių pilietinių judėjimų ir politinių partijų puslapių įrašais paliekamų komentarų analizė padėjo atsakyti į informacinio šulinio perspektyvų klausimus: ar socialinių medijų naudotojų auditorijos, socialinių tinklalapių puslapiuose besidominčios jų išankstines politines pažiūras atitinkančiomis naujienomis, komentuose dalinasi jų pažiūras palaikančių šaltinių nuorodomis, ar naujienų vartotojai dalinasi tik jų išankstines pažiūras palaikančių naujienų nuorodomis ir ar šios nuorodos yra iš riboto naujienų šaltinių skaičiaus. Atsakymai į minėtus klausimus padėjo įvertinti, ar tyrimui atrinktiems „Facebooko“ puslapiams būdingos šios socialinės perspektyvos informacinio šulinio apibrėžtys: ribotas skleidžiamų naujienų šaltinių skaičius, dažniausiai renkantis išankstines pažiūras palaikančius naujienų šaltinius; dalinimasis bendras informacinio šulinio pažiūras palaikančiomis naujienomis, taip pagrindžiant ir stiprinant pirminę informacinio šulinio auditorijai priimtina nuomonę.

Tyrimui iš aštuonių „Facebooko“ socialinio tinklalapio puslapių atrinkti 220 įrašų, po kuriais minėtų puslapių sekėjų auditorija rašė komentarus, juose dalinosi interaktyvia nuoroda į tam tikrą naujienų šaltinį (žr. 2 lentelę). Daugeliu atvejų po šiais 220 įrašų buvo parašyti bent keli komentarai su interaktyviomis nuorodomis į kitus naujienų šaltinius. Komentarų skaičius, daugiau nei 3,5 karto viršijantis įrašų skaičių (778 komentarai), rodo auditorijos aktyvumą, siekiant stiprinti savo argumentus, turimą išankstinę nuomonę ir įtikinti ar palaikyti kitus diskusijoje dalyvaujančius socialinio tinklalapio sekėjus.

2 lentelė. „Facebooko“ puslapių komentarų skaičius

Politinės partijos ar politinio pilietinio judėjimo „Facebooko“ puslapis (toliau – puslapis)	Įrašų su komentarais, kuriuose buvo naudojama nuoroda, skaičius	Nuorodų skaičius
„Pro Patria“	40	86
„Knygnešys“	58	452
„Laisvės TV“	44	82
„Lietuvos liberalus jaunimas“	4	7
„Darbo partija“	4	4
„Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga“	20	42
„Laisvės partija“	38	83
„Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD)“	12	22
Iš viso	220	778

Vertinant įrašų ir nuorodų jų komentaruose santykį, galima daryti prielaidą, jog aktyviausiai savo nuomonę palaikė arba siekė ją įtikinti kitus diskusijos dalyvius vienas iš nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų, deklaruojantis konservatyvias politines pažiūras – „Knygnešys“. Kitas konservatyviąją politinę kryptį palaikantis politinis pilietinis judėjimas „Pro Patria“, aktyviausias iš likusiųjų, pasidalino penkis kartus mažiau nuorodų, nei „Knygnešio“ puslapijo įrašų komentatoriai. Kitų „Facebooko“ puslapių auditorijos buvo pasyvesnės. Atkreiptinas dėmesys, jog nepriklausomų, nepartinių politinių pilietinių judėjimų puslapių sekėjai yra aktyvesni, dalindamiesi naujienų šaltinių nuorodomis, nei politinių partijų puslapių auditorijos. Tai galėjo lemti puslapiuose skelbiamų naujienų turinio skirtumas: politinių pilietinių judėjimų puslapių turinys daug laisvesnis, puslapių administratoriai, dalindamiesi naujienomis, nevengia komentarais perteikti šališkos, neretai aštrios kritikos. Toks turinys provokuoja ir aštresnes auditorijos diskusijas, jos, kaip rodo surinkti duomenys, dažniau papildomos argumentus pagrindžiančiomis naujienų šaltinių nuorodomis. Dėl padėties visuomenėje to negali sau leisti politinių partijų puslapių administratoriai. Šių puslapių komentaruose diskusijos pasyvesnės, mažiau papildomų nuorodų. Šis politinių pilietinių judėjimų ir politinių partijų aktyvumo socialiniame tinkle „Facebook“ skirtumas gali rodyti du dalykus: didesnę auditorijos poliarizaciją politinių pilietinių judėjimų atveju, kai auditorija labiau linkusi ginti turimą išankstinę nuomonę, bei politinių naujienų pateikimo ir šališkumo įtaką auditorijos aktyvumui, o kartu ir poliarizacijai. Agresyvesnis ir kartu labiau šališkas tam tikrai politinei pakraipai naujienų pateikimas inicijuoja aršesnes auditorijos diskusijas, taip skatinama puslapijo sekėjų poliarizacija. Didesnė auditorijos poliarizacija lemia ir didesnę informacinio šulinio susidarymo galimybę.

Vienas iš socialinės informacinio šulinio susidarymo perspektyvos argumentų – negausūs informacinio šulinio auditorijos naudojami šaltiniai. Anot socialinę šio reiškinio susidarymo teoriją palaikančių mokslininkų, informaciniame šulinyje esančius naujienų vartotojus vienija negausių naujienų šaltinių naudojimas²⁵. Tyrimo metu surinkti duomenys leido įvertinti nuorodų, tenkančių pasikartojantiems šaltiniams, skaičių (žr. 3 lentelę). Galima teigti, jog didesnis nuorodų iš to paties šaltinio skaičius rodo auditorijos polinkį naudotis tais pačiais šaltiniais. Remdamiesi šiuo argumentu galime teigti, kad nepriklausomo politinio pilietinio judėjimo „Knygnešys“ auditorija labiausiai iš visų tiriamų objektų linkusi naudotis tais pačiais naujienų šaltiniais. Šio puslapijo įrašų komentaruose iš vieno šaltinio buvo pasidalinta vidutiniškai 6,55 nuorodos. Po „Knygnešio“ į tų pačių šaltinių persidalinimą labiausiai linkusi „Laisvės TV“ puslapijo auditorija, vidutiniškai persidalinanti 3,7 nuorodos iš vieno pasikartojančio šaltinio. Atsižvelgiant į šiuos skaičius galima daryti prielaidą, jog šis faktorius būdingas politinių pilietinių judėjimų auditorijoms labiau, nei politinių partijų puslapių sekėjų auditorijoms.

3 lentelė. Nuorodos iš pasikartojančių šaltinių

„Facebooko“ puslapis	Nuorodų skaičius	Skirtingų šaltinių skaičius	Vidutinis nuorodų skaičius iš vieno šaltinio
„Pro Patria“	86	40	2,15
„Knygnešys“	452	69	6,55
„Laisvės TV“	82	22	3,7
„Lietuvos liberalus jaunimas“	7	7	1
„Darbo partija“	4	4	1
„Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga“	42	14	3

²⁵ Žr., pavyzdžiui: Schmidta, A. L.; Zolloa, F.; Vicarioa, M. D. Bessib, A.; Scalaa, A.; Caldarella, G.; Stanleyd, H. E.; Quattrociocchia, W. *Anatomy of News Consumption on Facebook*, p. 3035–3039.

„Facebooko“ puslapis	Nuorodų skaičius	Skirtingų šaltinių skaičius	Vidutinis nuorodų skaičius iš vieno šaltinio
„Laisvės partija“	83	26	3,19
„Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD)“	22	8	2,75

Surinkti duomenys rodo, jog visos politinėmis naujienomis socialiniame tinklalapyje „Facebook“ besidominčios tiriamų politinių pilietinių judėjimų ir politinių partijų puslapių auditorijos yra linkusios dalintis naujienomis iš kitų socialinių medijų platformų, įtraukdamos ir patį analizuojamąjį kanalą (žr. 4 lentelę). Penkiose iš aštuonių tiriamų objektų auditorijų daugiau nei 50 proc. naudojamų informacijos šaltinių buvo viena iš socialinių medijų platformų: „Youtube“, „Facebook“, „Tik Tok“, „Twitter“, „Wikipedia“, „Instagram“ ar „Telegram“. Nebuvo bandoma nustatyti pirminio naujienos šaltinio, kadangi pirminis naujienos paieškos kanalas arba kanalas, kuriuo vėliau persidalinta naujiena pasiekė vartotoją, yra socialinis tinklalapis, ne žiniasklaidos priemonė ar kitas informacijos šaltinis. Dėl šios priežasties galima teigti, jog analizuotų „Facebooko“ puslapių auditorijos yra linkusios likti socialiniuose tinklalapiuose, taip apsiribodamos algoritmu, o kartu ir filtro burbulų pateikiamomis personalizuotomis naujienomis.

4 lentelė. Naudojamų šaltinių grupės

„Facebooko“ puslapis	Validūs šaltiniai (proc.)	Nesaugūs šaltiniai (proc.)	Nuorodos į socialinius tinklalapius (proc.)
„Pro Patria“	46	6	48
„Knygnešys“	21,5	7	71,5
„Laisvės TV“	34	5	61
„Lietuvos liberalus jaunimas“	57	0	43
„Darbo partija“	50	25	25
„Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga“	33	7	60
„Laisvės partija“	42	6	52
„Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai (TS-LKD)“	23	4	73

Remdamiesi iš tiriamų objektų – aštuonių politinėmis naujienomis besidalinančių „Facebooko“ puslapių – surinktų 778 interaktyvių nuorodų analize, pastebima informacinių šulinių kompleksinei apibrėžčiai būdingų faktorių. Vienas ryškiausių – puslapių auditorijos nuomonės komentaruose pagrindimas papildomų šaltinių nuorodomis. Pastebėta, jog intensyviausiai nuorodomis dalinamasi konservatyvių politinių pažiūrų, nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapiuose, o tai leidžia daryti prielaidą, kad tam įtakos taip pat gali turėti laisvesnis ir neretai aštresnis politinių naujienų pateikimo stilius. Tuo tarpu dėl dalykiškesnio politinių naujienų pateikimo politinių partijų puslapių komentaruose nevyksta tokios intensyvios diskusijos, todėl kur kas rečiau dalinamasi ir nuorodomis į kitus šaltinius. Tai leidžia daryti prielaidą, jog pasyvesnė diskusija, kai rečiau remiamasi kitais šaltiniais, indikuoja ir silpnesnę auditorijos poliarizaciją. Dėl šios priežasties galima teigti, jog konservatyvias pažiūras deklaruojantys politinių pilietinių judėjimų puslapiai labiau poliarizuoti, nei likusieji tyrimo objektai.

Taip pat pastebėta, jog nepriklausomi politiniai pilietiniai judėjimai labiau linkę naudotis pasikartojančiais naujienų šaltiniais. Jie gali būti vertinami kaip mažesnis naujienų šaltinių skaičius, lyginant su kitais tiriamaisiais objektais. Šis faktorius, priskiriamas socialinei informacinio šulinio susidarymo perspektyvai, parodo ir auditorijos polinkį į informacinio šulinio formavimąsi. Šį faktorių pagrindžia ir dažnas socialinių medijų kanalų kaip politinių naujienų šaltinių naudojimas. Įdomu, jog tiek politinių pilietinių judėjimų, tiek politinių partijų „Facebooko“ puslapių auditorijos dažnai arba labai dažnai kaip pagrindžiantį argumentą šaltinį naudojo nuorodas iš kito ar to paties socialinių medijų kanalo. O tai gali reikšti, jog šias auditorijas pasiekia dar daugiau jų išankstines nuomones atitinkančių ar palaikančių naujienų, pateikiamų per algoritmais pagrįstus filtro burbulus. Šios naujienos taip pat gali prisidėti prie minėtų informacinių šulinų formavimosi „Facebooko“ puslapių auditorijose.

Išvados

Socialinių medijų įtaką politinių naujienų gavimo procesui analizuojančiuose tyrimuose pabrėžiami naujienų sklaidos, kokybės, naujienų parengimo, sklaidos ir vartojimo greičio, naujienų ciklo, naujienų kiekio bei vartotojo vaidmens pokyčiai. Dėl šių naujienų gavimo proceso pokyčių socialinėse medijose kilo problemų: padidėjus naujienų greičiui, kritiškai suprastėjo kokybė; nesibaigiantis naujienų ciklas sukuria jų perteklių; suintensyvėjus selektyviai naujienų atrankai vartotojai nesusidoroja su nesibaigiančiu naujienų srautu ir pertekliumi. Selektivi naujienų atranka didina politinę poliarizaciją tarp skirtingų išankstinių politinių pažiūrų auditorijų, o tai skatina formuotis informacinius šulinius.

Išanalizavus socialinėje ir technologinėje perspektyvoje pateiktas informacinio šulinio susidarymo teorines prielaidas, nustatytos šio reiškinių formavimosi priežastys ir sąlygos. Stiprūs partiniai ryšiai ar aiški politinė pakraipa, politinių naujienų kontekstas laikomi vienomis tinkamiausių aplinkybių šioms priežastims ir sąlygoms vertinti. Socialinės perspektyvos požiūriu viena iš pagrindinių priežasčių, dėl kurios žmonės patenka į informacinius šulinius, yra jų elgsena – noras jungtis į bendruomenes su bendraminčiais. Tuo tarpu technologinės perspektyvos informacinių šulinų formavimosi priežastimi įvardinami stipriai sutampantys politinių naujienų vartotojų filtro burbulai. Remiantis šiomis perspektyvomis, sudaryta kompleksinė informacinio šulinio apibrėžtis, į kurią įeina socialiniai, technologiniai ir kiti faktoriai (žr. 1 lentelė. „Informacinio šulinio socialinėse medijose sąvokos apibrėžtis“), leidžianti tiksliau identifikuoti informacinio šulinio egzistavimo faktą / bruožus.

Empirinis aštuonių Lietuvos partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapių 2021 m. gegužės 1 d. – birželio 30 d. tyrimas parodė šių auditorijų polinkį į politinę poliarizaciją ir joms būdingus informacinio šulinio bruožus (socialinės perspektyvos požiūriu). Nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapiuose dalintasi nuorodomis iš riboto skaičiaus šaltinių, tuo tarpu politinių partijų puslapiuose šis informacinio šulinio susidarymo faktorius ne toks ryškus, tačiau pastebimas. Tai reiškia, kad būtent nepriklausomų politinių pilietinių judėjimų puslapių auditorija labiau linkusi į politinę poliarizaciją ir pasižymi ryškesniais informacinio šulinio bruožais. Dėl to ši auditorija labiau linkusi laikytis išankstinių įsitikinimų, kas neišvengiamai veda link kraštutinių nuomonių. Kita vertus, teiginiui, jog socialinių medijų naudotojai, dalyvaudami „Facebooko“ socialinio tinklalapio puslapių veikloje, su jų naujienomis besidominčia auditorija aktyviai dalinasi jų bendras išankstines nuomones atitinkančių naujienų nuorodomis, trūksta didesnio pagrindimo. Ši prielaida yra tik iš dalies patikrinta ir teisinga, kadangi auditorijos, besidalindamos nuorodomis į naujienų šaltinius, daugiau nei puse atvejų dalinasi nuorodomis į socialinius tinklus. Tai reiškia, jog buvo remtasi naujienomis, kurios žmonės pasiekė per filtro burbulus, selektyviai pasirinkus sekti tam tikrą naujienų šaltinį, todėl tikėtina, jog tai buvo naujienos, bent iš dalies atitinkančios išankstines socialinių medijų naudotojų nuomones.

Tolesnis empirinis šio tyrimo uždavinys būtų detali politinių partijų ir politinių pilietinių judėjimų „Facebooko“ puslapių komentarų analizė, ji padėtų sustiprinti arba paneigti socialinės informacinių

šulinių susidarymo perspektyvos prielaidą, jog auditorija tarpusavyje dalinasi bendras išankstines nuomones sustiprinančiomis naujienomis. Vertingos informacijos galėtų suteikti išsiaiškinti motyvai ar galimos priežastys, dėl kurių, lyginant su partijomis, nepriklausomi politiniai pilietiniai judėjimai aktyvesni socialiniuose tinklalapiuose ir dėl to labiau linkę į politinę poliarizaciją bei informacinio šulinio formavimą. Taip pat, siekiant aiškios informacinio šulinio susidarymo perspektyvos, tikslinga pasitelkti papildomų tyrimo įrankių, kurie padėtų įvertinti kitus informacinio šulinio susidarymo faktorius, pavyzdžiui, technologinius.

Literatūra ir šaltiniai

- Baehr, Craig; Lang, Susan M. Hypertext Theory: Rethinking and Reformulating What We Know, Web 2.0. *Journal of Technical Writing and Communication*, 2012, Vol. 42, No. 1, p. 39–56. <https://doi.org/10.2190/TW.42.1.d>
- Bakshy, Eytan; Messing, Solomon; Adamic, Lada A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 2015, Vol. 348, No. 6239, p. 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Bessi, Alessandro; Zollo, Fabiana; Del Vicario, Michela; Puliga, Michelangelo; Scala, Antonio; Caldarelli, Guido; Uzzi, Brian; Quattrociocchi, Walter. Users Polarization on Facebook and Youtube. *PLoS ONE*, 2016, Vol. 11, No. 8, p. 1–25. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159641>
- Bode, Leticia. Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*, 2016, Vol. 19, No. 1, p. 24–48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Commission European. *Standard Eurobarometer 88 Autumn 2017: Media Use in the European Union* (Issue November). 2017. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Result-Doc/download/DocumentKy/82786>
- Dubois, Elizabeth; Blank, Grant. The Echo Chamber is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information Communication and Society*, 2018, Vol. 21, No. 5, p. 729–745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Dwyer, Tim; Martin, Fiona. Sharing News Online: Social Media News Analytics and their Implications for Media Pluralism Policies. *Digital Journalism*, 2017, Vol. 5, No. 8, p. 1080–1100. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338527>
- Geschke, Daniel; Lorenz, Jan; Holtz, Peter. The Triple-Filter Bubble: Using Agent-Based Modelling to Test a Meta-Theoretical Framework for the Emergence of Filter Bubbles and Echo Chambers. *British Journal of Social Psychology*, 2019, Vol. 58, No. 1, p. 129–149. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Johnson, Thomas J.; Kaye, Barbara K.; Lee, Angela M. Blinded by the Spite? Path Model of Political Attitudes, Selectivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 2017, Vol. 25, No. 3, p. 181–196. <https://doi.org/10.1080/15456870.2017.1324454>
- Karlsson, Michael. The Immediacy of Online News, the Visibility of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority. *Journalism*, 2011, Vol. 12, No. 3, p. 279–295. <https://doi.org/10.1177/1464884910388223>
- Kitchens, Brent; Johnson, Steven L.; Gray, Peter. Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 2020, Vol. 44, No. 4, p. 1619–1649. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>
- Khosravinik, Majid. Right Wing Populism in the West: Social Media Discourse and Echo Chambers. *Insight Turkey*, 2017, Vol. 19, No. 3, p. 53–68. <https://doi.org/10.25253/99.2017193.04>
- Nelson, Jacob L.; Webster, James G. The Myth of Partisan Selective Exposure: A Portrait of the Online Political News Audience. *Social Media and Society*, 2017, Vol. 3, No. 3, p. 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305117729314>
- Park, Chang Sup; Kaye, Barbara K. Mediating Roles of News Curation and News Elaboration in the Relationship between Social Media Use for News and Political Knowledge. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 2019, Vol. 63, No. 3, p. 455–473. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653070>

- Parlamento Europeo. *Eurobarómetro Standard 94. Media Use in the European Union* (Issue March). 2021. Prieiga per internetą: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>
- Pearson, George DH.; Knobloch-Westerwick, Silvia. Perusing Pages and Skimming Screens: Exploring Differing Patterns of Selective Exposure to Hard News and Professional Sources in Online and Print News. *New Media and Society*, 2018, Vol. 20, No. 10, p. 3580–3596. <https://doi.org/10.1177/1461444818755565>
- Schmidt, Ana Lucía; Zollo, Fabiana; Vicario, Michela Del; Bessi, Alessandro; Scala, Antonio; Caldarelli, Guido, Stanley, Eugene H.; Quattrociocchi, Walter. Anatomy of News Consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 2017, Vol. 114, No. 12, p. 3035–3039. <https://doi.org/10.1073/pnas.1617052114>
- Serrano, Maria Jose Hernandez; Greenhill, Anita; Graham, Gary. Transforming the News Value Chain in the Social Era: A Community Perspective. *Supply Chain Management*, 2015, Vol. 20, No. 3, p. 313–326. <https://doi.org/10.1108/SCM-05-2014-0147>
- Soroka, Stuart; Daku, Mark; Hiaeshutter-Rice, Dan; Guggenheim, Lauren; Pasek, Josh. Negativity and Positivity Biases in Economic News Coverage: Traditional Versus Social Media. *Communication Research*, 2018, Vol. 45, No. 7, p. 1078–1098. <https://doi.org/10.1177/0093650217725870>
- Stroud, Natalie Jomini. Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 2010, Vol. 60, No. 3, p. 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Wells, Chris; Thorson, Kjerstin. Combining Big Data and Survey Techniques to Model Effects of Political Content Flows in Facebook. *Social Science Computer Review*, 2017, Vol. 35, No. 1, p. 33–52. <https://doi.org/10.1177/0894439315609528>
- Zhu, Qinfeng; Skoric, Marko; Shen, Fei. I Shield Myself From Thee: Selective Avoidance on Social Media During Political Protests. *Political Communication*, 2017, Vol. 34, No. 1, p. 112–131. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1222471>