

VISUOMENĖS INFORMAVIMO SRITIES TENDENCIJOS PANDEMINIU LAIKOTARPIU

COVID-19 pandemija sukėlė naujų socialinių ir ekonominių iššūkių visiems. Neigiamas ekonomines pandemijos pasekmes pajuto ir žiniasklaida, susidūrusi su pajamų iš veiklos bei reklamos mažėjimu. Žiniasklaidos priemonių savininkai vis dar ieško būdų, kaip prie to prisitaikyti ir išgyventi. Tai lemia greitesnę perėjimą prie mokamo internetinės žiniasklaidos turinio teikimo. Didžiausius iššūkius patiria spaudos leidinių, ypač regionuose, sektorius. Kai kurie leidiniai, atsižvelgdami į koronaviruso pandemijos bei įvesto karantino apribojimų verslui neigiamas ūkinės-finansines pasekmes, priėmė skausmingą sprendimą nutraukti savo veiklą ir kreiptis į teismą dėl bankroto bylos iškėlimo (pvz., UAB „Plungės žinios“). Prognozuojama, kad tradicinės spausdintinės žiniasklaidos, kai smarkiai padidėjo ir toliau didės tiek popieriaus, tiek kitų leidybai reikalingų medžiagų, tiek paties spausdinimo, platinimo išlaidos, ir toliau laukia itin sunkūs laikai.

Valstybė savo paramą viešosios informacijos rengėjams teikia per Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondą. Jau kelinti metai vyksta medijų finansavimo modelio pertvarka. Galutinį pertvarkos rezultatą turintis įtvirtinti įstatymo projektas vis dar rengiamas. Suprasdama pandeminės situacijos rimtumą, valstybė teikė skubią finansinę paramą žiniasklaidai, kad padėtų sušvelninti dėl krizės kilusius neigiamus padarinius. Vyriausybė parengė COVID-19 valdymo strategijos komunikacijos planą, kurį įgyvendinant nutarta skirti papildomai lėšų visuomenei aktualiai informacijai, susijusiai su koronavirusu, viešinti žiniasklaidos priemonėse. Iš esmės tai buvo socialinė reklama ir kitos viešinimo kampanijos per visuomenės informavimo priemones, kurioms buvo leidžiami milijonai. Konkretus (detaliai reglamentuotas) žiniasklaidos paramos, kaip pandemijos pasekmių mažinimo priemonių, teikimo mechanizmas nebuvo sukurtas, todėl dėl praktinio šių lėšų skirstymo skaidrumo kyla įvairių diskusijų. Lieka neaišku, kiek valstybė iš viso skyrė lėšų su COVID-19 susijusios informacijos viešinimui ir kas tuos pinigus konkrečiai gavo.

Apskritai viešinimo ir visuomenės informavimo paslaugoms išleidžiami Lietuvos viešojo sektoriaus finansiniai ištekliai (po keliasdešimt milijonų eurų kiekvienais metais) vis dar tebėra pilkoji zona. Šiame kontekste išlieka labai aktuali perkamo turinio arba užsakomosios žurnalistikos problema. Valstybės ir savivaldybių institucijos neturi pareigos viešai skelbti, kiek jų valdomų asignavimų buvo išleista savo veiklos viešinimui, reklamai, užsakomosios informacijos žiniasklaidoje, įskaitant socialinius tinklus, pirkimui. Informaciją perkantiems (užsakantiems) ir ją parduodantiems subjektams nėra pareigos skaidriai ir aiškiai nurodyti ar pažymėti, kad turinys yra apmokėtas, nėra vienodo žymėjimo sistemos, kuri leistų informacijos vartotojui identifikuoti, kad tai užsakomasis, o ne objektyvus žurnalistinis turinys. Užsakomoji žurnalistika prieštarauja demokratinei žiniasklaidos paskirčiai, nes pateikia užsakovui naudingą informaciją, kartu manipuliudama visuomenės nuomone bei sumažindama auditorijos teisę į objektyvią ir nešališką informaciją. Žiniasklaidos, kaip „sarginio šuns“ funkcija per užsakomąją informaciją yra naikinama, tuo padarant didžiulę žalą demokratijai ir menkinant pasitikėjimą pačia žiniasklaida, kaip esminiu demokratijos ramsčiu.

Viešieji ištekliai, skiriami valdžios institucijų veiklos viešinimui, komunikacijai, perkant turinį visuomenės informavimo priemonėse, didina žiniasklaidos pajamas, padeda išgyventi, tačiau ir

sukuria ydingus valdžios ir žiniasklaidos santykius, nesuderinamus su sąžiningos žurnalistikos standartais. Visuomenei ir toliau lieka nežinoma, kokios sumos (milijonai) jos pačios pinigų išleidžiami valdžios institucijų savigyrai ir savireklamai žiniasklaidoje. Šios problemos sprendimas galimas tik esant aiškiai politinei valiai išskaidrinti viešinimo lėšų skirstymą ir panaudojimą.

Vis dar laukiama viešosios informacijos rengėjų ir skleidėjų informacinės sistemos (VIRSYS), turinčios spręsti žiniasklaidos sektoriaus veiklos viešumo ir skaidrumo problemą, veikimo pradžios.

Aktualia apžvelgiamo laikotarpio tendencija laikytina tai, kad nuo nemokamos informacijos internete pamažu pereinama prie mokamos. Į tradicinių pajamų mažėjimą žiniasklaidos bendrovės reaguoja siūlydamos įvairius mokėjimo už informaciją internete modelius. Daugėja išskirtinio mokamo naujienų portalų turinio, kuris prieinamas už atskirą kainą, paprastai prenumeruojant mėnesiui ar ilgiau. Informacinės rinkos yra pakankamai konkurencingos, todėl net įtakingiausi naujienų portalai baiminasi, kad perėjus prie mokamo turinio neteks ženklios dalies skaitytojų. Todėl internetinėje žiniasklaidoje nors ir mažesne apimtimi, tačiau ir toliau pateikiama nemokama informacija. Pagrindinė informacija ir toliau prieinama nemokamai, o norintys gauti kokybiškesnės, išsamesnės, analitinės informacijos, turi už ją sumokėti. Tokiu būdu siekiama išsiugdyti reiklesnių skaitytojų auditoriją, kuri būtų pasiryžusi mokėti už aukščiausios kokybės žiniasklaidos produktą, nes visiems turėtų būti aišku, kad kokybiškos informacijos parengimas brangiai kainuoja.

Perėjimas nuo nemokamos prie mokamos internetinės žiniasklaidos informacijos – tai ne tik Lietuvos, bet pasaulinė visuomenės informavimo kultūros tendencija. Šis procesas vyksta laipsniškai, tam naudojami įvairūs turinio apmokestinimo modeliai. Tai vienas iš nedaugelio svirtų, kurį naudojamos internetinės žiniasklaidos priemonės gali įveikti su ekonomine krize siejamus sunkumus, o vartotojai prisidėti prie kokybiškos žiniasklaidos išlaikymo ir stiprinimo. Visgi kyla rizika, kad naudojant internetinę informaciją, kaip ir spausdintą, skirtumas tarp tų, kurie sau gali leisti prieigą prie kokybiškos informacijos, ir tų, kurie turi tenkintis pagrindine informacija, tik didės. Šiame kontekste galime susidurti su informacinės atskirties fenomenu. Gali atsirasti naujo tipo nelygybė, kai mažesnes pajamas gaunantys žmonės dar labiau pasiners į socialinių tinklų ir kitų nekokybiškos informacijos šaltinių priklausomybę. Lietuvoje informacinės atskirties rizika kol kas yra maža, nes dar nėra daug mokamo turinio (nuo 2019 m. Lietuvoje atsirado mokamo (prenumeruojamo) turinio platforma „Delfi plus“, „15max“, „Verslo žinios“). Visgi tikėtina, kad nemokamos prieigos prie informacijos internete mažėjimas, ilgainiui gali kelti šią problemą.

Pasigirsta nuomonių, kad per ilgai buvo daroma klaida teikiant turinį internete nemokamai. Daliai visuomenės dar sunku priimti mintį, kad už kokybišką informaciją reikia mokėti. Buvo susidaręs klaidingas įspūdis, kad informacija yra tam tikra bevertė prekė ir kad ja galima tiesiog mėgautis, net nekeliant abejonių dėl jos tikrumo ir patikimumo. Pastebėtina, kad skaitytojų pasiryžimas mokėti už turinį internete priklauso ne tik nuo informacijos kainos, bet ir nuo kultūrinių bei socialinių nuostatų. Skaitytojus, kurie turinį internete suvokia kaip nemokamai teikiamą paslaugą, mokėti už informaciją paskatintų kokybiškesnė informacija tiek turinio, tiek paslaugų, tiek bendravimo su skaitytojais prasme. Mokantis už turinį skaitytojas tikisi ne tik analitinio, geresnės kokybės straipsnio, bet ir pagal jo poreikius atrinkto, personalizuoto, specialiai vartotojui sudaromo turinio. Žiniasklaida turi sugebėti įrodyti, kad kokybiška informacija turi vertę ir kainą, įtikinti skaitytojus mokėti už turinį internete, o kartu investuoti į profesionalumą, tiriamąją žurnalistiką. Tik tokiais būdais įmanoma sėkmingai įveikti skaitmeninio amžiaus iššūkius.

Šiame kontekste pažymėtina, kad griežtos kritikos sulaukia technologijų gigantai, pvz., *Google News*, kurie savinasi kokybišką turinį ir daro jį prieinamą nemokamai. Jie naudoja atskirų interneto žiniasklaidos priemonių sukurtą produkciją savo tikslams, visiškai neprisidėdami prie jo sukūrimo. Tokios kompanijos nė kiek neprisideda prie kokybiškos žiniasklaidos, naudojasi kitų sukurtais kūriniais neatlygintinai ir gauna iš to naudą. Vis garsiau kalbama apie tokios praktikos nesąžiningumą ir neteisėtumą. Interneto žiniasklaidos savininkai tokiu atveju negauna jokio tiesioginio atlygio už savo turinio naudojimą *Google*. Siekiant spręsti šią problemą, Europos Parlamente jau svarstomos teisėkūros iniciatyvos, pagal kurias Europos Sąjunga bandys pasekti Australijos pavyzdžiu ir priversti skaitmeninius milžinus mokėti už naujienas, kuriomis dalijasi iš pagrindinių tradicinės žiniasklaidos svetainių. Tai turėtų apimti ne tik straipsnius, rodomus paieškos sistemoje, pvz. *Google*, bet ir tuos, kurie bendrinami socialiniuose tinkluose, pvz., *Facebook*. Šios iniciatyvos atvertų kelius Europos Sąjungos šalims kurti mechanizmus, pagal kuriuos technologijų milžinai turės mokėti interneto žiniasklaidos savininkams, kad galėtų naudotis jų turiniu, o pastarieji įgys didesnę derybinę galią ir teisę į teisingą atlygį už jų sukurtą turinį.

Žmonės pamažu ima suvokti, kad už tariamai nemokamą informaciją ir paslaugas skaitmeninėje erdvėje iš tiesų susimokama laiku, skiriamu reklamos peržiūrai arba savo asmens duomenimis, kurie apdoroti pagal atitinkamus algoritmus skaitmeniniams pasaulio gigantams generuoja pelnus ir didžiulę įtaką. Didieji pasaulio asmens duomenų valdytojai (tvarkytojai), pvz., *Facebook* bei kiti socialiniai tinklai, sukaukę didžiausius privačių asmens duomenų kiekius, kelia pavojų per manipuliavimą savo įtaka, galinčia nulemti pasaulinės politikos raidą, pakenkti demokratinių sistemų stabilumui. Vis labiau suvokdami šį mechanizmą ir jo keliamus pavojus, skaitmeninės erdvės vartotojai turėtų tapti dar dėmesingesni ir reiklesni „neatlygintinai“ atiduodamų savo asmens duomenų kainai, o pasaulio valstybių sprendimų priėmėjai ieškoti būdų kaip sumažinti tokių pavojų riziką.

Socialiniai tinklai, ypač *Facebook*, vis dažniau sulaukia kritikos dėl beatodairiško pelno siekimo ir per mažai skiriamo dėmesio sukeltų problemų sprendimui. Bene aršiausią kritiką socialinių tinklų atžvilgiu išreiškė 2021 m. Nobelio taikos premijos laureatė Filipinų žurnalistė Maria Ressa, tapusi kovos už žiniasklaidos laisvę simboliu. Savo kalboje, pasakytoje atsiimant premiją, Maria Ressa apkaltino amerikiečių technologijų milžines „toksiško dumblo“ lavinos kurstymu socialinėje žiniasklaidoje. M. Ressos teigimu: „Šiandien mums labiausiai reikia pakeisti tą neapykantą ir smurtą, toksišką dumblą, kuris teka per mūsų informacinę ekosistemą ir kuriam pirmenybę teikia amerikiečių interneto bendrovės, uždirbančios daugiau pinigų, kai skleidžia tą neapykantą ir skatina mumyse blogiausia“ (BNS inf.).

Platus socialinių tinklų ir paieškos sistemų pasirinkimas skatina žmones naudotis įvairesniais informacijos šaltiniais. Tokiu būdu atsirado ir yra suvartojama daug daugiau paviršutiniškos (nepatikrintos, nepatikimos) informacijos. Foniniam viešosios nuomonės triukšmui atstovauja socialiniai tinklai ir patys turinį kuriantys bei naujienas skelbiantys vartotojai. Dažnai informacija yra iškraipoma arba neteisingai interpretuojama, o tai galiausiai yra puiki terpė netikrų naujienų, sąmokslų teorijų ir kitų panašių reiškinių atsiradimui ir plitimui. Tai ypač atsiskleidė COVID-19 pandemijos metu. Karantino sąlygomis namuose esantys žmonės seka daugiau naujienų, ieško patikimos informacijos apie ligą, jos eigą, pasekmes, vakcinaciją, pandemijos valdymą. Pandemija padidino tikslios ir teisingos informacijos, patikimų naujienų poreikį. Tačiau kartu kaip pandemijos

pasekmė stebimas ir netikrų naujienų, dezinformacijos, propagandos, sąmokslų teorijų bei nepatikrintos informacijos plitimas, ypač socialinėje žiniasklaidoje.

Šis reiškinys paskatino reikšmingą visuomenės informavimo demokratinės kultūros pokytį – interneto portalai keičia komentavimo politiką, ribodami galimybę komentuoti arba visai atsisakydami vartotojų komentarų. Galimybė diskutuoti ir reikšti nuomonę komentarų skiltyse pandemijos metu imta išnaudoti propagandinėms kampanijoms, priešpriešos, susiskaldymo, socialinių konfliktų visuomenėje skatinimui, atitinkamam visuomenės nuomonės formavimui. Iš pradžių portalas „Delfi“ sustabdė galimybę komentuoti prie publikacijų ar vaizdo reportažų apie vakcinaciją nuo COVID-19. Nuo 2021 m. spalio mėn. visi Interneto žiniasklaidos asociacijos nariai panaikino galimybę komentuoti prie straipsnių, susijusių su vakcinacija. Nuo 2021 m. pabaigos „Delfi“ portale galimi tik registruotų vartotojų komentarai, išlaikant jų moderavimo pareigą. Portalas 15min.lt prie registruotų komentarų perėjo jau anksčiau. Nors bendras komentarų skaičius ženkliai krito, tačiau buvo atliepta į visuomenės lūkestį turėti švaresnę informacinę erdvę, efektyviau valdyti neteisėtos informacijos ir visuomenę destabilizuojančio turinio sklaidą. Ši transformacija patvirtina, jog interneto portalai suvokia savo atsakomybę žodžio laisvei, kartu akcentuojant įsipareigojimą užtikrinti vartotojų komentarų atitiktį diskutavimo viešojoje erdvėje standartams.

Įsitvirtinus internetinei ir socialinei žiniasklaidai. Spausdinti leidiniai ir toliau praranda tiražus. Praėjusio šimtmečio žiniasklaida, iš esmės pagrįsta laikraščiais, negrįžtamai traukiasi, skaitmeninė žiniasklaida plėtojasi skirtingais formatais. Pandeminiais metais stebėjome staigius socialinio turinio kūrimo pokyčius. Dėl būtino fizinio atstumo paplito tokie formatai kaip tiesioginės vaizdo ir garso transliacijos, viena sparčiausiai augančių sričių yra podcast'ai, kuriuos kaip informacijos šaltinį pandemijos metu atrado daugybė vartotojų. Sparčiai populiarėja virtualios erdvės ir vaizdo žaidimai. Tokios platformos kaip „Roblox“ ir „Fortnite“ tapo naujomis socialinėmis ribomis ištiesoms kartoms.

Įsitvirtino turinio kūrėjų, savo parengtą informaciją skleidžiančių per socialinių tinklų platformas ir surenkančių po keliasdešimt tūkstančių sekėjų ir prenumeratorių, fenomenas. Tokiu atveju turime ne tradicinę visuomenės informavimo priemonę, o grynai pasitikėjimo pagrindu ilgainiui susikurtus santykius tarp turinio kūrėjo ir jo prenumeratorių (rėmėjų). Paprastai toks turinio kūrėjas yra žurnalistikos profesionalas, savo vardą susikūręs ir patirties įgijęs ankstesnėse profesinėse veiklose. Atsisakęs samdomo žurnalistų darbo ir įkūręs savo kanalą, toks informacijos profesionalas veikia nepriklausomai, sukuria tartum savo asmeninį prekės (kokybės) ženklą, ir prisiima visą atsakomybę, suvokdamas galimų klaidų kainą. Tokiam abipusiu santykiu grindžiamam žiniasklaidos modeliui itin svarbi ne tik ekonominė prenumeratorių (rėmėjų) parama, bet ir moralinis auditorijos palaikymas.

Paradoksalu, bet naujieji komunikaciniai kanalai ir užsakomasis žiniasklaidos turinys naikina profesionalaus žurnalistų profesiją. Įsivyraujant užsakomajam politiniam ir verslo turiniui, profesionalūs žurnalistai, anksčiau buvę tarpininkai tarp visuomenės ir politikos atstovų, tampa neberekalingi arba persikvalifikuoja į viešųjų ryšių specialistus. Informacijos tapimas preke ne tik naikina pačią žurnalistiką, bet ir griauja demokratijos pagrindus. Prie tradicinės žurnalistų profesijos nykimo prisideda ir informacinių technologijų nulemtas „piliečių žurnalistikos“, turinio kūrėjų, kitų naujosios komunikacijos kanalų įsitvirtinimo, dirbtinio intelekto diegimo žiniasklaidoje fenomenas. Dauguma jauno amžiaus informacijos vartotojų, norėdami pasiekti turinį, dažniausiai pasikliauja socialine žiniasklaida, juos dominančią viešąją informaciją, aktualias naujienas gauna per socialinius tinklus tik iš pasirinktų/sekamų nuomonės formuotojų, šeimos narių ir draugų. Pasirinkdami

bendrauti ir gauti informaciją tik iš tų, kurie patinka, tokie informacijos vartotojai patenka į uždara informacinį „burbulą“. Socialinė žiniasklaida panaikino tradicinį požiūrį į turinio publikavimą, padidindama ir sureikšmindama vartotojų kuriamos produkcijos vertę. Tokiu būdu informacinėje/skaitmeninėje visuomenėje atsiranda rizika, jog dalis žmonių pernelyg pasitikėdami socialiniuose tinkluose skleidžiamomis naujienomis, gyvena paralelinėse informacinėse erdvėse, „burbuluose“, kurie neatspindi realybės, o neretai kelia ir realų pavojų, nes socialiniuose tinkluose dažniausiai atsiranda ir plinta melagienos, dezinformacija, skatinama nesantaika. Tai didina visuomenės poliarizaciją, gali kelti riziką net demokratinei sistemai. Tokiu būdu žurnalistika pralaimi prieš socialinę žiniasklaidą dėl visuomenės dėmesio ir pasitikėjimo. Šioje situacijoje susiduriame su profesijos involiucija, kurioje beveik nebėra (nebereikia) žurnalistų tarpininkavimo. Patys socialinių tinklų vartotojai, turinio kūrėjai, nuomonių formuotojai užima žurnalistų vietą, tačiau nesugeba ir negali pateikti tikslios, objektyvios, kokybiškos informacijos. Kyla klausimas, kokia bus profesionalios žurnalistikos ateitis, ar dar bus reikalingi profesionalūs žurnalistai, ar išliks žurnalistų profesija. Norisi tikėti, kad pačiai žiniasklaidai permaščius verslo modelį, visuomenė vėl labiau pasitikės ir suvoks žurnalistinio tarpininkavimo vertę, profesijos svarbą demokratijos sistemai. Galbūt tai užtruks, tačiau laikui bėgant, nepriklausoma profesionali žurnalistika turėtų tapti svarbesnė nei bet kada, padedant žmonėms suprasti pagrindinius besikeičiančio pasaulio iššūkius – nuo kasdienių vietinių įvykių iki didžiausių pasaulio problemų.