

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
STRATEGINIO VALDYMO IR POLITIKOS FAKULTETO
VALDYMO TEORIJOS KATEDRA

LORETOS JUNEL
VEIKLOS AUDITO MAGISTRO STUDIJŲ PROGRAMOS STUDENTĖS

**MASINĖS KOMUNIKACIJOS PRIEMONIŲ IŠŠŪKIAI ŠIUOLAIKINEI
DEMOKRATIJAI**

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas –
docentas Andrius Navickas

VILNIUS, 2009

MYKOLAS ROMERIS UNIVERSITY
FACULTY OF STRATEGIC MANAGEMENT AND POLICY
DEPARTMENT OF MANAGEMENT THEORY

LORETA JUNEL
PUBLIC ADMINISTRATION STUDIES: PERFORMANCE AUDIT

MASS MEDIA CHALLENGES IN MODERN DEMOCRACY

Master's final project

Docent - Andrius Navickas

Vilnius, 2009

TURINYS

IVADAS.....	4
1 MASINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA IR TECHNOLOGINĖ RAIDA.....	9
1.1 Masinės komunikacijos atsiradimas ir vystymasis.....	9
1.2 Masinės komunikacijos funkcijos ir šalutiniai efektai.....	13
1.3 Visuomenės poreikiai ir lūkesčiai masinės komunikacijos atžvilgiu.....	17
2 ŽINIASKLAIDA ŠIUOLAIKINĖJE DEMOKRATINĖJE VISUOMENĖJE.....	21
2.1 Žiniasklaidos ir demokratijos vidinis ryšys ir priklausomybė.....	21
2.2 Politinės komunikacijos specifika masinės komunikacijos sąlygomis.....	26
2.3 Šiuolaikinė žiniasklaida ir pilietiškumo transformacija.....	27
3 DEMOKRATIJOS PERSPEKTYVOS MASINĖS KOMUNIKACIJOS PLĖTROS SĄLYGOMIS.....	31
3.1 Pesimistinis scenarijus.....	31
3.2 Optimistinis scenarijus.....	32
4 ŽINIASKLAIDOS IŠŠŪKIAI IR ĮTAKA DEMOKRATIJAI LIETUVOJE.....	35
4.1 Tyrimo metodologijos aprašymas.....	35
4.2 Lietuvos žiniasklaidos ypatumai tarptautinės rinkos kontekste.....	38
4.3 Visuomenės lūkesčiai ir reikalavimai žiniasklaidai.....	42
4.4 Politinės informacijos pateikimas žiniasklaidoje ir jos vertinimo kriterijai.....	45
4.5 Žiniasklaidos bei politikų santykiai ir ateities prognozės.....	48
IŠVADOS IR SIŪLYMAI.....	50
SANTRAUKA.....	53
SUMMARY.....	54
LITERATŪRA.....	55
PRIEDAI.....	58

IVADAS

Demokratija – tai valstybės valdymo forma, kai teisė priimti svarbiausius politinius sprendimus priklauso ne vienam valdovui ar valdančiajai grupei, bet liaudžiai, t.y. visiems piliečiams. Tai formalus apibrėžimas, nesigilinantį į diskusijas, kurios kyla dėl to, kaip konkrečioje demokratine save įvardijančioje valstybėje apibrėžiama „liaudis“ (t.y. kas priklauso jai, o kas ne), taip pat, kaip įgyvendinamas valdymas, kokių apribojimų jis turi patirti.

Pasak Davido Heldo¹, nuo pat demokratijos atsiradimo Senovės Graikijoje, tenka spręsti sudėtingą informacijos dilemą: kaip suderinti kuo platesnį piliečių atstovavimą su priimamų politinių sprendimų kokybe. Viena vertus, demokratijoje siekiama derinti skirtingus interesus, požiūrius, valdžia atstovauja politinei bendruomenei. Kita vertus, nuo pat demokratijos atsiradimo buvo kritikų, kurie teigė, kad tam, jog būtų priimti politinei bendruomenei geriausi politiniai sprendimai, visi jų priėmimo dalyvaujantys piliečiai turi turėti pakankamai informacijos apie dabartinę situaciją, apie alternatyvas, tarp kurių tenka rinktis ir taip pat turi sugebėti apdoroti šią informaciją. Tam reikalinga ne tik tam tikra politinė išmintis, bet ir daug laisvo laiko. Todėl natūralu, kad Antikoje piliečiais galėjo būti tik tie, kurie buvo išlaisvinti nuo sunkaus kasdienio fizinio darbo, kurie galėjo skirti savo laiką gilinimuisi į politinius dalykus.

Verta pabrėžti, kad dabartinis prielankumas demokratijai yra unikalūs politinėje istorijoje. Labai ilgą laiką pati sąvoka „demokratija“ buvo vartojama niekinančiai, o demokratinė santvarka vertinama kaip prastas valdymo būdas. Verta sutikti su D. Heldu, jog tai pirmiausia susiję su įsitikinimu, kad daugumai visuomenės narių paprasčiausiai trūksta tiek sugebėjimų, tiek būtinų informacijos, kad jie galėtų kvalifikuotai dalyvauti svarbiausių politinių sprendimų priėmimo. Šiuolaikinės demokratijos išpopuliarėjimas ir įsitvirtinimas didžiąja dalimi gali būti siejamas su sparčia masinės komunikacijos priemonių plėtra. Kaip rašo Murray Edelman: „Visuotinio raštingumo, televizijos bei radijo dėka daugumai pramoninio pasaulio gyventojų tapo prieinamos naujausios politinės žinios, ir tai smarkiai skiriasi nuo padėties, vyravusios maždaug iki Antrojo pasaulinio karo“.² Tai, kad be išplėtos masinės komunikacijos būtų neįsivaizduojama šiuolaikinė demokratija, pabrėžia taip pat J. Keane³, J. R. Zaller⁴, L. Bielinis⁵.

¹ Held David. Demokratijos modeliai. Vilnius: Eugrimas, 2002.

² Murray Edelman. Politinio spektaklio konstravimas. Vilnius: Eugrimas, 2002. P.9.

³ Keane J. The Media and Democracy. Cambridge: Polity Press, 1991.

⁴ Zaller John R. A Theory of Media politics. University of Chicago Press, 2008.

⁵ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005.

Informacijos gavimas yra esminis dalykas demokratijos veikimui bent jau dėl dviejų priežasčių. Pirma, informacija apie pasirinkimo alternatyvas būtina piliečiams, kad jų pasirinkimai būtų sąmoningi ir paremti objektyvia informacija, o ne išskirtinai emocionalūs. Antra, informacija apie valdžios institucijų veiklą atlieka „sarginę“ funkciją. Piliečiai gali kontroliuoti, vertinti valdžios sprendimus. Pastaroji funkcija ypač svarbi šiuolaikinėje atstovaujamojoje demokratijoje, kurioje, skirtingai nuo antikinės tiesioginės, piliečiai ne tiek patys sprendžia politines dilemas, bet deleguoja jų sprendimo prievolę savo išrinktiems atstovams.

Nepaprastai spartūs masinės komunikacijos plėtros padariniai žmonių gyvenimui nėra vienareikšmiški. Pavyzdžiui, Hylland Eriksen knygoje „Akimirkos tironija“ perspėja⁶, kad šiuolaikiniai žmonės gauna daugiau informacijos nei sugeba įsisavinti ir tai turi destruktivių padarinių. Pavyzdžiui, išauga manipuliacijos pavojus. Žmonės gauna daug nereikšmingos informacijos, stiprėja nerimas dėl nesugebėjimo atskirti, kuri informacija svarbi, o kuri – ne. Pasak H. Erikseno, tai turi įtakos ir žmonių bendram veikimui, viešajam gyvenimui. Taip pat ir L. Bielinis⁷ pabrėžia, kad turime atsižvelgti į tai, kad masinės komunikacijos plėtra prisideda prie pačios politikos sampratos keitimosi. „Tradicinė politika gamino politines ideologijas, politinius principus ir sprendimus. Šiandien, informacinės visuomenės sąlygomis, politika verčiama veikti kita kryptimi. Dabar ideologija ar politinis principas labai dažnai tėra tik politinio proceso palaukė, o kartais išvis prapuola kaip reikšmės netekęs politikos atributas“.⁸ M. Edelman⁹ dar radikalesnis. Jis tvirtina, kad politika šiuolaikinės masinės komunikacijos sąlygomis neišvengiamai virsta politiniu spektakliu. „Žinių reportažų spektaklis nuolat konstruoja ir rekonstruoja socialines problemas, krizes, priešus, lyderius – kuria nesibaigiantį grėsmių atsiradimo ir žmonių ramino serialą.“¹⁰

Kyla natūralus klausimas – ar šiuolaikinė, sparčiai besivystanti, masinė komunikacija pati netampa sudėtingu iššūkiu demokratijai? Ar vis svaresnėmis tampančios šiuolaikinių demokratinių santvarkų problemos: piliečių abejingumas bendriems reikalams, mažėjantis rinkėjų aktyvumas, auganti propagandos įtaką piliečių apsisprendimams, politikos transformaciją į pramoginius šou, nuolat augantis nepasitikėjimas politinėmis institucijomis nėra tiesiogiai susijusios su šiuo iššūkiu?

Šių klausimų svarstymas ir yra svarbiausias šio darbo tikslas.

⁶ Hylland Eriksen. Akimirkos tironija: Tyto alba. 2004.

⁷ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005.

⁸ Ten pat, P.13.

⁹ Murray Edelman. Politinio spektaklio konstravimas. Vilnius: Eugrimas, 2002.

¹⁰ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005. P.

Tyrimo hipotezė – žiniasklaida daro ne tik teigiamą, bet ir neigiamą poveikį šiuolaikinei demokratijai.

Taigi, **darbo objektas:** šiuolaikinių masinės komunikacijos priemonių įtaka demokratijos funkcionavimui.

Darbo uždaviniai. Atskleisti masinės komunikacijos priemonių keliamus iššūkius šiuolaikinei demokratijai, analizuoti masinės komunikacijos priemonių ir demokratijos santykių perspektyvas. Aiškintis, kokį vaidmenį Lietuvos politiniame gyvenime atlieka žiniasklaidos priemonės, kokius iššūkius jos iškelia demokratijai.

Tyrimo etapai:

- *Pirmas etapas.* Analizuota mokslinė, metodinė literatūra ir remiantis tuo suformuluotas tyrimo tikslas, uždaviniai, hipotezė.
- *Antras etapas.* Pasitelkus turimą medžiagą įgyvendinami iškelti darbo uždaviniai.
- *Trečias etapas.* Daromi apibendrinimai, išvados ir pasiūlymai.

Tyrimo metodai. Pasirinkto darbo tikslo, tyrimo dalyko bei tyrimo objekto specifika lemia, jog darbe naudojami įvairūs teoriniai ir empiriniai tyrimo metodai.

- *Dokumentų analizės metodas* buvo taikomas, analizuojant mokslinę literatūrą.
- *Tiriamasis interviu.* Šis metodas padėjo išsiaiškinti apklaustųjų respondentų nuomonę apie tiriamąjį objektą.
- *Ekspertų vertinimo.* Nustatomas nuomonių atitikimo laipsnis tiriamaisiais klausimais.
- *Apibendrinimo metodas* buvo pasitelkiamas apibendrinti naudotai informacijai, gautiems empiriniams duomenims, kad darbo pabaigoje būtų galima padaryti galutines išvadas, suformuluoti darbo teiginius.

Šių metodinių instrumentų kompleksinis taikymas turi didelę reikšmę tyrimo metu gautų apibendrinimų ir išvadų teisingumui bei patikimumui.

Darbe naudojamos pagrindinės sąvokos. Tyrimo metu patikslinamos ir interpretuojamos šios sąvokos:

Masinė komunikacija - tai komunikacija su didelėmis, skirtingomis, nutolusiomis auditorijomis. Informacijai perduoti naudojamos priemonės: radijas, televizija, laikraščiai, žurnalai, reklamos lankstinukai ir t. t.

Masinės komunikacijos priemonės - vaizdo (paveikslų ir rašto) ir garso fiksavimo, perdavimo ir paskleidimo priemonės.

Žiniasklaida – informacijos pateikimas plačiam žmonių ratui. Naudojant technines priemones.

Demokratija - valdymo forma, kurioje visi piliečiai turi teisę dalyvauti šalies valdyme, skirtingai nuo valdymo formos, kurioje tokia teisė priklauso vienai klasei, išskirtinei grupei arba autokratui. Šią teisę piliečiai įgyvendina tiesiogiai referendumuose ir plebiscituose arba per savo išrinktus atstovus.

Darbo aktualumas. Masinės komunikacijos priemonių (žiniasklaidos) ir šiuolaikinės demokratijos santykis yra aktuali problema tiek komunikacijos, tiek politikos mokslų autorių darbuose. Verta paminėti šias į lietuvių kalbą išverstas studijas: **Cass R. Sunstein** „Republic.com“.¹¹ Tai Amerikos autoriaus knygoje filosofiškai analizuojamos informacinės technologijos galimybės, nuolat didinančios žmogaus gebėjimą „filtruoti“ tai, ką jis nori skaityti, matyti, girdėti. Autorius kelia klausimą, ar „filtravimas“ neperauga į naująją cenzūrą ir netampa grėsme demokratinei politikai. Panašūs nuogastavimai yra išsakyti ir Norvegijos mąstytojo **Hylland Eriksen** darbe „Akimirkos tironija“, kurioje autorius tvirtina, kad informacijos gausa ne tiek išlaisvina, kiek paralyžuoja mąstymą ir pradeda trukdyti demokratinių institucijų funkcionavimui.

Murray Edelmano knyga „Politinio spektaklio konstravimas“ siekia „padėti realistiškiau įvertinti politikos santykį su žmonių gerove ir galbūt šiek tiek padidinti politinio veiksmo efektyvumo šansus“.¹² Pasak autoriaus, tam reikia įsisąmoninti, kad tradicinis teiginys, jog gyvename faktų pasaulyje, kur kiekvienas faktas turi tiksliai apibrėžtas prasmes, į kurias racionaliai reaguoja piliečiai, yra nerealistinis. Pasak M. Edelmano, labai svarbu suvokti, kad politinis diskursas yra žiniasklaidos konstruojamas, o ne paprasčiausiai atspindimas. Kitaip sakant, pasak autoriaus, žiniasklaida veikia režisierius nei paprasčiausias veidrodis.

Manuelo Castellso knyga „Tinklaveikos visuomenės raida“¹³ – tai grandiozinė pastanga aprašyti radikalią transformaciją – priėjimą prie informacijos amžiaus ir su juo susijusias permainas tiek kasdiniame žmonių gyvenime, tiek visuomenės sąrauge apskritai. Pasak M. Castellso, šiandien mes dar neįsisąmoniname, jog sparti masinių komunikacijos priemonių raida paskatino kokybines permainas socialiniame, politiniame bei kultūriniame gyvenime.

Svarbu atkreipti dėmesį ir į kelis darbus šioje srityje, kurie nėra išversti į lietuvių kalbą. Pavyzdžiui, **Barrie Axfordo** ir **Richardo Hugginso** redaguotą straipsnių rinktinę „New Media and

¹¹ Cass R. Sunstein. Republic.com. Vilnius: Margi raštai. 2008.

¹² Murray Edelman. Politinio spektaklio konstravimas. Vilnius: Eugrimas, 2002.

¹³ Manuel Castells. Tinklaveikos visuomenės raida. Vilnius: Poligrafija ir informatika. 2005.

Politics“.¹⁴ Pamatinė šios rinktinės idėja – žiniasklaidos konstruojama šiuolaikinė politika iš esmės skiriasi nuo klasikinės politikos sampratos. Keičiasi lyderystės, demokratijos, valdžios suvokimas. Knygos straipsnius vienija įsitikinimas, kad pokyčiai žiniasklaidoje atveria naujas galimybes politikai.

Visų šių autorių įžvalgomis bus remiamasi šiame magistriniame darbe. Bus bandoma kiek pratęsti minėtų autorių svarstymus, įvertinant žiniasklaidos ir demokratijos santykius Lietuvoje, t.y. analizuojama, kiek komunikacijos ir politikos teorijose vyraujančios tezės gali būti pritaikytos dabartinei Lietuvos politinei sistemai, kurios vienas iš specifinių bruožų – gyvavimas pototalitariniu laikotarpiu.

Darbe aptariamos žiniasklaidos, kaip tarpininkės tarp visuomenės ir valdžios, teorijos: **kognityvinio tolydumo, darbotvarkės nustatymo ir kultivavimo**. Visos jos tarpusavyje yra glaudžiai susijusios.

Žiniasklaidos įtaka demokratijos formavimui Lietuvoje nėra nuosekliai tyrinėta. Verta išskirti **Virginijaus Savukyno** knygą „Maištininko mitologijos. Rolando Pakso įvaizdžiai“¹⁵, kurioje autorius analizuoja, kaip žiniasklaidoje buvo kuriamas R. Pakso įvaizdis. Knyga labai svarbi, nes joje plačiai aprašomi politikos ir žiniasklaidos Lietuvoje santykiai. Tiesa, ji sutelkta tik ties vieno atvejo analize.

Nuosekliausiai žiniasklaidos įtaka politiniam gyvenimui yra analizavęs **Lauras Bielinis** knygoje „Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida“. Kaip teigia autorius: „Mūsų tikslas – išnagrinėti žiniasklaidą kaip specifinį politinių procesų vektorių. Ištirti tuos politinio gyvenimo pokyčius, kurie atėjo kartu su informacine visuomene, masinės komunikacijos priemonėmis ir internetu“.¹⁶ Ši knyga tapo svarbiu atspirties tašku ir šiam darbui. Visgi bus bandoma ne paprasčiausiai atkartoti tai, ką L. Bielinis yra teigęs, bet bus stengiamasi pratęsti jo svarstymus.

Bendra darbo struktūra ir apimtis. Darbą sudaro įvadas, dėstomoji dalis (3 skyriai), tyrimas (ekspertų apklausa) išvados ir pasiūlymai, literatūros sąrašas, santrauka (lietuvių ir anglų kalbomis) bei priedai. Bendra darbo apimtis – 70 puslapių (57 puslapiai be priedų). Darbe pateikta 1 schema. Panaudoti 49 literatūros šaltiniai.

¹⁴ Axford Barrie, Huggins Richard. New Media and Politics. London: Sage Publications. 2001.

¹⁵ Savukynas Virginijus. Maištininko mitologijos. Rolando Pakso įvaizdžiai. Vilnius: Aidai, 2004.

¹⁶ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005. P. 45.

1. MASINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA IR TECHNOLOGINĖ RAIDA

1.1 Masinės komunikacijos atsiradimas ir vystymasis

Nebeįmanoma įsivaizduoti šiandieninio gyvenimo be sąvokos „masinė komunikacija“. Šiuolaikiniam pasauliui masinė komunikacija yra būtina. Ji yra plačiai analizuojama ne tik visuomenėje, bet ir mokslo terpėje. Nuo jos priklauso ne tik kiekvieno iš mūsų gyvenimas, bet ir viso pasaulio egzistavimas. Komunikacijos terminas nuo ankstyviausių laikų įsiskverbė į žmonių kasdienybę. Nuo jos priklauso net pasaulio kultūros gyvenimas, nes jei jos nebūtų – nebūtų bendravimo. Ji yra viena iš tų žmogaus veiklų, kurias kiekvienas atpažįsta, bet mažai kas gali bent kiek tiksliau apibrėžti. Tai pokalbis, televizija, informacijos platinimas, literatūros kritika – sąrašas begalinis.

Dar Aristotelis „Politikoje“ žmogų apibūdino kaip bendruomeninį, pilietinį gyvūną, kuris išsiskiria tuo, kad turi kalbą.¹⁷ Jos pagalba žmogus gali susitarti su kitais žmonėmis. Verbalinės komunikacijos specifika – galimybė susitarti su kitais žmonėmis ir bendrai veikti. Apie tai, kad masinė komunikacija sparčiai plėtojasi - byloja mus pasiekiantys dideli informacijos srautai.

Ne paslaptis ir tai, kad žmonių visuomenė, norėdama gyventi visavertį gyvenimą demokratiškoje aplinkoje, privalo gauti, kaupti informaciją. Šiandien, gyvendami informacinėje visuomenėje, piliečiai tam turi puikias galimybes. Toks informacijos gavimas, kaupimas reikalingas protingiems, sąmoningiems sprendimams priimti dalyvaujant šalies politiniame ir kultūriniame gyvenime. Masinės komunikacijos priemonės yra vienas iš visuomenės formavimosi elementų, todėl derėtų apžvelgti masinės komunikacijos atsiradimą ir vystymąsi.

Per visą žmonijos istoriją taikytos įvairios tarpusavio komunikacijos priemonės, ieškota būdų, kaip kuo greičiau perduoti žinią tiems, kurie yra toli, kaip vienu metu perteikti norimą žinią didesniai žmonių skaičiui. Kadangi žodžiai turi galią, suteikiančią išreikšti jausmus, būseną, mintis, tai žmonės jau nuo seno pradėjo dėstyti savo mintis, iškaldami akmenyse arba užrašydami molinėse lentelėse.

Pasak Thomas Hylland Erikseno, vienas didžiausių išradimų per visą žmonijos istoriją – tai **rašto išradimas**. „Mūsų visuomenė be šios technologijos būtų neįmanoma. Mes irgi nebūtume tie

¹⁷Aristotelis. Politika, Vilnius: Pradai, 1997. P.66.

patys žmonės. Raštas yra priemonė eksternalizuoti mintis, faktus, teiginius ir jausmus. Jis juos tarsi „išaldo“, panašiai kaip muziejus „išaldo“ kultūrą.¹⁸

Atsiradęs raštas leido kaupti žinias, žmonės galėjo sistemingai pratęsti kitų pradėtą darbą. Nebereikėjo fizinio pirmtakų dalyvavimo. Visuminis žmonijos žinių augimas yra neatsiejamas nuo rašto. Pasak Erikseno, raštas mums leidžia tarsi atsistoti ant mirusiųjų ir tolimųjų protėvių pečių, tačiau jis yra ir savotiškas proto ramentas, kuris silpnina atmintį. Atmintis prastėja dar ir todėl, kad šiandieninėje visuomenėje informacijos kiekis yra per didelis, kad kiekvienas galėtų ją priimti ir išlaikyti savyje. Kai galima perskaityti, kas parašyta, nebėra reikalo prisiminti. Kiekviena nauja komunikacijos priemonė atveria naujus horizontus, bet kartu turi ir šalutinį poveikį, keičia mūsų santykį su pasauliu.

Kita radikali transformacija komunikacijos priemonių istorijoje, žengusi svarų žingsnį masiškumo link - **Gutenbergo spausdinimo mašinos atsiradimas**. Pasak tyrinėtojų Joseph'o Bensman'o ir Bernardo Rosenburg'o¹⁹, būtent šis išradimas yra tikrosios masinės komunikacijos ir masinės kultūros šaknys. Tekstai, kurie anksčiau buvo retenybė ir todėl nepaprastai brangūs, dabar jau galėjo pasiekti šimtus ir tūkstančius, o vėliau – milijonus skaitytojų. Su spausdinimo atsiradimu susijęs ir masinis raštingumo išplitimas. Raštingumo plėtra, lydėjusi spausdinimo ir tiražuojamos spaudos atsiradimą, be perstojo kūrė masinę auditoriją. Tuo tarpu auditorija rodė skonių, norų demokratizaciją, naikindama ankstesnius kultūros lygmenis. Taip pasaulį išvydo spauda, sudariusi sąlygas masiniam švietimui, lemdama pokyčius, kurių J. Gutenberg niekaip nebūtų galėjęs numatyti.²⁰ Tik atsiradusios spaudos, o vėliau ir žiniasklaidos dėka padidėjo platieji gyventojų sluoksniai. Jie išsiplėtė iki galybės žmonių, spausdintas žodis tapo priimtinas visiems.

Spaudos atsiradimas užtikrino ne tik nepalyginamai didesnės informacijos, idėjų išplitimo galimybes, bet ir suformavo geresnį informacijos išsaugojimą (perrašinėjant pridaroma daug klaidų); tobulesnius knygų leidimus; didesnę standartizaciją; lėmė didžiulius pokyčius visuomenėje ir kultūroje, kurie prilyginami revoliucijai.

Trečiasis lūžis komunikacijos istorijoje sietinas su **radijo ir televizijos išradimu**. Tai buvo pirmosios komunikacijos priemonės, galinčios per atstumą iš vieno taško perduoti informaciją masinei auditorijai. Iš esmės būtent radijo ir televizijos atsiradimas laikytinas **masinės komunikacijos** epochos pradžia.

Kaip pabrėžia T. H. Ericson, radijas ir televizija tapo pirmosiomis masinės komunikacijos

¹⁸ Hylland Eriksen. Akimirkos tironija: Tyto alba, 2004. P.47.

¹⁹ Ten pat.

²⁰ Ten pat.

priemonėmis, sinchronizavusiomis informacijos perdavimą ir jos priėmimą. Pakito informacijos įsisavinimo procesas – auditorija tapo pasyvi pranešimo priėmėja.²¹ Radijo atėjimas sutapo su autoritariniais ir totalitariniais režimais (komunizmas, fašizmas, nacizmas). Su radijo ir televizijos atsiradimu sietinas propagandos išplitimas, bandymas perteikti masinei auditorijai tam tikru kampu pateiktą žinią. Taip pat buvo vykdoma cenzūra – radijo bangų slopinimas, vadinamas „*jamming*“ ir iki šiol praktikuojamas, pavyzdžiui, Kuboje.

Atsiradus televizijai (1930-aisiais), buvo manoma, kad esminis televizijos vaidmuo – aktualiai ir gyvai perteikti visuomenei tai, kas šiuo metu vyksta realiame pasaulyje. Tuo metu tyrėjai prognozavo, kad televizija nesugebės konkuruoti su kinu pramogų srityje ir visą dėmesį skirs tik informacijai ir aktualijoms.²² Šiandien matome, kad televizija sugeba patenkinti tiek informacijos bei aktualijų, tiek ir pramogų poreikius.

Keletui amžių dominavimą iš šnekamosios buvo perėmusi rašytinė kalba. Telegrafas grąžino komunikacijai momentišumą ir šnekamosios kalbos ritmą, o per radiją ir televiziją naujomis technologinėmis galimybėmis vėl prabilo žmonės. Juk pati svarbiausia žiniasklaidos priemonė yra televizija. Tik per tris XX amžiaus dešimtmečius buvo sukurta daugiau informacijos nei iki tol per penkis tūkstantmečius.

Televizija labiausiai iš visų masinių komunikavimo priemonių užverbavo visos visuomenės dėmesį, nes ji suteikia galimybę ne tik sužinoti naujausius pasaulio įvykius, bet ir juos pamatyti. Patraukli ir visiems prieinama informacija daro įtaką žmonių nuomonės formavimui, nes labiausiai yra įsisavininama, tai, kas yra parodoma per televiziją ir visuomenė tiesiog praranda poreikį informaciją sužinoti pati. „Atimkite iš šiuolaikinio žmogaus televizorių, neretai vienintelį bendravimo su pasauliu būdą ir informacijos šaltinį, ir tai reikš, kad išplėšėte jam širdį.“²³

Gyvenant informacijos kupinoje visuomenėje, išskirtinė reikšmė suteikiama žinioms. Svarbiu įrankiu žinioms platinti, perteikti, gauti ir kaupti tapo **kompiuteriai ir internetas**. Tai ketvirtasis lūžis masinės komunikacijos priemonių technologinėje raidoje. Žmonijai pradėjus naudotis kompiuteriais bei internetu daugelis skeptikų prabilo apie „bepopierinės visuomenės ateitį“. Internetiniai tinklai atlieka pasaulio globalizacijos funkciją, kuri yra ne kas kita, kaip tam tika pagreičio forma, vedanti prie to, jog atstumai erdvėje susitraukia arba net visai išnyksta.²⁴ Tokia,

²¹ Ten pat.

²² Česnavičius Aleksandras. Televizija kintančiame žiniasklaidos pasaulyje. Lietuvos mokslų akademija, 2009. P. 123.

²³ Jonušaitė. N. Laimė su televizoriumi // TV antena, 2002 saus. 04, P. 4.

²⁴ Hylland Eriksen. Akimirkos tironija: Tyto alba, 2004. P.47.

skaitmeniniu ryšiu paremta komunikacija yra momentinė, nesusijusi su konkrečia vieta. Joje viskas vyksta labai greitai – greitas žinučių, informacijos perdavimas, patogus susisiektis su visu pasauliu.

Greitis yra užkrečiamas, tai sukelia ne tik teigiamų, bet ir šalutinių poveikių. Juk masinės komunikacijos priemonių raidą sukelia pati technologija, o ne vartotojai. Jie tik pasiduoda šalutinių poveikių veikimui: priklausomybė nuo kompiuterių bei interneto; būtinybė būti pasiekiamam visiems, visur ir visada. Akivaizdu tai, kad artimoje ateityje internetu naudosis dar daugiau žmonių, bet ar mes sugebame tinkamai pasinaudoti jo siūlomomis galimybėmis? Internetas yra tik terpė, tuščias indas, kurį galima pripildyti bet ko, tačiau jis taip pat prisideda prie turinio formavimo.

Šiuolaikinės gyvensenos kertiniu akmeniu tapo ne pati informacija, o jos gausa. Ignacio Ramonet²⁵ knygoje „Komunikacijos tironija“ tvirtina, kad žmonėms dar niekada nebuvo prieinamas toks didelis informacijos kiekis, bet tai nereiškia, kad žmonės yra geriau informuoti. Viena iš priežasčių – didžiulis informacijos pateikimo greitis, nuosavybės santykiai ir savicenzūra. Greitis ir didžiulė informacijos pasiūla skatina ir šaltinių kritikos silpnumą ir konkurencijos dėl visuomenės dėmesio didėjimą. Kitas dalykas – žmogus fiziškai negali apdoroti visos gaunamos informacijos. Viena *New York Times* sekmadieninio numerio egzemplioriuje telpa daugiau informacijos, negu išsilavinęs žmogus, gyvenęs XVIII amžiuje, įgydavo per visą savo gyvenimą. Šių laikų pasaulio gyventojas turi spręsti sudėtingą pasirinkimo dilemą: kuri informacija yra svarbi, o kurią galima paprasčiausiai ignoruoti. Kiekvienam būtų naudinga išmokti apsisaugoti nuo 99,99 procentų siūlomos informacijos ir skrupulingai išnaudoti likusią dalį, 0,01 procento.

Taigi, masinės komunikacijos procesas yra plačiai sklindantis, būdingas vienkryptis pranešimų judėjimas, kuriame pasireiškia dažnas pranešimų kūrėjų anonimiškumas, jame vyrauja racionaliūs santykiai, standartinis pranešimų turinys. Žinant visuomenės formavimosi elementus į svarbiausią vietą yra pastatomos masinės komunikacijos priemonės, jų technologinė raida. Taigi masių visuomenę išugdė: techninis progresas, sudaręs sąlygas masiškai tiražuoti ir skleisti bet kokią ir bet kokiais kiekiais gaminamą informaciją bei žiūrovo/skaitytojo/klausytojo struktūros pokyčiai, kai iš palyginti savarankiško ir kritiško vertintojo jis virto stabilaus skonio ir vienodų stereotipų vartotoju.²⁶

²⁵ Pagal: Pečiulis Ž. Medija ir įvykis: realybės transformacijos televizijos naujienose // Tiltai: 2005. Nr. 4.

²⁶ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005. P. 28.

1.2 Masinės komunikacijos funkcijos ir šalutiniai efektai

Šiai dienai cigaretė pakeitė pypkę, pusryčių dribsniai – košę, elektroninis paštas – popierinius laiškus. Visa tai susiję su bandymais „greitinti“ gyvenimą. Greitis ir informacija tapo varomąja jėga, turinčia didelę galią ir reikšmę. Masinių komunikacijos priemonių atsiradimas ir technologinė raida ne tik labai didina informacijos, kurią gauna šių laikų žmonės, kiekį, tačiau taip pat keičia ir pačios komunikacijos įgūdžius, mūsų santykį su kitais žmonėmis, pačių savęs supratimą.

Visų pirma, reikėtų nustatyti masinės komunikacijos atliekamas funkcijas. Kita vertus, ne mažiau svarbu yra apžvelgti masinės komunikacijos priemonių poveikį visuomenei, žmonių kasdienybei ir kultūrai.

Galima išskirti šias komunikacijos priemonių veiklos pagrindines funkcijas: **informuoti visuomenę**, formuoti nuomonę, plėtoti bendravimą visuomenės viduje ir išorėje. Akivaizdu tai, kad informacija užvaldė visą pasaulį. Ji tapo svarbiu ekonomikos veiksniu, skatinanti darbo vietų plėtrą, susijusių su informacijos apdorojimu (internetas, informacinės sistemos, kompiuterizuotos darbo vietos). Be informacinių žinių tikriausiai nė vienas iš mūsų negalėtų kokybiškai dirbti savo darbo. Kitas dalykas - šiuolaikinėje informacinėje visuomenėje dauguma žmonių tampa savotiškais informacijos vadybininkais: jie rūšiuoja, perteikia kitiems informaciją, turimos informacijos pagrindu gamina naują. Tai taip pat prisideda prie vis augančio meta-informacijos srauto, t.y. informacijos apie informaciją.

Informacijos perteklius peržengė jos sugebėjimo įsisavinti, ribas. Čia susiduriame su dilema: komunikacijos priemonių technologinė raida akcentuoja savo laimėjimus, suteikdama galimybę žinoti daugiau, bet tuo pačiu keičia tikrovę, iškeldama į viešumą daugybę šalutinių poveikių (beribe informacija piktnaudžiauja nusikaltėliai, kompiuterių virusai, mirtini ginklai juda laisviau ir t.t.). Būtent tokia susiklosčiusi situacija priverčia dėmesingiau peržvelgti šiandieninės masinės komunikacijos priemonių funkcionavimą. Hylland'o Eriksen'o knygoje „Akimirkos tironija“ pabrėžiama, kad informacijos perkrautoje aplinkoje labiausiai pradedame stokoti laisvės nuo informacijos. Dauguma šių laikų žmonių gauna kur kas daugiau informacijos nei gali apdoroti. Tai reiškia, kad informacija tampa gaudesiu, fonu. Tokioje situacijoje labai aštriai iškyla problema: kaip žmogui atsirinkti, kas svarbu, o kas – ne? Mes negalime aprėpti visos informacijos, todėl tenka rinktis, kurią informaciją turime ignoruoti, o į kurią žiūrėti dėmesingiau. Šią problemą išsamiau svarstysime kitoje darbo dalyje, kai aptarsime tarpininkų – žiniasklaidos – vaidmenį šiuolaikinėje visuomenėje. Dabar gi norime pabrėžti, kad verta sutikti su tais analitikais, kurie tvirtina, kad

didžiulis informacijos kiekis toli gražu ne visada prisideda prie pasitikėjimo, jog galima bus priimti teisingą sprendimą, labai dažnai didžiulis informacijos srautas sukelia nerimą ir sumišimą.

Vertėtų paminėti, kad masinė komunikacija tampa vienu iš svarbiausių valdžios valdymo svertų. Ji aprėpia ir **kuria socialinės visuomenės tarpusavio santykius**. Modernioji žiniasklaida informuoja visuomenę apie įvykius, ragina visuomenę dalyvauti demokratiškuose procesuose, išreiškiant savo nuomonę.²⁷ Dėl šios priežasties demokratijos vystymasis yra glaudžiai susijęs su politinės komunikacijos vystymosi procesu. Politinė komunikacija pavirto į svarbią politinių procesų jėgą, inicijuojančia politinių reiškinių ar procesų pasireiškimus. Diskusijos apie komunikacijos demokratinį vaidmenį demokratijoje artimai susijusios su masinės komunikacijos organizavimu ir, svarbiausia, reguliavimu. Taigi, peršasi išvada, kad esame laikotarpyje, kuriame mums paliekama informacija atspindi ne tik mūsų požiūrį į valdžią, bet ir valdžios požiūrį į mus.

Šioje situacijoje puikiai tiktų komunikacijos teoretiko John'o Kean'o ištarti žodžiai: "Laisva komunikacijos rinka riboja komunikacijos laisvę". Ši citata pasako tai, kad laisvos spaudos atsiradimas davė pradžią beprecedentiniam piktnaudžiavimui masinių komunikacijų priemonėmis, kuriomis naudojasi informacijos skleidėjai ir autoritariniai lyderiai visuomenėje. Laisvi ir nevaržomi pasisakymai visuomenėje laikomi natūralia konkurencija tarp žiniasklaidos skleidėjų, bet jų veikloje atsispindi ne tik noras sutelkti visuomenės veikti ir mąstyti kartu, bet tuo pat metu jie kelia pavojų suskaldyti ir sugriauti jau susikūrusias visuomenes. Būtina išvengti pataikavimo, padlaižiavimo ir šantažo visuomenėje ir politiniuose sluoksniuose tam, kad prieš tai išvardintos masių komunikacijos funkcijos veiktų besąlygiškai ir teisingai.

Pati viena masinė komunikacija nėra tokia stipri, kad galėtų vykdyti esminius pokyčius visuomenėje. Masinė komunikacija tiesiog tarpininkauja veiksmų ir reiškinių terpėje. Dar viena jos funkcija yra **visuomenės švietimas**. Pasak Vinco Kudirkos premijos laureatės Gražinos Sviderskytės „be švietimo žmogus labai mažai skiriasi nuo gyvuliuko“. Švietimo funkciją atlikti gali atlikti bet kuri masinės komunikacijos priemonė: televizija, radijas, spauda. Pranešant apie bet koki įvykį yra praplečiamas žmogaus akiratis. Pavyzdžiui, apie naują mokesčių reformą galima pranešti taip, kad žmogus sužinotų daugiau ir įsimintų, kas jam naudinga. Tačiau galima pranešti ir taip, kad liks tik bendras įspūdis: kažkas tarsi pranešta, bet neliko jokios gijos, iš kur atsirado tas faktas, kuo reikšmingas ir ko laukti toliau.²⁸ Masinės komunikacijos priemonės daro be galo didelę įtaką. Jos formuoja požiūrį kaip niekas kitas visur, kur tik žmonės skaito spaudą, klauso radijo, žiūri

²⁷ Curran James. Media and power, 2002. P. 217.

²⁸ Sviderskytė Gražina, [interaktyvus] Žmonės yra labiau žiniasklaidos atspindys negu žiniasklaida yra žmonių atspindys // <http://www.mediaforumas.lt/index.php?s=222&m=1&t> ; prisijungimo laikas: 2009-08-15.

televizorių, naršo internete. Tos įtakos mastai kartais net baugina. Jos tiek, kad savarankiškai sunku įvertinti – žmonės skubėdami ar neišmanydami priima, kaip pateikta.

Bėda ta, kad masinė komunikacija veikia taip greitai, kad visuomenės švietėjiškumo funkcija užima vis mažiau laiko, apžvelgiant kiekvieną įvykį atskirai. Įprasta žinių apžvalga tetrunka vos keletą minučių. Dėl to nukenčia pranešimų stilius ir sintaksė. Dabar viskas juda greičiau. Net ir žurnalistai, pateikdami naujienas bei apžvalgas visuomenei, tik minimaliai patikrina gaunamos informacijos šaltinių patikimumą. Norėdami pateikti pačias “karščiausias” naujienas jie priversti dirbti itin greitai. Beveik visi internetiniai laikraščiai, radijas, televizija siekia, kiek įmanoma labiau sutrumpinti medžiagos amžių. To pasekoje greitis ir technologijos privedė iki neapsakomo supaprastinimo: žmonės gauna paviršutinišką, ne visada patikimą informaciją.

Teisės ir politikos mokslų daktaras Cass R. Sunstein knygoje “Republic.com”²⁹ išsamiai analizuoja šiuolaikinio santykio su informacija paradoksalumą. Jis akcentuoja, jog, atsiradus kompiuteriams ir internetui, labai išaugo žmonių galimybė filtruoti informaciją. Viena vertus, tai labai apsunkina bet kokios cenzūros galimybę. Valdžiai, vien dėl techninių priežasčių, tampa praktiškai neįmanoma nurodyti žmonėms, kokią informaciją jie turėtų gauti. Tačiau išaugusios filtravimo galimybės, C. Sunstein įsitikinimu, turi ir “tamsiąją” pusę. Mokslininko tvirtinimu, neribojamas ir laisvas informacijos filtravimas paradoksaliai pradeda kirstis su laisvos raiškos sistema.

“Gera veikianti laisvos raiškos sistema privalo tenkinti dvi būtinas sąlygas. Pirma, žmonės turėtų gauti tokią medžiagą, kurią nėra iš anksto pasirinkę. Neplanuoti, nenumatyti susidūrimai yra pagrindiniai pačiai demokratijai. Tokie susidūrimai dažnai apima tokias temas ir klausimus, kurių žmonės nieškojo ir kurie gali net šokiruoti. Antra, daugelis ar dauguma piliečių turėtų turėti bendrosios patirties sritį.”³⁰ Kuo esą pavojinga dabartinė situacija? Pasak C. Sunsteino, ji ugdo vartotojus, o ne piliečius. Žmonės vis labiau į informaciją žvelgia instrumentiškai, iš siauros savo perspektyvos, nebandydami į savo gyvenimus įjungti kitų perspektyvų. Tai gerokai mažina susikalbėjimo ir daugeliui svarbių klausimų visaverčio aptarimo galimybę. Įsivyrąja praktika bendrauti su “savais”, vengti kitaip manančių, kartu vietoj tolerancijos išsiugdome abejingumą ar net kitoniškumo baimę. Pati informacijos gausa tampa ne akiračio plėtra, bet užsisiklindimo į savo siaurą fragmentą priežastimi.

Taip pat masinė komunikacija atlieka ir kitas papildomas būtinas funkcijas. Anot L. Bielinio, viena jų – **socialinio paveldo perdavimas**, perduodant informaciją masinės komunikacijos kanalais

²⁹ Cass R. Sunstein. Republic.com, Vilnius: Margi raštai, 2008. P. 15.

³⁰ Ten pat, P. 16-17.

ir taip atliekant kultūrinių ir socialinių vertybių mainus, kurių tikslas yra išlaikyti visuomenę kartu. Komunikacinė kultūros funkcija pasižymi tuo, kad suartina bendrą visų tautų patirtį, pasaulio suvokimo principus, vertybių sistemas. Toks „natūralus kultūros ir komunikacijos ryšys yra vienas iš šiuolaikinės kultūrologijos pagrindų“.³¹ Tai susieja komunikacinę kultūros funkciją su informacine. Ši funkcija užtikrina kultūros, religinių, socialinių vertybių ir simbolių perimamumą ir sklaidą milžiniškose erdvėse. Erdvėse visos vertybės yra saugomos ir vaizdžiai išreiškiamos.

Nemažiau svarbi masinės komunikacijos priemonių funkcija yra **dėmesio atitraukimas** (diversion)³², kuris pasireiškia kaip stimuliacijos paieška – noras išsklaidyti nuobodulį, nuovargį, arba kaip emocinė iškrova. Pramoginė masinės komunikacijos funkcija vis stiprėja ir paprastai yra pateikiama, kaip visiškai politiškai neutrali komunikacijos funkcija. Tačiau sunku su tuo sutikti.

Dėmesio atitraukimas yra naudingas tiek valdžioms, tiek visuomenei – visuomeniniame ir politiniame gyvenime jis neutralizuoja arba nukreipia neutralia kryptimi susikaupusias masių emocijas, nuovargį, baimes. Tai greičiau komunikacinė „pasitraukimo į save“ išraiška. Dėmesio atitraukimas pasireiškia žmonių nesugebėjimu atrasti prasmės rimtame politikos bei ekonomikos pasaulyje. Tai priverčia šiandieninę visuomenę informaciją suprasti kaip papildomą malonumo ir atsipalaidavimo sąlygą. Taip dėmesys yra skiriamas tam, kas žmonių supratimu, pateikta patraukliai, o ne tam, kas iš tiesų yra vertinga.

Be viso to, masinės komunikacijos priemonės puoselėja ir **mobilizavimo** funkciją, kuri labai svarbi bendruomenių plėtotei visur, kur tik įmanoma.³³ Tuo siekiama priimti į savo bendruomenę kuo daugiau žmonių iš kitų kultūrų ir mainais savo bendruomenės narius išskirstyti po platųjį pasaulį. Žmonių kasdienybėje internetiniu ryšiu paremta komunikacija nesusijusi su konkrečia vieta. Visi tinklu sujungiami asmenys, taškai iš tiesų yra „čia pat, ir visur, ir niekur“. Bet kokie atstumai erdvėje sumažėja arba apskritai išnyksta.

Šalutinis poveikis – viešos erdvės išskydimas, jos erozija. Darbe jau buvo minėta C. Sunstein pozicija, jog informacijos perteklius ir išaugusios jos filtravimo galimybės veda prie visuomenės fragmentacijos. Tai patvirtina ir sociologas ir politologas Robert Putnam.³⁴ Pasak jo, tenka pripažinti, kad paskutiniaisiais XX amžiaus dešimtmečiais išryškėjo nerimą keliančios visuomenės

³¹ Lapelienė Audronė. Globalizacijos įtaka socialiniam – kultūriniam fenomenui // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2008-01-02-audrone-lapeniene-globalizacijos-itaka-socialiniam-kulturiniam-fenomenui/4088>; prisijungimo laikas: 2009-10-31.

³² Dominick J. R.. Dynamics of mass communications. New York, 1983. P 26.

³³ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005. P. 29.

³⁴ Putnam Robert. Bowling Alone: Americas Declining Social Capital. Journal of Democracy. 1995. P. 65-78.

nuomonės formavimosi tendencijos:

1. Augantis kritiškumas valdžios veiksams ir nepasitikėjimas ja.
2. Mažėjantis politinis įtrauktumas, kuris pasireiškia tuo, jog vis mažiau žmonių ištraukia į politinių organizacijų veiklą, mažėjančiu žmonių aktyvumu rinkimų metu.
3. Trūkinėjantys bendruomeniniai saitai, didėjanti visuomenės fragmentacija.

Vienas iš svarbiausių veiksnių, kuris stiprina šias tendencijas, R. Putnamo įsitikinimu, yra technologinė poilsio transformacija.³⁵ Televizija, internetas labai individualizuoja, privatizuoja žmonių laisvalaikį. Jei seniau būtent laisvas laikas buvo skiriamas pilietinėms iniciatyvoms, bendruomeninei veiklai, tai dabar bendrai veiklai lieka vis mažiau laiko, nes jis „suvalgomas“ masinės komunikacijos priemonių.

1.3 Visuomenės poreikiai ir lūkesčiai masinės komunikacijos atžvilgiu

Svarstymų, kas lemia visuomenės poreikius ir lūkesčius šiandieninės masinės komunikacijos terpėje, yra įvairių. Vienas jų – **smalsumas**. Apie smalsumą IV amžiuje yra diskutavęs šv. Augustinas: „Smalsumas domisi net piktais ir nemaloniais dalykais, ir ne tam, kad pajustų nemalonumą ar skausmą, bet dėl troškimo viską žinoti ir viską išbandyti“.³⁶

Igimtą žmonių smalsumą filosofas aiškino, kaip norą sužinoti faktus apie svarbiausius įvykius ir dar didesnę norą pamatyti savo akimis tai, kas galbūt yra nemalonu, o dažnu atveju net pasibaisėtina. Šį troškimą sužinoti stiprių emocijas keliančių išgyvenimų bandė paaiškinti filosofas G. W. Leibnizas: „Mes norime būti išgąsdinti šokančių ant virvės ir galinčių tuojau nukristi“.³⁷

Žurnalistas Juozas Keliuotis akcentuoja keturias smalsumo rūšis – praktinę, estetinę, moralinę ir intelektualinę. Domėjimasis sukrečiančiais šalies ir pasaulio įvykiais yra priskiriamas prie *estetinio* smalsumo – nesuinteresuotam, pajuntamam susidūrus su nauju, retu, neįprastu reiškiniu. To pasekoje, pasak J. Keliuočio, peršasi išvada, kad toks domėjimasis pajvairina kasdienybę, išblaško nuobodulį, padeda atitrūkti nuo asmeninių problemų ir persikelti mintimis į didelių ir neįprastų įvykių pasaulį.

Priėję išvadą, kad visuomenė masinės komunikacijos priemonių pagalba bando patenkinti savo nežabotą smalsumą, suprantame, kad ne be priežasties mus pasiekia dideli informacijos

³⁵ Ten pat, P.77.

³⁶ Keliuotis J. Žurnalistikos paskaitos. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2000. P.59.

³⁷ Ten pat., P. 59.

srautai.

Norint nustatyti, ko būtent žmonės tikisi iš masinės komunikacijos, iš pradžių reikėtų ieškoti atsakymo į klausimą, koks yra masinės komunikacijos priemonių santykis su visuomene. Tuomet apibūrėčiau galima įvardinti, ko pati visuomenė tikisi iš masinės komunikacijos. Iš esmės masinė komunikacija didžiąja dalimi yra realizuojama per žiniasklaidą, televiziją, spaudą, radiją ir internetą. Ji informaciją visuomenei perteikia per įvykių aprašymus, paskui žmonės juos komentuoja ir taip yra išgaunamas didžiulis masinės komunikacijos veikimo mechanizmas. Jis nuolat tobulinamas ir plėtojamas, dažnai pamirštant apie komunikacijos mechanizmo teikiamą kokybę.

Taigi, svarbiausiais visuomeninių organizacijų, verslininkų, valstybės institucijų, politikų ir įvairių interesų grupių pagrindinis uždavinys yra aktyviai informuoti visuomenę, ieškoti naujų priemonių ir būdų ryšiams su skirtingomis auditorijų grupėmis palaikyti, o visuomenės pagrindinis poreikis yra **gauti reikiamą ir kokybišką informaciją**. Tokia nepriekaištinga žiniasklaida yra visuomenės piliečių idealas: profesionali, objektyvi, pasižyminti išvalgumu, perteikianti įvykius bei procesus, skatinanti pilietiškumą, kultūrą. Žmogus – taip pat ir žiniasklaidoje! – toks turėtų būti pilietiškumą ugdyti siekiančios visuomenės informavimo priemonės moto. Todėl džiugina tos visuomenės informavimo priemonės, kurios iš tiesų atlieka švietėjišką vaidmenį ir informuoja visuomenę apie opias žmogaus teisių problemas.

Žinant visuomenės poreikį – gauti teisingą ir objektyvią informaciją apie įvykius ir įsitikinus žiniasklaidos teikiamos informacijos neobjektyvumu ir šališkumu, yra būtina sugebėti atskirti tikrą informaciją nuo melagingos ir visiškai nereikalingos. Tačiau neretai susiduriame ir su tokia žiniasklaida, kuri, deja, neatitinka šių idealų. Apmaudu, bet dažnai susiduriame su negerbiančia žmogaus teisių ir laisvių, žeminančia, be įrodymų ir įkalčių diskriminuojančia, platinančia pasityčiojimą, pažeidinėjančia privatumą žiniasklaida. Tokiu atveju „žiniasklaida“ negali vadintis „ketvirtąja valdžia“, nes joje atsispindi per daug atviri žiniasklaidos savininkų asmeniniai interesai, komerciniai siekiai.

Šiandieninė žiniasklaida dalinai yra pavirtusi į „rinkos žiniasklaidą“, pradedame abejoti teikiamos informacijos, turinio realybe. Masių komunikacijos tyrėjai vis garsiau kalba apie tai, kad šių dienų žurnalistai skaitytojams pateikdami pramogomis atskiestą informaciją, ištikrųjų pradeda jiems pataikauti, todėl viešojoje erdvėje tampa politinių sensacijų ir intrigų arena arba spektakliu, kur politinis diskursas vyksta tik dėl to, kad būtų įteisintas.³⁸ Kuo labiau žiniasklaidos kūrėjai

³⁸ Balčytienė Aukšė. Žiniasklaidos kultūra. Lyginamieji svarstymai: Europa ir Lietuva. Darbai ir dienos. 2004.P. 75 - 110.

suinteresuoti pelnu, tuo didesnė tikimybė, kad jų kuriama žurnalistika nepateisins tikrųjų visuomenės poreikių bei lūkesčių. Siekdamos aprėpti platesę auditoriją, televizija ar dienraštis nuslysta į mažiau reikšmingus dalykus: pateikia daugiau vaizdinės medžiagos, daug dėmesio skiria patrauklioms ir sudominančioms antraštėms, anonsams. Pati žiniasklaida savo auditoriją linkusi matyti kaip 13 metų mergaitę, kuriai reikia duoti kuo daugiau pramogų, šiek tiek informacijos, saikingai pagąsdinti, tik šiukštu – nemokyti, o tuo labiau – nepamokslauti.³⁹

Jei žiniasklaida dirba pataikaudama visuomenei, tai normalu, kad tarp žiniasklaidos ir visuomenės dalyvių galima išvelgti rimtą problemą: žmonės stokoja kritiško mąstymo ir tai jiems trukdo atsispirti, atsiriboti nuo bereikšmės, iškraipytos informacijos. Jie pasitenkina jiems brukamomis gražiai pateikiamomis naujienomis, bet iš tiesų jos toli gražu ne visada atspindi realybę.

Todėl siekiant suderinti masinės komunikacijos ir visuomenės interesus svarbu atsižvelgti į jų poreikius. Interesų derinimo požiūris reiškia, kad efektyvioje komunikacijoje kiekvienas veikėjas turėtų ne tik siekti patenkinti savo interesus, bet ir suprasti kitų veikėjų tikslus. Kitaip tariant, komunikacijos dalyvių – žiniasklaidos, auditorijos galia turi pasiskirstyti vienodai: nė vieno dalyvio interesai negali būti viršesni už kitų interesus.⁴⁰

Apibendrinant galima teigti, kad auditorijos dėmesio žiniasklaidos pranešimai sulaukia neatsitiktinai. Jie rengiami ir parenkami publikavimui ne chaotiškai, o vadovaujantis tam tikrais dėsniais. Vienas iš žiniasklaidos teoretikų D. McQuailas yra pasakęs „drauge su žiniasklaidos pranešimais žmonėms yra perteikiamos tam tikros esmės, kurios išsirutulioja atrenkant naujienas bei jas gaminant“. Eilinė žurnalisto darbo diena, kasdienė informacijos paieška ir atranka, veiklos redakcijoje derinimas formuoja reguliaraus naujienų srauto tiekimą. Todėl žmonėms pateikiamos naujienos yra rezultatas redakcijoje vykstančio sudėtingo proceso.

Taip parengta informacija, tikėtina, labiausiai atitinka visuomenės lūkesčius. Tačiau pati visuomenė, ar jos dalis privalo „spausti“ žiniasklaidą, siūlyti temas diskusijoms, domėtis, kaip tos temos yra nagrinėjamos. Viešumoje publikuojami pranešimai visuomenei skaitomi naudingais, jei jie tinkamai pateikti, neprieštarauja žiniasklaidos ir žmoniškiesiems principams.

Taigi, apibendrinus pirmąją darbo dalį, galime teigti, jog sparti masinės komunikacijos priemonių technologinė raida, ne tik didina žmogaus galimybes gauti vis daugiau informacijos,

³⁹ Dagytė, Ina. Ar padeda žiniasklaida mums tvirtinti savo valstybę? // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2007-08-20-ina-dagyte-ar-padede-ziniasklaida-mums-tvirtinti-savo-valstybe/4363>; prisijungimo laikas: 2009-11-01.

⁴⁰ Vinciūnienė Aušra, Balčytienė Auksė. Žiniasklaida kaip aktyvus politinių procesų veikėjas informuojant visuomenę apie Europos Sąjungą: lyginamasis požiūris. 2006. P.106.

tačiau kartu keičia santykį tiek su pačia informacija, tiek su pasauliu, kuriame gyvename. Šiuolaikiniame pasaulyje turime kalbėti ne apie informacijos trūkumą, bet apie jos perteklių. Šiandien informacijos yra daugiau nei žmogus sugeba įsisavinti. Viena vertus, tai reiškia, kad labai išauga tarpininkų – žiniasklaidos priemonių- vaidmuo ir įtaka. Kita vertus, masinė komunikacija tampa naujo tipo – masių- visuomenės prielaida.

2. ŽINIASKLAIDA ŠIUOLAIKINĖJE DEMOKRATINĖJE VISUOMENĖJE

2.1 Žiniasklaidos ir demokratijos vidinis ryšys ir priklausomybė

Pirmojoje darbo dalyje buvo teigiama, kad vienas iš svarbių šiuolaikinės visuomenės bruožų, kuriam prielaidas sudaro spartus techninis masinės komunikacijos priemonių progresas, yra gyvenimas informacijos pertekliaus situacijoje. Nuolat sklindantis informacijos srautas yra kur kas sraunesnis nei žmogus gali apdoroti, todėl tenka rinktis vieną informaciją ir ignoruoti kitą. Informacijos atsirinkimo procese ypatinga svarba tenka tarpininkams – žiniasklaidos priemonėms, kurios imasi struktūruoti informacijos srautą, sudėlioja akcentus, atsijuoja tai, kas verta visuomenės dėmesio, ir kas ne.

Analizuojant tai, kaip vyksta žiniasklaidos tarpininkavimas, dažniausiai išskiriamos šios – viena kitą papildančios – teorijos: **kognityvinio tolydumo, darbotvarkės nustatymo ir kultivavimo**. Kiekviena iš jų turi savas atmainas, tačiau mums, šio darbo rėmuose, nėra svarbu gilintis į atspalvius.

Pasak **kognityvinio tolydumo** teorijos – tai, ką žmogus jau žino, turi didžiulį poveikį naujų žinių įgijimui (Lowery and DeFleur 1995). Žmogaus pažintinės galimybės yra ribotos, o informacijos kiekis nepaprastai didelis. Natūralu, kad žmogus pradeda atsirinkinėti, kas jam svarbu, o kas – ne. Lygiai taip pat ir žiniasklaidos priemonės atrenka informaciją, kuri joms atrodo svarbi, ir ignoruoja viską, kas atrodo nesvarbu.

Kognityvinio tolydumo teorijos atstovai įsitikinę, kad informacijos pertekliaus situacijoje ypač svarbiomis tampa interpretacinės schemos. Jos padeda supaprastinti ir apdoroti gaunamą informaciją. Nauja informacija yra apdorojama pagal jau turimas schemas ir integruojama į turimų žinių visumą. Informacija, kuri kontrastuoja su turimomis schemomis, priimama labai nenoriai. Žmonės yra linkę atmesti tai, kas neatitinka turimą žinojimą ir keičia turimas schemas tik išskirtiniu atveju.⁴¹ D. A. Graber pabrėžia, kad galima kalbėti apie taisyklę – kas daugiau turi, tas daugiau gauna. „Didesnę erudiciją ir išsilavinimą turintys žmonės turi turiningesnę kognityvinių schemų arsenalą ir tai sudaro geresnes galimybes įsisavinti naują informaciją.“⁴²

⁴¹ Graber D. A. Processing the News: How People Tame the Information Tide. 2nd edition: University Press of America, Lanham, Maryland, 1988. P. 16.

⁴² Ten pat, 56 P.

Kalbant apie žiniasklaidos priemones, kognityvinio tolydumo principas pasireiškia tuo, kad ta informacija įvardijama kaip svarbi ir pateikiama vartotojams, kuri atitinka išankstinę žurnalistų nusistatymą. Kaip rašo Murray Eddelman: “Užuot politines žinias traktavęs kaip įvykių aprašymą, į kuriuos žmonės paprasčiausiai reaguoja, politinius įvykius traktuojau kaip konstruktus, kuriamus suinteresuotų grupių.”⁴³

Šios teorijos požiūriu, žurnalistai yra visuomenės dalis ir, norint keisti žiniasklaidą, turi keistis pati visuomenė, didelė reikšmė turi būti teikiama pilietiniam ugdymui, akiračio plėtimui.

Bene populiariausia teorija, kalbant apie žiniasklaidos vaidmenį visuomenėje – **darbotvarkės nustatymo** (agenda setting) **teorija**. Dar 1922 metais Walter Lippman knygoje “Viešoji nuomonė”⁴⁴ svarstė, kaip žiniasklaida daro įtaką žmonių pasaulėžiūrai, tačiau bene pirmasis pačią darbotvarkės nustatymo esmę 1967 metais suformulavo Bernard Cohen „galbūt žiniasklaidai nesiseka tiek, kiek ji norėtų, nurodyti žmonėms, ką jie turi galvoti, tačiau jai puikiai sekasi mums primesti tai, apie ką mes turime galvoti”. (pgl. Graber D.A. 1988). Šiam teiginiui yra pritaręs ir Severin W. Tankard „žiniasklaida ne tik diktuoja ką mums galvoti, bet ir nurodo, kaip apie tai galvoti”.⁴⁵

Auditoriją pasiekia tik tai, ką atrenka ir pateikia žiniasklaidos kūrėjai. Eilinis informacinis pranešimas perteikia tik apie 25% visų faktų. Visa kita auditorijai yra pasiekama tik kitais informacijos skleidimo kanalais.⁴⁶ Išplėtodamas šią mintį Maxwell Mc Combs pabrėžia, kad pernelyg supaprastintume, jei teigtume, kad žiniasklaida mums paprasčiausiai pasiūlo abstrakčias problemas ir temas. Ji taip pat pasiūlo ir jų suvokimo būdus.⁴⁷ Žiniasklaida atlieka “įrėminimo” funkciją. Kiekviena problema yra priskiriama tam tikriems rėmams, tam tikrai rubrikai. Kitaip sakant, pasiūloma ne tik, kokie klausimai yra svarbūs, bet kartu ir įtaigaujamas kontekstas, kuriame jie turėtų būti svarstomi. Akivaizdu, kad žiniasklaidos komercializacija turi didžiulę įtaką informacijos rėminimui. Vargu, ar šiandieniniame pasaulyje yra įmanoma įvesti spaudos cenzūrą – neišvengiamai atsirastų tie, kurie ją naudosis, ir neleis neigiamai informacijai prasibrauti į viešumą.⁴⁸ Daug politinės informacijos yra įrėminama taip, kad ji dirgintų skaitytojų vaizduotę. Nuo problemos įrėminimo dažniausiai labai priklauso ir tai, kaip su ja siejami amsenys bus vertinami. Pavyzdžiui,

⁴³ Murray Edelman. Politinio spektaklio konstravimas. Vilnius: Eugrimas, 2002. P.10.

⁴⁴ Lippmann W. The Phantom Public. New Brunswick: Transaction Publishers, 1997.

⁴⁵ Tankard W. S. Communication theories. New York, 1997.P.271.

⁴⁶ Jackson H. R. A cognitive Psychology of Mass Communication. P.11

⁴⁷ McCombs Maxwell. The Agenda Setting Role of the Mass Media in Shaping Public Opinion // <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>; prisijungimo laikas: 2009-11-14.

⁴⁸ Užsakomoji žurnalistika. Straipsniai.lt // <http://www.straipsniai.lt/ziniasklaida/puslapis/12565>; prisijungimo laikas: 2009-07-15.

politinės problemos pateikimas pramoginėje šou laidoje neišvengiamai skatina šaipytis iš su ja susijusių politikų, o ne priimti jų žodžius labai rimtai.

Dar viena – **kultivavimo (cultivation)** - teorija pabrėžia, kad mūsų pasaulio suvokimą veikia ne tik dokumentinė medžiaga ar naujienos, bet ir pramoginės laidos, kino filmai, įvairūs šou. Jei tam tikros temos ar įvaizdžiai vyrauja televizijoje, nepriklausomai nuo to, kokiame kontekste jie yra pateikiami, jie veikia žmonių pasaulėžiūrą. “Jei žmonės praleidžia valandų valandas, dieną dieną prie televizoriaus, stebėdami smurtą kino filmuose, tai neišvengiami turi įtakos jų įsitikinimui, kad pasaulyje yra labai daug žiaurumo ir smurto. Nors niekam nekylo abejonių, kad tai, ką matome televizoriaus ekrane, gerokai skiriasi nuo realaus gyvenimo, nuolatinis televizijos žiūrovas yra linkęs šį skirtumą vis labiau nutrinti.”⁴⁹

Pavyzdžiui, žmonės, ilgesnį laiką žiūrintys televiziją, nors, regis, ir suvokia, kad tai, ką mato kino filmuose, serialuose, realybės šou nėra paprasčiausias tikrovės atspindys, nesąmoningai tikrovę pradeda įsivaizduoti pagal tai, ką mato televizijoje.

Visos šios žiniasklaidą analizuojančios teorijos sutaria dėl to, kad žiniasklaida nėra paprasčiausias tikrovės veidrodis. Ji ne tik atspindi žmonių poreikius ir lūkesčius, bet ir juos formuoja. Nepaisant to, praktiškai neįmanoma įsivaizduoti šiuolaikinės demokratinės visuomenės be žiniasklaidos. Kaip pabrėžia Peter Dahlgren, ji būtina demokratijai tarsi deguonis.⁵⁰ Mc.Leod, ir Rosicki⁵¹ suformuluoja šias privalomas žiniasklaidos funkcijas demokratinėje visuomenėje:

1. Stebėti ir atspindėti svarbius įvykius, kurie gali teigiamai ar neigiamai paveikti piliečių gerovę.
2. Identifikuoti svarbiausius socialinius ir politinius klausimus, atskleidžiant jų kilmę ir galimus sprendimo būdus.
3. Suteikti arenas įvairiems interesams atstovaujančių veikėjų pasisakymams.
4. Pateikti įvairų turinį, atspindintį įvairias politinio diskurso dimensijas ir frakcijas, taip pat turinį, tarpininkaujantį tarp politikos ir masinės publikos.
5. Kruopščiai stebėti ir nagrinėti vyriausybės tarnautojų, institucijų ir kitų galios organų veiklą, skatinant jų atskaitomybę už savo politiką ir veiksmus.
6. Pateikti informaciją ir argumentus, leidžiančius piliečiams būti aktyviais informuotais politinio proceso dalyviais, o ne stebėtojais.

⁴⁹ McQuail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage, 1993. P.64.

⁵⁰ Dahlgren P. The Transformation of Democracy // New Media and Politics, ed. Barrie Axford, Richard Huggins, London: Sage, 2001, P.66.

⁵¹ Žiliukaitė R., Ramonaitė A., Nevinskaitė L. Neatrasta galia Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis. Vilnius: Versus aureus. 2006. P. 180.

7. Priešintis išorinėms jėgoms, siekiančioms pakirsti žiniasklaidos autonomiją.

8. Gerbti auditoriją, laikant ją potencialiai susidomėjusiais, išmintingais ir veiksmingais piliečiais.

Taigi demokratinėje visuomenėje iš žiniasklaidos tikimasi daugiau nei paprasčiausio informavimo. Ji turi atlikti taip pat ugdomąją funkciją, tarpininkauti tarp įvairių socialinių grupių, kovoti su bandymais pažeisti sąžiningo dialogo principus. Tačiau ar šiuolaikinė žiniasklaida iš tiesų sugeba atlikti visas šias funkcijas? Ar nenutinka taip, kad jai pačiai labai dažnai pritrūksta vidinės demokratijos ir ji tampa paprasčiausiai kurios nors grupuotės įrankiu?

Robert W. Chesney knygoje „Turtinga žiniasklaida, skurdi demokratija“ teigia, kad žiniasklaida vis labiau demokratijai teikia ne gryną orą, bet nuodingas dujas. Pasak šio autoriaus taip yra, nes suklestėjo korporacinė žiniasklaida, kuri visiškai priklauso nuo savininkų bei reklamos teikėjų.⁵² Stebime situaciją, kai piliečių interesai žiniasklaidoje yra tenkinami tik tiek, kiek tai atitinka reklamos teikėjų interesus. Žurnalistai triukšmingai demaskuoja tuos, kurie neteikia jiems reklamos, tačiau tylomis nuleidžia reklamos užsakovų ydas. Tai, pask R.W. Chesney, nėra atskiri atvejai, bet vienareikšmė tendencija. Žurnalistas Rytis Juozapavičius linkęs susidariusią situaciją apibūdinti taip: „žiniasklaida turi ir žino savo pareigas, kurias dažnai pamiršta arba vykdo už atlygį“.⁵³

Žurnalistė Eglė Kairelytė iškelia klausimą „Ar žiniasklaidos vartotojas turi teisę rinktis?“ Jos svarstymai yra apie tai, kad eilinis žmogus, atėjęs į parduotuvę ant visų gaminių etikečių mato surašytą visą būtiną informaciją apie prekes ir tuomet žmogui yra suteikta galimybė apsispręsti, kurią prekę pirkti. „Kodėl visuomenės informavimo priemonės negali būti „sužymėtos“ taip, kad žiniasklaidos vartotojas žinotų, kuri informacijos priemonė yra patikimesnė?“⁵⁴

Samuel Barnett teigimu, kalbant apie žiniasklaidos sritį, klaidingai manoma, kad didžiulė konkurencija gali pagerinti žiniasklaidos priemonių kokybę⁵⁵. Ekonomistų tvirtinimas, kad, didėjant konkurencijai, susidaro palankiausios vartotojui sąlygos, bent jau žiniasklaidos srityje, neatitinka tikrovės. XX amžiaus pabaigoje galima buvo įsitikinti, kad: nors tų kraštų žiniasklaida, kurioje nėra cenzūros ir valdžia nesikiša į žurnalistų darbą, yra kokybiškesnė ir įvairesnė, tačiau galima nebent sutikti, kad nuosaiki konkurencija skatina įvairovę ir kelia kokybės kartelę žiniasklaidos

⁵² McChesnsy R. W. Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. University of Illinois Press, 1999. P. 10.

⁵³ Juozapavičius Rytis. Politinė reklama ir žiniasklaidos korupcija // Transparency international Lietuvos skyrius, 2004 rug. 9, P. 6.

⁵⁴ Kairelytė E. Ieškau etiškos ir patikimos žiniasklaidos // Žurnalistų žinios, 2008 saus. 9.

⁵⁵ Barnett S. Will a Crisis in Journalism Provoke a Crisis in Democracy? The Political Quarterly 73. 2002. P.402.

priemonėms, tačiau, konkurencijai suintensyvėjus, pasipila praktiškai identiškos laidos ir viską pradeda lemti ne laidos kokybė, bet pinigai, skirti jos reklamai. Kalbant apie konkretų įvykį, visai nebūtina iš kelių žiniasklaidos pasiūlytų variantų pasirinkti teisingiausią, t.y. labiausiai atspindintį realybę, bet svarbiausia tai, kad tie žiniasklaidos kūrėjų pasiūlyti variantai būtų kuo aiškesni ir konkretesni.⁵⁶ Tokiu atveju žmonėms būtų lengviau pasirinkti teisingą, neiškreiptą informaciją. Deja, bet šiai dienai, laisvoji rinka automatiškai nepakelia žiniasklaidos kokybės, o netgi priešingai – veda prie totalios komercializacijos ir orientacijos tik į tuos, kurie gali būti potencialūs reklamuojamų paslaugų ar prekių vartotojai. Paprastai tai veda prie to, jog prasčiau gyvenantys žmonės praktiškai išnyksta iš žiniasklaidos akiračio arba demonstruojami tik kaip tam tikra egzotika.

Akivaizdi tendencija, jog žiniasklaidoje pradeda vyrauti tai, kas gali sutraukti kuo daugiau publikos.⁵⁷ Didžiausias dėmesys pradedamas skirti ne informacijos teikimui ar ugdymui, bet linksminimui ir raginimui ir toliau likti žiniasklaidos vartotojais. Tuo galima aiškinti ir smurto bei sekso temų vyravimą komercializuotoje žiniasklaidoje.

Kita tendencija – žiniasklaidos akiratyje vis sunkiau išsilaiko problemos, kurios reikalauja ilgesnių svarstymų, kurias sunkiau įterpti į šou sklaidos formatą. Galima konstatuoti, kad ne tiek žiniasklaida bando derintis prie to, kas vyksta pasaulyje, kiek pasaulį bando priderinti prie savojo formato. Kaip atkreipia dėmesį, D. Alheide⁵⁸, žiniasklaida yra tapusi labai savireferentiška. Kitaip sakant, ji labiausiai reaguoja į tai, kas rašoma žiniasklaidoje. Susidaro ydingas ratas, kai visos žiniasklaidos priemonės pradeda rašyti apie tą pačią problemą, ją visokeriopai sureikšmindamos, reaguodamos ne į tai, kad tema tapo labai aktuali visuomenėje, bet į tai, kad ji buvo aprašyta kurioje nors įtakingoje žiniasklaidos priemonėje. Po kurio laiko ši problema paprasčiausiai užmirštama ir imamasi kitos problemos.

Taip pat reiktų pabrėžti ir žiniasklaidos siekį daryti spaudimą teismams, politikams. Ypač kurio nors nusikaltimo ar nelaimės atžvilgiu, žiniasklaida paprastai skuba daryti išvadas, net neturėdama pakankamai tam pagrindo, “nuteisia” žmones dar iki to laiko, kai paskelbiamas oficialus teismo nuosprendis. Gina ir populiarina savo pateiktą kurios nors bylos versiją, darydama didžiulį spaudimą teismui, nagrinėjančiam šią bylą.

Toliau įdėmiau bus pažvelgta į politinės komunikacijos specifiką šiuolaikinės masinės komunikacijos sąlygomis.

⁵⁶ Drunga M. Visuomenės ir žiniasklaidos dialogas būtinas // Atgimimas, 2008 bal. 25.

⁵⁷ Altheide D. Creating Fear: News and the Construction of Crisis. New York: Aldine de Gruyter, 2002.

2. 2 Politinės komunikacijos specifika masinės komunikacijos sąlygomis

Pasak Lauro Bielinio, „politinė komunikacija – tai laukas, kuriame įvairiais diskursais keičiasi trys pagrindiniai šiuolaikinės politikos veikėjai: politikai, žurnalistai ir visuomenė. Politinės komunikacijos erdvė tampa tarsi scena, kur publikai rodomi visi „už“ ir „prieš“ argumentai, debatai, rinkimų kolizijos. Ir kartu piliečiai patys gali dalyvauti šioje „scenoje“ ne tik kaip žiūrovai, bet ir kaip aktyvūs dalyviai, komentatoriai ar interaktyvūs vertintojai.“⁵⁹

Kaip kintant žiniasklaidai, keičiasi politinės komunikacijos laukas? Viena vertus, tiek politikai, tiek visuomenė įgauna naujus komunikacinius kanalus. Kita vertus, masinės komunikacijos priemonių technologinė raida veda prie „kokybinės politikos transformacijos“.⁶⁰ Keičiasi ne tik politinės komunikacijos pavidalai, formos, bet ir pats politikos turinys.

„Tradicinė politika gamino politines ideologijas, politinius principus ir sprendimus. Šiandien informacinės visuomenės sąlygomis, politika verčiama veikti nauja kryptimi. Dabar ideologija ar politinis principas labai dažnai tėra tik politinio proceso palaukė, o kartais išvis prapuola kaip reikšmės netekęs politikos atributas.“⁶¹ Pasak L. Bielinio, dabartinėje politikoje į pirmą vietą iškyla komunikacijos patrauklumas. Politikui, partijai svarbiausia sukurti savo įvaizdį ir sužavėti juo vartotoją. Politika vis labiau tampa įvaizdžių vadyba, o ne kokia nors ideologija pagrįstas visuomenei aktualių problemų sprendimas.

Didžiausią įtaką pokyčiams politinėje komunikacijoje padarė televizijos, kaip vyraujančios žiniasklaidos priemonės, įsitvirtinimas. Galima teigti, kad, nepaisant to, jog atsirado internetas su naujomis galimybėmis, televizija išlieka svarbiausia politine komunikacijos priemone.

JAV televizijos dominavimo politikoje pradžia Sandra Moog ir Jeffrey Stryter - Beltrao vadina 1960 metus, kai telegeniškas John F. Kenedy laimėjo daugumos simpatijas per viešus debatus, kurie pirmą kartą buvo transliuojami per televiziją. Žiūrovų dauguma neabejodama atidavė jam pirmenybę, nors absoliuti dauguma radijo žiūrovų buvo įsitikinę, kad daug pranašesnis debatuose buvo Richard Nixon.⁶²

Ne tik JAV, bet ir kitose valstybėse politikai netrukus suprato, kad, jei nori pasiekti rinkėjus, turi naudoti televiziją. Tai reiškė posūkį labiau simbolinės, į įvaizdžius ir emocijas orientuotos

⁵⁸ Ten pat.

⁵⁹ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida. Vilnius: Eugrimas, 2006. P. 50.

⁶⁰ Wernick Andrew Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression. London: Sage. 1991. P. 134.

⁶¹ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida. Vilnius: Eugrimas, 2006. P. 13.

politikos, kurioje vis svarbiau *kas* ir *kaip*, o ne *ką* sako, stiprėjimą. Politikos orientacija į televiziją reiškė telegeniškos politikos, priverstos atsižvelgti į komercializuotą žiniasklaidos logiką, dominavimą.

Nors politiniai debatai, diskusijos vis dar pasirodo televizorių ekranuose, tačiau jų vis mažiau, nebent ir jos būtų organizuojamos ne pagal sąžiningų debatų, bet pagal dirgiklių paieškų logiką. Rimti debatai nesutraukia didelės žiūrovų auditorijos. Todėl jie praktiškai visai išnyko iš komercinių televizijų ir yra rodomi dažniausiai tik nacionalinio transliuotojo programose, tačiau ir čia jas siekiama formatuoti pagal televizijos logiką. Visa tai neišvengiamai veikia politinę komunikaciją, kuri vis dažniau apsiriboja šūkais ir populistiniais pažadais.

Pasak L. Bielinio: „Pramoga tampa visų televizijos laidų superideologija, nesvarbu ką ir koku aspektu rodo.“⁶² Kitaip sakant, taip pat ir politikai keliamas reikalavimas būti patraukliai ir įdomiai. Būtent įspūdžio darymas, o ne realus veiksmingumas, kuris savo ruožtu negali būti pamatuotas be gilesnių analitinių laidų, tampa esminė sėkmingos politiko karjeros prielaida. Politika labai suasmeninama, nes televizija labiau domisi paties politikos asmeniu, jo aplinka, o ne idėjomis, kurias jis gina. Prancūzų sociologas Pierre Bourdieu taikliai pastebi, kad televizijos formatas nėra tinkamas diskusijoms, kuriose norima atrasti tiesą, išryškinti problemos sudėtingumą ir atspalvius. Nepaisant to, politikai, filosofai, mokslininkai mielai dalyvauja televizijos politinėse laidose. Kodėl? „Dėl to, kad jie ateina į studiją ne tam, kad kažką pasakytų, bet tam, jog pasirodytų, nes, jei tavęs nėra televizijoje, tavęs nėra niekur“ (Pgl. M. Edelman, 2002).

Kitaip sakant, politikos vizualizacija ir orientacija į televiziją nėra subjektyvūs atskirų politikų ir žurnalistų įnoris, bet yra sąlygotas objektyvaus politikos ir televizijos santykio. Telegeniška politika turi savo logiką ir akcentus. Esminis klausimas – ar telegeniška politika tėra tam tikras etapas, ar galutinė jos stotis? Ar kitos žiniasklaidos priemonės gali sumažinti televizijos dominavimą politikoje? Galima teigti, kad nuo atsakymo į šį klausimą nemaža dalimi priklauso ir šiuolaikinės demokratijos vystymosi kryptis.

2.3 Šiuolaikinė žiniasklaida ir pilietiškumo transformacija

Demokratijai būtina tam tikra politinė kultūra, tam tikras pilietinis raštingumas – žinios ir sugebėjimai, padedantys suvokti politinį pasaulį. Pilietinis raštingumas yra tai, ką William Galston

⁶² Moog S., Stryten J. B. The Transformation of Political Communication // Mew Media and Politics, ed. Barrie Axford, Richard Huggins. London: Sage, 2000. P. 37.

⁶³ Bielinis Lauras. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida. Vilnius: Eugrimas, 2006. P. 81.

vadina ypatinga pilietine dorybe „tai noras ir sugebėjimas dalyvauti viešame diskurse ir įvertinti tuos, kurie yra valdžioje.“⁶⁴

Išanalizavus tendencijas šiuolaikinėje žiniasklaidoje ir politinėje komunikacijoje, nekelia abejonių tai, jog jos glaudžiai susijusios su tuo, kas vyksta pilietinėje visuomenėje. „Demokratijai būtinas tam tikras pilietiškumo minimumas: tam tikros bendros vertybės, įkūnijamos kasdienėse praktikose, bent minimalus savęs suvokimas kaip pilietinės bendruomenės nario.“⁶⁵

XIX amžiuje ir bent iki XX amžiaus vidurio žiniasklaida buvo pilietinės visuomenės katalizatorius. Laikraščiai gerokai išplėtė žmonių, gaunančių informaciją apie politinį gyvenimą, skaičių, leido dalintis pilietinių iniciatyvų pavyzdžiais, pagaliau, formavo patį pilietiškumo jausmą. Ilgainiui pilietinės organizacijos suformavo savas žiniasklaidos priemones, kurios stiprino jų tapatybę ir leido plačiai komunikuoti idėjas. Pats pilietinio aktyvumo principas šiuolaikinėje demokratijoje sunkiai įsivaizduojamas be žiniasklaidos pagalbos. Kita vertus, tenka sutikti ir su tuo, kad nuo XX amžiaus antros pusės, įsigalint televizijai, o vėliau ir internetui, pilietiškumas transformuojasi.

Kaip rašo Robert D. Putnam, laikraščių skaitymas neabejotinai skatina pilietiškumą, tačiau televizijos įsigalėjimas tampa pilietiškumo duobkasiu. Pasak žymaus amerikiečių mokslininko, technologinė žmogaus gyvenimo transformacija, susijusi su žiniasklaidos priemonių techniniu progresu, tampa rimtu iššūkiu pilietiškumui. Kas nutinka, kai įsigali televizija, o vėliau ir internetas? Pasak R. Putnamo, žmonių laisvalaikis privatizuojamas.⁶⁶ Nuo Senovės Graikijos laikų pilietinis aktyvumas yra siejamas su laisvalaikio atsiradimu. Piliečiai galėjo aktyviai dalyvauti valstybės gyvenime, nes ėgijo laisvo laiko. Prisiminkime, kad pagrindinis argumentas, kodėl moterys ir vergai negalėjo Senovės Graikijoje būti piliečiais – tai, kad šios grupės neturi laisvalaikio, o be jo neįmanoma politinė veikla, reikalaujanti įsigilinti į viešas problemas.

Knygos, laikraščiai gerokai išplėtė žmonių akiratį ir didino pilietiškumo potencialą. Tačiau, atsiradus televizijai, situacija kardinaliai pasikeitė. Televizija nusitaikė į žmogaus laisvalaikį ir pradėjo diktuoti madas. Laisvalaikis pradėtas suvokti kaip laikas, kuris turi būti skirtas pramogai, o ne pilietiniam veikimui kartu su kitais žmonėmis.

Ar interneto atsiradimas pakeitė pilietiškumo sunykimą? R. Putnam pripažįsta, kad internetas atveria naujas pilietinės mobilizacijos galimybes, kurių valdžia nebegali kontroliuoti. Interneto

⁶⁴ Milner H. Civic Literacy in Comparative Context. Why Canadians should be concerned // <http://www.irpp.org/pm/archive/pmvol2no2.pdf>; prisijungimo laikas: 2009-11-15.

⁶⁵ Ten pat.

⁶⁶ Putnam Robert. Bowling Alone: Americas Declining Social Capital. Journal of Democracy. 1995. P. 64.

atsiradimas neabejotinai didina vidinę visuomenės įvairovę. Tačiau R. Putnam lieka skeptiškas, ar tai reiškia pilietiškumo atgimimą.

Panaši ir Cass R. Sunstein pozicija, kurią jis išdėsto knygoje „Republic.com“.⁶⁷ Čia teigiama, kad gerai veikianti laisvosios raiškos sistema, kuri būtina tiek pilietinei bendruomenei, tiek demokratijai, turi tenkinti dvi sąlygas. Pirma, žmonės turėtų gauti tokią medžiagą, kurios nebūtų iš anksto pasirinkę. Neplanuoti, nenumatyti susidūrimai yra pagrindiniai pačiai demokratijai. Antra, daugelis ar dauguma piliečių turėtų turėti bendrosios patirties sritį. Be bendrosios patirties, heterogeniška visuomenė, sprendama socialines problemas, neišvengiamai patirs sunkumų, nesusikalbės tarpusavyje. Taigi, pasak Cass R. Sunstein, komunikacinė sistema, kuri mažina bendrosios patirties erdvę ir leidžia užsidaryti tam tikrame informaciniame gėte, neišvengiamai kelia pavojų visuomenės stabilumui ir demokratijos funkcionavimui. Cass R. Sunstein teigimu, tenka pripažinti, kad mes gyvename būtent tokioje krizinėje visuomenėje.

Tiesa, C. Sunstein apie šią situaciją kalba ne fatalistiškai, netvirtina, jog kito pasirinkimo paprasčiausiai neturime. Priešingai, jis pabrėžia, kad realistiškas situacijos įvertinimas ir įsisąmoninimas, kad „egzistuoja didžiulis skirtumas tarp piliečių ir vartotojų“⁶⁸, yra gera proga permainoms.

Žmonės, būdami piliečiais, dažnai siekia teisių ir tikslų, kurie skiriasi nuo jų, kaip vartotojų, daromų pasirinkimų. Vartotojai laisvę supranta tik kaip pagarbą jų pasirinkimams, nepriklausomai nuo jų turinio ir kilmės. Taigi, žmonių, kaip piliečių, pasirinkimai gerokai skiriasi nuo žmonių, kaip vartotojų, pasirinkimų. Piliečiai savo pasirinkimus vertina pilietinės bendruomenės, kuriai priklauso, perspektyvoje, galvoja apie ilgalaikius pasirinkimų padarinius ir paiso bendruomenėje egzistuojančių taisyklių. Vartotojas bando išsivaduoti iš bet kokių suvaržymų ir bet kokias ribas vertina kaip blogybę, kurią reikia pašalinti.

Šiuolaikinė komercializuota žiniasklaida labai prisidėjo prie vartotojų visuomenės išsialėjimo ir daugiausia orientuojasi į vartotojus. Šia prasme galima sakyti, kad žiniasklaida tampa sudėtingu iššūkiu pilietinei visuomenei. Kita vertus, didėjančios komunikacijos galimybės kartu leidžia analizuoti žiniasklaidą, įveikti politinę ar ekonominę cenzūrą ir kurti naujus – pilietinius – žiniasklaidos pavidalus. Kaip reakcija į komercializuotos žiniasklaidos problemas XX amžiaus paskutiniais dešimtmečiais JAV ir Europoje pradėjo formotis naujo tipo – pilietinė žiniasklaida.⁶⁹

⁶⁷ Cass R. Sunstein. Republic.com. Vilnius: Margi raštai, 2008. P. 172.

⁶⁸ Ten pat.

⁶⁹ Audronė Nugaraitė. Pilietinė žurnalistika Lietuvoje – mitas ar realybė? // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2005-12-28-audrone-nugaraite-pilietine-zurnalistika-lietuvoje-mitas-ar-pasiekiamo-realybe/5597>; prisijungimo laikas: 2009-11-14.

Pasak Audronės Nugaraitės, 1993 metais JAV, protestuojant prieš melagingos informacijos platinimą per rinkimų kampaniją žiniasklaidoje, pradėjo formotis pilietinės žiniasklaidos iniciatyvos, kai žiniasklaidos priemonė pradedama suvokti išskirtinai kaip pilietinės bendruomenės telkimo ir informavimo priemonė, o ne kaip verslo projektas. Tai žiniasklaidos projektai, tiesiogiai reaguojantys į žiniasklaidos komercializaciją ir priklausomybę nuo savininkų bei reklamos teikėjų interesų. Tokio pobūdžio žiniasklaida plinta ir stiprėja ne tik JAV bet ir visame pasaulyje, naują impulsą jai davė ir tinklaraščių išpopuliarėjimas. Tačiau labai sunku vertinti, ar realu tikėtis, kad tokia žiniasklaida gali tapti gyvybinga alternatyva turtingų korporacijų valdomoms žiniasklaidos imperijoms.

Apibendrinant šią darbo dalį, galima teigti, kad žiniasklaida yra būtina gero šiuolaikinės žiniasklaidos funkcionavimo prielaida, nes moderni demokratija atsiremia į visų piliečių informuotus sąlygos piliečiams kontroliuoti valdžios sprendimus. Kita vertus, svarbu pabrėžti, kad tam, jog žiniasklaida atliktų demokratijos deguonies vaidmenį, ji pati turi atitikti tam tikrus demokratinius standartus.

Šioje magistro baigiamojo darbo dalyje pateikiamos abejonės dėl demokratijos standartų taikymo žiniasklaidoje, komercinės logikos įtakos, kuri priklauso nuo rėmėjų ir dažnu žiniasklaidos siekimu būti ne tiek tarpininku, kiek svarbiausiu politikos proceso formavimo veiksnium. Masinės komunikacijos priemonių raida transformuoja politinę komunikaciją ir sukelia pilietiškumo eroziją. Radikaliausiai politikos sampratą ir politines praktikas paveikė televizijos įsigalėjimas ir jos diegiamas informacijos pateikimo formatas.

Žiniasklaidos priemonės gali būti svarbus pilietinio mobilizavimo veiksnystuo pačiu labai prisidedantis prie „laisvalaikio privatizavimo“ fenomeno, kuris tapo sudėtingu iššūkiu gyvybingai pilietinei visuomenei.

3. DEMOKRATIJOS PERSPEKTYVOS MASINĖS KOMUNIKACIJOS PLĖTROS SĄLYGOMIS

3.1 Pesimistinis scenarijus

Ankstesnėse darbo dalyse buvo atskleista, jog šių laikų pasaulyje visavertė demokratija negali egzistuoti be demokratinis standartus atitinkančios žiniasklaidos. Nepaisant to, kad demokratija, bent jau Vakarų pasaulyje, suvokiama kaip neabejotina vertybė, garsiai kalbama apie tai, kad ji atsidūrė kryžkelėje. Sparti masinės komunikacijos priemonių plėtra sudarė prielaidas naujo tipo visuomenei formuotis, kur žmonės save suvokia veikiau kaip vartotojus, o ne kaip piliečius. Įprasta kurti ilgus teisių sąvadus, tačiau vis rečiau kalbama apie pilietines pareigas.

Televizijos atsiradimas ir išplitimas iš esmės transformavo politinę komunikaciją ir ji tapo politinių įvaizdžių vadyba. Politikai siekia ne tiek išspręsti realiais visuomenės problemas, kiek įtikti, sužavėti televizijos vartotojus, nes tai tapo vienu iš svarbiausių jų politinės karjeros garantu. Naujos technologijos atveria vis platesnes politinių manipuliacijų erdves. Todėl tikrai galima sutikti su R.W. McChesney, jog pati šiuolaikinė žiniasklaida tampa sunkiu išbandymu demokratijai.⁷⁰

Pesimistinio demokratijos elektroniniame amžiuje scenarijaus galimybę pripažįsta ir Lauras Bielinis: Mes galime teigti, jei tradicinėje visuomenėje XIX amžiuje bei XX amžiaus pradžioje buvo įmanoma daugumos tironija, o realios demokratijos sąlygomis įmanoma mažumos tironija, tai elektroninės demokratijos sąlygomis įmanoma vieno asmens tironija, jei tas vienas bus įvaldęs kompiuterinio komunikavimo subtilybes ir turės reikiamus išteklius”.⁷¹ Politologo tvirtinimu, nors internetas yra, tarsi, nepavaldus cenzūrai “iš viršaus”, jau dabar realiai naudojama daugybė informacinių technologijų, su kurių pagalba formuojama interneto lankytojų nuomonė apie politinius įvykius ir vertybes. Be to, turime atsižvelgti ir į informacinės atskirties augimą. Prisiminkime jau aptartą kognityvinio tolydumo teoriją ir jos išvadą, kad tie, kas turi daug informacijos, labai greitai turtėja informacijos prasme, o tie, kurie stokoja informacijos, vis labiau skursta. Taigi, nors kalbama apie informacijos demokratizaciją ir prieinamumą visiems, labai realus informacinio užribio, į kurį pateks tie, kurie nespėja paskui komunikacijos priemonių vystymąsi ar neturi pakankamai finansinių išteklių įsijungti į komunikacinius tinklus. “informacijos užribio”

⁷⁰ McChesnsy R. W. Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. University of Illinois Press, 1999. P. 14.

⁷¹ Ten pat, P. 113.

gyventojai paprasčiausiai “iškrenta” iš žinasklaidos akiračio, tampa nepastebimais žmonėmis, kurių problemos, lūkesčiai interesai nepasiekia tų, kurie priima politinius sprendimus.

Viena vertus, visi demokratinės visuomenės gyventojai gali dalyvauti, priimant svarbiausius politinius sprendimus, pavyzdžiui, per rinkimus. Kita vertus, labai realus manipuliacijų pavojus ir tai, jog pinigų vaidmuo politikoje nepaprastai išaugo. Investicijos į viešuosius ryšius tampa sėkmingos politinės veiklos pagrindas. Formuojasi situacija, kai formaliai visi turi tas pačias teises, tačiau absoliuti dauguma žmonių yra įsitikinę, kad jie niekaip negali paveikti politinių sprendimų priėmimo ir įgyvendinimo proceso.

Pasak pesimistinio scenarijaus, išsklaidyta ir demobilizuota visuomenė vis labiau primena vartotojų tinklus, kurie nukreipiami specialių rinkodaros technikų, negu pilietinę bendruomenę, sugebančią kovoti už visuotinai reikšmingus tikslus. Pilietinį pasipriešinimą piktnaudžiavimui demokratinėmis procedūromis bei manipuliacijoms slopina ir tai, kad visuomenė tampa vis labiau fragmentizuota, tirpsta bendrosios patirties ir bendrų interesų sritis⁷².

Pasak Cass R. Sunstein, “pagrindinė demokratinės sistemos funkcija – užtikrinti, kad atstovaujamame ir bendrame procese nauji ar “užguiti” balsai, naujas jų interesų pagrindo apibūdinimas ir kas jie yra iš tikrųjų, būtų išklaudyti ir suprasti.”⁷³ Ar šiuolaikinė demokratija sugeba tai užtikrinti? Ar dabartinėje politinėje komunikacijoje lieka vietos realiam dialogui tarp valdžios ir piliečių? Ar gali pasikeisti dominuojančios tendencijos žiniasklaidoje, kai visas dėmesys sutelkiamas ties žinasklaidą remiančiais ar reklamos teikėjų požiūriu vertingais žmonėmis, o visi kiti nepatenka į akiratį? Vienareikšmiškų atsakymų nėra. Tiksliausia būtų teigti, kad “šiandien demokratija, taip pat ir masinės komunikacijos priemonės yra kryžkelėje”⁷⁴ ir tai, koks scenarijus bus įgyvendintas, sprendžiasi dabar ir tai yra žmonių pasirinkimas, o ne techninės evoliucijos logikos sąlygotas dalykas.

3.2 Optimistinis scenarijus

Taigi, įmanomas tiek pesimistinis, tiek optimistinis scenarijus. Nepaisant realių problemų, kurias tenka spręsti šiuolaikinei demokratijai, tokių kaip vartotojiškos visuomenės susiformavimas, pilietinio dalyvavimo mažėjimas ir socialinių bei informacinių skirtumų didėjimas, galima kalbėti

⁷² Cass R. Sunstein. Repuclie.com. Vilnius: Margi raštai. 2008. P. 123.

⁷³ Ten pat., P. 121.

⁷⁴ Peter Dahlgren, p.83.

apie tai, kad šiuolaikinės masinės komunikacijos priemonės, ypač internetas, pasiūlo didžiulį pilietiškumo potencialą.

Darbe buvo minimi Cass Sunstein perspėjimai dėl pilietiškumo sunykimo šių laikų pasaulyje. Tačiau šis mąstytojas nėra fatalistas, jis įsitikinęs, kad technologijos pačios savaime nėra nei gėris, nei blogis ir viskas priklauso nuo to, kaip jos bus panaudotos. „Kai dvidešimtojo amžiaus pradžioje buvo sukurta viešojo forumo doktrina, gatvių ir parkų vengimas buvo daug sudėtingesnis nei dabar, vadinasi, viešojo forumo doktrina turėjo didžiulę praktinę reikšmę. Tačiau dabar situacija keičiasi. Vėl viešuose forumuose praleidžiame mažiau laiko. Tačiau ar tai reiškia, kad sparčiai augantys virtualūs komunikaciniai ir bendro veikimo tinklai negali tapti naujais demokratiją atgaivinančiais forumais?“⁷⁵

Dar daugiau vilčių, jog internetas atgaivins pilietiškumą, turi Tom Riley: „Internetas decentralizavo valdžią ir galią, individai gali savarankiškai ieškoti problemų sprendimų. Vyksta radikali žinojimo demokratizacija ir tai turėtų tapti nauju demokratijos stiprybės šaltiniu.“⁷⁶ Tiesa, T. Riley pabrėžia, kad, jei norima pasinaudoti interneto potencialu, turi keistis demokratinės institucijos, turi būti pereita prie e-demokratijos, grįžtančios prie tiesioginės demokratijos principų.

Cass Sunstein įsitikinęs, kad būtina optimistinio demokratijos vystymosi scenarijaus sąlyga – suvokimas, jog žodžio laisvė nėra absoliutas. Žiniasklaidos erdvė neturi virsti vien tik laisvo vartojimo sritimi, bet reikalingas tam tikras nukreipiantis reguliavimas. Jis neturi nieko bendro su noru atgaivinti cenzūrą. Tačiau jis būtinas bet kuriam demokratijos pavidalui. „Kiekviena demokratinė sistema reguliuoja tam tikras kalbėjimo formas ne tik sukurdamą nuosavybės teises, bet ir kontroliuodama raiškos formų įvairovę, kaip antai, melagingi parodymai, kyšininkavimas, grasinimas, vaikų pornografija bei apgaulinga komercinė reklama“.⁷⁷ Jei toks pilietiškumą ginantis reguliavimas bus įgyvendintas, galima bus sakyti, kad „atsirandančios technologijos šiuo atveju vargu ar yra priešininkas. Jos teikia daug daugiau vilčių nei rizikos“.⁷⁸

L. Bielinio tvirtinimu, lygiai realus tiek pesimistinis, tiek optimistinis scenarijus, kurį jis įvardija kaip grįžimą prie Senovės Graikijoje plėtoto agoros – viešų debatų erdvės – idealų. Internetu formuojasi naujos viešos erdvės, forumai, kuriuose visi gali dalyvauti ir tuojau pat išsakyti savo nuomonę, balsuoti už pasirinktą alternatyvą ir visos diskusijos vyksta visiškai skaidriai. Tai, pasak L. Bielinio, leidžia įveikti dar Senovės Graikijoje nustatytą kiekybinį apribojimą demokratijai. Buvo teigiama, kad tiesioginė demokratija yra įmanoma tik nedideliame mieste, kurio gyventojų skaičius

⁷⁵ Cass R. Sunstein. *Republic.com*. Vilnius: Margi raštai. 2008. P. 121.

⁷⁶ Riley Tom. *The Changing Face of Democracy Today*. Unesco Papers. 2000. P. 67.

neviršija keliasdešimt tūkstančių. Didesniame mieste ar valstybėje tiesioginė demokratija neįmanoma, nes nėra fizinės galimybės visiems susirinkti į debatus. Internetas sukuria tokią erdvę, panaikina kiekybinius apribojimus. Esminis klausimas – ar šiuolaikinės demokratinės visuomenės sugebės šį naują potencialą išnaudoti?

Apibendrinant šią magistro darbo dalį, turime pabrėžti, kad tai, kuris žiniasklaidos ir demokratijos santykių raidos scenarijus įsigalės, visiškai priklauso ne nuo kokių nors techninių veiksnių, bet nuo politikų, žurnalistų, pilietinės bendruomenės atstovų apsisprendimo bei ryžto.

Jei dabartinės tendencijos išliktų ir toliau, labai tikėtinas pesimistinis scenarijus, numatantis vis didėjančią viešosios erdvės fragmentaciją, žmonių užsisklendimą ir kartu augančias manipuliacijos galimybes.

Tačiau, jei bus išgirstos ir įvertintos kritinės daugelio socialinių teoretikų pastabos, išnaudotas žiniasklaidos savirefleksijos sugebėjimas bei turimas didžiulis techninis bei pilietinis potencialas, tai galimas optimistinis scenarijus, leidžiantis įgyvendinti realios piliečių valdžios principą, leidžiantis sugrįžti prie tiesioginės demokratijos laiku, tačiau su naujomis, tobulesnėmis komunikacijos galimybėmis.

Apibendrinant šios darbo dalies teorinę analizę, galima teigti, jog joje pateikta analizė patvirtina tezę, kad žiniasklaida yra ne tik būtina šiuolaikinės demokratijos prielaida, bet ir dilemą, kurias tenka spręsti, šaltiniu. Neįmanoma įsivaizduoti šiuolaikinės demokratijos be žiniasklaidos. Tačiau galima tvirtai teigti, kad žiniasklaidos teigiama ar neigiama įtaka demokratijai pirmiausia priklauso nuo to, kiek pati žiniasklaida sugeba būti demokratiška, kiek pileitiškumo logika sugeba atsispirti komercinei logikai.

⁷⁸ Cass R. Sunstein. Repuclio.com. Vilnius: Margi raštai. 2008. P. 207.

4. ŽINIASKLAIDOS IŠŠŪKIAI IR ĮTAKA DEMOKRATIJAI LIETUVOJE

Ankstesniuose teorinės dalies skyriuose buvo apžvelgta masinės komunikacijos priemonių technologinė raida, funkcijos. Taip pat buvo aptarti visuomenės piliečių lūkesčiai žiniasklaidos atžvilgiu. Neapsieita ir be pagrįsto aiškinimo, jog demokratinį standartų paisanti žiniasklaida yra būtina modernios demokratijos sąlyga. Kaip žinia, žiniasklaida privalo atitikti tam tikrus standartus šiuolaikinėje demokratijoje. Tačiau, jei žiniasklaida nepaiso nustatytų demokratinį standartų, ji tampa rimtu iššūkiu demokratinėi sistemai. Galima teigti, kad prasta žiniasklaidos kokybė neišvengiamai perauga į prastą demokratinės sistemos funkcionavimą. Norint išsiaiškinti Lietuvos žiniasklaidos ir demokratijos santykius, praktinėje magistro darbo dalyje bus nagrinėjamas Lietuvos žiniasklaidos demokratijos standartų atitikimas, funkcijų įgyvendinimas, žiniasklaidos vaidmens vertinimas. Žiniasklaidos ir demokratijos santykių Lietuvoje analizė magistro darbe remiasi ekspertų apklausa..

4.1 Tyrimo metodologijos aprašymas

Tyrimo organizavimas. Pasirinkti ekspertų apklausos metodą paskatino tai, kad teorinėje darbo dalyje buvo analizuojami mokslininkų, ekspertų svarstymai apie žiniasklaidos ir demokratijos priklausomybę. Praktinė magistro darbo dalis turėjo ne tik pratęsti teorinę, bet ir suteikti galimybę lyginti – kaip yra Lietuvoje ir kaip yra svetur?

Paprastai kokybinė ir kiekybinė metodologijos papildo viena kitą. Magistro baigiamojo darbo autorės įsitikinimu, Lietuvoje itin trūksta būtent kokybinio žiniasklaidos tyrimo, kurį vėliau galėtų papildyti įvairūs kiekybiniai tyrimai. Lietuvoje reguliariai vykdomi pasitikėjimo institucijomis, taip pat ir žiniasklaida, tyrimai ar laidų reitingus nustatančios apklausos neatskleidžia objektyvios dabartinės žiniasklaidos būklės Lietuvoje. Reta išimtimi galima vadinti teorinėje darbo dalyje minėtą Pilietinės visuomenės instituto ekspertų parengtą studiją „Neatrasta galia: Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis“, kurioje pateikiama kiekybinių tyrimų apie Lietuvos žmonių požiūrį tiek į demokratiją, tiek į žiniasklaidą, analizė. Ar ekspertų apklausa gali padaryti situaciją kiek skaidresnę ir papildyti Pilietinės visuomenės instituto tyrimus? Iš dalies taip. Bent jau gali atskleisti problemines sritis, kurias vėliau reikėtų tirti kitais metodais.

Klausimynas ekspertams parengtas, atsižvelgiant į magistro darbo teorinėje dalyje išryškintas žiniasklaidos ir demokratijos santykių problemines sritis. Klausimai ekspertams buvo pateikti atviro pobūdžio, o atsakymai - ne siūlantys pasirinkti iš nurodytų alternatyvų, bet

raginantys pateikti originalius svarstymus ir teiginius. Ekspertams buvo pateikti dešimt atvirų klausimų (žr. priedą), neribojant nei atsakymų turinio, nei formos.

Tyrime naudotas interviu pristatymas. Tyrimo metu buvo laikomasi etikos principų, respondentai supažindinti su tyrimo tikslais ir turiniu. Respondentams buvo užtikrinta, kad gauti atsakymų duomenys bus panaudoti baigiamojo magistro darbo praktinėje dalyje ir viešai niekur nebus skelbiami be atskiro jų sutikimo.

Tyrimo pobūdis. Šis tyrimas yra aiškinamasis, su tikslu išsiaiškinti ekspertų nuomonę apie žiniasklaidos Lietuvoje būklę.

Tyrimo imtis. Atliekant mokslinius tyrimus svarbu išsiaiškinti, kas sudaro tiriamąją visumą. Tiriamą visumą darbe yra apibrėžiama kaip aibė išskirtų pagal tam tikrą požymį objektų, iš kurių norima gauti informaciją. Nagrinėjamu atveju visumą sudarė Lietuvos žiniasklaida.

Tikslinei gupei atstovavo pasirinkti ekspertai – asmenys, dirbantys viešųjų ryšių srityje; žurnalistai, rašantys publikacijas, knygas bei straipsnius masinės komunikacijos tematika; ryšių su visuomene specialistai, politologai:

Lauras Bielinis - politologas socialinių mokslų daktaras, žurnalo „Politologija“ steigėjas ir ilgametis vyr. redaktorius, VU Tarptaurinių santykių ir politikos mokslų instituto docentas. Antrosios Prezidento Valdo Adamkaus kadencijos laikotarpiu buvo Prezidento patarėjas, Vidaus politikos ir analizės grupės vadovas. Vienas iš Politologų asociacijos steigėjų.

Rytis Juozapavičius – verslo konsultantas, keliolika metų dirbęs žurnalistu Lietuvos radijuje, Lietuvos televizijoje, „Verslo žiniose“. Vadovavo „Transparency International“ Lietuvos skyriui, kuris vykdė tyrimus taip pat ir žiniasklaidos korumpuotumo srityje. R. Juozapavičius yra paskelbęs keliasdešimt straipsnių Lietuvos žiniasklaidoje apie žurnalistų etiką, sąžiningus viešuosius ryšius.

Gintaras Aleknonis – žurnalistas, humanitarinių mokslų daktaras. Ilgametis „Laisvosios Europos“ radijo bendradarbis Miunchene ir Prahoje. Šiuo metu veda radijo laidą Lietuvos radijuje bei yra Mykolo Riomerio universiteto docentas, Strateginio valdymo ir politikos fakulteto dekanas.

Dalius Stancikas - ilgametis „Lietuvos aidą“ žurnalistas, politikos redaktorius, dirbęs savaitraštyje „Dienovidis“, interneto dienraštyje „Bernardinai. Lt“. Šiuo metu yra Seimo pirmininkės Irenos Degutienės vyriausiasis patarėjas.

Viktorija Laučiškytė - nuo 2006 m. dirbanti „LNK“ televizijoje teisininke. Darbo pobūdis – teisminių klausimų, iškilusių tarp visuomenės atstovų, žurnalistų ir televizijos, sprendimas.

Saulė Žemaitytė – žurnalistė, turinti darbo patirtį tiek spaudoje, tiek televizijoje. S. Žemaitytė buvo viena pirmųjų laikraščio „15 minučių“ žurnalistė, rengė TV projektus, tokius kaip

„Aukšiniai svogūnai“, „Karas keliuose“. Aktyviai dalyvauja pilietinio raštingumo ugdymo projektuose.

Milda Žukauskaitė – žurnalistė, dalyvaujanti projekte „Lietuvos gyventojų pilietinio aktyvumo skatinimas“. Yra publikavusi keliolika straipsnių įvairiuose Lietuvos leidiniuose.

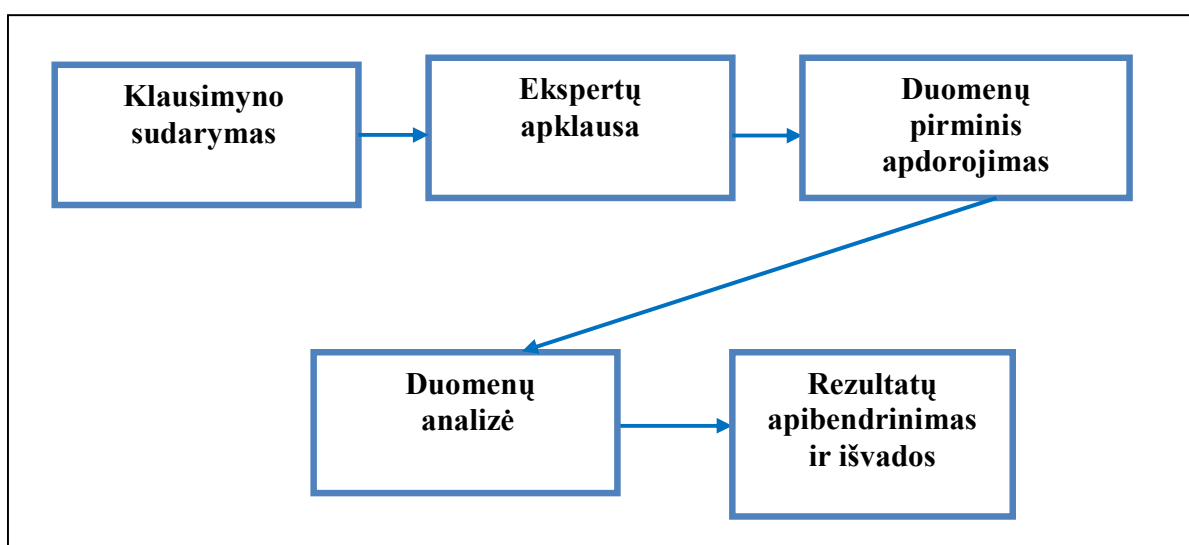
Tyrime taip pat buvo remiamasi Žurnalistų etikos inspektoriaus (iki 2009 metų lapkričio) Romo Gudaičio parengtomis analitinėmis apžvalgomis:

- „Demokratinės visuomenės informavimo kultūros plėtros gairės“ ir 2001-2002 m. analitinė apžvalga;
- „Demokratinės visuomenės informavimo kultūros plėtros gairės“ ir 2003-2004 m. analitinė apžvalga;
- 2005-2006 m. analitinė apžvalga „Visuomenės informavimo demokratinės kultūros plėtros gairės“ ir 2006 m. veiklos ataskaita.

Renkantis ekspertus, buvo siekiama, jog jie atstovautų įvairias sritis ir turėtų skirtingą darbo žiniasklaidoje patirtį ir būtų gerai susipažinę ne tik su žiniasklaidos Lietuvoje „virtuve“, bet ir su žiniasklaidos vaidmeniu politiniuose procesuose.

Tyrimo eiga:

1 schema. Tyrimo eiga



Tyrimas buvo atliekamas etapais, nuosekliai renkant ir apdorojant informaciją (žr. 1 paveikslą).

Tyrimo tikslas - remiantis ekspertų apklausa, analizuoti Lietuvos žiniasklaidos funkcionavimą ir poveikį visuomenei bei šiuolaikinei demokratijai. Išsiaiškinti, kokias dilemas žiniasklaidos plėtra iškelia demokratijai.

Tyrimo laikas: 2009 rugsėjo 14 d. – spalio 30 d.

4.2 Lietuvos žiniasklaidos ypatumai tarptautinės rinkos kontekste

Magistro darbo autorės įsitikinimu, žiniasklaidos Lietuvoje būklės tyrimą verta pradėti nuo klausimo – *ar lietuviškai žiniasklaidai būdingi kokie nors specifiniai bruožai?* Tam išsiaiškinti buvo skirti pirmieji klausimyno ekspertams klausimai.

Taigi, kokie unikalūs bruožai, pasak apklaustų ekspertų, būdingi Lietuvos žiniasklaidai? Įvardinsime tik tuos bruožus, kurie buvo paminėti bent kelių ekspertų.

1. Maža žiniasklaidos rinka.

Pasak Gintaro Aleknonio ir Saulės Žemaitytės:

„ [...] Lietuvos žiniasklaidoje ji yra maža, uždara, žiniasklaidos eksporto galimybės minimalios.“; „ [...] Ir nors atrodo, kad Lietuvos spaudoje, radijuje, televizijoje didžioji dalis programų yra įvairialypės ir įvairios, bet ištikrųjų ta didžioji dalis informacijos yra pateikiama labai dideliame bei plačiam žmonių ratui. Taip yra todėl, kad kurti alternatyvų, įvairių produktų siauresnėms, pagal atitinkamą specialybę, išsilavinimą ar pomėgius žmonių grupėms – sudėtingiau, kainuoja brangiau. Todėl egzistuoja tokia gausybė laidų apie gyvenimo būdą. Tai tuštybė, kuri padeda skaičiuoti svetimus pinigus. Todėl susiduriama su didele problema – mažu atsiperkamumu, kuris ir atbaido nuo specializuotų programų kūrimo“.

Todėl esą nenuostabu, kad Lietuvoje labai trūksta tiek informacijos, tiek gilių diskusijų apie svarbiausias pasaulio problemas bei pasaulinio masto įvykius. Profesionalus tokio pobūdžio informacijos pateikimas reikalauja daug pastangų. Kai auditorija yra maža, tai neišvengiamai kaštai bus didesni už potencialią gražą, t.y. pritrauktos auditorijos dydį.

Pavyzdžiui, analitiniai žurnalai visada yra mažiau populiarūs nei bulvariniai. Tačiau didelėje žiniasklaidos rinkoje yra galimybė analitinius žurnalus leisti pakankamai dideliu tiražu, tuo pačiu atpiginant vieno žurnalo egzemplioriaus savikainą. Deja, mažos rinkos sąlygomis pradeda veikti

“ydingas ratas”: mažo tiražo leidiniai neišvengiamai brangesni už tuos, kurie skelbiami didesniu tiražu, ir kaina tampa slenskiu didinti auditoriją.

Dauguma apklaustų ekspertų atkreipė dėmesį, kad maža žiniasklaidos rinka kartu reiškia sunkumus gauti pakankami lėšų iš reklamos. Reklamos tiekėjų pernelyg mažai, idant žiniasklaidos priemonės surinktų pakankamai lėšų, leidžiančių investuoti į naujus kokybiškus projektus.

2. Žurnalistų profesionalumo stygius.

Pasak Lauro Bielinio, maža rinka nėra vienintelė priežastis, kodėl trūksta analitinių medžiagų, jaučiamas provincialumas, atsiribojimas nuo svarbiausių pasaulio įvykių. Tam didelę įtaką turi ir gana menkas Lietuvos žurnalistų profesionalumas. Jis esą “*akivaizdžiai pasimato analizuojant politines aktualijas*“ (Lauras Bielinis).

Žurnalistų etikos inspektorius Romas Gudaitis 2003-2004 m. analitinėje apžvalgoje rašė:

„ [...] taip yra, nes žiniasklaida Lietuvoje dar tik formuojasi, todėl ir žurnalistams dar daug ko reiktų pasimokyti. Bulvariškumo stichija, pretenzijos bet kokia kaina atsidurti „žiniasklaidos dėmesio centre“, skandalai, neatsakingas ikiteisminio tyrimo, tikrovės neatitinkančios medžiagos skelbimas, tariamai žaismingas, o iš tiesų ciniškas tyčiojimas iš moralės normų sudaro tą rėksmingai agresyvią, spalvingai tuščią ir niekingą foną, kuris menkina žiniasklaidos įtaką, kenkia geram skoniui. Negelbsti ir pasiteisinimai, kad „tai modernu“, „tai originalu“, „kad mes neturime atsilikti“ ir pan. “

Romo Gudaičio nuomonę paremia ir Dalius Stancikas :

„ [...] vakarų žiniasklaida yra kur kas profesionalesnė negu Lietuvos. Vakaruose žiniasklaidos ribos yra kur kas griežčiau apibrėžtos. Yra aiškus pasiskirstymas bulvarinės, analitinės ir solidžios spaudos. Solidi spauda niekada nenusirita iki bulvarinių leidinių lygio, kaip tuo tarpu Lietuvoje tarp spaudos leidinių beveik nematyti skirtumo – ar tai analitinė, ar solidi, ar bulvarinė spauda. Taip yra todėl, kad Lietuvos žiniasklaida orientuojasi į bulvarinę spaudą, kaip komercinės sėkmės garantą. Tie leidiniai, kurie bando priešintis šiai tendencijai, išlieka nepopuliarūs. To padarinys – dauguma Lietuvos žmonių tenkinasi labai skurdžia, paviršutiniška, stokojančia žurnalistų profesionalumo įvykių informacija. Lietuvos žiniasklaidoje labai trūksta diskusijų, analizių apie įvykius“.

3. Lietuviška žiniasklaida labai komercializuota ir nėra linkusi paisyti garbingo žaidimo taisyklių.

Viena iš šiuolaikinės žiniasklaidos dilemų – kaip suderinti žiniasklaidos deklaruojamą misiją ir žiniasklaidą kaip verslą. Dauguma žiniasklaidos priemonių yra verslo pasaulio dalis, jos siekia gauti pelno iš pardavimų, reklamos. Tačiau žiniasklaidos priemonė skiriasi nuo kitų verslo

bendrovių tuo, kad ji įsipareigoja siekti patenkinti žmonių poreikį gauti objektyvią ir sąžiningą informaciją. Idant žurnalistai galėtų vykdyti šią misiją, jiems yra suteiktos specialios teisės gauti informaciją, kurių neturi kitų verslo sričių atstovai. Tam, kad galima būtų suderinti verslo ir misijos dalykus, absoliuti dauguma valstybių turi specialius įstatymus, skirtus viešosios informacijos gavimo ir pateikimo tvarkai nustatyti, taip pat yra tvirtinami žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksai.

Lietuva šiuo atveju nėra išimtis. Turime Visuomenės informavimo įstatymą, taip pat yra patvirtintas Žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas, veikia Žurnalistų etikos inspektoriaus institucija bei Žurnalistų ir leidėjų etikos komisija. Nepasiant to, dalis apklaustų ekspertų pabrėžė, kad Lietuvoje žiniasklaida labai dažnai nesilaiko garbingo žaidimo taisyklių, orientuojasi veikiau į pelną nei į visuomenės poreikius.

„Tai žiniasklaidos savininkų Lietuvoje skubaus pelno troškimas, susijęs su niekinančiu požiūriu į eilinį darbuotoją. Žurnalistų veiklos interesai užgožiami išstumiant į prioritetinę vietą verslo interesus ir tikslus“. (Gintaras Aleknonis)

„Lietuvos žiniasklaida orientuojasi į bulvarą, kaip į komercinės sėkmės garantą.“ (Dalius Stancikas)

„Žiniasklaida Lietuvoje faktiškai neturi apynasrio. Kalbu apie žurnalistų paisomą arba nepaisomą etiką. Dažniausiai etikos nėra paisoma, nors pačių žmonių teisė į privatų gyvenimą yra reglamentuota įstatymų. Retai pasitaiko atvejų, kuomet pažeidus tokio tipo įstatymą būtų baudžiami žurnalistai.“ (Saulė Žemaitytė)

Žurnalistas Rytis Juozapavičius taip pat tvirtai laikosi nuomonės, kad Lietuvos žiniasklaida nuėjo pelno siekimo keliu ir labai smarkiai nutolo nuo viešumo bei diskusijų tarpininko vaidmens. Juk viena iš žiniasklaidos funkcijų yra būti tarpininku tarp valdžios ir visuomenės. R. Juozapavičiaus žodžiais tariant, žiniasklaida, užimdama tarpininko poziciją, turėtų padėti žmonėms susitarti tarpusavyje, prieiti bendrų išvadų ir sprendimų. Kritikuodamas žiniasklaidą Lietuvoje, žurnalistas išvelgia stiprų nukrypimą ir pateikia tai puikiai atspindinčią metaforą:

„[...] žiniasklaida Lietuvoje užuot padėjusi žmonėms susikalbėti ėmė pati aktyviai daryti įtaką, siūlyti savo sprendimų variantus, reikšti savo poziciją, kreipti visuomenę ten, kur yra sumaniusi. Tai tas pats, kai paštininkas ima rašyti žmogui laiškus. Užuot atnešęs laišką, paštininkas pats rašo laišką ir dar teisia žmogų ir kalbasi su juo apie laiško turinį. Juk jis tik paštininkas, bet jis labai aktyvus, hyper aktyvus, išprotėjęs paštininkas, kuris simuliuoja su daugybe žmonių ir keičia laiškų turinį“.

Nors panašios situacijos egzistuoja ir užsienio šalyse, bet ten ištikrųjų kur kas dažniau dėl šmeižto ir „paperkamumo“ žiniasklaidoje yra kreipiamasi į teismą. Tuo tarpu Lietuvoje tokio

pobūdžio bylų yra kur kas mažiau, nes vyrauja nuostata, kad bylinėtis su žiniasklaida neverta, nes bylos laimėti beveik neįmanoma. Toks apatiškumas Lietuvos žurnalistus skatina elgtis kur kas laisviau nei, tarkim, JAV šalyse.

Šias apklaustų ekspertų nuomones patvirtina ir ilgamečio Žurnalistų etikos inspektoriaus Romo Gudaičio pozicija.

„[...] didžiausia Lietuvos žiniasklaidos bėda, jog pinigai ir egoistiški interesai ne taip jau retai išplauna ribas tarp objektyviosios, teisingosios – ir užsakomosios, „nupirktos“ žiniasklaidos. Naivu taikyti pastarajai visuomenės informavimo įstatymo nuostatas ar Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodekso normas. [...] Suprantama, kad mes turime omenyje ne užsakytą dalykinę informaciją ar natūraliai pareikštą poziciją dėl fizinių ar juridinių asmenų įvaizdžio formavimo, o tyčinį tendencingumą, faktų iškraipymą, įvairias insinuacijas, purvą, kurio užgautiems, iki sielos gelmių įskaudintiems žmonėms neįmanoma to nuplauti“. (Iš 2006 metų ataskaitos LR Seimui).

Žiniasklaidos komercializacija ir vengimai paisyti etikos normų susiję ir su menkomis demokratinės žiniasklaidos tradicijomis Lietuvoje, su tuo, kad dauguma Lietuvos gyventojų paprasčiausiai bijo žurnalistų ir nežino savo teisių, kurias žurnalistika privalo paisyti.

„Viskas priklauso nuo pačių piliečių, - tokią išvadą pateikia Žmogaus teisių stebėjimo instituto valdybos pirmininkas Kęstutis Čilinskas. Pavyzdžiui, JAV žmogaus teisių šaltiniu laikomas pats žmogus, amerikiečiai nuo vaikystės žino savo teises ir reikalauja, kad valstybė jas užtikrintų. Deja, bet Lietuvoje žmonės klaidingai mano, kad teisių tėra tik tiek, kiek jų suteikia valdžia. Kai kurių savo teisių dauguma Lietuvos piliečių net nežino, todėl nieko keista, kad nereikalauja ir jų garantuoti.“⁷⁹. Demokratinės visuomenės tikslas – harmoninga, tobulinanti savo profesiją, kvalifikaciją, plačių kultūrinių interesų žmogus. Būtent tokių žmonių visuma lemia mūsų visuomenės sėkmę ir pažangą. Siekiant šio tikslo privalome mylėti ir gerbti vienas kitą, žinoti savo teises ir pareigas. Pripažįstant žiniasklaidos vaidmenį ir prestižą, negalima nutylėti reiškinių, kurie neturi nieko bendra su laisvojo žodžio paskirtimi ir esme. Būtent todėl žiniasklaida privalo būti nepaperkama ir sakyti bei rašyti tik teisybę bei realybę, nebūti valdžios ar žmonių pusėje, ji turi būti teisinga. Jei mes gerbiame save ir siekiame aukštesnės žiniasklaidos demokratinės kultūros – o toks tikslas natūralus ir suprantamas – mes turėtume sutikti, kad žiniasklaidos pranešimams būtų taikomi aukšti visuomenės informavimo kriterijai. Privalome ugdyti save, išmokti reikšti mintis ir neperžengti sveikos ir teisingos demokratijos ribų. Netgi JAV prezidentas John Carter yra pasakęs:

⁷⁹ Žmogaus teisių gynėjai Lietuvoje dažniau tampa pažeidėjais. Veidas. 2004 m. birželio 10 d.

„Nuostoliai, kuriuos patiria visuomenė dėl laisvos, tegul ir nelabai atsakingos spaudos, visada ir visur bus mažesni už tą žalą, kurią patirs visuomenė ribojant žodžio laisvę“.

4.3 Visuomenės lūkesčiai ir reikalavimai žiniasklaidai

Lietuvos žurnalistai, žiniasklaidos priemonių dedaktoriai bei savininkai paprastai pabrėžia, kad svarbiausias veiksnys, lemiantis lietuviškos žurnalistikos turinį, yra auditorijos lūkesčiai ir pageidavimai. Tačiau, kaip pabrėžia Rytis Juozapavičius, Dalius Stancikas, Milda Žukauskaitė, žiniasklaida ne paprasčiausiai atspindi žmonių nuostatas, bet jas formuoja, kreipia norima linkme.

Pasak R. Juozapavičiaus, Lietuvos žiniasklaidoje labai trūksta **prasmingos visuomenės diskusijų darbotvarkės**. Esą dažnai pastebime, kad klausimai, kurie svarstomi televizijos, radijo stočių, laikraščių pirmosiose antraštėse nebūtinai yra tie klausimai, kuriuos tauta įvardija, kaip svarbiausius:

„[...] pavyzdžiui, jei žmogus kalba apie tai, iš kur jam gauti pinigų, tam, kad nusipirkti duonos ir pamaitinti šeimą, o žurnalistas kalba apie prabangos prekes, kurias vertėtų įsigyti ir klausimas apie pajamų gavimą jam yra tiesiog nesvarbus ir neaktualus, tai tuomet šioje situacijoje susiduriame su beprasme diskusijos dienotvarke, kurioje nėra įsiklausoma į tai, kas svarbu žmonėms“. [...] visi žiniasklaidos leidiniai kalba apie opias Lietuvos šalies problemas, bet nė vienas iš jų nesiėmė tų problemų analizavimo ir neieškojo sprendimų variantų. Tarkim, aukšto lygio problema Vilniaus mieste, tai automobilių spūstys. Visi laikraščiai rašo šia tema, bet ar kuris nors iš jų bandė nuosekliai ištirti automobilių spūsčių atsiradimo priežastis; ar davė pasiūlymų šiai problemai išspręsti?“

Šiame magistro darbe jau buvo pristatyta „darbotvarkės nustatymo“ teorija. Kalbant, apie Lietuvos situaciją, galima teigti, kad problemiška tai, jog ta darbotvarkė, kurią pasiūlo žiniasklaidos priemonės nėra ta pati, kuri svarbi pilietinei bendruomenei. Deja, žurnalistai akcentuoja tas temas, problemas, kurios gali labiausiai sudirginti publikos vaizduotę, sukelti skandalą, bet ne tos, kurios aktualiausios daugumai žmonių. Kaip pabrėžia R. Juozapavičius, visuomenei reikšmingų idėjų aptarimui ir analizei Lietuvos žiniasklaidoje skiriama neproporcingai mažai vietos.

Ne mažiau svarbus sekantis žiniasklaidos uždavinys demokratinėje visuomenėje yra **įsiklausyti į nuomonių įvairovę**. Liberalios žiniasklaidos teorijos tėvas John Stuart Mill yra pasakęs: „leisk pasisakyti bet kuriam, nes tu nežinai iš kur ateis tiesa“, tai reiškia, kad žiniasklaida, pateikdama bet kokią informaciją, privalo apimti kuo daugiau nuomonių. Anot, Ryčio Juozapavičiaus:

„ [...] mūsų visuomenėje trūksta nuomonių įvairovės. Žiniasklaidos ir visuomenės bendras tikslas yra visos bendruomenės gerovė ir pasitenkinimas. Tik išklausydami vieni kitų skirtingų nuomonių, jas sumuodami, grupuodami ir kartu šnekėdami žiniasklaidos ir visuomenės atstovai sąveikauja ir bendrai sprendžia problemas.“

Prie nuomonių įvairovės dar prisideda ir būtinybė suteikti kuo didesniai žmonių skaičiui teisę pasisakyti. Asmenims, kurie „advokatauja“, t.y. atstovauja visuomenę, būtina parūpinti tribūną, platformą, kur jie galėtų viešai perteikti bendruomenės mintis. Tačiau labai svarbu, kad tie **žmonės tiksliai perteiktų bendruomenės žodžius**, neiškraipytų minčių.

Vienas iš didžiausių paradoksų, apklaustų ekspertų įsitikinimu, tai, kad, nepaisant akivaizdžių lietuviškos žiniasklaidos trūkumų, nuo pat Nepriklausomybės atkūrimo laikų, ja pasitiki absoliuti dauguma Lietuvos gyventojų. Iki pat atstatydinto Prezidento Rolando Pakso apkaltos laikotarpio žiniasklaida Lietuvoje pasitikėjo daugiau nei 70 nuošimčių gyventojų, tik vėliau pasitikėjimas sumažėjo keliasdešimt nuošimčių.

„ [...] pasitikėjimo žiniasklaida pamatas - tikėjimas, kad žiniasklaida iš visos gausybės informacijos, kurios visuomenės dalyviai patys niekada neturėtų galimybių peržiūrėti, jiems atrinks tai, kas svarbiausia ir reikalingiausia. Kadangi kito būdo greitai ir suprantamai susipažinti su gausybe visuomenę dominančių įvykių bei faktų nėra, tai visuomenė yra priversta pasitikėti žiniasklaidos teikiama informacija. Kitu atveju ji liktų labai atribota nuo viešųjų įvykių.“ (Romas Gudaitis)

„Tas pasitikėjimas ir yra prekė, kurią žiniasklaida gali pasiūlyti. Kaip kadaise pabrėžė žinomo JAV laikraščio „Washington Post“ buvęs atsakingasis redaktorius Benas Bradlee: „vienintelė žurnalisto kotiruojama prekė yra pasitikėjimas. Prarasti pasitikėjimą tolygu prarasti profesiją, ir žurnalistas daro viską, kad tai neįvyktų“. Bėda ta, kad pasitikėjimu Lietuvoje yra piktnaudžiaujama.“ (Gintaras Aleknonis)

Taigi, viena vertus, informacijos gausos laikais būtinas tarpininkas, kuris padeda susigaudyti. Tokio tarpininkavimo funkcijos svarba yra viena iš priežasčių, didinančių pasitikėjimą juo. Kita vertus, galima kalbėti ir apie kitas priežastis.

Pavyzdžiui, ydų demaskavimas:

„ [...] žurnalistai puikiai išmanydami savo darbą sugeba į dienos šviesą ištraukti net pačius slapčiausius ir pikantiškiausius įvykius, kuriuos bandoma nuslėpti nuo visuomenės. Po aukšto rango valdžios pareigūnų slapukavimų pavišimo pasitikėjimas žiniasklaida „auga kaip ant mielių“. Palaikymo visuomet nusipelni žurnalistų politinės išvalgos, narsiai atskleisti faktai. Kadangi valstybės politikų privatumo ribos atviresnės viešajam interesui, todėl vyksta

nuolatinės diskusijos dėl asmeninių savybių, o bet koks faktų nutylėjimas išprovokuoja žiniasklaidą naujiems demaskavimams. Išskyrus atvejus, kai skleidžiami gandai ir nuogirdos, politikai turi būti pasirengę viešumo egzaminui. Vis dėlto turėtume būti kritiškai tendencijai pulti ir demaskuoti visus aukšto rango politikus – bet kuri kritika turi būti pagrįsta realiais faktais ir etiškai pareikšta.“ (Romas Gudaitis)

Tiesa, Dalius Stancikas Lietuvos visuomenėje mato vis daugiau žmonių, kurie supranta, kad valdžios pareigūnų „demaskavimai“ dažnai būna selektyvūs ir nesąžiningi. Kita vertus, jis taip pat pabrėžia, kad daugelis žurnalistų žaidžia „politinius žaidimus“, ištraukdami į politikų asmeninių interesų įgyvendinimą.

Analizuojant žiniasklaidos kūrėjų teikiamų pranešimų turinį, pradedame klausti savęs: „*Kiek galima skaityti, kaip žmogus su kirviu po kiemą vaikosi kaimyną? Keičiasi tik vardai ar kirvio dydis, bet esmė lieka ta pati*“. Tokią informaciją nuolat teikia žiniasklaidos priemonės. Anot, Rolando Baryso, žiniasklaida Lietuvoje suvienodėjusi, neįdomi, bet neprarandanti skaitytojų ir žiūrovų. Kol visuomenę tenkins toks žinių pateikimo turinys ir formatas, tol Lietuvoje nebus kokybiškos žiniasklaidos. Viso to priežastis - **visuomenės išsilavinimo lygis**. Pasak Viktorijos Laučiškytės, dirbančios vienoje iš Lietuvos televizijų:

„ [...] žiniasklaida labiau pasitiki mažiau išsilavinę arba senyvo amžiaus žmonės. Jiems yra sudėtingiau kritiškai vertinti žiniasklaidos teikiamą informaciją dėl žinių ar išprusimo stokos.“

Taip pat ir R. Juozapavičius linkęs manyti, kad tai, „*jog didžioji dalis Lietuvos žmonių pasitiki žiniasklaida, parodo piliečių kritiško mąstymo stoką*“.

Jau minėjome, kad santykinai maža žiniasklaidos rinka Lietuvoje turi įtakos žurnalistikos kokybei. Regis, galima pridėti, jog maža rinka skatina pasitikėjimą žiniasklaida.

Lietuva nėra tokia didelė kaip, pavyzdžiui, JAV, todėl normalu, kad tarp žmonių jaučiasi glaudus tarpusavio ryšys, išryškėja **artumo jausmas**. Su tuo sutinka Saulė Žemaitytė, dirbanti žurnalistė ir pati ne kartą buvusi šioje situacijoje:

„ [...] interviu laikraščiams imami iš tų pačių žmonių, svarbiausiuose valstybės valdymo klausimuose dalyvauja tie patys pareigūnai, pasakojama apie tų pačių žmonių asmeninius gyvenimus. Žurnalų puslapiuose ir laikraščių antraštėse nuolat figūruoja tie patys veidai ir tos pačios pavardės. Taip yra todėl, kad žmonės, dirbantys žiniasklaidoje labai artimai bendrauja su siauru pažįstamų žmonių ratu. Savo ruožtu visuomenė, nuolat matydama tuos pačius veidus įgyja vis didesni pasitikėjimą jais ir jų skleidžiamomis tiesomis. Tačiau, jei kokioje nors publicistinėje laidoje ar reportaže rodomas ne taip gerai pažįstamas politinis veikėjas ar

visuomenės atstovas – pirminė visuomenės reakcija apie ją būna skeptiška, nekelianti pasitikėjimo.“

Priverstinis pasitikėjimas žiniasklaida egzistuoja tuomet, kai visuomenė nustoja patisitikėti šalies valdžia, teisėsauga ir visuomeninėmis institucijomis. Tai taip pat yra vienas iš žiniasklaidos pranašumų. Viena iš apklaustųjų ekspertų, teisininkė, dirbanti su visuomenės informavimo priemonėmis Viktorija Laučiškytė tai patvirtina:

„ [...] galop, kai nelieta pasitikėjimo nei valdžia, nei teisėsauga, tai kas lieka? Vėlgi ta pati, ketvirtoji valdžia, žiniasklaida“.

Apibendrinant, galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida, nors pastaraisiais metais nebėra populiariausia institucija, kuria labiausiai pasitiki žmonės, tačiau iki šiol nejaučia didesnio žmonių spaudimo keistis. Nepaisant to, kad išreiškiama ir pakankamai daug kritikos dominuojančių tendencijų atžvilgiu, tai kol kas menkai veikia populiariausių žiniasklaidos priemonių turinį, bulvarinio tipo žiniasklaida išlieka daug populiareesnė nei analitinė.

4.4 Politinės informacijos pateikimas ir vertinimas

Ekspertų nuomone, žiniasklaida tampa ne tik aktyviu politinės komunikacijos dalyviu, bet ir svarbiausiu politinės informacijos šaltiniu. Tyrimo metu buvo iškeltas klausimas apie Lietuvos žiniasklaidos teikiamą politinę informaciją visuomenei. Taip pat buvo klausiama, ar žiniasklaidos teikiamos informacijos užtenka politiniam pasirinkimui, ar visuomenė sugeba kritiškai analizuoti gaunamą politinę informaciją.

Romas Gudaitis analitinėje apžvalgoje nurodė, kad Lietuvos spaudoje jaučiama pliuralizmo stoka. Pati pliuralizmo sąvoka nurodo būtiną demokratinės visuomenės gyvavimo ir vystymosi sąlygą – skatinančią ne tik įvairių požiūrių toleravimą politikoje, visuomenės gyvenime, bet ir visuomenės informavimo priemonėse. Nors visi tyrime dalyvavę respondentai sutiko su tuo, kad žiniasklaida suteikia visuomenei daug bendros informacijos, bet tuo pačiu jie savo atsakymuose nurodė ir tai, ko būtent trūksta pilnaverčiam politiniam visuomenės informatyvumui gauti.

Vienas iš trūkumų, trukdančių visuomenei gauti pakankamą politinę informaciją yra didžiosios daugumos bendruomenės piliečių nesugebėjimas aprėpti milžiniško kiekio informacijos, nes tai atima labai daug laiko. Taipogi, niekuomet neužteks, tarkim, vieno leidinio teikiamų pranešimų apžvalgos ar peržiūros. Pasak L. Bielinio, susikoncentruodamas į tą patį politinę informaciją teikiantį leidinį:

„ [...] žmogus gauna pakankamai daug informacijos, tačiau ta informacija yra adekvati tame laikraštyje dirbančių asmenų intelektui, moralei, interesams bei supratimo galimybėms. Taigi, informacija gaunama ne apie politinį įvykį, o apie žurnalisto, redakcijos pamatymą bei supratimą“. „ [...] informacijos tarsi daug, bet ji tarsi nepilna, jos tarsi negana, bet informavimo srautai labai intensyvūs“.

Apie politiką žiniasklaida rašo daug. Ypatingai daug rašo tuomet, kai įvykiai „kvepia“ skandalais. Dažniausiai respondentų atsakymuose minimas trūkumas - politinėje informacijoje politinių partijų programų apžvalgų, santraukų, analizių, palyginimo (pvz.: ką žadėjo, ką padarė ir tt.) stygius. Žurnalistui Daliui Stančikui susidaro įspūdis, kad:

„ [...] dėl gilesnio požiūrio į politinę informaciją stygiaus kalta pati visuomenė.“

Prie šios nuomonės prisideda ir Gintaras Aleknonis, sakydamas:

„ [...] žiniasklaida neieško vartotojui labiausiai tinkamos informacijos pateikimo formos, neatskiria žinios ir komentaro. Taip yra todėl, kad visuomenė nekelia žiniasklaidai reikalavimų gauti išsamią, kokybišką, sudėtingesnę politinę informaciją“.

Politinės informacijos suteikimo klausimą Lietuvoje žurnalistai Rytis Juozapavičius ir Romas Gudaitis pakreipė kiek kitokia linkme. Jie akcentavo didžiulę valdžios įtaką, politinės informacijos paviešinimo klausimu. Romas Gudaitis 2003-2004 metų veiklos analitinėje apžvalgoje LR Seimui nupasakojo modelį, puikiai veikiančią mūsų visuomenėje. Jo nuomone, šiandien aiškiai nutylima ne itin puošianti laisvos šalies laisvą žiniasklaidą situacija – pilietis, mokesčių mokėtojas savo teisę į informacijos tiesą apmoka dvigubai ir trigubai:

„ [...] pirkdamas laikraštį, apmokėdamas televizijai savo telefono skambučiais ar finansuodamas dalį informacijos per mokamus mokesčius, kurių tam tikra dalis, pakliuvusi į valstybės institucijų lėšas, panaudojama informacijos nupirkimui iš visuomenės informacijos priemonių. Nepopuliaru, bet tenka priminti, kad informacija – nei paslauga, nei prekė. Tačiau pilietis apgaudinėjamas ir klaidinamas – jam sudaroma regimybė, kad užtikrinamos visos jo teisės į informaciją, jos sklaidą ir raišką, tuo tarpu realiai vis didėja už pinigus apmokėtos informacijos santykis. Ši visuomenės informavimo pusė yra nutylima. Blogiausia, kad Lietuvoje lyg ir normaliu reiškiniu imta laikyti tai, kad laisvai žiniasklaidai gali būti mokami paslėpti pinigai – reiškinys stačiai nesuvokiamas Vakarų pasaulyje, demokratinių šalių žiniasklaidos praktikos atmetinas kaip prieštaraujantis žodžio, informacijos laisvės esmei. Mūsų sąlygomis įprasta šį nemalonų reiškinį arba nutylėti, arba pateisinti – blogiausia, kad tai daro politikai. Nesunku paaiškinti, kodėl taip nutinka – juk nėra naudinga pripažinti, kad informacija yra apmokėta.

Taigi, iš interviu metu gautų atsakymų aiškiai matosi, kad politinės informacijos suteikiama iš tiesų pakankamai, bet jos teisingumu yra abejojama. Žiniasklaida, tinkamai nevykdydama savo funkcijų, iškelia nepasitikėjimo ja pačia klausimą. Todėl tam, kad Lietuvos piliečiai susidarytų nuomonę apie politinę situaciją Lietuvoje, jie privalo susipažinti su plačiu spektru informacijos gausos. Tai atima labai daug laiko. Tai nėra patogiu visuomenei. Čia ir slypi žiniasklaidos priemonių teikiamas didžiausias iššūkis – kaip rasti aukso viduriuką, tarp to, kas reikalinga ir to, kas tikrai nėra būtina žinoti.

Sutinkant su žiniasklaidos pakankamu politinės informacijos suteikimu, būtina paanalizuoti Lietuvos piliečių sugebėjimą kritiškai vertinti gaunamą politinę informaciją. Anot Ryčio Juozapavičiaus, vaikus nuo mokyklinio amžiaus derėtų pradėti mokyti skaityti laikraščius. Reikia suprasti, kad aprašomoje istorijoje turi vyrauti kelios prieštaringos nuomonės. Tai reikalinga tam, kad skaitytojas, atsižvelgdamas į keletą žurnalisto pateiktų nuomonių, susidarytų savąją. Išvien su žurnalistu yra ir Romas Gudaitis:

„[...] svarbu išmokyti visuomenę kritiškai vertinti viešai skelbiamą informaciją, kadangi gėrio ir blogio, nuostabaus pažinimo ir klastingo nusikaltimo santykių dialektikos reikia mokytis visiems. Apie tai būtina mąstyti strategiškai ir valstybiškai, būtina ir valstybės koordinacija”.

Kiti apklaustieji ekspertai, išsakydami savo nuomonę apie Lietuvos piliečių gebėjimą kritiškai analizuoti politinę informaciją, pažymi, kad tik nedidelė visuomenės dalis tai atlieka racionaliai, likusioji didžioji dalis linkusi reaguoti į pateikiamą informaciją spontaniškai ir daugiau remiantis emocijomis bei išankstinėmis nuostatomis. Jau anksčiau minėti veiksniai, lemiantys tokią ekspertų nuomonę, yra:

- visuomenės išsilavinimo stoka;
- informacijos gausa;
- paslėpta korupcija spaudoje;
- mažas visuomenės narių pilietiškumas.

Ekspertų teigimu, žiniasklaida Lietuvoje neskatina pasitikėjimo valstybe, gilesnio politinės sistemos supratimo. Ji tiesiog skatina orientaciją į trumpalaikius įvykius ir asmenybes. Žiniasklaidos neobjektyvumas kenkia viešosios erdvės kokybei, demokratiškumo užtikrinimui, nes, užuot vertinę aprašomus įvykius ir reiškinius, piliečiai pirmiausia yra priversti “derėtis” dėl faktų, spręsti, ar galima pasitikėti pateikta informacija. Žiniasklaidos nesugebėjimas kokybiškai atlikti savo vaidmens yra vienas iš veiksnių, lemiantis mažą Lietuvos gyventojų pilietinį raštingumą ir pilietinį dalyvavimą, nepasitikėjimą kitais žmonėmis ir institucijomis.

Taigi, tam, kad nepasiklysti milžiniškame politinių įvykių sraute visuomenei padėtų gebėjimas dirbti su informacija, atsirinkti ją pagal tam tikrus kriterijus taip, kad ji taptų reikalinga bei naudinga. Todėl politiniam mąstymui visų pirma reikalingas pilietinis raštingumas. Lietuva sparčiu žingsniu tik dabar jungiasi į globalinę informacijos srautą, nes dėl 50 metų okupacijos išitraukė pavėluotai. Ypatingai svarbu yra atskirti paviršutiniškus dalykus, blizgučius. Jei visuomenėje egzistuoja gebėjimas kritiškai mąstyti, tai naudinga patiems žmonėms. Tuomet nėra taip sudėtinga atskirti pelus nuo grūdų.

4.5 Žiniasklaidos ir politikų santykiai ir ateities prognozės

Lietuva pagarsėjo kaip valstybė, kurioje pramogų verslo atstovai, „žmonės iš televizoriaus“, naudodamiesi susikurtu populiarumu, sukūrė savo partiją ir netgi sugebėjo sėkmingai pasirodyti rinkimuose. Tai tik dar kartą patvirtino šiame magistro darbe aptartą televizijos įtakos politikai didėjimą ir tai, jog televizija transformuoja politinę komunikaciją. Ekspertų klausėme, kaip jie vertina žurnalistų ir politikų santykius dabar ir jų raidos perspektyvas.

Pasak Daliaus Stanciko: „šiandieninė žiniasklaidos raida ištikrųjų skatina politikų vrtimą šoumenais. Politikai mielai dalyvauja pramoginėse laidose, taip ištrindami ribą tarp politikos ir šou“.

Tokią tendenciją išvelgia ir Luras Bielinis, teigdamas:

„ [...] politikai yra stipriai priklausomi nuo žiniasklaidos ir dalis jų, neišvengiamai, visais įmanomais būdais siekia save realizuoti politikoje tapdami visuomenės linksmintojais“.

Taigi, tokį reiškinį iš dalies išprovokavo pati visuomenė, nes tokios televizijos programos kaip „Dviračio žinios“ ar „Auksinė blykstė“ daugeliui žmonių tampa pagrindiniais ir vieninteliais informacijos šaltiniais, nes jie jau nesugeba ir nesiekia atrasti prasmių rimtame politikos bei ekonomikos pasaulyje“. Tokioje susiklosčiusioje situacijoje stipriai pasireiškia viena iš anksčiau minėtų masinės komunikacijos dėmesio atitraukimo funkcijų, nes visuomenė informaciją priima kaip papildomą malonumo ir atsipalaidavimo sąvoką. Žiniasklaida Lietuvoje tapdama valdžios ir visuomenės tarpininke, dažnu atveju tik simuliuoja politikos ir žiniasklaidos priešpriešą, o realiai politikams būtinai reikia žurnalistų, o pastariesiems politikai yra geidžiamiausia reportažų medžiaga.

„ [...] politikai neatlaiko pagundos ir pasiduoda norui bet kokia kaina eiti į viešumą, tikėdamiesi, kad žiniasklaida bus jų pusėje“. (Gintaras Aleknonis)

Žurnalistė Saulė Žemaitytė akcentuoja:

„ [...] Lietuvos politikai yra labai gerai įvaldę bendravimo su žurnalistais meną. Jie išmoko save pateikti taip, kad tai būtų „skanu“ visuomenei, nepaisant to, kad jie patys dažnai prieštarauja savo nuostatoms“.

Žurnalistė apgailestauja dėl to ir tikisi, kad situacija Lietuvoje pasikeis, politikai pradės elgtis priešingai. Bet, kad tai įvyktų, visų pirma, to turi pradėti norėti pati visuomenė.

Rytis Juozapavičius primena apie seniai diskutuojamą kokybinį žiniasklaidos ir politikų bendradarbiavimą. Jo manymu, tik laiko klausimas, kada pasikeitimai įvyks. Tokį pasikeitimą lems pilietiškai raštinga, išprususi, politiškai aktyvi bei reikli Lietuvos visuomenė.

„ [...] Be laisvos žiniasklaidos neįmanoma šiuolaikinė demokratija, tačiau pačiai žiniasklaidai būtina tapti labiau demokratiškai ir laisvai. Ji yra demokratijos prielaida ir sudėtingas iššūkis.“
(Dalius Stancikas)

Apibendrinant praktinę darbo dalį, galima teigti, kad žiniasklaidos ekspertų apklausa ne tik išryškino žiniasklaidos būklės Lietuvoje specifinius bruožus, bet ir patvirtino teiginius apie žiniasklaidos ir demokratijos santykius, kurie buvo išsakyti teorinėje darbo dalyje: žiniasklaidos vaidmuo demokratinėje visuomenėje nevienareikšmiškas ir priklauso nuo pačios žiniasklaidos sugebėjimo laikytis demokratiinių standartų ir neaukoti visuomenės interesų vardan komercinės sėkmės.

Galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaidai būdingos tos pačios ydos, kaip ir vakarietiška: komercializacija, bulvarizacija, o santykinai maža rinka jas dar pagilina. Kita vertus, neabejotina, kad Lietuvos žiniasklaida turi didžiulį pilietinį potencialą, kuris – ką, beje, patvirtina ir studija „Neatrasta galia“ – labai menkai išnaudojamas. Šiandien sunku atsakyti, kuriuo keliu – pesimistiniu ar optimistiniu – pasuks žiniasklaidos ir demokratijos santykiai Lietuvoje. Šis magistro darbas – tai bandymas atskleisti iš žiniasklaidos kylančias problemas ir galimus pavojus. Magistro darbo autorė viliasi, kad bent šiek tiek pavyko prisidėti prie sunkaus žiniasklaidos tobulinimo uždavinio. Juk tam, kad pasveiktum, reikia gydytis, o gydytis pradedame tada, kai pripažįstame, kad sergame.

IŠVADOS IR SIŪLYMAI

Apibendrinant atliktą darbą, galima teigti, kad jo pradžioje iškeltas tikslas ir užsibrėžti uždaviniai iš esmės pasiekti.

Darbo pradžioje iškelta hipotezė taip pat iš esmės pasitvirtino: magistro darbe nurodomos ne tik teigiamos žiniasklaidos savybės, bet atskleidžiamos ir abejonės, keliančios neigiamą įtaką šiuolaikinei demokratijai.

Išvados:

1. Masinė komunikacijos priemonių raida tiek kokybiškai, tiek kiekybiškai keičia žmogaus santykį su informacija. Viena vertus, galima kalbėti apie informacijos sprogimo ar informacijos pertekliaus situaciją. Kita vertus, kiekviena komunikacijos priemonė turi įtakos ir perduodamos informacijos struktūravimui ar net turiniui.
2. Informacijos pertekliaus situacijoje ypač svarbus vaidmuo tenka žiniasklaidai, kaip tarpininkui tarp žmonių ir informacijos. Žiniasklaida tuo pačiu tampa vienu svarbiausių demokratinės santvarkos garantu. Tačiau pastarąjį vaidmenį žiniasklaida gali atlikti, jei pati išlieka demokratiška.
3. Šiuolaikinei žiniasklaidai tenka kovoti su pagunda iš tarpininko tapti svarbiu politinių procesų dalyviu. Žiniasklaidai tarnauti pilietinės bendruomenės tikslams trukdo priklausomybė nuo rėmėjų bei reklamos teikėjų ir vis labiau joje įsivyraujanti komercinė logika.
4. Masinės komunikacijos priemonių technologinė raida, ypač televizijos išpopuliarėjimas, nulėmė esminius politinės komunikacijos pokyčius.
5. Žiniasklaidos priemonės yra svarbus visuomenės jungimo į bendrą visumą elementas, tačiau žiniasklaida turi ir priešingą poveikį – ji transformuoja laisvalaikio sampratą ir tai pradeda kelti grėsmę pilietiniam veikimui.
6. Galimas tiek pesimistinis, tiek optimistinis žiniasklaidos ir demokratijos raidos scenarijai. Pesimistinis: išlikus tokioms pat žiniasklaidos tendencijoms – visuomenei gresia viešosios erdvės fragmentacija, žmonių užsisklendimas ir kartu augančios manipuliacijos galimybės. Tačiau jei visuomenė sugebės išnaudoti

turimą didžiulį techninį bei pilietinį potencialą, tai yra įmanoma sulaukti optimistinio scenarijaus, leidžiančio įgyvendinti realios piliečių valdžios principą, grįžtant prie tiesioginės demokratijos laikų, tačiau su naujomis, tobulesnėmis komunikacijos galimybėmis.

7. Žiniasklaidos pokyčiai ir tobulėjimas priklauso ne nuo technologinių pasikeitimų, bet nuo politikų, žurnalistų, pilietinės bendruomenės atstovų apsisprendimo bei ryžto.
8. Lietuviškai žiniasklaidai būdingos tos pačios tendencijos, kaip ir vakarietiškai, tačiau taip pat galima kalbėti apie specifiką, kuri kyla tiek iš menkų demokratinės žiniasklaidos tradicijų, tiek iš profesionalumo stokos. Lietuviškos žiniasklaidos problemas (bulvarizacija, užsakomieji straipsniai, analitinių straipsnių stoka, provincialumas) užaštrina maža ir uždara žiniasklaidos rinka ir stiprus verslo bei politikų spaudimas.
9. Didesnis nei Vakarų kraštuose pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje susijęs ne su geresne lietuviškos žiniasklaidos kokybe, bet su menku daugumos žmonių informaciniu raštingumu ir nepasitikėjimu svarbiausiomis politinėmis institucijomis, kurias žurnalistai nuolat kritikuoja.
10. Nepasiant vidinių problemų, kurios kamuoja Lietuvos žiniasklaidą, ji neabejotinai turi didžiulį pilietiškumo potencialą, kuris iki šiol labai menkai yra išnaudojamas.

Siūlymai:

1. Tobulinti žiniasklaidos reguliavimo mechanizmą, stiprinti žiniasklaidos savireguliacijos institucijas.
2. Spręsti žiniasklaidos nuosavybės ir finansavimo skaidrumo užtikrinimą. Nors yra priimtos žiniasklaidos savininkų skelbimo taisyklės, tačiau jos yra neveiksmingos. Visuomenė per mažai žino apie žiniasklaidos priemonių savininkų asmenybes, todėl būtina pasirūpinti šio reikalavimo įgyvendinimu.
3. Įteisinti griežtesnius reikalavimus žiniasklaidos priemonių veiklos skaidrumui bei bausmes už paslėptos reklamos skelbimą tam, kad televizijoje, radijuje, spaudoje

sumažėtų paslėptos reklamos, užsakytų straipsnių, už kuriuos žiniasklaidos savininkai gauna atlygį iš tuo suinteresuotų asmenų ar grupių.

4. Ugdyti pilietinį raštingumą tam, kad visuomenės piliečiai sugebėtų dalyvauti šalies valdyme, susidaryti argumentuotą nuomonę apie jiems pateikiamas alternatyvas.
5. Plėtoti prieigą prie interneto šalyje tam, kad kuo daugiau piliečių juo naudotųsi kaip informacijos šaltiniu, erdve diskusijoms, vieta jungimuisi į bendras grupes, taip apjungiant visuomenę.
6. Patenkinti kokybinės žiniasklaidos poreikį, apjungiant visuomenei reikšmingų idėjų aptarimą kartu su visuomeninių aktualijų išlaikymu.

SANTRAUKA

Masinės komunikacijos priemonių (žiniasklaidos) ir šiuolaikinės demokratijos santykis yra aktuali tema dėl daugelio priežasčių. Pirmiausia, ji aktuali dėl masinės komunikacijos priemonių technologinės raidos sukeltų pokyčių visuomenės ir žiniasklaidos tarpusavio santykiuose. Antra, sparčiai besivystanti žiniasklaida keičia demokratijos funkcionavimo sąlygas. Trečia, reikšmingi pokyčiai turi įtakos ne tik žmonių, valdžios atstovų ir žiniasklaidos santykiams, bet ir viešajam gyvenimui. Pasirinkta magistro baigiamojo darbo tema nėra plačiai ištirta ir išanalizuota. Nuosekliausiai žiniasklaidos įtaką politiniam gyvenimui yra analizavęs Luras Bielinis knygoje „Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida“. Todėl ši tema pasirinkta, tikintis, kad ji taps dar vienu atspirties tašku žiniasklaidos iššūkių ir jų įtakos demokratijai tyrinėjimams Lietuvoje.

Masinės komunikacijos pokyčiai sudaro palankias sąlygas bendravimui, demokratijos vystymui, suteikiant išskirtinę reikšmę žinioms. Tačiau sparčiai besivystanti masinė komunikacija iš dalies tampa sudėtingu iššūkiu demokratijai. Tai pasireiškia piliečių apatiškumu bendriems reikalams, mažėjančiu rinkėjų aktyvumu, per didelę informacijos gausą, augančia propaganda piliečių apsisprendimams. Todėl ypatingai svarbu yra išanalizuoti esamą žiniasklaidos padėtį Lietuvoje, nustatyti visuomenės poreikius bei lūkesčius žiniasklaidos atžvilgiu.

Naudoti tyrimo metodai: literatūros šaltinių analizė buvo pritaikyta analizuojant ir aiškinant masinės komunikacijos priemonių funkcijų teigiamus ir šalutinius poveikius; ekspertų apklausos metodas naudotas, kad iš kompetentingų asmenų būtų gauta naudinga informacija apie Lietuvos žiniasklaidos vaidmenį ir perspektyvas visuomenės ir politikų tarpusavio santykiuose, įvardinant, ko jiems trūksta bei kaip turėtų pasikeisti žiniasklaida.

Masinė komunikacijos raida atveria platesnes bendravimo, vis didėjančių informacijos srautų valdymo galimybes. Tai formuoja kiek kitokį masinės komunikacijos modelį dėl išryškėjusių informacijos pertekliaus įsisavinimo problemų. Žiniasklaida, pritraukdama didelių auditorijų dėmesį, privalo atitikti esminius demokratijos standartus: laisvė, lygybė, solidarumas. Deja, bet dažnu atveju žiniasklaida nepaiso šių standartų būdama komercializuota, bulvarizuota bei priklausoma nuo „rėmėjų“.

Tam, kad Lietuvoje egzistotų visuomenės lūkesčius patenkinanti žiniasklaida, rekomenduojama spręsti žiniasklaidos kokybės problemas, ugdant pilietinį raštingumą, plėtojant prieigą prie interneto, tobulinant žiniasklaidos reguliavimo mechanizmą, griežtinant reikalavimus žiniasklaidos kūrėjams.

SUMMARY

The relation of mass Media and modern democracy is a topic for several reasons. First of all, it is urgent for the mass communications technology development changes in the public and media relations. Secondly, the rapidly evolving media changes the functionality of democracy. Third, significant changes affect not only people, politicians, and media relations, but also public life. Selected Master's thesis is not widely studied and analyzed. The most consistent analysis about media influence to political life is given in Lauras Bielinis book "The public, government and the media." Therefore, this subject has been chosen in the hope that it will be a springboard for the challenges of the media and their impact on democracy studies in Lithuania.

Changes in mass communication facilitate communication, development of democracy, giving exceptional value for knowledge. However, a rapidly developing mass communication becomes complex challenge for democracy. It occurs like citizens apathy about common matters, decreasing voter turnout, a great abundance of information, increasing citizens' propaganda of self-determination. Therefore it is extremely important to analyze the current situation of media in Lithuania, determine the public needs and expectations, posed for media.

Such research methods were used: analysis of literature sources was applied for explaining and interpreting the positive and side effects of mass media; survey method with experts was performed to obtain useful information from the competent persons about media's role and prospects in relations between public and politicians in Lithuania. What is more, survey helped to get the opinion about what is missing in those relations and how the media should change.

Mass communication development opens capabilities of wider communication and provides opportunities to manage the increased information flow. This is a slightly different form of mass communication model for development highlighted the problems of information overload. The media, attracting the attention of large audiences, must comply with basic standards of democracy: freedom, equality, solidarity. Unfortunately, frequent media ignores these standards while being commercialized, tabloid and dependent on the "sponsors".

In order to have sufficient and corresponding with expectations media, Lithuanian society's should solve the media quality problems by developing civic literacy and access to the Internet, by improving the regulatory framework for the media, tightening requirements for media developers.

LITERATŪRA

I. Specialioji literatūra:

1. Balčytienė A. Žiniasklaidos kultūra. Lyginamieji svarstymai: Europa ir Lietuva // Darbai ir dienos. 2004.
2. Bielinis L. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas, 2005.
3. Česnavičius A. Televizija kintančiame žiniasklaidos pasaulyje // Lietuvos mokslų akademija, 2009.
4. Drunga M. Visuomenės ir žiniasklaidos dialogas būtinas // Atgimimas, 2008 bal. 25.
5. Gudaitis R. Demokratinės visuomenės informavimo kultūros plėtros gairės, 2001-2002 metų analitinė ažvalga. Vilnius, 2003.
6. Gudaitis R. Demokratinės visuomenės informavimo kultūros plėtros gairės, 2003-2004 metų analitinė ažvalga. Vilnius, 2005.
7. Gudaitis R. Visuomenės informavimo demokratinės kultūros plėtros gairės, 2005-2006 metų analitinė ažvalga. Vilnius, 2007.
8. Jonušaitė N. Laimė su televizoriumi // TV antena, 2002 saus. 04.
9. Juozapavičius R. Politinė reklama ir žiniasklaidos korupcija // Transparency international Lietuvos skyrius, 2004 rug. 9.
10. Kairelytė E. Ieškau etiškos ir patikimos žiniasklaidos // Žurnalistų žinios, 2008 saus. 9.
11. Kardelis K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas. 2002.
12. Keliuotis J. Žurnalistikos paskaitos // Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2000.
13. Savukynas Virginijus. Maištininko mitologijos. Rolando Pakso įvaizdžiai. Vilnius: Aidai, 2004.
14. Pečiulis Ž. Medija ir įvykis: realybės transformacijos televizijos naujienose // Tiltai: 2005. Nr. 4.
15. Vinciūnienė A., Balčytienė A. Žiniasklaida kaip aktyvus politinių procesų veikėjas informuojant visuomenę apie Europos Sąjungą: lyginamasis požiūris. 2006.
16. Žiliukaitė R., Ramonaitė A., Nevinskaitė L. Neatrasta galia Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis. Vilnius: Versus aureus. 2006.
17. Žmogaus teisių gynėjai Lietuvoje dažniau tampa pažeidėjais // Veidas, 2004 m. birž. 10.
18. Altheide D. Creating Fear: News and the Construction of Crisis. New York: Aldine de Gruyter, 2002.

19. Aristotelis. Politika, Vilnius: Pradai, 1997.
20. Axford B., Huggins R. New Media and Politics. London: Sage Publications. 2001.
21. Barnett S. Will a Crisis in Journalism Provoke a Crisis in Democracy? The Political Quarterly 73. 2002.
22. Cass R. Sunstein. Republic.com. Vilnius: Margi raštai. 2008.
23. Curran James. Media and power, 2002. P.
24. Dahlgren P. The Transformation of Democracy // New Media and Politics, ed. Barrie Axford, Richard Huggins, London: Sage, 2001.
25. Dominick J. R.. Dynamics of mass communications. New York, 1983.
26. Graber D. A. Processing the News: How People Tame the Information Tide. 2'nd edition: University Press of America, Lanham, Maryland, 1988.
27. Held D. Demokratijos modeliai. Vilnius: Eugrimas. 2002.
28. Hylland Eriksen. Akimirkos tironija: Tyto alba, 2004.
29. Jackson H. R. A cognitive Psychology of Mass Communication.
30. Kamalipour Y. R., Ranpal K. R. Media, sex, violence, and drugs in the global village. 2001.
31. Keane J. The Media and Democracy. Cambridge: Polity Press, 1991.
32. Lippmann W. The Phantom Public. New Brunswick: Transaction Publishers, 1997.
33. Manuel Castells. Tinklaveikos visuomenės raida. Vilnius: Poligrafija ir informatika. 2005.
34. McChenesy R. W. Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. University of Illinois Press, 1999.
35. Mc Quail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage, 1993.
36. Moog S., Stryten J. B. The Transformation of Political Communication // New Media and Politics, ed. Barrie Axford, Richard Huggins. London: Sage, 2000.
37. Murray Edelman. Politinio spektaklio konstravimas. Vilnius: Eugrimas, 2002.
38. Putman Robert. Bowling Alone: Americas Declining Social Capital. Journal of Democracy. 1995.
39. Rily Tom. The Changing Face of Democracy Today. Unesco Papers. 2000.
40. Tankard W. S. Communication theories. New York, 1997.
41. Wernick Andrew Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression. London: Sage. 1991.
42. Zaller John R.. A Theory of Media politics. University of Chicago Press, 2008.

II. Internetiniai adresai:

43. Dagytė, Ina. Ar padeda žiniasklaida mums tvirtinti savo valstybę? // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2007-08-20-ina-dagyte-ar-padeda-ziniasklaida-mums-tvirtinti-savo-valstybe/4363>; prisijungimo laikas: 2009-11-01.
44. Lapelienė Audronė. Globalizacijos įtaka socialiniam – kultūriniam fenomenui // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2008-01-02-audrone-lapeniene-globalizacijos-itaka-socialiniam-kulturiniam-fenomenui/4088>; prisijungimo laikas: 2009-10-31.
45. McCombs Maxwell. The Agenda Setting Role of the Mass Media in Shaping Public Opinion // <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>; prisijungimo laikas: 2009-11-14.
46. Milner H. Civic Literacy in Comparative Context. Why Canadians should be concerned // <http://www.irpp.org/pm/archive/pmvol2no2.pdf>; prisijungimo laikas: 2009-11-15.
47. Nugaraitė Audronė. Pilietinė žurnalistika Lietuvoje – mitas ar realybė? // <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2005-12-28-audrone-nugaraite-pilietine-zurnalistika-lietuvoje-mitas-ar-pasiekiamo-realybe/5597>; prisijungimo laikas: 2009-11-14.
48. Sviderskytė Gražina, [interaktyvus] Žmonės yra labiau žiniasklaidos atspindys negu žiniasklaida yra žmonių atspindys // <http://www.mediaforumas.lt/index.php?s=222&m=1&t>; prisijungimo laikas: 2009-08-15.
49. Užsakomoji žurnalistika Straipsniai.lt // <http://www.straipsniai.lt/ziniasklaida/puslapis/12565>; prisijungimo laikas: 2009-07-15.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 Kokybiniai interviu

Ši anketa paruošta Mykolo Romerio universiteto magistrantūros – neakivaizdinių studijų studentės Loretos Junel tikslu apklausti ekspertus ir tokiu būdu sužinoti ir apibendrinti jų nuomonę. Gauti rezultatai bus panaudoti rašant baigiamąjį magistrinį darbą, kurio tema „Masinės komunikacijos iššūkiai prieš šiuolaikinę demokratiją“.

E – ekspertas

I – interviuotojas

Kokybinis interviu Nr. 1

***Lauras Bielinis** - politologas socialinių mokslų daktaras, žurnalo „Politologija“ steigėjas ir ilgametis vyr. redaktorius, VU Tarptaurinių santykių ir politikos mokslų instituto docentas. Antrosios Prezidento Valdo Adamkaus kadencijos laikotarpiu buvo Prezidento patarėjas, Vidaus politikos ir analizės grupės vadovas. Vienas iš Politologų asociacijos steigėjų.*

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Manau, kad esminių skirtumų nėra. Išskirčiau Lietuvos žurnalistų profesionalumo stygių analizuojant politines aktualijas.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Žiniasklaida būdama tarpininke tarp įvykio ir visuomenės iš esmės diktuoja viešosios nuomonės pozicijas politinių įvykių atžvilgiu, taigi ji skirstydama požiūrius ir rangudama įvykius nulemia politinių sprendimų tendencijas bei charakterį, tai jau valdžios bruožas. Pasitikėjimas žiniasklaida nulemtas tuo, kad mes neturime kito būdo greitai ir suprantamai susipažinti su gausybe mus dominančių įvykių bei faktų. Taigi esame priversti pasitikėti žiniasklaidos teikiama informacija, nes kitu atveju litkume labai atriboti nuo viešųjų įvykių.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Nemanau, kad visą informaciją suteikia. Žiniasklaida suteikia pakankamai daug informacijos, tačiau ji yra adekvati žiniasklaidoje dirbančių asmenų intelektui, moralei, interesams bei supratimo galimybėms. Taigi mes gauname informaciją ne apie politinį įvykį, o apie žurnalisto, redakcijos įvykio pamatymą bei supratimą. Bendrai paėmus informacijos tarsi daug, bet ji nepilna, jos tarsi negana, bet informavimo srantai labai intensyvūs. Kita vertus, informacijos visada pakanka, kad galima būtų susiformuoti nuomonę, bet nepakanka, kad mes liktume patenkinti esama padėtimi.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Manau, kad kritiškai analizuoja nedidelė visuomenės dalis, likusioji didžioji dalis žmonių linkę reaguoti į pateikiamą informaciją spontaniškai ir daugiau remiantis emocijomis, išankstinėmis nuostatomis bei racionalių žvilgsniu.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Manau, kad tokia žiniasklaida yra demokratijos produktas ir atspindi demokratijos išsivystymo lygį.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Riba, ko gero, yra, bet žiniasklaida dažnai ją peržengia, nes siekia įtakoti visuomenę.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Demokratinė.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Sudėtinga atsakyti, nes visuomenėje skirtingai yra suprantama išsami ir nešališka informacija, bet jeigu netenkintų, būtų ieškoma kitų šaltinių. Beje, nesutinku su požiūriu (kuris egzistuoja ir turi teisę būti), kad žiniasklaida tai visuomenės veidrodis, esu tikras, kad žiniasklaida ne tiek atspindi, kiek modeliuoja faktų bei vaizdinių koliažus.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: Manau, kad politikai yra stipriai priklausomi nuo žiniasklaidos ir dalis jų neišvengiamai sieks save realizuoti politikoje tapdami linksmintojais.

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Esu tikras, kad žiniasklaida sieks tapti savarankiška politine jėga ir tiesiogiai dalyvauti sprendimų priėmimo bei valdyme.

Kokybinis interviu Nr. 2

Gintaras Aleknonis – žurnalistas, humanitarinių mokslų daktaras. Ilgametis „Laisvosios Europos“ radijo bendradarbis Miunchene ir Prahoje. Šiuo metu veda radijo laidą Lietuvos radijuje bei yra Mykolo Riomerio universiteto docentas, Strateginio valdymo ir politikos fakulteto dekanas

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Žinoma, kad skiriasi. Nes skiriasi ir aplinka, kuriose funkcionuoja žiniasklaida. Paimkime rinką – Lietuvos žiniasklaidos rinka labai maža, uždara, mūsų žiniasklaidos eksporto galimybės minimalios. Tai formuoja atitinkamus žiniasklaidos bruožus – atsiribojimą nuo pasaulio problemų, rimtoms diskusijoms būtinos kritinės masės stygių. Kitas skirtumas – demokratijos tradicija, pilietinės visuomenės branda. Tai taip pat įtakoja žiniasklaidą, jos diskusijų lygį ir gylį. Mūsų vaikiško amžiaus verslo tradicijos – skubaus pelno troškimas, paniekinantis požiūris į eilinį darbuotoją taip pat atsispindi ir žiniasklaidoje. Nes ji taip pat yra verslas.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Manau, kad pasitikėjimo žiniasklaida pamatas – tikėjimas, kad žiniasklaida iš visos gausybės informacijos, kurios mes patys niekada neturime galimybių peržiūrėti, mums atrinks tai, kas mums svarbiausia, reikalingiausia. Tas pasitikėjimas ir yra svarbiausia prekė, kurią žiniasklaida gali pasiūlyti. Bėda ta, kad pasitikėjimu piktnaudžiaujama.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Manau, kad tai maksimalistinis siekis, kurio jokia žiniasklaida nepajėgi įgyvendinti. Bėda ta, kad žiniasklaida neieško vartotojui tinkamos formos, neatskiria žinios ir komentaro.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Visada tikėjau ir tikiu skaitytoju, klausytoju, žiūrovu... Jis protingesnis, negu dauguma žurnalistų ir redaktorių mano.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Turiu vilties, kad kilus rimtai grėsmei demokratijai, žiniasklaida ras jėgų tapti garantu. Ar žiniasklaida gali būti grėsmė? Jei paklius į juodųjų propagandos technologijų glėbį, įsivels į informacinius konfliktus, tuomet ji gali labai apsunkinti demokratijos funkcionavimą.

I: *Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?*

E: Teoriškai taip. Praktikoje per daug viskas persipina ir ribų nubrėžimas gali būti labai komplikluotas.

I: *Ar Lietuva demokratinė valstybė?*

E: Noriu tikėti, kad taip. Bent jau turi bruožų, kurie leidžia pretenduoti į tokį apibūdinimą.

I: *Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?*

E: Veidrodis visada iškreipia. Specialiai ar ne – jau kitas klausimas. Jei netyčia iškreipia, tai reiktų aiškintis kodėl – ar kaltas nekokybiškas meistro darbas, o gal žiūrėtojas žvairas?

I: *Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?*

E: Manyčiau, kad skatina. Politikai neatlaiko pagundos ir pasiduoda norui bet kokia kaina eiti į viešumą.

I: *Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?*

E: Santykiai ir toliau bus palaikomi. Viliuosi, kad naujos technologijos (internetas) ne tik padidins komunikacijos greitį, bet ir įtrauks daugiau žmonių, kurie iki tol viešojoje erdvėje neturėjo galimybių reikštis. Todėl turėtų keistis ir turinys.

Kokybinis interviu Nr. 3

Viktorija Laučiškytė - nuo 2006 m. dirbanti "LNK" televizijoje, teisininke. Darbo pobūdis – teisminių klausimų, iškilusių tarp visuomenės atstovų, žurnalistų ir televizijos, sprendimas.

I: *Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?*

E: Taip, skiriasi. Lietuvos žiniasklaida yra panašesnė į JAV, kurioje skelbiama viskas, ir manoma, kad visuomenė turi teisėtą interesą viską žinoti. Pavyzdžiui, Prancūzijoje net ir viešųjų asmenų privatus gyvenimas visuomet buvo laikomas jų asmeniniu reikalu. Kiek žinau, ši situacija keičiasi ir žiniasklaida Prancūzijoje „laisvėja“.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja ši pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Negaliu paaiškinti šio fenomeno. Man yra keista, jog visuomenė apskritai dar pasitiki žiniasklaida. Galėčiau spėti, kad ja itin pasitiki mažiau išsilavinę ar senyvo amžiaus žmonės. Aš žiniasklaida pasitikiu tikrai ne visada.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Politinės informacijos žiniasklaida, mano manymu, pateikia daug, tačiau ne visada pateikiama svarbiausia politinė informacija. Pavyzdžiui, aptariamose partijų programose rinkimų metu. Mano manymu, idealu būtų, jei žiniasklaida skelbtų daug neutralios ir tikrai politikai svarbios informacijos ir kuo mažiau informacijos apie asmeninius politikų gyvenimus.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Manau, kad sugeba, tačiau nedaugelis.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Nors ir ne visada profesionali, bet žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas. Panašu, kad ji vienintelis subjektas, kurio kai kurie politikai dar prisibijo.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Mano manymu, įmanoma, nes viešieji ryšiai dirba kryptingai – formuodami tam tikrą nuomonę, o žiniasklaida turėtų būti objektyvi. Pasaulyje ši riba dažnai išnyksta.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Nors ir su savo problemomis, tačiau tikrai taip – demokratinė.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Mano manymu, žiniasklaida tikrai ne visada tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją. Dažnai ji yra iškreiptas veidrodis.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: Kai kuriuos skatina.

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Manau, kad kol neatsiras daugiau profesionalių žurnalistų bei profesionalių politikų, situacija nesikeis.

Kokybinis interviu Nr. 4

***Dalius Stancikas** - ilgametis „Lietuvos aidą“ žurnalistas, politikos redaktorius, dirbęs savaitraštyje „Dienovidis“, interneto dienraštyje „Bernardinai. Lt“. Šiuo metu yra Seimo pirmininkės Irenos Degutienės vyriausiasis patarėjas.*

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Kiek esu susipažinęs, vakarų žiniasklaida yra kur kas įvairesnė. Taip pat joje žanrų ribos kur kas griežtesnės. Bulvariniai leidiniai nepretenduoja būti analitiniais, o solidūs ir analitiniai nenusirita iki bulvaro. Vartotojams daug aiškiau, ko galima tikėtis iš vieno ar kito leidinio. Lietuvos žiniasklaida orientuojasi į bulvarą, kaip į komercinės sėkmės garantą. Tie leidiniai, kurie bando priešintis šiai tendencijai, išlieka nepopuliarūs. To padarinys – dauguma Lietuvos žmonių tenkinasi labai skurdžia ir paviršutiniška politine informacija, trūksta diskusijų ir analizės.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Na, viliamasi, kad žurnalistai demaskuos tai, ką slepia politikai. Teliaka tik džiaugtis, kad vis daugiau žmonių supranta, kad tie demaskavimai dažnai būna labai selektyvūs ir nesąžiningi. Kita vertus, daugelis žurnalistų žaidžia politinius žaidimus.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Jau minėjau, kad lietuviška žiniasklaida labai paviršutiniška ir tai reiškia, jog žmonės negauna pakankamai įvairiapusiškos informacijos. Tiesą pasakius, susidaro įspūdis, kad dauguma žmonių nė nesitiki kažko gilesnio iš žiniasklaidos.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Manau, kad labai mažai žmonių analizuoja ir bando atrasti, kas slypi anapus paviršiaus. Absoliuti dauguma žmonių tenkinasi politinių įvaizdžių srautais ir neskiria pakankamai laiko klausimui – o kaip yra iš tiesų?

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Negali būti vieno atsakymo. Be laisvos žiniasklaidos neįmanoma šiuolaikinė demokratija, tačiau pačiai žiniasklaidai būtina tapti labiau demokratiškai ir laisvai. Ji yra demokratijos prielaida ir sudėtingas iššūkis.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Lietuvoje ši riba labai trapi ir išslydusi. Deja, dauguma žiniasklaidos priemonių užsiima viešaisiais ryšiais, o ne tikra žurnalistika.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Demokratija yra santykinė kategorija – Lietuva turi daug demokratinės valstybės bruožų, bet negali būti pavadinta brandžios demokratijos šalimi.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Veikiausiai ji nugrimuoja tikrovę savaip. Grimas visiškai negali pakeisti žmogaus veido, bet nugrimuotame veide daug ko nesimato.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: Tikrai skatina. Politikai mielai dalyvauja šou laidose ir riba tarp politikos ir šou labai neaiški.

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Manau, kad žiniasklaida Lietuvoje įvairės, tačiau dar kurį laiką tiek žiniasklaida, tiek demokratija Lietuvoje bus nebrandi. Jų branda labai priklauso viena nuo kitos.

Kokybinis interviu Nr. 5

Saulė Žemaitytė – žurnalistė, turinti darbo patirtį tiek spaudoje, tiek televizijoje. S. Žemaitytė buvo viena pirmųjų laikraščio „15 minučių“ žurnalistė, rengė TV projektus, tokius kaip „Auksiniai svogūnai“, „Karas keliuose“. Aktyviai dalyvauja pilietinio raštingumo ugdymo projektuose.

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Manau, kad kiekvienas išsilavinęs, tikras žurnalistas, dirbantis šioje srityje ir paisantis tam tikros etikos drąsiai pasakytų, kad mūsų žiniasklaida skiriasi nuo žiniasklaidos užsienyje. Visų pirma taip yra todėl, kad Lietuva palyginti nedaug metų yra laisva ir nepriklausoma. Todėl ir žiniasklaida iki šiol formuojasi. Be to, rinka labai maža, nes gyventojų nedaug, šalis nedidelė. Antra – skirtumai akivaizdūs. Žiniasklaida Lietuvoje faktiškai neturi apynasrio. Kalbu apie žurnalistų paisomą arba nepaisomą etiką. Dažniausiai etikos nėra paisoma, nors pačių žmonių teisė į privatų gyvenimą yra reglamentuota įstatymų. Retai pasitaiko atveju, kuomet pažeidus tokio tipo įstatymą būtų baudžiami žurnalistai. Be to, tiek spaudoje, tiek radijuje, tiek televizoriaus ekranuose didžioji dalis programų, kad ir kaip iš šono žiūrint jos atrodytų įvairialypės, bet didžioji dalis pateikiamos informacijos programose yra pateikiama labai plačiam žmonių ratui. Taip yra, nes kurti įvairių alternatyvų produktą siauresniam, pagal tam tikrus pomėgius ar specialybes žmonėms – sudėtingiau, kainuoja brangiau, nėra atsiperkamumo.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Pasitikėti žiniasklaida, mano asmenine nuomone, tai tikėti pateikiama informacija, jos tikrumu, objektyvumu. Viena iš priežasčių, kodėl žmonės Lietuvoje pasitiki žiniasklaida yra tai, kad gyvename mažoje šalyje, kur visi žmonės arti vienas kito. Žurnalistai, dirbantys žiniasklaidos srityje, labai artimai bendrauja su žmonėmis, kurių ratas ganėtinai siauras. Informacija imama iš tų pačių žmonių, į viešumą keliamos jų istorijos, gyvenimiškos situacijos. Galiausiai, kai nelieka pasitikėjimo nei valdžia, nei teisėsauga, tai kas lieka? Vėlgi ta pati ketvirtoji valdžia – žiniasklaida.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Negalima teigti, kad žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, o tuo labiau - būtinam politiniam pasirinkimui. Vėlgi dėl tos pačios priežasties. Mūsų šalis maža, siaura žiniasklaidos sritis. Pažvelgus į didžiausius žiniasklaidos kūrėjus, kuriuos turime, tai „Lietuvos rytas“, „Respublika“, „TV3“, „LNK“ galime pamatyti, kad pateikdami informacinius pranešimus jie atstovauja kuriai nors vienai politinei ar verslo grupei, „muša į vieną arba į kitą stovyklą“. Kalbant toliau apie informacijos kiekį, manau, kad informacijos niekada nebus per daug. Svarbu išlaikyti balansą tarp noro informuoti skaitytoją ar žiūrovą ir noro jam įsiteikti.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Manau, kad sugeba, bet ne visi. Mūsų žmonės per mažai gilinasi, per mažai žino, kas yra kas, kas už ko ir dėl ko stovi.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Niekas negali būti demokratijos garantu, nebent – patys piliečiai. Grėsmė demokratijai – nemanau. Greičiau jau žiniasklaida kaip tik palaiko demokratiją. Žiniasklaida atstovauja skirtingas grupes, interesus, pateikia įvairią informaciją. Ji pasiekama paprastam žmogui, jam belieka apsispręsti kas yra kas.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Be jokios abejonės įmanoma. Kai kur ta riba aiškiai matoma. Iš esmės viešieji ryšiai labai skiriasi nuo žiniasklaidos. Yra manančių, kad tai tas pats darbas, kaip ir žiniasklaida tik „kitoje barikadų pusėje“.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Manau, kad taip. Lietuvoje daug kas toleruojama, bet patobulėti dar reikėtų.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Nemanau, kad visiškai iškreiptas veidrodis. Vėlgi, tai priklauso nuo žiniasklaidos priemonių. Jei kalbėtume apie šališkumą ar nešališkumą, tai manau, kad niekur pasaulyje nerastume absoliučiai objektyvaus informacijos pateikimo. Juk viską ruošia žmogus. Ruošdamas jis informaciją perfiltruoja per save ir tikrai joje palieka kažką savo. Kiek savo minčių ir požiūrių žmogus palieka parengtoje informacijoje, tai jau priklauso nuo to žmogaus profesionalumo.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: Skatina. Ypač pastaraisiais metais. Artėjant rinkimams visa tai puikiai matosi. Mūsų politikai labai gerai įvaldė bendravimo su žurnalistais meną. Ir išmoko save pateikti taip, kad skanu būtų piliečiui, nepaisant to, kad jis pats prieštarauja savo nuostatoms. Bet nieko nepadarysi. Lietuvai dar reikia paūgėti iki to, kol politikai pradės elgtis priešingai, nes, o tikiuosi, kad taip ir bus, save gerbiančiam politikui, tai bus nepriimtina. Beje, to nebetoleruos nei žiniasklaida, nei visuomenė.

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Tiesą sakant, nedrįsčiau to prognozuoti. Glaudūs santykiai vistiek išliks tarp Lietuvos žiniasklaidos kūrėjų ir piliečių. Tai neatsiejama. Tiek žiniasklaidos kūrėjai, tiek piliečiai tam tikra prasme yra valdžios su savo galiomis ir nuostatomis.

Milda Žukauskaitė – žurnalistė, dalyvaujanti projekte „Lietuvos gyventojų pilietinio aktyvumo skatinimas“. Yra publikavusi keliolika straipsnių įvairiuose Lietuvos leidiniuose.

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje ku nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Apskritai Lietuvos žiniasklaida tampa panašesnė į užsienio šalių žiniasklaidą todėl, kad informacijos greitis tampa svarbiausiu žiniasklaidos darbo principu. Lietuvoje jau kaip ir užsienyje svarbiausia „karščiausios“ naujienos, pamirštant teikiamos informacijos kokybę. Be to, žvelgiant į Lietuvos žiniasklaidą, labai pasigendu žurnalistų etikos principų. Dar daugiau, vadinamoji „geltonoji“ spauda taip išsikerojo, kad jau beveik yra pasiekusi užsienio šalių, tokių kaip JAV, lygį.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Lietuvos piliečiai apskritai yra labai patiklūs ir naivūs. Žiniasklaida Lietuvoje užsitarnauja pasitikėjimą tuo, kad „gina“ nekaltus piliečius, „engia“ politikus ir t.t., tarytum, žiniasklaidos funkcija yra ne informuoti, o atlikti teisėsaugos institucijų funkcijas. Pasitikėti žiniasklaida, tai reiškia tikėti viskuo, ką ji sako. Norėčiau paminėti pavyzdį, kuris neseniai įvyko Kaune (teisėjo nužudymas ir pedofilijos skandalas). Tiksliai nežinau, kas tiksliai įvyko ir dėl kokių priežasčių, kol to nenustatė teisėsauga, bet žiniasklaida iškart po įvykio pakankamai daug „prisidėjo“ prie visuomenės nuomonės formavimo šioje dramoje. Žiniasklaidos kūrėjų manymu, D. Kedys – angelas ir didvyris, o Furmanavičius didžiausias nusikaltėlis. Ištikrųjų dar nėra aišku, kas kaltas, o kas teisus, bet pati visuomenė jaučiasi taip, lyg viską puikiai žinotų, nors taip tikrai nėra.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Žiniasklaida suteikia informaciją tik apie tai, kokie skandalai vyksta politikoje. Juk svarbiausi politiniai įvykiai vyksta politiniame gyvenime. Kol politikai yra politikos arenoje, tol jie yra matomi. Tačiau, jei tik politikai dingtų iš politinės arenos, jie iškart pasidarytų „nematomi“ ir automatiškai visuomenė negautų žinių ir jokios politinės informacijos. Todėl svarbu, kad politinis gyvenimas būtų viešas tam, kad visuomenė nuolat gautų informaciją, tik neaišku, koks, idealiu atveju, būtinas informacijos kiekis. Informacijos reikia tiek, kad žmogus galėtų iš turimos

informacijos susidaryti nuomonę apie vienokią ar kitokią politinę partiją, jos požiūrį bei nuostatas, veikimo principus.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Manau, kad dar ne. Nors žmonės tapo kritiškesni gaunamai informacijai, tačiau juodosios žiniasklaidos kūrėjų technologijos kartais labai gerai “suveikia”, o tuomet labai sudėtinga atsirinkti pelus nuo grūdų.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Negalėčiau atsakyti vienareikšmiškai. Kartais žiniasklaida turi per daug laisvės (spaudos laisvė, kaip žinia – demokratijos pagrindas) ir tai gali sukelti grėsmę kitoms demokratijos garantuojamoms žmogaus teisėms ir laisvėms t.y. privačiam asmenų gyvenimui, garbei ir orumui.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Žiniasklaida yra labai galinga priemonė, kuriant viešųjų ryšių įvaizdžius.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Taip.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Iš dalies. Ne visada pateikiama informacija būna objektyvi, kadangi dažnu atveju netiesiogiai yra pateikiama žurnalisto nuomonė. Kadangi pati informacija praeina per žurnalisto vertinimo prizmę, natūralu, kad ji tampa žurnalisto nuomonės atspindys, tačiau tokio reiškinių reikėtų vengti. Informacijos greitis kenkia jos išsamumui. Negalėčiau tvirtinti, kad tai – iškreiptas veidrodis, tačiau gaunama informacija nėra visiškai objektyvi ir išsami.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: Žiniasklaidoje įmanoma viskas. Tai labai galinga priemonė paveikti visuomenę.

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Manau, kad priešprieša tarp žiniasklaidos ir politikų vis didės. Tai išprovokuoja nuolatinis žurnalistų domėjimasis viskuo, kas tik įmanoma, o politikams tai labai nepatinka.

Kokybinis interviu Nr. 7

Rytis Juozapavičius – verslo konsultantas, keliolika metų dirbęs žurnalistu Lietuvos radijuje, Lietuvos televizijoje, „Verslo žiniuose“. Vadovavo „Transparency International“ Lietuvos skyriui,

kuris vykdė tyrimus taip pat ir žiniasklaidos korumpuotumo srityje. R. Juozapavičius yra paskelbęs keliasdešimt straipsnių Lietuvos žiniasklaidoje apie žurnalistų etiką, sąžiningus viešuosius ryšius.

I: Ar galima teigti, kad žiniasklaida Lietuvoje kuo nors labai skiriasi nuo žiniasklaidos kitose Europos valstybėse ar JAV? Kokie svarbiausi skirtumai?

E: Lyginant Lietuvos žiniasklaidą su vakarų žiniasklaida išskirčiau tai, kad Lietuvos žiniasklaida nuėjo pelno siekimo keliu ir smarkiai nutolo nuo viešumo bei diskusijų tarpininko vaidmens. Žiniasklaida savo tarpininko vaidmenį iškeitė į aktyvaus diskusijų dalyvio vaidmenį. Lietuvos žiniasklaidos kūrėjai patys aktyviai siūlo diskusijų temą, kreipia visuomenę ten, kur jų manymu, ją reiktų pakreipti. Tai tas pats, kai paštininkas ima Jums rašyti laiškus. Užuoat atnešęs laiškus, paštininkas pats juos rašo, keičia jų turinį. Nors jis tik paštininkas, bet jis yra labai aktyvus, hiper aktyvus, išprotėjęs paštininkas, kuris simuliuoja su daugybe žmonių ir keičia laiškų turinį.

I: Nors pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje yra kiek sumažėjęs, tačiau didžioji dauguma Lietuvos žmonių teigia, jog pasitiki žiniasklaida. Kaip žinoma, žiniasklaida yra vadinama ketvirtąja valdžia. Kuo ji užsitarnauja šį pasitikėjimą? Ką reiškia pasitikėti žiniasklaida?

E: Kadangi pats esu ilgametis žurnalistas, tai puikia žinau, kad Lietuvos žiniasklaidoje pasitaiko ir “užsakomųjų” arba melagingų pranešimų. Tai, kad didžioji dalis Lietuvos žmonių pasitiki žiniasklaida, parodo piliečių kritiško mąstymo stoką.

I: Ar galima teigti, kad Lietuvos žiniasklaida suteikia visą reikiamą informaciją, būtiną informuotam politiniam pasirinkimui? Ar galima kalbėti apie politinės informacijos stygių, o gal apie perteklių? O kiek, idealiu atveju, informacijos būtina?

E: Mano manymu, žiniasklaida Lietuvoje nesuteikia išbaigtos politinės informacijos. Tai sąlygoja mažas pliuralizmas spaudoje, nes dauguma laikraščių turi tik favoritų grupes, su kuriomis bendrauja, t.y. mažas ratas žmonių, su kuriais bendrauja žurnalistai. Galbūt taip yra todėl, kad žurnalistai gauna mažus atlyginimus ir yra demoktyvuoti. Žinoma, kad reikiamą politinę informaciją galime kiekvienas susirinkti ir skirtingų šaltinių, tačiau tai atims labai daug laiko, o tuo labiau reikia sugebėti atsirinkti siūlomą informaciją iš didelio informacijos srauto. Tokia informacijos paieškos ir atrinkimo procedūra yra nepatogi vartotojui – tai svarbiausias žiniasklaidos iššūkis prieš piliečius.

I: Kaip manote, ar žmonės Lietuvoje sugeba kritiškai analizuoti žiniasklaidos pateikiamą politinę informaciją?

E: Nuo pat mažens reiktų pradėti vaikus mokyti, kaip skaityti laikraščius. Vaikas turi žinoti ir suprasti, kaip aprašomos istorijos, įvykiai. Jis privalo sugebėti išvelgti pateiktas skirtingas nuomones, sugebėti jas palyginti tarpusavyje, pats priimti išvadas. Tuo tarpu, žiniasklaidos kūrėjai,

aprašinėdami įvykius privalo surinkti kuo daugiau ir kuo įvairesnių nuomonių, tam kad žmonės susipažintų su jomis. Kad taip įvyktų, piliečiai privalo to reikalauti iš žiniasklaidos kūrėjų.

I: Ar žiniasklaida Lietuvoje yra demokratijos garantas, ar kelia grėsmę demokratijai?

E: Be abejo, žiniasklaida kelia grėsmę demokratijai, bet tai neatsiejama dalis, nes tobulos demokratijos niekada nebuvo, o gal netgi ir nebus. Žiniasklaida gali užkirsti kelią protingiems visuomenės sprendimams priimti ir dėl to galima kaltinti žiniasklaidą. Tačiau kažkas juk turi prisiimti atsakomybę dėl žiniasklaidos reguliavimo? Tą atsakomybę turėtų prisiimti visuomenė. Matytdami, kad yra problemų – turime jas pradėti spręsti, todėl žiniasklaidos problemos privalo būti įtrauktos į politinę darbotvarkę.

I: Ar įmanoma nubrėžti ribą tarp žiniasklaidos ir viešųjų ryšių, kryptingai kuriančių tam tikrus įvaizdžius?

E: Viskas labai paprasta. Lietuvoje mes perkame viešumą per žiniasklaidą. Todėl ir ribos yra ištrintos iš konteksto.

I: Ar Lietuva demokratinė valstybė?

E: Taip. Kol kitaminčiai fiziškai neliečiami, tol galime save laikyti demokratiška valstybe.

I: Ar Lietuvos žiniasklaida tenkina žmonių teisę gauti nešališką ir išsamią informaciją? Ar ji yra tikras, ar iškreiptas veidrodis?

E: Kaip ir minėjau, tokią teisę mes turime, bet ja sunku pasinaudoti, dėl informacijos gausos, laiko stokos ir gebėjimo kritiškai mąstyti stokos.

I: Ar žiniasklaidos raida neskatina politikų tapti šoumenais ir neskatina populizmo?

E: ---

I: Kaip prognozuojate žiniasklaidos ir politikos sferų tarpusavio santykius ateityje?

E: Sudėtinga prognozuoti į ateitį. Pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje krinta ir kris dar kurį laiką. Viskas pasikeis tik tuomet, kai žmonės įsitikins, kad dažnu atveju yra mulkinami žiniasklaidos ir pradės vykdyti reformas.