

Ar žiniasklaidos vartojimas skatina dalyvauti politiniuose veiksmuose Lietuvoje?

JŪRATĖ IMBRASAITĖ

Vytauto Didžiojo universitetas

Santrauka. *Demokratinėse šalyse žiniasklaida yra tarpinė tarp visuomenės ir valdžios institucijų. Žiniasklaidos priemonėmis skleidžiama informacija turėtų garantuoti minimalų visuomenės politinių žinių lygį ir užtikrinti prasmingą balsavimą, dalyvavimą organizacijų veikloje ir protesto akcijose. Šio straipsnio tikslas – išsiaiškinti, koks tradicinių žiniasklaidos formų ir naršymo internete poveikis dalyvavimui politiniuose veiksmuose. Išanalizavus Lietuvos gyventojų apklausų duomenis straipsnyje daromos išvados, kad Lietuvos piliečių politinės žinios labiausiai priklauso nuo domėjimosi kriminaliniais įvykiais žiniasklaidoje, lyties ir išsilavinimo. Politinės žinios turi tiesioginį poveikį balsavimui ir pinigų aukojimui, sumažindamos dalyvavimo rinkimuose, pinigų aukojimo ir 2 proc. pajamų mokesčio skyrimo organizacijoms kaštus. Politinės žinios yra tarpinis kintamasis tarp radijo laidų klausymosi dažnumo, dalyvavimo rinkimuose ir pinigų aukojimo.*

Reikšminiai žodžiai: *tradicinės žiniasklaidos priemonės, internetas, politiniai veiksmai.*

Įvadas

Parama valdžios institucijoms ir piliečių dalyvavimas valstybės valdymo procese yra esminė demokratijos funkcionavimo ir stabilumo užtikrinimo sąlyga. Vis dėlto pernelyg aukštas pasitikėjimas valdžios institucijomis kenkia demokratijai, nes skatina politinę apatiją, budrumo ir valdžios kontrolės sumažėjimą, o pasitikėjimo valdžios institucijomis stoka gali skatinti pilietinės visuomenės dezintegraciją (Mishler, Rose 1997). Naujosiose demokrati-jose reikia ne tik pasitikinčių valdžios institucijomis, bet ir skeptiškai mąstančių piliečių, kurie, esant poreikiui, gali aktyviai imtis valdžios institucijų kontrolės, liovęsi pasitikėti jomis (Mishler, Rose 1996; 1997).

Demokratinėse visuomenėse žiniasklaidos priemonės atlieka tarpinio vaidmenį tarp piliečių ir valdžios institucijų. Mokslininkai neturi vieningos nuomonės apie žiniasklaidos vartojimo poveikį demokratijos rėmimui ir dalyvavimui politiniuose veiksmuose. Vieni autoriai (Putnam 2000) teigia,

kad žema žiniasklaidos pateikiamos informacijos kokybė, nevaldomas pramoginių laidų srautas lemia prastesnes politines visuomenės žinias ir mažesnę dalyvavimą organizacinėse struktūrose. Kiti autoriai (Norris 2001; Schudson 2003) nurodo, kad visuomenės informavimo priemonės atlieka politinio mokymo funkciją. Pippas Norris (1999) teigimu, respondentai, kurie dažniau žiūrėjo televizijos naujienas ir visuomenines laidas apie bendruomenių reikalus, turėjo daugiau žinių už mažiau žiūrėjusiuosius. „Žurnalistai gali išugdyti auditorijos poreikį patikimiems, giluminiais naujienų reportažams, analizei ir komentarams“, tačiau tai yra ilgas darbas (Schudson, 2003, 126). Visuomenės informavimo priemonių poveikį piliečių politinių žinių lygiui sunku pagrįsti. Nors faktines piliečių politines žinias galima nustatyti užduodant klausimus su teisingais ir neteisingais atsakymais, nereiktų pamiršti, kad žiniasklaidoje pateikiamų įvykių suvokimas priklauso nuo individo kognityvių įgūdžių (Milner 2002).

Šio straipsnio tikslas – išsiaiškinti, koks yra tradicinių žiniasklaidos formų ir naršymo internete poveikis dalyvavimui politiniuose veiksmuose.

Žiniasklaida ir sociokultūrinė kaita šiulaikiniuose demokratijose

Žiniasklaidos skleidžiama informacija turėtų garantuoti minimalų visuomenės politinių žinių lygį, užtikrindama prasmingą piliečių dalyvavimą rinkimuose. Vis dėlto normatyvinis demokratijos idealas atrodo gerokai nutolęs nuo realios situacijos. Šiulaikinei žiniasklaidai būdinga komercializacija ir intensyvi konkurencija tarp skirtingų jos formų ir žanrų (Dahlgren 2009; Balčytienė, Juraitė 2009; Balčytienė 2012, Balčytienė et al. 2012). Kai ekonominiai interesai tampa vis svarbesni, pažeidžiama pusiausvra tarp viešosios atsakomybės ir privataus pelno, kylanti iš dvilypės žiniasklaidos prigimties (Dahlgren 2009). „Viena vertus, ji [žiniasklaida] turi pareigų ir įsipareigojimų visuomenei tenkinant vadinamąjį visuomeninį interesą; kita vertus, ji turi gauti pelno, kad galėtų sėkmingai išsilaikyti“ (Nevinskaitė 2006a, 181). Pelno siekimas formuoja pavojingus socialinius santykius tarp verslo, valdžios institucijų, žiniasklaidos ir piliečių. Dėl vis artimesnių ryšių su ekonominiu ir politiniu elitu žiniasklaidai gresia šališkumas (Bielinis 2005). Žiniasklaidos koncentracija, didelių kompanijų atsiradimas provokuoja neigiamą poveikį kritinei žurnalistikai, nes žurnalistai gali vengti kompanijos interesus pažeidžiančių temų (Dahlgren 2009). Kritinės žurnalistikos nykimas lemtų piliečių bejėgiškumą santykiuose su politiniu ir ekonominiu elitu, nes piliečiams trūksta žinių apie tai, kas vyksta politikoje. „Žurnalistika visada turėjo savo (būtinus) kritikus, bet šiomis kintamomis

aplinkybėmis, kaip teigia patys žurnalistai, ji tampa demoralizuota ir bejėgė“ (Dahlgren 2009, 42).

Konkurencijos dėl auditorijų išraiška – žiniasklaidos bulvarėjimas, todėl žiniasklaidoje didėja skandalų, pramogų ir reklamos lyginamasis svoris ir mažėja informacijos apie viešuosius reikalus. Colinas Sparksas (2000) įvardija keletą spaudos ir televizijos naujienų bulvarėjimo bruožų: daug dėmesio skiriama skandalams ir pramogoms, pokalbiai diskusijų laidose darosi vulgarūs arba ne visiškai adekvatūs. Konkuruodamos dėl reklamos pelnų visuomenės informavimo priemonės siekia patraukti auditorijos dėmesį „skandalais, supaprastinimais ir perdėjimais“ arba „istorijomis apie nusikaltimus, nelaimingus atsitikimus ir stichines nelaimes“ (Milner 2002, 94). Peterio Dahlgreno (2009, 35) manymu, visuomenės informacijos priemonės „užtvindo mus /.../ informacija, kuri akivaizdžiai nėra pilietinė“. Televizijos naujienų vizuali srovė patraukia auditorijos dėmesį naratyvu, personifikacija ir spektakliu, kurio pagrindiniai veikėjai dažniausiai yra valdžios ir verslo atstovai (Dahlgren 2009). Piliečių vaidmuo televizijos naujienose apsiriboja nepasitenkinimo, baimės, pykčio ir kitų emocijų išraiškomis arba pasyviu stebėjimu (Dahlgren 2009).

Naujosios technologijos ir paraleliai vykstanti sociokultūrinė kaita skatina informacijos pasirinkimo įvairovę ir auditorijos fragmentaciją. Auditorija tampa mobilesne ir neaiški, todėl sunku nustatyti, kiek dėmesio žiniasklaidoje pateiktai informacijai skiria įvairios socialinės grupės (Dahlgren 2009). Daugumoje Europos šalių, ypač tarp jaunimo, populiarėja vizuali žiniasklaida, todėl mažėja skaitančiosios auditorijos dalis (Pasek et al. 2006).

Žiniasklaidos vartojimas, politinės žinios ir demokratijos rėmimas

Daugelyje šiuolaikinių studijų pabrėžiama, kad įvairios visuomenės informavimo priemonės daro skirtingą poveikį politinių žinių lygiui (Delli Carpini, Keeter 1996). Tyrimai atskleidžia neigiamas koreliacijas tarp televizijos naujienų ir diskusijų apie viešuosius reikalus žiūrėjimo bei politinių žinių. „Kuo daugiau žmonės žiūri [televiziją], tuo mažiau jie išmano apie politiką“ (Newton 1999, 592). Žmonės, sekantys televizijos naujienas per rinkimus, daugiau kalba apie kandidatų asmenines savybes ir jų gyvenimo istorijas, o ne apie užimamas pozicijas einamosios politikos klausimais (Sanders 1998). Tyrinėtojų nuomone, televizijos naujienų formatas ir žinių pateikimas nėra palankus politiniam mokymuisi. Televizijos naujienose pateikiama informacija paviršutiniškesnė negu dienraščiuose (Newton 1997; 1999). Vizualusis

televizijos naujienų elementas gali būti laikomas blaškančiu, nes, sekdami vizualią tėkmę, žiūrovai kreipia mažiau dėmesio į esminę verbalinę informaciją (Robinson, Levi 1986). Žiūrėdami televiziją, skirtingai negu skaitydami dienraščius, individai negali kontroliuoti tempo, kuriuo ekrane pateikiamos naujienos (Moy ir kt. 2005). Televizijos žiūrėjimas gali būti reliatyviai pasyvi veikla, reikalaujanti mažos dėmesio koncentracijos ir minimalių kognityvių pastangų (Kubey, Czikszenmihaly 1990).

Henry's Milneris (2002) daro prielaidą, kad komercinių televizijos kanalų dominavimas valstybinių kanalų atžvilgiu kai kuriose šalyse gali lemti visuomenės dėmesio nacionalinėms ir tarptautinėms naujienoms mažėjimą. Analizuodamas rinkėjų žinių ir televizijos žiūrėjimo santykį tradicinėse demokratijose Europoje, JAV ir Kanadoje H. Milneris (2002) nustatė, kad Švedijos rinkėjai, žiūrintys televizijos naujienas per valstybinius kanalus, turi daugiau politinių žinių už tuos, kurie stebi naujienas per komercinius kanalus. Valstybiniai kanalai dažniau pateikia rinkėjams „esmines problemų istorijas, negu privatūs kanalai“ (Milner 2002, 96). Anot H. Milnerio (2002, 94), televizija yra „veiksminga apgaulingų teiginių perdavimo priemonė“. Atkurdami televizijos perteikiamas prasmes žiūrovai gali „patekti į spąstus“, jeigu bus linkę manyti, kad tuo pačiu metu ir toje pačioje erdvėje transliuotos informacijos dalys yra logiškai susijusios (Boney 1993 iš Milner 2002). Politiką mažiau išmanantys rinkėjai rečiau pastebi, kad reklamoje trūksta dalies informacijos, reikalingos reklamos siūlomai išvadai padaryti (Boney 1993 iš Milner 2002). „Neturėdami šios informacijos tuštumą jie užpildo sava, labiausiai tinkama pagal reklamos scenarijų interpretacija“, kuri sukuriamą „panaudojant nuotaiką sužadinančią muziką, patrauklius vaizdinius, žodžius, montažą, argumentų struktūrą ir daug kitų veiksnių“ (Boney 1993, 6–11 iš Milner 2002).

Pasak komercinės televizijos kritikų, „kartu su komercine TV užaugusi karta yra imlesnė slaptiems TV reklamos teiginiams, nes prasčiau geba atskirti informaciją nuo pramogos, naujienas nuo paskalų, faktus nuo pagaidaujamo mąstymo (Milner 2001, 98). Komercinės televizijos žiūrėjimas neigiamai veikia politinį raštingumą, dalyvavimą pilietinėse organizacijose, nes mažiau gilinamasi į kitus informacijos šaltinius, pavyzdžiui, spausdintą žiniasklaidą (Putnam 2000; Milner 2002). Kita vertus, didėjanti konkurencija visuomenės informavimo pramonėje priverčia dienraščius teikti žinias paviršutiniškiau. Anot Patricios Moy ir kt. (2005), puikus žiniasklaidos bulvarėjimo pavyzdys yra spartus nemokamų dienraščių išplitimas. Kennethas Newtonas (1999) nurodo, kad Didžiosios Britanijos bulvarinės spaudos skaitytojai turėjo beveik tiek pat žinių, kiek neskaitantieji laikraščius.

Komercinės žiniasklaidos šalininkai laikosi požiūrio, kad vartotojams pateikiama jų norus atitinkanti informacija, tačiau tyrimai atskleidžia, kad

žmonės visuomenės informavimo paprastai nelaiko verslu ir turi normatyvinius lūkesčius žiniasklaidos kokybei (Milner 2002).

Atsiradus galimybėms informacijos paieškai internete buvo tikima, kad politinių žinių skirtumai tarp įvairių socialinių grupių sumažės. Tačiau tyrimai neturi vieningos nuomonės apie naršymo internete poveikį politinių žinių skirtumams sumažinti tarp įvairių socialinių grupių. Vienų autorių manymu, internetas gali užtikrinti naujausios informacijos gavimą ir sumažinti tradicinių naujienų vartojimo nelygybę visuomenėje (Dahlgren 2009; Golding 2000), kitų nuomone – internetas papildo tradicines žiniasklaidos priemones, bet jų nepakeičia (Norris 2001). Kasdien naršantieji internete mažiau laiko praleidžia žiūrėdami televizorių, tačiau tai turi tik menką poveikį televizijos naujienų ir aktualijų žiūrėjimo trukmei (Norris 2001; Aalberg et al. 2013).

Tyrimai atskleidžia stiprias koreliacijas tarp individo socialinės klasės ir naršymo internete ar laikraščių skaitymo (Chan, Goldthorpe 2007; Elvestad, Blekesaune 2008; Aalberg et al. 2013). Televizijos žiūrėjimas, atvirkščiai, neturi ryšio su socialine klase. Per televiziją sklaidžiama informacija gali būti priimtinesnė mažai socioekonominių išteklių turintiems asmenims, nes žemas socioekonominių išteklių lygis gali lemti prastesnius kognityvius gebėjimus (Moy ir kt. 2005). Žemo išsilavinimo lygio individui gali būti sunku suprasti dienraščiuose pateikiamą informaciją, nes dienraščių skaitymas yra prasmingas tik turint minimalių politikos žinių (Moy ir kt. 2005). Labiau išsimokslinusiems skaitytojams anksčiau įgytos žinios padeda geriau suprasti dienraščiuose ir interneto puslapiuose pateikiamą informaciją. Naudojant informaciją individo gebėjimas gauti žinių stiprėja, todėl gilėja takoskyra tarp skirtingo statuso grupių (Moy ir kt. 2005). Kai kurių tyrimų duomenimis, išsilavinimo ir žinių santykis yra silpnesnis tarp aktyvių dienraščių skaitytojų negu tarp mažiau dienraščius skaitančių piliečių (Eveland, Scheufele 2000; Fraile 2011). Dienraščių skaitymas, priešingai nei televizijos žiūrėjimas, sumažina žinių skirtumus tarp nevienodo išsilavinimo žmonių (Fraile 2011).

Net ir turėdami gebėjimų ir galimybes gauti politinę informaciją kai kurie piliečiai gali pritrūkti motyvacijos domėtis politiniais reikalais žiniasklaidoje. Jauni žmonės mažiau domisi politika negu vyresnieji (Inglehart, 1977, 1990, 1997; Inglehart, Baker 2000; Inglehart, Welzer 2005). Jie dažniau naršo internete ir rečiau naudoja tradicines žiniasklaidos priemones, tarp jų ir televiziją (Aalberg et al. 2013; Tapscot 2009).

Daugelio tyrimų rezultatai atskleidžia, kad žinios apie politines institucijas, gautos per informacijos priemones, daro poveikį politiniam pasitikėjimui ir dalyvavimui politiniuose procesuose (Moy, Pfau 2000). Politinės žinios yra tarpinis kintamasis tarp žiniasklaidos vartojimo, pasitikėjimo institucijomis ir dalyvavimo politikoje (Moy ir kt. 2005). Analizuodami žiniasklaidos įtaką

politiniam pasitikėjimui ir piliečių dalyvavimui mokslininkai nurodo skirtingas žiniasklaidos poveikio priežastis. Vienu mokslininkų (Patterson 1993) teigimu, negatyvumo lygis informacijos priemonėse mažina politinio pasitikėjimo lygį, o pasak kitų (Robinson, Levi 1986), televizijos naujienų formatas, smarkiai apribodamas perduodamą informaciją, sudaro įspūdį, kad valdžios institucijų veikla eiliniams piliečiams sunkiai suprantama.

Daugiau politinių žinių turintys individai aktyviau dalyvauja rinkimuose ir kituose politiniuose procesuose (Verba, Brady, Scholzman 1995). Aukštesnis politinių žinių lygis lemia aktyvesnę įsitraukimą į politinius veiksmus, nes politinės žinios sumažina dalyvavimo kaštus (Verba et al. 1995). Be to, daugiau informacijos turintys piliečiai labiau linkę organizuotis ir dalyvauti kolektyviniuose veiksmuose (Rosenstone, Hansen 1993). Faktinė informacija apie konkrečius politinius įvykius formuoja intensyvesnę požiūrį ir skatina dalyvauti individo įsitikinimus atitinkančioje veikloje (Moy ir kt. 2005). Institucinės žinios apie politinę sistemą ir jos sąrangą padeda susidaryti pilietines nuostatas ir pagal jas elgtis (Delli Carpini, Keeter 1996).

Tyrimo metodologija

Straipsnyje atliekama tyrimo „Valdžios institucijų suvokimas ir politiniai veiksmai Lietuvoje – parama demokratijai ar masinis protestas?“, kurį finansavo Lietuvos mokslo taryba (sutarties Nr. SIN-12/2010), duomenų analizė. Reprezentatyvią visų Lietuvos gyventojų apklausą atliko „Socialinių tyrimų centras“.

Respondentai tyrimui buvo atrinkami naudojant daugiapakopę atsitiktinę atranką. Apklausos imties reprezentatyvumo svoriai buvo apskaičiuoti pagal Statistikos departamento duomenis, kad atitiktų pasiskirstymus pagal lytį, amžių ir regioną. Pirmame etape buvo atliekamas geografinis atrankos paskirstymas. Geografiškai atranka proporcijomis atitinka bendras gyventojų proporcijas pavieniuose regionuose. Antrajame etape iš LR Statistikos departamento Gyventojų registro duomenų bazės atsitiktiniu būdu pasirenkami pirminiai atrankos punktai, t. y. adresai, nuo kurių pradedamas atrankos maršrutas. Buvo išskirta 118 pradinųjų atrankos punktų 10 apskričių (Alytaus, Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos ir Vilniaus), vėliau atrinkti namų ūkiai, kuriuose bus apklausiami respondentai. Atranka buvo atliekama naudojant maršrutinės atrankos metodą t. y. einant nuo pradinio atrankos punkto aplankomas kas antras miesto arba vietovės butas. Tolesniame etape, naudojantis „jauniausio vyro“ taisykle, buvo atrinkamas konkretus respondentas, kurio prašoma dalyvauti apklausoje. Respondentai tyrimui pasirinkti naudojant daugiapakopę

atsitiktinę atranką. Iš viso apklausoje dalyvavo 1046 respondentai, kurių amžius nuo 18 metų ir vyresni.

Anketinė apklausa atlikta tiesiogiai, žodinio interviu būdu. Apklausa buvo vykdoma CAPI metodu (pasitelkus kompiuterį), todėl duomenų surinkėjas pažymėdavo respondentui tinkamą atsakymą. Standartizuotas klausimynas respondentams buvo pateiktas lietuvių kalba. Telefoninės kontrolės metu patikrinta 20 proc. visų interviu.

Straipsnyje analizuojami 2005 m. rugpjūčio–rugsėjo mėn. Pilietinės visuomenės instituto užsakymu „Baltijos tyrimų“ atliktos apklausos „Vertybės 2005“, kuriose dalyvavo 1010 respondentų, duomenys.

Žiniasklaidos vartojimo įtaka piliečių dalyvavimui politikoje Lietuvoje: empiriniai rezultatai

2005–2010 m. laikotarpiu Lietuvoje kaip ir kitose demokratinėse šalyse sumažėjo dienraščių skaitymas ir išplito naršymas internete (žr. 1 lentelę). Daugiausia Lietuvos piliečių žiūri politines ir visuomenines televizijos laidas lietuvių (93,6 proc.) ar rusų kalbomis (53,0 proc.) ir naršo interneto puslapiuose lietuvių kalba (58,6 proc.), (žr. 2 lentelę). Televizijos laidas apie politinius ir visuomeninius įvykius anglų kalba žiūri tik 16,8 proc., o lenkų kalba – 8,9 proc. visų Lietuvos gyventojų. Maždaug ketvirtadalis Lietuvos gyventojų naršo interneto puslapiuose rusų (25,7 proc.) ir anglų (26,4 proc.) kalbomis.

1 LENTELĖ. ŽINIASKLAIDOS VARTOJIMO DINAMIKA 2005–2010 M.

	2005 m.				2010 m.			
	Vartojo vakar, proc.	Vartojo praeitą savaitę, proc.	Nevartojo praeitą savaitę, proc.	Iš viso (N)	Vartojo vakar, proc.	Vartojo praeitą savaitę, proc.	Nevartojo praeitą savaitę, proc.	Iš viso (N)
Dienraščiai	50,9	29,2	20,0	100 (982)	46,9	28,2	24,9	100 (1011)
Radio naujienos	82,7	11,7	5,6	100 (999)	61,1	17,5	21,3	100 (1003)
TV naujienos					88,5	7,7	3,8	100 (1039)
Žurnalai	16,6	29,6	53,9	100 (965)	21,1	30,5	48,5	100 (949)
Radio laidos	78,9	13,7	7,4	100 (990)	61,7	18,5	19,7	100 (993)

>

>	2005 m.				2010 m.			
	Vartojo vakar, proc.	Vartojo praeitą savaitę, proc.	Nevartojo praeitą savaitę, proc.	Iš viso (N)	Vartojo vakar, proc.	Vartojo praeitą savaitę, proc.	Nevartojo praeitą savaitę, proc.	Iš viso (N)
Knygos	12,4	22,6	65,0	100 (964)	21,3	20,5	58,2	100 (914)
Internetas	22,8	14,4	62,8	100 (968)	54,6	9,6	35,8	100 (892)
Pokalbiai	46,1	33,8	20,1	100 (981)	63,9	26,7	9,4	100 (1015)

Vertybės 2005 m. (N=1010), Valpora 2010 m. (N=1046)

2 LENTELĖ. POLITINIŲ IR VISUOMENINIŲ TELEVIZIJOS LAIDŲ ŽIŪRĖJIMO IR NARŠYMO INTERNETO PUSLAPIUOSE SKIRTINGOMIS KALBOMIS DAŽNIAI

	Kasdien, proc.	Kartą ar kelis kartus per savaitę, proc.	Kartą per mėnesį, proc.	Niekada, proc.	Iš viso, proc. (N)
TV laidos lietuvių kalba	63,9	24,9	4,9	6,4	100 (1046)
TV laidos rusų kalba	19,7	24,8	8,5	47,0	100 (1046)
TV laidos anglų kalba	1,7	8,3	6,8	83,2	100 (1046)
TV laidos lenkų kalba	1,1	4,3	3,5	91,1	100 (1046)
TV laidos kita Europos kalba	0,4	1,9	2,4	95,3	100 (1046)
Internetas lietuvių kalba	43,1	13,0	2,5	41,4	100 (1046)
Internetas rusų kalba	6,5	11,9	7,4	74,3	100 (1046)
Internetas anglų kalba	9,6	12,0	4,9	73,6	100 (1046)
Internetas lenkų kalba	0,4	0,6	1,2	97,8	100 (1046)
Internetas kita Europos kalba	0,6	2,0	1,6	95,8	100 (1046)

Išanalizavus koreliacijas tarp tradicinės žiniasklaidos vartojimo ir naršymo interneto puslapiuose galima teigti, kad Lietuvoje egzistuoja takoskyra tarp tradicinių žiniasklaidos priemonių ir interneto vartotojų (žr. 3 lentelę), kuriai mūsų šalyje, kaip ir kitose buvusio sovietinio bloko valstybėse, gali turėti įtakos anglų ir rusų kalbų žinių lygio skirtumai tarp jaunesnės ir vyresnės kartos. Respondentai, vartojantys tradicinės žiniasklaidos priemones, gana retai naršo interneto puslapiuose lietuvių, rusų ar anglų kalbomis. Respondentai, naršantys interneto puslapiuose lietuvių kalba, lyginant su tradicinių

žiniasklaidos priemonių vartotojais, dažniau naršo interneto puslapiuose rusų ir anglų kalbomis, bet rečiau žiūri televizijos laidas lietuvių kalba, o dažniau – televizijos laidas anglų kalba.

3 LENTELĖ. KORELIACIJOS TARP TRADICINĖS ŽINIASKLAIDOS VARTOJIMO IR NARŠYMO INTERNETE

	Dienraščiai	TV lietuvių kalba	TV anglų kalba	TV rusų kalba	TV lenkų kalba	Radio naujienos	Radio laidos	Žurnalai	Knygos	Internetas LT	Internetas anglų kalba	Internetas rusų kalba	Internetas lenkų kalba
Dienraščiai	–	,249**	,030	,166**	,094**	,282**	,223**	,349**	,118**	–,002	–,081**	–,014	–,036
TV lietuvių kalba	,249**	–	,054	,225**	,060**	,249**	,235**	,097**	–,039	–,137**	–,218**	–,116**	–,054
TV anglų kalba	,030	,054	–	,162**	,196**	–,036	–,046	,128**	,177**	,273**	,440**	,201**	,099**
TV rusų kalba	,166**	,225**	,162**	–	,294**	,068*	,057*	,091**	,058*	–,038	–,093**	,213**	,050
TV lenkų kalba	,094**	,060*	,196**	,294**	–	,031	,040	,029	,033	–,044	,007	,114**	,293**
Radio naujienos	,282**	,249**	–,036	,068*	,031	–	,778**	,166**	,052	–,097**	–,171**	–,068*	–,031
Radio laidos	,223**	,235**	–,046	,057*	,040	–	,778**	,164**	,065*	–,086**	–,180**	–,071*	–,050
Žurnalai	,349**	,097**	,128**	,091**	,029	,166**	,164**	–	,266**	,149**	,056	,039	,034
Knygos	,118**	–,039	,177**	,058*	,033	,052	,065*	,266**	–	,137**	,149**	,106**	,026
Interneto puslapiai LT	,149**	–,137**	,273**	–,038	–,044	–,097**	–,086**	,149**	,137**	–	,499**	,423**	,104**
Internetas anglų kalba	–,081**	–,218**	,440**	–,093**	,007	–,171**	–,180**	,056	,146**	,499**	–	,366**	,159**
Internetas rusų kalba	–,014	–,116**	,201**	,213**	,114**	–,068*	–,071*	,039	,106**	,423**	,366**	–	,235**
Internetas lenkų kalba	–,036	–,054	,099**	,050	,293**	–,031	–,050	,034	,026	,104**	,159**	,235**	–

Kendallo tau, *** p = 0,000; **p<0,01; *p<0,05.

4 LENTELĖ. KASDIENIO TRADICINĖS ŽINIASKLAIDOS VARTOJIMO IR NARŠYMO INTERNETO PUSLAPIUOSE RUSŲ IR ANGLŲ KALBOMIS PASISKIRSTYMAS PAGAL NARŠYMĄ INTERNETO PUSLAPIUOSE LIETUVIŲ KALBA

Internetas lietuvių kalba	Kiekvieną dieną, proc.	Kelis kartus per savaitę, proc.	Kartą per mėnesį, proc.	Niekada, proc.	Iš viso, proc. (N)	Kendall's tau
Dienraščiai	44,5	10,6	2,3	42,6	100 (474)	-,002
TV laidos lietuvių kalba	40,0	9,5	1,9	48,6	100 (668)	-,137***
TV laidos rusų kalba	37,4	12,1	3,4	47,1	100 (206)	-,038
TV laidos anglų kalba	77,8	5,6	0	0,7	100 (18)	,273***
Radio naujienos	39,0	13,2	1,9	45,9	100 (613)	-,097**
Radio laidos	39,8	13,3	2,0	45,0	100 (613)	-,086**
Žurnalai	55,5	11,5	1,0	32,0	100 (200)	,149***
Knygos	56,9	12,3	2,1	28,7	100 (195)	,137***
Internetas rusų kalba	83,8	11,8	0	4,4	100 (68)	,423***
Internetas anglų kalba	94,0	4,0	0	1,0	100 (100)	,499***

*** p = 0,000; **p<0,01; *p<0,05.

44,5 proc. respondentų, kiekvieną dieną naršančių interneto puslapiuose lietuvių kalba, skaito dienraščius, 40,0 proc. taip pat kasdien žiūri televizijos laidas lietuvių kalba, 37,4 proc. televizijos laidas žiūri rusų kalba, 77,8 proc. televizijos laidas žiūri anglų kalba (žr. 4 lentelę). Gauti rezultatai patvirtina P. Norris (2001) teiginį, kad naršymas internete nepakeičia tradicinių žiniasklaidos priemonių vartojimo, o tik papildo jas. Naršantys internete rečiau žiūri televizijos laidas ir klausosi radijo laidų.

**5 LENTELE. DALYVAVIMO POLITINIUISE VEIKSMUOSE FAKTORINĖ
ANALIZĖ**

Politiniai veiksmai	F1	F2	F3	F4	F5
Kreipėsi į politiką	,04	,20	,75	,01	,14
Kreipėsi į valstybės institucijų pareigūną	,03	,09	,72	,05	,15
Kreipėsi į savivaldybės pareigūną	,24	–,02	,64	,14	–,01
Susitiko su žurnalistais ar pats kalbėjo, rašė į žiniasklaidos priemones	,32	,11	,57	,04	,10
Kreipėsi į organizaciją ar asociaciją	,56	–,01	,35	–,08	–,01
Dalyvavo iniciatyvinės grupės veikloje	,60	,20	,14	,03	,23
Dalyvavo kitų organizacijų veikloje	,68	,03	,07	,02	,21
Rinko pinigus fondams	,45	,20	,17	,14	–,21
Pasirašė peticiją	,49	,16	,07	,31	,02
Dalyvavo politinės partijos veikloje	,16	,04	,14	,08	,82
Nešiojo ar platino kampanijos plakatus ar ženklelius	,28	,22	,19	,04	,67
Boikotavo produktus	,16	,03	,27	,33	–,02
Aukojo pinigus	,19	,02	–,01	,65	–,04
Sumokėjo 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio konkrečiai organizacijai	,07	,07	,04	,72	–,02
Balsavo rinkimuose	–,12	–,07	,08	,57	,23
Dalyvavo demonstracijoje	,15	,83	,09	,05	,13
Dalyvavo streike	,15	,84	,07	,04	–,04
Dalyvavo pilietinio protesto akcijoje	,07	,84	,16	–,02	,13
Dalyvavo kitoje veikloje	,71	,06	,09	,15	,19

F1 paaiškina 13,06 proc. sklaidos, F2–12,19 proc., F3–11,48 proc., F4–8,21 proc., F5–7,58 proc.

Siekiant sugrupuoti politinius veiksmus ir sukonstruoti indeksus buvo atlikta faktorinė analizė (žr. 5 lentelę). Politiniai veiksmai „sukrito“ į 5 faktorius: *kontaktavimas*, sudarytas iš 4 kintamųjų – kreipimasis į politiką, valstybės institucijų, savivaldos pareigūnus ir žiniasklaidą (Cronbacho alfa = 0,652, N = 1091); *darbas organizacijoje*, sudarytas iš 6 kintamųjų – dalyvavimas iniciatyvinės grupės veikloje, dalyvavimas kitų organizacijų veikloje,

kreipimasis į organizaciją, pinigų fondams rinkimas, peticijos pasirašymas, dalyvavimas kitoje veikloje (Cronbacho alfa = 0,648, N = 1083); *dalyvavimas politinės partijos veikloje*, sudarytas iš 2 kintamųjų – dalyvavimas politinės partijos veikloje, kampanijos plakatų ir ženklelių nešiojimas bei platinimas (Cronbacho alfa = 0,615, N = 1096); *balsavimas rinkimuose ir pinigų aukojimas*, sudarytas iš 4 kintamųjų – balsavimas, pinigų aukojimas, 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio skyrimas organizacijai, produktų boikotavimas (Cronbacho alfa = 0,417, N = 1028); *protesto veiksmai*, sudarytas iš 3 kintamųjų – dalyvavimas demonstracijoje, streike, pilietinio nepaklusnumo akcijoje (Cronbacho alfa = 0,769, N = 1095). Įdomu pastebėti, kad peticijos pasirašymas, kuris priskiriamas protesto veiksams, pateko į tą patį faktorių, apibūdinantį veiksmus, susijusius su darbu organizacijose. Kitas protesto reiškimui paprastai priskiriamas veiksmas – produktų boikotavimas, pateko į tą patį faktorių su balsavimu rinkimuose, pinigų aukojimu, 2 proc. pajamų mokesčio skyrimu organizacijai. Galima teigti, kad produktų boikotavimas Lietuvoje laikytinas individualiu veiksmu, panašiu į balsavimą ar pinigų aukojimą. Didžiausią sklaidą paaiškina *darbas organizacijose, protesto veiksmai ir kontaktavimas*.

6 lentelėje pateikti linijinės regresijos rezultatai atskleidžia, kad ryšys tarp domėjimosi įvairiomis temomis žiniasklaidoje, žiniasklaidos vartojimo dažnumo ir politinių žinių lygio nėra glaudus, antrasis modelis paaiškina tik 18,0 proc. sklaidos¹. Į antrąjį modelį įtraukus naršymo interneto puslapiuose dažnumą, lyginant su pirmuoju modeliu, truputį sumažėjo išsilavinimo, lyties, domėjimosi politika ir kriminaliniais įvykiais įtaka politinėms žinioms, o radijo laidų klausymo dažnumo poveikis nežymiai sumažėjo. Aukštasis išsilavinimas, domėjimasis politika, domėjimasis kriminaliniais įvykiais ir naršymas interneto puslapiuose yra susiję tarpusavyje. Žmonės, įgiję aukštąjį išsilavinimą, daugiausia naršo interneto puslapiuose, labiau

¹ Pirmas linijinės regresijos modelis buvo sudarytas iš 4 sociodemografinių kintamųjų (amžiaus, išsilavinimo, pajamų, lyties), 2 domėjimosi konkrečia sritimi žiniasklaidoje kintamųjų (politika, kriminaliniais įvykiais) ir 4 žiniasklaidos vartojimo dažnumo kintamųjų (dienraščių skaitymo, radijo laidų klausymo, radijo naujienų klausymo, naršymo interneto puslapiuose). TV laidų žiūrėjimo ir TV naujienų žiūrėjimo dažniai į modelį nebuvo įtraukti, nes statistiškai reikšmingi ryšiai tarp politinių žinių indekso ir TV laidų bei TV naujienų žiūrėjimo nebuvo nustatyti. Antras linijinės regresijos modelis buvo sudarytas iš 4 sociodemografinių kintamųjų (amžiaus, išsilavinimo, pajamų, lyties), 2 domėjimosi konkrečia sritimi žiniasklaidoje kintamųjų (politika, kriminaliniais įvykiais) ir 4 žiniasklaidos vartojimo dažnumo kintamųjų (dienraščių skaitymo, radijo laidų klausymo, radijo naujienų klausymo, naršymo interneto puslapiuose). TV laidų žiūrėjimo ir TV naujienų žiūrėjimo dažniai į modelį nebuvo įtraukti, nes statistiškai reikšmingi ryšiai tarp politinių žinių indekso ir TV laidų bei TV naujienų žiūrėjimo nebuvo nustatyti.

domisi politika ir mažiau – kriminaliniais įvykiais. Naršymas interneto puslapiuose suteikia daugiau politinių žinių, kai išsilavinimas, lytis, domėjimasis politika ir kriminaliniais įvykiais, dienraščių skaitymo ir radijo laidų klausymosi dažnumas yra kontroliuojami.

6 LENTELĖ. POLITINĖS ŽINIOS: LINIJINĖS REGRESIJOS MODELIAI

	Modelis 1	Modelis 2
Konstanta	10,41***	9,94***
Amžius	-,01* (-,07)	
Išsilavinimas (aukštasis = 1)	,87*** (.19)	,77*** (.17)
Lytis (vyras = 1)	,71*** (.19)	,66*** (.18)
Politika	,21*** (.16)	,18*** (.13)
Kriminaliniai įvykiai	-,31*** (-,22)	-,29*** (-,20)
Dienraščiai (skaitė šią savaitę = 1)	,64*** (.15)	,65*** (.15)
Radijo laidos (klausėsi šią savaitę = 1)	,35* (.07)	,36* (.08)
Internetas (naršė šią savaitę = 1)		,37** (.10)
R (R kvadratas)	,417 (.174)	,424 (.180)

Metodas Enter, *** p = 0,000; **p<0,01; *p<0,05.

Michaelo H. Delli Carpinio ir Scotto Keeterio (1996) tyrimų rezultatai atskleidė, kad išsilavinimas ir domėjimasis politika turi didžiausią įtaką gyventojų politinėms žinioms JAV. Lietuvos piliečių politinės žinios labiausiai priklauso nuo domėjimosi kriminaliniais įvykiais, lyties ir išsilavinimo. Domėjimasis konkrečia tema žiniasklaidoje atskleidžia individo motyvaciją ieškoti šios srities informacijos visuomenės informavimo priemonėse. Panašu, kad besidomintis kriminaliniais įvykiais individas dienraščiuose ir internete ieškos kriminalinių istorijų. Jas aptariant žiniasklaidoje pateikiama mažai informacijos apie viešuosius reikalus, todėl domėjimasis kriminaliniais įvykiais neigiamai veikia politinių žinių lygį.

Gauti rezultatai patvirtina klasikinių dalyvavimo studijų išvadą, kad vyrai turi daugiau politinių žinių negu moterys (Verba et al. 2005). Aukštasis išsilavinimas susijęs su analitiniais įgūdžiais, kurie padeda suprasti kompleksinius politinius procesus ir įvykių sąsajas. Aukštąjį išsilavinimą turintys žmonės geriau supranta, kaip veikia politinė sistema, geriau žino valdžios institucijų įgaliojimus ir suvokia politinių sprendimų pasekmes savo gyvenimui. Aukštasis išsilavinimas, didesnis domėjimasis politika, dažnesnis dienraščių skaitymas ir naršymas interneto puslapiuose teigiamai veikia politinių žinių lygį, o domėjimasis kriminaliniais įvykiais – neigiamai.

Įvairių žiniasklaidos priemonių naudojimas daro skirtingą poveikį politinių žinių lygiui. Dienraščiams skaityti reikia sutelkti dėmesį ir kognityvias pastangas, todėl skaitymas yra palankus politiniam mokymuisi. Naršymas interneto puslapiuose gali būti pagrįstas įvairiais tikslais ir formomis (daiktų pardavimas ar pirkimas, elektroninių laiškų rašymas, žaidimai, pokalbiai su nepažįstamais žmonėmis, naujienų skaitymas, interneto puslapių peržiūra). Kitaip tariant, naršantieji interneto puslapiuose gali ieškoti politinės informacijos tikslingai arba atrasti šią informaciją atsitiktinai. Anot Markuso Prioro (2007), interneto naršytojai, kurie nesidomi politika ir naršydami internete teikia prioritetą pramogoms, esminę informaciją apie politinius įvykius gali sužinoti atsitiktinai.

Vydo Čekavičiaus (2011, 72) teigimu, „tiesinė regresija turi prasmę tik tada, kai intervaliniai regresoriai pakankamai stipriai koreliuoja su priklausomu kintamuoju“. Analizuojant domėjimosi skirtingomis temomis žiniasklaidoje ir žiniasklaidos vartojimo poveikį balsavimui ar pinigų aukojimui, kontaktavimui, darbui organizacijose ir dalyvavimui protesto veiksmuose buvo sudaryti linijinės regresijos modeliai.² Vis dėlto gautų modelių, išskyrus balsavimą ar pinigų aukojimą, determinacijos koeficientas (R kvadratu) buvo mažesnis už 0,20, todėl gauti linijinės regresijos modeliai, išskyrus balsavimą ar pinigų aukojimą, buvo atmesti. Balsavimo ar pinigų aukojimo indeksas sudarytas iš individualių, mažai iniciatyvos, laiko ir pastangų reikalaujančių veiksmų.³

² Linijinės regresijos modeliai buvo sudaryti iš 4 sociodemografinių kintamųjų (amžiaus, išsilavinimo, pajamų, lyties), 2 domėjimosi konkrečia sritimi žiniasklaidoje kintamųjų (politika, kriminaliniai įvykiai) ir 4 žiniasklaidos vartojimo dažnumo kintamųjų (dienraščių skaitymo, radijo laidų klausymo, radijo naujienų klausymo, naršymo interneto puslapiuose). TV laidų žiūrėjimo ir TV naujienų žiūrėjimo dažnumai į modelį nebuvo įtraukti, nes statistškai reikšmingi ryšiai tarp politinių žinių indekso ir TV laidų bei TV naujienų žiūrėjimo dažnio nebuvo nustatyti.

³ Balsavimas ar pinigų aukojimas – indeksas, sudarytas iš 4 kintamųjų (balsavimas, pinigų aukojimas, 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio skyrimas organizacijai, produktų boikotavimas). Kontaktavimas – indeksas, sudarytas iš 4 kintamųjų (kreipimasis į politiką, valstybės institucijų, savivaldos pareigūnus ir žiniasklaidą). Darbas organizacijose – indeksas, sudarytas iš 6 kintamųjų (dalyvavimas iniciatyvinės grupės veikloje, dalyvavimas kitų organizacijų veikloje, kreipimasis į organizaciją, pinigų fondams rinkimas, peticijos pasirašymas, dalyvavimas kitoje veikloje). Dalyvavimas politinės partijos veikloje – indeksas, sudarytas iš 2 kintamųjų (dalyvavimas politinės partijos veikloje, kampanijos plakatų ir ženklelių nešiojimas bei platinimas). Protesto veiksmai – indeksas, sudarytas iš 3 kintamųjų (dalyvavimas demonstracijoje, streike, pilietinio nepaklusnumo akcijoje).

**7 LENTELĖ. BALSAVIMAS AR PINIGŲ AUKOJIMAS: LINIJINĖS
REGRESIJOS MODELIS**

	Balsavimas ar pinigų aukojimas
Konstanta	5,55***
Amžius	-,01** (-,11)
Išsilavinimas (aukštasis = 1)	-,33*** (-,15)
Lytis (vyras = 1)	-,22*** (-,12)
Politinės žinios	-,06** (-,12)
Politinės žinios x Radijo laidos	,01** (,12)
Politika	-,05* (-,07)
Dienraščiai (skaitė pracinę savaitę = 1)	-,22** (-,11)
Internetas (naršė pracinę savaitę = 1)	-,53*** (-,28)
R kvadratas	,488 (,258)

***p = 0,000; **p<0,01; *p<0,05.

Lietuvoje naršymas internete ir aukštasis išsilavinimas turi didžiausią įtaką dalyvavimui rinkimuose, pinigų aukojimui ir 2 proc. pajamų mokesčio pervedimui organizacijai. Aukštasis išsilavinimas ir amžius skatina balsavimą ar pinigų aukojimą (žr. 7 lentelę). Vyresni, turintys aukštąjį išsilavinimą žmonės geriau suvokia politinių sprendimų pasekmes savo gyvenimui, todėl aktyviau dalyvauja rinkimuose ir aukoja pinigus.

Politinės žinios turi tiesioginį poveikį balsavimui ar pinigų aukojimui, nes sumažina dalyvavimo rinkimuose, pinigų aukojimo, įskaitant ir 2 proc. skyrimo organizacijoms, kaštus. Be to, radijo laidos daro netiesioginį poveikį balsavimui ar pinigų aukojimui: dažnesnis radijo laidų klausymasis suteikia daugiau politinių žinių, kurios sumažina dalyvavimo kaštus.

Dienraščių skaitymas kartą per savaitę turi įtakos dalyvavimui rinkimuose ir pinigų aukojimui, tačiau naršymas interneto puslapiuose kartą per savaitę daro didžiausią poveikį dalyvavimui rinkimuose ar pinigų aukojimui, nes ypač ryškiai sumažina dalyvavimo kaštus, suteikia daugiau informacijos ir galimybių organizuotis ir įsitraukti į individualius politinius veiksmus.

Domėjimasis politika žiniasklaidoje skatina dalyvauti rinkimuose ir aukoti pinigus. Galima daryti prielaidą, kad žmonės, kurie labiau domisi politika, turi daugiau informacijos apie viešuosius reikalus, geriau suvokia savo interesus ir aktyviau siekia savo tikslų individualiais politiniais veiksmais.

Išvados

2005–2010 m. Lietuvoje pastebimos panašios žiniasklaidos vartojimo tendencijas kaip ir kitose Europos šalyse – dienraščių skaitymas sumažėjo, o naršymas internete išaugo. Naršymas internete nepakeičia tradicinių žiniasklaidos priemonių vartojimo, tik papildo jas. Naršantys internete rečiau žiūri televizijos laidas ir klausosi radijo laidų.

Koreliacijos tarp tradicinės žiniasklaidos vartojimo ir politinių žinių yra silpnos. Lietuvos piliečių politinės žinios labiausiai priklauso nuo domėjimosi kriminaliniais įvykiais, lyties ir išsilavinimo. Politinės žinios yra tarpinis kintamasis tarp radijo laidų klausymosi dažnumo, dalyvavimo rinkimuose ir pinigų aukojimo. Politinės žinios turi tiesioginį poveikį balsavimui arba pinigų aukojimui, nes sumažina dalyvavimo rinkimuose, pinigų aukojimo ir 2 proc. pajamų mokesčio skyrimo organizacijai kaštus.

Naršantieji interneto puslapiuose gali ieškoti politinės informacijos tikslingai arba atrasti šią informaciją atsitiktinai. Darytina prielaida, kad interneto naršytojai, kurie nesidomi politika ir naršydami internete teikia prioritetą pramogoms, esminę informaciją apie politinius įvykius gali sužinoti atsitiktinai.

Gauta 2016 09 21

Priimta 2016 12 02

Literatūra

- Aalberg, T., Blekesaune, A., Elvestad, E. 2013. “Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe?” *The International Journal of Press/Politics* 18 (3): 281–303.
- Balčytienė, A. 2012. “Dependencies, Parallelisms, and Connections: Central and East European Media as Systems in Flux.” *Media Transformations* 8: 48–69.
- Balčytienė, A., Vinciūnienė, A., Auškalnienė, L. 2012. “Mediatized Participation and Forms of Media Use and Multiple Meaning Making: The Baltic Perspective.” *Media Transformations* 7: 4–34.
- Balčytienė, A., Juraitė, K. 2009. “Impact of Economic and Cultural Factors on Television Production in Small Nations.” *Medijska istraživanja* 15 (2): 33–47.
- Besley, T. 2006. *Principled Agents? The Political Economy of Good Government*. Oxford: Oxford University Press.
- Bielinis, L. 2005. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas.
- Chan, T. W., Goldthorpe, J. H. 2007. “Class and Status: The Conceptual Distinction and its Empirical Evidence.” *American Sociological Review* 72: 512–532.

- Čekanaivičius, V. 2011. *Taikomoji regresinė analizė socialiniuose moksluose*. Kaunas: LiDa.
- Dahlgren, P. 2009. *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Delli Carpini, M. X., Keeter, S. 1996. *What Americans Know About Politics and Why It Matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Golding, P. 2000. "Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future." *Sociology* 34 (1): 165–184.
- Fraile, M. 2011. "Widening or Reducing the Knowledge Gap? Testing the Media Effects on Political Knowledge in Spain (2004–2006)." *The International Journal of Press/Politics* 16 (2): 163–184.
- Easton, D. 1979. *A Systems Analysis of Political Life*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Elvestad, E., Blekesaune, A. 2008. "Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences." *European Journal of Communication* 23 (4): 425–447.
- Eveland, W., Scheufele, D. 2000. "Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation." *Political Communication* 17 (3): 215–237.
- Inglehart, R. 1977. *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart R. 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton University Press.
- Inglehart, R. 1997. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R., Baker, W. E. 2000. "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values." *American Sociological Review* 65 (1): 19–51.
- Inglehart, R., Welzer, Ch. 2005. *Modernization, Cultural Change, and Democracy. The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kubey, R. Csikszentmihaly, M. 1990. *Television and the Quality of Life*. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
- Milner, H. 2002. *Civic Literacy: How Informed Citizens Make Democracy Work*. Hanover & London: University Press of New England.
- Mishler, W., Rose, R. 1996. "Trajectories of Fear and Hope: Support for Democracy in Central and Eastern Europe." *Comparative Political Studies* 28 (4): 553–581.
- Mishler, W., Rose, R. 1997. "Trust, Distrust and Skepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies." *The Journal of Politics* 59 (2): 418–451.
- Moy, P., Pfau, M. 2000. *With Malice Toward All? The Media and Public Confidence in Democratic Institutions*. Westport, CT: Praeger.
- Moy, P., Torres, M., Tanak, K., McCluskey, M. R. 2005. "Knowledge or Trust?: Investing Linkage between Media Reliance and Participation." *Communication Research* 32: 59.

- Newton, K. 1997. "Social Capital and Democracy." *American Behavioral Scientist* 40 (5): 575–586.
- Newton, K. 1999. "Social Capital and Democracy in Modern Europe." In *Social Capital and Democracy*, eds. J. W. van Deth, M. Masafiti, K. Newton, P. F. Whately, 3–24. London: Routledge.
- Nevinskaitė, L. 2006a. „Žiniasklaidos vartojimas ir pilietinis raštingumas“. In *Neatrasta galia. Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis*, red. R. Žiliukaitė, A. Ramonaitė, L. Nevinskaitė, V. Beresnevičiūtė, I. Vinogradkaitė, 158–179. Vilnius: Pilietinės visuomenės institutas, Versus aureus.
- Nevinskaitė, L. 2006b. „Žiniasklaidos kokybė: nepatenkinti publikos lūkesčiai“. In *Neatrasta galia. Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis*, red. R. Žiliukaitė, A. Ramonaitė, L. Nevinskaitė, V. Beresnevičiūtė, I. Vinogradkaitė, 180–199. Vilnius: Pilietinės visuomenės institutas, Versus aureus.
- Norris, P. 1999. "Institutional Explanations for Political Support." In *Critical Citizens. Global Support for Democratic Government*, ed. P. Norris, 204–216. Oxford: Oxford University Press.
- Norris, P. 2001. *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pasek, J., Kenski, K., Romer, D., Jamieson, K. H. 2006. "America's Youth and Community Engagement: How Use of Mass Media Is Related to Civic Activity and Political Awareness in 14- to 22-years-olds." *Communication Research* 33: 115–135.
- Patterson, T. E. 1993. *Out of Order*. New York: Knopf.
- Prior, M. 2007. *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge, NY: Cambridge University Press.
- Prior, M., Lupia, A. 2008. "Money, Time, and Political Knowledge: Distinguishing Quick Recall and Political Learning Skills." *American Journal of Political Science* 52 (1): 102–111.
- Putnam, R. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Rosenstone, St. J., Hansen, J. M. 1993. *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. New York, NY: MacMillan.
- Robinson, J. P., Levy, M. R. 1986. *The Main Source: Learning from Television News*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Sanders, A. 1998. "How Watching Television Affects Our Views of Politics." *Journal of Communication* 8: 145–168.
- Schudson, M. 2003. *Sociology of News*. New York/London: Norton.
- Sparks, C. 2000. "Introduction: the Panic over Tabloid News. In *Tabloid Tales*, eds. C. Sparks, J. Tulloch, B. Zelizer, 1–40. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Tapscot, D. 2009. *Grown Up Digital. How the Net Generation Is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Verba, S., Scholzman, K. L., Brady, H. E. 1995. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

JŪRATĖ IMBRASAITĖ

Does Mass Media Influence Political Participation in Lithuania?

Summary

According to the normative theory of democracy, information disseminated by mass media ought to provide a minimal level of political knowledge. The focus of this paper is the impact of the use of traditional mass media and the Internet on political participation. Drawing on the surveys conducted in Lithuania in 2005 and 2010, the paper concludes that the Internet has not caused a radical change in the use of traditional mass media. Political knowledge in Lithuania depends on the level of public interest in criminals, gender and education. Political knowledge is an intervening variable between frequency of listening to the radio programmes and participation in elections as well as being charitable, i. e. donating money.

Keywords: traditional mass media, the Internet, political participation.