

Informaciniai nutylėjimai: priežastys ir pasekmės

Mantas Martišius

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto
 Žurnalistikos instituto docentas, daktaras
 Vilnius University, Institute of Journalism,
 Faculty of Communication, PhD, Professor assistant
 Maironio g. 7, LT-01124, Vilnius
 El. paštas: mantas.martisius@kf.vu.lt

Šiuolaikinėje visuomenėje žiniasklaida atlieka svarbią funkciją. Ji ne tik informuoja, teikia pramogą ar šviečia, bet ir kuria bendrąjį kontekstą. Žiniasklaidos temų darbotvarkės kūrimas formuoja visuomenės temų darbotvarkę. Medijos teikiamos informacijos kokybė lemia visuomenėje naudojamo diskurso lygį, o pastarasis turi įtakos bendrųjų politinių, ekonominių ar socialinių klausimų sprendimui. Siūlomas naujas teorinis bendrojo konteksto nagrinėjimo aspektas – informacinis nutylėjimas. Informaciniai nutylėjimai – tai svarbios informacijos nepasakymas, kuris veikia bendrąjį kontekstą. Empirinis tyrimas nėra atliekamas, nes siekiama į reiškinių pažvelgti komunikacijos teorijos aspektu. Kitas aspektas, kad informacinių nutylėjimų empirinis nagrinėjimas vestų prie konkrečios istorijos pateikimo analizės. Būtų prarastas holistinis teorinis požiūris į informacinį nutylėjimą, kai, pateikiant informaciją ir sąmoningai ar atsitiktinai dalį svarbių žinių, duomenų ar faktų paliekant paraštėse, kuriamas nevisavertis visuomenės informuotumas. Straipsnio tikslas – analitiniu teoriniu būdu panagrinėti informacinio nutylėjimo reiškinių, jį sieti su propaganda ir bendrojo konteksto formavimu. Aptarti informacinio nutylėjimo priežastis ir poveikį Jurgeno Habermaso viešosios erdvės teorijos aspektu.

Pagrindiniai žodžiai: informacinis nutylėjimas, propaganda, bendrasis kontekstas, žiniasklaida.

Naujienu gamyba

Norint suprasti, kaip įvykiai ar reiškiniai virsta naujienomis, o iš pastarųjų kuriamos laidos, rengiamas informacinių programų turinys, svarbu suvokti žiniasklaidos turinio formavimo procesą. Proceso analizė parodytų, kokie veiksniai lemia, kad tik nedidelė dalis socialiniame gyvenime įvykstančių dalykų atkreipia žiniasklaidos dėmesį. Dar mažesnė dalis tampa naujienomis ir tai dar nėra garantijos, jog reiškinys, tapęs naujiena, bus visapusiškai pateiktas. Dalis informacijos sąmoningai ar ne liks nepasakyta, nutylėta. Kuo daugiau yra aiškių turinio formavimo kriterijų, mažesnė erdvė lieka

subjektyvumui, tuo informacijos kokybė geresnė. Žiniasklaidos vaidmuo naujienu atrankoje yra esminis.

Absoliuti dauguma žmonių kasdieniame, įprastame gyvenime neturi akistatos galiybės. Net svarbūs politiniai, ekonominiai ar kitokio pobūdžio reiškiniai, lemiantys socialinių klasių, nacijos ar net kelių valstybių gyvenimus, gyventojams tampa žinomi žiniasklaidos pastangomis. „Aptarta spaudoje ir paremta sociologinių tyrimų duomenimis, siūloma idėja sutvirtėja, sulaukia didesnio visuomenės pritarimo, tampa reikšmingesnė ir reikalingesnė“ (Pruskus, 2000, p. 51). Visuomenės informavimo procesas

žiniasklaidos atliekamas neįkyriai, naudojant patrauklią išraiškos formą. Apskritai dalis įvykių, dažniausiai politinių, įvyksta tik todėl, kad egzistuoja žiniasklaida, kuri pristato juo masinei auditorijai.

Harvey Molotch ir Marilyn Lester nurodo, kad priklausomai nuo žiniasklaidos organizacijos tikslų atsirenkami įvykiai, kurie tampa naujienomis. Žiniasklaida nėra objektyvi įvykių atrankos organizatorė, ji greičiau yra pasyvi ar aktyvi tų įvykių dalyvė. Neapdorota informacija žiniasklaidos dėka transformuojama į viešuosius įvykius (Molotch, Lester 1974, p. 104). Svarbu pažymėti tai, kad informacijos šaltiniai ir įvykio iniciatoriai neretai yra tos pačios institucijos ar asmenys, kurie pateikia informaciją žiniasklaidai. Žiniasklaidos siekis vaikytis sensacijų, anot Denis Wu, iškreipia realybę, nes į masinės komunikacijos priemonių akiratį patenka tik sensacingi ar „pakankamai patrauklūs“ įvykiai. Deformacijos padarinys yra tas, kad pateikiamas pasaulio vaizdas yra daug konfliktiškesnis, nei jis iš tiesų yra (Wu, 2003.). Kaip priimtinausias konfliktinių situacijų sprendimo kelias pateikiamas jėgos panaudojimas, o ne įtampos sumažinimas taikiu būdu. Netikslus pasaulio suvokimas kuriamas žiniasklaidos dėl pastarosios sensacijų vaikymosi ir turinio supaprastinimo, darant jį mažiau kontekstualų.

Dėl masinių komunikacijos priemonių įtakos žmonės pajunta, kaip šiuolaikinis pasaulis tarsi susitraukia. Būtent žiniasklaida labiausiai prisideda prie tokio pojūčio (Waters, 2001, p. 3). Minėta pojūtį ir apskritai naujienų atranką vertinti kaip objektyvų realybės atspindį yra klaidinga. Atrankos procesas yra žiniasklaidos darbo vaisius. „Didžiausias vaidmuo, lemiantis, kas tampa svarbiausios reikšmės visuomeniniais

įvykiais, tenka didžiausią galią turintiems šaltiniams” (Molotch., 1974, p. 111). Jėgos, turinčios įtaką žiniasklaidai, lemia visuomeninių įvykių pateikimą.

Procesas, kurio metu žiniasklaida iš įvykių gausos atranka menamai svarbiausius, supaprastina jų kontekstą ir pateikia juos kaip naujienas, vadinamas *atrankos sprendimais* (angl. *gatekeeping*). Atrankos sprendimo proceso nederėtų suvokti kaip pasyvaus veikėjo, kurio pareiga – nieko nepraleisti pro vartus. *Sprendėjas* iš tiesų yra aktyvus dalyvis, savarankiškai priimančias sprendimus, kurią informaciją atrinkti ir pateikti žiniasklaidos auditorijai kaip naujienas. Realiai *atrankos sprendėjas* turi didesnę galią, nei atrodo iš pirmo žvilgsnio. Anot Pamelos Shoemaker ir Timo Voso, *atrankos sprendimo* procesas tai daugiau nei paprastas žiniasklaidos organizacijos apsisprendimas, apie ką rašyti ar kokią vaizdo medžiagą naudoti. „*Atrankos sprendimas* prasideda jau tada, kai į naujienų darbuotojų akiratį pakliūva įvykiai ar idėjos. Žiniasklaidos atžvilgiu procesas pasibaigia atrinkus įvykius, sukūrus naujienų pranešimus ir juos paskelbus“ (Shoemaker, Reese, 2009, p. 76). Dauguma mokslininkų sutaria, kad pagrindiniai veiksniai, lemiantys, ar įvykis sudomins žiniasklaidą ir taps naujiena, yra išskirtinumas, aktualumas ir artimumas.

Anot Johno McManuso, yra du modeliai, kuriais remiantis įvykiai tampa naujienomis: rinkos nulemtas naujienų atrankos modelis ir žurnalistikos principais pagrįstas modelis. Rinkos modelyje lemiamą vaidmenį, ar įvykis virs naujiena, turi numatomas auditorijos dydis, kuris sudomins auditoriją, o už šį dėmesį reklamos užsakovai sutiks mokėti (McManus, 2002, p. 272). Šiame modelyje taip pat svarbūs

tokie veiksniai, kaip galimos naujienos nepakenkimas žiniasklaidos savininkams, investuotojams, reklamos davėjams. Taigi jau pačiame modelyje įrašyta selektyvi ir subjektyvi naujienų atranka. Žurnalistikos modelis apie naujienų gamybą teigia, kad įvykiui tapti naujiena didžiausią reikšmę turi auditorijos, kuriai naujiena skirta, dydis ir numatomas poveikis paskelbus naujieną (McManus, 2002, p. 272). Abiem modeliams reikšmingiausias veiksnys – auditorijos dydis. Reklamos užsakovams auditorija – tai potencialūs klientai, o kuo auditorija didesnė, proporcingai auga ir hipotetinių klientų skaičius. Žurnalistams auditorija nėra ekonominis vienetas, tai asmenys, kurie nori sužinoti apie įvykį.

Nagrinėdamas, kas lemia, kad tam tikri įvykiai sulaukia žiniasklaidos dėmesio bei patenka į žiniasklaidos akiratį, J. T. Ahern išskyrė išorines ir vidines naujienų atrankos kategorijas (Micevičiūtė, 2003). Fizinės naujienų rinkimo galimybės ir socioekonominiai veiksniai priskiriami išorinei kategorijai. Vidinė kategorija – subjektyvumo zona. Ji apima tokius slenksčius kaip psichologiniai žurnalistų ir redaktorių motyvai, korporatyvinė darbo etika, asmeniniai įsitikinimai. Svarbu tai, kad kiekviena naujiena turi pereiti abi kategorijas.

Fundamentaliu naujienų atrankos darbu laikytina Johano Galtungo ir Mari Ruge 1965 m. atlikta trijų tarptautinių krizių atspindėjimo Norvegijos periodinėje spaudoje studija. Mokslininkai išskyrė tokius naujienų kriterijus: aiškumas, elitinių veikėjų dalyvavimas, baigtumas, negatyvumas, reikšmingumas (ypač kultūrinis artumas), tęstinumas, netikėtumas, elitinių tautų dalyvavimas, įvykio mastas, įvykio pasekmių reikšmingumas, leidinio kompozicijos kriterijus (Galtung, Ruge, 1965).

Praėjus beveik 40 metų, Tony Harcupt ir Deirdre O'Neill iš naujo pažvelgė į naujienų atranką ir ištyrė, ar išskirti J. Galtungo ir M. Ruge kriterijai vis dar aktualūs. Atliktas trijų Jungtinės Karalystės leidinių tyrimas ir padaryta išvada, kad šiandienė naujienų atrankos sistema neišsivaizduojama be pramogos kriterijaus. Minėtas aspektas ypač svarbus periodinėje spaudoje, nes, be informavimo, atliekama ir pramogos, relaksacijos funkcija. Pramogos kriterijuje išskiriamas siauresnis subkriterijus – žmogiškasis interesas (Harcupt O'Neill, 2001, p. 261–280). Mokslininkai taip pat išskyrė dešimt svarbiausių naujienų kriterijų, aktualių šiandienėje žiniasklaidoje. Tokiais kriterijais įvardyti: priklausymas valdžios elitui, žinomumas, pramoga, netikėtumas, naujienos negatyvi konotacija (tragedija, ginkluotas konfliktas), pozityvumas, artimumas, reikšmingumas, tęstinumas (Ten pat, p. 261–280).

Naujienų atrankos kriterijus iš naujo apžvelgė ir Paulis Brightonas bei Dennisas Foy. Atsižvelgdami į naujų technologijų skvarbą, tiesioginių transliacijų skaičiaus augimą ir kitą šiuolaikinį žiniasklaidos kontekstą, teoretikai nurodė, kad naujienomis tampa ir neprofesionalų parengta medžiaga, o patys atrankos kriterijai kinta. Anot P. Brightono ir D. Foy, šiandien reikšmingiausi naujienų atrankos kriterijai yra naujienų „herojų“ įžymumas, naujienos netikėtumas, išorės interesų grupių, tokių kaip lobistai ar viešųjų ryšių agentūros, spaudimas, pranešimo tinkamumas tikslinei auditorijai, aktualumas, naujienos vertė (Brighton, Foy, 2007, p. 29.).

Naujienos žiniasklaidoje pateikiamos vadovaujantis paprasta taisykle – auditorijai pateikti žinias kuo paprasčiau ir suprantačiau. Stokojant artumo, aiškios pasekmės

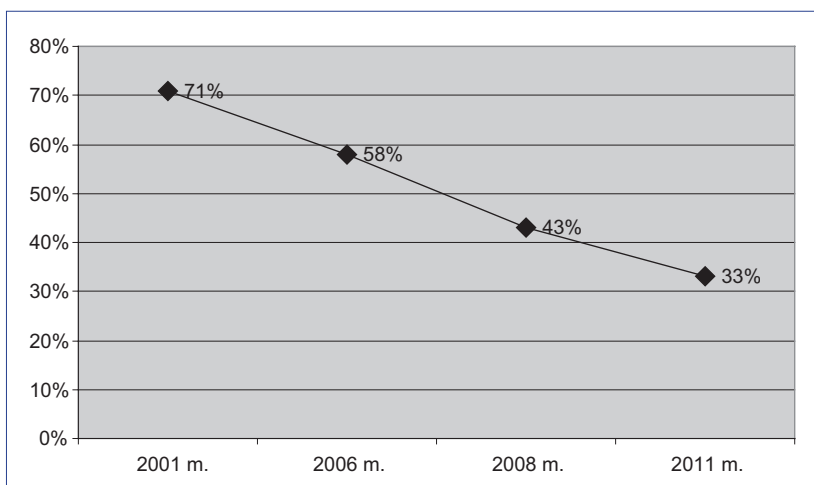
ar kitų reikšmingų kriterijų, pasitelkiamas suprastintas „už–prieš“, „juoda–balta“ ar „geras–blogas“ principas. Anot Murray Edelmano, tokio pateikimo klasikinės stilistinės priemonės yra dramatinizavimas, paprastinimas ir personifikavimas. „Kiekviena problema gali tapti žinių reportažu, jei ji yra pakankamai bendra, kad ją būtų galima psichologiškai eksploatuoti politinėms interesų grupėms arba žiniasklaidai“ (Edelman, 2002, p. 101).

Mokslininkai Maxwellas McCombsas ir Donaldas Shaw 1972 m. pasiūlė naują požiūrį į žiniasklaidos poveikį. Jie pristatė darbotvarkės formavimo paradigmą. Epmiriškai buvo patvirtinta ir išryškinta žiniasklaidos ir visuomenės darbotvarkės klausimų koreliacija. Autorių suformuluota paradigma tapo empirinių žiniasklaidos darbotvarkės ir visuomenės darbotvarkės santykio matavimų pagrindu. Glaustai nusakant mokslininkų suformuotą paradigmą, žiniasklaida visuomenei neapasako, kaip galvoti, bet nurodo, apie ką galvoti. Darbotvarkės formavimą derėtų suvokti kaip žiniasklaidos, politinės ir visuomeninės darbotvarkių sąveikos procesą. Proceso metu vienos temos, klausimai ir problemos tampa reikšmingesnės ir pirmailės kitų atžvilgiu. Darbotvarkės formavimo tyrimai padeda atskleisti, kaip šiuolaikinėje visuomenėje vyksta socialiniai pokyčiai (Rogers et al., 1996).

Apibendrinant naujienų atrankos kriterijus verta pažymėti, kad bet kokia naujienų atranka, žinių akcentai savaime yra subjektyvus procesas. Komunikacijos mokslų srities atstovams kelia nerimą ir tai, kad siekiant lengviau suprantamo pranešimo radikaliai supaprastinamas naujienos turinys. Paliekant naujieną mažiau kontekstualia, kompleksiška, iškraipomas jos turinys.

Visuomenė gauna žiniasklaidos supaprastintą, perdirbtą, dažnai be esminio turinio informaciją, o reali situacija lieka nepateikta (Ostgaard, 1965). Aptardamas darbotvarkės tyrimų evoliuciją, M. McCombsas atkreipia dėmesį į visuomenės darbotvarkės trumpėjimą. Yra daugybė temų ir klausimų, kurie verti visuomenės dėmesio. Tie klausimai ir temos varžosi tarpusavyje, kad sulauktų didžiausio dėmesio. Deja, visuomenė ir jos institucijos vienu metu pajėgios „spręsti“ tik nuo penkių iki septynių klausimų. Anot M. McCombs, sukaupti naujausi duomenys leidžia manyti, kad skaičius dar labiau mažėja. Tik pusėje visuomenės nuomonės apklausų apie svarbiausias šalies problemas (vykdytų 1997–2000) buvo galima apčiuopti visuomenės darbotvarkę. Tais atvejais, kai buvo apčiuopiama visuomenės darbotvarkė, bent penkiems klausimams tekdavo po 10 ar daugiau procentų visuomenės dėmesio. 10 procentų tai yra slenkstis, kuris atspindi susidomėjimą ir jį peržengus tema pripažįstama visuomenės darbotvarkės klausimu (McCombs, 2004, p. 38). Naujausi duomenys rodo, kad pastaruoju metu visuomenės darbotvarkę sudaro nuo dviejų iki šešių klausimų. Atsižvelgiant į tai, kad iš esamos realybės dėl naujienų atrankos į žiniasklaidos akiratį patenka tik dalis informacijos, o ir ši stokoja kontekstualumo, matyti, kad visuomenės informavimas nėra aukščiausios kokybės. Informacinio turinio prastėjimas turi įtaką ir pasitikėjimo žiniasklaida (žr. 1 pav.) kritimui Lietuvoje.

Prieš daugiau nei dešimtmetį periodine spauda pasitikėjo 71 proc. gyventojų, o 2006 m. – 58 proc. 2008 m. pasitikėjimo lygmuo buvo smukęs iki 43 proc. 2011 m. žiniasklaida pasitikėjo vos 33 proc. apklaustųjų. Pasitikėjimas „ketvirtąją valdžią“ buvo mažesnis nei policija ir maždaug toks



1 pav. Pasitikėjimo Lietuvos žiniasklaida pokyčiai 2001–2011 m.

Paveikslas sudarytas sugrupavus visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų centro „Vilmorus“ skelbiamus pasitikėjimo žiniasklaida įvairių metų pokyčius (Vilmorus, 2011)

pat, kaip pasitikėjimas „Sodra“ ir bankais (Vilmorus, 2011.). Informacinio turinio skurdėjimas ir informaciniai nutylėjimai, kurie didesniu ar mažesniu mastu iškraipo naujieną, prisidėjo prie pasitikėjimo žiniasklaida smukimo. Anot M. Edelmano (2002. p. 102), „bet kurios auditorijos susikuriamas siužetas yra jau interpretacijų interpretacija“. Toliau darbe dėmesys bus kreipiamas į jau atrinktos informacijos pateikimą.

Informacinis nutylėjimas ir keletas jo atvejų

Žinome, kad informacinis nutylėjimas – tai ne ta informacija, kuri lieka nepasakyta naujienų atrankos procese. Informacinio nutylėjimo sąvoka yra nauja, ji būtų naudinga plėtojant komunikacijos mokslus, ypač dirbat informacinio karo ir propagandos moksliniame lauke. Informacinis nutylėjimas yra svarbių ir viešai žinomų informacijos aspektų, perėjusių naujienos atrankos procesą, nepasakymas pateikiant informaciją

žiniasklaidoje. Skaidydami sąvoką dalimis matytume, kad svarbūs informaciniai aspektai daro įtaką vertinat informaciją, jos pagrindu priimant sprendimus. Tarkim, informacijos pateikimas, kad kelias X iš miesto A į vietovę B yra trumpiausias, gali būti formaliai teisingas atstumo aspektu. Vis dėlto pateikta informacija, kad kelias yra duobėtas, neasfaltuotas, o palijus tampa sunkiai pravažiuojamas, neabejotinai darytų įtaką auditorijai renkantis kelią X važiuoti. Pabrėžtina, kad nutylėjimas gali būti sąmoningas, kai informacijos skleidėjas specialiai nepateikia dalies informacijos, kuri galėtų veikti auditorijos požiūrį į pristatomą reiškinį. Informacinis nutylėjimas gali kilti ir dėl žiniasklaidos neprofesionalumo, kai svarbi informacija praleidžiama netyčia. Svarbiausia yra tai, kad nepaskelbtos informacijos dalys yra viešos, jos nėra slaptos ir prieiga prie jų nėra ribojama, o visos informacijos nepateikimas daro įtaką vertinant informaciją. Į informacinio nutylėjimo apibrėžtį nepatektų informacija,

kurioje nebūtų duomenų, kuriuos žino, tarkim, tik slaptosios tarnybos. Nepasakyta informacijos dalis yra vieša, žinoma, tai nereiškia, kad ji randama viename šaltinyje, dažniausiai priešingai – ji išsibarsčiusi po įvairius šaltinius. Galutinio sąrašo, kokie aspektai turi būti pasakyti, nėra. Svarbu, kad informacija būtų visavertė. Informacinio nutylėjimo pavyzdžių galima aptikti ne tik įvairiuose žurnalistiniuose žanruose, bet ir skirtingose rubrikose.

Sporto rubrikos pavyzdžiu yra pranešimai krepšinio naujienų svetainėse iš JAV Nacionalinės krepšinio asociacijos (NBA). Gana pedantiškai informuojama apie lietuvių krepšininkų žaidimą, tačiau nepasakomas bendras kontekstas. Tarkim, interneto svetainėje *Basketnews.lt* yra gausu informacijos apie vieną iš perspektyviausių šalies krepšininkų – vidurio puolėją Joną Valančiūną. Atsitiktine atranka pasižiūrėję į interneto puslapį randame: „Valančiūnas Toronte jau vadinamas Ateitimi“, „Valančiūnas buvo arti dvigubo dublio, o „Raptors“ šventė pergale“, „Valančiūnas pirmąjį sezoną NBA tikisi tapti metų naujoku“. Informacijos apie krepšininko žaidimą daug, ji įvairiapusiška ir tai tik maža jos dalis. Vis dėlto neišvengiama informacinio nutylėjimo. Nepasakomas bendras kontekstas. NBA 2012–2013 sezono metų naujoko rinkimuose pirmavo ir galiausiai juos laimėjo Portland „Trail Blazers“ gynėjas Damianas Lillardas. Iš europiečių geriausiai sekėsi rusui Aleksejui Švedui iš Minesotos „Timberwolves“ (NBA..., 2012). J. Valančiūnas nepatenko net į geriausių NBA naujokų dešimtuką. Kitas iškalbus informacinio nutylėjimo pavyzdys yra informacija „Valančiūnas geriausių NBA žaidėjų sąrašė – per vidurį“ (*basketnews.lt*, 2012). Tekste informuojama, kad JAV

sporto medijos milžino *ESPN* atliktoje apklausoje J. Valančiūnas tarp geriausių lygos žaidėjų užėmė 234 vietą. Kitas lietuvis Donatas Motiejūnas užėmė 324 vietą. Kas užėmė pirmą vietą, kas paskutinę, kiek iš viso reitinguota krepšininkų – nutylima. Tokiu būdu informaciniai nutylėjimai sukuria neadekvatų jaunojo talento vertinimą. Informacijos gausa, jos įvairiapusiškumas tarsi suponuoja, kad J. Valančiūnas yra pasaulinė, pirmojo ryškumo krepšinio žvaigždė. Svarbūs informaciniai nutylėjimai apie adekvatų dabartinį jo pajėgumą, vaizdą dar labiau iškreipia.

Politinėje komunikacijoje taip pat gausu informacinių nutylėjimų. Nepriklausoma žiniasklaida, būdama glaudžiai susijusi su pilietine visuomene, gali turėti daugybę interesų. Į žiniasklaidos interesų lauką gali pakliūti ir pilietinės visuomenės formavimas, ir objektyvios, nešališkos informacijos pateikimas, galiausiai elementaraus pelno siekimas. Anot komunikacijos teoretiko D. Graberio, išskiriami keturi žiniasklaidos taikomi informavimo modeliai: 1) Veidrodinis modelis. Žiniasklaida atlieka mediatoriaus funkciją. Ji kaip veidrodis atspindi socialinę tikrovę. Žurnalistai naujienų nekuria, o tik jas praneša. Šis modelis skatina žiniasklaidos objektyvumo iliuziją; 2) Profesinis modelis žiniasklaidą pateikia kaip įvykių atrinkėją. Įvykiai parenkami pagal subjektyvų reikšmingumą ir pateikiami visuomenei. Dažniausiai reikšmingumo pagrindu tampa komercinis politinis įvykio pateikimo užsakymas arba visuomenės dėmesys; 3) Organizacinio modelio esmė ta, jog svarbiausiu akcentu tampa naujienų kūrimo procesas, techninės galimybės, pelno siekimas, profesinės normos, įstatymų ribos; 4) Žinios – žmonių veiklos produktas. Tai lemia, kad visos žinios yra ideologiškai

orientuotos. Žinios kuriamos remiantis konkrečiomis ideologijomis. Tai politinis visuomenės informavimo modelis (Graber, 1999, p. 38). Šie modeliai sudaro pagrindą manipuluoti visuomene.

Lietuvos žiniasklaidos politikos rubrikoje taip pat gausu informacinio nutylėjimo pavyzdžių. Tarkim, 2011 m. interneto svetainėje *15min.lt* publikuota informacija, kad į Berlyno miesto savivaldą pateko 15 Piratų partijos narių (*15min.lt*, 2011). Informacinio turinio pranešime taip pat kalbėta, jog tai naujos „informacinio amžiaus“ politinės jėgos pasirodymas. Deja, tuo informacinis srautas apie šią naują politinę partiją išseko. Lietuvos auditorija (jei ji nesilanko užsienio interneto naujienų svetainėse) palikta su mintimi apie naują politinę jėgą. Tačiau Vokietijoje Piratų partijos populiarumas daugiau nei dvigubai smuko, o politikos ekspertai abejoja, ar partija peržengs reikiamą procentinį barjerą siekdama pakliūti į nacionalinį parlamentą (*spiegel.de*, 2012). Galiausiai 2013 m. rugsėjo 22 d. vykę rinkimai į Bundestagą parodė, kad „piratai“, surinkę tik 2,2 proc. balsų, nepateko į parlamentą (*electioneresources.org*, 2013).

Lietuvišku politiniu informacinio nutylėjimo pavyzdžiu yra istorija apie Darbo partijos pirmininko Viktoro Uspaskicho aukštojo mokslo diplomą. 2005 m. žurnalas „Ekstra“ paskelbė, kad V. Uspaskichas nėra baigęs Maskvos G. V. Plechanovo liaudies ūkio akademijos. Vėliau Kauno technologijos universitete įgytas ekonomikos magistro diplomą yra negaliojantis. Tokią išvadą „Ekstra“ padarė, kai kreipėsi į G. V. Plechanovo akademiją su užklausu, ar Viktoro Uspaskicho pavardė yra 1993 m. aukštąją mokyklą baigusiu studentų sąrašuose. Gautas neigiamas atsakymas. Pats V. Uspaskichas teigė, kad diplomą jis turi,

tik su iškraipyta savo pavarde. Politinėje komunikacijoje prasidėjo įvairūs svarstymai, baigė V. Uspaskichas G. V. Plechanovo akademiją ar ne. 2005 m. birželį pasirodė informacija, jog V. Uspaskicho diplomą kol kas viešai nebus parodytas (*Delfi.lt*, 2005). Praėjus keleriems metams pasirodė informacija, kad Vilniaus apygardos prokurorai tyrė dokumento klastojimo atvejį, nuvyko į Maskvą, bet nepateko į G. V. Plechanovo akademijos archyvą. Rusijos prokuratūros darbuotojai taip pat ignoravo Lietuvos pareigūnų prašymus pateikti įrodymus, kad V. Uspaskichas yra baigęs G. V. Plechanovo akademiją. Politiko diplomo istorija, Seimo Etikos ir procedūrų komisijos prašymu, taip pat domėjosi Studijų kokybės vertinimo centras. Iš pradžių delse atsakyti, galiausiai Rusijos atstovai atsuntė patvirtinimą, kad V. Uspaskichui buvo išduotas diplomą, bet įrodymų, jog jis mokėsi aukštojoje mokykloje, nepateikė (*Digrytė*, 2009). Atsakymas į klausimą, mokėsi G. V. Plechanovo akademijoje minimas politikas ar ne, liko išsamiai neatsakytas. Svarbi ir esminė informacija liko nepasiekta, informacijos paieškos labai užsitęsė ir prarado aktualumą, o pati diplomo istorija tapo nebaigta.

Šiandienos politikai tiesiogine šio žodžio prasme gali būti sukurti žiniasklaidos. Žiniasklaida to pasiekia aktyviai propagodama politikus bei neparodydama jų trūkumų. Žiniasklaida yra pajėgi pateikti tokį situacijos ar politiko atspindį, koks yra pageidaujamas ar kokį nori pateikti suinteresuoti, įtakos žiniasklaidai turintys asmenys. Svarbu ne pavyzdžiai, kiek daug informacinėje erdvėje galima aptikti informacinių nutylėjimų. Reikšminga tai, kad informaciniai nutylėjimai iškreipia vaizduojamą situaciją ar atvejį. Informacijos kokybė lemia visuomenės požiūrio forma-

vimą, pastarosios reikšmė išaugo kartu su *civito* galia daryti įtaką politiniams sprendimams, lemti valstybės gyvenimą. Viešosios nuomonės reikšmė ypač padidėjo, kai nuo absoliutizmo pereita prie atstovaujamosios, visuotinai renkamos, demokratinės valdžios. Liberalioje demokratijos santvarkoje iš valdžios tikimasi ją išrinkusių piliečių interesų atstovavimo (Ashford, 2003, p. 20). Racionalus piliečių interesų formulavimas, klausimų kėlimas, pagrįsta valdančiųjų kritika vyksta viešojoje erdvėje, kurios kokybė lemia sprendimų tinkamumą. Viešoji erdvė yra tarsi tarpininkas tarp valstybės ir individo (Crossley, Robertas, 2004, p. 2). Viešosios erdvės atsiradimą lėmė istorinė eiga, kai Bažnyčia ir valstybės valdymas buvo separuoti, o asmeniniai įsitikinimai ir moralinės vertybės atskirtos nuo visiems privalomų teisinių normų. Piliečius ir valstybę ėmė sieti mokestiniai santykiai, o viešoji erdvė tapo valdžios kontrolės institucija (Ten pat, p. 3). Susiduriame su viešosios erdvės koncepcija.

Viešoji erdvė, informaciniai nutylėjimai ir propaganda

Viešąją sferą Jurgenas Habermasas regi kaip susidedančią iš daugybės kompleksinių vienas su kitu sutampančių tinklų, susidariusių per kritinę individų, grupių, asociacijų, socialinių judėjimų, žiniasklaidos bei kitų civilinių institucijų komunikaciją. Vadovaujantis J. Habermasu, viešąją sferą sudaro informacijos ir politinių debatų organai – laikraščiai, žurnalai, taip pat politinių diskusijų institucijos – parlamentas, politiniai klubai, literatų svetainės, vieši susirinkimai, aludės ir kavos namai, susirinkimų salės bei kitos viešos vietos, kur vyksta socialinės politinės diskusijos (Habermas, 1992).

Viešosios sferos koncepciją J. Habermasas charakterizuoja kaip erdvę tarp institucijų ir praktinių, privačių, kasdienių piliečių visuomeninių interesų ir valstybės galios srities. Kitaip tariant, anot J. Habermaso, suvokiama per komunikacijos prizmę viešoji erdvė susideda iš socialinių erdvių, kur individai gali diskutuoti jiems bendrais viešais reikalais ir organizuotis prieš arbitriškas ir engėjiškas socialines ir valstybines galios formas. Viešosios erdvės principai apima diskusijas apie bendrą rūpestį keliančias problemas, kuriose pasitelkiamas diskursyvus argumentavimas, siekiant užtikrinti bendrus interesus bei visuomenės gerovę (Martišius, 2010, p. 260). Viešumas turi būti efektyvus – tai yra jo poveikis realiai politikai turi būti matomas. Pabrėžtina, kad viešosios erdvės idėja neatskiriama nuo komunikacinio veiksmo koncepcijos. Komunikacinis veiksmas yra patariamasis demokratijos pagrindas. J. Habermasas viešąją erdvę, sudarytą iš racionalių individų, siekiančių konsensuso dėl viešojo intereso, mato kaip vienijančią ir egalitarišką visuomenę (Habermas, 2006). Racionalaus diskurso viešojoje erdvėje rezultatas – konsensusas – yra politinės galios ir jos sprendimų įteisinimo instrumentas. J. Habermasas siūlo institucionalizuoti viešąją sferą, garantuojančią platų politinių teisių spektrą, bei sukurti ir įtvirtinti juridinę sistemą, kuri įgalintų tarpininkauti sprendžiant ir aiškinantis pretenzijas tarp įvairių individų ir jų grupių ar individų, jų grupių ir valstybės (Dahlberg, 2005).

Vadovaujantis J. Habermaso viešosios sferos idėja, informacijos pateikimas turėtų būti kuo išsamesnis, kontekstualesnis ir analitiškesnis. Idealus žiniasklaidos modelis – masinės komunikacijos priemonių sistema – turėtų pateikti visuomenei aiškų

ir teisingą suvokimą apie socialines ir politines jėgas, kurios daro įtaką žmonių kasdienio gyvenimo sąlygoms. Visuomenė turėtų žinoti, kokios socialinės jėgos dalyvauja svarbiuose procesuose ir vienokiu ar kitokiu būdu lemia žmonių gyvenimą. Kuriamas bendrojo žinojimo visuomenėje fenomenas. Lauras Bielinis nurodo, kad individų bendrumo jausmas atsiranda jiems manant, kad ir kiti bendruomenės nariai žino arba jaučia tą patį, ką ir jie (Bielinis, 2005, p. 8). Viena iš pagrindinių sąlygų, keliamų teikiamai informacijai, yra jos išsamumas. Denisas McQuailas nurodo, kad informavimo procese žiniasklaida atlieka keletą funkcijų: a) informavimo; b) paaiškinimo; c) tęstinumo; d) pramogos ir mobilizavimo (McQuail, 2005, p. 71). Šių funkcijų kokybiškumas taip pat priklauso nuo pateiktos informacijos išsamumo. Kuo informacija įvairesnė, informatyvesnė, tuo žiniasklaidos atliekamos funkcijos geresnės. J. Habermasas taip pat pabrėžė kokybiškos informacijos poreikį. Žiniasklaida, formuodama viešąją nuomonę aktualiais klausimais, turi išlaisvinamąją galią ir įtaką socialinės politikos procesams, kai gali vykdyti savo funkcijas nepriklausomai nuo valstybės ir rinkos spaudimo. Anot J. Habermaso, žiniasklaida būdama viena iš svarbiausių viešosios erdvės formų, turėtų būti nuo ekonomikos ir politikos procesų tiesiogiai nepriklausomas informacijos šaltinis (Habermas, 2006, p. 419) – toks šaltinis, kuriuo naudotusi piliečiai kaip socialinių procesų kritikos ir debatų pagrindu (Crossley, Roberts, 2004, p. 2–3).

Pabrėžtina, kad tai idealiomis sąlygomis veikiantis J. Habermaso viešosios erdvės modelis. Realybėje neretai viešoji erdvė dėl valstybės valdžios kišimosi ar rinkos spaudimo naudojama kaip socialinės kontrolės

mechanizmas. J. Habermasas situacijos vaizdą dar labiau užaštrino. „Dabartinės liberalios demokratijos problema ta, kad žmonių tarpusavio santykius „kolonizavo“ pinigai ir žiniasklaida. Pagrindinės įtampos driekiasi tokiomis kryptimis: pinigai prieš moralę; galia prieš susitarimą; ekonominis racionalumas prieš socialinę integraciją; racionali ekspertų kultūra prieš demokratijos institucijas“ (Laurėnas, 2001, p. 67). Žiniasklaida atspindi jos savininkų ir užsakovų interesus. Tai vyksta žinių ir naujienų atrankos metu, kai žiniasklaida, formuodama visuomenę, kartu kontroliuoja ir jos nuomonę. Reikšmingiausi faktai ne visuomet patenka į žiniasklaidos akiratį, jie netampa pagrindu informuoti visuomenę. Be to, pateikiama informacija taip pat yra su nutylėjimais.

Komunikacijos teoretikai nesutaria, koks yra realus žiniasklaidos poveikis ir įtaka visuomenei. Priklausomai nuo tyrimų laikotarpių, žiniasklaidos poveikis visuomenės nuostatoms buvo tai labai sureikšminamas arba, atvirkščiai, minimizuojamas (McQuail, 1994, p. 329). Pasisakantys už ribotą žiniasklaidos poveikį teoretikai argumentuoja tuo, kad: „dėl selektyvios komunikacijos proceso specifikos viešoji nuomonė negali būti visiškai priklausoma nuo žiniasklaidos“ (Crespi, 1997, p. 39). Ta pati informacija gali sulaukti skirtingo individų dėmesio ir būti suprasta nevienodai. Apskritai ilgą laiką vyravo požiūris, kad svarbiausia rasti tiesioginį žiniasklaidos priemonių pranešimų poveikį keičiant auditorijos asmenų požiūrį, tačiau toks poveikis nustatytas nedidelis. Daugelis masinės komunikacijos mokslininkų buvo įsitikinę, kad žiniasklaidos poveikis visuomenei yra daug didesnis.

Todėl komunikacijos teorijos linkusios sutarti, kad „tiesiogiai ar ne, naujienos,

žiniasklaida ir vidaus politinis elitas atlieka svarbų vaidmenį, formuojant visuomenės prioritetus ir reakcijas į politinius įvykius“ (Witko, 2003). Atsižvelgdama į gaunamą informaciją, visuomenė susikuria nuomonę įvairiais klausimais. Kuo prieiga prie svarbių reiškinų ir akistatos galimybė mažesnė, kuo mažiau alternatyvių informacijos šaltinių, tuo žiniasklaida labiau lemia visuomenės nuomonę. Laikomasi nuosai kurios nuomonės, kad vis dėlto „žiniasklaida daro stiprų poveikį visuomenės mąstymui tam tikrose srityse“ (Lewis, 2001, p. 82). Tai pavadinta žiniasklaidos efektu. Supaprastintai žiniasklaidos efektas galėtų būti suprantamas kaip „žiniasklaidos perduodamos informacijos poveikis žmonių įsitikinimams ir elgesiui“ (Livingstone, 1996, p. 307). Komunikacijos teorijoje žiniasklaidos efektai neretai skirstomi dar smulkiau: a) į planuotus ir neplanuotus, b) operatyvius ir ilgalaikius (McQuailo, 1994, p. 335, 337). Anot D. McQuailo, efektas yra operatyvus tuomet, kai žiniasklaidos poveikio rezultatas pasireiškia gana greitai. Tarkim, visuomenė pradeda atpažinti tam tikras naujienas, suvokti informacijos kontekstą, kitos masinės komunikacijos priemonės taip pat ima teikti pirmenybę šiai temai, pasireiškia individų ar visuomenės grupių reakcija – protestai, demonstracijos ir kitojie veiksmai. Ilgalaikis poveikis gali lemti politinius, socialinius, ekonominius, kultūrinius pokyčius visuomenėje – vertybių, normų kaitą. Šis poveikis gali pasireikšti visuomenės nuostatų kaita, prioriteto teikimu tam tikriems klausimams, ar net visuomenės veiksmų inspiravimu.

Ilgalaikis žiniasklaidos poveikis gali pasireikšti ir subtilesniu slopinimo efektu, kai visuomenės diskurse išnyksta arba yra nutildoma nuomonių įvairovė. Visuomenė

tokiu atveju tampa pasyvia politinių įvykių stebėtoja ir ja lengva manipuliuoti. Šis žiniasklaidos efektas vadinamas „tylos spiralės“ teorija, kurią suformulavo Elisabeth Noelle-Neumann. Pasak šios autorės, jei viešajame diskurse tam tikru klausimu ilgą laiką pateikiamos vienodos nuomonės ir joms stinga alternatyvų, susiformuoja „tylos spiralė“. Bendrajai nuomonei oponuojanti visuomenės dalis, nors ir turi skirtingą požiūrį, tačiau nedrįs jo skelbti. Taip bus užkirstas kelias nuomonių pliuralizmui viešojoje erdvėje (Noelle-Neumann, 1993, p. 5). Prisiminkime, darbotvarkės formavimo (Agenda-setting) teorija teigia, kad žiniasklaidai būdinga visuomenės darbotvarkės formavimo funkcija. Reikšmingiausiais klausimais piliečiai laiko tuos, kuriems daugiausia dėmesio skiria žiniasklaida. Kuo daugiau dėmesio reiškiniiui skiria žiniasklaida, tuo auditorija jį suvokia kaip svarbesnį. Jei kokia nors problema ar reiškinys žurnalistų akyse nebelaikomas svarbiu, jis iškrinta iš visuomenės dėmesio akiračio.

Atrinkdama informaciją, sukurdama atitinkamą naujienos kontekstą, žiniasklaida gali parodyti visuomenei, kas ją supančiame pasaulyje ir artimoje aplinkoje yra svarbu, kas nelabai svarbu, o kas visiškai nereikšminga (McCombs, 2004, p. 184). Informacinio nutylėjimo priežastys gali būti įvairios. Vienos iš jų gali būti sąmoningos, kai informacijos teikėjas (šaltinis), o dar dažniau žiniasklaidos priemonė dėl kokių nors motyvų sąmoningai nutyli dalį informacijos. Kitos priežastys nesąmoningos, kai dėl įvairių motyvų dalis reikšmingos informacijos nepateikiama, nes pati informacija, nors tokia ir nėra, tačiau laikoma mažareikšme. Galime išskirti įvairius naujienų turinio elementus, kurie gali turėti įtakos visuomenės reakcijai arba,

priešingai, reakcijos slopinimui. Išskiriami šie elementai:

a) *Socialinė, politinė situacija ir naujienos pateikimo kontekstas*. Gali būti taip, kad naujiena pateikiama kitų svarbių politinių, ekonominių ar socialinių įvykių aplinkoje. Tokiu atveju svarbesniais laikomi įvykiai gaus daugiau dėmesio, o mažiau reikšmingu laikomo įvykio sąskaita gali būti taupomas eterio laikas ar leidinio puslapio plotas. Informacija bus pateikta su informaciniu nutylėjimu. Apskritai šiuo atveju pati naujiena kitų atžvilgiu nublanks, jai nebus teikiama daug reikšmės.

b) *Turimos auditorijos kontekstinės žinios*. Anot D. McQuailo, auditorijos reakcija į naujieną labai priklauso nuo to, kaip gerai ji žino vienokio ar kitokio veiksmo priešistorę ir galimas pasekmes (McQuail, 1994, p. 340). Aptardamas žiniasklaidos vaidmenį demokratinėje visuomenėje Harlodus Lasswellas pabrėžė visuomenės nuomonės priklausomybę nuo apsišvietimo (Lasswell, 1948). Teoretiko nuomone, apsišvietimo nedera tapatinti su tobulu žinojimu. Atskirais klausimais mėgėjas negali prilygti specialistui, tačiau yra daug sričių, kuriose specialistas ir paprastas pilietis gali rasti bendrą kalbą. „Demokratinės visuomenės tikslas yra suteikti lygų apsišvietimą ekspertui, vadovui ir mėgėjui“, jie gali turėti bendrą matą pasaulio gyventojų skaičiui vertinti, bendrą požiūrį į karo tikimybę (Lasswell, 1948, p. 98). Žiniasklaidos vaidmuo – imtis iniciatyvos kurti tokią „didelio laipsnio bendrybę“. H. Lasswello požiūriu, žiniasklaidos vaidmuo yra ieškoti bendrų vardiklių profesiniu, socialiniu, kultūriniu ir kitais aspektais nevienalytėje visuomenėje. Kadangi tiksliai nustatyti auditorijos kontekstines žinias sudėtinga, informacinis nutylėjimas gali įvykti, kai naujienos reda-

gavimo metu svarbi kontekstinė informacija bus išbraukta manant, kad ji visuotinai žinoma. Tokia situacija dažnai pasitaiko, kai dalis visuomenės yra gyvi liudininkai įvykių, o kitai visuomenės daliai įvykiai žinomi iš istorijos pamokų ar žiniasklaidos. Kokį vaidmenį 1991 m. sausio 13 d. įvykiuose atliko Valerijus Ivanovas, dalis visuomenės gerai žino. Jaunesniajai ši pavardė mažai girdėta.

c) *Informacijos pateikimo intensyvumas*. Jei naujienų tam tikra tema skaičius didesnis, jai skiriami pirmieji spaudos puslapiai, informacija atnaujinama reguliariai, publikuojami didesnės apimties tekstai, užtikrinamas geresnis matomumas, tai visuomenės reakcija į pranešimą didesnė. Russello Neumano atliktas tyrimas atskleidė, kad visuomenės susidarytos nuomonės ir pranešimų kiekio tam tikra tema koreliacija tuo didesnė, kuo „aštresni“ įvykiai atspindimi. Pranešant apie tarptautines krizes, visuomenės dėmesys sulig kiekviena dešimtimi pranešimų per mėnesį išauga apie 6 procentiniais punktais (Neuman, 1990). Kita vertus, žiniasklaidai pakankamai nesidomint įvykiu, visuomenės dėmesys slopsta.

d) *Alternatyvios nuomonės galiomybės nebuvimas*. Kuo skurdžiau informuota visuomenė, kuo mažiau alternatyvių nuomonių pateikiama, tuo labiau ji linkusi pasyviai pritarti elito pasiūlytai pozicijai (Lewis, 2001, p. 122). Alternatyvios informacijos nebuvimas didina informacinį nutylėjimą. Teikiant naujienas galima esminę informaciją praleisti, ją iškreipti ir nesibaiminti, kad tai išaiškės, nes nėra alternatyvios informacijos. Čia svarbu prisiminti jau minėtą E. Noelle-Neumann „tylos spiralės“ efektą.

Demokratinėje visuomenėje žiniasklaida atlieka „ketvirtosios valdžios“ vaidmenį,

saugodama visuomenę nuo įstatymų leidžiamosios, vykdomosios ir teisimų valdžios piktnaudžiavimo. Autoritarinėje visuomenėje žiniasklaida tarnauja ne visuomenės, bet valdžios interesams, padėdama išlaikyti valdžią ir manipuliuoti visuomene. Bet net ir demokratinėje visuomenėje valdžia gali bandyti manipuliuoti visuomenės nuomone, siekdama laimėti rinkimus, sukompromituoti priešininkus ar išvengti viešos atsakomybės už klaidas. Danielis Hallinis ir Paolo Mancini išskyrė tris šiuolaikinėms demokratinėms valstybėms būdingus politinės ir žiniasklaidos sistemų sąveikavimo modelius: 1) liberalų, 2) demokratinį korporacinį ir 3) poliarizuotą pliuralistinį. Liberaliame modelyje dominuoja komercinė žiniasklaida, paklūstanti laisvosios rinkos dėsniams. Demokratinio korporacinio modelio šalininkai teigia, kad komercinė žiniasklaida egzistuoja sąveikaudama su organizuotų socialinių ir politinių grupių valdoma žiniasklaida. Be to, šiame modelyje aktyviai reiškiasi valstybės vaidmuo, tačiau jis yra aiškiai ir griežtai teisiškai apribotas. 3) Poliarizuotame pliuralistiniame modelyje žiniasklaida integruota į partijų politiką ir valstybė turi didelę įtaką žiniasklaidai (Hallin, Mancini, 2004, p. 342). Socialinės atsakomybės teorijos požiūriu, žiniasklaida turi skleisti teisingas, tikslias, sąžiningas, objektyvias ir kokybiškas naujienas. Ekonominė žiniasklaidos priemonių savininkų galia negali būti svarbesnė už paramą demokratijai ir visuomenės švietimą (Siebert et al., 1963, p. 74). Vis dėlto tai yra labiau siekiamybė nei realybė. Praktinėje veikloje neretai žiniasklaidos priemonė, o ne pasaulio įvykiai sukuria naujienas. Naujienos pasirodymas labiau priklauso nuo žiniasklaidos priemonės pasirinkimo, jos ekonominio-administracinio potenci-

alo nei pateikiamos informacijos turinio (Ericson, 1987). Nepaisant aukštų teorinių teikiamos informacijos reikalavimų, žiniasklaidos priemonės ekonominė padėtis gali nulemti, kokią ir kiek informacijos teikti. Todėl informacinis nutylėjimas gali kilti iš nepakankamų finansinių ar administracinių žiniasklaidos gebėjimų.

Viešojoje erdvėje svarbus vaidmuo tenka visuomenės nuomonei. Vienas iš pirmųjų, apibrėžęs visuomenės nuomonę kaip svarbų politinių sprendimų aspektą, buvo Antikos filosofas Aristotelis. Galutinai visuomenės nuomonės sąvoka nusistovėjo XVIII a. Didžiojoje Britanijoje, išreikšdama „apibrėžtos grupės pažiūrų visumą, kurią pripažįsta ir į kurią atsižvelgia valdžia“ (Parsons, 2001, p.111). Walteris Lippmannas viešąją nuomonę apibrėžė kaip žmonių, veikiančių kaip viena grupė, tam tikro reiškinių suvokimą (Lippmann, 1997, p. 18). Socialinio konstruktivizmo teorijos šalininkų Thomaso Luckmanno ir Peterio Bergerio nuomone, visuomenės nuomonė – tai daugelio socialinių konstruktų sanklotos rezultatas (Berger, Luckmann, 1999, p. 16). Visuomenės nuomonė nėra pastovi ir nuolat kinta, priklauso mai nuo daugelio aplinkybių. Nepaisant to, demokratinio režimo valstybėse visuomenės nuomonė yra reikšminga politinė jėga.

Aiškindamas stratifikuoto pliuralizmo teoriją, W. R. Neumanas visuomenę suskaido į keturias dalis: 1) elitas, kuris domisi įvairiais klausimais, problematika; 2) aktyvioji visuomenės dalis, kuri domisi ir yra aktyvi tam tikru klausimu; 3) visuomenė, kuri yra informuota ir turi aiškias nuostatas, bet aktyviai nesireiškia, yra dėmesingoji visuomenė; 4) abejinga ir nedėmesinga masių visuomenė, kuriai priklauso daugiau nei pusė visų piliečių (Neuman, 1986, p. 31). Taigi absoliuti dauguma žmonių negali domėtis

visais šalies politikos klausimais. Kiekvienu atveju ir skirtingais klausimais domisi tam tikros visuomenės grupės, kurių sudėtis kinta priklausomai nuo problemos pobūdžio. Piliečių interesus lemia jų socialinė ir ekonominė padėtis, religiniai įsitikinimai, etninė kilmė ir kiti veiksniai, tad priklausomai nuo klausimo pobūdžio keičiantis problemai, kinta ir suinteresuotųjų asmenų sudėtis. Visuomenė nėra vienalytė, todėl jos reakcija negali būti suvokiama kaip vientiso ir nedalomo darinio veiksmas. Siekiant tirti visuomenės ištraukimą, būtina visuomenę skaidyti į tam tikras dalis, kad būtų galima giliau pažvelgti į konkrečių visuomenės sluoksnių poziciją įvairiais klausimais.

Remiantis stratifikuoto pliuralizmo teorija, įvairi problematika jaudina tik nedidelę dalį gerai informuotų ir suinteresuotų piliečių. Minėta grupė viduje aktyviai aptaria klausimą, siekia paviešinti savo nuostatas, informuoti valdžios institucijas ir paveikti kitus piliečius. Tik išskirtiniais atvejais, kai reiškinys turi įtakos daugeliui piliečių, klausimas sulaukia visuotinio dėmesio. Tokiu atveju galima įvardyti karą, didžiules ekonomines krizes ir pan. Habermasiška viešosios erdvės idėja preziūuoja, kad, norint demokratijose priimti pačius efektyviausius sprendimus, būtinas geras rinkėjų informuotumas. Stratifikuota pliuralizmo teorija nurodo, kad taip būti gali tik išimtiniais atvejais. Informacinio nutylėjimo aspektu reikšminga tai, kad svarbi informacija, nors ir patekusi į žiniasklaidos akiratį, bus pražiūrėta visuomenės, nes daugeliui asmenų ji pasirodys nereikšminga. Vadinasi, be minėtų informacinio nutylėjimo priežasčių, galime įvardyti dar vieną – visuomenės abejingumą. Tai programuos situaciją, kai komercinė žiniasklaida, siekdama visuomenės dėmesio

ir ekonominės sėkmės, teiks tik tą informaciją, kuri sulauks didžiausio visuomenės dėmesio. Dažniausiai tai bus pramoginė, lengvo turinio informacija. Svarbu tai, kad ši padėtis kurs situaciją, kai rinkėjai bus nepakankamai susipažinę su galimais svarbiais politinių, ekonominių ir socialinių klausimų sprendimais ir negebės priimti pačių efektyviausių sprendimų.

Žurnalistika siekia pateikti pasaulio vaizdą kuo artimesnį tiesai, ji turi pretenzijų į objektyvumą, nors iš esmės gali pateikti tik ribotą realybės vaizdą (Shoemaker, Reese, 1991). Žiniasklaidos darbas remiasi procedūromis: informacijos atranka, faktų ir nuomonių atskyrimu, tinkamu šaltinių citavimu bei kitais bruožais, leidžiančiais žurnalistams pretenduoti į objektyvumą ar apsiginti nuo kritikos ar teisminių ieškinių. Pretenzija į „objektyvumą“ yra būdingesnė naujienu žurnalistams ir naujienu agentūroms, kurios siekia pateikti informaciją, priimtina kuo platesnei auditorijai, kitaip tariant – būti visiems vienodai teisingos.

Žiniasklaidos objektyvumo idėja yra sulaukusi daug kritikos. Anot Beno McNairo, daug empirinių faktų rodo, kad darbinėje žurnalistikos praktikoje, žiniasklaida išlieka šališka, netenkina normatyvinių objektyvumo standartų. Kita problema – tai filosofinio pobūdžio klausimas, ar iš esmės objektyvumas gali būti pasiektas, ar tai nėra dirbtinė konstrukcija, mistifikacija, ritualas be turinio (McNair, 2003, p. 37–38). Į socialinį reiškinį galima pažvelgti iš įvairių pozicijų ir argumentuotai pagrįsti tokio požiūrio svarumą. Žurnalistinio objektyvizmo idėja susiduria su skepticizmo ir eklektizmo paradigmu konfrontacija. Todėl būtina pripažinti, kad žurnalistika nėra, nebuvo ir nebus neutrali, objektyvi, laisva nuo vertybių socialinių įvykių pateikėja.

W. Lippmannas nurodo, kad naujienu pateikimo procese žiniasklaidos paskirtis yra parodyti nuomonių, faktų netvarumą ir paskatinti valstybės veikėjus organizuoti veiksmingesnius socialinius institutus. Anot W. Lippmanno, „spauda gali kovoti už tiesos, kurią galima paskelbti laikraščiuose, erdvės praplėtimą. Vertinant pagal tai, kaip šiandien organizuota socialinė visuma, tenka pripažinti, kad žiniasklaida nepajėgi kiekviename numeryje pateikti to žinių kiekio, kurio reikalauja demokratinė visuomeninės nuomonės teorija“ (Lippmann, 1997). Žiniasklaidos negalią teoretikas aiškina tuo, kad visuomenėje nėra efektyvios įstatymų leidžiamosios, vykdomosios ir teisminės valdžios veiklą fiksuojančios sistemos. Teorija, kad spauda kaip „ketvirtoji valdžia“ gali fiksuoti ir kontroliuoti pirmųjų trijų valdžių darbus, laikoma klaidinga, nes žiniasklaida mato tik tai, ką jau užregistravo veikiantys socialiniai institutai. Visa kita – tai tik spėjimai ir nuomonės, kurie nėra pastovūs.

Komunikacijos teoretikas D. McQuailas pateikė naujienu šališkumo tipologiją, remdamasis tuo, šališkumas buvo atviras ar paslėptas, tikslingas ar atsitiktinis. Išskirti keturi šališkumo atvejai:

1. Atviras šališkumas – vedamieji straipsniai, kurie remia politinius kandidatus, nuomonių skiltys, reklama (šališkumas demonstruojamas atvirai ir tikslingai).
2. Propaganda – ji šališka tikslingai, bet siekia nuslėpti savo tikslą, todėl ją dažnai sunku pastebėti. Ji apima tiek viešuosius ryšius, tiek vyriausybės dezinformaciją.
3. Nesąmoningas, bet atviras šališkumas yra tam tikrų naujienu temų atrinkimas.
4. Nesąmoningas, bet paslėptas šališkumas, kuris atsispindi naujienu turinyje,

apima ideologiją. (McQuail, 1992, p. 193–194).

Vykdydama savo misiją žiniasklaida atlieka tris pagrindines funkcijas: a) informuoja, b) šviečia ir c) teikia pramogą. Šis trikampis – vienas iš svarbiausių žiniasklaidos funkcijas įvardijančių aspektų. Svarbu tai, kad funkcijų svoris nėra vienodas ir priklauso nuo žiniasklaidos pobūdžio ir nagrinėjamos temos. Apskritai šiandien vis didesnis svoris tenka pramogai, šiek tiek vietos lieka informavimui, o švietimas nustumiamas į paraštes. Vis dėlto informavimo kokybė glaudžiai susijusi su švietimo funkcija. Įvykiai vyksta tam tikrose aplinkose, esant vienokiam ar kitokiam kontekstui. Nepaaiškinant konteksto, nesupažindinant su įvykių aplinka, negalima gerai informuoti. Informavimas bus su informaciniais nutylėjimais ir nevisavertis. Socialiniai reiškiniai, apie kuriuos praneša žiniasklaida, turi tris eigos stadijas: atsiradimo, vystymosi ir įvertinimo. Žiniasklaidai akcentuojant tik vystymosi stadiją, prarandamas įvykio kontekstas. Kitas svarbus aspektas, kad reiškinio aptarimas ir priimtų sprendimų efektyvumo vertinimas negalimas be trečiosios vystymosi stadijos aptarimo. Deja, neretai žiniasklaida šią stadiją ignoruoja, palikdama informacinius nutylėjimus. Taigi, tokia informacija yra sąmoningas tam tikro vaizdo pateikimas, kuris gali būti suvokiamas kaip propaganda.

Propaganda dažniausiai yra suprantama kaip tam tikros, dažnai politinės arba religinės ideologijos ar doktrinos skleidimas plačiajai visuomenei. Kaip vieną iš galimų propagandos apibūdinimų būtų galima ją nusakyti kaip tikslingai klaidinančios informacijos sklaidą, kuri masiškai publikuojama, kad skleistų idėją ar pažiūrą. Informacinis nutylėjimas prisideda prie

norimo „vaizdo“ sustiprinimo. Esmė ta, kad informacija tikslingai skleidžiama tam, kad paveiktų viešąją nuomonę propagandos skleidėjui palankia linkme. Haroldas Lasswellas rašė: „propaganda – tai specialia technika, naudojama paveikti žmonių veiksmus manipuliuojant idėjų perteikimu“ (Lasswell, 1927, p. 627). Svarbu pažymėti, kad propaganda neturėtų būti visuomet suvokiama kaip nepateisinamas ir blogas reiškinys. H. Lasswello manymu, kai kuriais atvejais propaganda yra neišvengiamas dalykas. Garthas Jowettas ir Victoria O’Donnell propagandą apibrėžia kaip „sąmoningus sisteminius bandymus pakreipti suvokimą manipuliuojant žinojimu ir elgesiu, siekiant gauti tokį atsaką, kuris iš anksto numatytas propagandininko“ (Jowett, O’Donnell, 1999, p. 8). Propaganda taip pat gali būti suvokta kaip „sąmoningas, metodiškas ir nuoseklus asmenų įtikinėjimas, siekiant priversti juos atlikti tam tikrus veiksmus, ugdyti propagandininko interesus atitinkantį mąstymą ir tapatybę, elgesio formas ir vertybes“ (Martišius, 2010, p. 176). Sąmoningai parinkti informaciniai nutylėjimai yra propagandininkų įrankiai, naudojami konstruojant visuomenės tam tikro socialinio reiškinio suvokimą.

Kita ne mažiau sviri informacinio nutylėjimo priežastis – televizijos priklausomybė nuo vaizdo medžiagos. Nesant pakankamai vaizdinio apipavidalinimo (ar jis yra prastos kokybės), informacijos pateikimas ribojamas. Pierre Bourdieu nurodo, kad televizijos naujienos per daug linkusios į sensacijų vaikymąsi, pramogą, paviršutiniškumą, leisdamos vaizdams lemti ir kurti įvykio kontekstą ir analizę (Bourdieu, 1998). Vertinga prisiminti CNN efekto teorija, kuri teigia, kad 24 valandas per parą žinias iš viso pasaulio transliuo-

jantys kanalai daro įtaką valstybių užsienio politikai. Tarptautinio konflikto ar krizės vaizdai ne tik emociškai veikia žiūrovą, formuoja jo požiūrį į konkretų įvykį, tačiau ir priverčia konflikto dalyvius permąstyti savo strategijas. Be to, televizijos transliacija gali lemti neutralių veikėjų – pareigūnų ar kitų valstybių vyriausybių pirmalaikį pasiskirstymą į „rėmėjus“ ir „oponentus“. CNN efekto teorijos kertinė idėja yra prielaida, kad televizijos rodomas vaizdinys tampa sudedamąja sprendimų priėmimo proceso dalimi. Taigi vaizdo buvimas, jo dramatiškumas dominuoja prieš informacijos turinio kokybę.

Informacinis nutylėjimas gali priklausyti ir nuo kitų viešosios komunikacijos dalyvių. Šiandien ne vien politikai ir žiniasklaida lemia, ką reikia pateikti visuomenei. Anot Ralpho Negrine, viešojoje erdvėje yra nemažai kitų tarpininkų, su kuriais reikia susidurti, – konsultantų, propagandos meistrų (*spin doctors*) ir patarėjų. Tai reiškia vadybą ir kontrolę, politinę komunikaciją su dalimi politinių aktorių, be to, žiniasklaida įtraukė dar ir kitus dalyvius iš gausybės nevyriausybinų, bet suinteresuotų institucijų (Negrine, 2008, p. 159). Įvairios politinės ir ekonominės jėgos konkuruoja ir gina savo interesus, pateikdamos visuomenei įvairias realybės konstrukcijas, kurios formuoja skirtingą ir dažnai klaidingą piliečių suvokimą.

Gaye Tuchmanas nurodė, kad formuojant žinias didelę įtaką turi tai, kas buvo ir kas nebuvo apsvartyta (Tuchman, 1979). Leonas Sigalas, ištyręs žiniasklaidos ir jos informacijos šaltinių ryšius, padarė išvadą, kad žurnalistai pasikliauja didžiąja dalimi oficialių šaltinių ir kasdienių kanalų. Kol pagrindinės žinių rinkimo technikos jų darbe yra tokios standartinės, tol žurnalistai

bus išnaudojami savo informacijos šaltinių, kad šie galėtų įterpti sau naudingos informacijos bei propagandos (Sigal, 1974). Taigi informacinis nutylėjimas gali įvykti dėl per didelės žiniasklaidos priklausomybės nuo informacijos šaltinio. Neretai svarbiausias ir nuolatinis informacijos teikėjas žiniasklaidai yra įvairios valstybinės institucijos, jėgos struktūros, kurios gali turėti konjunktūrinių interesų ir todėl nutylėti nepalankią, bet svarbią informaciją. Taip aklaai perduodama „valdišką“ informaciją žiniasklaida kartu transliuoja ir informacinius nutylėjimus. Apibendrintai galima pasakyti, kad J. Habermaso viešajai erdvei keliami skaidrumo, visapusiškumo, analitiškumo reikalavimai realioje praktikoje sunkiai įvykdomi. Priešingai, dažniau dėl įvairių priežasčių pateikiamos naujienos nėra nei išsamios, nei kontekstualios. Jos pasižymi informaciniais nutylėjimais.

Išvados

Socialinę realybę suvokiame vadovaudamiesi turima informacija. Informacijos nebuvimas, lygiai kaip ir jos pateikimas, daro įtaką socialinės aplinkos suvokčiai. Daugybė socialinių reiškinių siekia žiniasklaidos dėmesio, bet tik maža jų dalis patenka į medių akiratį. Dar mažesnė socialinių reiškinių dalis tampa sprendiniais klausimais. Suvokdami, kad žiniasklaida atspindi tik mažą realybės dalį, turime išsąmoninti, kad pateikiama informacija dažnai būna su informaciniais nutylėjimais. Informacinio nutylėjimo atsiradimas gali būti nulemtas daugybės veiksnių: informacijos pateikimo konteksto, auditorijos siekio žinoti, informacinio intensyvumo, alternatyvios nuomonės nebuvimo, per didelės žiniasklaidos priklausomybės nuo informacijos šaltinio,

finansinių ir administracinių žiniasklaidos gebėjimų ar vaizdinės medžiagos trūkumo. Kitas ne mažiau svarbus aspektas – informacinis nutylėjimas, aptinkamas skirtingose žiniasklaidos srityse, o tai sunkina holistinę socialinės aplinkos suvokimą.

Esant tiek sąmoningam, tiek atsitiktiniam informaciniam nutylėjimui, rezultatas gaunamas panašus. Sukuriama silpnai informuota auditorija, kuri naudodama turimą informaciją negali priimti pačių efektyviausių sprendimų. Jei viešojoje erdvėje dominuoja naujienos, turinčios didelę procentinę informacinių nutylėjimų dalį, tai visuomenėje klesti mitų, klaidingų vertinimų, neteisingų išvadų sistema. Formuojamas nekompetentingas elektoratas, kuriama iškreipta viešoji nuomonė. Informacinis nutylėjimas gali atsirasti dėl valinių veiksmų, kai įvairūs viešojoje erdvėje veikiantys asmenys sąmoningai pateikia ne visą informaciją. Informaciniai nutylėjimai tampa intensyviai naudojamu propagandos įrankiu.

Žiniasklaidos informacijos atrankos ir pateikimo visuomenei procesas ir taip yra gana sudėtingas, informacinis nutylėjimas lengvai užmaskuojamas. Nepakankamai efektyvi žiniasklaidos savireguliacija, konkuruojančių žiniasklaidos bendrovių vengimas parodyti konkurentų pateiktos informacijos ribotumą lemia, jog informacinių nutylėjimų viešinimas tampa komplikuoatas.

Būdama visuomenės ir svarbių socialinių institucijų tarpininkė, žiniasklaida ne tik perduoda informaciją, bet ir turi neabejotinos įtakos visuomenės išitraukimui į pilietinį gyvenimą. Absoliučiai daugumai visuomenės narių žiniasklaida yra pagrindinis informacijos apie viešuosius įvykius ir problemas šalyje ir užsienyje šaltinis.

Žiniasklaidos pateikiamos informacijos gausa ir kokybė lemia, kokiomis žiniomis operuos visuomenės nariai, formuodami savo nuomonę, ją reikšdami ir išitraukdami į pilietinį gyvenimą. Naudodama tokius mechanizmus kaip naujienų atranka, jų formavimas, pateikimo būdas, žiniasklaida gali pakreipti visuomenės nuomonę. Esant ribotam ir vienpusiškam žiniasklaidos naujienos vienokiu ar kitokiu klausimu pateikimui, visuomenė labiau linkusi pasyviai reaguoti ir nekritiškai vertinti elito priimamus sprendimus. Sukuriamas pirminis informacijos filtras, jis atrenka ir performuoja žinias, kuriomis operuoja visuomenė priimdama sprendimus. Selektyvus informacijos priėmimas lemia, kad tik maža dalis piliečių

nuolat seka informaciją ir turi konkretnę poziciją tam tikrais klausimais. Be to, tik nedidelė visuomenė dalis pasirengusi aktyviau reaguoti, jei politiniai sprendimai netenkintų jų interesus.

Siekdama sumažinti informacinio nutylėjimo įtaką, auditorija turėtų atidžiau kreipti dėmesį į informacijos šaltinį ir numanomą informacijos palankumą. Aiškinimasis, kas suinteresuotas tokia žiniasklaidos pateikta medžiaga, mažintų jos propagandinę poveikį, o kritiškesnis požiūris į žiniasklaidos teikiamą informaciją galėtų sumažinti informacinio nutylėjimo paveiktos informacijos įtaką auditorijai. Kita vertus, reikia pripažinti, kad tai labiau idealistinis požiūris nei galima realybė.

LITERATŪRA

ASHFORD, Nigel (2003). *Laisvos visuomenės principai*. Vilnius: Aidai. ISBN 9955-445-64-5.

BERGER, L. Peter; LUCKMANN, Thomas (1999). *Socialinis tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai. ISBN 9986-943-48-5. 3.

BIELINIS, Lauras (2005). *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas. ISBN 9955682108.

BOURDIEU, Pierre (1998). *On Television and Journalism*. London: Pluto Press. ISBN 10:074531337.

BRIGHTON, Paul; FOY, Dennis (2007). *News Values*. London: Sage, p. 29. ISBN-13: 978-1412946001.

CRESPI, Irving (1997). *The public opinion process: how the people speak*. London: Mahwah. ISBN 0805826653.

CROSSLEY, N.; ROBERTS, M. (2004). *After Habermas. New Perspectives on the Public Sphere*. Blackwell Publishing, The Sociological Review. ISBN-13: 978-1405123655.

DAHLBERG, Lincoln (2005). The Habermasian public sphere: Taking difference seriously? *Theory and Society*, April, no. 2, vol. 34, p. 111–134 [žiūrėta 2009 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.springerlink.com/content/g1n741q515t71g33/fulltext.pdf>>.

EDELMAN, Murray (2002). *Politinio spektaklio konstravimas*. Vilnius: Eugrimas. ISBN 995550112X.

ERICSON, V. Richard (1987). *Visualizing Deviance*. Toronto: University of Toronto Press. ISBN 0-8020-5727-6.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari (1965). The Structure of Foreign News, *Journal of Peace Research*, vol. 2 [žiūrėta 2009 m. spalio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/423011?uid=3738480&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101444749923>>.

GRABER, D. (1999). – ГРЭБЕР, Д. В кн.: Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. Книжный дом „Университет“. ISBN: 5-8013-0057-0.

HABERMAS, Jurgen (1992). *The Structural Transformation of the Public Sphere: Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press. ISBN 978-0745610771.

HABERMAS, Jurgen (2006). Political Communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16. International Communication Association [žiūrėta 2011 m. spalio 15 d.]. Prieiga per internetą:

<<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x/pdf>>.

HALLIN, C.; Daniel, MANCINI, Paolo (2004). *Comparing Media Systems – Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, ISBN 0-5215-4308-8.

HARCUP, O.; Tony; O'NEILL, Deirdre (2001). What is News? Galtung and Ruge Revisited, *Journalism Studies*, vol. 2, no. 2, p. 261–280 [žiūrėta 2007 m. balandžio 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.adamranson.plus.com/Harcup.pdf>>.

JOWETT, S. Garth; O'DONNELL, Victoria (1999). *Propaganda and Persuasion*. London: Sage publications. ISBN 0-7619-1147-2.

LASSWELL, Harold (1927). *Propaganda technique in the World War*. Second edition (1971) Publisher: MIT Press. ISBN 9780262620185.

LAURĖNAS, Vaidutis (2001). *Normalios politikos genezės atvejis: Lietuvos politinės sociologijos studija*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla. ISBN 9955-456-14-0.

LEWIS, Justin (2001). *Constructing public opinion : how political elites do what they like and why we seem to go along*. Columbia University Press: New York. ISBN 0231117671.

LIPPMANN, Walter (1997). *Public Opinion*. New York: Free Press Paperbacks. ISBN 0684833271.

LIVINGSTONE, Sonia (1996). *On the Continuing Problem of Media Effects*. In: CURRAN, James, GUREVITCH, Michael. *Mass Media and Society*. New York: Bloomsbury pub. ISBN 0340884991.

MARTIŠIUS, Mantas (2010). *(Ne)akivaizdus karas: nagrinėjant informacinį karą*. Vilnius: Versus aureus. ISBN 9789955342908.

MCCOMBS, E. Maxwell (2004). *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Malden, MA: Blackwell Publishing. ISBN 0-7456-2313-1.

MCMANUS, H. John (2002). *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, Calif.: Sage. ISBN 0803952538.

MCNAIR, Brian (2003). *News and Journalism in the UK*. Routledge. ISBN 0-4153-0706-6.

MCQUAIL, Denis (1994). *Mass communication theory: an introduction*. London: Sage Publ. ISBN 0803977859.

MCQUAIL, Denis (2005). *McQuail's mass Communication theory*. 5th ed. London: Sage Publications. ISBN 1-4129-0372-1.

MCQUAIL, Denis (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage. ISBN-13: 978-0803982956.

MICEVIČIŪTĖ, Jūratė (2003). Tarptautinės naujienos ir laisvalaikio kultūra. *Informacijos mokslai*, t. 25, p. 58–71 [žiūrėta 2007 m. sausio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-mok/25/str6.html>>.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn (1974). *News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals*. *American Sociological Review*, vol. 39(1), p. 101–103 [žiūrėta 2008 m. gruodžio 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.tomfeiling.com/archive/News_as_purposive_behaviour.pdf>.

NEGRINE, M. Ralph (2008). *The transformation of political communication*. Palgrave MacMillan. ISBN – 10: 0-230-00031-2.

NEUMAN, W. Russel (1986). *The Paradox of Mass Politics*. Harvard University Press. ISBN 0674654609.

NEUMAN, W. Russell (1990). The Threshold of Public Attention. *The Public Opinion Quarterly*, vol. 54, no. 2, p. 166–171 [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 22 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/Neuman%20POQ%201990.pdf>.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1993). *The Spiral of Silence*. Chicago: University Of Chicago Press. ISBN 0226589366.

OSTGAARD, Einar (1965). *Factors influencing the flow of news* [žiūrėta 2007 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://links.jstor.org/sici?sici=00223433%281965%292%3A1%3C39%3AFITFON%3E2.0.CO%3B2-D>>.

PARSONS, Wayne (2001). *Viešojo politika*. Vilnius: Eugrimas. ISBN 7675289.

PRUSKUS, Valdas (2000). *Politinių paslaugų teikimo pagrindai*. Vilnius. ISBN 9986-537-73-8.

ROGERS, M. Everett; DEARING, W. James; BREGAMAN, Dorine (1996). *Agenda-Setting*. London: Sage pub. ISBN 13: 978-0761905639.

SIGAL, V. Leon (1973). *Reporters and Officials*. Rowman & Littlefield. ISBN 978-0669850352.

SIEBERT, Fred; PETERSON, Theodore; SCHRAMM, Wilbur (1963). *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press. ISBN 0-2527-2421-6.

SHOEMAKER, J. Pamela.; REESE, D. Stephen (1991). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. New York: Longman. ISBN 0-8013-1251-5.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim (2009). *Gatekeeping Theory*. London: Routledge. ISBN 978-0415981392.

TUCHMAN, Gaye (1979). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press. ISBN 978-0029329306.

WATERS, Malcolm (2001). *Globalization*. London: Routledge. ISBN 0-415-23854-4.

WITKO, Christopher (2003). Spending Cold War Belligerence and U.S. Public Opinion toward Defense. *American Politics Research* [žiūrėta 2009 m. sausio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://apr.sagepub.com/content/31/4/379.short>>.

WU, H. Denis (2003). Homogeneity around the world?: Comparing the systemic determinants of international news flow between developed and developing countries. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, vol. 65(1), p. 9–24 [žiūrėta 2007 m. gegužės 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gaz.sagepub.com/content/65/1/9.short>>.

Interneto šaltiniai

15MIN.LT (2011). Į Berlyno parlamentą išrinkta 15 „Piratų partijos“ narių. *2011 m. rugsėjo 20 d. 18:10* [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.15min.lt/mokslasit/straipsnis/technologijos/i-berlyno-parlamenta-isrinkta-15-piratu-partijos-nariu-646-170785#ixzz2GbOz6lsf>>.

DIGRYTĖ, Eglė (2009). *Atsakymai apie V.Uspaskicho diplomą paliekami istorijai*. 2009 m. liepos 28 d. 00:10 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/atsakymai-apie-venuspaskicho-diplomapaliekami-istorijai.d?id=23300468#ixzz2GbT4T63y>>.

BASKETNEWS.LT (2012). *Valančiūnas Toronte jau vadinamas Ateitimi*. 2012-10-02 07:09 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.basketnews.lt/news-54079-valanciunas-toronte-jau-vadinamas-ateitimi-video-foto.html#ixzz2GbAVNdaH>>.

BASKETNEWS.LT (2012). *Valančiūnas buvo arti dvigubo dublio, o „Raptors“ šventė pergale*. 2012-10-18 07:06 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.basketnews.lt/news-54503-valanciunas-buvo-arti-dvigubo-dublio-o-raptors-svente-pergale-video-su-ispudingu-lietuvo-dejimu.html#ixzz2GbA001BG>>.

BASKETNEWS.LT (2012). *Valančiūnas pirmąjį sezoną NBA tikisi tapti metų naujoku*. 2012-10-31 18:57 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.basketnews.lt/news-54991-valanciunas-pirmaji-sezona-nba-tikisi-tapti-metu-naujoku.html#ixzz2GbA7ndj1>>.

BASKETNEWS.LT (2012). *Valančiūnas geriausių NBA žaidėjų sąrašė – per vidurį*. 2012-08-31 07:34 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.basketnews.lt/news-53290-valanciunas-geriausiu-nba-zaideju-sarase-per-viduri.html#ixzz2GbHA0jFu>>.

Electionresources.org (2013). *Elections to the German Bundestag – Results Lookup*. 2013-11-15 [žiūrėta 2013 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.electionresources.org/de/bundestag.php?election=2013>>.

NBA (2012). *Steady end to 2012* [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.nba.com/rookie-ladder/>>.

SPIEGEL.DE (2012). *Support Wanes for Germany's Upstart Pirates*. 2012-08-24 [žiūrėta 2012 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.spiegel.de/international/germany/pirate-party-in-germany-loses-popularity-amid-growing-problems-a-851864.html>>.

VILMORUS (2011). *Pasitikėjimas žiniasklaida – mažiausias per 12 metų* [žiūrėta 2011 m. vasario 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.verslokryptis.lt/lt/naujienos/reklama-ir-ziniasklaida/pasitikejimas-ziniasklaida-zemiausias-per-12-metu/>>.

INFORMATIVE VEILING: CAUSES AND CONSEQUENCES

Mantas Martišius

S u m m a r y

In the modern society, the media play an important role. They not only inform, educate and provide entertainment, but also provide to the people the general context. Creating the news, the media shape the public agenda. The information provided by the media determine the quality of society's discourse level and affect the political, economic, and social issues.

The article theoretically proposes a new aspect of the examination, which is the information veiling. Informative veiling is an important information suppressing, which affects understanding of the context of general events. The information veiling can be intentional or accidental, but the effect will be the suppressing of important knowledge, data or facts and

their unbalanced awareness. The purpose of the article is to examine analytically and theoretically the phenomenon of information veiling, linking it with propaganda and the context formation in general. In the deliberate or accidental information veiling, the result appears to be similar. Such information creates a weakly informed audience which is not using the valuable information for making the most effective decisions. If the public space is dominated by a large percentage of information veiling news, in so-

ciety evolve myths, false assessments, and incorrect conclusions. In order to reduce the influence of information veiling, the audience should be careful as to the source of information and its expected effect. Examination of the media interest in the material reduces its propagandistic effect, and a more critical approach to the media coverage could reduce the information influence on the audience. On the other hand, we have to admit that it is a more idealistic approach rather than the reality.