

Lietuvos prezidento rinkimai 2024 metais: G. Nausėdos, I. Šimonytės, I. Vėgėlės asmeninė komunikacija ir jų vaizdavimas naujienu portaluose

Robertas Macius

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas
robertas.macias@outlook.com

Santrauka. Šiame straipsnyje analizuojama trijų populiariausių kandidatų į Lietuvos Respublikos prezidentus – Gitano Nausėdos, Ingridos Šimonytės, Igno Vėgėlės – komunikacija socialinio tinklo „Facebook“ paskyrose bei naujienu portaluose delfi.lt ir 15min.lt 2024 metų prezidento rinkimų metu. Šis straipsnis yra aktualus, nes iš dalies užpildo 2024 metų rinkimų nišą. Literatūros apžvalgos dalyje nagrinėjami pagrindiniai politinės komunikacijos aspektai, kuriantys reikšmingą indėlį tarp politiko ir auditorijos, kylantys rinkimų iššūkiai. Tyrime pasitelkta konceptuali rėmų teorija, pagal kurią kurti 3 rėmai ir jų kategorijos: problemos rėmas apie ekonomiką ir valstybės saugumą, asmenybės rėmas ir žaidimo rėmas. Tyrimui atlikti rėmų kategorijos apibrėžtos indukciniu ir dedukciniu būdais, siekiant kuo tiksliau nustatyti identifikuotus atvejus. Atlikus tyrimą, nustatyta, kad problemos rėmas tarp kandidatų įrašų „Facebook“ paskyrose ir naujienu portalų publikacijose dažnu atveju buvo naudotas rečiausiai. Visgi tarp tirtų kandidatų ir naujienu portalų dominavo asmenybės rėmas bei žaidimo rėmas ir jų kategorijos. Tyrimo išvados pateikiamos apibendrinančios išvalgos, kandidatų komunikacijos išskirtinumi, tyrimo apribojimais.

Pagrindiniai žodžiai: Lietuvos prezidento rinkimai, politinė komunikacija, žiniasklaida, rėmai, socialiniai tinklai.

Received: 31/08/2024. Accepted: 09/09/2025

Copyright © 2024 Robertas Macius. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution Licence \(CC BY\)](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.

Lithuanian Presidential Elections 2024: Personal Communications of Nausėda, Šimonytė, and Vėgėlė and Their Portrayal on News Portals

Abstract. *This article analyses the communication of the 3 most popular candidates for the presidency of the Republic of Lithuania – Gitanas Nausėda, Ingrida Šimonytė, and Ignas Vėgėlė – on their Facebook accounts and on the news portals 15min.lt and delfi.lt in the course of the presidential elections in 2024. The article is useful because it contributes to filling the gap of research discussing the presidential election of 2024. The literature review part of the paper examines the main aspects of political communication creating a contribution between the politician and their audience, along with the emerging electoral challenges. The study uses the conceptual frame theory to develop 3 frames and their categories: the issue frame on economy and national security, the personality frame, and the game frame. The categories on the frames were defined inductively and deductively in order to be as precise as possible in the identified cases. The issue frame in the candidates' Facebook posts and news portals publications was the least frequently used iteration. The personality frame and the game frame along with their categories dominated among the candidates and news portals. The conclusions of the study provide summary insights, the distinctive features of the candidates' communication, and the limitations of the study.*

Keywords: *Lithuanian presidential elections, political communication, media, frames, social media.*

Įvadas

Tvyrant geopolitinei įtampai dėl tebesitęsiančio Rusijos karo prieš Ukrainą, augančių nesutarimų kituose regionuose, didėjant neramumams stiprėja visuomenės poreikis turėti valstybės vadovą, lyderį, kuris susitvarkys su kylančiomis problemomis, ras sprendimo būdus, vieny visuomenę. Popandeminiai rinkimai, pavyzdžiui, JAV, Nyderlanduose, Portugalijoje, Rumunijoje, Vokietijoje kelia neramumą dėl demokratinio valstybės pagrindo tvirtumo, kadangi didėja politinis susiskaldymas, nes dalis visuomenės nusivilia liberaliąja demokratija. Tokiu atveju į politinę areną drąsiau įžengia kandidatai, kurie didina nepasitikimą politikais, kaltina „sistemą“, žada radikalius sprendimus.

Prezidento rinkimų rezultatai Lietuvoje išryškino piliečių nuotakas, socialinę segregaciją, nuomonių poliarizaciją bei atskleidė politinės sistemos ir tradicinių partijų silpnybes, kurios sudaro galimybę atsirasti naujiems politiniams lyderiams ir jėgoms. Pavyzdžiui, be reikšmingas pareigas valstybės valdyme užėmusių kandidatų Gitano Nausėdos (kuris buvo kandidatas ir pirmos kadencijos prezidentas) ir Ingridos Šimonytės (tuomet ministrės pirmininkės), rezultatų prasme išsiskyrė ir Ignas Vėgėlė bei Eduardas Vaitkus. Pastarasis kandidatas užėmė lyderio poziciją dalyje tautinių bendrijų savivaldybių, viešojoje erdvėje kilo įtampų dėl politinės programos tvirtinimo, kai Vyriausioji rinkimų komisija prašė koreguoti programą, nes „rasta teiginių prieš Lietuvos narystę NATO“ (Zulonaitė, 2024). Tai rodo, kad prezidento rinkimuose erdvės tarp rinkėjų randa labai skirtingi kandidatai, kurie kartais renkasi ne proeuropietišką kryptį, o pasisako kardinaliai skirtingais aspektais dėl valstybingumo, saugumo sprendimų, o tai didina įtampą visuomenėje. Šie pokyčiai, kaip parodė rinkimų rezultatai Lietuvoje ir kitose šalyse, nėra siejami vien tik su teigiamais pokyčiais nacionalinėje politikoje, nes „prezidentas turi reikšmingų galių, daro įtaką vyriausybės formavimui ir užsienio politikai“ (Jastramskis, 2020, p. 37), be to, „simbolinė prezidento galia bei moralinis visos tautos palaikymas sukuria stiprią prezidento galimybių bei įtakos iliuziją“, kuria siekiama atstovauti moralinėms valstybės bei tautos ambicijoms (Bielinis, 2003, p. 13). Prezidentas tampa pagrindiniu valstybės atstovu tarptautinėje erdvėje, jo retorika ir sprendimai daro įtaką sprendimų priėmėjams, gyventojams.

Mokslinio straipsnio tikslas tripakopis – (1) išanalizuoti kandidatų į Lietuvos Respublikos prezidentus komunikaciją socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje ir identifikuoti, kokius rėmus jie taiko savo asmenybės ir programinių nuostatų patrauklumui didinti; (2) nustatyti populiariausiuose šalies naujienų portaluose taikytus rėmus išryškinti kandidatų į Lietuvos Respublikos prezidentus asmenybes ir programines nuostatas; (3) įvertinti, ar kandidatų pasirinkti rėmai skiriasi nuo naujienų portaluose identifikuotų rėmų.

Politinės komunikacijos socialiniuose tinkluose ir žiniasklaidoje tyrimai

Politinės komunikacijos tyrimai – aktyviai besiplečianti mokslinė tyrimų sritis tiek Lietuvoje, tiek užsienyje. Lietuvoje tirta, kaip politinių komunikacija socialiniame tinkle „Facebook“ daro įtaką naujienų portalų publikacijoms (Tverijonaitė, 2023, p. 50), analizuota politinių lyderių retorika 2019 metų Lietuvos prezidento rinkimų kontekste, nagrinėjant pasisakymus „Facebook“ paskyrose (Vaičekauskienė, 2019, p. 188–212). Užsienio mokslininkų tyrimuose analizuoti rėminti pasisakymai „Twitter“ (arba „X“) paskyrose, kuriose taikyti populistiniai, technokratiniai ar neutralūs rėmai, analizuojant rinkėjų įsitraukimą patiktukų ir dalijimosi aspektais (Cassell, 2020, p. 588–589). Taip pat tirta, kaip JAV, Vokietijos, Lenkijos žiniasklaidos priemonės rėmino prezidento rinkimų kandidatus. Pasitelkus kokybinę ir kiekybinę turinio analizes, tirta, kokios savybės, charakteristika akcentuota apie kandidatus, analizuotos idealaus, populistinio, elitinio, „nusivylusio pralaimėtojo“, agresyvaus kandidato rėmai, atsižvelgiant ir į vizualinį rėminimą (Steffan et al., 2024, p. 7–12). Agnieszka Stepińska (2023), pasitelkusi politinių, epizodinių, teminių, demokratijos vertybių rėmus, detaliai analizavo 2020 metais vykusius Lenkijos prezidento rinkimus, tirdama žiniasklaidos publikacijas. Taigi 2024 m. Lietuvos prezidento rinkimų atvejis vis dar lieka pakankamai neištirtas, todėl vertinga iš dalies užpildyti šią nišą.

Žiniasklaidos ir socialinių tinklų vaidmuo politinėje komunikacijoje rinkimų metu

Socialiniuose tinkluose tarp skleidžiamos informacijos vyrauja tekstas, nuotraukos, vaizdo įrašai, turinio nuorodos (Grigas et al., 2016, p. 112–113). Būtent socialinėse medijose vartotojai tampa aktyviais naudotojais, dalijasi informacija, leidžia pasiekti masinę auditoriją, tačiau tarp vartotojų nuolat kinta vaidmenys – galima būti ir pranešėju, ir auditorijos, kuri vartoja turinį, dalimi (ten pat, p. 114–115). Politinę

komunikaciją Brianas McNairas apibrėžia kaip tikslingą politinių veikėjų komunikavimą, siekiant atitinkamų tikslų, o tradiciškai informacija apie juos buvo pateikiama publikacijose, reportažuose, kitų formų diskusijose (McNair, 2011, p. 4).

Kadangi kasmet vis daugiau gyventojų naudojasi internetu ir socialinėmis medijomis, „kiekvienų rinkimų metu interaktyviosios komunikacijos priemonės užima vis svarbesnę vietą bendrame komunikacijos procese, kartais net virsta pagrindiniu politinių kovų lauku“ (Šuminas, 2012, p. 53–54). Tad socialiniuose tinkluose esanti auditorija tampa vis patrauklesnė, ypač rinkimų metu, nes „atlieka ne tik politinės informacijos resurso funkciją, bet ir iš esmės keičia būdus bei formas, kuriomis politikai komunikuoja su savo rinkėjais“ (ten pat, p. 55). Politikai, politinės partijos ėmėsi kurti paskyras socialiniuose tinkluose, kad galėtų užmegzti „tiesioginį dialogą su piliečiais ir paskatinti daugiau politinių diskusijų“ (Stieglitz ir Dang-Xuan, 2012, p. 1 277). Pavyzdžiui, JAV Kongreso nariai „Twitter“ (arba „X“) laiko savireklamos priemone. „Jie pirmiausia naudoja „Twitter“ dalintis informacija, ypač nuorodomis į naujienų publikacijas apie save, tinklaraščių įrašus, pranešant apie savo kasdienę veiklą“ (ten pat, p. 1 279). Taigi įvairūs pranešimai savo elektoratui kuria tarpasmeninį bendravimą, tačiau „potencialiai didžiuliui mastu“, kadangi siekiama pasiekti ir auditoriją už savo rinkėjų ribų, nes norima pasiekti didesnę skelbiamos žinios efektą (Sobieraj et al., 2020, p. 1 647–1 648). Mokslininkai pastebi, jog internetas tapo efektyviu rinkėjų dalyvavimo kanalu, juo palengvinta informacijos sklaida, matomi skaidresni sprendimų planavimo procesai (Mattila ir Nummi, 2022, p. 406).

Vis dėlto politikų auditorija – elektoratas – kelia ir tam tikrus tikslus, kaip su jais turima bendrauti. Pavyzdžiui, gyventojai pageidauja, kad socialiniuose tinkluose politikai dalintųsi ir interaktyviai aptartų politines aktualijas, o kai šis lūkestis išpildomas, politinis veikėjas sulaukia atgalinio ryšio – patiktukų, komentarų, pasidalinimų, todėl ši sinergija skatina geresnę matomumą socialiniame tinkle (Kelm, 2020, p. 14). Apskritai pastebima, kad socialiniai tinklai tampa ir platforma, kurioje

rinkėjai gali geriau susipažinti su kandidatu. Personalizuota komunikacija socialiniuose tinkluose „stiprina atskirų politikų galią partijų ir institucijų atžvilgiu“, todėl rinkėjai labiau vertina politikų rodomus asmeninius bruožus, tapatybę, gyvenimo būdą (McGregor et al., 2016, p. 265). Visgi matoma, kad socialinėse medijose keliamas negatyvus politinis turinys didina išitraukimą: skatina žymėti patiktukus, dalytis informacija, todėl toks politinės komunikacijos sprendimas yra „prasmingesnis strateginiu požiūriu“ (Klinger et al., 2022, p. 263).

Be socialinių tinklų, reikšmingą dalį politinės komunikacijos atžvilgiu užima ir žiniasklaida. Spauda, naujienų portalai, televizija, radijas yra viešojo informavimo priemonės, kuriomis skelbiama informacija pasiekia visuomenę. Tad žiniasklaidos paskirtis – „kurti ir platinti naujienų bei informacinį turinį“ (Grigas et al., 2016, p. 96). Žurnalistai, redakcijos užpildo bei formuoja viešąją sferą, kuri tampa socialinio gyvenimo sritimi, joje formuojama viešoji nuomonė (Grigas et al., 2016, p. 99). Politikai turi naudotis žiniasklaida, kad jų informaciją, pranešimus gautų ir atitinkama auditorija. „Politikos programos, politiniai pareiškimai, rinkiminiai kreipimaisi (...) turi komunikacinio veiksmingumo potencialą tiek, kiek žiniasklaidos auditorija juos priima kaip pranešimus“ (McNair, 2011 p. 11).

Vis dėlto mokslininkas taip pat pabrėžė, kad žiniasklaida ne tik neutraliai priima šią informaciją, joje būna ir vertinimo, šališkumo. Nors žiniasklaidai būna reiškiamas kritika, pirmiausia ji atlieka „sarginio šuns“ funkciją, kurios metu stebi politinių veikėjų veiklą, pažeidimus ir operatyviai apie tai praneša auditorijai. Taigi žurnalistai yra ketvirtosios valdžios atstovai – tikrina skelbiamus faktus, identifikuoja melą, kritiškai vertina politikų pasisakymus, todėl tampa svarbiausia demokratinių visuomenių dalimi, kadangi informuoja piliečius sudėtingomis temomis, iš kurių dalis būna politinės (Mellado ir Van Dalen, 2017, p. 246, Ferracioli et al., 2022, p. 719). Tai ypač svarbu, nes socialiniuose tinkluose kartais skleidžiami melagingi pasakojimai, netikri vaizdo įrašai „gali skatinti poliarizuotą ir kraštutinį požiūrį, gilinti politinius ir socialinius nesutarimus“ (Landon-Murray et al., 2019, p. 516). Žiniasklaida pade-

da rinkėjui susikurti išpūdį apie konkretų asmenį, jo lyderystės savybes, gebėjimą atlaikyti spaudimą (Grebelsky-Lichtman, 2015, p. 363). Šiuo būdu žurnalistai ir redakcijos „užpildo visą įmanomą politinių preferencijų bei požiūrių spektrą“, tad jie, anot L. Bielinio, lieka „priimtinausia ir pakankamai objektyvia priemone nušviečiant rinkimus, pateikiant pilną ir įvairiapusį rinkimų vaizdą“ (Bielinis, 2003, p. 41).

Žiniasklaidos reikšmė ypač tampa aktuali rinkiminiu laikotarpiu – ji padeda išvelgti skirtingus požiūrio kampus, detaliai nušviečia informaciją apie kandidatus. Kartu žiniasklaida užima tarpininko vaidmenį, kuriuo atrenka, žurnalistų ir redakcijų nuomone, svarbiausius naujienos fragmentus, juos praneša auditorijai (Grigas et al, 2016, p. 98). Pasitelkiant rėminimo teoriją (*Framing Theory*), įprastai ja aiškinamas žiniasklaidos vaidmuo, įtaka, o „pagrindinė rėminimo teorijos prielaida yra ta, kad kiekvienas įvykis, objektas ar klausimas gali būti matomas iš daugelio skirtingų perspektyvų ir konstruojamas kaip turintis užuominų į daugelio skirtingų reikšmių ar vertinimų“ (Grigas et al., 2016, p. 102). Rėminimo metu žiniasklaida auditorijai konstruoja socialines, politines reikšmes. Rėminimo teorijos pradininku laikomas sociologas Ervingas Goffmanas, kuris pasiūlė interpretacines schemas, nes jos „padeda supaprastinti mąstymo ir suvokimo procesą ir lemia, į kuriuos realybės elementus ar aspektus atkreipiamas dėmesys“ (Nevinskaitė, 2011, p. 103). Todėl ir žurnalistai pasitelkia rėmus rengiamai medžiagai, kadangi rėmai padeda reprezentuoti struktūrą, kontekstą, pateikiamą auditorijai (Grigas et al., 2016, p. 102–103). Matoma, kad tiek darbotvarkės nustatymo, tiek rėminimo teorijos demonstruoja, jog „žiniasklaida gali daryti įtaką visuomenės nuomonei ir elgesiui, pritaikydama interpretacinius rėmus politiniams įvykiams ir politiniams veikėjams“ (Araújo ir Prior, 2020, p. 230). Tačiau, kaip tvirtina L. Bielinis, žiniasklaidos aspektu išvelgiama ir pavojų, kai netolygiai išlaikoma pusiausvyra tarp skelbiamos informacijos apie politikus. „(...) vieno politiko nusičiaudėjimas yra daug svarbesnė ir labiau skelbtina tiesa, nei kito politiko kruopštaus pasirengimo ir intensyvių veiksmų sukurtos geros sąlygos verslui ar ilgalaikė parama socialiai remtiniems“ (Bielinis, 2003, p. 42).

Robertas Entmanas rašė, kad žiniasklaidoje ir socialiniuose tinkluose esanti informacija gali būti rėminama skirtingai – pasitelkus esminį arba procedūrinį rėminimus. Jis nurodė, kad procedūrinio rėminimo funkcija yra siauresnė, „rėmai suponuoja politinių veikėjų teisėtumo vertinimus, pagrįstus jų technika, sėkme, reprezentatyvumu“ (Entman, 2004, p. 6). Mokslininko teigimu, žiniasklaidos priemonės yra linkusios pasitelkti procedūrinį rėminimą, kadangi akcentuoja politinę kandidatų kovą. Tad „žiniasklaida gali daryti įtaką visuomenės nuomonei ir elgesiui, pritaikydama interpretacinius rėmus politiniams įvykiams ir politiniams veikėjams“ (Araújo ir Prior, 2020, p. 230), o probleminiai rėmai padeda nustatyti kylančius iššūkius (Heide ir Villeneuve, 2021, p. 241). Socialinių tinklų vartotojai naudojami žiniasklaidoje skelbiamomis naujienomis, o jos daro įtaką nuomonei. Taigi nuomonės socialiniuose tinkluose yra veikiamos žurnalistų konstruojamų rėmų, o tai formuoja galimą vartotojų vertinimą, interpretaciją (Gabore ir Xiujun, 2018, p. 24).

Metodai

Šiame darbe remiamasi E. Goffmano (1974) klasikine rėmų samprata, nuo kurios atsispiria šių laikų medijų ir politikos medijų tyrėjai. Jie gilinasi į tai, kaip žmonės ar kiti subjektai, ypač žiniasklaida, sukuria rėmus, kurie daro įtaką mūsų tikrovės supratimui ir interpretacijai. Pasak E. Goffmano, rėmai yra kognityvinės struktūros, kurios suponuoja tai, kaip tikrovė vaizduojama ir suprantama. Jie leidžia žmonėms nustatyti, suvokti, identifikuoti ir įvardyti svarbias patirtis, įvykius gyvenime ir apskritai pasaulyje (Goffman, 1974). Darbe remiamasi prielaida, kad rėminimo procesas yra aktyvi veikla, apimanti žurnalistų ir politikų sprendimus apie tai, kokia informacija yra verta auditorijų dėmesio (o kuri ne), kaip ji turėtų būti pateikta ir kokiuose kanaluose.

Paulas R. Breweris ir Lee Sigelmanas išskyrė tris aktualius rėmus analizuojant skirtingus aspektus: pirmasis yra problemos rėmas, kuriuo kalbėtojas analizuoja konkrečias kampanijoje išskiriamas problemas, pavyzdžiui, ekonomika, nusikalstamumas. Kitas – lyderystės rėmas, kuriuo kalbėtojas demonstruoja patirtį, drąsą, kompetenciją, sąžinin-

gumą. Trečiasis – žaidimo rėmas, kai kalbėtojas nagrinėja kampanijos taktikas, rezultatų, apklausų sėkmę (Brewer ir Sigelman, 2002, p. 26). Aalberg et al. (2011) analizavo, jog žaidimo rėmo kategorijose taip pat vyrauja ir „žirgų lenktynės“, kurių metu politikas remiasi apklausomis, demonstruoja veržimasi į priekį, laimėtojų ir pralaimėtojų rėmas, kuriuo dalijamasi kampanijos pergalėmis, varžovų kritika, rinkimų baigties rėmas, kai prognozuojami rezultatai, jų poveikis, sporto, karo retorikos rėmas, kai kalbama apie „mūšį“, „kovą“.

Tyrimui atrinkti kandidatų į Lietuvos Respublikos prezidentus pasakymai socialiniame tinkle „Facebook“ nuo 2023 m. lapkričio 12 d. (oficialios prezidento rinkimų kampanijos pradžios) iki 2024 m. gegužės 26 d. (antrojo rinkimų turo pabaigos). Toks pats laikotarpis taikomas ir naujienų portalų *delfi.lt* ir *15min.lt*. Šie naujienų portalai pasirinkti atrinkti pagal didžiausią vidutinę dienos auditoriją („Gemius Audience“, 2025). Naujienų portalų publikacijose taip pat bus nagrinėjami tik autoriniai naujienų portalų žurnalistų tekstai, todėl nebus analizuojami tie straipsniai, kuriuos rengė naujienų agentūros, apžvalgininkai ir kt. Publikacija, kurioje prie autorių matomas naujienų agentūros žurnalistas arba tik naujienų agentūra, nagrinėta tik tuo atveju, jeigu akivaizdžiai matoma, kad tekstą pildė naujienų portalo redakcija.

Tyrimo metu analizuojamas kas antras socialinio tinklo „Facebook“ politiko skelbtas įrašas arba naujienų portalų publikacija, siekiant nešališkai atsirinkti įrašus ir sumažinti imtį. Tokiu atveju, jeigu socialinio tinklo paskyroje matomas ne tekstinis įrašas, o vaizdo įrašas, jis neanalizuojamas.

Kokybinė turinio analizė su kiekybinės analizės elementais šiame tyrime taikoma naudojant tiek indukcinį, tiek dedukcinį būdus. Indukciniu būdu nustatytos kategorijos kyla iš tyrimo duomenų, o dedukciniu būdu apibrėžtos kategorijos remiasi ankstesniais teoriniais modeliais (Žydžiūnaitė ir Sabaliauskas, 2017, p. 69). Pasitelkus kokybinę turinio analizę, siekiama „nustatyti tekstų, prasmių, savybių ar bendrinių temų ryšius ir juos analizuoti pasitelkta tyrimo lauke“ (ten pat, p. 15–57), todėl juo siekiama sutelkti dėmesį į mąstymo sąrangas bei patirtis. Pa-

sirinkta analizė leidžia surinkti didelės apimties informaciją, ją jungti į kategorijas, subkategorijas, rengti išvadas pagal empirinius duomenis (ten pat, p. 58, 61). Tyrime rėmai formuoti remiantis P. R. Brewerio ir L. Sigelmano (2002), Toril Aalberg et al., (2011), Angelia'os Wagner et al., (2021) mokslinėmis publikacijomis, kuriose išskirti rėmai arba kategorijos. Priede pridėti tyrime taikyti rėmai ir jų kategorijos.

Iš Vyriausiosios rinkimų komisijos (2024) parengto leidinio matyti, kad tarp kandidatų į Lietuvos Respublikos prezidentus vyrauja ekonomikos, valstybės saugumo nagrinėjamos problemos. Tad problemos rėmo kategorijos (ekonomika ir valstybės saugumas) ir asmenybės rėmai tyrime nustatomi indukciniu būdu, t. y. rėmo kategorijos parengtos ne iš anksto, o identifikuotos remiantis kandidato pasisakymais. Tai leis užtikrinti autentiškus požiūrius, kaip kandidatai į prezidentus matė ekonomines, valstybės saugumo problemas, kūrė asmeninį įvaizdį.

Kitas – žaidimo rėmas – nustatomas dedukciniu būdu, t. y. pagal iš anksto apibrėžtas kategorijas. Tai leis pamatuoti, kaip šį rėmą taikė kandidatai, kaip dažnai jis vyravo „Facebook“ įrašuose bei žiniasklaidos publikacijose. Bus siekiama įvertinti įrašo arba publikacijos toną – jis teigiamas, neigiamas, neutralus arba mišrus.

Atvejų analizei pasirinkti trys populiariausi 2024 m. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimų kandidatai: Gitanas Nausėda, Ingrida Šimonytė, Ignas Vėgėlė (Vyriausioji rinkimų komisija, 2024).

Induciniu ir dedukciniu būdu apibrėžti rėmai, jų kategorijos, pranešimo tonas ir reakcijų skaičius.

Leidinyje matoma, kad G. Nausėdai rinkimų kampanijos metu iš ekonomikos rėmo perspektyvos rūpėjo biudžeto paskirstymo kategorija, kai skiriamas dėmesys šeimoms bei socialiai pažeidžiamiems žmonėms taikant lengvatas, išmokas, taip pat žalioji ekonomika, verslumo skatinimas. I. Šimonytė VRK leidinyje konkrečių ekonomikos rėmo kategorijų neišskyrė, tačiau kontekstas leido nustatyti ekonomikos augimą. Kandidatė rinkimų programos leidinyje daugiau akcentavo asmenybės rėmo savybes: lyderystę, sąžiningumą, atsakomybę. I. Vėgėlė pasisakė už biudžeto paskirstymą, akcentuodamas ir rūpestį pažeidžia-

moms visuomenės grupėms, rinkos liberalizavimo problemas. Iš valstybės saugumo rėmo perspektyvos G. Nausėda pabrėžė gynybos stiprinimo kategoriją, kai didinamas gynybos finansavimas, kolektyvinis saugumas, pavyzdžiui, Vokietijos brigados dislokavimas iki 2026 metų. Taikydama šį rėmą I. Šimonytė pabrėžė kolektyvinio saugumo, grėsmių kategorijas. I. Vėgėlė pasisakė už gynybos stiprinimą, kolektyvinį saugumą.

Tyrimu siekiama atsakyti į šiuos klausimus:

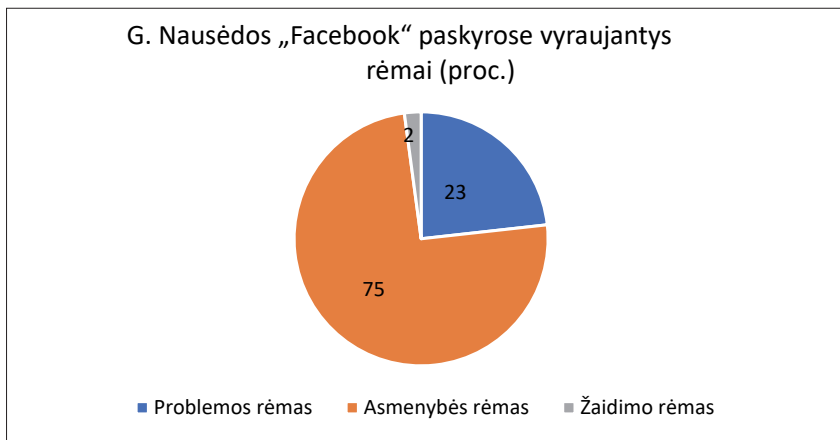
1. Kokie rėmai vyrauja kandidatų į prezidentus įrašuose socialiniame tinkle „Facebook“ ir naujienų portalų publikacijose?
2. Kuo šie rėmai skiriasi ir yra panašūs tarpusavyje?

Analizė.

G. Nausėdos atvejis

Tirtu laikotarpiu analizuotos dvi G. Nausėdos socialiniame tinkle „Facebook“ esančios paskyros – oficiali prezidento paskyra ir jo asmeninė paskyra. Iš viso per analizuotą laikotarpį šiose paskyrose identifikuoti 53 analizuoti įrašai. Juose absoliučia dauguma vyravo teigiamas tonas (38 atvejai), neutralus tonas fiksuotas 15 įrašų. Pastebėta, kad per rinkiminį laikotarpį neužfiksuota nė vieno įrašo, kuriame vyrautų neigiamas tonas.

1 paveiksle matoma, kad iš tirtų rėmų G. Nausėdos paskyrų atveju labiausiai dominavo asmenybės rėmas, t. y. buvo demonstruojamos teigiamos charakterio savybės, kurios kūrė pozityvų įvaizdį. G. Nausėdos įrašuose dominavo asmenybės rėmas, jis užfiksuotas 106 kartus (75 proc.), problemos rėmas pastebėtas 33 kartus (23 proc.), o mažiausiai rasta žaidimo rėmo (3 kartai, 2 proc.). Pastarojo rėmo kandidato įrašuose fiksuota mažiausiai, nes absoliučioje daugumoje įrašų nebuvo minima, kad G. Nausėda tuo metu buvo kandidatas į prezidentus, vykdė prezidentinę kampaniją – tai buvo galima mėginti identifikuoti pagal kontekstą, tačiau tiesiogiai įrašuose to nematyta, todėl nežymėta.



1 paveikslas. G. Nausėdos „Facebook“ paskyrose vyraujantys rėmai

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Iš dviejų problemos rėmų G. Nausėdos komunikacijoje vyravo valstybės saugumo rėmas (73 proc.), o ekonomikos rėmas taikytas 27 proc. įrašų. G. Nausėdos paskyrose fiksuotos valstybės saugumo rėmo kategorijos apie gynybos stiprinimą (30 proc.), kolektyvinį saugumą (27 proc.), minimos ir grėsmės (9 proc.), energetinis atsparumas (6 proc.). Pavyzdžiui, kalbėdamas apie gynybos stiprinimą, G. Nausėda pasisakė, kad „Vokietijos brigados perkėlimas į Lietuvą turi tapti sėkmės istorija ir pavyzdžiu kitoms regiono valstybėms“ (Nausėda, 2023), todėl tik išvien įmanoma įveikti aplink esančias grėsmes. Rusija kaip grėsmė akcentuota ir kituose įrašuose – minėta, kad svarbus sąjungininkų įsipareigojimas atgrasyti agresorę ir didinti gynybinius pajėgumus, nes regionas susiduria „su didžiausiomis saugumo grėsmėmis“ (Nausėda, 2024). Jis pasisakė ir apie sąjungininkes, kuriose yra panašumų, pavyzdžiui, Norvegija – abejos turi sienas su Rusija, tad plėtoja gynybos pramonę, jog sumažintų rizikas (Nausėda, 2024). Ekonomikos rėmo kategorijos pasiskirstė smulkiau: G. Nausėda dalijosi informacija apie ekonomikos augimą (6 proc. atvejų), skatino gyventojų verslumą (6 proc.), o mažiausiai dėmesio skirta investicijoms (3 proc.). Politikas

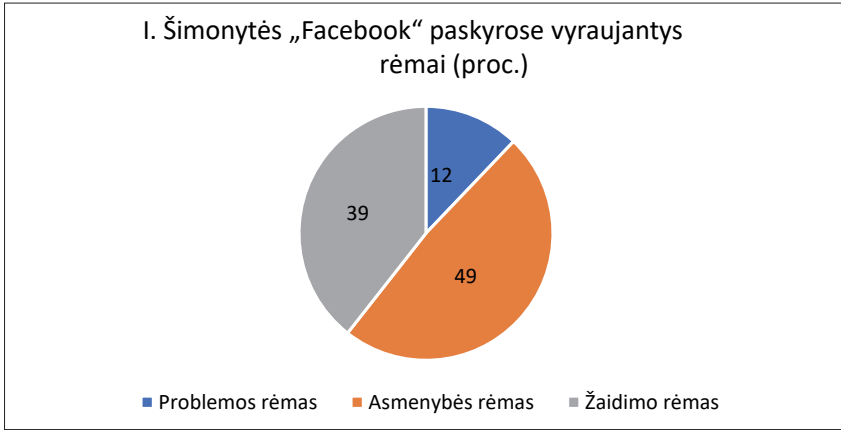
minėjo, kad Lietuva, įstojusi į Europos Sąjungą, žymiai pagerino ekonominę padėtį, rodiklius, tad „toliau augame ir stiebiames į viršų“ (Nausėda, 2024). Jis kalbėjo ir apie susitikimus su gyventojais, pavyzdžiui, užsienio lietuviais, kuriuos skatino grįžti ir kurti verslus, investuoti, auginti kitokią pridėtinę vertę (Nausėda, 2023).

G. Nausėdos komunikacijoje socialiniame tinkle „Facebook“ rinkimų kampanijos laikotarpiu labiausiai dominavo vienytojo kategorija (20 proc. įrašų), racionaliai situaciją, įvykių aptariančių įrašų (17 proc.). Pavyzdžiui, politikas būrė visuomenę, skatindamas skirti paramą Ukrainai, susitikdamas su skirtingo Lietuvos regiono bendruomene (Nausėda, 2024). Jis aiškiai reiškė ir prieinamo, pasiekiamo politiko (14 proc.), palaikytojo poziciją (13 proc.), pavyzdžiui, džiaugdamsis sportininkų pasiekimais (Nausėda, 2023), ragindamas tautiečius ir užsienio lietuvius palaikyti Silvester Belt „Eurovizijos“ konkurse (Nausėda, 2024). Taip pat G. Nausėda įrašuose demonstravo kompetenciją (8 proc.), kalbėdamas apie ūkininkams kylančias pievų atkūrimo problemas (Nausėda, 2024), skatindamas investuoti į švietimą, inovacijas, kad būtų kuriamas inovatyvi pramonė, veržli ekonomika (Nausėda, 2024). Jo paskyrų įrašuose fiksuotas ir patriotiškumas (7 proc.), mažiausiai išskirta įrašų, kuriuose kandidatas matomas kaip žemiškas (4 proc.), skatinantis išsaugoti tradicijas (4 proc.). Būta ir atvejų, kai G. Nausėda rodė neformalią pusę, pavyzdžiui, kai per šv. Velykas sveikino gyventojus ir demonstravo, jog su žmona Diana Nausėdiene važiuoja dviračiais, ar įkėlė nuotrauką, kurioje jis su kadenciją baigusiu prezidentu Valdu Adamkumi prieš 20 metų užfiksuotas knygos pristatymo metu (Nausėda, 2024).

Iš žaidimo rėmo perspektyvos buvo matomi tik 3 įrašai, kurie skelbti asmeninėje G. Nausėdos „Facebook“ paskyroje. Šiuose įrašuose politikas ragino rinkėjus pasirašyti už jį, o tie, kurie bus 5 000-ieji, 7 500-ieji, 10 000-ieji, 15 000-ieji, 20 000-ieji, išgers kavos ir pasikalbės apie aktualijas (Nausėda, 2024), tad šie įrašai identifikuoti kaip žaidimo rėmo rinkimų strategija.

I. Šimonytės atvejis

Analizuotu laikotarpiu tirtos dvi tuometinės premjerės ir kandidatės į prezidentus I. Šimonytės paskyros: asmeninė paskyra bei rinkimų agitacinė paskyra „Už Ingridą“, kuri buvo naudojama ir 2019 m. prezidento rinkimų kampanijos metu. Tiriamuoju laikotarpiu iš šių paskyrų nustatyti 52 įrašai, kurie pasiskirstė pagal įvairias rėmų kategorijas.



2 paveikslas. I. Šimonytės „Facebook“ paskyrose vyraujantys rėmai

Šaltinis: sudaryta autoriaus

2 paveiksle matoma, kad I. Šimonytės komunikacijoje rinkimų kampanijos laikotarpiu dominavo asmenybės rėmas (48 atvejai, 49 proc.), problemos rėmas fiksuotas 12 įrašų (12 proc.), tačiau matoma, kad nemažą dalį (39 įrašų, 39 proc.) sudaro žaidimo rėmas, kuris ryškiai dominavo prezidentinės kampanijos puslapyje. Pastebima, kad I. Šimonytės paskyrose tirtu laikotarpiu labiau dominavo ekonomikos rėmas (58 proc. įrašų), o valstybės saugumo rėmas fiksuotas 42 proc. įrašų.

Iš valstybės saugumo rėmo pusės labiausiai I. Šimonytės paskyrose dominavo kategorija apie gynybos stiprinimą (25 proc.), po 8 proc. pasidalijo tiek kolektyvinio saugumo, tiek energetinio atsparumo kategorijos. Pavyzdžiui, auditorijai ji rašė apie krašto apsaugos ministro pa-

keitimo iššūkius, paaiškinimus, jog tai daryta dėl noro aktyviau didinti valstybės saugumą (Šimonytė, 2024). Ji pasisakė ir apie gynybos pramonės vystymą, pavyzdžiui, kai pasirašytas protokolas statyti „Rheinmetall“ gamyklą, nes šiuo projektu „laisvė būtų geriau apginkluota nuo tironijos“ (Šimonytė, 2024). Iš ekonomikos rėmo perspektyvos lygiai pasiskirstė subalansuotos ekonominės politikos bei konkretaus minėto sektoriaus stiprinimas (abu po 17 proc.). Pavyzdžiui, ji komentavo gyventojų norą, gerėjant gyvenimo sąlygoms, gauti ir kokybiškas viešąsias paslaugas, nors „privalomų mokesčių nesumoka juk kažkurie realiai šalia mūsų gyvenantys gudročiai“ (Šimonytė, 2023), akcentuodama bendrąją prasmę, kad visuomenė yra reikli. Apie ekonomikos augimą ir investicijas I. Šimonytė pasisakė taip pat tolygiai – po 8 proc. Pavyzdžiui, kad „investiciniam klimatui tiesioginė įtaką daro skaidri teismų sistema“, todėl negali būti vilkinamo proceso skirti teisėjus į reikalingas pareigas – šitaip ji reiškė kritiką ir G. Nausėdai („Už Ingridą“, 2024).

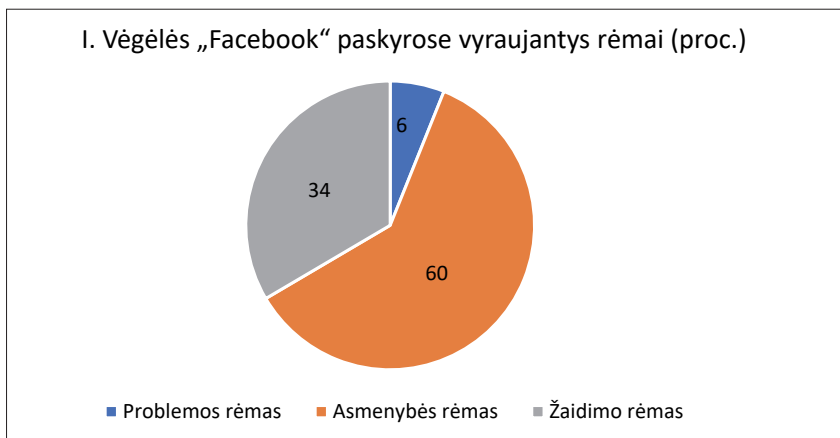
I. Šimonytės paskyrose labiausiai išryškėjo asmenybės rėmo kompetencijos kategorija (31 proc.), racionalumo kategorija (19 proc.), vyravo ir žemiškų akimirkų viešinimas (17 proc.), prieinamumas (15 proc.). Mažiausiai „Facebook“ paskyrose I. Šimonytė reiškė kritikos oponentams (2 proc.). Iš žemiškų akimirkų politikė dalijosi, jog per šv. Velykas smagu marginti kiaušinius sukauptais svogūnų lukštais, nes „konservatyviom priemonėm marginti patys tikriausi“ (Šimonytė, 2024), taip pat aktyviai palaikė Silvester Belt „Eurovizijoje“, už jį „gniaužė kumščius“, ragino balsuoti, kartu primindama apie galimybę aukoti Ukrainai trumpuoju numeriu (Šimonytė, 2024), savanoriavo „Maisto banko“ padalinėje („Už Ingridą“, 2024). Pastebima, kad I. Šimonytės komunikacija asmeninės „Facebook“ paskyroje buvo neformalesnė, ji rinkosi naudoti ir įvairių emociukų, pavyzdžiui, širdelių, šypsenu.

Absoliuti dauguma – 90 proc. – užfiksuotų žaidimo rėmo kategorijų sudarė rinkimų strategija, rinkimų baigties kategorija aptikta 8 proc. įrašų, „žirgų lenktynės“ – 3 proc. įrašų. I. Šimonytė aktyviai pasisakė kaip kandidatė, minėjo, kad dalyvauja rinkimuose („Už Ingridą“, 2024), todėl aktyviausiai naudota rinkimų strategijos kategorija. Be to, rinkiminiame

puslapyje jos komanda aktyviai kėlė įrašus apie tai, kaip įvairūs žinomi Lietuvos visuomenės veikėjai, atlikėjai palaiko jos kandidatūrą („Už Ingridą“, 2024), rinkiminės kampanijos organizuotuose renginiuose buvo fotografuoti palaikytojai, jie skatinti socialiniuose tinkluose žymėti save bei kitus dalyvius ir šitaip skleisti žinią („Už Ingridą“, 2024).

I. Vėgėlės atvejis

Prezidento rinkimų kampanijos laikotarpiu analizuotos dvi Igno Vėgėlės „Facebook“ paskyros: jo asmeninė paskyra bei puslapis „Ignas Vėgėle. Seimo rinkimai“. Antroji paskyra pavadinta Seimo rinkimų kampanijos vardu, tačiau I. Vėgėlė anksčiau vystė aktyvią prezidento rinkimų kampaniją ir šiame puslapyje, todėl nagrinėti abu šaltiniai. Iš viso analizuoti 97 įrašai, kurie buvo padalinti į nustatytas kategorijas.



3 paveikslas. I. Vėgėlės „Facebook“ paskyrose vyraujantys rėmai

Šaltinis: sudaryta autoriaus

3 paveiksle matoma, kad I. Vėgėlės „Facebook“ paskyrų įrašuose vyravo asmenybės rėmas (157 atvejai, 60 proc.), toliau – žaidimo rėmas (88 atvejai, 34 proc.), o mažiausiai dėmesio skirta problemos rėmui (16 atvejų, 6 proc.).

Iš problemos rėmo perspektyvos matoma, kad I. Vėgėlė daugiau dėmesio skyrė ekonomikos temoms (63 proc.) negu valstybės saugumo temoms (38 proc.). Iš valstybės saugumo rėmo pusės I. Vėgėlės įrašuose labiausiai išryškėjo taikos išsaugojimo kategorija (31 proc.), jis kartodavo, kad vienas pagrindinių „uždavinių yra daryti viską, kad šalyje nekiltų karas“ („Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai“, 2024). Kandidatas pasisakė apie netinkamas saugumo reformas (6 proc.), pavyzdžiui, problemines policijos reformas, nes dalis policininkų „jau traukiasi iš tarnybos“ (Vėgėlė, 2023). Įrašuose užfiksuota daugiau skirtingų ekonomikos rėmo kategorijų, pavyzdžiui, I. Vėgėlė aktyviai pasisakė prieš elektros rinkos liberalizavimą ir su tuo susijusias problemas (19 proc.), minėdamas dalies tiekėjų bankrotų atvejus, kad „Perlas energija“ ar „EGTO energija“ bankroto istorijos – geriausias vartotojų „gautos naudos“ pavyzdys“ (Vėgėlė, 2023). Kartu jis dėl šios elektros rinkos liberalizacijos kritikavo ir oponentus, perfrazuodamas Kristijoną Donelaitį, kad „jei būrų nepavyksta privilioti meduoliu, padeda botagas“ (ten pat). Jis pasisakė apie subalansuotą ekonominę politiką (13 proc.), mažinant skurdą, palūkanas bankuose („Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai“, 2024). 6 proc. įrašų I. Vėgėlė kalbėjo apie prekybinius santykius, akcentavo ryšį ir su Kinija (Vėgėlė, 2024). Keletą kartų jis akcentavo, kad Taivaniečių atstovybės pavadinimas buvo klaida, todėl jį keistų. Taip pat buvo galima užfiksuoti į populistinę retoriką orientuotų pasisakymų, pavyzdžiui, „iš „drąsios šalies“, kuria skelbiamės esą, beliko įžūlus, nesiskaitantis su žmonėmis politinis elitas, (...) tapome nuvaldyta šalimi“ (Vėgėlė, 2024) ar kad jaučia „nuolatinį politinio elito ir sisteminių žurnalistų persekiojimą“ (Vėgėlė, 2024), todėl tai iš esmės skatino jo auditoriją vienyti ir palaikyti nesisteminį kandidatą į prezidentus. Visgi I. Vėgėlės atveju atsiranda tam tikros priešpriešos, kadangi jis kalba apie kovą prieš elitą, tačiau pats iškilo iš kitų pareigų – Advokatų tarybos, kurioje tuo metu buvo pirmininkas.

I. Vėgėlės komunikacijoje iš asmenybės rėmo pusės labiausiai vyravo prieinamo kandidato kategorija (26 proc.), nes jis aktyviai važiavo į skirtingas Lietuvos vietas ir susitiko, diskutavo su gyventojais

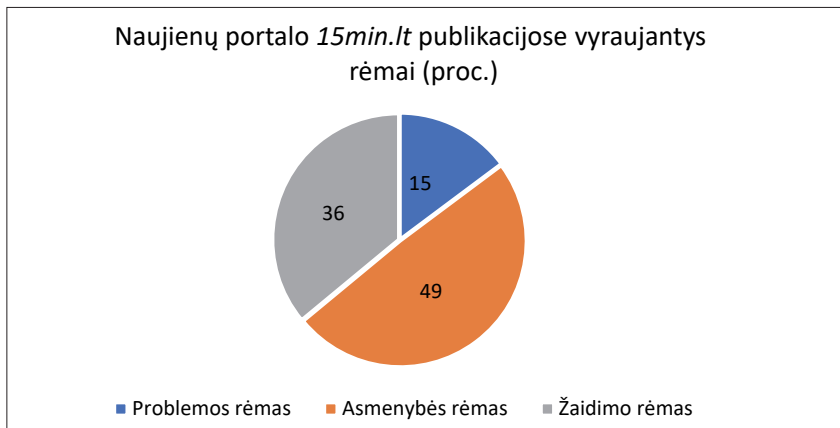
(„Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai“, 2024). Taip pat jis aktyviai kritikavo oponentus (19 proc.), pavyzdžiui, skatindamas gyventojus nepasiduoti nevilčiai, nes „toks yra dabartinės politinės sistemos tikslas“ (Vėgėlė, 2024). I. Vėgėlė demonstravo ir kompetenciją (18 proc.), minėjo, kad būdamas prezidentu Seimo ir kitų institucijų darbą vertintų iš perspektyvos, kokį poveikį tai daro gyventojų sveikatai („Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai“, 2024), kalbėjo, kad svarbu valstybės institucijoms rengti aiškias finansines ataskaitas, jog būtų pagrįsti finansavimo tikslai („Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai“, 2024). Įrašuose jis taip pat vienijo rinkėjus (11 proc.), pavyzdžiui, akcentuodamas rinkimų šūkį „kartu mes galime daug“ (Vėgėlė, 2024), kad jis yra „žmonių gynėjas“, „žmonių advokatas“ (Vėgėlė, 2024). Asmeninėje komunikacijoje jis mažiausiai pabrėžė savo tiesioginį nesistemiškumą (1 proc.), patriotizmą (2 proc.).

Rinkiminės kampanijos laikotarpiu I. Vėgėlė aktyviai vystė žaidimo rėmą ir būtent taikė rinkimų strategijos kategoriją (90 proc.), susitikdamas su rinkėjais, palaikytojais, reikšdamas kritiką oponentams. Įžvelgta ir sporto varžybų, karo retorikos apraiškų (9 proc.), kai kandidatas į prezidentus pasisakė, kad „vienas šios kovos nelaimėsiu“ (Vėgėlė, 2024), o „nelygioje kovoje dar didesnis užsidegimas laimėti“ (Vėgėlė, 2024). Mažiausiai I. Vėgėlės paskyrose taikyta „žirgų lenktynių“ kategorija (1 proc.).

Naujienų portalo 15min.lt analizė

Naujienų portale *15min.lt* rinkimų kampanijos laikotarpiu tirti trys minėti kandidatai į prezidentus: G. Nausėda, I. Šimonytė, I. Vėgėlė. Iš viso nagrinėtos 129 publikacijos, kuriose minėti šie asmenys. Iš jų 48 proc. publikacijų buvo susijusių su G. Nausėda, 33 proc. su I. Šimonyte ir 19 proc. su I. Vėgėle. Nustatyta, kad publikacijose dažniausiai (62 proc.) vyravo neutralus tonas kandidatų atžvilgiu (G. Nausėdos atveju – 29 proc., I. Vėgėlės – 12 proc., I. Šimonytės – 20 proc.). Teigiamų įrašų užfiksuota daugiau su G. Nausėda ir I. Šimonyte susijusiuose tekstuose (atitinkamai 6 ir 7 proc.), o su I. Vėgėle – 2 proc. Neigiamas tonas fiksuotas gana tolygiai: apie G. Nausėdą – 5 proc., I. Vėgėlę –

4 proc., I. Šimonytė – 3 proc. Tyrime įterptas ir mišrus tonas, kuris publikacijose buvo daugiasluoksnis, pavyzdžiui, yra ir neutralaus atspalvio, tačiau ir kandesnio tono. Tad mišrus tonas nustatytas 8 proc. atvejų apie G. Nausėdą, 1 proc. apie I. Vėgėlę ir 2 proc. apie I. Šimonytę.



4 paveikslas. Naujiųjų portalų *15min.lt* publikacijose vyraujantys rėmai

Šaltinis: sudaryta autoriaus

4 paveiksle matoma, kad *15min.lt* rinkiminės kampanijos laikotarpiu labiausiai vyravo asmenybės rėmas – jo kategorijos užfiksuotos 123 kartus (49 proc.), antras populiariausias rėmas – žaidimo, kuris pastebėtas 90 kartų (36 proc.), o mažiausiai dėmesio skirta problemos rėmui, jis užfiksuotas 37 kartus (15 proc.). Nustatyta, kad naujiųjų portale iš problemos rėmo perspektyvos publikacijose labiausiai vyravo valstybės saugumo rėmas (70 proc.), o ekonomikos rėmas sudarė 30 proc. Tarp 3 kandidatų į prezidentus pastebėta, jog valstybės saugumo rėmas daugiau vyravo su I. Šimonyte susijusiose publikacijose (27 proc.), G. Nausėdos – 24 proc., o I. Vėgėlės – 19 proc. Ekonomikos rėmas dažniau fiksuotas publikacijose apie G. Nausėdą (16 proc.), I. Vėgėlės atveju – 8 proc., o I. Šimonytės – 5 proc. Kalbinti ekspertai *15min.lt* publikacijose pastebėjo, kad G. Nausėda ir I. Šimonytė aktyviau žiniasklaido-

je minėti politinių aktualijų kontekste, nes jie abu užėmė reikšmingas valstybei pareigas – G. Nausėda buvo pirmos kadencijos prezidentas, I. Šimonytė – tuometė ministrė pirmininkė (*15min.lt*, 2024).

Iš valstybės saugumo rėmo perspektyvos labiausiai vyravo kandidatų į prezidentus kategorija apie gynybos stiprinimą – daugiausiai čia minėta I. Šimonytė (16 proc.), tuomet G. Nausėda (11 proc.), o I. Vėgėlė – 8 proc. G. Nausėda pasisakė apie poreikį didinti bendrojo vidaus produkto (BVP) dalį gynybai (Salynė, 2024), I. Šimonytė kalbėjo apie gynybos stiprinimo reikšmę, diskusijas, kaip paskirstyti mokesčius, norint gauti daugiau pajamų gynybai (Salynė, 2024). Aktyviai pasisakė ir apie kolektyvinį saugumą kaip valstybės saugumo garantą – po 11 proc. pasidalijo G. Nausėda ir I. Šimonytė, o I. Vėgėlė – 8 proc. Visi minėti kandidatai į prezidentus kalbėjo apie NATO svarbą valstybės saugumui (Salynė, 2024). Lyginant su kitais kandidatais, I. Vėgėlė aktyviau akcentavo kategoriją apie taikos išsaugojimą, kad Lietuvoje nebūtų karo (3 proc.). Migracijos problemas G. Nausėda 3 proc. publikacijų išskyrė kaip valstybės saugumo kategoriją.

Smulkesnis pasiskirstymas išvelgiamas nagrinėjant ekonomikos rėmą – apie tinkamą biudžeto paskirstymą ir su tuo susijusius iššūkius tolygiai pasisakė G. Nausėda ir I. Šimonytė (po 5 proc.), o I. Vėgėlė – 3 proc. Pavyzdžiui, G. Nausėda minėjo svarbą didinti neapmokestinamą pajamų dydį (Salynė, 2024), o I. Šimonytė minėjo, kad reiktų skirti apie 0,7 proc. BVP papildomai krašto apsaugai, o vėliau – apie 0,4 proc. (Salynė, 2024). Apie mokestinę politiką ir tai, kaip reiktų rinkti bei skirstyti įplaukas, pasisakė G. Nausėda (5 proc.). Apie prekybinių santykių problemas po 3 proc. fiksuota su G. Nausėda ir I. Vėgėle susijusiose publikacijose, pavyzdžiui, ir *15min.lt* publikacijose I. Vėgėlė akcentavo poreikį atkurti Lietuvos santykius su Kinija, nors vėliau jam reikšta kritika, kad jo šeimos įmonė prekiauja kiniškais prekėmis, tad analizuota, ar čia nėra interesų konflikto (*15min.lt*, 2024). Kandidatui I. Vėgėlei reikšta ir kritika dėl jo šeimos verslo „Vilpra“, kuri plėtojo kondicionierių eksportą į Kirgiziją, kai įsigaliojo Europos Sąjungos sankcijos Baltarusijai (*15min.lt*, 2024). Kitose kategorijose ekonomi-

nės problemos akcentuotos tolygiai po 3 proc. G. Nausėdos ir I. Vėgėlės pasisakymuose. Naujienų portale fiksuotos asmenybės rėmo kategorijos taip pat skirtingai pasiskirstė tarp kandidatų į prezidentus.

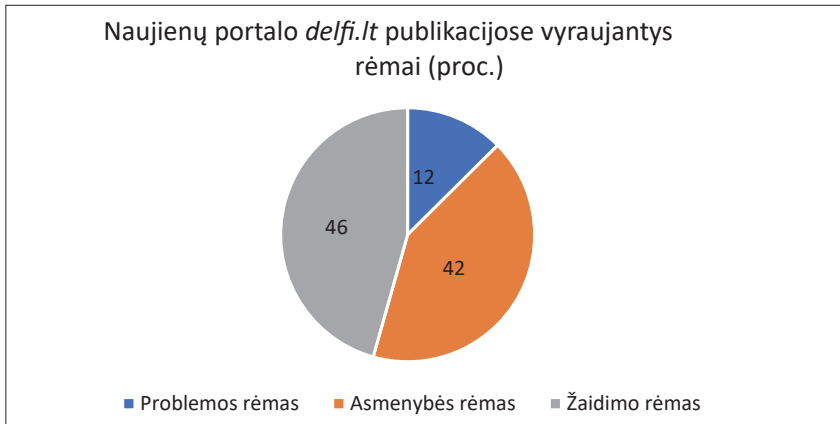
Naujienų portalo *15min.lt* publikacijose dažniausiai fiksuota asmenybės rėmo kompetencijos kategorija, kuri tarp G. Nausėdos ir I. Šimonytės pasidalijo po 10 proc., o I. Vėgėlei ši kategorija priskirta prie 4 proc. publikacijų, komentuojant aktualijas apie gynybą, ekonomiką. Šalia kompetencijos kategorijos vyravo ir racionalumo kategorija, paaiškinant sprendimus ir esamą padėtį, kalbant apie dienos ar mėnesio aktualijas. I. Šimonytei ši kategorija priskirta 9 proc. publikacijų, G. Nausėdai – 7 proc., o I. Vėgėlei – 3 proc. Kiek dažniau kritika kandidatui fiksuota su G. Nausėda susijusiose temose – tai fiksuota 6 proc. publikacijų, I. Šimonytei – 3 proc., I. Vėgėlei – 2 proc. Pavyzdžiui, G. Nausėda kritikuotas dėl konfliktų su Užsienio reikalų ministerija ir tuomečiu ministru Gabrieliumi Landsbergiu dėl nesutarimo paskirti ambasadorių Lenkijoje (Salynė, 2024), Valstybės saugumo departamento pranešėjo temos kontekste, kai atsisakė liudyti specialiajai Seimo komisijai (Salynė, 2024). Taip pat plėtota tema apie G. Nausėdos ir diplomato Eitvydo Bajarūno apsilankymą Londone rodytame „Operos fantome“, jog 1 600 eurų už bilietus turėjo būti sumokėti iš privačių lėšų, nes pripažinta, kad tai buvo neteisėta dovana (*15min.lt*, 2024). Tačiau kritiką oponentams dažniau reiškė ir G. Nausėda – tai vyravo 4 proc. publikacijų, pavyzdžiui, jis kritikavo I. Šimonytę, ką ji veiktu, jeigu nevažiuotų į Europos Tarybą, neišitrauktų į valstybės vidaus politiką: „Tai ką jūs ten veiksit? Visuomet atostogausit?“ (*15min.lt*, 2024). I. Vėgėlė kritikavo abu oponentus sakydamas, kad tai, jog jie perėjo į antrąjį turą, lemia, jog turėsime „tą pačią susicementavusią politinę sistemą, kuri kaip negirdėjo žmonių, taip ir toliau negirdės“ (Grigaliūnaitė, 2024). I. Vėgėlė reiškė kritiką G. Nausėdai, kalbėdamas apie vizitus į regionus dėl „rinkiminės agitacijos finansavimo iš valstybės biudžeto lėšų“, nors prezidentūros atstovai tvirtino, kad G. Nausėda nuosekliai tai vykdė nuo pat pirmos kadencijos pradžios (*15min.lt*, 2024). Analizėje užfiksuota ir pavienių kategorijų, kurios sulaukė mažiau dėmesio, pavyzdžiui, žmonių gynėjo

asmenybės rėmo kategorija, kuriai priskirta 2 proc. įrašų, susijusių su I. Vėgėle.

Iš žaidimo rėmo perspektyvos naujienų portale *15min.lt* labiausiai vyravo rinkimų strategija, kurioje fiksuoti pasisakymai apie palaikymą kandidatams, kandidatų dalyvavimus diskusijose – ši kategorija priskirta 26 proc. su G. Nausėda susijusių publikacijų, 13 proc. – su I. Vėgėle ir 9 proc. – su I. Šimonyte. Taip pat išryškėjo „žirgų lenktynių“ kategorija, kai skelbta informacija apie apklausas, dominavimą – po 10 proc. publikacijų sieta su G. Nausėda ir I. Šimonyte, 7 proc. – su I. Vėgėle. Pastebima, kad mažiausiai populiaru buvo sporto varžybų ir karo retorikos kategorija – tokių publikacijų, susijusių su G. Nausėda, nustatyta 6 proc., su I. Šimonyte – 4 proc., I. Vėgėle – 1 proc. Pavyzdžiui, minėta, kad „kova užvirė“ (*15min.lt*, 2024), spėliota, kas bus antroje vietoje ir pateks į kitą turą. Rinkimų baigties kategorija labiau vyravo publikacijose apie I. Šimonytę (7 proc.), 6 proc. – apie G. Nausėdą, o 2 proc. – apie I. Vėgėlę. Tai daugiau vyravo tarp I. Šimonytės ir G. Nausėdos, nes jie abu pateko į antrąjį prezidento rinkimų turą.

Naujienų portalo delfi.lt analizė

Naujienų portale *delfi.lt* Lietuvos prezidento rinkimų kampanijos laikotarpiu analizuotos 155 publikacijos, kuriose minėtas G. Nausėda, I. Šimonytė ir I. Vėgėlė. Daugiausia jose buvo minėta I. Šimonytė (40 proc.) ir G. Nausėda (36 proc.), o I. Vėgėlė – 24 proc. Nustatyta, kad publikacijose neutralus tonas daugiausiai taikytas publikacijose, susijusiose su I. Šimonyte (31 proc.), su G. Nausėda (28 proc.), o su I. Vėgėle – 17 proc. Teigiamas tonas tarp kandidatų nustatytas gana panašus – I. Šimonytė ir G. Nausėda sulaukė 5 proc. tokių atvejų, I. Vėgėlė – 3 proc. Neigiamas tonas buvo dažniau taikytas prie publikacijų, susijusių su I. Šimonyte, – tokių atvejų nustatyta 5 proc., kai su I. Vėgėle ir G. Nausėda – po 1 proc.



5 paveikslas. Naujienų portalo *delfi.lt* publikacijose vyraujantys rėmai
Šaltinis: sudaryta autoriaus

5 paveiksle matoma, kad naujienų portale *delfi.lt* rinkimų kampanijos laikotarpiu labiausiai vyravo žaidimo rėmas, kuris nustatytas 46 proc. nagrinėtų publikacijų. Kiek mažiau – 42 proc. – sudarė asmenybės rėmas, o problemos rėmas vyravo 12 proc. publikacijų.

Iš problemos rėmo perspektyvos naujienų portale per tirtą laikotarpį dominavo temos apie valstybės saugumą (61 proc.), o apie ekonomiką – 39 proc. Daugiausiai valstybės saugumo rėmo kategorijos sietos su I. Šimonyte (36 proc.), su G. Nausėda – 15 proc., su I. Vėgėle – 9 proc. Ekonomikos rėmo kategorijos taip pat dažniau minėtos kartu su I. Šimonyte (27 proc.), o su I. Vėgėle ir G. Nausėda – po 9 proc.

Nagrinėjant valstybės saugumo rėmą, populiariausia tarp dalies kandidatų į prezidentus buvo gynybos stiprinimo kategorija (18 proc. – publikacijose, susijusiose su I. Šimonyte, ir 9 proc. su G. Nausėda), tačiau čia nepastebėta atvejų su I. Vėgėle, bet kandidatas syki išreiškė kritiką dėl gynybos plano, nors konkrečių pasiūlymų nepateikė (Žeimytė-Bilienė, Spurytė, 2023). G. Nausėda džiaugėsi dėl pasirašyti susitarimo Lietuvoje dislokuoti vokiečių brigadą (Lukaitytė-Vnarauskienė, Vovieriušaitė, 2023), I. Šimonytė minėjo, kad apskritai Lietuva turi būti pasiruošusi provokacijoms, tad gynybos stiprinimams yra aktualus (Žeimy-

tė-Bilienė, Spurytė, 2024). Kolektyvinio saugumo kategorija užfiksuota tarp visų kandidatų, tačiau G. Nausėdos ir I. Vėgėlės atveju tai pastebėta prie 3 proc. įrašų, o I. Šimonytės – 12 proc. G. Nausėda ir I. Šimonytė akcentavo ir migracijos problemas (3 ir 6 proc.), o I. Vėgėlė minėjo taikos išsaugojimo aspektą, kad šalyje nebūtų karo (3 proc.). Jis taip pat buvo užsiminęs apie netinkamas valstybės saugumo reformas (3 proc.). Valstybės saugumo rėmo kontekste buvo aptariamasi ir aktualijos keičiant krašto apsaugos ministrą. G. Nausėdai labiausiai rūpėjo ministerijos darbų tęstinumas „ir tų labai svarbių Lietuvai projektų įgyvendinimas“ (Jurčenkaitė, 2024).

Ekonomikos rėmo kategorijos dažniau sietos kartu tarp G. Nausėdos ir I. Šimonytės, o I. Vėgėlė turėjo kitų įžvalgų. Pavyzdžiui, I. Šimonytės atveju buvo aktualus biudžeto paskirstymo aspektas, kaip didinti finansavimą krašto apsaugai, keliami ir kt. (*Delfi.lt*, Dobrovolskas, 2023) (12 proc.), šioje kategorijoje pasisakė ir G. Nausėda (3 proc.), kalbėdamas, kad visuomenėje kilo sutarimas, jog „gynybos finansavimo modelis būtų mišrus“ (Plikūnė, 2024). Ekonominės problemas akcentavo I. Vėgėlė (6 proc.), pavyzdžiui, jis kalbėjo apie infliacijos „suvalgytus“ pinigus ar iš gyventojų lobstančius bankus, nepriteklių, „nes kas penktas žmogus gyvena žemiau skurdo ribos“ (Žeimytė-Bilienė, Spurytė, 2023).

Dažniausiai naudota asmenybės rėmo kategorija buvo kompetencija. I. Šimonytės atveju ji identifikuota 14 proc. publikacijų, G. Nausėdos – 10 proc., I. Vėgėlės – 4 proc. Pavyzdžiui, anot I. Šimonytės, kalbant apie sankcijų rusams ir baltarusiams suvienodinimą, reikalingi tiek politiniai, tiek ekonominiai argumentai (Pankūnė, 2024). I. Vėgėlė pasisakė apie prastus santykius su Kinija, nes „patirta tik žala, o ne nauda“, tačiau, kandidato teigimu, net sunku suskaičiuoti, kokia ji yra (Voveriūnaitė, 2024). Kitame kontekste, kalbėdamas apie švietimo problemas ir susijusią švietimo krizę keičiantis ministras, G. Nausėda minėjo, kad ministro Gintauto Jakšto atsistatydinimas buvo teisingas sprendimas (Lyberytė, Jurčenkaitė, 2024).

Kita populiarė kategorija – racionalumas: kandidatų išsidėstymas toks pats, tik skiriasi procentinės dalys (8 proc., 5 proc. ir 2 proc.). G. Nausėda, lyginant su I. Šimonyte, kiek labiau buvo fiksuojamas kaip prieinamas, vienijantis kandidatas. I. Vėgėlės atveju išskirta nesisteminio kandidato kategorija, kuriai priskirta 6 proc. publikacijų, žmonių gynėjo, tradicijos skatintojo kategorijos (po 2 proc.). Pavyzdžiui, I. Vėgėlė kalbėjo, kad „taip, esu populistas, nes darysiu tai, ko nori tautos dauguma“ (Žeimitytė-Bilienė, Spurytė, 2024), taip pat akcentavo, kad yra prieš elitą, pakartojo tuos pačius žodžius, kuriuos skelbė ir socialiniame tinkle „Facebook“: „Iš „drąsios šalies“, kuria skelbėmės esą beliko jūžūlus, nesiskaitantis su žmonėmis, negirdintis jų politinis elitą“ (Vėgėlė, 2024). I. Vėgėlė kituose įrašuose reiškė ir kritiką oponentams, kad G. Nausėda ar kas kitas, išskyrus vieną neatskleistą asmenį, neturi pakankamai žinių krašto apsaugos aspektu (Žeimitytė-Bilienė, Spurytė, 2024).

Naujienų portale *15min.lt* prezidento rinkimų kampanijos laikotarpiu iš žaidimo rėmo perspektyvos labiausiai vyravo „žirgų lenktynių“ kategorija, kai rungtyniauta apklausose, kalbėta apie intrigą, kurią sukūrė rinkimuose dalyvaujantis I. Vėgėlė, tačiau minėta, kad „turime Nausėdą ir Šimonytę sunkiasvorius šiame sąrašė, tai Vėgėlė ir kiti yra kaip antra lyga, neturi svorio“ (Klimkaitė, Spurytė, 2023). „Žirgų lenktynės“ daugiausiai užfiksuotos I. Šimonytės (23 proc.) ir G. Nausėdos (22 proc.) atvejais, o I. Vėgėlei šioje kategorijoje priskirta 13 proc. publikacijų. Rinkimų strategijos kategorija dažniau akcentuota su I. Vėgėle susijusiose publikacijose (8 proc.), o su G. Nausėda – 5 proc., su I. Šimonyte – 4 proc. Rinkimų baigties kategorija buvo gana panaši – prognozės dėl galutinių rezultatų ir laimėjimo sietos dažniausiai su G. Nausėda ir I. Šimonyte (po 6 proc.), o I. Vėgėlei priskirta 5 proc. publikacijų. Įdomus aspektas tas, kad tą pačią naktį, kai buvo skaičiuoti pirmojo rinkimų turo balsai ir I. Vėgėlė jau žinojo, kad nepateks į kitą etapą, jis vertino, kad tokį rezultatą galėjo nulemti neigiamame kontekste naujienų portaluose skelbta informacija apie jo šeimos valdomą verslą ir eksportą, galimai aplenkiant sankcijas, tad I. Vėgėlė svarstė, „kad

tai galėjo būti vienas iš rezultatų, pakeitusių rezultatus“ (Jurčenkaitė, 2024). Mažiausiai populiaru buvo sporto varžybų ir karo retorikos kategorija – apie rinkiminę kovą pasisakyta po 3 proc. atvejų I. Vėgėlės ir I. Šimonytės atžvilgiu, o G. Nausėdos – 2 proc.

Kalbant apie ekspertų įžvalgas, pastebėta, kad 2024 m. Lietuvos prezidento rinkimų kampanija buvo nuosaikesnė, nevyravo itin ryškios ar kandžios kampanijos, siekiant sustiprinti savo pozicijas ir nugalėti oponentus.

Išvados

Atlikus tyrimą, nustatyta, kad G. Nausėdos, I. Šimonytės ir I. Vėgėlės komunikacija turėjo panašumų ir skirtumų. Pavyzdžiui, G. Nausėda siekė išlaikyti teigiamą arba neutralią komunikaciją, kalbėjo apie tai, ką žmonės palaiko, pavyzdžiui, gynybos stiprinimą. I. Šimonytės retorika kiek išsiskyrė – ji dažniau skelbė neformalius įrašus. Dalyje įrašų vyravo ekonominė terminija ar ironija, kuri daliai auditorijos galėjo sukelti atstūmimo reakciją. I. Vėgėlė aktyviai pasisakė prieš elitą, žmonių problemas, tačiau pats atėjo iš elitinių pareigų – Advokatų tarybos pirmininko pozicijos.

Iš problemos rėmo perspektyvos pastebima, kad dažnu atveju jis buvo mažiausiai pasitelkiamas tiek komunikacijoje socialiniame tinkle, tiek naujienų portalų publikacijose. Išimtis tik G. Nausėdos įrašai „Facebook“ paskyroje – kadangi jis beveik netaikė žaidimo rėmo, pastarasis buvo rečiausiai užfiksuotas. Dažniau apie valstybės saugumą negu ekonomiką pasisakė G. Nausėda, taip pat ir žurnalistai naujienų portaluose. Ekonominės temos dažniau pasitelktos I. Šimonytės ir I. Vėgėlės komunikacijoje.

G. Nausėda siekė pabrėžti vienijančio, prieinamo kandidato įvaizdį, kai jis vykdavo į įvairias vietas Lietuvoje ir susitikdavo su gyventojais. Tačiau kandidatas viešojoje erdvėje iš oponento I. Vėgėlės sulaukė ir skundų, jog rinkiminę kampaniją regionuose vykdo už valstybės biudžeto lėšas. I. Šimonytė demonstravo kompetenciją, racionalų mąstymą, taip pat su auditorija dalijosi ir įvairiomis žemiškomis akimirkomis.

I. Vėgėlė kūrė prieinamo, kritiško oponentams, kompetentingo kandidato įvaizdį.

Žaidimo rėmas dažniausiai pasitelktas I. Šimonytės ir I. Vėgėlės įrašuose – jie skelbė, kad yra kandidatai į prezidentus, pristatė programas, susitiko su gyventojais. Naujienų portaluose dažniau minėtos kitos kategorijos, pavyzdžiui, „žirgų lenktynės“, kurias pasitelkus analizuotos apklausos ir jų rezultatai, veržimasis į priekį, rinkimų strategija apie kandidatų palaikymą ir kampanijos sprendimus.

Rinkimuose išsiskyrė ir tyrime nenagrinėtas kandidatas į prezidentus E. Vaitkus, kuris liko penktojoje vietoje, surinkęs per 7 proc. balsų. Kadangi keliose savivaldybėse jis buvo lyderis pagal surinktus balsus, ateities tyrimuose verta nagrinėti, kaip jam pavyko mobilizuoti „protesto“ balsus, atliepti dalies rinkėjų nuomonę, kokiais atvejais jis laikytas nesistemiškesniu kandidatu negu I. Vėgėlė.

Padėkos

Mokslinis straipsnis rengtas vykdant Lietuvos mokslo tarybos finansuotą projektą „Studentų tyrimai semestrų metu 2024/25 m.“. Dėkoju už konsultacijas ir skirtą laiką doc. dr. Renatai Šukaitytei-Coenen, prof. dr. Andriui Vaišniui.

Naudotos literatūros sąrašas

Aalberg, T., Strömbäck, J., & De Vreese, C. H. (2011). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162–178. <https://doi.org/10.1177/1464884911427799>

Araújo, B., & Prior, H. (2020). Framing Political populism: The role of media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, 15(2), 226–242. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709881>

Bielinis, L. (2003). *Prezidento rinkimų anatomija: 2002 metų prezidento rinkimai Lietuvoje*. Versus Aureus.

Brewer, P. R., & Sigelman, L. (2002). Political scientists as color commentators. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(1), 23–35. <https://doi.org/10.1177/1081180x0200700103>

Cassell, K. J. (2020). When “Following” the leader inspires action: individuals’ receptivity to discursive frame elements on social media. *Political Communication*, 38(5), 581–603. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1829761>

Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. The University of Chicago Press.

Ferracioli, P., Knies, A. B., & Marques, F. P. J. (2022). The watchdog role of Fact-Checkers in different media systems. *Digital Journalism*, 10(5), 717–737. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2021377>

Gabore, S. M., & Xiujun, D. (2018). Opinion formation in social media: The influence of online news dissemination on Facebook posts. *Communication*, 44(2), 20–40. <https://doi.org/10.1080/02500167.2018.1504097>

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Greblsky-Lichtman, T. (2015). The Role of Verbal and Nonverbal Behavior in Televised Political Debates. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 362–387. <https://doi.org/10.1080/15377857.2014.959688>

Grigas, V., Grigaliūnas, M., Gudiničius, A., Šuminas, A. (2016). *Šiuolaikinės medijos ir informacija: požeminiai garažai Google karalystėje*. Akademinei leidyba.

Heide, M., & Villeneuve, J. (2021). Framing national security secrecy: A conceptual review. *International Journal Canada S Journal of Global Policy Analysis*, 76(2), 238–256. <https://doi.org/10.1177/00207020211016475>

Jastramskis, M. (2020). Kas už ką balsavo 2019 metų Lietuvos prezidento rinkimuose? *Politologija*, 97, 8–41. <https://doi.org/10.15388/polit.2020.97.1>

Kelm, O. (2020). Why do politicians use Facebook and Twitter the way they do? The influence of perceived audience expectations. *Studies in Communication and Media*, 9(1), 8–34. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-1-8>

Klinger, U., & Svensson, J. (2014). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>

Landon-Murray, M., Mujkic, E., & Nussbaum, B. (2019). Disinformation in contemporary U.S. Foreign Policy: Impacts and ethics in an era of fake news, social media, and Artificial intelligence. *Public Integrity*, 21(5), 512–522. <https://doi.org/10.1080/10999922.2019.1613832>

Mattila, H., & Nummi, P. (2022). The Challenge of the Digital Public sphere: Finnish experiences of the role of social media in participatory planning. *Planning Theory & Practice*, 23(3), 406–422. <https://doi.org/10.1080/14649357.2022.2074527>

McGregor, S. C., Lawrence, R. G., & Cardona, A. (2016). Personalization, gender, and social media: gubernatorial candidates' social media strategies. *Information Communication & Society*, 20(2), 264–283. <https://doi.org/10.1080/01369118x.2016.1167228>

McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication: Fifth Edition*. Routledge

Mellado, C., & Van Dalen, A. (2017). Changing times, changing journalism. *The International Journal of Press/Politics*, 22(2), 244–263. <https://doi.org/10.1177/1940161217693395>

Nevinskaitė, L. (2011). *Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos teorijos: mokomoji knyga*. Petro ofsetas.

Sobieraj, S., Masullo, G. M., Cohen, P. N., Gillespie, T., & Jackson, S. J. (2020). Politicians, social media, and digital publics: old rights, new terrain. *American Behavioral Scientist*, 64(11), 1 646–1 669. <https://doi.org/10.1177/0002764220945357>

Steffan, D., Grabe, M. E., & Famulari, U. (2024). Multinational and multimodal character framing of political candidates in online news: Do political and media system classifications matter? *The International Journal of Press/Politics*, 0(0), 1–23. <https://doi.org/10.1177/19401612241285665>

Stępińska, A. (2023). The Elections in Crisis: Media coverage of the postponed 2020 presidential elections in Poland. *Przegląd Politologiczny*, 4, 169–183. <https://doi.org/10.14746/pp.2023.28.4.12>

Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1 277–1 291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>

Šuminas, A. (2012). Socialinės medijos rinkiminėje komunikacijoje: lygios galimybės ar skaitmeninė atskirtis? *Agora: politinių komunikacijų studijos*, 53–72. <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/3250dbd9-236b-4ed5-bea6-d852c6c20ba7/content>

Tverijonaitė, A. (2023). Politikų komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ įtaką Lietuvos naujienų portalų turiniui [magistro baigiamasis darbas, Vilniaus universitetas]. eLABa. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:192824800/192824800.pdf>

Vaičekauskienė, G. (2019). Lietuvos politinių lyderių retorikos projektavimas ir sugestyvumo išraiškos [daktaro disertacija, Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija, Kauno technologijos universitetas, Klaipėdos universitetas, Vytauto Didžiojo universitetas]. eLABa. <https://gs.elaba.lt/object/elaba:43670487/43670487.pdf>

Wagner, A., Trimble, L., Curtin, J., Auer, M., & Woodman, V. K. G. (2021). Representations of political leadership qualities in news coverage of Australian and Canadian government leaders. *Politics & Gender*, 18(3), 798–829. <https://doi.org/10.1017/s1743923x21000131>

Žydzžiūnaitė, V., Sabaliauskas, S. (2017). *Kokybiniai tyrimai: principai ir metodai*. VAGA.

Kitos nuorodos

Gemius Audience. (2025, vasario 15). Brands. *Gemius Audience*. <https://e-public.gemius.com/lt/rankings/9790>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai. (2024, balandžio 28). SUSITIKIME ZARASUOSE! Jūsų balsas - svarbus. Facebook. <https://www.facebook.com/photo?fbid=122166505442064307&set=a.122118970856064307>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai. (2024, kovo 28). Valstybės institucijoms būtina skelbti aiškias, suprantamas ataskaitas visuomenei, pagrįsti finansavimo tikslus ir tikslų pasiekimo rodiklius: kada, kaip ir kokia apimtimi jie bus pasiekti. Facebook. <https://www.facebook.com/Prof.Ignas.Vegele/posts/122158666472064307>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai. (2024, vasario 28). Ši vakarą atvykome susitikti su Palangos miesto gyventojais ir svečiais. Facebook. <https://www.facebook.com/Prof.Ignas.Vegele/posts/122151113360064307>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai (2024, kovo 20). Vienas pagrindinių mūsų uždavinių yra daryti viską, kad šalyje nekiltų karas. Facebook. <https://www.facebook.com/Prof.Ignas.Vegele/posts/122156560706064307>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai. (2024, gegužės 3). Taip, prezidentas gali sumažinti jūsų paskolos palūkanas bankui. Facebook. <https://www.facebook.com/photo?fbid=122167695470064307&set=a.122118970856064307>

Ignas Vėgėlė. Seimo rinkimai. (2024, kovo 18). Vienas iš kriterijų, pagal kurį išrinktas prezidentu vertinčiau Seimo ir kitų institucijų sprendimus bei biudžeto skirstymą – poveikis visuomenės sveikatai. Facebook. <https://www.facebook.com/Prof.Ignas.Vegele/posts/122156082608064307>

M360. (2024, gegužės 23). Tyrimas: dauguma lietuvių ištikimi vienam socialiniam tinklui, o trečdalis susivilioja matomomis reklamomis. *Delfi*. <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/tyrimas-dauguma-lietuviu-istikimi-vienam-socialiniam-tinklui-o-trecdalis-susivilioja-matomomis-reklamomis-120018219>

Už Ingridą. (2024, balandžio 24). Susitikime su savanoriais Maisto banko paramos teikimo skyriuje, Ingrida Šimonytė prisidėjo prie savanorių kasdienės veiklos – savanorių surenkamos paramos rūšiavimo. Facebook. <https://www.facebook.com/uzingrida/posts/988763196149620>

Už Ingridą. (2024, gegužės 21). Signataras, Valstybės pažangos tarybos narys Aleksandras Abišala palaiko Ingridą Šimonytę. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1006094487749824&set=a.994478662244740>

Už Ingridą. (2024, gegužės 23). Menininkė Jolita Vaitkutė palaiko Ingridą. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1007313884294551&set=a.994478662244740>

Už Ingridą. (2024, gegužės 8). Ingrida Šimonytė susitiko su Lietuvos verslo konfederacija. Facebook. <https://www.facebook.com/uzingrida/posts/997552241937382>

Už Ingridą. (2024, kovo 3). Akirmirkos iš Ingridos Šimonytės kampanijos starto renginio. Taginkitės ir taginkite draugus. Facebook. <https://www.facebook.com/uzingrida/posts/958280002531273>

Už Ingridą. (2024, vasario 21). Pasirašyk už Ingridą, tavo kandidatę LR Prezidento rinkimuose. Facebook. <https://www.facebook.com/uzingrida/posts/292554803576138:292554803576138>

15min.lt. (2024, balandžio 18). Prezidentinė kampanija 2024 metais: žiniasklaidos analizė rodo originalaus turinio ir įvykių stoką. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/prezidentine-kampanija-2024-metais-ziniasklaidos-analize-rodo-originalaus-turinio-ir-ivykiu-stoka-56-2226822>

15min.lt. (2024, balandžio 26). Socialiniuose tinkluose mėginama diskredituoti tyrimą apie I. Vėgėlės šeimos verslą. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/po-paskelbtos-informacijos-apie-vegeles-seimos-versla-meginimai-diskredituoti-tyrima-socialiniuose-tinkluose-56-2231542>

15min.lt. (2024, gegužės 13). Diena po rinkimų: aiškėja, kas ką remis, kova tarp G. Nausėdos ir I. Šimonytės jau užvirė. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/is-astuoniu-kandidatu-liko-du-koks-bus-antras-prezidento-rinkimu-turas-56-2240194>

15min.lt. (2024, gegužės 21). Debatuose G. Nausėda paklausė I. Šimonytės, kodėl ji einanti į prezidentus: „Tai ką jūs ten veiksit?“ *15min.lt.* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/debatuose-pries-antra-tura-susitiko-g-nauseda-ir-i-simonyte-finansavima-gynybai-vadina-sventu-dalyku-56-2244716>

15min.lt. (2024, gegužės 4). Kandidatai į prezidentus susitiko debatuose: išgirdo klausimų ir apie tos pačios lyties šeimas, ir apie karą Ukrainoje. *15min.lt.* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/kandidatai-i-prezidentus-susitiko-debatuose-daugiausiai-diskusiju-sukele-klausimas-apie-tos-pacios-lyties-seimas-55-2235762>

15min.lt. (2024, kovo 21). I. Vėgėlė apskundė G. Nausėdą dėl kelionių į regionus: prezidentas atsakė. *15min.lt.* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/i-vegele-apskunde-g-nauseda-del-kelioniu-i-regionius-mano-kad-tai-rinkimu-kampanija-56-2211726>

15min.lt. (2024, sausio 30). „Londonogeitas“: ekspertai įvertino etikos sargų sprendimą dėl G. Nausėdos ir E. Bajarūno. *15min.lt.* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/londonogeitas-ekspertai-ivertino-etikos-sargu-sprendima-del-g-nausedos-ir-e-bajaruno-56-2184004>

Cabanas, L. B. (2025, vasario 19). Young Europeans face rising threat from misinformation as social media becomes main news source. *Euronews.* <https://www.euronews.com/my-europe/2025/02/19/young-europeans-face-rising-threat-from-misinformation-as-social-media-becomes-main-news-s>

Delfi.lt, Dobrovolskas, I. (2023, lapkričio 21). Seime pirmą kartą apsvaistytas kitų metų biudžetas: siūlo numatyti daugiau pinigų keliams. *Delfi.lt.* <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/seime-pirmakart-apsvarstytas-kitu-metu-biudzetas-siulo-numatyti-daugiau-pinigu-keliams-95135151>

Grigaliūnaitė, V. (2024, gegužės 12). I. Vėgėlė pripažino – lieka trečias, apie politinę ateitį žada pasakyti „greitu laiku“. *15min.lt.* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/su-ignu-vegele-rinkimu-rezultatu-laukia-ir-burys-izymybiu-tarp-ju-druskininku-meras-atlikejai-tarasovai-56-2240056>

Jurčenkaitė, I. (2024, gegužės 13). Vėgėlė pripažino, kad liko trečias: priežastis numano. *Delfi.lt.* <https://www.delfi.lt/news/daily/politics/vegele-pripazino-kad-liko-trecias-priezastis-numano-96492377>

Jurčenkaitė, I. (2024, kovo 18). Prezidentas susitiks su Kasčiūnu: turi nemažai klausimų. *Delfi.lt.* <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/prezidentas-susitiks-su-kasciunu-turi-nemazai-klausimu-96148137>

Klimkaitė, G., Spurytė, V. (2023, gruodžio 9). Ekspertai įvardijo prezidento rinkimų sėkmės formulę: reikia tiesmukai duoti į kaktą. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/ekspertai-ivardijo-prezidento-rinkimu-sekmes-formule-reikia-tiesmukai-duoti-i-kakta-95320677>

Lukaitytė-Vnarauskienė, R., Vovieriūnaitė, S. (2023, gruodžio 27). Nausėdos atsakas Šimonytei: būtų gerai, kad premjerei būtų gėda už kitus dalykus, kurie vyksta mūsų valstybėje. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/nausedos-atsakas-simonytei-butu-gerai-kad-premjerei-butu-geda-uz-kitus-dalykus-kurie-vyksta-musu-valstybeje-95479149>

Lyberytė, A., Jurčenkaitė, I. (2024, balandžio 9). Šimonytė apie švietimo ministro norą trauktis: baudžiamos Vyriausybėje nėra. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/politics/simonyte-apie-svietimo-ministro-nora-trauktis-baudziamos-vyriausybeje-nera-96313065>

Nausėda, G. (2023, gruodžio 2). Vizito Jungtiniuose Arabų Emyratuose metu – nuoširdus ir jaukus susitikimas su čia gyvenančiais lietuviais. Facebook. <https://www.facebook.com/nausedagitanas/posts/950866676411342>

Nausėda, G. (2023, gruodžio 9 d.). Šią savaitę su pasididžiavimu stebėjau 19 Lietuvos sportininkų išpuodingus laimėjimus Pasaulio neįgaliųjų sporto žaidynėse Tailande. Facebook. <https://www.facebook.com/nausedagitanas/posts/954309809400362>

Nausėda, G. (2023, lapkričio 13). Vokietijos brigados perkėlimas į Lietuvą turi tapti sėkmės istorija ir pavyzdžiu kitoms regiono valstybėms. Facebook. <https://www.facebook.com/nausedagitanas/posts/941042884060388>

Nausėda, G. (2024, balandžio 1). Dviračių sezonas įsibėgėja prie Nemirsetos. Su Šv. Velykomis! Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1019162312915111&set=a.404895901008425>

Nausėda, G. (2024, balandžio 19). Intensyvi diena, prasidėjusi apsilankymu Lietuvos pramonininkų konfederacija Metų ekonomikos forume. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1029576958540313&set=a.404895901008425>

Nausėda, G. (2024, balandžio 29). Prieš 20 metų. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1035457924618883&set=a.404895894341759>

Nausėda, G. (2024, balandžio 3). Du turiningi susitikimai su Norvegijos sosto įpėdiniu, kronprincu Haakonu. Facebook. <https://www.facebook.com/nausedagitanas/posts/1020388762792466>

Nausėda, G. (2024, gegužės 1). Lygiai prieš 20 metų – 2004 m. gegužės 1-ąją – Lietuva tapo Europos Sąjungos nare. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1036632071168135&set=a.404895901008425>

Nausėda, G. (2024, gegužės 11). Sėkmės šįvakar, Silvestrai! Palaikom! #Luktelk LT. Facebook. <https://www.facebook.com/nausedagitanas/posts/1043022753862400>

Nausėda, G. (2024, kovo 12). Paryžiuje susitikau su Prancūzijos Prezidentu Emmanueliu Macronu. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1008022087362467&set=a.404895901008425>

Nausėda, G. (2024, kovo 8). Šiltas ir tikras susitikimas su Žemaitkiemio bendruomene. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1005901360907873&set=a.404895901008425>

Nausėda, G. (2024, sausio 31). Europos Vadovų Tarybos susitikimo išvakarėse Briuselyje su Europos Komisijos pirmininke Ursula von der Leyen aptariau Lietuvos ūkininkų keliamus aplinkosauginių reikalavimų, konkurencingumo, perdėto reguliavimo klausimus. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=985227549641921&set=a.404895894341759>

Nausėda, G. (2024, vasario 22). Labas rytas. Facebook. <https://www.facebook.com/photo?fbid=2148811165463150&set=a.103796303297990>

Nausėda, G. (2024, vasario 24). Nuo pat Rusijos plataus masto įsiveržimo į Ukrainą pradžios mes visi daugybę kartų kartojome frazę „Kartu iki pergalės!“. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=998764968288179&set=a.404895901008425>

O'Neill, A. „Statista“, 2025. <https://www.statista.com/topics/12221/global-elections-in-2024/#topicOverview>

Pankūnė, D. (2023, gruodžio 5). VSD vado perspėjimas įtikina ne visus: Seime nusimato dar vienas mūšis. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/vsd-vado-perspejimas-itikina-ne-visus-seime-nusimato-dar-vienas-musis-95276261>

Plikūnė, D., ELTA. (2024, sausio 30). Nausėda perspėja dėl taikos derybų rizikos: Rusijai reikia tik vieno. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/nauseda-perspeja-del-taikos-derybu-rizikos-rusijai-reikia-tik-vieno-95747357>

Salynė, R. (2024, balandžio 15). Skirtinga kandidatų į prezidentus Lietuva: kam – fantastiškai pažengusi, kam – valdoma išdavikų. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/ka-zada-kandidatai-saugiausia-vietaskandinavisko-lygio-pensijos-uraganinis-prezidentavimas-56-2223510>

Salynė, R. (2024, balandžio 2). I. Šimonytė – apie tai, kodėl jaučiasi laiminga, A. Anušausko šaukštą deguto ir G. Landsbergio aspiracijas. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/i-simonyte-apie-tai-ko>

del-jauciasi-laiminga-a-anusausko-sauksta-deguto-ir-g-landsbergio-aspiracijas-56-2216382

Salynė, R. (2024, balandžio 22). Pirmieji visų kandidatų į prezidentus debatai: žodiniai dygsniai, nusistebėjimai ir valdiška komanda už G. Nausėdos nugaros. *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/pirmieji-visu-kandidatu-i-prezidentus-debatai-zodiniai-dygsniai-nusistebejimai-ir-valdiska-komanda-uz-g-nausedos-nugaros-56-2229096>

Salynė, R. (2024, kovo 26). „Pranešėjo“ komisija kirto, kad maža nepasirodė: ar G.Nausėdos galėtų laukti apkalta? *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/pranesejo-komisija-kirto-kad-maza-nepasirode-ar-g-nausedos-galetu-laukti-apkalta-56-2214404>

Salynė, R. (2024, sausio 19). Prezidentą pasiekia vienintelė pavardė: kaip vyksta ambasadorių atranka? *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/g-landsbergis-giriasi-atsisakes-snibztelejimo-ausin-kulturos-g-nauseda-depolitizavimo-neizvelgia-kas-ir-kaip-siulomi-ambasadoriais-56-2177048>

Salynė, R. (2024, sausio 30). „Avinėlis pats nepasipurtys“: iš kur valstybei kasmet gauti dar po kelis šimtus milijonų? *15min.lt*. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/avinelis-pats-nepasipurtys-is-kur-valstybei-kasmet-gauti-dar-po-kelis-simtus-milijonu-56-2183138>

Šimonytė, I. (2023, lapkričio 14). Perskaitytos mintys apie valstybės patlą sukėlė įvairių minčių ir man. Facebook. <https://www.facebook.com/ingrida.simonyte1/posts/1816986262084167>

Šimonytė, I. (2024, balandžio 16). Būna politikoje ir malonios įtampos. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1907329339716525&set=a.166425860473557>

Šimonytė, I. (2024, gegužės 7). Na ką: kumščius už Silvester Belt (tie, kur ne Lietuvoje - ir mygtukus). Spaudžiam už Ukrainą (visame kame, tad ir čia). Facebook. <https://www.facebook.com/ingrida.simonyte1/posts/1920507381732054>

Šimonytė, I. (2024, kovo 16). Dar kartą patvirtinu, kad vakar gavau krašto apsaugos ministro atsistatydinimo pareiškimą. Facebook. <https://www.facebook.com/ingrida.simonyte1/posts/1888473618268764>

Šimonytė, I. (2024, kovo 30). Verta tuos lukštus kaupt, kai nepamiršti :) Tokie konservatyviom priemonėm marginti patys tikriausi. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1897009154081877&set=a.622296398219832>

Vėgėlė, I. (2023, gruodžio 17). Prieš keletą dienų medikai ilgai neprisikvietė policininkų ir kai jie galiausiai atvyko, vienas policininkas nušovė agresyvią, psichozės apimtą moterį. Facebook. <https://www.facebook.com/Dr.Ignas.Vegele/posts/1427764504490388>

Vėgėlė, I. (2023, lapkričio 14). #160mlnPo15metu Kaip atgauti savo pinigus iš ESO? Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1410918809508291&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, balandžio 18). MAN SVARBU, KAD PASIDALYTUMĖTE ŠIUO ĮRAŠU, JEIGU JUMS RŪPI SAŽININGI PREZIDENTO RINKIMAI IR DEMOKRATIJA LIETUVOJE. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1495484174385087&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, gegužės 11). AŠ TURIU SVAJONĘ... ..apie kitokią Lietuvą. Sutelktą, taikią, augančią, demokratišką šalį. O kokioje Lietuvoje norėtumėte gyventi Jūs? Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1509010019699169&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, kovo 28). Piktieji kaišiojo pagalius į ratus, vylėsi, kad užstrigsime, o mes judame pergalingu greičiu! Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1483628102237361&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, sausio 16). Kaip valdžios abejingumas Jūsų 160 milijonų eurų pavertė energetikų pelnais. Iliustracijoje. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1444118799521625&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, sausio 23). Auga pilietinė tauta! Mąstydamas apie augančios Lietuvos viziją nerimavau dėl vieno – ar iš tiesų mūsų visuomenė yra pasirengusi aktyviai įsitraukti į valstybės augimą? Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=14480095224é65886&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, sausio 26). #SkubusUžsienioPolitikosKlausimas Lietuva daugiau nei dvejus metus konfliktuoja su Kinija. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1449556685644503&set=a.108470893086429>

Vėgėlė, I. (2024, vasario 12). Toliau keliauju po Lietuvą, klausausi Jūsų rūpesčių, pasakoju Augančios Lietuvos viziją, kartu ieškome ir randame sprendimus. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1459626861304152&set=a.121989295067922>

Vėgėlė, I. (2024, vasario 19). Kandidato į Respublikos Prezidentus pareiškiniai dokumentai priduoti VRK. Facebook. <https://www.facebook.com/Dr.Ignas.Vegele/posts/1463633030903535>

Vėgėlė, I. (2024, vasario 20). Laukiu Jūsų visų susitikimuose. Nesvarbu, ar tikite, ar pritariate, ar pasitikite. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1463896640877174&set=a.121989295067922>

Vencūnas, V. (2025, kovo 7). Apklausa: labiausiai pasitikima ugniagesiais, išaugo pasitikėjimas žiniasklaida. *LRT.lt*. <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/2506288/apklausa-labiausiai-pasitikima-ugniagesiais-isaugo-pasitikėjimas-ziniasklaida>

Voveriūnaitė, S. (2024, balandžio 30). Vėgėlė: nuo mūsų nepriklauso, kaip baigsis karas Ukrainoje. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/politics/vegele-nuo-musu-nepriklauso-kaip-baigsis-karas-ukrainoje-120007650>

Vyriausioji rinkimų komisija. (2024). 2024 m. gegužės 12 d. Lietuvos Respublikos Prezidento rinkimai. Privalomasis referendumas dėl Lietuvos Respublikos Konstitucijos 12 straipsnio pakeitimo. <https://www.vrk.lt/documents/10180/784347/Leidiny+AS+Prezidento+rinkimams.pdf/c084997d-19ac-4b92-b3b9-84ebc7cfdbe0>

Vyriausioji rinkimų komisija. (2024, birželio 1). 2024 m. gegužės 26 d. Respublikos Prezidento rinkimai (II turas). <https://www.vrk.lt/2024-prezidento/rezultatai?srcUrl=/rinkimai/1504/2/2068/rezultatai/lt/rezultatai-PreRezultatai.html>

Vyriausioji rinkimų komisija. (2024, gegužės 19). 2024 m. gegužės 12 d. Respublikos Prezidento rinkimai (I turas). <https://www.vrk.lt/2024-prezidento/rezultatai?srcUrl=/rinkimai/1504/1/2070/rezultatai/lt/rezultatai-PreRezultatai.html>

Žeimytė-Bilienė, D., Spurytė, V. (2023, gruodžio 2). Vėgėlė jau pasisakė, ką Lietuvoje keistų iš esmės: sprendimai – drastiški. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/vegele-jau-pasisake-ka-lietuvoje-keistu-is-esmes-sprendimai-drastiski-95245443>

Žeimytė-Bilienė, D., Spurytė, V. (2024, balandžio 17). Pergalės rinkimuose siekiantis Vėgėlė: turiu vienintelę išeitį. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/politics/pergales-rinkimuose-siekiantis-vegele-turiu-vienintele-iseiti-96360909>

Žeimytė-Bilienė, Spurytė, V. (2024, kovo 1). Šimonytė: dabar vyksta tai, kas Krekliui labai patinka. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/simonyte-dabar-vyksta-tai-kas-krekliui-labai-patinka-96012401>

Zulonaitė, G. (2024, kovo 21). VRK paprašė Vaitkaus pakoreguoti programą – rasta teiginių prieš Lietuvos narystę NATO. *LRT.lt*. <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/2230584/vrk-paprased-vaitkaus-pakoreguoti-programa-rasta-teiginiu-pries-lietuvos-naryste-nato>

Priedas

Tyrime taikyti rėmai ir jų kategorijos

Rėmas	Kategorija	Paiškinimas	Indukcinė / dedukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Verslumo skatinimas	Gyventojų galimybės plėtoti verslus, to skatinimas	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Sektoriaus stiprinimas	Dėmesys konkrečiam sektoriui, kuriam reikalinga papildoma parama	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Biudžeto paskirstymas	Biudžeto pajamų paskirstymas pagal prioritetus	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Mokestinė politika	Kaip planuojama surinkti papildomų pajamų į biudžetą	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Ekonomikos augimas	Kalbama apie valstybės biudžeto augimą, ekonominę gerovę	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Ekonominės problemos	Kalbama apie kylančias ekonomines problemas, pavyzdžiui, infliacija	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Investicijos	Verslo plėtra, reikšmingo sektoriaus įsitvirtinimas	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Prekybiniai santykiai	Prekyba tarp skirtingų valstybių	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Rinkos liberalizavimo problemos	Iššūkiai, inicijavus, pavyzdžiui, elektros rinkos liberalizaciją	Indukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Subalansuota ekonominė politika	Finansinė atsakomybė biudžete, balansas	Indukcinė

Rėmas	Kategorija	Paiškinimas	Indukcinė / dedukcinė
Problemos rėmas (ekonomika)	Žalioji politika	Tvarūs sprendimai, atsinaujinantys energijos šaltiniai	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Gynybos stiprinimas	Poreikis didinti valstybės gynybą, amunicijos gamyba, pirkimas, šaukimas atlikti karo tarnybą	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Kolektyvinis saugumas	Tarpvalstybinė gynyba, NATO sąjungininkai	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Taikos išsaugojimas	Akcentavimas, jog šalyje nebūtų karo	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Energetinis atsparumas	Energetikos sektoriaus saugojimas nuo priešų agresijos	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Grėsmė	Kylantis pavojus iš priešiškų valstybių	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Migracijos problemos	Kalbama apie migracijos srautus iš kitų valstybių, su tuo susijusius iššūkius	Indukcinė
Problemos rėmas (valstybės saugumas)	Netinkamos reformos	Kalbama apie būtinybę imtis kitų sprendimų gynybos srityje	Indukcinė

Rėmas	Kategorija	Paiškinimas	Indukcinė / dedukcinė
Asmenybės rėmas	Kompetencija	Demonstruojamos žinios, temos išmanymas	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Racionalumas	Konstruktivus temos argumentavimas	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Prieinamumas	Kandidatas yra pasiekiamas rinkėjams, pavyzdžiui, susitikimuose	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Vienijimas	Siekiami telkti visuomenę	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Kritika oponentams	Reiškiami kritika kitiems asmenims	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Lyderystė	Demonstruojami priimami sprendimai, imamasi pokyčių	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Žemiškumas	Rodomas asmeninis gyvenimas, paprastumas	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Kritika kandidatui	Kandidatas kritikuojamas dėl tam tikrų aspektų	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Palaikymas	Reiškiamas palaikymas kitiems asmens, pavyzdžiui, per varžybas, konkursus	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Patriotizmas	Demonstruojama meilė, rūpestis savo šaliai	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Nesistemiškumas	Akcentuojamas ėjimas „prieš sistemą“	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Empatiškumas	Kitų asmenų emocijų supratimas, rūpestis	Indukcinė

Rėmas	Kategorija	Paiškinimas	Indukcinė / dedukcinė
Asmenybės rėmas	Neviena-reikšmiškumas	Kandidatas priėmė dvi-prasmę sprendimą	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Tradicijos skatinimas	Kalbama apie tradicijų, papročių puoselėjimą	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Strategiškumas	Kandidatas priima sprendimą, kuris bus naudingas ateityje	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Emocionalumas	Kandidatas reiškia įvairias emocijas tam tikro įvykio kontekste	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Abejotinas skaidrumas	Kandidatas elgiasi gališkai neskaidriai	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Žmonių gynimas	Pasisakoma kovojant už tam tikrą visuomenės grupę	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Sąžiningumas	Deklaruojama informacija, paaiškinimai	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Diplomatiškumas	Nuosaukiai pasisakoma apie įvykį	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Stiprybė	Ketinimai imtis didelių poryčių dėl gerovės	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Nacionalistiškumas	Pasisakymas už valstybės suverenitetą	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Liberalumas	Skatinimas žmonėms patiem rinktis, kokius pasirinkimus jiems priimti	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Neatsakingumas	Ne iki galo pasvertai priimti sprendimai	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Dominavimas	Lyderystė apklausose	Indukcinė

Rėmas	Kategorija	Paiškinimas	Indukcinė / dedukcinė
Asmenybės rėmas	Nekompetencija	Konkrečios temos neišmanymas	Indukcinė
Asmenybės rėmas	Savęs gynyba	Iškylus kaltinimams, ginama asmeninė pozicija	Indukcinė
Žaidimo rėmas	„Žirgų lenktynės“	Kandidatų palaikymo pokyčiai visuomenės apklausose	Dedukcinė
Žaidimo rėmas	Rinkimų strategija	Kandidatas susitinka su rinkėjais, skelbia programą, priima strategiškus sprendimus	Dedukcinė
Žaidimo rėmas	Rinkimų baigtis	Prognozės, kaip baigsis rinkimai, galutiniai rezultatai	Dedukcinė
Žaidimo rėmas	Sporto varžybų ir karo retorika	Kovos ir kiti motyvai	Dedukcinė

Šaltinis: parengta autoriaus, remiantis Brewer ir Sigelman, 2002, Aalberg et al., 2011, Wagner et al., 2021.