Media4Development

TYRIMO ATASKAITA

2016 m. lapkritis / #M4DPROJECT

Vystomasis bendradarbiavimas Lietuvos žiniasklaidoje

„Kokios šiandien naujienos? “ © Vishwaant avk, Flickr

Europos Komisija

europos namai

Nacionalinė Nevyriausybinių Vystomojo Bendradarbiavimo Organizacijų Platforma

TURINYS

03 ĮVADAS

05 ŽINIASKLAIDOS VAIDMUO VYSTOMAJAME BENDRADARBIAVIME

06 TYRIMO MEDŽIAGOS ANALIZĖ

14 IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

15 LITERATŪROS SĄRAŠAS

16 PRIEDAI

Naudotos nuotraukos:
5 psl. Multimedia Photography & Design - Newhouse School, Flickr
6 psl. „Reading room: Space for reading newspapers in Pushkar" © Runrun, Flickr
7 psl. „Newspaper stand" © Nicolas Mirguet Follow, Flickr.
11 psl. „Interview in progress". © Africaraising, Flickr.
13 psl. Land Rover MENA, Flickr.
14 psl. „Reading the newspaper at Jageshwar". © Varun hiv kapur, Flickr.
15 psl. „Newspaper Man, Hanoi, 2013" © November-13-, Flickr.
16 psl. „Interviewing a farmer". © Africaraising, Flickr.

Parengė: Viešoji įstaiga „Europos Namai"
Tyrimo turinys nebūtinai atspindi oficialią Europos Sąjungos poziciją.

Daugiau informacijos:
http://www.eurohouse.lt

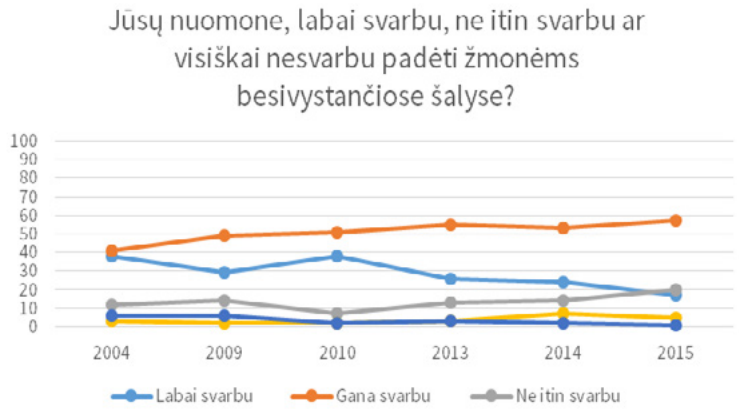
ĮVADAS

Kaip skelbia oficialioji statistika , 2015 m. beveik 9 iš 10 europiečių (89 proc.) teigė, kad yra svarbu padėti besivystančioms šalims. Lietuvoje taip manančių buvo 74 proc. Be to, Eurobarometro duomenimis, žinančių, kad 2015-ieji buvo paskelbti Europos vystomojo bendradarbiavimo metais, dalis tarp Lietuvos respondentų buvo didžiausia visoje Europos Sąjungoje (30 proc. Lietuvoje ir vidutiniškai 18 proc. ES). Vis dėlto į surinktus duomenis pažvelgus atidžiau, Lietuvos gyventojų palankumas vystomajam bendradarbiavimui nebeatrodo toks akivaizdus: čia mažiau gyventojų, palyginti su ES vidurkiu, pritaria, kad kova su skurdu besivystančiose šalyse turėtų būti vienas iš svarbiausių ES prioritetų (atitinkamai 49 proc. ir 69 proc.); tik 25 proc. šalies gyventojų mano, kad ši kova turėtų būti nacionalinis prioritetas (ES vidutiniškai tam pritaria 50 proc. respondentų). Taigi dauguma Lietuvos gyventojų nemano, kad Lietuvos Vyriausybė turėtų imtis veiksmų ir aktyviai prisidėti prie globalių iššūkių sprendimo.

Analizuojant Eurobarometro duomenis pamečiui, akivaizdu, kad Lietuvos gyventojų pritarimas vystomajam bendradarbiavimui tendencingai mažėja. 1-oje lentelėje pateikiama informacija rodo, kad pakankamai didelis bendras vystomojo bendradarbiavimo palaikymas Lietuvoje iš tikrųjų nėra tvarus. Nuo 2004 m., nors ir padaugėjo manančių, jog vystomasis bendradarbiavimas Lietuvoje yra „gana svarbu“, – nuo 21 iki 57 proc., tačiau ženkliai sumažėjo teigiančių, jog tai yra „labai svarbu”, – nuo 38 iki 17 proc., ir padaugėjo nepritariančiųjų šiai politikai: „ne itin svarbu“ – nuo 12 iki 20 proc., „visiškai nesvarbu“ – nuo 3 iki 5 proc. Panašias tendencijas rodo ir kiti aktualūs rodikliai. Nuo 2013 m. gyventojų nuomonė dėl vystomojo bendradarbiavimo nacionalinio prioretizavimo ir pasiryžimo padėti besivystančių šalių gyventojams asmeniniais veiksmais taip pat prastėja (2 ir 3 lentelės). Nesutinkančių, kad kova su skurdu besivystančiose šalyse turėtų būti vienas iš Lietuvos Vyriausybės prioritetų, pastaraisiais metais padaugėjo nuo 57 proc. iki 71 proc., o gyventojų, sutinkančių mokėti daugiau už daržoves ir kitus produktus iš besivystančių šalių, taip paremiant jose gyvenančius žmones, sumažėjo nuo 29 proc. iki 22 proc.

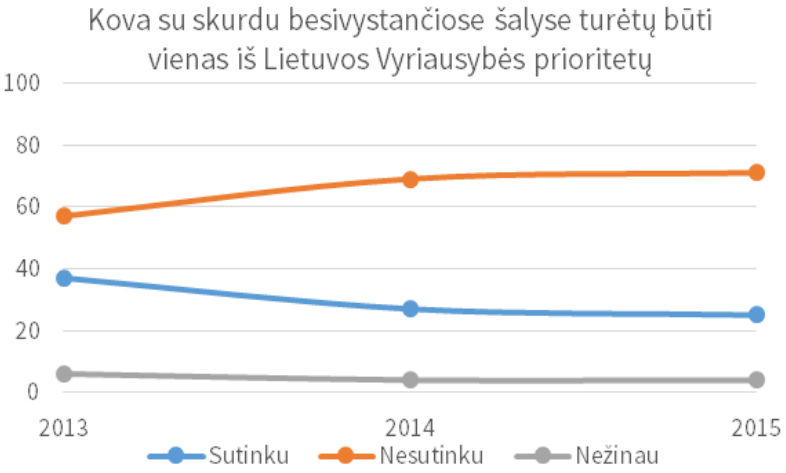
Kyla klausimas, kokie veiksniai lemia prastėjančią Lietuvos gyventojų nuomonę apie vystomąjį bendradarbiavimą

1 lentelė. Lietuvos gyventojų dalis, palaikanti vystomąjį bendradarbiavimą.



(Šaltiniai: Eurobarometras, specialieji leidiniai, skirti vystomajam bendradarbiavimui, Nr. 222- 441)

2 lentelė. Lietuvos gyventojų dalis, mananti, jog vystomasis bendradarbiavimas turėtų būti nacionalinis prioritetas.



(Šaltiniai: Eurobarometras, specialieji leidiniai, skirti vystomajam bendradarbiavimui, Nr. 222- 441)

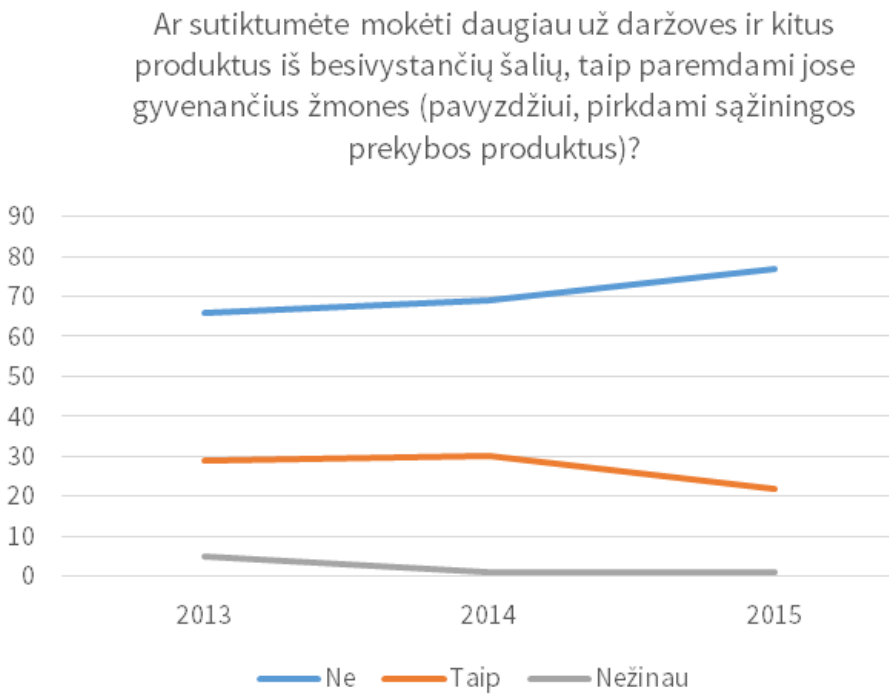
[1] Europos Komisija. „Eurobarometras: 9 Iš 10 Europiečių pritaria paramai besivystančioms šalims.” <http://ec.europa.eu/lietuva/news_hp/news/29022016_eurobarometras_lt.htm> [žiūrėta 2016.06.27].

ir mažėjantį pasiryžimą prie pagalbos besivystančioms šalims prisidėti asmeniniais veiksmais. Iki šiol ši tema Lietuvoje tyrinėta epizodiškai. Iš atliktų tyrimų galima išskirti Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų centro „Vilmorus“ 2008 m. organizuotas grupines diskusijas su jaunimo ir nevyriausybinių organizacijų atstovais. Tyrimo metu aiškintasi, koks skirtingų tikslinių grupių požiūris į pagalbą, teikiamą besivystančioms šalims, tačiau veiksniai, lemiantys vienokį ar kitokį požiūrį, nebuvo aptarti, o surinkta medžiaga detaliau neanalizuota. 2015 m. VšĮ „Europos socialiniai, teisiniai ir ekonominiai projektai“ parengtame tyrime „Reformų laikotarpio patirties panaudojimas ES vystomojo bendradarbiavimo programose“ Lietuvos gyventojų požiūris į vystomąjį bendradarbiavimą analizuojamas statistiškai: atsižvelgiant į menką vystomojo bendradarbiavimo palaikymą, daroma išvada, jog „vystomasis švietimas Lietuvoje dar turėtų būti stiprinamas“. Nepaisant to, gilesnė visuomenės nuomonei aktualių veiksnių analizė taip pat nepateikiama. Kitų aktualių tyrimų rasti nepavyko.

Turint omenyje, kad ši tema Lietuvoje beveik netyrinėta, šioje ataskaitoje pristatomas tyrimas remiasi anglakalbėje literatūroje populiaria teorine prieiga ir analizuoja Lietuvos žiniasklaidos ir vystomojo bendradarbiavimo santykį. Darant prielaidą, jog žiniasklaida – vienas svarbiausių nuomonės apie vystomąjį bendradarbiavimą ir besivystančias šalis formuotojų, tyrimo metu organizuota grupinė diskusija ir individualūs interviu su aštuonių daugiausiai informacijos apie vystomąjį bendradarbiavimą 2015 m. skelbusių žiniasklaidos priemonių atstovais . Atrenkant tyrimo dalyvius, paaiškėjo, jog daugiausiai straipsnių, naujienų žinučių ir kitokio pobūdžio informacijos šiais klausimais publikavo didieji Lietuvos naujienų portalai. Atsižvelgiant į tai, 2016 m. balandžio 27 d. organizuota grupinė diskusija, kurioje dalyvavo Antanas Manstavičius (Alfa.lt vyriausiojo redaktoriaus pavaduotojas), Rima Razmislevičiūtė (lzinios.lt vyriausiojo redaktoriaus pavaduotoja), Skirmantas Malinauskas (15min.lt tyrimų skyriaus žurnalistas). 2016 m. gegužės mėn. taip pat atlikti individualūs interviu su Irma Verbiene („Verslo žinių“ vyriausiojo redaktoriaus pavaduotoja), Valentinu Beržiūnu (diena.lt pasaulio naujienų korespondentas), Mindaugu Jackevičiumi (delfi.lt politikos aktualijų žurnalistas), Jorūne Kazlauskaite (lrytas.lt pasaulio naujienų redaktorė) ir Goda Raibyte (lrt.lt naujienų redaktorė).

Toliau ataskaitoje trumpai pristatoma aktuali teorinė literatūra, pateikiama kokybinio tyrimo metu surinktos medžiagos analizė bei formuluojamos išvados ir rekomendacijos sprendimų priėmėjams ir nevyriausybinėms organizacijoms, su Lietuvos žiniasklaida dirbančioms vystomojo bendradarbiavimo srityje.

3 lentelė. Lietuvos gyventojų dalis, kuri sutiktų asmeniniais veiksmais prisidėti prie paramos besivystančioms šalims.



(Šaltiniai: Eurobarometras, specialieji leidiniai, skirti vystomajam bendradarbiavimui, Nr. 222- 441)

[2] VILMORUS, Parama besivystančioms šalims, Vilnius, 2008.

[3] ESTEP, Reformų laikotarpio patirties panaudojimas ES vystomojo bendradarbiavimo programose, Vilnius, 2015, p. 20-–21.

[4] Tyrimo metu remtasi 2015 m. žiniasklaidos stebėsenos įrankio „Mediaskopas“ duomenimis.

1. ŽINIASKLAIDOS VAIDMUO VYSTOMAJAME BENDRADARBIAVIME

Belgų tyrėjo Ignace'o Pollet'o priklausomybės nuo žiniasklaidos teorijoje teigiama, kad socialinio pasaulio suvokimas priklauso nuo a) tiesioginės patirties, b) socialinių kontaktų ir c) žiniasklaidos. Pasak mokslininko, kai nei a, nei b netampa suvokimo šaltiniu, žiniasklaida yra itin svarbi, nes suteikia ne tik bendrųjų žinių, bet ir formuoja vertybines nuostatas konkrečiu klausimu. Kitais atvejais ji išlieka aktuali, kadangi gali autoritetingai patvirtinti arba paneigti asmenines arba socialinio tinklo narių patirtis . Su vystomuoju bendradarbiavimu susijusios temos – puiki Pollet'o pristatomos teorijos iliustracija. Neturėdami tiesioginės arba turėdami minimalią asmeninę ar socialinio tinklo perduotą gyvenimo besivystančiame pasaulyje patirtį, išsivysčiusių šalių gyventojai informaciją vystomojo bendradarbiavimo temomis gauna būtent iš žiniasklaidos.

Akademinėje literatūroje sutariama, jog žiniasklaida – svarbus vystomojo švietimo veikėjas. Tai reiškia, kad skirtinguose Europos Sąjungos dokumentuose ir nacionalinėse vystomojo švietimo programose pažymima, kad žiniasklaida gali sėkmingai prisidėti prie pasaulinio skurdo mažinimo ir tvarios plėtros, didindama visuomenės informuotumą apie žmonių gyvenimo sąlygų skirtumus skirtinguose pasaulio kraštuose, pristatydama vyriausybių, verslo ir nevyriausybinių organizacijų pastangas šiuos skirtumus mažinti.

„Vystomosios" žiniasklaidos tikslas – sudaryti sąlygas kiekvienam ES piliečiui sužinoti apie globalius tarpusavyje susieto ir sparčiai kintančio pasaulio iššūkius (migraciją, humanitarinę pagalbą, klimato kaitą, tarptautinę prekybą ir t. t.) bei šių procesų įtaką jo / jos asmeninei aplinkai. Tokia žiniasklaida, besiremdama žmogaus teisių, socialinės atsakomybės, lyčių lygybės principais, taip pat skatina asmeninį įsitraukimą į paramos teikimo procesus, vartojimo įpročių pokyčius ir kritišką globalių problemų vertinimą .

Judėjimas už vystomąją žiniasklaidą prasidėjo XX a. 7 dešimtmetyje Vakarų Europoje, kai paramą teikiančios agentūros ir nevyriausybinės organizacijos ėmė kelti klausimą dėl didesnio piliečių įgalinimo dalyvauti pagalbos teikimo procese, informuotai prisidėti prie tarptautiniam vystymuisi svarbių politikų formavimo. Judėjimo pradžioje siekta didesnio viešo palaikymo teikiamai paramai, bet vėliau vis daugiau dėmesio buvo skiriama informavimui apie socialinį, kultūrinį ir politinį paramą gaunančių valstybių gyvenimą. Tokiu būdu stiprinamas empatijos su Azijos, Afrikos, Pietų Amerikos ir kitų šalių gyventojais jausmas, o piliečiai įgalinami kritiškai vertinti globalias problemas ir skirtingas vystomojo bendradarbiavimo iniciatyvas . Kitaip tariant, atlikti tyrimai rodo, jog žmonės, geriau informuoti apie vystomąjį bendradarbiavimą, gali nepalaikyti vienos ar kitos paramos iniciatyvos, bet jų požiūris į vystomojo bendradarbiavimo idėją ir asmeninis ryžtas prisidėti prie pagalbos yra didesnis.

Taigi žiniasklaida gali būti svarbi ir pristatydama teikiamą paramą, ir supažindindama Lietuvos gyventojus su besivystančių šalių kultūrinėmis, socialinėmis, politinėmis ir kitomis realijomis. Dažniausiai ji yra vienintelis kanalas, kuriuo ši informacija pasiekia išsivysčiusių šalių žmones. Nepaisant to, nustatyti tiesioginį žiniasklaidos poveikį visuomenės nuomonei yra sudėtinga: tiesioginis priežastinis ryšys tarp žiniasklaidos pristatomos informacijos ir jos vartotojų pažiūrų ar elgesio neegzistuoja . Kita vertus, esant ribotam informacijos apie besivystantį pasaulį kiekiui, verta tyrinėti potencialią žiniasklaidos įtaką visuomenės nuomonei apie vystomąjį bendradarbiavimą.

[5] Ignace Pollet, Mass Media and Public Support for Development Cooperation, PULSE, 2012, p. 4.
[6] Agata Czaplinska, Building Public Support for Development Cooperation, Instituto Complutense de Estudios Internacionales, 2007, p. 34.
[7] Lietuvoje šiuo metu rengiama nacionalinė Globalaus švietimo koncepcija.
[8] EU Multi-stakeholder Group on Development Education. European Consensus on Development: the contribution of Development Education and Awareness Raising, 2007 <https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/publication-development-education-for-the-european-consensus-200806_en.pdf>.
[9] European Commission. Commission Staff Working Document: on Development Education and Awareness Raising (DEAR) in Europe, p. 3–4, 2012 <http://europeanmemoranda.cabinetoffice.gov.uk/files/2013/02/5026-12.pdf>.
[10] Pollet, p. 6.

2. TYRIMO MEDŽIAGOS ANALIZĖ

2.1. VISUOMENĖS POŽIŪRIS Į VYSTOMĄJĮ BENDRADARBIAVIMĄ

Tyrimo metu interviu dalyviai išskyrė bent dvi priežastis, lėmusias tai, kad, nors pastaraisiais metais Lietuvos visuomenė apie vystomąjį bendradarbiavimą buvo informuota daugiau, pritarimas paramos teikimui mažėjo. Šie atsakymai svarbūs ir bandant suprasti, kodėl vystomojo bendradarbiavimo viešinimas ir skelbiama informacija apie besivystantį pasaulį nepasiekia arba nesudomina Lietuvos skaitytojų.

Viena vertus, respondentai nurodė, jog neigiamos įtakos turi dažnas teroristinių išpuolių nušvietimas, terorizmo siejimas su besivystančių šalių gyventojais, šabloniškas jų vaizdavimas Lietuvos žiniasklaidoje. Kita vertus, dalis respondentų pastebėjo, kad pastaraisiais metais daug svarbesnės buvo kitos temos: euro įvedimas, kylančios kainos, karinis konfliktas rytų Ukrainoje, Rusijos prezidento Vladimiro Putino pareiškimai, susiję su Baltijos šalimis. Šios temos, pasak informantų, laimėjo konkurencinę kovą prieš globalaus vystymosi temas – nustūmė jas į šalį. Kaip teigia vienas iš tyrimo dalyvių, tai galime sieti ir su tautinio identiteto ypatumais: „Tam tikri įsisenėję istoriniai naratyvai skelbia, jog tauta – auka, amžina auka. Lietuvių tauta visą laiką kenčia, ją skriaudė, atitinkamai matosi to daug reakcijose. Elementariai išėjus į miesto gatvę ir klausinėjant žmonių, gali būti nesudėtinga tą užčiuopti. Paklausus žmogaus, ar reikia paremti trečiojo pasaulio šalis, labai tikėtinas atsakymas bus –„bet tai lietuviams reikia padėti, lietuviams yra blogai, jiems bus blogai“. Tai yra tam tikras istorinis požiūrio į istoriją nulemtas aukos kompleksas: kai galvojama, jog čia labai blogai, nematant konteksto, jog mes esame viena iš tų šalių, kurioms labai pasisekė.“ Taigi koncentruojantis ties lokaliais, kasdieniais dalykais, Lietuvos viešojoje erdvėje egzistuoja tam tikras „apsuptos tvirtovės“ jausmas, kurį kai kurie tyrimo dalyviai sieja su Lietuvos gyventojų pasyvumu besivystančio pasaulio problemų, paramos teikimo požiūriu.

Įdomu tai, kad tyrimo metu išsiskyrė pačių respondentų nuomonės. Dalis informantų kritiškai vertino Lietuvos galimybes aktyviau įsitraukti į vystomojo bendradarbiavimo veiklas, peržengiančias Europos Sąjungos Rytų partnerystės šalių geografines ribas, o žiniasklaidos – kurti tam palankų viešą diskursą. Vienas interviu dalyvis taip apibūdina egzistuojančią situaciją: „Ukrainos atveju labai empatiški pasirodėm. Kai lyginam Keniją ir Ukrainą, tai visiškai

natūralu, kad jokiomis aplinkybėmis nesuformuosim lietuvio nuomonės, jog svarbiau Kenijos dalykai nei Ukraina, net jei karai vyksta. Pavyzdžiui, jei žiūrėčiau iš NVO pusės, Lietuvoj tikrai nekelčiau tikslų formuoti opiniją apie Afriką, nes gal iš tikrųjų yra Prancūzija, Anglija, didžiosios kolonijinės valstybės, gal reikia žiūrėti į regionus, esančius arčiau. Paradoksas, jog mes turtingėjame, gyvenimas gerėja, o tuo pačiu metu tampam mažiau empatiški, man suprantamas, nes tos problemos tampa šiek tiek tolimesnės. Iš tikrųjų, pavyzdžiui, kasdienėje veikloje galvojant apie vandens krizę Afrikoje, viskas tampa teoriniu modeliu iš žinių, paskutinių pasaulio naujienų.“ Kitaip manantys interviu dalyviai argumentavo, pasitelkdami Skandinavijos šalių, aktyviai vykdančių vystomojo bendradarbiavimo veiklas, pavyzdį: „Tiesa – dėl Prancūzijos, Jungtinės Karalystės, bet galime pasižvalgyti kitų pavyzdžių: Danija, Švedija. Tarp jų ir besivystančio pasaulio egzistuoja distancija, panaši į Lietuvos geografiniu, istoriniu požiūriu, bet tai – šalys, kurios labai orientuojasi į pagalbą besivystančiam pasauliui. Gal sakyti, jog apskritai neįmanoma, jog [Lietuvoje] įvyktų toks lūžis, nebūčiau linkęs.“

Apibendrinant galima teigti, kad mažėjantį Lietuvos visuomenės pasiryžimą įsitraukti į vystomojo bendradarbiavimo veiklas, ar net susidomėjimą jomis visų pirma turėtume aiškinti su Lietuvos viešosios erdvės kontekstu susijusiomis priežastimis: 1) besivystančių šalių aktualijos pristatomos negatyvių naujienų forma; 2) aktualūs ir tautinio identiteto aspektai, kompleksai, lemiantys domėjimąsi išskirtinai lokaliomis temomis, vietos problemų akcentavimą ir globalaus konteksto ignoravimą. Dar vienas svarbus veiksnys, lemiantis bendrą vystomojo bendradarbiavimo nepopuliarumą ir mažėjantį visuomenės pritarimą paramos teikimui, yra tas, kad Lietuvos žiniasklaidos atstovai patys negali identifikuoti aiškios Lietuvos vystomojo bendradarbiavimo vizijos ir prioritetinių sričių, apie tai diskutuoja tik abstrakčiai.

2.2. LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS MODUS VIVENDI

Žvelgiant plačiau, tyrimo metu aiškintasi, kokioje institucinėje aplinkoje šiandien veikia Lietuvos žiniasklaida, kokiomis sąlygomis ji vienu ar kitu būdu informuoja visuomenę ne tik apie besivystančias šalis ir vystomąjį bendradarbiavimą, bet ir apie Lietuvos ir pasaulio naujienas. Kaip apibendrino viena respondentė, Lietuvos žiniasklaidai šiandien kyla išgyvenimo klausimas. Ji argumentuoja: „Socialiniai tinklai sujaukė protą, didelė dalis reklamos pajamų keliauja Google ir Facebook, gal 85 proc. pasaulio mastu. Žiauriai sudėtinga situacija. Išgyvenimo klausimas nustūmė ir misijos, ir padorumo klausimus. Atrodo, tarsi visi žinojo, jog žiniasklaidos misija yra ginti viešąjį interesą, bet dabar ji galvoja, kaip išgyventi. Čia nėra Lietuvos problema, mes nesam atsilikę. Svarbiausia – rasti būdų, kaip išlikti sąžiningiems prieš save, visuomenę ir išgyventi. Tokiomis sąlygomis išlaikyti patyrusius gerus žurnalistus yra baisiai sudėtinga“.

Šių tendencijų pasekmė – eklektiškų naujienų portalų, kuriuose, kaip teigia respondentai, orientuojamasi į viską – tiek aukšto lygio tekstus, tiek „popsą“,populiarumo išaugimas. Pasak informantų, tai vyksta ne tik Lietuvoje, bet ir viso pasaulio žiniasklaidoje, tai pat neišvengiančioje pagrindinės masinių portalų ydos: skaitytojams norint informaciją gauti greitai, portalai, išsilaikantys iš reklamos pajamų, pastariesiems pataikauja ir publikuoja tai, ką patys vartotojai renkasi skaityti („klikina“). Analitinių straipsnių, ne tokių populiarių naujienų skaitytojai, priešingai – portaluose turi jų ieškoti patys arba tokia medžiaga atsiduria šalia „geltonųjų puslapių“ pobūdžio žinučių. Interviu metu dauguma dalyvių sutiko, jog tokiomis sąlygomis apie šviečiamąją žiniasklaidos funkciją kalbėti yra sudėtinga.

Pagrindiniai turinio formuotojai Lietuvos naujienų portaluose šiandien yra budintys redaktoriai, žurnalistai, vienu metu stebintys įvairius naujienų agentūrų šaltinius (Reuters, AFP, BNS, ELTA ir pan.) ir atrenkantys, kurias naujienas publikuoti. Kaip pats budinčio redaktoriaus darbą atliekantis žurnalistas teigia: „Tikrai nededam visų agentūrų tekstų, kuriuos jos išverčia, atsirenkam, kas įdomu, kas mūsų regionui aktualu ir t. t. Visada labai daug subjektyvu-

mo. Tai yra budinčio žmogaus kompetencijoje, čia kaip ir žinių tarnybos – jų kompetencija, kurias naujienas išskirti, kokias naujienas įdėti į žinias.“ Taigi trumpų informacinių žinučių, sudarančių didžiąją dalį naujienų portalų turinio, parinkimas visiškai priklauso nuo budinčio redaktoriaus pasirengimo ir „darbo patirties, žinant, kas yra aktualu“. Kita vertus, dalies interviu dalyvių įsitikinimu, analitiniai straipsniai, nors ir užimantys mažesnę naujienų portalų turinio dalį, išlieka svarbūs. Kai kurie respondentai sutinka su teiginiu, kad šis žanras išgyvena pokyčius, kurie lemia, jog straipsnio populiarumui vis didesnę įtaką daro paties autoriaus socialinis tinklas, jo nuomonės autoritetingumas Lietuvos visuomenėje. Kaip apibendrina vienas interviu dalyvis: „Pradėti spausti žurnalistą į rėmus, jog tu turi čia vienaip ar kitaip kalbėti, negatyviai arba pozityviai, – neefektyvu. Mano galva, tai gana paprasta, jau taip yra Vakaruose. Lietuvoje link to einame, kad žiniasklaida nuo žiniasklaidos priemonių judės žiniasklaidos asmenybių link, prie nuomonės formuotojų. Greitai turėsime situaciją, kai tos asmenybės netgi bus svarbesnės nei konkrečios žiniasklaidos priemonės.“

Aptariant galimybes ir kliūtis Lietuvos žiniasklaidai profesionaliai pristatyti ne tik lokalias, bet ir globalias temas, didžioji dalis respondentų tvirtino, kad „lietuviška žiniasklaida nebėra nei provinciali, nei užsidariusi“. Pasak jų, per daugiau nei dvidešimt penkerius nepriklausomybės metus pradėta aktyviai naudotis atsiradusiomis tarptautinėmis galimybėmis. Pavyzdžiui, visos tyrime dalyvavusios žiniasklaidos priemonės naudojasi galimybe perspausdinti užsienio (dažniausiai anglakalbės) žiniasklaidos turinį (naujienų žinutes, analitinius straipsnius ar bent vaizdo medžiagą). „Verslo žinių“ grupė netgi yra sudariusi specialią bendradarbiavimo sutartį su „The Financial Times“, Delfi.lt rengia bendras temas su Latvijos ir Estijos DELFI padaliniais, kartu lygina Baltijos šalių padėtį vienu ar kitu klausimu, Lrytas.lt, 15min.lt taip pat bendradarbiauja su žurnalistais, dirbančiais užsienyje: Ispanijoje, Jungtinėse Amerikos Valstijose, Jungtinėje Karalystėje, Švedijoje, Rusijoje ir Vokietijoje. Be to, visos tyrime dalyvavusios žiniasklaidos priemonės siunčia savo darbuotojus į tarptautinius mokymus, naudojasi galimybėmis dalyvauti skirtingų institucijų organizuojamose žurnalistų kelionėse, pačios jas organizuoja (aktyviausi šioje srityje yra naujienų portalai 15min.lt., delfi.lt, lrytas.lt).

Svarbu atkreipti dėmesį ir į augantį kai kurių žiniasklaidos priemonių socialinį atsakingumą. Vienas iš tyrimo dalyvių jį apibrėžia taip: „Aš gal patikslinsiu, apie kokią socialinę atsakomybę mes kalbame. Yra dvi rūšys, kai tu rašai, bet ta tema tau žiauriai nuostolinga. Pirmoji, kai užkabini interesus ir negauni didelių reklamos pinigų. Pavyzdžiui, mūsų... istorija, netekom 500,000 tūkst. reklamos pinigų. Antroji, kai temos (patyčių mokykloje programos ir t. t.) nesukelia didelio susidomėjimo, bet jei esi partneris, meti resursus, žurnalistai važiuoja, daro, net jei tos temos nėra skaitomos.“ Taigi socialinė Lietuvos žiniasklaidos orientacija reiškia arba tiriamosios žurnalistikos, arba socialinių partneryščių visuomenei teikiamą naudą.

Dažniausiai interviu metu minėta lietuviškos žiniasklaidos silpnybė – itin arši konkurencija tarp skaitomiausių naujienų portalų, užkertanti kelią pozityviam bendradarbiavimui. Šioje situacijoje išskirtinę poziciją užima nacionalinio transliuotojo naujienų portalas lrt.lt. Kaip teigia jo atstovė, lrt.lt dažnai atlieka tarpininko vaidmenį: „Didžiausi komerciniai portalai kovoja dėl kiekvieno skaitytojo dantimis ir nagais, jiems to reikia, nes jie išgyvena iš reklamos. Pas mus to nėra, nes turim tokią privilegiją, mums su kitais nereikia pyktis... bendradarbiaujam su visais didžiaisiais portalais. Su 15min.lt, delfi.lt, su lrytas.lt: jie ima mūsų, mes – jų straipsnius, taip pat įvairūs mažesni portalai, tokie kaip „Vakarų ekspresas“, „Klaipėda“, „Kauno diena“ [ima mūsų straipsnius]. Mes, kaip nacionalinė [platforma], nesam nei vienam komerciniam portalui konkurentas... Taip visi mūsų autoriai dažniausiai atsiduria delfi.lt., su „Verslo žiniomis“, „Lietuvos žiniomis“ turim susitarimus.“

Apibendrinant svarbu pastebėti stiprėjančias naujienų portalų pozicijas Lietuvos žiniasklaidoje. Tai lemia didesnę budinčių redaktorių ir nuomonės formuotojų įtaką tam, koks turinys tampa populiarus ir pasiekia skaitytojus. Nepaisant eklektiško naujienų portalų pobūdžio, galime įžvelgti ir teigiamų pokyčių: žiniasklaidos priemonės auga ir aktyviai naudojasi tarptautinėmis profesinio tobulėjimo galimybėmis, bendradarbiauja su užsienio partneriais, kai kurios iš jų pradeda dirbti su visuomenei aktualiais tyrimais. Kita vertus, teigiami pokyčiai vyksta vis aršėjančios naujienų portalų konkurencijos kontekste, kuriame atrasti galimybių pozityviam bendradarbiavimui pakankamai sudėtinga.

2.3. VYSTOMASIS BENDRADARBIAVIMAS LIETUVOS NAUJIENŲ PORTALUOSE

Kaip jau minėta, tyrime dalyvavusios žiniasklaidos priemonės naudojasi tarptautinėmis galimybėmis: siunčia žurnalistus į mokymus užsienyje, pačios organizuoja arba dalyvauja kitų institucijų (pavyzdžiui, Europos Sąjungos, Jungtinių Tautų Pabėgėlių agentūros (UNCHR) Lietuvoje) organizuojamose žurnalistų kelionėse. Prasidėjus pabėgėlių krizei, Lietuvos žurnalistai iš skirtingų naujienų portalų lankėsi Turkijoje, Graikijoje, sekė pabėgėlių ir migrantų maršrutus Europoje. Taip pat interviu metu minėtos kelionės į Gruziją, Egiptą, Kalnų Karabachą. Patys interviu dalyviai šias praktikas vertina teigiamai ir pabrėžia autentiškų patirčių privalumus, galimybę įtaigiau pristatyti žmonių gyvenimą besivystančiose šalyse. Štai kaip interviu dalyvė apibūdina tarptautinės patirties svarbą: „Kelionės atveda tas temas į tavo kiemą ir tikrai padeda ne tik pačiam žurnalistui, jos patį skaitytoją papurto, kuris tik kalafiorų kaina susirūpinęs, LIDL atidarymu, liberalų skandalu ir panašiais dalykais. Tarkim, migrantai buvo labai dominanti tema. Būtent per migrantų krizę atsitiko šalutinis dalykas – daugiau buvo sužinota apie tas šalis, iš kur jie yra. Kai žmogus pasakoja apie problemas, nuo kurių jis bėga, nors dalis yra ir ekonominių migrantų, ji turi tokį efektą“.

Nepaisant galimybių aplankyti besivystančias šalis ir organizuojamų kelionių bei mokymų, interviu dalyviai pripažįsta, jog su šiomis valstybėmis susijusios temos jų redakcijose nėra prioritetinės ir dažniausiai pristatomos negatyvių naujienų kontekste. Viena informantė situaciją apibūdina taip: „Katastrofos, nelaimės, pilietinis karas – trūksta pozityvumo, kas pasiekta. Lygiai taip pat, kai tu rengi tekstą apie tą valstybę. Venesuela – gal toks pavyzdys, bet nereikia įsikibti, gal kažkiek apie pažangą vis tiek įterpi, jei nagrinėji kažkokios valstybės situaciją. Tendencija, taip, ji yra, kai rašai apie Siriją, nelabai dabar ką pozityvaus gali parašyti. Žmones domina katastrofos, dar kažkas. Pozityvios naujienos – vis tiek jų yra mažiau, jei kalbėtume atvirai. Gal šiaip „nepasigaunamos“ tokios temos. Gal reikėtų daugiau pažinimo tų šalių. Susipažįstama, priartėjama tik tada, kai kas [blogo] nutinka.“ Atsakydami į klausimą, kodėl pozityvios istorijos apie besivystančias šalis žiniasklaidą pasiekia retai, interviu dalyviai nurodė kelias priežastis. Pirma, redakcijos, skirstydamos žmogiškuosius išteklius, visuomet įvertina, koks galėtų būti vieno ar kito teksto skaitomumas, o pozityvios, bet tiesioginio ryšio su Lietuva neturinčios istorijos vertinamos kaip potencialiai neįdomios. Kita vertus, interviu dalyviai patys abejoja savo žiniomis apie besivystančias šalis ir vystomąjį bendradarbiavimą, bent dalis jų pripažįsta, jog jiems sudėtinga šias temas pristatyti įdomiai. Interviu metu kai kurie respondentai, atsakydami į šį klausimą, taip pat išreiškė abejonę teikiamos pagalbos ir vystomojo bendradarbiavimo skaidrumu bei efektyvumu: „Man atrodo, visų pirma būtų įdomus sociologinis tyrimas, kiek Lietuvos gyventojai pasitiki organizacijomis, renkančiomis labdarą, kiek tos labdaros iš tikrųjų pasiekia trečiąjį pasaulį ir badaujančius vaikus. Galiu pasakyti pavyzdį, pernai į Afriką važiavo du kartus. Važiuoja keturi žvaigždūnai, kadangi jiems kelionę reikia apmokėti iš tos pačios labdaros, tada lieka tik sėkloms ir pieštukams. Kai yra dėžutė aukų Sieros Leonės vaikams ar kitiems paremti, garbės žodis, nemetu pinigų, nes jeigu važiuoja be palydos, neaišku į kokius tinklus pakliūva ta labdara.“ Taigi platesniam vystomojo bendradarbiavimo, besivystančių šalių pristatymui kliūtimi gali būti ir žurnalistinės kompetencijos stoka ar asmeniai įsitikinimai, nepalankūs vystomajam bendradarbiavimui.

Išskirtinis yra „Verslo žinių“ atvejis – tai vienintelė tyrime dalyvavusi žiniasklaidos priemonė, aiškiai identifikavusi savo tikslines grupes (sprendimų priėmėjai viešajame ir privačiame sektoriuje, vidurinė specialistų grandis įmonėse) ir misiją („būti kasdieniu skaitytojų įrankiu“). Šios žiniasklaidos priemonės atstovė taip apibūdina savo misiją ir santykį su vystomuoju bendradarbiavimu: „Rašome ir apie bankus Afrikoje, bet todėl, jog mūsų verslas eina ten, nes jiems įdomu paskaityti, kokie bankai, kaip jie vertinami. Jei skaitysit apie bet kurią šalį ne kaip part-

nerę, bet galimybę plėtoti lietuvišką verslą, tai yra tekstų, kuriuose pristatoma nuo ekonominių rodiklių iki žmogiškų dalykų: kaip bendrauti, pasisveikinti, megzti kontaktą, ir tai galioja tiek Rusijai, tiek Ukrainai, tiek ir Azijos šalims. Kadangi mūsų valstybė paskutiniu metu blaškėsi su eksporto kryptimis, mes, žinoma, turime kritišką požiūrį. Pavyzdžiui, į Omaną – ar tikrai ten mūsų reikia? Sakykim, visada su atsargumu žiūrim, kai ūkio ministras keliauja iš vienos egzotiškos besivystančios šalies į kitą. Bet kuriuo atveju tos iniciatyvos yra mums įdomios, o kaip jas vertinam – kitas reikalas.“ Išskirtinė „Verslo žinių“ orientacija ir specializacija, tikslinės grupės identifikavimas ir bendravimas su jos atstovais, teigiamai vertinančiais globalius procesus, lemia, kad apie besivystančias šalis ir vystomąjį bendradarbiavimą tinklalapyje vz.lt kalbama įvairiais aspektais. Kaip pavyzdį pašnekovė pateikė pabėgėlių krizės pristatymą: „Tikrai nedramatizuojam pabėgėlių situacijos, kaip daro kai kurie leidiniai. Po pirmųjų ženklų mes apskambinom verslo įmones, jų pozicija buvo itin sveikintina. Jie sakė, jei tik jie atvažiavę dirbs, jei jie integruosis, mes nematom jokių problemų, mums nėra didelio skirtumo, kas dirbs, kokios tautybės, religinių įsitikinimų. Kalbu apie nuovokų, prakutusį verslą. Didysis verslas bijo gerokai mažiau, nei pateikia žiniasklaida, žmonės yra atviri.“ Tokia aiškiai išsakoma pozicija skiriasi nuo kitų, tyrime dalyvavusių žiniasklaidos priemonių, didžiųjų naujienų portalų, negalėjusių įvardyti savo tikslinių grupių.

2.3.1. KAIP KALBĖTI APIE VYSTOMĄJĮ BENDRADARBIAVIMĄ?

Tyrimo metu interviu dalyviai daug dėmesio skyrė žurnalistiniams principams, kurie padėtų patraukliau pristatyti besivystančias šalis ir vystomąjį bendradarbiavimą Lietuvos gyventojams. Dalis informantų pasigenda aiškesnio vystomojo bendradarbiavimo apibrėžimo, kurį propaguotų nevyriausybinės organizacijos arba valstybinės institucijos. Ne kartą išsakyta mintis, kad vystomojo bendradarbiavimo pristatymas neturėtų apsiriboti kelionėmis ar Lietuvos paramos viešinimu. Didžioji dalis respondentų akcentavo jautrių žmogiškų istorijų, o ne apibendrintos oficialios informacijos svarbą. Kita vertus, kai kurie tyrimo dalyviai pažymėjo, jog pristatant besivystančių šalių problemas, svarbu vengti per dažno jų minėjimo, vadinamojo informacinio triukšmo, ir besivystančių šalių gyventojų stigmatizavimo. Kaip teigia vienas iš interviu dalyvių: „Tai, kad tekstas sukels gailestį, nereiškia, jog kartu nebus ir atmetimo [reakcijos]. Viena, kai tu skaitai, kaip ten yra blogai, kita vertus, skaitytoją tai gali ir atstumti, paskatinti nesikišti.“

Kaip vienas svarbiausių žurnalistinių principų, išskirta būtinybė sieti besivystančių šalių ir Lietuvos gyventojų realijas. Pasak respondentų, norint sudominti skaitytoją, privalu sukurti prielaidas jam „atrasti save temoje“. Kaip paaiškina vienas informantas: „Tuo labiau galim patraukti žmones, kuo jie labiau save pradės atrasti problemoje, tuo jie labiau pradės skaityti. Klasikiniai žurnalistikos principai: kuo labiau apibendrinta informacija, tuo mažiau ji bus įdomi skaitytojui, lyginant su žmogiškomis istorijomis. Čia prasideda žurnalistika, kaip surasti patraukiančią temą: pavyzdžiui, lietuvio išvažiavusio [į besivystančią šalį] ne su grupe, bet ten gyvenančio, istorija. Ji visąlaik bus daug labiau skaitoma, ypač jei žmogus yra geras pasakotojas. Tą principą reikia suprasti, nuspėjant teksto skaitomumą.“ Šias mintis pratęsia kito respondento idėjos: „Dažnai prisi-

dengiama tuo, kad žmonėms neįdomu, bet viskas priklauso nuo žurnalisto gebėjimo aprašyti ir sudominti skaitytoją. Rašau pusiau reportažiniu stiliumi, kita vertus, bandau susieti su Lietuva, parinkti atitinkamą pavadinimą... Artumas Lietuvai labai svarbu. Tai ne triukas, o žurnalistinė taisyklė. Turi žmogui parodyti, kodėl įdomu. Būna, ministerijos atsiunčia pranešimus spaudai apie vystomąjį bendradarbiavimą. Tai jei mes tuos žodžius dėsim – užmuš tekstą. Niekas jo nenorės atsidaryti. Bet jei nuvažiavęs konkrečiai parodysi problemas, kas ten vyksta, bus priešingai.“ Taigi siekiant visuomenę sudominti vystomuoju bendradarbiavimu, besivystančiomis šalimis, visų pirma, svarbu laimėti konkurencinę kovą su kitomis temomis, pritraukti skaitytojų dėmesį ir jį išlaikyti, pasitelkiant artimas, žmogiškas istorijas.

Žurnalistinė etika, kai kurių informantų nuomone, rašant apie besivystančias šalis, Lietuvoje turėtų būti itin svarbi. Šiuo atveju aktualus visapusiškos informacijos pristatymas, nenutylint ir neigiamų vystymosi aspektų, neigiamų istorijų. Kaip paaiškina vienas iš tyrimo dalyvių: „Politkorektiškumo taisyklės – vakaruose diskutuojama, ar jos nenuėjo per toli. Mano pavardė buvo prie teksto, kuris buvo labai skandalingai sutiktas. Buvo kalbintas lietuvis, dirbantis pabėgėlių centre, mano dalis buvo Lietuvos eksperto kalbinimas, nes norėjosi atskiesti tai, ką jis sako. Tai pasirodė nepolitkoretiška, „skatinam neapykantą“ ir pan. Aš žinau, kad tai buvo konkretus žmogus, mano sąžinė švari, nereikia įsivaizduoti, jog neturim apie tai rašyti. Vokietijos žiniasklaida šiemet jau už tai atsiprašinėjo, nuslėpusi atvykėlių prievartavimo atvejus.“ Kitaip tariant, sąžiningumas ir atvirumas šiuo atveju taip pat turi būti aktualūs.

Be klasikinių žurnalistinių principų, interviu metu dažnai siūlyta idėja, kad nevyriausybinės organizacijos, valstybės įstaigos, siekdamos žiniasklaidą įtraukti į vystomojo bendradarbiavimo viešinimo, besivystančių šalių pristatymo veiklas, turėtų ieškoti naujų raiškos formų. Vienas iš interviu dalyvių pataria: „Ant bangos yra infografikai, susirandi „freelancerį“ ir savo idėją pateiki įdomiai. Visi pranešimai spaudai, surašyti tekstai yra tiek nugyventi, tiek neefektyvūs, nes daug šansų, kad jų neįsidės, nes neaktualu. Klausimas net ne žurnalistui, bet kūrybininkui: kaip neįdomią informaciją aktualizuoti. Banaliausias variantas yra įžymybės, bet reikia kūrybiškumo.“

2.3.2. KOKIOS PAGALBOS REIKIA LIETUVOS ŽINIASKLAIDAI?

Interviu dalyviai taip pat minėjo ir svarbiausias sritis, kuriose kitų veikėjų pagalba galėtų konstruktyviai prisidėti prie profesionalesnio, gilesnio ir dažnesnio besivystančio pasaulio, vystomojo bendradarbiavimo temų pristatymo Lietuvos žiniasklaidoje: žurnalistų mokymus, bendradarbiavimą su ekspertais ir naujų temų siūlymą.

Pirmuoju atveju tyrimo dalyviai pabrėžė aukštos kokybės mokymų, suteikiančių galimybę savarankiškai rinkti medžiagą, svarbą. Kaip aiškina tyrime dalyvavęs žurnalistas, teoriniais aspektais apsiribojantys mokymai nėra vertingi, nes žurnalistai negali pateisinti redakcijų lūkesčių ir parvežti originalios, autentiškos medžiagos į Lietuvą: „Mes, žurnalistai, įsipareigoję parvežti temų, patekom [į mokymus] su studentais. Organizatoriai prižada susitikimus su pabėgėliais, po to pareiškia, jog jų nėra. Pats tada neriesi iš kailio, nes žinai, kad negali grįžti į redakciją. Nejuokinga išvažiuoti savaitei medžiagos ir grįžti [be jos]. Nesuvokiamas dalykas. Gatvėje Katanijoje patys savavališkai susiradom žmonių ir su jais kalbėjom. Daugiau neverta kalbėti, nes įsiūtis yra puiki pamoka, kaip negalima pasitikėti.“

Kai kurie respondentai daugiau dėmesio skyrė būtinybei stiprinti žiniasklaidos ir skirtingų regionų ekspertų bendradarbiavimą: „Manau, kad geriau būtų, jei žiniasklaida labiau atsižvelgtų į ekspertų nuomones, tų pačių Vidurio Rytų. Pavyzdžiui, Egdūno Račiaus. Konceptualesnį vaizdą gali gauti. Manau, jog tas yra naudinga, tiesiog kalbėti su tą regioną išmanančiais žmonėms, ne todėl, jog jie ten po ekskursijas važinėja, o todėl, kad skaito, domisi. Žinoma, reikia „atsirokuoti“, kurie ekspertai tikrai gali pasakyti naudingų dalykų, o kurie apie viską kalba. Kitas klausimas, kad daug kas su žiniasklaida nenori šnekėti, nes mano, jog jų nuomonė bus paversta į...“ Pasak respondentų, bendravimas su ekspertais leidžia skaitytojams pristatyti visapusiškesnį vaizdą. Nepaisant to, dėl skirtingų priežasčių ne

visada ir ne visi ekspertai (daugiausia akademinio pasaulio atstovai) nori ir gali skirti laiko bendravimui su žiniasklaida – jų gaunama nauda yra sunkiai apčiuopiama. Taigi tokio bendradarbiavimo stiprinimas – potenciali nevyriausybinių organizacijų ir valstybės institucijų veiklos sritis.

Atsižvelgdami į Lietuvos žiniasklaidos sektoriaus specifiką, interviu dalyviai taip pat ragino nevyriausybines organizacijas aktyviau kreiptis į žiniasklaidos priemones ir megzti neformalius kontaktus, siūlyti galimas temas ar interviu idėjas. Kaip teigia vienas iš tyrimo dalyvių, „jei jūs ten dirbat, patys ieškokit istorijų – siūlykit jas. Tikėtis, kad pati žiniasklaida ieškos mažo rezonanso istorijų, yra gana sudėtinga. Žiniasklaida visokią funkciją atlieka, bet vis tiek, net jei parašytum labai gerą straipsnį, bet jis nebūtų labai skaitomas, tai yra be reikalo sugaištas laikas. Kitas dalykas, jei gauni žmogų su įdomia istorija.“ Jam pritaria ir interviu dalyvavęs kolega: „Taip, užtenka pasiūlyti. Tikriausiai į bet kurią didžiąją žiniasklaidos priemonę galima patekti, pasiūlius gerą istoriją. Žiniasklaida yra verslas ir investicija, todėl natūralu, kad niekas neskubės savo lėšomis važiuoti į Afriką ir pasakoti, kaip ten yra gerai. Tai nėra realu.“ Turėtų būti stiprinama žiniasklaidos ir nevyriausybinių organizacijų partnerystė.

Apibendrinant, verta paminėti, kad nepaisant egzistuojančių tarptautinių mobilumo galimybių, besivystančios šalys ir vystomasis bendradarbiavimas Lietuvos naujienų portaluose lieka antraeilėmis temomis, dažniausiai pristatomomis neigiamame kontekste (išskirtinis vz.lt atvejis). Tyrimo dalyviai, aptardami galimus situacijos sprendimus, siūlo pasitelkti klasikinius žurnalistinius įrankius (dėmesį pritraukiančios antraštės ir atpažįstamos žmogiškos istorijos) bei derinti juos su naujomis kūrybiškomis raiškos formomis. Šios priemonės bei žurnalistiniai mokymai, leidžiantys rinkti autentišką medžiagą straipsniams, ekspertų ir žiniasklaidos partnerystės stiprinimas bei aktyvesnis nevyriausybinių organizacijų vykdomas žiniasklaidos informavimas galėtų prisidėti prie kokybiškesnio vystomojo bendradarbiavimo ir besivystančių šalių pristatymo Lietuvos žiniasklaidoje.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Grupinės diskusijos ir individualių interviu metu surinkta medžiaga leidžia daryti išvadą, kad stebuklingų receptų, kurie padėtų per trumpą laiką pakeisti visuomenės nuomonę ir pagerintų vystomojo bendradarbiavimo įvaizdį Lietuvoje, nėra. Vis dėlto tyrimas vertingas, diskutuojant apie šiandieninę Lietuvos žiniasklaidos būklę ir joje vykstančius pokyčius. Remiantis dalyvių įžvalgomis, galima įvardyti bent kelis aspektus, aktualius visuomenei pristatant Lietuvos teikiamą paramą bei su besivystančiomis šalimis susijusias temas:

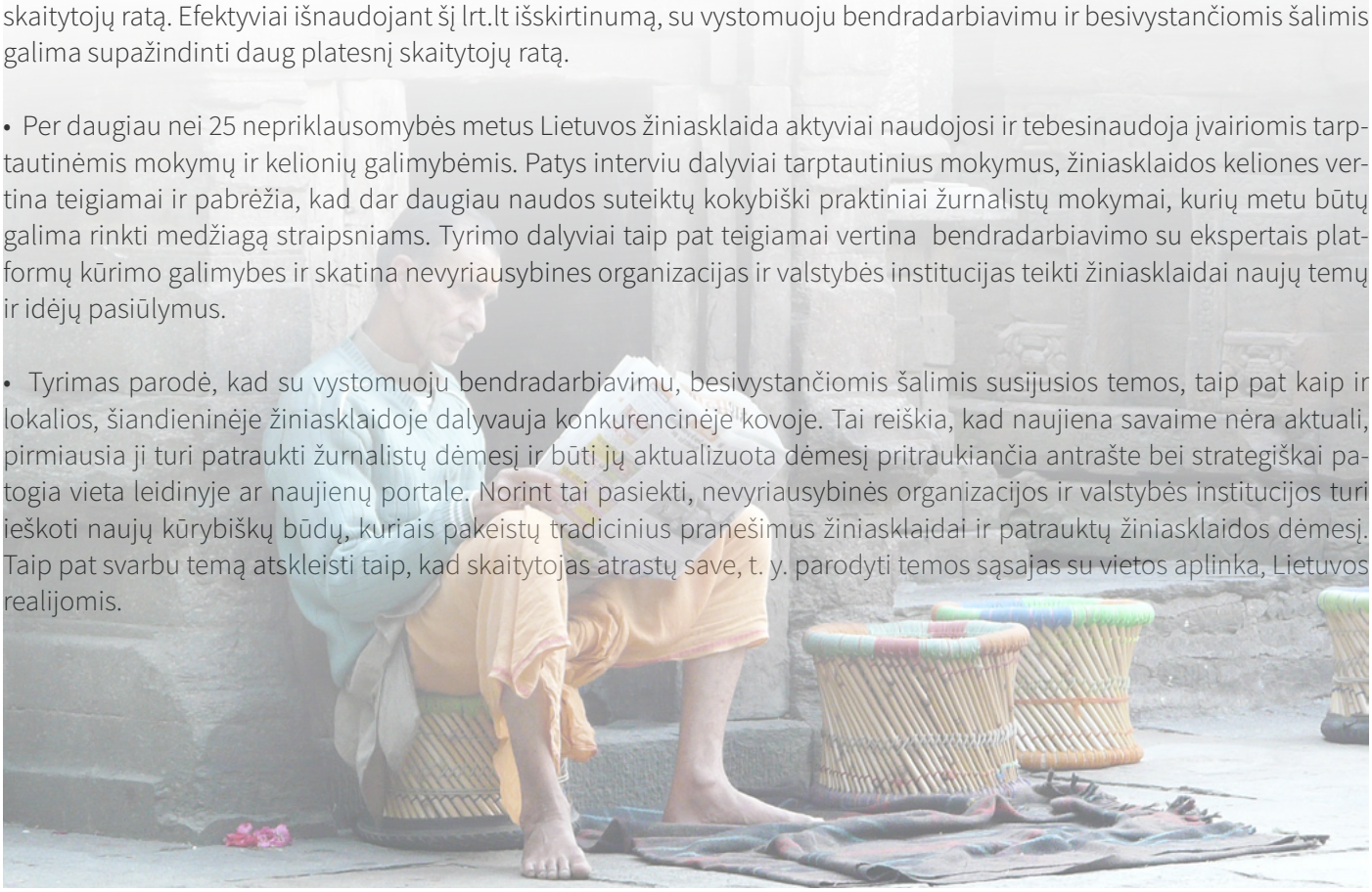
• Lietuvos žiniasklaidos redakcijų atstovai patys negali identifikuoti aiškios Lietuvos vystomojo bendradarbiavimo vizijos ir prioritetinių sričių, apie tai jie diskutuoja tik abstrakčiai. Kai kurie respondentai išreiškė abejonę dėl teikiamos pagalbos ir vystomojo bendradarbiavimo skaidrumo bei efektyvumo. Taigi reikėtų aiškesnio ir kryptingesnio vystomojo bendradarbiavimo apibrėžimo (konceptualaus ir geografinio), kurį, bendraudamos su žiniasklaida, propaguotų nevyriausybinės organizacijos ir valstybės institucijos. Taip pat svarbus ir žiniasklaidos informavimas apie jau egzistuojančius pagalbos skaidrumo ir efektyvumo užtikrinimo mechanizmus.

• Naujienų portalų turinio pobūdį lemia budinčių redaktorių kompetencija, pasirengimas ir interesų laukas. Be to, vis didesnį populiarumą įgyja ir daugiau skaitytojų pasiekia nuomonės lyderių analitiniai straipsniai. Vykdant visuomenės informavimo ir švietimo apie vystomąjį bendradarbiavimą veiklas, didesnį dėmesį reikėtų skirti darbui su šiomis tikslinėmis grupėmis. Vertinga pagalba čia galėtų būti intensyvesnis kelionių į besivystančias šalis organizavimas. Tiesioginė autentiška patirtis suteiktų žurnalistams trūkstamų žinių apie konkrečias besivystančias valstybes, jose vykstančius socialinius, politinius, kultūrinius procesus ir skatintų savarankišką domėjimąsi ir platesnį šių temų pristatymą didžiosiose žiniasklaidos priemonėse.

• Aršios didžiųjų naujienų portalų (delfi.lt, 15min.lt, lrytas.lt) konkurencijos kontekste išskirtinę poziciją užima nacionalinio transliuotojo naujienų portalas lrt.lt. Nesudarydama konkurencijos komercinėms žiniasklaidos priemonėms, ši platforma atlieka tarpininko vaidmenį. Lrt.lt publikuojami tekstai perspausdinami kitų portalų ir taip pasiekia platesnį skaitytojų ratą. Efektyviai išnaudojant šį lrt.lt išskirtinumą, su vystomuoju bendradarbiavimu ir besivystančiomis šalimis galima supažindinti daug platesnį skaitytojų ratą.

• Per daugiau nei 25 nepriklausomybės metus Lietuvos žiniasklaida aktyviai naudojosi ir tebesinaudoja įvairiomis tarptautinėmis mokymų ir kelionių galimybėmis. Patys interviu dalyviai tarptautinius mokymus, žiniasklaidos keliones vertina teigiamai ir pabrėžia, kad dar daugiau naudos suteiktų kokybiški praktiniai žurnalistų mokymai, kurių metu būtų galima rinkti medžiagą straipsniams. Tyrimo dalyviai taip pat teigiamai vertina bendradarbiavimo su ekspertais platformų kūrimo galimybes ir skatina nevyriausybines organizacijas ir valstybės institucijas teikti žiniasklaidai naujų temų ir idėjų pasiūlymus.

• Tyrimas parodė, kad su vystomuoju bendradarbiavimu, besivystančiomis šalimis susijusios temos, taip pat kaip ir lokalios, šiandieninėje žiniasklaidoje dalyvauja konkurencinėje kovoje. Tai reiškia, kad naujiena savaime nėra aktuali, pirmiausia ji turi patraukti žurnalistų dėmesį ir būti jų aktualizuota dėmesį pritraukiančia antrašte bei strategiškai patogia vieta leidinyje ar naujienų portale. Norint tai pasiekti, nevyriausybinės organizacijos ir valstybės institucijos turi ieškoti naujų kūrybiškų būdų, kuriais pakeistų tradicinius pranešimus žiniasklaidai ir patrauktų žiniasklaidos dėmesį. Taip pat svarbu temą atskleisti taip, kad skaitytojas atrastų save, t. y. parodyti temos sąsajas su vietos aplinka, Lietuvos realijomis.



LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Czaplinska, Agata. Building Public Support for Development Cooperation, Instituto Complutense de Estudios Internacionales, 2007, p. 34.

2. Eurobarometras. Specialieji leidiniai, skirti vystomajam bendradarbiavimui, Nr. 222–441.

3. European Commission. Commission Staff Working Document: on Development Education and Awareness Raising (DEAR) in Europe, p. 3–4, 2012 http://europeanmemoranda.cabinetoffice.gov.uk/files/2013/02/5026-12.pdf.

4. Europos Komisija. „Eurobarometras: 9 Iš 10 europiečių pritaria paramai besivystančioms šalims.“ <http://ec.europa.eu/lietuva/news_hp/news/29022016_eurobarometras_lt.htm> [žiūrėta 2016.06.27].

5. EU Multi-stakeholder Group on Development Education. European Consensus on Development: the contribution of Development Education and Awareness Raising, 2007 https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/publication-development-education-for-the-european-consensus-200806_en.pdf .

6. ESTEP. Reformų laikotarpio patirties panaudojimas ES vystomojo bendradarbiavimo programose, Vilnius, 2015.

7. Pollet, Ignace. Mass Media and Public Support for Development Cooperation, PULSE, 2012.

8. VILMORUS. Parama besivystančioms šalims, Vilnius, 2008.

PRIEDAI

TYRIMO KLAUSIMYNAS

1. Koks, jūsų nuomone, šiandien yra Lietuvos nacionalinės žiniasklaidos potencialas, kuriant visuomenės paramą vienokioms ar kitokioms politikoms, arba apskritai formuojant visuomenės nuomonę?

2. Kaip manote, ar svarbu / verta lietuviškos žiniasklaidos priemonei turėti aiškią misiją, viziją, vertybes, aiškiai identifikuotą tikslinę grupę?

3. Kaip manote, ar lietuviškai žiniasklaidai yra svarbūs žurnalistinės etikos principai? Kokie? Kaip jie įtvirtinami skirtingose redakcijose?

4. Kokią dalį turinio lietuviška žiniasklaida skiria valstybės arba išorės rėmėjų finansuojamiems projektams? Kokiomis temomis? Koks jų santykis su vidiniais redakcijos projektais?

5. Jūsų nuomone, ar lietuviška žiniasklaida skatina skaitytojų asmeninio elgesio, vartojimo įpročių pokyčius, asmeninį įsitraukimą į problemų sprendimą, pavyzdžiui, dalyvavimą pilietinėse, aplinkos tvarkymo, pagalbos akcijose?

6. Pastaruoju metu daugėja skilčių, skirtų skaitytojų atsiųstiems straipsniams? Ar čia sulaukiama straipsnių, susijusių su globaliais procesais? Kokios temos, probleminiai klausimai populiariausi? Ar žiniasklaida reaguoja į komentarus po naujienomis, pagal skaitytojų reakcijas formuoja savo būsimą turinį?

7. Kaip veika skirtingų žiniasklaidos priemonių partnerystė? Ar populiaru perspausdinti dalį tarptautinių leidinių / portalų turinio, dalytis savo straipsniais su vietos spauda?

8. Eurobarometro apklausų rezultatai rodo, kad žinančių, jog 2015 m. buvo paskelbti Europos metais vystymuisi, dalis tarp Lietuvos respondentų yra didžiausia Europos Sąjungoje (30 proc. Lietuvoje ir 18 proc. Europoje). Nepaisant to, manančių, jog pagalba besivystančioms šalims yra svarbi, ar pasiryžusių asmeniškai prie jos prisidėti mūsų šalyje mažėja. Kaip manote, kodėl?

9. Kaip žiniasklaidos priemonių savininkai – vyr. redaktoriai, patys redaktoriai vertina vystomąjį bendradarbiavimą bei globalaus vystymosi procesus? Ko reikia, kad migracijos, humanitarinės pagalbos, sąžiningos prekybos temos patektų į žinias, atkreiptų žiniasklaidos dėmesį?

10. Kokiomis formomis žiniasklaidos priemonėse pristatoma Lietuvos teikiama parama besivystančioms šalims – užsakomųjų straipsnių, interviu su lietuviais, dirbančiais besivystančiose šalyse, glaustomis informacinėmis žinutėmis? Dominuoja informavimas ar analitika?

11. Kaip lietuviška žiniasklaida pristatė Europos metus vystymuisi?

12. Kokia dalis Lietuvoje publikuojamo turinio skiriama globaliems procesams? Kokiems: migracijai, tarptautinei ekonomikai, humanitarinei pagalbai ar kt.? Ar ši turinio dalis ilgainiui kinta? Kokie žanrai dažniausiai naudojami pristatant šias temas (interviu, straipsniai, ekspertų komentarai, trumpos žinutės)? Koks požiūris čia dominuoja, kas pabrėžiama: teigiami procesai (augančios ekonomikos, gerėjantys gyvenimo standartai) ar neigiamos tendencijos (karai, badas, stichinės nelaimės)? Kodėl? (DFID studija parodė, jog kalbant apie besivystančias šalis dažniausiai pa-

sirodančios yra nelaimių, keistų nutikimų, laukinės gamtos ir kelionių temos, nes televizijų vadovai bijo investuoti į potencialiai neatsiperkančias alternatyvias temas. (DFID, 2000).

13. Kaip manote, ar tokio pristatymo pakanka?

14. Rengiant turinį apie globalius procesus, kokie šaltiniai naudojami (pirminiai, antriniai; lietuvių, anglų, kitomis užsienio kalbomis)? Kokią informaciją rengia užsienyje dirbantys žurnalistai?

15. Kurie besivystančio pasaulio regionai, šalys, esančios už išsivysčiusio pasaulio ribų, sulaukia daugiausia žiniasklaidos dėmesio?

16. Kokios priemonės, Jūsų nuomone, padėtų žiniasklaidai paveikiau pristatyti globalias temas Lietuvos auditorijai: mokymų programos žurnalistams, organizuojami mokomieji vizitai / ekspedicijos į besivystančias šalis?

17. Kokios kitos priemonės, Jūsų nuomone, paskatintų mūsų šalies gyventojus remti vystomąjį bendradarbiavimą bei patiems prisidėti kasdieniais veiksmais, aukojant ar tiesiog remiant vystomojo bendradarbiavimo politiką?