

## Politikos lyderio krizių komunikacija socialiniuose tinkluose COVID-19 pandemijos laikotarpiu

**Jurgita Jurkevičienė**

*Kauno technologijos universitetas  
A. Mickevičiaus g. 37, LT-44244, Kaunas, Lithuania*

**Raminta Bičkutė**

*Kauno technologijos universitetas  
A. Mickevičiaus g. 37, LT-44244, Kaunas, Lithuania*

 <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ppa.21.3.32216>

**Anotacija.** *Efektyvi politikos lyderio krizių komunikacija gali būti itin reikšminga pandemijos valdyme. Šiame straipsnyje siekiama ištirti Lietuvos Respublikos prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 tematikos krizių komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“. Taikant mišraus pobūdžio turinio analizės metodą straipsnyje yra nagrinėjami 2020-2021 metų prezidento asmeninėje paskyroje paskelbti įrašai. Tyrimas parodė, kad Gitanas Nausėda anksti pripažino COVID-19 sąlygotą sveikatos krizę, skleidė pakankamai aiškias bei empatiškas žinutes, raminančias gyventojus ir informuojančias, kaip elgtis pandemijos laikotarpiu. Tačiau dėl nepakankamo intensyvumo prezidento komunikacija buvo menkai matoma ir girdima, be to, komunikuojant buvo beveik nebendradarbiaujama su Vyriausybe. Visa tai galėjo lemti mažesnę prezidento komunikacijos vaidmenį kovoje su pandemija.*

**Raktažodžiai:** *krizių komunikacija, politikos lyderis, socialiniai tinklai, COVID-19*

**Keywords:** *crisis communication, political leader, social networks, COVID-19*

### Įvadas

Pasaulinė COVID-19 pandemija privertė politikos lyderius<sup>1</sup> ieškoti naujų būdų kilusiai sveikatos krizei sušvelninti. Pasak Abraham (2011), nors įvairios gairės, kaip kovoti su pandemija egzistuoja, sparčiai plintant lig tol neregėtai ligai, politikos lyderiams tenka pergaltvoti pažįstamus krizių valdymo scenarijus bei prisitaikyti prie tuo metu susidariusių aplinkybių. Konkrečiai COVID-19 pandemija iš lyderių pareikalavo stiprių komunikacinių gebėjimų. Tinkamai pasinaudoję krizine komunikacija, lyderiai galėjo reikšmingai prisidėti prie pandemijos valdymo, įgyti visuomenės pasitikėjimą su krize susijusiais klausimais bei paskatinti piliečius priimti būtinas kovos su krize priemones (Hatcher, 2020; Watkins & Walker, 2021).

Politikos lyderių krizių komunikacijoje vertingu įrankiu tapo socialiniai tinklai (Rufai & Bunce, 2020; Sengul, 2021; Sun, 2021). Remiantis Seeger, Sellnow ir Ulmer, socialinių tinklų platformos, tokios kaip „Facebook“, „Instagram“ ar „Twitter“, veikė kaip tiltas tarp valdžios atstovų, komunikuojančių apie krizę, ir visuomenės, ieškančios informacijos ir ją interpretuojančios tam tikrai auditorijai (adaptuota ir cituota iš Lilleker et al., 2021). Pandemijos laikotarpiu vis daugiau politikos lyderių oficialiai naudojo populiariausius socialinius tinklus būtent su COVID-19 susijusiai informacijai skleisti. Šių įrankių pagalba lyderiai greitai ir efektyviai platino svarbias, kartais net

<sup>1</sup> Šiame straipsnyje terminas „politikos lyderis“ suvokiamas plačiai, t. y. kaip apimantis ne tik valstybių vadovus, bet ir visus įtakingus bet kurio politinės sistemos lygmens atstovus.

gyvybes gelbstinčias žinutes, tokiu būdu ne tik prisidėdami prie tikslios ir teisingos informacijos viešinimo, bet ir neleisdami susidaryti terpei nepatikrintai ar net klaidinančiai informacijai (el Baradei et al., 2021). Sėkmingai su krize kovoję politikos lyderiai socialiniuose tinkluose demonstravo savitvardą, nuoširdumą bei jautrumą gyventojų problemoms, kadangi tik empatiškas atsakas į visuomenės nerimą ir emocijų valdymas galėjo pasitarnauti veiksmingam iškilusios sveikatos krizės valdymui, artimesnio ir pasitikėjimu grįsto ryšio su rinkėjais kūrimui (Jaworska, 2021; Lilleker et al., 2021; Watkins & Walker, 2021) ir bendram visuomenės nuraminimui (Watkins & Clevenger, 2021).

Politikos lyderių krizių komunikacija COVID-19 pandemijos laikotarpiu pastaraisiais metais buvo tiriama įvairių sričių mokslininkų. Vis dėlto didžioji dalis autorių koncentravosi į Jungtinių Amerikos Valstijų (Hatcher, 2020; Watkins & Clevenger, 2021), Vokietijos (Jaworska, 2021; Kneuer & Wallaschek, 2022), Naujosios Zelandijos (Craig, 2021; Friedman, 2020; McGuire et al., 2020; Radka et al., 2022), Didžiosios Britanijos (Newton, 2020), Brazilijos (Cabral et al., 2021), Kanados (Seijts et al., 2022) lyderių atvejus. Be to, tyrimuose dažniausiai buvo nagrinėjamos viešai prieinamos politikos lyderių kalbos arba spaudos konferencijos. Šiame straipsnyje siekiama iširti iki šiol netyrinėtą Lietuvos Respublikos prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 tematikos krizių komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“. Siekiant užsibrėžto tikslo keliami du probleminiai klausimai: koks buvo prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacijos intensyvumas ir turinys? Kuo buvo panaši/ skyrėsi 2020 ir 2021 metų prezidento krizių komunikacija? Atsakymai į šiuos klausimus praturtins tiriamą lauką ir bus naudingi ateities politikos lyderių krizių komunikacijos tyrimams.

### Politikos lyderio vaidmuo krizių komunikacijoje

Visais laikais politikos lyderiams tekdavo susidurti su skirtingomis krizėmis, ir dažnu atveju jų kaip lyderių vaidmuo padėdavo sušvelninti krizės žalą bei padarinius. Pasak Watkins ir Clevenger (2021), politinė lyderystė reikalinga visuomenei, kadangi didelė dalis žmonių paprasčiausiai nesugeba tinkamai priimti sprendimų. Todėl politikos lyderiai privalo pasitelkti turimą valdžią, kad užtikrintų tai, kas, jų manymu, geriausia visuomenei (Watkins & Clevenger, 2021). Kiekvieną kartą susidūrę su krize, lyderiai privalo kaip galima greičiau imtis jos valdymo (Lawton, 2013). Daugelio šiuolaikinių mokslininkų požiūriu (de Clercy & Ferguson, 2016; Mandl & Reis, 2022; Watkins & Clevenger, 2021), visų pirma jie privalo ieškoti efektyviausių komunikacijos būdų, nes komunikacija padeda kovoti su krize, gali nuraminti visuomenę bei paskatinti prisijungti prie veiksmų krizei įveikti.

Krizės akivaizdoje politikos lyderis privalo žinoti, kaip teisingai komunikuoti visuomenei. Liu su kolegomis (2020), taip pat Pang (2021) išskiria keletą efektyvių politikos lyderių bei jų krizių komunikacijos charakteristikų: krizės suvokimą ir pripažinimą, buvimą girdimam ir matomam, aiškių ir tikslų žinučių skleidimą, žmogiškumą/ empatiją/ solidarumą, lankstumą bei bendradarbiavimą (žr. 1 lent.). Kaip pažymi Pang (2021), krizių metu politikos lyderiams nepaprastai svarbu pripažinti iškilusią problemą, argumentuoti valdžios pasirinktus veiksmus krizės valdymui, reguliariai teikti aiškia, patikimą, faktine medžiaga pagrįstą informaciją bei ją atnaujinti. Ne mažiau svarbu būti lanksčiam ir gebėti pritaikyti skelbiamas žinutes prie besikeičiančių aplinkybių bei bendradarbiauti su šalies ir tarptautinėmis institucijomis, demonstruojant valdžios atstovų vieningumą ir profesionalumą. Lyderis privalo turėti konkrečius atsakymus į jam užduodamus klausimus ir neklaidinti gyventojų keisdamas nuomonę. Naujausių tyrimų duomenimis (Craig, 2021; Kneuer & Wallaschek, 2022), lyderiui taip pat svarbu būti atviram, demonstruoti empatiją bei solidarumą, kadangi tokia komunikacija leidžia užsitarnauti gyventojų pagarbą, pasitikėjimą ir palaikymą.

1 lentelė. *Politikos lyderio ir jo komunikacijos charakteristikos efektyviam krizės valdymui*

CHARAKTERISTIKOS	APRAŠAS
Krizės suvokimas ir pripažinimas	Ankstytas krizės atpažinimas (iš pirmų išpėjamųjų ženklų); suvokimas ir pripažinimas, kad ištiko krizė
Buvimas matomam, girdimam	Buvimas matomam ir girdimam viešojoje erdvėje; rodymas, kad prisiimi atsakomybę ir dalyvauji krizės valdyme

CHARAKTERISTIKOS	APRAŠAS
Aiškios ir tikslios žinutės skleidimas	Aiškių, patikimų (pagrįstų faktais), skaidrių ir nuoseklių žinučių skleidimas
Žmogiškumas, empatija ir solidarumas	Buvimas žmogiškam, tačiau gebėjimas valdyti emocijas; empatijos demonstravimas; solidarumo skatinimas
Lankstumas	Gebėjimas keistis ir prisitaikyti prie esamų aplinkybių; gebėjimas prisitaikyti prie naujų sąlygų
Bendradarbiavimas	Bendrų žinučių su kitomis institucijomis/ organizacijomis skleidimas; bendradarbiavimas siekiant įveikti krizę

Šaltinis: adaptuota pagal (Craig, 2021; Kneuer & Wallaschek, 2022; Liu et al., 2020; Pang, 2021).

COVID-19 pandemija priverė politikos lyderius ieškoti naujų komunikacijos būdų, labiausiai tinkančių sveikatos krizei valdyti. Lyderiai privalėjo reaguoti į greitai besikeičiančią informaciją, ją laiku bei efektyviai ištransliuoti visuomenei (Mandl & Reis, 2022). Šiuo kritiniu laikotarpiu lyderiams teko milžiniška atsakomybė, kadangi nuo jų žodžių galėjo priklausyti koronaviruso plitimas (Finset et al., 2020) ir tūkstančiai gyventojų gyvybių. Tą suvokė ir Naujosios Zelandijos politikos lyderė ministrė pirmininkė Jacinda Arden, kuri ypatingai sėkmingai susidorojo su COVID-19 krizės komunikacija (Craig, 2021; de Villiers & Molinari, 2022; Friedman, 2020; Pang, 2021). Kaip pažymi Pang (2021), ši politikė atpažino ir suprato viruso keliamą pavojų, todėl Naujoji Zelandija viena pirmųjų pasaulyje sustabdė skrydžius iš Kinijos ir ėmė priverstinai karantinuoti iš ten sugrįžusius asmenis. Jacinda Arden kiekvieną dieną skelbė naujausią informaciją per televizijos bei socialinės žiniasklaidos kanalus, demonstruodama savo žmonėms, kad prisiima atsakomybę ir aktyviai dalyvauja sveikatos krizės valdyme. Politikė profesionaliai dalinosi informacija apie krizės eigą ir vyriausybės politiką, kuria siekiama užkirsti kelią viruso plitimui, kartu su kitais valdžios atstovais, pvz., sveikatos apsaugos generaline direktore Ashley Bloomfield, skelbė vieningas, mokslu paremtas žinutes. Daugelis autorių pastebi (Craig, 2021; Hafner & Sun, 2021; McGuire et al., 2020), kad Naujosios Zelandijos ministrė pirmininkė Jacinda Arden buvo griežta, demonstravo savitvardą ir lyderystę kalbėdama apie vyriausybės sprendimus, tačiau tuo pačiu maloni ir empatiška gyventojams, kas jai leido pelnyti pagarbą ir išvengti potencialiai šaliai nepakeliamų viruso padarinių.

Kneuer ir Wallaschek (2022) pabrėžia, kad „*Krizių valdymo kontekste viešojo lyderio funkcija įgyja didelę reikšmę, nes atspindi, kaip ir kaip sėkmingai lyderis komunikuoja krizės metu, ar jo komunikacinė veikla gali sukurti pasitikėjimą valdžia ir piliečių lojalumą valdžios sprendimams*“ (1p.). Autoriai pastebi, kad krizių metu politikos lyderiai palankumo linkę siekti reikšdami solidarumą visuomenei arba jos grupėms, nors tokie veiksmai ir nėra būtini. Pasak autorių, COVID-19 pandemijos metu tokią strategiją pasirinko ir solidarumą įvairioms amžiaus grupėms demonstravo Vokietijos kanclerė Angela Merkel. Jos krizinėje komunikacijoje solidarumas buvo suprantamas kaip fizinio atstumo išlaikymas bei tarpusavio parama ir pagalba patiems pažeidžiamiausiems žmonėms, pavyzdžiui, šalies senjorams. Angela Merkel solidarumą skatinančius teiginius derino su artikuliuota empatija, bandydama užmegzti emocinį ryšį su auditorija, parodyti, kad vyriausybė gali suvaldyti pandemiją ir kad ja galima pasitikėti.

Taigi politikos lyderio komunikacija neabejotinai svarbi sėkmingam krizės valdymui. Vis dėlto neteisingai panaudota komunikacija ar retorika, taip pat oficialių rekomendacijų neatitinkantis lyderio elgesys krizę gali netgi pagilinti. Kaip rodo Waylen (2021) studija, COVID-19 pandemijos laikotarpiu kai kurių politikos lyderių neatsakingi poelgiai, t. y. viruso padarinių nuvertinimas, nenoras asmeniškai laikytis saugumo reikalavimų bei prevencinių priemonių atmetimas, lėmė nenuoseklų politikos formavimą, prastą ir painią komunikaciją su visuomene, o tai galiausiai sumažino gyventojų pasitikėjimą ir prisidėjo prie užsikrėtimų ir mirčių skaičiaus augimo. Kaip pavyzdį autorė pateikia Jungtinės Karalystės ministrą pirmininką Borisą Johnsoną, kurio prieštaringi pranešimai žiniasklaidoje susilaukė daugybės kritikos. Anot autorės, dėl politiko komunikacijos, į viešumą iškilusių karantino taisyklių pažeidimų, sumažėjo visuomenės pasitikėjimas vyriausybe ir ekspertų rekomendacijų COVID-19 prevencijos tikslais laikymasis.

## Socialiniai tinklai kaip politikos lyderio krizių komunikacijos įrankis

Pastaraisiais metais politikos lyderių krizių komunikacijoje vis reikšmingesnį vaidmenį vaidina socialiniai tinklai (Lilleker et al., 2021; Medina & Diaz, 2016; Rufai & Bunce, 2020). Kaip pažymi Medina ir Diaz (2016), socialiniai tinklai pamažu tampa įrankiu, kuriuo viešosios įstaigos bei politikos lyderiai naudojami, norėdami sukurti greitus ir strategiškus pranešimus bei iškart juos nukreipti visuomenei. Socialiniai tinklai leidžia aprūpinti gyventojus tiesiogine informacija ir pateikti asmeninių įžvalgų apie konkrečios krizės eigą. Remiantis Medina ir Diaz (2016), socialiniai tinklai suteikia privalumų politikos lyderių krizių komunikacijoje, kadangi sudaro sąlygas greitai reaguoti į susidariusią situaciją, operatyviai gauti ir dalintis informacija, realiu laiku vykdyti diskusijas ir atsakyti į užduodamus klausimus, ar net sustabdyti gandų plitimą.

COVID-19 pandemija dar labiau išryškino socialinių tinklų svarbą politikos lyderių krizių komunikacijoje. Pandemija privertė lyderius intensyviau naudotis socialiniais tinklais, kad informuotų visuomenę apie naują, sparčiai plintantį virusą ir valdžios priimtus sprendimus susidariusiai sveikatos krizei valdyti. Socialiniuose tinkluose lyderiai privalėjo būti kūrybiški ir atrasti strategijas, padedančias įtikinti visuomenę laikytis būtinų prevencinių apsaugos nuo COVID-19 priemonių ir taip prisidėti prie viruso plitimo stabdymo (Wodak, 2021). Tokiu būdu socialiniai tinklai tapo vienu iš pagrindinių komunikacijos kanalų, per kuriuos lyderiai greičiau ir efektyviau pasiekė piliečius. Platformos tokios kaip „Facebook“, „Twitter“, „Instagram“ ir kt., taip pat sudarė sąlygas lyderiams mažinti savo atotrūkį nuo visuomenės, kadangi lyderiai ir vyriausybė, dalindamiesi informacija apie COVID-19, galėjo išklausti gyventojų nuomonę (Kaur et al., 2021) ir atsižvelgti į ją priimdami tolesnius sprendimus.

Socialinių tinklų platformos išplėtė politikos lyderių galimybes dalyvauti COVID-19 pandemijos valdyme ir priminti visuomenei apie COVID-19 pasekmes, nesistengiant apsaugoti nuo šio viruso (Grossman et al., 2020; Lilleker et al., 2021). Vis dėlto mokslininkai atkreipia dėmesį, kad kai kurių lyderių komunikacija socialiniuose tinkluose ne tik nedavė teigiamo rezultato, bet ir sukūrė terpę dezinformacijai bei supriešino visuomenę (Hatcher, 2020; Nørgaard-Kristensen & Mortensen, 2021). Pandemijos metu buvo ypatingai svarbu socialiniuose tinkluose reguliariai komunikuoti tik patikrintą, faktais pagrįstą informaciją. Vis dėlto asmeninėse paskyrose lyderiai galėjo laisvai dalintis ir subjektyvia asmenine nuomone apie virusą bei apsaugos nuo jo priemones. Tokiu būdu visuomenės pasitikėjimas autoritetų išsakoma, kartais niekuo nepagrįsta pozicija, galėjo būti priversti ir taip gausios dezinformacijos plitimo (Hatcher, 2020; Medina & Diaz, 2016; Nørgaard-Kristensen & Mortensen, 2021), kurį PSO vadina infodemijos terminu (Limaye et al., 2020).

Etaloniniu prastos pandeminės komunikacijos socialiniuose tinkluose pavyzdžiu laikomas buvęs Jungtinių Amerikos Valstijų prezidentas Donaldas Trumpas (Drylie-Carey et al., 2020; Hatcher, 2020; Pang, 2021). Kaip nurodo Hatcher (2020), pandemijos metu Donaldas Trumpas krizinė komunikacija platformoje „Twitter“ buvo nepatikrinta, klaidinanti ir sudarė galimybes dezinformacijai. Prezidento klaidinantys pasisakymai apie COVID-19 trukdė kitiems vyriausybės organams prisidėti prie pandemijos valdymo ir skatinti prevencinių priemonių naudojimą. Donaldas Trumpas netinkamai komunikavo dėl paties viruso rimtumo bei apsaugos nuo jo priemonių svarbos. Be to, jis neigiamai atsiliepė apie šalies gubernatorius, kurie akcentavo sveikatos krizės sudėtingumą. Donaldas Trumpas pasisakymai apie virusą išplito visoje šalies federalinėje sistemoje, tad dalies gubernatorių komunikacija susitapatino su neapgalvotomis prezidento replikomis (Hatcher, 2020). Donaldas Trumpas ne tik nesinaudojo prevencinėmis priemonėmis, bet ir neskatino visuomenės tą daryti (Drylie-Carey et al., 2020). Dėl minėtų veiksmų ir netikrų faktų Donaldas Trumpas Twitter paskyroje visuomenė buvo supriešinta, daugelis gyventojų nesilaikė rekomenduojamų prevencinių priemonių, o tai lėmė ženkliai išaugusį užsikrėtimų skaičių visose Jungtinėse Amerikos Valstijose (Hatcher, 2020; Pang, 2021).

## Empirinio tyrimo metodika

Kaip atskleidė teorinis tyrimas, efektyvi politikos lyderio komunikacija vaidina reikšmingą vaidmenį sveikatos krizės valdyme (Kneuer & Wallaschek, 2022; McGuire et al., 2020). Todėl prasidėjus COVID-19 pandemijai daugelis politikos lyderių labiau nei bet kada anksčiau išitraukė į įvairias komunikacines veiklas, t. y. aktyviau dalyvavo spaudos konferencijose, televizijos ar radijo laidose, davė interviu žiniasklaidos šaltiniams, o taip pat reguliariai skelbė įrašus asmeninėse socialinių tinklų paskyrose. Nors pandemijos klausimus viešumoje diskutavo gausus būrys politikų, vieni iš įtakingiausių ir labiausiai stebimų neabejotinai buvo valstybių vadovai. Būtent dėl šios priežasties straipsniui kaip pandeminės krizių komunikacijos tyrimo objektas buvo pasirinktas Lietuvos Respublikos Prezidento Gitano Nausėdos atvejis, konkrečiai jo socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje<sup>2</sup> paskelbti įrašai.

Prezidento Gitano Nausėdos įrašų tyrimui taikytas mišraus pobūdžio turinio analizės metodas. Kaip pabrėžia visa eilė mokslininkų (Greece et al., 2005; McChesney & Aldridge, 2019), mišri prieiga leidžia išnaudoti kiekybinės ir kokybinės priėgų privalumus bei įgalina geresnę tiriamo objekto pažinimą. Tyrimas apėmė beveik dviejų metų laikotarpį, kurio pradžia – 2020 m. vasario 28 diena, kai Lietuvoje oficialiai patvirtintas pirmasis COVID-19 ligos atvejis. Laikotarpio pabaiga – 2021 m. gruodžio 31 diena. Tyrimo imtį sudarė visi 448 per minėtą laiką paskyroje pavišinti įrašai, tarp kurių buvo 377 tekstinės žinutės papildytos nuotraukomis, internetinėmis nuorodomis arba vaizdo įrašais, 69 paprastos tekstinės žinutės ir 2 paprasti vaizdo įrašai. Detalesniam tyrimui naudoti 73 įrašai COVID-19 tematika. Paskyros turinys analizuotas pasitelkus deduciniu būdu sudarytą kodų struktūrą. Duomenų kodavimui ir analizei atlikti naudotas programinis paketas MAXQDA 2022.

Prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacijos vertinimui naudotas efektyvaus krizės valdymo charakteristikų kodas (išskirta pagal Craig, 2021; Kneuer & Wallaschek, 2022; Liu et al., 2020; Pang, 2021), apimantis 6 subkodus: krizės suvokimą ir pripažinimą, buvimą matomam ir girdimam, aiškių ir tikslų žinučių skleidimą, žmogiškumą/ empatiją ir solidarumą, lankstumą, bendradarbiavimą. Konkrečiai krizės suvokimas ir pripažinimas vertintas remiantis įrašų turiniu, ar jame yra įvardinama/pripažįstama krizės svarba bei mastas. Buvimas matomam ir girdimam buvo vertinamas pagal krizių komunikacijos intensyvumą ir reguliarumą. Aiškių ir tikslų žinučių skleidimas vertintas pagal tai, ar žinučių idėja yra aiški skaitytojui (pernelyg ilgos žinutės, apimančios daug skirtingų tematikų, gali aiškumą sumažinti). Žmogiškumas/ empatija ir solidarumas – pagal tai, ar įrašuose šios savybės demonstruojamos gyventojams, ar rodomas jautrumas ir dėmesys gyventojų problemoms. Lankstumas – pagal tai, ar įrašai yra pritaikyti krizinei situacijai bei socialinių tinklų aplinkai, kurioje yra platinami. Galiausiai bendradarbiavimas – pagal tai, ar krizinėje komunikacijoje perteikiamas bendradarbiavimas su nacionalinėmis bei tarptautinėmis institucijomis bei jų atstovais.

Tyrimo patikimumui užtikrinti pasitelktas kryžminis kodavimas, kai 10 % įrašų kodavo du tyrėjai. Tyrėjų kodavimo suderinamumą žymintis Koheno kappa koeficientas straipsnyje naudojamiems įrašo datos ir krizės valdymo charakteristikų kodams vidutiniškai siekė 92 %. Toks patikimumo rodiklis, vadovaujantis tiek metodologų rekomendacijomis (McHugh, 2012), tiek anksčiau publikuotomis turinio analizėmis (Orgad et al., 2021; Weatherred, 2017) yra vertintinas kaip ypatingai aukštas.

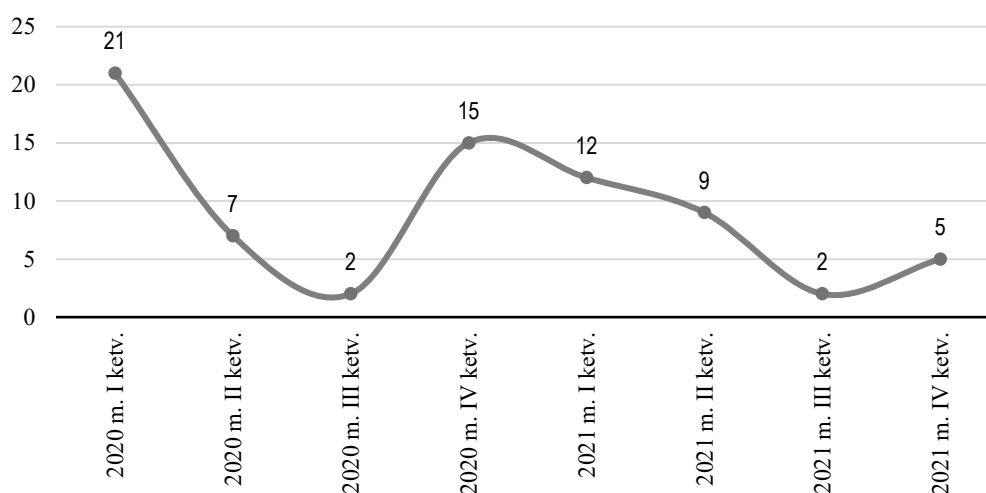
## Empirinio tyrimo rezultatų analizė ir interpretacija

Gyventojai savo šalies politikos lyderių sėkmės ir nesėkmės vertina pagal tai, kaip jie reaguoja į staigias, netikėtas bei didelio masto krizes (Pang, 2021). COVID-19 pandemija buvo viena tokių krizių, patikrinusių daugybės politikų lyderystės bei komunikacinius gebėjimus. Rimtu iššūkiu ji tapo ir Lietuvos Respublikos prezidentui Gitanui Nausėdai, kurio krizių komunikacija žiniasklaidoje susilaukė kontraversiško vertinimo. Pavyzdžiui, vienuose tekstuose žurnalistai pasigedo aktyvesnio

<sup>2</sup> Tyrimui pasirinktas socialinis tinklas „Facebook“, kadangi tarp analogiškų platformų, kuriose prezidentas Gitanas Nausėda deklaruoja turintis paskyrą, Lietuvoje yra pats populiariausias.

prezidento vaidmens iškilusios sveikatos krizės valdyme (Tracevičiūtė, 2020). Kituose priešingai – šalies vadovą kaltino tiesioginių pareigų apleidimu, kadangi dažniau jį pastebėdavo besisukanti „<...> COVID-19, bet ne užsienio politikos formavimo bei įgyvendinimo problemose“ (Brunalas, 2021).

Analizuojant prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikaciją, reikšmingas kriterijus – jos intensyvumas. Kaip rodo įvairūs informacijos sklaidos tyrimai, žinučių kartojimas užtikrina jų matomumą visuomenėje. Intensyvumas yra svarbus požiūrių bei elgesio formavimuisi (plačiau žr. Brewer & Ley, 2011; Doughty et al., 2020; Zhou et al., 2015), todėl gali turėti lemiamos įtakos naujo viruso sukeltos pandemijos valdymui. Gitanas Nausėda bene aktyviausiai komunikavo savo socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje, kurioje nuo 2020 m. vasario 28 iki 2021 gruodžio 31 dienos pasidalino 448 įrašais, ir maždaug kas šeštą iš jų (16 proc.) skyrė COVID-19 tematikai. Iš viso COVID-19 tematikai prezidentas paskyrė 73 savo įrašus (žr. 1 pav.).



1 Pav. Įrašų COVID-19 pandemijos tematika periodizacija prezidento Gitano Nausėdos paskyroje, N=73

Šaltinis: sudaryta autorių.

Surūšiuojant Gitano Nausėdos krizių komunikacijos įrašus pagal jų paskelbimo datą matyti, kad įrašų skaičius per ketvirtį varijavo nuo 2 iki 21. Intensyviausiai prezidentas komunikavo pandemijos pradžioje, t. y. 2020 m. pirmąjį ketvirtį. Kiek mažiau, tačiau taip pat santykinai intensyviai – užsikrėtimų skaičiui Lietuvoje išaugus ir prasidėjus gyventojų vakcinacijai, t. y. 2020 m. ketvirtąjį bei 2021 m. pirmąjį ketvirčiais. Likusį laikotarpį komunikacija buvo minimali ir apsiribojo pavieniais pranešimais. Lyginant su šioje srityje pirmaujančiais pasaulio politikos lyderiais, Gitano Nausėdos krizių komunikacija net ir aktyviausiais periodais buvo mažiau reguliari ir intensyvi. Pavyzdžiui, Naujosios Zelandijos ministrė pirmininkė Jacinda Ardern, šaliai kovojant su pandemija, žinutes skelbė kiekvieną dieną (Pang, 2021). Dėka reguliarios komunikacijos, Naujosios Zelandijos visuomenė ne tik buvo plačiai informuota visais su pandemija susijusiais klausimais, bet ir jautė valdžios palaikymą, mažiau panikavo bei noriau laikėsi ekspertų rekomendacijų (Radka et al., 2022). Visa tai leidžia daryti prielaidą, kad prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacija, dėl intensyvumo ir reguliarumo stokos, galėjo būti nepakankamai matoma, o tai galėjo lemti menkesnį jos vaidmenį COVID-19 pandemijos šalyje valdyme.

Analizuojant prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikaciją, dar vienas reikšmingas kriterijus – įrašų turinys. Kaip pažymi Villiers ir Molinari (2022), gerai parengtos komunikacinės žinutės legitimizuoja lyderių sprendimus, įgalina jų atskaitomybę visuomenei bei užtikrina, kad suinteresuotos šalys laikysis gairių bei taisyklių net jei jos yra griežtos ir nemalonios. Šiame straipsnyje apie prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 įrašų turinį pirmiausia sprendžiama pagal dažniausiai naudojamus daiktavardžius, kurie atspindi svarbiausias temas ir minimus veikėjus. Konkrečiai straipsnyje pristatoma 10 dažniausiai minimų daiktavardžių kiekvienam tiriamo

laikotarpio ketvirčiui. Daiktavardžiai reitinguojami pagal fiksavimo komunikacijoje dažnį (žr. 2 ir 3 lent.).

2 lentelė. 2020 metų įrašuose dažniausiai naudojami daiktavardžiai, N=45

LAIKOTARPIS	DAŽNIAUSIAI NAUDOJAMI DAIKTAVARDŽIAI
2020 m. I ketvirtis	Visuomenė (asmuo, gyventojas, pilietis, žmogus) (50 k.), šalis (valstybė) (40 k.), Lietuva (37 k.), COVID-19 (koronavirusas, virusas) (29 k.), ES (24 k.), situacija (23 k.), medikas (gydytojas, rezidentas) (18 k.), priemonė (18 k.), sveikata (17 k.), sprendimas (15 k.)
2020 m. II ketvirtis	ES (15 k.), darbas (14 k.), krizė (10 k.), Lietuva (10 k.), šalis (valstybė) (10 k.) COVID-19 (koronavirusas, virusas) (9 k.), pajamos (atlygis, atlyginimas, užmokestis) (9 k.), darbuotojas (8 k.), metas (8 k.), visuomenė (gyventojas, žmogus) (8 k.)
2020 m. III ketvirtis	Visuomenė (pilietis, žmogus) (5 k.), šalis (valstybė) (4 k.), ES (3 k.), vadovas (3 k.), apsauga (2 k.), atsakas (2 k.), darbas (2 k.), ekonomika (2 k.), klausimas (2 k.), komanda (2 k.)
2020 m. IV ketvirtis	Visuomenė (asmuo, gyventojas, pilietis, žmogus) (35 k.), COVID-19 (koronavirusas, virusas) (34 k.), Lietuva (22 k.), medikas (gydytojas, rezidentas, slaugytojas) (21 k.), pandemija (18 k.), sveikata (18 k.), vakcina (vakcinacija, skiepas, skiepijimas) (18 k.), šalis (valstybė) (16 k.), ES (14 k.), darbas (13 k.)

Pastaba: Lentelėje daiktavardžiai pateikiami vienaskaitos vardininko forma, o jei žodis daugiskaitinis – daugiskaitos vardininko forma. Tačiau prezidento įrašuose buvo sutinkamos įvairios gramatinės formos.

Šaltinis: sudaryta autorių.

2020 m. I ketvirtis. Remiantis daiktavardžių dažnių tyrimu, šio laikotarpio prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 krizių komunikaciją galima suskirstyti į keletą pagrindinių tematikų: informaciją apie COVID-19 pandemiją ir jos prevenciją, Lietuvos bei tarptautinių institucijų veiksmus kovoje su pandemija, sveikatos apsaugos sistemos padėtį ir medikų aprūpinimą (žr. 2 lent.). Įrašams apie pandemiją ir jos prevenciją yra būdingas dažnas eilinius visuomenės narius žyminčių daiktavardžių (pvz., visuomenė, asmuo, gyventojas, pilietis, žmogus) vartojimas. Tokiais įrašais prezidentas nuo pat pradžių pabrėžė situacijos rimtumą ir viruso gyventojams keliamą pavojų: „<...> koronavirusas taps rimtu iššūkiu <...> visiems šalies žmonėms“. Situacijos rimtumą prezidentas taip pat pabrėžė pandemiją vadindamas „precedentų neturinčia krize“ bei nuolatos akcentuodamas, kad ji kelia grėsmę visuomenės sveikatai ir saugumui. Kaip atskleidė dar teorinis tyrimas, toks ankstyvas politikos lyderio krizės pripažinimas yra vienas iš sėkmingos krizių komunikacijos požymių (Cabral et al., 2021; Hatcher, 2020), kadangi užduoda toną šalies gyventojams ir gali teigiamai prisidėti prie sėkmingo krizės valdymo.

Komunikuodamas apie COVID-19 pandemiją ir jos prevenciją, Gitanas Nausėda taip pat reguliariai vartojo žodžius „šalis“, „valstybė“ bei „Lietuva“. Šiais savo įrašais prezidentas informavo apie viruso plitimą įvairiose pasaulio šalyse, taip pat viruso aukas: „Pandemija jau rauna gyvybes Lietuvoje“, „Italija šiuo metu išgyvena tikrai tragišką laikotarpį. Koronavirusas <...> šioje šalyje <...> nusinešė daugiau nei 12 000 gyvybių“. Kadangi žinios apie sparčiai plintančią, potencialiai mirtiną ligą gali sąlygoti baimę, nepasitikėjimą mokslu ir valdžios atstovais (Breakwell & Jaspal, 2021; Satici et al., 2020), prezidentas demonstravo empatiją, stengėsi gyventojus nuraminti, ragino juos pasitikėti šioje srityje dirbančiais specialistais ir institucijomis: „Nuraminkite savo artimiausią aplinką – giminaičius, draugus ir bendradarbius: dirbantys specialistai kompetentingi, o institucijos pasirengusios suvaldyti ekstremalią situaciją“. Prezidentas taip pat kvietė gyventojus būti solidariais ir rūpintis artimaisiais bei laikytis prevencinių priemonių: „Todėl raginu visus Lietuvos žmones susitelkti, pasirūpinti savo ir artimųjų sveikata, klausyti oficialių rekomendacijų“; „Likite namuose, įsiklausykite į specialistų žodį ir sudrausminkite tuos, kurie elgiasi neatsakingai“.

COVID-19 krizės komunikacijoje Gitanas Nausėda nemažai dėmesio skyrė Lietuvos bei tarptautinių institucijų veiksmams kovoje su pandemija. Lietuvos institucijų atveju prezidentas informavo apie Vyriausybės sprendimus pandemijai valdyti, tačiau juos vertino gana kontraversiškai. Dalį sprendimų prezidentas palaikė, pabrėždamas jų būtinumą pandemijos valdyme: „<...> sveikinu Vyriausybės nutarimą imtis prevencinių priemonių, nukreiptų prieš koronaviruso sklaidą“; „Palaikau sprendimą Lietuvoje įvesti karantiną. Tai labai skausmingas, bet būtinas žingsnis <...>“. Verta pastebėti, kad prezidentas beveik nekomunikavo apie aktyvesnę savo ir Vyriausybės bendradarbiavimą, apsiribojo paprasčiausiu paramos išsakymu. Kitą dalį Vyriausybės (neapsi)sprendimų prezidentas griežtai kritikavo: „Nepateisinamas toks veiklos būdas, kai iš pradžių

*paskelbiamas vienoks modelis, o <...> jam dar iki galo neįsigaliojus, pradedama jį keisti <...>. Kodėl taip nutiko? Pirmiausia dėl visiškai ydingo požiūrio, kad centrinė valdžia visada viską žino geriau“. Prezidento teigimu, tokie Vyriausybės veiksmai dar labiau gilina sveikatos krizę, kadangi „kelia nereikalingą sumaištį ir griaua piliečių pasitikėjimą“.*

Kalbėdamas apie tarptautinių institucijų veiksmus, Gitanas Nausėda akcentavo bendradarbiavimą su Europos Sąjungos institucijomis. Šiuose įrašuose prezidentas pabrėžė asmeninę lyderystę, pristatydamas dedamas pastangas, iniciatyvas ar veiksmus: „*Asmeniškai dalyvauju, aukščiausiu lygmeniu Europos Vadovų Taryboje koordinuojant Europos Sąjungos atsaką į susidariusią ypatingą situaciją*“; „<...> *Europos Sąjunga turi ryžtingiau vienyti šalis stabdant koronaviruso plitimą – tai akcentavau nuotoliniu būdu organizuotoje Europos Vadovų Tarybos sesijoje*“. Įrašuose prezidentas ypač daug dėmesio skyrė užsienio valstybėse užstrigusių šalies gyventojų grįžimo klausimams, kai dėl karantino užsidarius valstybių sienoms dalis žmonių negalėjo parvykti iš užsienio. Prezidentas aktyviai dalinosi bendradarbiavimo su tarptautinėmis institucijomis, užsienio valstybių lyderiais ir organizacijomis patirtimi, demonstravo lyderystę sprendžiant šias problemas: „*Ką tik telefonu kalbėjau su Lenkijos prezidentu <...>. Jis pažadėjo, kad Lenkija praleis Lietuvos piliečius, siekiančius traukiniu, automobiliais ir autobusais grįžti į Tėvynę*“.

Galiausiai Gitanas Nausėda komunikavo apie sveikatos apsaugos sistemos padėtį ir medikų aprūpinimą. Šiame kontekste prezidentas visų pirma atkreipė dėmesį į problemas, su kuriomis susiduria sveikatos apsaugos sistema pandemijos laikotarpiu: „*Daugelis įstaigų nežino, kaip elgtis šiomis ekstremaliomis aplinkybėmis*“, „*stringa testavimo priemonių logistika*“, „*[t]estavimo priemonės kai kurias gydymo įstaigas pasiekia pagal neaiškius principus*“, „*[i]šlieka ir užsikimšusių testavimo laboratorijų problema*“. Prezidentas pabrėžė, kad medicinos įstaigų ir medikų problemų sprendimas yra esminis šalies prioritetas: „<...> *pagrindiniai prioritetai yra adekvačiai organizuoti medikų aprūpinimą, atkurti būtinausių priemonių tiekimo grandines*“, „*[b]ūtina sutelkti visus pajėgumus – sprendžiant medicininės įrangos poreikį*“. Prezidentas taip pat pabrėžė sveikatos apsaugos ministro atsakomybę šioje srityje: „*Akivaizdu, kad mūsų sveikatos apsaugos ministras turi rūpintis padėti jam tiesiogiai pavaldžiose įstaigose, užtikrinti medikų apsaugą ir tinkamą darbo organizavimą*“.

2020 m. II ir III ketvirčiai. Šiuo laikotarpiu Gitano Nausėdos įrašuose buvo reguliariai vartojami daiktavardžiai „darbas“, „pajamos“, „atlygis“, „atlyginimas“ ir „užmokestis“, rodantys, jog prezidentas pagrindinį dėmesį skyrė ekonominiams COVID-19 pandemijos padariniams ir jų įtakai gyventojams. Prezidentas akcentavo darbdavių ir darbuotojų solidarumo būtinybę, dalinantis krizės padarinių naštą, darbuotojų pajamų išsaugojimo klausimus, atkreipė dėmesį į sudėtingą kultūros srities darbuotojų padėtį, pabrėždamas, kad „*Kūrėjams būtina rasti galimybių dirbti ir užsidirbti arba rasti būdų kompensuoti patirtas ir dar būsimas išlaidas*“. Prezidentas taip pat pristatė savo siūlomas įvairių sričių darbuotojų pajamų išsaugojimo priemones (pvz., laikiną darbo jėgos apmokestinimo mažinimą ir neapmokestinamojo pajamų dydžio kėlimą). Įrašuose taip pat dalintasi įspūdziais iš tarptautinių susitikimų, kuriuose svarstytos kovos su COVID-19 padariniams priemonės, bendradarbiavimas ir parama šalims narėms.

2020 m. IV ketvirtis. Metų pabaigoje prezidentas Gitanas Nausėda informavo gyventojus apie augančius užsikrėtimų koronavirusu skaičius ir pandemijos gilėjimo nešamus iššūkius: „*Mūsų medikai, slaugytojai, visa mūsų sveikatos apsaugos sistema, verslas, švietimas šiandien susiduria su didžiausia įtampa*“. Prezidentas ypač akcentavo medikų ir sveikatos apsaugos sistemos patiriamus iššūkius, komunikavo visuomenei apie valdžios sprendimą griežtinti karantino sąlygas ir tokiu būdu valdyti sveikatos krizę bei jos padarinius. Prezidentas reguliariai kreipėsi į gyventojus, demonstruodamas jiems empatiją, rodydamas, kad yra vienas iš jų, kad kartu kenčia dėl pandemijos: „*Visi pavargome nuo įprasto gyvenimo suvaržymų*“. Tačiau prezidentas taip pat pabrėžė patiems gyventojams tenkančią atsakomybę stabdant viruso plitimą, skatindamas visus sąžiningai laikytis karantino reikalavimų ir akcentuodamas, kad krizę įveikti galima tik veikiant drauge: „*Atsakomybę dėl viruso plitimo visuomenėje turime jausti kiekvienas*“; „*Per šventas Kalėdas dalinkimės viltimi, bendraukime, bet – per nuotolį, likime namuose!*“; „<...> *svarbu sąmoningai ir atsakingai laikytis*



*karantino taisyklių* <...>. Dėl to, kad pergalę pasiekti galime tik visi kartu“. Įrašuose taip pat buvo skiriama dėmesio gyventojų informavimui apie vakcinacijos pradžią bei tarptautinį bendradarbiavimą vakcinų įsigijimo ir kitose kovos su COVID-19 pandemija srityse.

Apibendrinant galima pasakyti, kad atliktas tyrimas išryškino prezidento Gitano Nausėdos 2020 m. pandeminės krizių komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ privalumus ir trūkumus. Remiantis teorine analize, kaip stipriąją komunikacijos pusę galima išskirti ankstyvą prezidento COVID-19 krizės suvokimą ir pripažinimą. Krizę sukėlusį virusą prezidentas nuo pat pradžių pristatė kaip bendrą visos šalies ir pasaulio priešą, o visuomenę – kaip komandą, kuri veikdama vieningai gali šį priešą įveikti. Skleisdamas gana aiškias ir tikslias žinutes, prezidentas informavo gyventojus su pandemija susijusiais klausimais, o demonstruodamas žmogiškumą ir empatiją, skatino gyventojus nepanikuoti ir pačius dalyvauti krizės valdyme, t. y. solidariai laikytis prevencinių priemonių ir karantino reikalavimų. Taigi pagal minėtus bruožus prezidento Gitano Nausėdos komunikacija panašėjo į pasaulyje geriausiomis pripažintų lyderių, pavyzdžiui, Naujosios Zelandijos ministrės pirmininkės Jacindos Arden arba Vokietijos kanclerės Angelos Merkel. Kaip Gitano Nausėdos komunikacijos trūkumus galima minėti tai, kad komunikacija nebuvo pritaikyta socialinių tinklų platformoms, tad žinutės dažnai buvo pernelyg ilgos, talpino daug skirtingos informacijos, kai kurios iš jų buvo nevizualizuotos, o tai galėjo mažinti jų aiškumą. Kitas trūkumas – kad komunikacijoje prezidentas nebendradarbiavo su šalies Vyriausybe, nevengė jos kritikos, kas galėjo mažinti gyventojų pasitikėjimą Vyriausybės pandemijos valdymo sprendimais arba net šių sprendimų atmetimą.

### 3 lentelė. 2021 metų įrašuose dažniausiai naudojami daiktavardžiai, N=28

LAIKOTARPIS	DAŽNIAUSIAI NAUDOJAMI DAIKTAVARDŽIAI
2021 m. I ketvirtis	Vakcina (vakcinacija, vakcinavimas, skiepas, skiepijimas) (53 k.), visuomenė (gyventojas, pilietis, žmogus) (32 k.), ES (21 k.), Lietuva (19 k.), šalies (valstybė) (18 k.), dozė (10 k.), COVID-19 (koronavirusas, virusas) (9 k.), diena (7 k.), mėnesis (7 k.), imunitetas (6 k.)
2021 m. II ketvirtis	Vakcina (vakcinavimas, skiepas, skiepijimas) (22 k.), Lietuva (12 k.), gyventojas (asmuo, žmogus) (11 k.), senjoras (senolis) (7 k.), dozė (6 k.), ES (5 k.), pandemija (5 k.), savanoris (savanorystė, savanoriavimas) (4 k.), COVID-19 (3 k.), galimybė (3 k.)
2021 m. III ketvirtis	Vakcina (vakcinavimas, vakcinacija, skiepas) (5 k.), gyventojas (suaugusysis, žmogus) (5 k.), Lietuva (4 k.), artimasis (brolis, sesuo) (3 k.), šalis (valstybė) (3 k.), tikslas (3 k.), atmaina (Delta) (2 k.), Baltija (1 k.), Europa (1 k.), Klaipėda (1 k.)
2021 m. IV ketvirtis	Artimasis (vaikas, brolis, sesuo, tėvas) (5 k.), COVID-19 (5 k.), vakcina (skiepas) (4 k.), gyvybė (gyvenimas) (3 k.), Lietuva (3 k.), senjoras (senelis) (3 k.), žmogus (gyvasis) (3 k.), diena (2 k.), Estija (2 k.), poveikis (2 k.)

*Pastaba: Lentelėje daiktavardžiai pateikiami vienaskaitos vardininko forma, o jei žodis daugiskaitinis – daugiskaitos vardininko forma. Tačiau prezidento įrašuose buvo sutinkamos įvairios gramatinės formos.*

*Šaltinis: sudaryta autorių.*

2021 m. I-IV ketvirčiai. Daiktavardžių dažnių tyrimas parodė, kad šio laikotarpio prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacija buvo mažiau įvairi, taigi visais ketvirčiais koncentravosi į kovą su pandemija per vakcinas bei masinę vakcinaciją (žr. 2 lent.). Įrašuose buvo nuolatos kartojami žodžiai „vakcina“, „vakcinacija“, „vakcinavimas“, „skiepas“ bei „skiepijimas“. Jais prezidentas gyventojams akcentavo vakcinacijos svarbą, pabrėždamas, kad ji „gelbėja gyvenimus“ ir yra „vienintelis kelias visiškai įveikti COVID-19 pandemiją“. Prezidentas taip pat informavo apie tarptautinį bendradarbiavimą Lietuvai skiriamų vakcinų dozių klausimais, intensyviai ragino visus solidarizuotis kovoje su pandemija ir pasiskiepyti. Skiepu agitacijoje prezidentas drąsino gyventojus asmeniniu pavyzdžiu, dalindamasis savo vakcinacijos patirtimi ir jos įtaka sveikatai: „Pasiskiepijau <...>“, „Praėjus keletui valandų po skiepijimosi vakcina „Astra Zeneca“. Jaučiuosi puikiai“. Svarbu pažymėti, kad ypatingas dėmesys bei empatija skiepu agitacijoje buvo skiriami senjorams, kaip vienai iš labiausiai pažeidžiamų socialinių grupių: „Mieli senjorai, nebijokite – klauskite, išgirskite atsakymus, vakcinuokitės <...>“. Dalyje įrašų taip pat buvo aptariamose vakcinacijos problemos, sąlygos ir statistika.

Taigi 2021 m. Gitano Nausėdos pandeminėje komunikacijoje išryškėjo tiek privalumai, tiek trūkumai. Vertinant privalumus pažymėtina, kad komunikuodamas prezidentas vėlgi suvokė ir pripažino COVID-19 sąlygojamą sveikatos krizę, kaip vienintelį kelią ją įveikti vertino skiepus ir

masinės vakcinaciją. Komunikacijoje naudodamas asmeninį pavyzdį prezidentas rodė gyventojams, kad yra lyderis, ir kad jo žodžiais apie skiepų naudą galima pasitikėti. Prezidento komunikacija buvo santykinai aiški, tiksli, empatiška, skatinanti solidarumą. Vertinant komunikacijos trūkumas pastebima, kad žinutės vėlgi nebuvo pritaikytos socialinių tinklų platformoms, kas galėjo mažinti jų aiškumą, taip pat nedemonstravo bendradarbiavimo su Vyriausybe, kas galėjo rodyti gyventojams valdžios susiskaldymą, skatinti nepasitikėjimą jos priimamais krizės valdymo sprendimais.

4 lentelė. *Prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacijos turinio vertinimas*

KRIZIŲ KOMUNIKACIJOS CHARAKTERISTIKOS	2020 M. LAIKOTARPIS	2021 M. LAIKOTARPIS
Krizės suvokimas ir pripažinimas	+	+
Buvimas matomam, girdimam	-	-
Aiškios ir tikslios žinutės skleidimas	+/-	+/-
Žmogiškumas, empatija ir solidarumas	+	+
Lankstumas	+/-	+/-
Bendradarbiavimas	+/-	+/-

Šaltinis: sudaryta autorių.

Remiantis mokslininkų (Kneuer & Wallaschek, 2022; Liu et al., 2020; Pang, 2021 ir kt.) išskiriamomis efektyvios krizių komunikacijos charakteristikomis, per 2020-2021 m. laikotarpį prezidento Gitano Nausėdos pandeminės krizių komunikacijos stipriosios ir silpnosios savybės išliko nepakitusios (žr. 4 lent). Pagrindiniai koreguotini aspektai išliko komunikacijos intensyvumo ir reguliarumo stoka, lankstumo pritaikant žinutes socialinių tinklų platformoms trūkumas bei menkas bendradarbiavimas su Vyriausybe, komunikuojant COVID-19 pandemijos ir jos valdymo klausimus.

### Išvados

- Tiriamu laikotarpiu „Facebook“ paskyroje prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 tematikos įrašų skaičius varijavo nuo 2 iki 21. Intensyviausiai įrašais dalintasi 2020 m. pirmąjį ir ketvirtąjį, taip pat 2021 m. pirmąjį ketvirčiais. Likusį laikotarpį apsiribota pavienėmis žinutėmis. Remiantis eilės mokslininkų išvalgomis, tokia krizių komunikacija dėl intensyvumo ir reguliarumo stokos, galėjo būti nepakankamai matoma ir lemti menkesnį vaidmenį COVID-19 pandemijos Lietuvoje valdyme.

- Prezidento Gitano Nausėdos krizių komunikacijos turinys buvo labai įvairus ir tiriamu laikotarpiu gana ženkliai keitėsi. 2020 m. komunikacijoje dominavo informacija apie pandemijos mastą, jos sąlygojamas įvairių sričių (sveikatos, socialines, ekonomines) problemas, visuomenės informavimą apie pandemijos valdymui skirtus sprendimus, gyventojų skatinimą laikytis prevencinių priemonių. Tuo tarpu 2021 m. komunikacija daugiausiai koncentravosi į vakcinas ir masinę vakcinaciją.

- Kaip stipriąją komunikacijos pusę galima išskirti ankstyvą prezidento Gitano Nausėdos COVID-19 krizės suvokimą ir pripažinimą. Krizę sukėlusį virusą prezidentas nuo pat pradžių pristatė kaip bendrą visos šalies ir pasaulio priešą, o visuomenę – kaip komandą, kuri veikdama vieningai gali šį priešą įveikti. Komunikuodamas prezidentas skleidė gana aiškias ir tikslias žinutes, demonstruodamas žmogiškumą ir empatiją, bei skatindamas gyventojus napanikuoti ir pačius dalyvauti krizės valdyme. Pagal minėtus bruožus prezidento Gitano Nausėdos komunikacija panašėjo į skleidžiamą pasaulyje geriausiomis pripažintų lyderių.

- Kaip silpnąją prezidento Gitano Nausėdos komunikacijos pusę galima minėti lankstumo pritaikant žinutes socialinių tinklų platformoms stoką. Prezidento žinutės dažnai buvo pernelyg ilgos, talpino daug skirtingų tematikų, kai kurios buvo nevizualizuotos, kas galėjo mažinti žinučių aiškumą ir patrauklumą visuomenėje. Kitas minėtinas aspektas – bendradarbiavimo su Vyriausybe, komunikuojant COVID-19 pandemijos ir jos valdymo klausimus trūkumas bei Vyriausybės kritika, kas galėjo mažinti gyventojų pasitikėjimą Vyriausybe ir jos priimamais krizės valdymo sprendimais ar net skatinti šių sprendimų atmetimą.

## Pastabos

Straipsnis yra parengtas remiantis Ramintos Bičkutės baigiamojo projekto empiriniais duomenimis.

## Literatūra

1. Abraham, T. (2011). Lessons from the pandemic: the need for new tools for risk and outbreak communication. *Emerging Health Threats Journal*, 4(1), 7160. <https://doi.org/10.3402/ehjt.v4i0.7160>
2. Breakwell, G. M., & Jaspal, R. (2021). Identity change, uncertainty and mistrust in relation to fear and risk of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 24(3–4), 335–351. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1864011>
3. Brewer, P. R., & Ley, B. L. (2011). Multiple Exposures: Scientific Controversy, the Media, and Public Responses to Bisphenol A. *Science Communication*, 33(1), 76–97. <https://doi.org/10.1177/1075547010377879>
4. Brunalas, B. (2021). DELFI. Įvertino Lietuvos Užsienio Politiką Pandemijos Metu: Nausėdai Trūksta Aktyvumo, Landsbergiui – Konkrečių Darbų. <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/ivertino-lietuvos-uzsienio-politika-pandemijos-metu-nausedai-truksta-aktyvumo-landsbergiui-konkreciu-darbu.d?id=86368669>
5. Cabral, S., Pongeluppe, L., & Ito, N. (2021). The Disastrous Effects of Leaders in Denial: Evidence from the COVID-19 Crisis in Brazil. *SSRN Electronic Journal*, 1–32. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3836147>
6. Craig, G. (2021). Kindness and Control: The Political Leadership of Jacinda Ardern in the Aotearoa New Zealand COVID-19 Media Conferences. *Journalism and Media*, 2(2), 288–304. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020017>
7. de Clercy, C., & Ferguson, P. (2016). Leadership in Precarious Contexts: Studying Political Leaders after the Global Financial Crisis. *Politics and Governance*, 4(2), 104–114. <https://doi.org/10.17645/pag.v4i2.582>
8. de Villiers, C., & Molinari, M. (2022). How to communicate and use accounting to ensure buy-in from stakeholders: lessons for organizations from governments' COVID-19 strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 35(1), 20–34. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2020-4791>
9. Doughty, H., Wright, J., Verissimo, D., Lee, J. S. H., Oliver, K., & Milner-Gulland, E. J. (2020). Strategic advertising of online news articles as an intervention to influence wildlife product consumers. *Conservation Science and Practice*, 2(10). <https://doi.org/10.1111/esp2.272>
10. Drylie-Carey, L., Sánchez-Castillo, S., & Galán-Cubillo, E. (2020). European leaders unmasked: Covid-19 communication strategy through Twitter. *El Profesional de La Información*, 29(5), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.04>
11. el Baradei, L., Kadry, M., & Ahmed, G. (2021). Governmental Social Media Communication Strategies during the COVID-19 Pandemic: The Case of Egypt. *International Journal of Public Administration*, 44(11–12), 907–919. <https://doi.org/10.1080/01900692.2021.1915729>
12. Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, R. L., Pieterse, A. H., Street, R., Tschoetschel, R., & van Weert, J. (2020). Effective health communication – a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Education and Counseling*, 103(5), 873–876. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.03.027>
13. Friedman, U. (2020). Jacinda Ardern's Leadership Against the Coronavirus. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2020/04/jacinda-ardern-new-zealand-leadership-coronavirus/610237/>
14. Greece, J. C., Kreider, H., & Mayer, E. (2005). Combining Qualitative and Quantitative Methods in Social Inquiry. In B. Somekh & C. Lewin (Eds.), *Research Methods in the Social Sciences* (pp. 274–282). Sage Publications.
15. Grossman, G., Kim, S., Rexer, J. M., & Thirumurthy, H. (2020). Political partisanship influences behavioral responses to governors' recommendations for COVID-19 prevention in the United States. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(39), 24144–24153. <https://doi.org/10.1073/pnas.2007835117>
16. Hafner, C. A., & Sun, T. (2021). The 'team of 5 million': The joint construction of leadership discourse during the Covid-19 pandemic in New Zealand. *Discourse, Context & Media*, 43, 100523. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100523>
17. Hatcher, W. (2020). A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic. *The American Review of Public Administration*, 50(6–7), 614–620. <https://doi.org/10.1177/0275074020941734>
18. Jaworska, S. (2021). Competence and collectivity: The discourse of Angela Merkel's media communications during the first wave of the pandemic. *Discourse, Context & Media*, 42, 100506. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100506>
19. Kaur, M., Verma, R., & Otoo, F. N. K. (2021). Emotions in leader's crisis communication: Twitter sentiment analysis during COVID-19 outbreak. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 31(1–4), 362–372. <https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1829239>

20. Kneuer, M., & Wallaschek, S. (2022). Framing COVID-19: Public Leadership and Crisis Communication By Chancellor Angela Merkel During the Pandemic in 2020. *German Politics*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/09644008.2022.2028140>
21. Lawton, L. (2013). Public health and crisis leadership in the 21st century. *Perspectives in Public Health*, 133(3), 144–145. <https://doi.org/10.1177/1757913913488469>
22. Lilleker, D., Coman, I. A., Gregor, M., & Novelli, E. (2021). *Political Communication and COVID-19: Governance and Rhetoric in Times of Crisis*. Routledge.
23. Limaye, R. J., Sauer, M., Ali, J., Bernstein, J., Wahl, B., Barnhill, A., & Labrique, A. (2020). Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world. *The Lancet Digital Health*, 2(6), e277–e278. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4)
24. Liu, B. F., Iles, I. A., & Herovic, E. (2020). Leadership under Fire: How Governments Manage Crisis Communication. *Communication Studies*, 71(1), 128–147. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1683593>
25. Mandl, B. J., & Reis, B. Y. (2022). The language of crisis: spatiotemporal effects of COVID-19 pandemic dynamics on health crisis communications by political leaders. *Npj Digital Medicine*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.1038/s41746-021-00554-w>
26. McChesney, K., & Aldridge, J. (2019). Weaving an interpretivist stance throughout mixed methods research. *International Journal of Research & Method in Education*, 42(3), 225–238. <https://doi.org/10.1080/1743727X.2019.1590811>
27. McGuire, D., Cunningham, J. E. A., Reynolds, K., & Matthews-Smith, G. (2020). Beating the virus: an examination of the crisis communication approach taken by New Zealand Prime Minister Jacinda Ardern during the Covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4), 361–379. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1779543>
28. McHugh, M. L. (2012). Interrater reliability: the kappa statistic. *Biochemia Medica*, 22(3), 276–282. <https://doi.org/10.11613/BM.2012.031>
29. Medina, R. Z., & Diaz, J. C. L. (2016). Social Media Use in Crisis Communication Management: An Opportunity for Local Communities? In M. Z. Sobaci (Ed.), *Social Media and Local Governments* (pp. 321–335). Springer.
30. Newton, K. (2020). Government Communications, Political Trust and Compliant Social Behaviour: The Politics of Covid-19 in Britain. *The Political Quarterly*, 91(3), 502–513. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12901>
31. Nørgaard-Kristensen, N., & Mortensen, M. (2021). ‘Don’t panic people! Trump will tweet the virus away’: memes contesting and confirming populist political leaders during the COVID-19 crisis.’ *Information, Communication & Society*, 24(16), 2442–2458. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1972127>
32. Orgad, S., Lemish, D., Rahali, M., & Floegel, D. (2021). Representations of migration in U.K. and U.S. children’s picture books in the Trump and Brexit era. *Journal of Children and Media*, 15(4), 549–567. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1882517>
33. Pang, L. L. (2021). Leadership and Crisis Communication During Covid-19: The Case of Brunei Darussalam. *Policy & Governance Review*, 5(2), 97. <https://doi.org/10.30589/pgr.v5i2.388>
34. Radka, K., Wyeth, E. H., & Derrett, S. (2022). A qualitative study of living through the first New Zealand COVID-19 lockdown: Affordances, positive outcomes, and reflections. *Preventive Medicine Reports*, 26, 101725. <https://doi.org/10.1016/J.PMEDR.2022.101725>
35. Rufai, S. R., & Bunce, C. (2020). World leaders’ usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of Public Health*, 42(3), 510–516. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa049>
36. Satici, B., Saricali, M., Satici, S. A., & Griffiths, M. D. (2020). Intolerance of Uncertainty and Mental Wellbeing: Serial Mediation by Rumination and Fear of COVID-19. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1–12. <https://doi.org/10.1007/S11469-020-00305-0/TABLES/3>
37. Seijts, G., de Clercy, C., & Miller, R. (2022). Character and Trust in Crisis Leadership: Probing the Relationships Among Character, Identification-Based Trust, and Perceptions of Effectiveness in Political Leadership During the COVID-19 Pandemic. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 002188632211106. <https://doi.org/10.1177/00218863221110627>
38. Sun, W. (2021). Introduction to the Special Issue: “Media and Communication during the COVID-19 (Coronavirus) Pandemic.” *Howard Journal of Communications*, 32(5), 415–420. <https://doi.org/10.1080/10646175.2021.1966857>
39. Tracevičiūtė, R. (2020). 15min.lt. Koronaviruso Krizė: Kodėl G.Nausėda – Ne Priešakinėse Linijose? <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/koronaviruso-krizes-akivaizdoje-kodel-g-nauseda-ne-priesakinese-linijose-56-1293534>
40. Watkins, D., & Walker, S. (2021). Leadership Crisis Communication During the Pandemic of 2020. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 18(1). <https://doi.org/10.33423/jlae.v18i1.4003>
41. Watkins, D. v., & Clevenger, A. D. (2021). US Political Leadership and Crisis Communication During COVID-19. *Cogent Social Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1901365>

42. Waylen, G. (2021). Gendering political leadership: hypermasculine leadership and Covid-19. *Journal of European Public Policy*, 28(8), 1153–1173. <https://doi.org/10.1080/13501763.2021.1942160>
43. Weathered, J. L. (2017). Framing Child Sexual Abuse: A Longitudinal Content Analysis of Newspaper and Television Coverage, 2002–2012. *Journal of Child Sexual Abuse*, 26(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/10538712.2016.1257528>
44. Wodak, R. (2021). Crisis communication and crisis management during COVID-19. *Global Discourse*, 11(3), 329–353. <https://doi.org/10.1332/204378921X16100431230102>
45. Zhou, C., Zhao, Q., & Lu, W. (2015). Impact of Repeated Exposures on Information Spreading in Social Networks. *PLoS One*, 10(10), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0140556>

Jurgita Jurkevičienė, Raminta Bičkutė

## Political Leader Crisis Communication on Social Networks during the COVID-19 Pandemic

### Summary

Effective crisis communication by a political leader can be significant in managing a pandemic situation. In this article, we examine Lithuanian President Gitanas Nausėda's crisis communication on the social network Facebook during the COVID-19 pandemic. We use a mixed content analysis method to analyse the posts published on the president's account between 2020 and 2021. Our research showed that Gitanas Nausėda recognised the health crisis caused by COVID-19 early and spread clear and empathetic messages that calmed residents and informed them on how to behave during the pandemic. However, due to the low frequency, the president's communication was barely seen and heard. In addition, there was no cooperation with the national government in the crisis communication. These factors may have led to a relatively small president's crisis communication role in the COVID-19 pandemic management in Lithuania.

*Dr. Jurgita Jurkevičienė*, vyr. mokslo darbuotoja, lektorė, Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas.

El. paštas: [jurgita.jurkeviciene@ktu.lt](mailto:jurgita.jurkeviciene@ktu.lt)

*Raminta Bičkutė*, komunikacijos ir informacijos valdymo technologijų studijų programos absolventė, Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas.

El. paštas: [raminta.bickute@ktu.edu](mailto:raminta.bickute@ktu.edu)

*Dr Jurgita Jurkevičienė*, researcher and lecturer, Kaunas University of Technology, Faculty of Social Sciences Arts and Humanities.

E-mail: [jurgita.jurkeviciene@ktu.lt](mailto:jurgita.jurkeviciene@ktu.lt)

*Raminta Bičkutė*, Graduate in Communication and Information Management Technologies, Kaunas University of Technology, Faculty of Social Sciences Arts and Humanities.

E-mail: [raminta.bickute@ktu.edu](mailto:raminta.bickute@ktu.edu)

