

Vilniaus universitetas

Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas

Politikos ir medijų programa

Ugnė Paulauskaitė

II kurso studentė

Lietuvos žurnalistų patirtys naudojant socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą
Ukrainoje nuo 2022 metų

Magistro darbas

Darbo vadovė: lekt. Jūratė Kavaliauskaitė

Vilnius, 2026

BIBLIOGRAFINIO APRAŠO LAPAS

Paulauskaitė Ugnė, Lietuvos žurnalistų patirtys naudojant socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą Ukrainoje nuo 2022 metų. Politikos mokslų specialybės, magistro darbas / VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas; Darbo vadovė: lekt. Jūratė Kavaliauskaitė, 2026. – 124 p.

Reikšminiai žodžiai: žurnalistika, žiniasklaida, socialinės medijos, karas Ukrainoje, karo žurnalistika.

Šiame magistro darbe analizuojamos Lietuvos žurnalistų patirtys naudojant socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą Ukrainoje nuo 2022 metų. Socialinės medijos karo Ukrainoje atveju žurnalistams yra ne tik svarbi darbo dalis, svarbus turinio iš Ukrainos šaltinis, tačiau ir vieta, kurioje vyksta informacinis karas bei susiduriama su kitais pavojingais reiškiniais. Nepaisant susidomėjimo socialinių medijų vaidmeniu žurnalistikoje, Lietuvoje trūksta empirinių tyrimų, analizuojančių būtent lietuvių žurnalistų praktikas ir patirtis dirbant su socialinių medijų turiniu. Darbo tikslas – atskleisti, kaip Lietuvos žurnalistai naudoja socialines medijas kaip šaltinį, informuodami apie karą Ukrainoje, su kokiomis rizikomis ir įtampomis susiduria bei kokias strategijas joms valdyti taiko. Teorinėje dalyje aptariamos žiniasklaidos funkcijos karo metu, karo žurnalistikos ypatumai, socialinių medijų teikiamos galimybės ir iššūkiai bei socialinių medijų vaidmuo kare Ukrainoje. Tyrimas atliktas pusiau struktūruotų giluminių interviu metodu, kalbinta 15 Lietuvos žurnalistų, atstovaujančių skirtingas žiniasklaidos priemones; trys iš kalbintų žurnalistų yra dirbę Ukrainoje. Tyrimo rezultatai atskleidžia, kad socialinės medijos, dalies Lietuvos žurnalistų akimis, tapo neatsiejama žurnalistų darbo dalimi informuojant apie karą Ukrainoje, suteikia daug galimybių tiek dirbantiems nuotoliu, tiek fiziškai esantiems Ukrainoje. Nepaisant to, socialinės medijos taip pat kelia jiems daug pavojų. Darbe identifikuotos pagrindinės žurnalistų taikomos socialinių medijų turinio tikrinimo bei rizikų valdymo strategijos bei aptariama, kokius vaidmenis sau priskiria žurnalistai, naudodami socialinių medijų turinį.

PATVIRTINIMAS APIE ATLIKTO DARBO SAVARANKIŠKUMĄ

Patvirtinu, kad įteikiamas magistro idėjos projektas „Lietuvos žurnalistų patirtys naudojant socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą Ukrainoje nuo 2022 metų“ yra:

1. Atliktas mano pačios ir nėra pateiktas kitam kursui šiame ar ankstesniuose semestruose;
2. Nebuvo naudotas kitame Institute/Universitete Lietuvoje ir užsienyje;
3. Nenaudoja šaltinių, kurie nėra nurodyti darbe, ir pateikia visą panaudotos literatūros sąrašą.

Ugnė Paulauskaitė



Turinys

1. Įvadas.....	5
2. Žiniasklaida ir karas.....	10
2.1. Funkcijos, kurias turi atlikti žiniasklaida karo metu.....	10
2.2. Karo žurnalistika: galimos kryptys ir iššūkiai.....	12
2.3. Socialinės medijos karo žurnalistikoje: galimybės ir iššūkiai.....	16
2.4. Socialinės medijos – karo lauko Ukrainoje tęsinys.....	20
2.5. Būdai, kaip žurnalistai, informuodami apie karą, dorojasi su socialinių medijų keliamais iššūkiais.....	22
3. Metodologija.....	24
4. Socialinių medijų kaip šaltinio vaidmuo Lietuvos žurnalistų darbe nušviečiant karą Ukrainoje nuo 2022 metų.....	26
4.1. Socialinių medijų reikšmė ir funkcijos žurnalistų darbe.....	26
4.2. Socialinių medijų keliamos rizikos žurnalistams.....	33
4.3. Socialinių medijų keliamų rizikų valdymo strategijos.....	37
4.4. Žurnalistų funkcijos ir vaidmuo informuojant apie karą Ukrainoje naudojant socialines medijas.....	45
5. Išvados.....	49
6. Priedai.....	53
6.1. Klausimynas.....	53
6.2. Ieva Balsiūnaitė, LRT radijo žurnalistė.....	54
6.3. Augustinas Šulija, LRT žurnalistas.....	58
6.4. Margarita Vorobjovaitė, 15min žurnalistė.....	65
6.5. Ana Daukševič, Delfi žurnalistė.....	69
6.6. Vytautas Dovydaitis, TV3 žurnalistas.....	75
6.7. Andrius Jakimčuk, tv3.lt užsienio skyriaus redaktorius.....	81
6.8. Lrytas.lt užsienio skyriaus redaktorius.....	84
6.9. Viktorija Samarinaitė, 15min Pasaulio skyriaus žurnalistė.....	88
6.10. Andrius Balčiūnas, lrt.lt užsienio skyriaus redaktorius.....	92
6.11. Martas Kalendra, LNK žurnalistas.....	96
6.12. Rūta Androšiūnaitė, BNS užsienio skyriaus redaktorė.....	100
6.13. Aurelija Gintautaitė, M-1 informacijos tarnybos vadovė.....	103
6.14. Informantė nr. 2.....	106
6.15. Informantė nr. 1.....	110
6.16. Andresa Repšytė, tv3.lt aktualijų/užsienio skyrių žurnalistė, dienos redaktorė.....	113
Literatūros ir šaltinių sąrašas.....	117
Summary.....	124

1. Įvadas

Nors socialinės medijos gali būti suvokiamos kaip bendravimo priemonė, jos yra daug daugiau. Socialinės medijos gali būti įtraukiamos į geopolitinius procesus, išnaudojamos visuomenių nuotaikų, įsitikinimų, pažiūrų ir t.t. formavimui. Šiandien socialinės medijos veikia ne tik kaip informacijos sklaidos kanalas, bet ir kaip galingas įrankis, galintis daryti įtaką politiniams ir kitiems sprendimams, kelti paniką ar net tapti ginklu kare (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024). Pastaraisiais dešimtmečiais vykęs socialinių medijų įsigalėjimas ir auganti svarba stipriai paveikė žiniasklaidos darbą. Šis procesas iš esmės perrašė žurnalistų darbo principus, informacijos rinkimo ir sklaidos modelius bei pakoregavo tai, kaip visuomenė suvokia žiniasklaidos vaidmenį (Nevinskaitė, 2011). Ši transformacija itin problematiška tokių situacijų kaip karas metu. Socialinės medijos tampa svarbiu informacijos šaltiniu žurnalistams, negalintiems nuvykti į mūšio lauką. Tačiau tyrėjai atkreipia dėmesį, kad kai kuriais atvejais, pavyzdžiui, karo Ukrainoje, socialinės medijos tampa ir informacinio karo dalimi (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024). Dėl to žurnalistai susiduria su ypatingais iššūkiais – socialinės medijos būtinos kaip informacijos šaltinis, tačiau jos iš esmės gali būti karo lauko dalis.

Literatūroje kalbama, kad žiniasklaida apskritai turi kompleksinį santykį su socialinėmis medijomis. Be to, kad socialinės medijos tapo vieta žiniasklaidos organizacijoms reklamuotis (Nielsen, Cornia, Kalogeropoulos, 2016), stipriai keitėsi ir žurnalistų profesionalų darbo principai (Pečiulis, 2014). Kaip sako Jennifer Alejandro (2010), socialinės medijos atvėrė naujas galimybes žurnalistams – nebereikia fiziškai palikti redakcijų, kad galėtų pranešti naujienas, jos plinta socialinėse medijose. Įsigali „stalo žurnalistika“ (Pečiulis, 2014), kai prie stalo, prie ekrano sėdintys žurnalistai gali realiuoju laiku pasiekti daugybę skirtingų istorijų iš skirtingų pasaulio vietų (Mihalis Kuyucu, 2020). Tai iš esmės praplečia žurnalistų galimybes, leidžia jiems matyti daugiau, tačiau nepaisant naudų, kurias suteikė socialinių medijų atsiradimas, mokslininkai kalba ir apie tam tikras žiniasklaidos bei socialinių medijų santykio grėsmes. Socialinės medijos ir žiniasklaida ėmė konkuruoti. Žiniasklaida dėl socialinių medijų greičio ir populiarumo patiria spaudimą naujienas perpublikuoti kiek įmanoma greičiau, neretai prieš atliekant išsamią faktų patikrą (Alejandro, 2010). „Pew Research Center“ 2024 m. duomenys rodo, kad žmonės vis dažniau naujienas sužino būtent iš socialinių medijų, o ne iš tradicinių žiniasklaidos priemonių, todėl kartais žurnalistai turi rinktis tarp greičio ir tikslumo (Mihalis Kuyucu, 2020). Keičiasi žurnalistų darbo principai, strategijos, imama taikytis prie algoritmų reikalavimų (Hendrickx, Opganhaffen, 2024). Pečiulis (2014) perspėjo, kad dėl šio proceso gali menkti žiniasklaidos kokybė ir žurnalistų profesionalumas. Šiuos

nuo sąstavimų patvirtina Zamauskės (2022) tyrimas, kurio metu buvo nustatyta, kad socialinių medijų ypatybės, algoritmai, gali įtraukti vartotojus (kartu ir žurnalistus) į pavojingus informacijos šulinius ar burbulus. Juose socialinių medijų vartotojai iš esmės yra „uždaromi“ į virtualią aplinką, kurioje matomos tik tam tikros nuomonės ar naujienos, todėl vartotojui gali formotis iškreiptas realybės vaizdas arba matyti tik tam tikros nuomonės, naujienos. Be to, socialinės medijos literatūroje įvardijamos kaip terpė, kurioje aktyviai plinta netikros naujienos, dezinformacija, propaganda, todėl žurnalistai yra priversti būti itin budrūs (Obioma Hilary, Olannye-Okonofua, 2021).

Socialinės medijos pakeitė žurnalistų darbą visose kasdieninėse situacijose, tačiau karas yra ypatinga situacija. Karo metu informacija įgauna ypatingą reikšmę – ji gali tapti strateginiu ginklu, kuris gali lemti tiek visuomenės nuotaikas, tiek realius karo veiksmus, politinius sprendimus. Žiniasklaida turi galią formuoti, kaip karas bus suprantamas ir kuri pusė atrodys blogoji; karo metu žiniasklaida nėra tik tuščias žinių perdavėjas – ji gali tapti ginklu ar net grėsme laisvei (Samuelsson, Lundqvist, 2003). Kaip yra teigęs istorikas Fank Jacob (2024), istoriškai karo žurnalistai visad buvo tie, kurie frontą perkeldavo į žmonių namus. Žurnalistai visada turėjo savo vietą mūšio lauke, vykdavo į konfliktų zonas ir iš jų rengdavo pranešimus (Sacco, Bossio, 2015). Žurnalistai bendravo su kariais, pareigūnais, nevyriausybinėmis organizacijomis, turėjo savo šaltinius, kuriuos cituodavo. Nors tai vyksta ir šiandien, to mastas yra kitoks. Šiandieninė karo žurnalistika, dirbanti socialinių medijų kontekste, toli gražu nebėra paremta tik tuo. Sacco ir Bossio (2015) tyrimas rodo, kad socialinės medijos iš esmės pakeitė tradicinius žurnalistų darbo įpročius pranešant apie karo naujienas. Socialinių medijų kontekste redakcijoms nebereikia dalies žurnalistų, nebereikia jų siųsti į karo lauką, nes informaciją galima rasti internete, didelė dalis pirmiausia pasirodo socialinėse medijose. Ją ten skelbia įvairūs šaltiniai – nuo paprastų civilių iki oficialių pareigūnų. Be to, ne visos redakcijos turi resursus siųsti žurnalistus į vietą arba nenori rizikuoti, todėl socialinės medijos tampa vienu iš svarbiausių informacijos, nuotraukų ir vaizdo įrašų iš mūšio lauko šaltinių.

Vis dėlto, darbas su socialinėmis medijomis karo metu žiniasklaidai reiškia ne tik galimybes, bet ir naujus, ypatingus pavojus. Socialinės medijos yra terpė, palanki propagandai, manipuliacijoms plisti, o tai didina riziką, kad karo metu žurnalistai gali suklysti, tapti manipuliacijų įrankiu. Literatūra pabrėžia, kad 2022 m. Rusijos pradėtas karas prieš Ukrainą yra išskirtinai sudėtingas informacinis laukas žurnalistams. Dan Ciuriak (2022) rašo, kad kai kurie autoriai karą Ukrainoje netgi vadina socialinių medijų karu. Abi pusės, tiek Rusija, tiek Ukraina, išnaudoja socialines medijas kaip mūšio lauką savo naratyvams, propagandai skleisti. Abi pusės

socialinėse naudoja tam tikrus apibūdinimus savo priešų lyderiams, skambias frazes su emocine įkrova, naudojami juokeliai kitai pusei pašiepti, naratyvams skleisti yra pasitelkiami visuomenėje žinomi veidai, klastojami vaizdo įrašai, surandami ir iš naujo skleidžiami seni vaizdo įrašai ir pasitelkiamos kitos priemonės (Astuti, Attaymini, Dewi, 2022). Socialinėse medijose taip pat veikia botai, gali būti perkamos anketos, į jas gali būti įsilaužta ir t.t. Todėl žurnalistai, sekdami socialinių medijų srautą kaip būtiną darbo priemonę, iš esmės susiduria su karu ne tik mūšio lauke, bet ir skaitmeninėje erdvėje. Taigi žurnalistams pranešant karo naujienas socialinės medijos suteikia naujų galimybių, tampa neatsiejama darbo dalimi, tačiau taip pat kelia ir didelių pavojų, reikalauja ypatingo profesionalumo. Žurnalistai neišvengiamai turi naudoti socialines medijas informacijos rinkimui, tačiau tuo pat metu jos pačios tampa karo ginklu, todėl kyla klausimas – kaip žurnalistai šias dilemas sprendžia praktikoje.

Apžvelgiant mokslinę literatūrą matyti, kad socialinių medijų vaidmuo žurnalistų darbe nušviečiant karą yra tyrinėtas. Pavyzdžiui, Iuksel, Dosenko, Sytnyk, Yuldasheva, Zakharov (2024) analizavo literatūrą apie žurnalistų darbą karo Ukrainoje kontekste. Autoriai siekė nustatyti, su kokiais iššūkiais skaitmeninių technologijų kontekste susiduria žurnalistai, informuodami apie karą Ukrainoje. Vis dėlto jų metodas apsiribojo tik literatūros apžvalga, žurnalistų darbo praktika liko neaprašyta. Marukhovska-Kartunova, Marukhovskiy, Aleksandrova, Ivanova (2023) taip pat tyrė karo Ukrainoje ir socialinių medijų santykį. Tačiau autoriai atliko turinio analizę, tyrė diskursą, formuojantį visuomenės suvokimą apie karą Ukrainoje. Nors darbe buvo kalbama apie žurnalistų darbą, jo praktiniai elementai taip pat nebuvo aprašyti, žurnalistų pozicija nepateikta. Sacco ir Bossio (2015) atliko šiam darbui metodologiškai panašų tyrimą: kalbino šveicarų žurnalistus apie tai, kaip jie naudojos socialinėmis medijomis nušviesdami įvykius vadinamojo Arabų pavasario metu. Darbe nagrinėtos žurnalistų praktinės patirtys, nustatyta, kad socialinės medijos neramumų ir karų metu gali ir praplėsti informacijos lauką žurnalistams, ir sukelti jiems papildomų rūpesčių. Tyrimo metu padaryta išvada, kad žurnalistai yra priversti daryti tam tikrus kompromisus. Tyrėjos pripažino, kad jų tyrimas yra ribotas ir atskleidžia tik šveicarų žurnalistų darbo ypatybes, todėl išvadose pabrėžė, kad panašūs tyrimai kitose šalyse padėtų palyginti žurnalistų darbo principus tarptautiniu mastu. Anot jų, papildomi tyrimai taip pat leistų palyginti procesus skirtingą kompiuterinį raštingumą ir kitus rodiklius turinčiose šalyse. Be to, verta paminėti, jog nuo minėtų autorių tyrimo jau praėjo 10 metų, todėl galima spėti, kad ir skaitmeninės technologijos, ir žurnalistų darbo principai su jomis per šį laiką pasikeitė. Lysenko (2024) atliko tyrimą su 12 žurnalistų ir interviu metodu taip pat aiškinosi žurnalistų darbo su socialinių medijų medžiaga ypatybes informuojant apie karą Ukrainoje. Vis dėlto autorė tyrė tik tai, kaip žurnalistai tikrina

vartotojų generuojamą audiovizualinę medžiagą, kuriose platformose jos daugiausiai. Liko neaptarta kita didelė socialinių medijų turinio dalis – oficialių kanalų turinys. Išvadose autorė taip pat atkreipia dėmesį, kad be kita ko lieka neištirtos psichologinės pasekmės žurnalistams, tai, ar žurnalistai pasitelkia dirbtinį intelektą socialinių medijų turinio tikrinimui. Autorė taip pat sako, kad skirtingose šalyse žurnalistai gali turėti skirtingas praktikas, suteikti skirtingą svarbą pilietinei žurnalistikai.

Lietuvoje socialinių medijų ir žiniasklaidos santykių karo Ukrainoje metu yra nagrinėjęs Tomas Bacys (2018). Jis atliko interviu su ekspertais apie Rusijos ir Ukrainos konfliktą ir jo reiškinius skaitmeninėje erdvėje bei to reikšmę žiniasklaidai. Nors šis darbas suteikia žinių apie informacinių karų procesus tarp Rusijos ir Ukrainos, tyrimas yra palyginus senas, turint omenyje tai, kiek daug įvyko tarp Rusijos ir Ukrainos nuo tada, kai tyrimas buvo atliktas. Lietuvoje taip pat yra atlikta žiniasklaidos turinio analizių, pavyzdžiui, Irtautė Gutauskaitė (2024) atliko lyginamąją Jungtinės Karalystės ir Lietuvos visuomeninių transliuotojų turinio apie karą Ukrainoje objektyvumo analizę, Alisa Guseva (2023) atliko Lietuvos žiniasklaidos turinio pokyčių Rusijai užpuolus Ukrainą analizę. Vis dėlto nepavyksta rasti darbų, kuriuose būtų atliekami interviu su lietuvių žurnalistais ir kalbama būtent apie jų darbą su socialinių medijų turiniu informuojant apie karą Ukrainoje. Lietuva dažnai yra įvardijama kaip pafrontės valstybė, o žvalgybos vertinimai¹ rodo, kad esame Kremliaus propagandistų taikinyje. Tačiau tyrimų apie sudėtingoje geopolitinėje padėtyje esančios Lietuvos žiniasklaidos darbą su socialinių medijų turiniu karo Ukrainoje temomis rasti nepavyko.

Visa tai suteikia pagrindą šiam magistro darbui. Tyrimas užpildytų mokslinės literatūros spragą apie tai, kaip Lietuvos žurnalistai dirba su socialinėmis medijomis informuodami apie karą Ukrainoje. Lietuvoje praktiškai nenagrinėtas praktinis redakcijų darbas su socialinėmis medijomis informuojant apie karą Ukrainoje, žurnalistų naudojami metodai, etiniai pasirinkimai ir t.t., todėl darbas ištirtų ir susistemintų svarbiausias *praktines* žurnalistų darbo su karo Ukrainoje temomis ypatybes.

Darbo **tikslas** – išsiaiškinti, kaip Lietuvos žurnalistai, informuodami apie karą Ukrainoje nuo 2022 m. naudoja socialines medijas kaip šaltinį, su kokiomis rizikomis ir įtampomis susiduria bei kaip jas valdo ir sprendžia.

Uždaviniai:

¹ VSD, „Įtakos veikla prieš Lietuvą“, žiūrėta 2025-02-07, <https://www.vsd.lt/ataskaitos/priesiska-zvalgybos-ir-saugumo-tarnybu-veikla/>;

- Remiantis akademinė literatūra išryškinti tyrimo nišą ir pagrįsti temos aktualumą;
- Sukonstruoti teorinį pagrindą, kuris atskleistų žurnalistų darbo principus karo metu ir socialinių medijų kaip šaltinio jiems ypatybes;
- Suformuoti klausimyną bei taikant pusiau struktūruotų giluminių interviu metodą atlikti interviu su tikslinės atrankos principu atrinktais Lietuvos žurnalistais apie jų darbą su socialinėmis medijomis kaip šaltiniu informuojant apie karą Ukrainoje;
- Atlikti interviu analizę, atsakyti į probleminį klausimą, pateikti išvadas ir pasiūlymus ateities tyrimams.

Tyrimo metodas.

Giluminiai pusiau struktūruoti interviu: darbe kalbinami Lietuvos žurnalistai, dirbantys arba dirbę su karu Ukrainoje naujienomis, atrenkami bent metų patirtį turintys profesionalūs žurnalistai. Kalbinti skirtingose medijose dirbantys žurnalistai (portaluose, televizijoje, radijuje, laikraščiuose), taip pat žurnalistai, vykę į Ukrainą. Metodas leidžia nustatyti vyraujančias žurnalistų darbo su socialinėmis medijomis kaip šaltiniu tendencijas. Žurnalistams palikta galimybė darbui komentuoti anonimiškai.

Darbo struktūra. Darbą sudaro šios dalys: teorinė, empirinė, išvados, priedai. Teorinėje dalyje apžvelgiamos žiniasklaidos funkcijos karo metu ir iššūkiai, su kuriais ji susiduria pasitelkdama socialines medijas profesinėje veikloje. Empirinėje dalyje pristatomas tyrimas, jis suskirstytas į keturis pagrindinius poskyrius, aptariančius socialinių medijų kaip šaltinio reikšmę Lietuvos žurnalistams informuojant apie karą Ukrainoje, keliamas rizikas, tų rizikų vengimo strategijas bei kokias funkcijas socialinės medijos tokiems žurnalistams padeda atlikti.

2. Žiniasklaida ir karas

2.1. Funkcijos, kurias turi atlikti žiniasklaida karo metu

Žiniasklaida turi tam tikras funkcijas ir vaidmenį visuomenėje, kurį, tikimasi, ji atliks tiek taikos, tiek karo metu. Karo metu žiniasklaida tampa vienu svarbiausių informacijos šaltinių. Žvelgiant plačiau, žiniasklaida yra ne tik informacijos šaltinis, bet ir demokratijos saugotoja. Anot Giddens (1999), žiniasklaida turi suteikti nepriklausomos ir kokybiškos informacijos piliečiams, todėl iš jos tiek karo metu, tiek eilinę dieną, reikalaujama ypatingo profesionalumo atliekant savo funkcijas. Jas apibrėžia įstatymai, profesiniai susitarimai ir etikos kodeksai.

Tiek užsienio, tiek lietuvių literatūroje galima rasti daug žiniasklaidos funkcijų skirstymų, tačiau galiausiai funkcijas galima apibrėžti keliais esminiais punktais. Ir taikos, ir karo metu žiniasklaida turi atlikti tas pačias pagrindines funkcijas. Apibendrinant D. McQuail (1976) ir V. Urbono (2007) idėjas, galima įvardinti šias pagrindines žiniasklaidos funkcijas:

1. **Informacinė** – objektyviai, operatyviai, tiksliai ir kuo plačiau informuoti visuomenę apie įvykius, reiškinius, politiką, inovacijas, galios santykius ir t.t. Žiniasklaida turi atspindėti tikrovę ir plėsti žinių akiratį, suteikti informacijos ją dominančiais klausimais. (Urbonas, 2007, McQuail, 1976). Karo metu ši funkcija reiškia ne tik tai, kad žiniasklaida perduoda svarbiausius faktus, bet ir padeda atsisiųti informaciją nuo melagienų. Žiniasklaida iš esmės veikia kaip filtras, atrenkantis, ką svarbu žinoti.
2. **Aiškinamoji** (taip ją vadina Urbonas, 2007) arba **koreliacinė** (tokią savoką galima rasti McQuail (1976) tekste). Urbonas (2007) sako, kad žiniasklaida turi „padėti žmonėms geriau orientuotis sudėtingame nūdienos pasaulyje“². Žiniasklaida negali pateikti vien tik grynus faktus. Auditorijai reikalingi gilesni paaiškinimai, vertinimai, komentarai. Žurnalistai turi kviesti ekspertus, analizuoti ir nagrinėti, ryškinti trūkumus bei klaidas (Urbonas, 2007). Karo metu ši funkcija aktuali, nes kai kurie faktai be konteksto gali klaidinti auditoriją, o kartais jai norisi girdėti ne tik sausus faktus, bet ir ekspertų, tam tikrų autoritetų vertinimus.
3. **Auklėjamoji** – formuoti bendras vertybes, jas išlaikyti, nustatyti naujas tendencijas ir t.t. (McQuail, 1976). Urbonas (2007) apibrėžimą papildė sakydamas, kad ši funkcija skatina žiniasklaidą „ugdyti žmonių sąmoningumą, taurius idealus, skatinti polėkius bei

² Urbonas, Vytas, „Žurnalistikos pagrindai“, (Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007), 95 psl.;

motyvus siekiant pažangių visuomenės tikslų³. Karo metu ši funkcija gali padėti stiprinti visuomenės atsparumą, paskatinti siekti valstybės tikslų, taip pat suformuoti suvokimą, kas kare yra blogis, o kas yra engiamoji pusė.

4. **Pramoginė** arba **kultūrinė** – ugdyti įvairiapusę žmogaus kultūrą, padėti auditorijai atgauti dvasines ir fizines jėgas, pailsėti (Urbonas, 2007), mažinti socialinę įtampą, suteikti pramogų, poilsio priemonių (McQuail, 1976). Karo metu ši funkcija gali atrodyti antraeilė, tačiau net ir karo metu žmonėms reikia pramoginio turinio, kad būtų išlaikoma psichologinė pusiausvyra.
5. **Mobilizacinė** – kampanijų, skirtų visuomeniniams tikslams (politikos, karo, ekonominės plėtros ir kt. srityse), kūrimas (McQuail, 1976).

D. McQuail (1976) ir V. Urbono (2007) pateikti žiniasklaidos funkcijų sąrašai iš esmės kalba apie tas pačias pamatines žiniasklaidos funkcijas – informuoti, aiškinti, formuoti vertybes. Vis dėlto toks funkcijų išskyrimas yra gana bendras, todėl kiti autoriai siūlo papildomų žiūros taškų, padedančių suprasti, kaip žiniasklaida veikia ne tik kasdienybėje, bet ir ypatingomis sąlygomis.

Šiam darbui svarbi Maxwell E. McCombs ir Donald L. Shaw (1972) medijų darbotvarkės sudarymo teorija, iš esmės papildanti anksčiau aprašytas informacinę ir aiškinamąją funkcijas. Autoriai sako, kad žiniasklaida ne tik perduoda informaciją, tai yra atlieka informacinę funkciją, bet kartu formuoja, kurios temos visuomenei atrodo svarbiausios. Pavyzdžiui, televizijos žiūrovui svarbiausia naujiena atrodys ta, kuri žinių transliacijos metu bus rodoma pirmiausia ir kuriai bus skiriama daugiausiai eterio laiko ir panašiai. Karo kontekste darbotvarkės sudarymo teorija leidžia analizuoti, kaip karo metu redakcijos iš informacinio lauko atsirenka, kokioms naujienoms skirti dėmesio, kaip tokiu būdu gali formuoti visuomenės suvokimą apie karo procesus. Vis dėlto minėti autoriai rašė gerokai prieš socialinių medijų pradžią. Jų kontekste ši funkcija keičiasi, nes ir nuo socialinių medijų pradeda priklausyti, kokią informaciją skelbs žiniasklaida, socialinės medijos įgijo galią keisti žiniasklaidos darbotvarkę (Lee, 2016).

Kita svarbi žiniasklaidos funkcija – sarginio šuns vaidmuo (Bennett, Serrin, 2005). Autoriai akcentuoja, kad ši funkcija yra labai svarbi demokratijai, nes be aktyvios ir nepriklausomos žiniasklaidos gali kilti pavojus, kad tam tikri valdžios sprendimai taps neskaidrūs. Jų įsitikinimu, žiniasklaida turi veikti kaip nepriklausoma valdžios ir institucijų prižiūrėtoja, kritiškai vertinti jų sprendimus ir užtikrinti atskaitomybę piliečiams. Karo kontekste ši funkcija tampa aktuali kalbant

³ Urbonas, Vytas, „Žurnalistikos pagrindai“, (Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007), 96 psl.;

apie karinių pirkimų, politinių sprendimų, tarptautinių įsipareigojimų priežiūrą. Tačiau ši funkcija taip pat koregavosi dėl socialinių medijų bumo. Kiradoo (2023) teigia, kad socialinių medijų vartotojai perėmė dalį šios funkcijos. Patys socialinių medijų vartotojai gali rinkti ir skelbti informaciją ir ją viešinti.

Dar viena literatūroje minima žiniasklaidos funkcija yra vartų saugotojo (Janowitz, 1975). Autorius žiniasklaidą įvardija kaip vartus, pro kuriuos praeina informacija prieš pasiekdama auditoriją. Teoriškai žiniasklaida reguliuoja, kas pateks į viešąją erdvę, taip pat atskiria faktus nuo nuomonių. Tačiau šiandien ši funkcija dėl socialinių medijų yra pasikeitusi ir netekusi galios. Socialinės medijos leidžia informacijai apeiti tradicinius vartus, žiniasklaida nebeturi galios reguliuoti informacijos patekimo į viešąją erdvę (Hermida, 2012). Kyla klausimas, kaip į beribį informacijos plitimą reaguoti žiniasklaidai. Karo kontekste, kai viešojoje erdvėje gausu manipuliacijų, šis klausimas tampa dar aktualesnis. Nebėra aišku, kas turi kontroliuoti informacinį lauką, kokią poziciją jame užimti žiniasklaidai.

Taigi literatūroje išskiriamos žiniasklaidos funkcijos rodo, kad iš žiniasklaidos yra tikimasi įvairialypio vaidmens. Žiniasklaida turi ne tik objektyviai informuoti, bet ir prirėmus auklėti visuomenę, ją mobilizuoti, prižiūrėti valdžios sprendimus, viešąją erdvę. Tokia sintezė leidžia matyti, kad žiniasklaida karo sąlygomis tampa ne vien informacijos šaltiniu, bet ir visuomenės atsparumo, demokratijos garantu. Nors literatūroje išskirtos funkcijos leidžia suprasti, kokio vaidmens iš žiniasklaidos karo metu gali būti tikimasi, karo sąlygos šių funkcijų įgyvendinimą daro itin kompleksinį. Todėl kyla klausimas, kuo ypatinga karo žurnalistika, su kokiais iššūkiais karo žurnalistai susiduria ir kokie apribojimai gali trukdyti žiniasklaidai vykdyti savo funkcijas.

2.2. Karo žurnalistika: galimos kryptys ir iššūkiai

Allan ir Zellizen (2005) pastebi, kad karo metu iš esmės pamatinės žurnalistų darbo funkcijos išlieka tokios pačios, kaip ir visų kitų žurnalistų, tik jų darbas būna ryškesnis, svarbesnis, dažnai labiau heroizuojamas. Vis dėlto karo sąlygomis žurnalistų darbas įgauna papildomą dimensiją – jų pranešimai ne tik perduoda informaciją ar atlieka kitas anksčiau išvardintas funkcijas, bet ir gali turėti realų efektą mūšio lauke. Žiniasklaida gali daryti įtaką auditorijai, jos nuotaikoms, netgi karo eigai. McGoldrick ir Lynch (2000) sako, kad žiniasklaida gali turėti įtakos karo veiksmų pradžiai ir baigčiai. Vis dėlto kitų autorių tekstai rodo, kad šis požiūris gali būti pernelyg ribojantis, nes žiniasklaida pati gali būti karo įkaite. Anot McGoldrick ir Lynch (2000), karo metu žiniasklaida gali pasukti dviem skirtingais keliais: tapti į taiką orientuota arba į karą orientuota.

Į taiką orientuota žurnalistika yra orientuota į taikos pasiekimą. Ji tyrinėja konflikto kilmę, šalis, tikslus, problemas. Suteikia balsą visoms šalims, su visomis yra empatiška, supratinga. Karą mato kaip problemą. Dažnai užima prevencinę poziciją, stengiasi, kad karas neprasidėtų. Kalba apie įvairius karo aspektus – traumas, žalą infrastruktūrai, kultūrai. Tokia žiniasklaida yra orientuota į tiesą, žmones, kalba apie jų kančias, įvardija visus blogio darytojus, fokusuojasi į lyderius, siekiančius taikos. Ieško sprendimų taikai, skelbia apie taikos iniciatyvas, o po karo kalba apie sprendimus, rekonstrukcijas, susitaikymą.

Į karą orientuota žurnalistika fokusuojasi į konflikto zoną, dvi šalis, vieną tikslą. Ieško, kas metė pirmąjį akmenį, bet nutyli istorines aplinkybes. Karus nušviečia neskaidriai, laiko juos paslapyje. Skirsto šalis į herojus ir teroristus, mes–jie. „Juos“ dažniausiai dehumanizuoja, įvardija kaip blogiečius. Naudoja propagandą. Kalba apie „jų“ melus, tačiau padeda užglaistyti tam tikrą informaciją saviems. Neužsiima prevencine funkcija, laukia smurto ir reaguoja tik tada. Fokusuojasi tik į akivaizdžiai matomus karo padarinius: žuvusiuosius, sužeistuosius ir pan. Orientuojamasi į elitą, o ne civilių teises. Kalbama ne apie taiką, o apie pergalę, egzistuoja skirstymas į herojus ir teroristus. Įvardija tik savo priešininkų pusėje esančius blogdarius. Karo pabaigą mato kaip vienos pusės pergalę.

Svarbu pastebėti, kad šis požiūris gali būti pernelyg dichotominis. Realiam karo kontekste žurnalistika dažniausiai balansuoja tarp abiejų kryptų.

Autoriai pažymi, kad nepriklausoma žiniasklaida yra būtina karui išvengti. Todėl svarbu, kad demokratinėse valstybėse žiniasklaida būtų orientuota į taiką. Tačiau, anot autorių, gali būti, kad dėl konkurencijos vis dėlto į tam tikras naujienas būna reaguojama provokuojančiais reportažais, sensacingomis antraštėmis, o tai gali sukelti sumaištį, baimę bendruomenėse, paskatinti smurtą.

Taigi McGoldrick ir Lynch (2000) išskirtos galimos dvi karo žurnalistikos kryptys leidžia giliau suprasti, kaip karo metu žiniasklaida gali būti ne tik neutrali informacijos skleidėja, bet ir realiai prisidėti prie padėties kare. Ši perspektyva šiame darbe svarbi, nes leidžia tirti, kokius prioritetus lietuvių žurnalistai formuoja informuodami apie karą Ukrainoje. Tai taip pat svarbu turint omenyje, kad dalis Lietuvos žiniasklaidos šaltinių socialinėse medijose yra kitų žiniasklaidos priemonių kanalai. Todėl socialinių medijų kontekste Lietuvos žurnalistų karo suvokimas gali būti formuojamas ir užsienio žiniasklaidos organizacijų.

Svarbu suprasti, kad žiniasklaidos organizacijos pasirinkta kryptis nėra vienintelis veiksnys, galintis turėti įtakos žiniasklaidos turiniui apie karą. Net ir profesionali, nepriklausoma žiniasklaida karo metu veikia tam tikrų apribojimų lauke, nulemiančiame auditorijai pateikiamą vaizdą.

Pirmiausia, reikia atkreipti dėmesį į karo žurnalisto poziciją. Kate Addie (1998) sako, kad karas sukelia sumaištį žurnalisto rolėje. Anot autorės, sunku matyti karo siaubą ir neturėti apie tai tam tikros nuomonės, sunku išlikti nešališku. Čia tam tikrą vaidmenį gali vaidinti žurnalisto tapatybė, tautybė. Karus dažnai yra linkstama skirstyti į *mūsų* ir *jų*, todėl žurnalistai gali atsidurti kryžkelėje tarp objektyvumo ir patriotizmo (Taylor, 1997). Vis dėlto literatūroje pabrėžiama, kad dažnai aiškią poziciją karo klausimu turintys žurnalistai nėra laikomi neobjektyviais (Allan, Zellizen, 2005).

Antra, žurnalisto pozicija gali priklausyti ir nuo to, ar jis fiziškai vyksta į karą, ar jo naujienas seka nuotoliniu būdu. Galima skirti du tipus žurnalistų, dirbančių karo tematika: vykstantys į mūšio lauką ir dirbantys nuotoliu. Pirmieji mato kur kas siauresnį vaizdą, o pastarieji gali susidaryti išsamesnį suvokimą, nes pasiekia kur kas daugiau šaltinių (Taylor, 1997). Tie žurnalistai, kurie vyksta į karo lauką, dirba sudėtingomis, dinamiškomis ir fizinės ar psichologinės jėgos išbandančiomis sąlygomis (Sacco, Bossio, 2015). Todėl karo žurnalistas, net ir būdamas mūšio lauke, dažniausiai atlieka stebėtojo vaidmenį. Jo misija yra perduoti visuomenei tai, ką jis mato. Vis dėlto Allan ir Zellizen (2005) pastebi, kad tai, jog žurnalistas yra vietoje, nebūtinai reiškia, kad jo pranešimas apie karą bus objektyvesnis.

Karo žurnalistai susiduria ir su didele manipuliacijų rizika, propaganda. Kaip pastebi Taylor (1997), visos karo pusės skleidžia savo naratyvus, vykdo psichologines kampanijas. Naudojama įvairi propaganda, skirtingos pusės gali skirtingai pateikti tą pačią informaciją ir siekti patraukti žurnalistus į savo pusę. Tai naudinga todėl, nes visuomenės akyse dažniausiai objektyvesnis atrodo nepriklausomo žurnalisto patikrintas turinys, o ne karo vado paskelbtas. Tas bandymas patraukti žurnalistus gali reikštis įvairiai. Pavyzdžiui, jei žurnalistas vyksta į mūšio lauką, jį priims kurios nors pusės pajėgos. Žurnalistai bendrauja, gyvena su kariais, todėl neatmestina, kad gali patirti tam tikrą spaudimą skelbti vienokią ar kitokią informaciją (Taylor, 1997; Tumber, Palmer, 2004). Istorijoje fiksuota atvejų, kai žurnalistai netgi turi pasirašyti susitarimus, kuriuose nurodoma, kokią informaciją gali skelbti, kokios ne, o atvykus į mūšio lauką atviru tekstu išdėstomi reikalavimai (Tumber, Palmer, 2004).

Visgi jei į frontą vykstantys žurnalistai susiduria su daugybe pavojų, tai nereiškia, kad nuotoliu dirbantys žurnalistai jų išvengia. Dažnai pasirenkama apie konfliktus informuoti tik karą

stebint iš šono, tai yra, nesiunčiant žurnalistų į karo zoną. Toks sprendimas dažniausiai yra priimamas dėl minėtų kare tykančių pavojų bei dėl to, kad redakcijos turi ribotus resursus. Visuomenės spaudimas žurnalistams karo metu auga, iš jų tikimasi greitos ir kokybiškos informacijos (Sacco, Bossio, 2015). Tačiau net ir didelės redakcijos negali atspindėti visų pasaulio įvykių. Ne visos žiniasklaidos priemonės gali siųsti savo žurnalistus į frontą, todėl tenka remtis oficialiais pranešimais ar kitų redakcijų medžiaga (Leonavičiūtė, 2018). Dauguma žiniasklaidos priemonių geriau renkasi mokėti kitam kanalui ar agentūrai ir naudoti jų medžiagą (Taylor, 1997). Žurnalistai taip pat ima kirsti kampus ir pasikliauja tais pačiais patikrintais bei patikimais šaltiniais (Sacco, Bossio, 2015). Taip pat gali būti susiduriama su ekonominiu, žmogiškųjų išteklių ar tiesiog vietos tinklėlyje stygiumi. Dėl to atsirenkama, kuriems įvykiams skirti dėmesio, kuriems ne (James Potter, 2005). Čia socialinės medijos gali būti matomos kaip priemonė kompensuoti ribotus išteklius – vaizdus, liudijimus, komentarus galima gauti be žurnalistų fizinio buvimo vietoje, galima tiesiogiai bendrauti su įvairiais žmonėmis. Tačiau čia taip pat kyla dilema, ar tokiu būdu, kai negeneruojamas joks išskirtinis turinys, žurnalistai netampa priklausomi nuo kitų skleidžiamo turinio.

Kitas svarbus karo žurnalistikos iššūkis yra dinamika ir terminai. Įvykiai karo metu vyksta greitai, situacija sparčiai keičiasi. Kai kurioms žiniasklaidos organizacijoms tampa svarbus ir terminų apribojimas, aprašytas James Potter (2005). Įvykių eiga dažnai prasideda vienu metu, o baigiasi kitu, tai yra, turi tam tikrą tęstinumą. Žiniasklaidos organizacijos kartais nespėja pranešti visos informacijos apie tam tikrą įvykį, jei įvykis tęsiasi po to, kai turinys jau buvo perduotas auditorijai. Todėl auditorija gauna tik dalinį įvykių vaizdą. Informuodama apie karo naujienas žiniasklaida turi veikti greitai, pasirinkti medžiagos rinkimo būdus, kurie būtų palankūs greičiui.

Dar vienas iššūkis, su kuriuo karo metu susiduria žurnalistai, yra auditorijos poreikiai. Visuomenė iš žiniasklaidos karo metu tikisi ne tik pareigūnų ar organizacijų pasisakymų, bet kur kas įvairiapusiškesnės informacijos – auditorijai reikia žinių apie politinius sprendimus, civilių gyvenimą, karių kasdienybę ir kita (Leonavičiūtė, 2018). Žurnalistai priversti ieškoti naujų žiūros taškų, todėl svarbios yra ir gyvenimiškos karo temos. Vis dėlto riba, kiek tokio turinio reikia, išlieka slidi. Sacco ir Bossio (2015) pastebėjo, kad pranešant gyvenimiškas naujienas rizikuojama per kurį laiką sukurti auditorijai „gailestingumo nuovargį“, kai auditorija tampa apatiška ar abejinga. O dėl auditorijos abejingumo žiniasklaidos organizacijos ima vis labiau konkuruoti dėl dėmesio ir gali imtis sensacingų antraščių (McGoldrick, Lynch, 2000).

Literatūroje matyti, kad karo žurnalistika apskritai yra labai sudėtinga žurnalistikos rūšis, veikiama nuolatinių iššūkių ir spaudimo. Šioje dalyje aptarti aspektai leidžia suprasti, kokie reikšmės tai, kokį vaizdinį apie karą iš žiniasklaidos gauna auditorija. Iš esmės karo žurnalistikai sudėtinga būti neutralia – įtaką turiniui gali daryti riboti resursai, komercinė konkurencija, galimos manipuliacijos ir pačių žurnalistų įsitikinimai bei vertybės. Nors atrodo, kad dalį apribojimų apeiti galėtų padėti socialinės medijos, jos kartu sustiprina manipuliacijų ir priklausomumo problemas. Ir nors atrodytų, kad socialinės medijos atveria neišsemiamą skrynią turinio ir taupo redakcijų resursus, susigaudyti toje informacinėje erdvėje taip pat reikia papildomų resursų. Taigi šiandieninė karo žurnalistika negali būti nagrinėjama vien tik tradicinės žiniasklaidos kontekste – šiandien karo žurnalistikai svarbios ir socialinės medijos. Šiame skyriuje aptarti aspektai svarbūs empiriniam tyrimui, nes leidžia kontekstualizuoti tyrimo metu gautus duomenis apie žurnalistų darbą. Aptarti teoriniai karo žurnalistikos modeliai, žurnalistų apribojimai, rizikos ir dilemos, su kuriomis susiduria žurnalistai, suteikia analitinę rėmą, kuris naudojamas vertinant žurnalistų refleksijas apie darbą su socialinėmis medijomis kaip šaltiniu informuojant apie karą Ukrainoje. Tolimesniame skyriuje bus analizuojamos socialinių medijų ypatybės ir tai, kokį vaidmenį socialinės medijos atlieka kare Ukrainoje.

2.3. Socialinės medijos karo žurnalistikoje: galimybės ir iššūkiai

Vis didesnę svarbą informacijos mainuose, kartu ir karo žurnalistikoje, turi socialinės medijos. Trumpai socialines medijas galima apibrėžti kaip interaktyvias internetines platformas, kurios padeda žmonėms bendrauti, kurti ir dalintis turiniu, į jį reaguoti (Davis, 2016). Socialinių medijų platformos gali būti labai įvairios, pavyzdžiui, „Facebook“, „Friendster“, „YouTube“, „Instagram“, „Wikipedia“ ar tokios kaip „X“, „Telegram“. Visos platformos dažniausiai šiek tiek skiriasi savo naudojimo būdu, funkcijomis, išdėstymu ar struktūra, tačiau atitinka visas anksčiau aprašytas ypatybes. 2025 m. „Statista“ duomenys rodo, kad socialinėmis medijomis naudojasi daugiau nei pusė viso pasaulio gyventojų – 5,24 mlrd. arba 63,9 proc. gyventojų. Pastebima, kad šis skaičius vis auga, taigi galima teigti, kad socialinių medijų vaidmuo pasaulyje taip pat stiprėja. Informaciją pasiekti iš bet kurio pasaulio kampelio tapo lengviau nei bet kada, o kiekvienas interneto vartotojas tam tikra prasme gavo galimybę būti reporteriu (Gillmor, 2004).

Žiniasklaidos požiūris į socialines medijas yra kompleksiškas. Kaip pastebi Alfred Hermida (2012), dar XXI a. pradžioje žiniasklaida atsigrėžė į socialines medijas kaip į svarbų medžiagos šaltinį, ypač tuo atveju, kai žurnalistai negali būti įvykio vietoje. Vis dažniau pasikliaujama socialinių medijų turiniu (Lee, 2016). Be to, kartais socialinės medijos yra pirmoji platforma, kur

tam tikri politikai, pareigūnai ar institucijos paskelbia tam tikrą informaciją. Todėl ir žurnalistai jungiasi į socialines medijas, kad matytų, kas vyksta, stebėtų nuotaikas, rastų temų ir pašnekovų (Gupta, Singh, 2022; Lee, 2016). Dėl socialinių medijų koregavosi visų tipų žurnalistika, taip pat ir karo žurnalistika. Anot Frank Jacob (2024), tradiciškai karo žurnalistai visada buvo įsivaizduojami kaip tie, kurie karo lauką perkelia į auditorijos namus. Žurnalistai visada turėjo vietą mūšio lauke, keliaudavo į konfliktų zonas ir ten rengdavo pranešimus. Žurnalistai visad bendravo su kariais, pareigūnais, nevyriausybinėmis organizacijomis, turėjo savo šaltinius. Tačiau socialinių medijų kontekste atsirado naujos konfliktų reportažų formos, didėja šaltinių įvairovė, į pranešimus įtraukiama piliečių žurnalistika, socialinių medijų vartotojų turinys (Sacco, Bossio, 2005). Žiniasklaidos organizacijos dalijasi nuorodomis į kitas platformas, pvz., dalijasi įterptu socialinių medijų ar blogų turiniu (angl. *embedais*). Kaip parodė Sacco ir Bossio (2015) tyrimas, atliktas su šveicarų žurnalistais, žurnalistai pripažįsta, kad karo metu socialinės medijos stipriai praplečia informacijos ir kitos medžiagos lauką bei suteikia galimybę matyti daugiau karo eigos perspektyvų, duoda įvairesnio turinio reportažams. Socialinės medijos suteikia balsą daugiau karo dalyvių, tai reiškia, atveria ir papildomų žiūros taškų žurnalistams. Lysenko (2024) tyrimas parodė, kad bene svarbiausios socialinių medijų platformos turiniui gauti žurnalistams yra „Telegram“ ir „Facebook“.

Socialinės medijos taip pat padeda pasiruošti tam, kas galėtų įvykti. Sacco ir Bossio (2015) kalbinti žurnalistai Arabų pavasario metu sako stebėję socialinių medijų vartotojų nuotaikas ir pagal tai sprendę ar kažkas, kas bus verta reportažo, galėtų įvykti, pvz., kilti protestai. Sacco ir Bossio (2015) tyrime dalyvavę žurnalistai pripažino atsirenkantys tam tikrus šaltinius socialinėse medijose, kuriais yra pasitikima labiau nei kitais. Dažniau renkamas remtis tais šaltiniais, kurie skelbia aukštesnės kokybės turinį, oficialiais profiliais. Kai kurie žurnalistai sakė pirmiausia vykę į konflikto zonas, ten vietoje susiradę šaltinius, skelbiančius turinį socialinėse medijose ir tuomet ėmę jais kliautis. Tai esą leido į šaltinius žiūrėti patikimiau, suprasti jų darbo principus. Be to, žurnalistai pripažįsta, kad socialinės medijos leidžia pasiekti geografiškai tolimesnes ar sudėtingiau pasiekiamas vietas. Šveicarijoje atliktas tyrimas parodė, kad šalies žurnalistai apie 40 proc. naujienų gauna iš naujienų agentūrų, 23 proc. straipsnių padaroma remiantis kitais žiniasklaidos šaltiniais, o 16 proc. – remiantis socialinių medijų šaltiniais (Udris, Vogler, Weston, Eisenegger, 2023). Šie skaičiai rodo, kad socialinės medijos yra įtvirtinamos kaip normalus žurnalistų šaltinis visais atvejais.

Nepaisant to, kad socialinės medijos žiniasklaidai suteikia vis naujų galimybių informuojant apie karą, yra ir kita medalio pusė – rizikos bei pavojai, tykantys socialinėse medijose. Kaip jau

minėta, socialinių medijų kontekste menksta žiniasklaidos vartų saugotojos funkcija. J. Lee (2016) pastebi, kad profesionalių žurnalistų reikalaujama laikytis tam tikrų visuomenės informavimo principų. Vis dėlto socialinių medijų vartotojai su tokiais griežtais reikalavimais nesusiduria. Sacco ir Bossio (2015) apklausti žurnalistai praktikoje pastebėjo, kad socialinėse medijose nėra objektyvumo ir kitų standartų, kurių iš žurnalistų paprastai yra reikalaujama. Todėl socialinėse medijose karo metu gali būti susiduriama su klaidinga informacija, klastotėmis, subjektyvumu. Būna atvejų, kai socialinėse medijose skelbiamas turinys iš tikrųjų yra senas, nebeaktualus arba iš viso visai ne iš to įvykio, kuriam yra priskiriamas. Visa tai dar aktualiau populiarėjant dirbtiniam intelektui. Palyginti neseniai atsiradusios dirbtinio intelekto priemonės jau duoda efektą žurnalistikai. Be to, kad tai verčia žurnalistus permąstyti savo rolę, santykį su auditorija, darbo rutiną, pastato juos prieš naujo tipo turinį – sugeneruotą dirbtinio intelekto, o šiomis priemonėmis gali naudotis praktiškai bet kas (Dodds, Zamith, Lewis, 2025). Taigi žurnalistams vis sunkiau patikrinti turinį ir tikrinimo reikalaujančio turinio daugėja. Negana to, eilinių piliečių akyse nyksta ribos tarp profesionalaus žurnalisto ir socialinių medijų vartotojo, skelbiančio naujienas (Sacco, Bossio, 2015). Tokie socialinių medijų vartotojai ima konkuruoti su žurnalistais. Jų skelbiamas turinys gali plisti labai greitai ir plačiai (Hermida, 2012), kartais žurnalistai būna priversti reaguoti.

Kaip pastebi Lee (2016), jei kokia nors tema sulaukia didžiulio dėmesio socialinėse medijose, žiniasklaidai nelieta nieko kito, kaip tik reaguoti ir temą įsitraukti į darbotvarkę. Viena vertus tai reiškia, kad socialinės medijos turi galią keisti žiniasklaidos darbotvarkę, kita vertus, tai verčia žiniasklaidą reaguoti greičiau ir konkuruoti su socialinėmis medijomis. Žmonės priprato gauti greitą informaciją, todėl kartais nutinka taip, kad žurnalistai tiesiog čia ir dabar perpublikuoja naujienas iš socialinių medijų. ING tyrimas parodė, kad 51 proc. britų žurnalistų profesionalų mano, jog greitis publikuojant informaciją yra svarbiau už faktų tikrinimą. Tą patį manė 34 proc. amerikiečių žurnalistų, dalyvavusių apklausoje. Nors teoriškai iš žurnalistų reikalaujama, kad informacija bet koku atveju būtų patikrinta, vis dėlto akivaizdu, kad ir čia egzistuoja grėsmė suklysti (Gupta, Singh, 2022). Sacco ir Bossio (2015) apklausti žurnalistai sako, kad tikrinti turinį karo metu reikia greitai, nes tai besikeičianti situacija. Žurnalistai teigia jaučiantys spaudimą informaciją perpublikuoti kuo greičiau, o tai kelia grėsmę suklysti tikrinant. Pasitaiko atvejų, kai socialinėse medijose paskelbta klastotė tampa žiniasklaidos turiniu. Būna ir atvejų, kai socialinėse medijose suklastotos asmenybės tampa žurnalistų šaltiniais. Čia formuojasi kompromiso būtinybė, kai žiniasklaida yra priversta kuo greičiau reaguoti į socialinėse medijose plintantį turinį, tačiau išlaikyti visus profesionalumo standartus. Greitis reikalingas ne tik dėl konkurencijos su socialinėmis medijomis, bet ir su kitomis žiniasklaidos priemonėmis.

Naršant socialinėse medijose taip pat kyla grėsmė papulti į informacinius šulinius arba burbulus. Kaip aiškina J. van Dijck ir T. Poell (2013), socialinių medijų algoritmai veikia taip, kad kuo ilgiau išlaikytų žmogų socialinėse medijose. Jų programavimo tikslas yra kuo labiau įtraukti vartotoją, tai reiškia, duoti tokį turinį, kuris jam įdomus. Arguedas, Robertson, Fletcher ir Nielsen (2022) pastebi, kad taip žmogus gali papulti į vadinamąjį informacinį šulinį arba burbulą. Tai reiškia, kad jam pateikiamas ribotas kiekis informacijos, o ta informacija gali būti šališka. Į informacinius šulinius arba burbulus papuolę socialinių medijų vartotojai gali nematyti bendro vaizdo, susidaryti vienpusį suvokimą vienu ar kitu klausimu. Kitas svarbus momentas yra botai ir suklastotos paskyros, skleidžiančios manipuliacijas, konspiracijos teorijas (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024). Su šiais pavojais susiduria ne tik auditorija, bet ir žurnalistai. Jie patys gali įstrigti algoritmų siūlomame turinyje, susidaryti iškreiptą nuomonę, susidurti su netiksliais faktais, netikrų paskyrų turiniu ir kita. Vis tai kelia grėsmę turinio objektyvumui. Tai kelia klausimą diskusijai, ar žurnalistai, naudojantys socialines medijas kaip informacijos šaltinį naujienoms apie karą gauti, gali būti nepriklausomi.

Taip pat svarbu paminėti galimus interneto ir socialinių medijų trikdžius. Gali pasitaikyti atvejų, kai internetas arba tam tikros socialinių medijų platformos yra išjungiamos, gali būti klastojami ir propagandai skleisti išnaudojami puslapiai. Todėl vien socialinių medijų šaltiniais pasikliauti žurnalistams nederėtų, pabrėžia Sacco ir Bossio (2015).

Taigi socialinės medijos su karo naujienomis dirbantiems žurnalistams suteikia ir galimybes, ir priverčia susidurti su naujais iššūkiais bei rizikomis. Pirmiausia, socialinės medijos suteikia žurnalistams galimybę gauti medžiagos iš karo zonos fiziškai nesant vietoje. Žurnalistai naudoja socialinėse medijose randamą informaciją ir audiovizualinį turinį savo pranešimuose, reportažuose. Antra, socialinės medijos taip pat atveria žurnalistams platų šaltinių lauką vienoje vietoje – socialinėse medijose žurnalistai gali pasiekti ir paprastus piliečius, ir politikus, organizacijas. Tai taip pat leidžia žurnalistams matyti įvairesnių žiūros taškų, girdėti daugiau karo paveiktų pusių balsų, lengviau susisiekti su galimais šaltiniais. Trečia, socialinių medijų stebėjimas leidžia žurnalistams nujausti karo šalių nuotaikas, pasiruošti galimiems įvykiams. Nepaisant minėtų pridėtinių verčių, kurias žurnalistai gauna dirbant su socialinėmis medijomis informuojant apie karą, jie taip pat susiduria ir su tam tikrais pavojais, iššūkiais. Pirma, socialinėse medijose yra didelė rizika susidurti su dezinformacija, klastotėmis, dirbtinio intelekto sugeneruotu turiniu. Antra, dėl socialinių medijų algoritmų ypatybių žurnalistai gali papulti į subjektyvią virtualią erdvę, kuri gali daryti įtaką jų objektyvumui. Be to, socialinėse medijose veikia botai, netikros paskyros, taip pat

galinčios paveikti žurnalisto realybės įsivaizdavimą. Trečia, socialinės medijos lemia tai, kad žurnalistai į jose plintantį turinį turi reaguoti greičiau. Taip rizikuojama tikslumu. Ketvirta, jei socialinės medijos tampa vienu svarbiausių informacijos ir medžiagos šaltinių, rizikuojama likti be jo. Neatmestini galimi interneto trikdžiai, socialinių medijų platformų išjungimas. Įtampa tarp socialinių medijų siūlomų galimybių ir jose slypinčių rizikų yra svarbi analizuojant žurnalistų, dirbančių su karo naujienomis, praktiką. Įvardintos naudos ir rizikos leidžia kelti klausimą, kokių strategijų žurnalistai imasi, kad socialinių medijų galimybes išnaudotų, o rizikų išvengtų. Šios įtampos analizė bus aktuali atliekant tyrimą.

2.4. Socialinės medijos – karo lauko Ukrainoje tęsinys

Analizuojant konkrečiai karo Ukrainoje nuo 2022 m. atvejį svarbu suvokti, kokioje informacinėje terpėje dėl socialinių medijų atsiduria žurnalistai. Mokslinėje literatūroje šis karas yra įvardijamas pirmuoju socialinių medijų karu istorijoje; Ciuriak (2022) teigia, kad karas Ukrainoje yra ir karas socialinėse medijose, ne tik fronte. Anot autoriaus, tiek Rusija, tiek Ukraina socialinėse naudoja tam tikrus apibūdinimus savo priešų lyderiams, skambias frazes su emocine įkrova, skleidžiami juokeliai kitai pusei pašiepti. Naratyvams skleisti yra pasitelkiami visuomenėje žinomi veidai, klastojami vaizdo įrašai, surandamas ir iš naujo skleidžiamas senas turinys bei pasitelkiamos kitos priemonės (Astuti, Attaymini, Dewi, 2022). Babacan ir Sinan Tam (2022) Turkijoje atliktas tyrimas parodė, kad netikros naujienos karo tematika skleidžiamos, ko gero, abiejų pusių – tiek Ukrainą palaikančių, tiek Rusiją. Nustatyta, kad netikros naujienos daugiausiai sklinda „Twitter“, „Youtube“, „TikTok“, „Facebook“, „Instagram“ platformose. Daugiausia (apie pusę) netikrų naujienų pateikiama video formatu, kita pusė nuotraukų ir teksto formatu. Šių netikrų naujienų turinys gali būti įvairus. Yra teiginių apie rusų karių tariamą sėkmę ar nesėkmę, teiginių, diskredituojančių Ukrainą ar Vakarų sąjungininkus. Visa tai reiškia, kad naudodami socialines medijas kaip šaltinį žurnalistai atsiduria terpėje, kurioje be kita ko veikia ir informacinės Rusijos bei Ukrainos kampanijos.

Nepaisant to, kad socialinės medijos yra šio karo lauko tęsinys, literatūra rodo, kad kartais žurnalistai tiesiog negali išvengti socialinių medijų, kadangi jos yra oficialių pareigūnų, lyderių komunikacijos platforma, kartais vienintelė. Anot Dan Ciuriak (2022), karas Ukrainoje įrodė, kaip stipriai socialinės medijos gali konkuruoti su žiniasklaida. Tiek Rusijos, tiek Ukrainos pareigūnai bei institucijos naudoja socialinėmis medijomis kaip vienu iš pagrindinių bendravimo su

visuomene kanalų, neretai svarbiais pranešimais pirmiausia dalijasi ten, o ne per tradicinius žiniasklaidos kanalus. Todėl išsiplečia žurnalistų sekamas informacijos laukas, o socialines medijas jie sekti iš esmės yra priversti, nepaisant jose esančių pavojų.

Kitas svarbus dalykas, analizuojant socialinių medijų svarbą būtent kare Ukrainoje yra tai, kad socialinėse medijose veikia ne tik pareigūnai ar institucijos, bet ir patys piliečiai (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024), taigi piliečių žurnalistika šiame kare vaidina reikšmingą vaidmenį. Kaip nurodo Grevorgyan (2022), piliečių žurnalistika suteikia galimybę atkreipti dėmesį į dalykus, kuriuos tradicinė žiniasklaida praleidžia. Socialinių medijų vartotojai karo Ukrainoje metu skelbia išskirtinius kadrus iš vietos su asmeniniais išgyvenimais, juokelius, žaismingą politinį/pramoginį turinį, daro transliacijas ir panašiai (Divon, Eriksson Krutrok, 2025). Tyrimai rodo, kad socialinėse medijose karo metu formuojasi vadinamieji karo influenceriai, paprastai turintys platesnį sekėjų ratą, galintys daryti įtaką auditorijai (Divon, Eriksson Krutrok, 2025). Jų ir kitų piliečių sukurtas turinys neretai patraukia žurnalistų akį ir tampa tradicinės žiniasklaidos turiniu. Per socialines medijas būna surandami ir kalbinami ukrainiečiai, žiniasklaidoje naudojamos jų padarytos ir socialinėse medijose paskelbtos nuotraukos ir vaizdo įrašai. Vis dėlto, pastebima, kad lazda čia turi du galus: iš vienos pusės, socialinės medijos puoselėja žodžio laisvę, leidžia žurnalistams sekant eilinių piliečių profilius rasti daug ir įdomių istorijų, iš kitos pusės – dažnai net nėra galimybės jų patikrinti; jos gali būti informacinės kampanijos dalis, melagienos, dezinformacija (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024; Grevorgyan, 2022). Taigi žurnalistai, socialinėse medijose matydami eilinių piliečių įrašus apie karą Ukrainoje atsiduria įtampoje tarp istorijos patrauklumo auditorijai ir patikimumo.

Dar vienas teoriškai reikšmingas momentas karo Ukrainoje atveju – pačių žurnalistų tapimas šaltiniais socialinėse medijose. Kai kurie žurnalistai taip pat pavertė savo paskyras informacijos šaltiniais, kur jie patys dalijasi naujienomis, žiniomis iš šaltinių (Iskoujina, Gnatchenko, Bernal, 2024). Būna atvejų, kai vieno žurnalistų įrašai socialinėse medijose yra cituojami kitų žurnalistų, taigi socialinės medijos išryškėja ir kaip erdvė, kurioje patys žurnalistai gali tapti šaltiniais ir konkuruoti su tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis.

Taigi nors žurnalistai, imantys medžiagą apie karą Ukrainoje iš socialinių medijų, iš esmės dirba stacionariai, prie kompiuterio, tai nereiškia, kad jie nedalyvauja mūšio lauke. Žurnalistai karo Ukrainoje atveju socialinėse medijose susiduria su informacinės kovos procesais. Socialinėse medijose karo Ukrainoje atveju susipina oficiali šalių komunikacija, jų informacinės kampanijos, piliečių žurnalistika ir patikimos informacijos šaltiniai. Tai reiškia, kad žurnalistai dirba ypatingo

sudėtingumo lauke, kur yra reikalingas atidumas ir metodai, padedantys čia kylančias rizikas suvaldyti. Skyriuje pateikiamos teorinės prielaidos suteikia pagrindą analizuoti žurnalistų darbą socialinių medijų lauke konkrečiai karo Ukrainoje tematika. Literatūra taip pat leidžia kelti klausimą, kokį vaidmenį atlieka žiniasklaida, naudodama socialinių medijų turinį auditorijai apie karą Ukrainoje informuoti, kai abiejų pusių komunikacija socialinėse medijose tokia aktyvi ir auditorija pati iš esmės gali susižinoti reikiamą informaciją iš šalių socialinių medijų.

2.5. Būdai, kaip žurnalistai, informuodami apie karą, dorojasi su socialinių medijų keliama iššūkiais

Tai, kad socialinės medijos kelia žurnalistams pavojų, reikalauja jų koreguoti savo darbo principus ir bandyti tų rizikų išvengti. Kaip rodo Lee (2016) tyrimas, kai kurios redakcijos turi nustatiusios oficialias taisykles, kaip darbuotojai turėtų elgtis socialinėse medijose ir kaip dirbti su jų turiniu. Vienas iš labiausiai nerimą redakcijoms keliančių dalykų, kaip rodo tyrimas, yra pavojus suklysti su netikslią informacija, nuotraukomis ar įrašais. Todėl kai kurių redakcijų taisyklėse žurnalistai perspėjami tikrinti visą ten skelbiamą turinį prieš juo dalijantis, konsultuotis su kolegomis ir redaktorais.

Tačiau oficialios redakcijų taisyklės tėra viena pusė. Kasdieninėje praktikoje žurnalistai patys ieško sprendimų, kaip patikrinti socialinėse medijose randamą medžiagą. Sacco ir Bossio (2015) tyrime apklausti žurnalistai pripažįsta, kad konfliktų metu vienas didžiausių iššūkių yra šaltinių ir medžiagos patikimumas. Žurnalistai sako įprastai ieškantys papildomų nepriklausomų šaltinių informacijai patvirtinti. Vis dėlto Lysenko (2024) tyrimas atskleidžia, kad nors didžioji dalis žurnalistų bando medžiagą patikrinti, dalis pripažįsta, kad dėl greičio poreikio tai padaryti ne visada pavyksta. Tyrime nustatyta, kad žurnalistai medžiagą iš socialinių medijų tikrina konsultuodamiesi su kolegomis ar ekspertais, kiti tikrino informaciją su oficialiais šaltiniais, naudodami geolokacines priemones, atvirkštinę vaizdų paiešką kitas vizualinio patikrinimo platformas.

Šias pastangas papildė ir tobulėjančios technologinės galimybės. Dodds, Zamith, Lewis (2025) tyrime, nors ir nesusijusiame su žurnalistų darbu būtent karo metu, teigiama, kad žurnalistai be kita ko medžiagos, informacijos tikrinimui, šališkumo mažinimui ir kitiems tikslams jau pasitelkia ir dirbtinį intelektą.

Vis dėlto žurnalistų iššūkiai nesibaigia vien tik informacijos patikra. Kaip jau minėta anksčiau, žurnalistai dėl socialinių medijų turi dirbti greičiau, nes ilgai tikrindami medžiagą gali prarasti auditoriją. Divon ir Eriksson Krutrok (2025) pabrėžia, kad socialinių medijų vartotojai dažnai konkuruoja su tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis, pateikdami socialinių medijų vartotojams patrauklų turinį, neretai turintį potencialo plačiai ir greitai plisti. Sacco ir Bossio (2015) tyrimo metu nustatė, kad šią konkurenciją žurnalistai iš esmės apžaidžia tik stebėdami socialinių medijų turinį ir svarbią informaciją pateikdami su reikalingu kontekstu, paaiškinimais, stengdamiesi atmesti subjektyvumą. Taip žurnalistai iš dalies išsaugo savo vartų saugotojos funkciją – tikrina socialinėse medijose skleidžiamą informaciją, prideda daliai jo vertės, užtikrina kokybę, aktualumą ir tikslumą (Sacco, Bossio, 2015).

Taigi žurnalistai, dirbdami su socialinių medijų turiniu, ieško būdų stiprinti savo profesinius standartus ir ieškoti naujų, efektyvių darbo metodų. Tiek redakcijų, tiek individualių žurnalistų lygmeniu pripažįstama, kad socialinės medijos kelia žurnalistams tokius pavojus, į kuriuos reikia reaguoti. Preliminarios elgesio gairės yra nustatomos kai kurių redakcijų taisyklėse, o patys žurnalistai imasi įvairių tikrinimo įrankių ir verifikacijos praktikų. Ir nors socialinės medijos iš esmės suteikia galimybę auditorijai apeiti tradicinę žiniasklaidą, žurnalistai su šiuo iššūkiu dorojasi kurdami pridėtinę vertę: duodami auditorijai patikrintą informaciją su tinkamu kontekstu.

Apibendrinant teorinę šio darbo dalį, sukonstruota teorija leidžia identifikuoti esminius aspektus, kodėl žurnalistai naudoja socialinėmis medijomis kaip vienu iš pagrindinių šaltinių informuojant apie karą. Iš vienos pusės, žurnalistai vis labiau pasikliauja socialinėmis medijomis informuojant apie karą, nes jos atveria platų šaltinių lauką, greitą informacijos ir kitos medžiagos srautą, naujus būdus pasiekti šaltinius fiziškai nevykstant į mūšio lauką. Tačiau iš kitos pusės, socialinės medijos pačios yra mūšio lauko dalis – jas išnaudoja tiek Ukraina, tiek Rusija savo informacinėms kampanijoms vykdyti. Be to, didžiuliame sraute socialinėse medijose žurnalistai susiduria su dezinformacija, propaganda, rizika papulti į algoritmų burbulus. Tai verčia žurnalistus ieškoti būdų, kaip dirbti su socialinių medijų medžiaga, kuri yra labai svarbi, tačiau išvengti rizikų, kurias ši terpė kuria. Šie aspektai ir padeda pagrindus šio darbo empiriniam tyrimui ir tampa ašimi formuojant klausimyną Lietuvos žurnalistams.

3. Metodologija

Šiame darbe taikomas kokybinis tyrimo metodas – pusiau struktūruoti giluminiai interviu. Šis metodas pasirinktas siekiant išsamiai atskleisti Lietuvos žurnalistų patirtis, naudojamas praktikas, susijusias su socialinių medijų kaip šaltinio naudojimu informuojant apie karą Ukrainoje. Atsižvelgiant į tyrimo tikslą, buvo svarbu ne kiekybiškai išmatuoti tam tikrus žurnalistų darbo reiškinius, tačiau suprasti, kaip patys žurnalistai suvokia savo darbą, su kokiomis įtampomis susiduria ir kaip jas sprendžia. Šis metodas leido suderinti tyrimo kryptingumą su lankstumu, nespaudė žurnalistų į griežtus rėmus ir suteikė galimybę jiems kalbėti apie tai, kas jiems atrodė svarbu, leido jiems patiems akcentuoti svarbiausius aspektus, paaiškinti darbo procesus. Tai labai svarbu tiriant tokias sudėtingas ir dinamiškas praktikas, kaip darbas su socialinėmis medijomis informuojant apie karą.

Klausimynas buvo konstruojamas remiantis teorinėje dalyje išryškintomis temomis. Klausimai suskirstyti į kelis blokus, siekiant išsiaiškinti žurnalistų turimą patirtį dirbant su karo Ukrainoje naujienomis; kaip Lietuvos žurnalistų darbe pasireiškia socialinių medijų kaip šaltinio vaidmuo informuojant apie karą; kokias rizikas ir pavojus socialinėse medijose įžvelgia žurnalistai bei kokiomis strategijomis juos valdo; kaip suvokia savo rolę naudojant socialines medijas kaip šaltinį informuodami auditoriją apie karą Ukrainoje.

Informantų atranka buvo vykdoma taikant tikslinės atrankos principą. Atrinkti bent vienerių metų patirtį dirbant su karo Ukrainoje naujienomis turintys žurnalistai, nuolat arba reguliariai rengiantys publikacijas, reportažus, žinių pranešimus ir kitą turinį žiniasklaidos priemonėms apie karo Ukrainoje naujienas. Siekta maksimalios patirčių įvairovės, todėl į imtį įtraukti skirtingų žiniasklaidos raiškų ir redakcinių modelių atstovai: iš LRT televizijos, radijo ir portalo, TV3 televizijos ir naujienų portalo, televizijos LNK, portalų Delfi, 15min, Lrytas, radijo stoties M-1, naujienų agentūros BNS. Tokia žiniasklaidos priemonių imtis leido apžvelgti ir visuomeninio transliuotojo, ir komercinės žiniasklaidos žurnalistų darbo principus. Žiniasklaidos organizacijos atrinktos pagal auditorijos pasiekiamumą, remiantis „Gamius“ ir „Kantar“ duomenimis (tai negaliojo tik atrenkant naujienų agentūrų atstovą. Buvo kreiptasi į ELTA ir BNS, tačiau su ELTA atstovais susisiekti nepavyko). Atrenkant informantus atsižvelgta ir į jų darbo pobūdžio skirtumus: imtyje yra devyni portalų žurnalistai, trys televizijos, du radijo, vienas naujienų agentūros. Šeši iš informantų yra skyrių savo redakcijose vadovai. Du iš kalbintų žurnalistų yra portalų faktų tikrintojai. Trys iš kalbintų žurnalistų yra dirbę Ukrainoje. Tyrimui būtų buvę vertinga atlikti interviu su daugiau radijo, televizijos ir naujienų agentūrų žurnalistų, tačiau norinčių ir tinkančių

kalbėti rasti daugiau nepavyko. Taip pat buvo svarstoma kalbinti ir laikraščių žurnalistus, tačiau galiausiai šios minties atsisakyta. Laikraščių redakcijos paprastai nesusiduria su spaudimu informaciją skelbti čia ir dabar, jų turinį retai formuoja socialinių medijų srautas, socialinės medijos laikraščiams yra labiau reklamos vieta nei šaltinis. Todėl atsižvelgiant į darbo tikslą, nuspręsta, kad jų indėlis į tyrimą būtų ribotas. Atsižvelgiant į tai, nuspręsta fokusą teikti toms žiniasklaidos priemonėms, kurioms socialinės medijos yra esminis kasdienio darbo elementas. Interviu imtis pasirodė pakankama, kai kurios mintys galiausiai ėmė kartotis. Interviu atlikti nuotoliniu būdu nuspręsta dėl įtempto žurnalistų grafiko, didžiajai daliai informantų toks metodas buvo patogesnis.

Iš viso atlikta 15 interviu, visi jie vyko nuotoliniu būdu, kalbėtasi „Messenger“ arba „Zoom“ platformose. Trys žurnalistai atsakė raštu. Žurnalistams buvo palikta galimybė komentuoti anonimiškai, taigi du informantai norėjo likti anonimiški, vienas leido įvardinti jo pareigas, tačiau prašė neminėti vardo ir pavardės. Interviu vyko nuo 2025-10-03 iki 2025-12-01. Pokalbių vidutinė trukmė – 35 minutės ir 44 sekundės.

Atlikti interviu transkribuoti, koduoti remiantis Saldana (2013) kodavimo vadovėliu. Analizė vyko keliais etapais. Interviu pirmiausiai perskaityti, juose buvo sužymėti pirminiai įspūdžiai, pažymėtos pasikartojančios temos ir potėmės, pažymėtos tyrimui vertingos citatos, kurias būtų galima įdėti į darbą jį iliustruoti. Kodavimas vyko ir dedukciškai, informantų atsakymuose pastebint teorinės dalies atspindžių, ir indukciškai, atsižvelgiant į naujas informantų mintis. Pastabos sužymėtos interviu metu išryškėjusiais kodais, pavyzdžiui, „greitis“, „didelis medžiagos kiekis“, „socialinių medijų grėsmės“, „žurnalistų funkcijos“ ir pan. Antru etapu šie kodai sugrupuoti į didesnes rinkinius. Pavyzdžiui, į grupę „socialinių medijų kaip šaltinio teikiamos galimybės žurnalistams informuojant apie karą Ukrainoje“ nugulė tokie kodai kaip „greitis“, „galimybė bendrauti“, „didelis medžiagos srautas“, „medžiaga iš vietos nebūnant vietoje“, „galimybė sekti įvykius“, „socialinės medijos kaip tikrinimo vieta“, „nuojauta“, „apsaugos priemonė“. Ieškota dažniausiai pasikartojančių žurnalistų minčių, pasikartojančioms mintims teiktas prioritetas rašant darbo empirinę dalį, tai yra, jos atsidūrė teksto viršuje kaip didžiausios svarbos.

Tyrimo metodas turėjo tam tikrų ribotumų. Pirmiausia, tyrimo metodas neleidžia generalizuoti rezultatų ir daryti išvadas apie visų Lietuvos žurnalistų darbo principus. Antra, informantų atranka lėmė, kad tyrime dalyvavo didelę patirtį turintys žurnalistai, tačiau svarbu pažymėti, kad redakcijose dirba įvairių žmonių, su karo Ukrainoje naujienomis gali tekti dirbti ir nebūtinai ilgametę patirtį sukaupusiems žurnalistams. Dėl žmogiškųjų priežasčių redakcijose kartais dirbti su karo naujienomis gali tekti ir kitų krypties žurnalistams, neturintiems jokios patirties karo Ukrainoje

temomis. Trečia, kadangi tyrimas remiasi žurnalistų savirefleksija, informantai galėjo labiau akcentuoti bendruomenėje priimtinas praktikas, mažiau kalbėti apie savo klaidas ir vengti jas pripažinti. Ketvirta, trys informantai į tyrimo klausimus atsakė raštu, o tai galėjo paveikti duomenų gylį. Rašytiniai atsakymai buvo trumpesni, labiau apgalvoti ir toks interviu būdas neleido užduoti papildomų klausimų eigoje.

4. Socialinių medijų kaip šaltinio vaidmuo Lietuvos žurnalistų darbe nušviečiant karą Ukrainoje nuo 2022 metų

4.1. Socialinių medijų reikšmė ir funkcijos žurnalistų darbe

Nors socialinėmis medijomis kaip šaltiniu Lietuvos žurnalistai naudojami dar prieš karo Ukrainoje pradžią, dėl plataus masto invazijos socialinių medijų svarba tik augo. Tyrimo duomenys rodo, kad nors socialinės medijos nėra pagrindinis šaltinis, tai yra vienas svarbiausių Lietuvos žurnalistų įrankių informuojant apie karą Ukrainoje. Socialinės medijos naudojamos ir tiesiogiai kaip medžiagos šaltinis, ir kaip vieta, kurioje žurnalistai susipažįsta su naujienomis bei jas seka. Žurnalistai ir toliau remiasi visais tradiciniais šaltiniais – naujienų agentūromis, kitomis žiniasklaidos priemonėmis, valstybės institucijų komunikacija, bendrauja su ekspertais ir kitais šaltiniais, tačiau socialinės medijos leidžia įvykius sekti operatyviau, leidžia pasiekti medžiagą, kuri tradiciniuose šaltiniuose nėra pateikiama, leidžia bendrauti su pašnekovais. Dauguma tyrime dalyvavusių žurnalistų pripažįsta, kad socialinės medijos tapo kasdieniu ir sunkiai išvengiamu darbo įrankiu.

Žurnalistai medžiagos apie karą Ukrainoje paieškai ir sekimui dažniausiai naudojami „Telegram“, „Facebook“, „X“, „Youtube“, „Truth Social“ (tik Donaldo Trampo pasisakymams sekti), „Instagram“, „TikTok“ platformomis. Svarbiausia yra „Telegram“, „TikTok“ naudoja tik faktų tikrintojai.

Pagrindinis dalykas, kodėl socialinės medijos tapo tokios svarbios žurnalistų darbe, yra jų greitis, tai yra, kaip greitai informacija, nuotraukos ar vaizdo įrašai ten pasirodo. Būna atvejų, kai pranešimai apie tam tikrus įvykius kare socialinėse medijose pasirodo gerokai greičiau nei tradiciniuose šaltiniuose. Tradiciniai šaltiniai užtrunka ir tas vėlavimas nėra minučių ir kartais net ne valandų klausimas – vėluojama gali būti net dienomis.

„Kai reikia informacijos, greičiausiai ją gauni būtent iš soc. tinklų, kai reikia patikimumo ir patvirtintų duomenų – iš patikimų žiniasklaidos priemonių“, – sako tv3.lt užsienio skyriaus redaktorius Andrius Jakimčuk.

„Jeigu tu nori turėti šviežiai, tu nelauksi dviejų dienų, kol didžioji agentūra, pervariusi visus savo filtrus įsidės“, – sako TV3 žurnalistas Vytautas Dovydaitis.

Greičio poreikis ypatingai didelis internetinių naujienų portalų redakcijose, kur naujienos yra skelbiamos realiuoju metu. Portalų žurnalistų greitis yra viena sudedamoji to, kuris portalas laimės. Svarbi kiekviena sekundė, todėl portalų, ypač komercinių, žurnalistų darbe, socialinės medijos labai vertingos dėl greičio.

Dar vienas svarbus socialinių medijų privalumas žurnalistams yra galimybė pasiekti kariaujančią šalį fiziškai ten nevykstant. Socialinės medijos leidžia žurnalistams gauti išskirtinio turinio iš vietos, jį iš ten skelbia tiek oficialios šalių institucijos ar pareigūnai, tiek vietos gyventojai ar kariai.

„Pavyzdžiui, jeigu šiąnakt Rusija atakavo Ukrainą, eini į „Telegram“ ir žiūri Valstybinę nepaprastųjų situacijų tarnybą. Ten randi nuotraukas, gali ten rasti video“, – sako 15min.lt žurnalistė Viktorija Samarinaite.

„Kartais galima pamatyti visišką inside iš fronto. Jei seki tam tikras paskyras, ten bus ir Ukrainos karių, kurie kartais *pasharina* dalykų, kurių *nesharina mass media*, didesni portalai. Tai padeda susidaryti platesnį vaizdą“, – sako Lrytas.lt užsienio skyriaus redaktorius.

Vaizdinė medžiaga, kuri yra skelbiama socialinėse medijose, ne tik praturtina žurnalistų pranešimus, bet kartais apskritai yra vienintelis tokios medžiagos šaltinis.

„Jeigu nebūtų, pavyzdžiui, socialinio tinklo ar platformos, kaip ją pavadinti, „Telegram“ ir aš nematyčiau vaizdo medžiagos, kurią žurnalistai rado ten, tos bendruomenės pasidalintą įrašą, tai aš jo neturėčiau paprasčiausiai“, – aiškina TV3 žurnalistas V. Dovydaitis.

Nuotraukų ar vaizdo įrašų portalų žurnalistams dažnai net nereikia parsisiųsti. Medžiagą jie gali *embedinti* portaluose. Įdėjus *embedą* į straipsnį, jame auditorijai atvaizduojamas ir šaltinis, ir tas vizualus turinys. Tai yra labai patogiu ir greitai, žurnalistams nereikia gaišti laiko rūpinantis, kas vaizdo įrašą redakcijoje sukels į vidines sistemas. Televizijos žurnalistams medžiagą iš socialinių medijų reikia parsisiųsti. Radijo žurnalistai ją naudoja rečiau. Radijo žurnalistai kartais naudoja

pareigūnų pasisakymus, juos parsisiunčia iš oficialių kanalų arba oficialių socialinių medijų paskyrų.

„Socialiniai tinklai šiais laikais naudojami ir transliacijoms tam tikrų renginių, ir spaudos konferencijų, ir konferencijų, ir kažkokių tarptautinių įvykių transliacijoms. Tai tokiu atveju mes ten tą garsą panaudojame, kai jis yra iš oficialaus kažkokio šaltinio, nes ne tik žmonės turi, bet turi ir oficialios institucijos tuos socialinius tinklus. Tai tokiu atveju mes jį naudojame, bet šiaip radijui negaliu pasakyti, kad tai yra vienas iš pagrindinių šaltinių socialiniai tinklai dėl garso būtent. Prioritetą mes teikiame savo pačių pakalbinimui ir savo pačių sinchronams vadinamiesiems, reiškia, žmonėms, kurie yra pakalbinti, kur mes tikrai žinome, kad mes paskambinome tam žmogui, o nėra imituotas dirbtinio intelekto tas balsas ar panašiai“, – sako M-1 informacijos tarnybos vadovė Aurelija Gintautaitė.

Trečia svarbi galimybė, kurią žurnalistams suteikia socialinės medijos, yra prieiga prie įvairių šaltinių vienoje vietoje. Socialinėse medijose žurnalistai seka labai daug skirtingų paskyrų, dominuoja ukrainiečių paskyros. Žurnalistai seka įvairius Ukrainos pareigūnus nuo šalies prezidento iki karinių sričių administracijų vadovų, taip pat seka Ukrainos esamų ir buvusių politikų, institucijų, tarnybų ir ukrainiečių žiniasklaidos priemonių paskyras socialinėse medijose. Sekami ir rusų pareigūnai, politikai, tarnybos, turinčios paskyras socialinėse medijose. Žurnalistų sekami nepriklausomi rusų kanalai socialinėse medijose: „BBC Russian“, „The Moscow Times“, „Astra“, „Agentstvo“, „Bild Russian“, „Meduza“, „The Bell“ ir kiti, rusų kanalai: TASS, „Baza“, „Niusač“, „Readovka“, „Mash“, „Vojennyj osvedomitel“, baltarusių, taip pat skelbiantys su karu Ukrainoje susijusias naujienas: „Zerkalo“, „Nexta“. Sekamos žinomų pasaulio žiniasklaidos priemonių paskyros. Išskiriamas vienas kanalas „Telegram“ – „Clash Report“, operatyviai skelbiantis viso pasaulio naujienas. Žurnalistai socialinėse medijose taip pat seka konkurentus Lietuvoje, lietuvių politologus, stebėtojus, tai leidžia auditorijai greitai patekti ekspertų vertinimus, o žurnalistams pasisemti temų idėjų, pamatyti dalykus, kurių jie galbūt nepastebėjo.

„Pavyzdžiui, dažniausiai, jeigu atsidarei kažkokias Vakarų žiniasklaidos priemones, tavęs nelabai pasiekia informacija iš tų, pavadinkim, žemesnio rango pareigūnų. Bet, jeigu, pavyzdžiui, įvyksta kokios atakos, būtent tie žemesnio rango regioniniai pareigūnai, vadovai sričių, karinių administracijų, gali pateikti labai daug reikalingos informacijos ir gali padėti kažką patikslinti“, – sako LRT Radijo žurnalistė Ieva Balseiūnaitė.

Dar viena socialinių medijų galimybė žurnalistams – galimybė susisiekti su socialinių medijų vartotojais. Taip žurnalistai gali užmegzti tiesioginį kontaktą su Ukrainos gyventojais, kariškiais ir pan. Bendrauti su rusais per socialines medijas sunkiau, kadangi kai kurios socialinių medijų platformos Rusijoje yra užblokuotos, tai nedaroma. Vis dėlto bendrauti per socialines medijas su šaltiniais žurnalistams prireikia gana retai, tai daro nebent išsamius autorinius straipsnius ar reportažus rengiantys žurnalistai, o ne tie, kurių darbas yra operatyviai pranešti svarbiausias naujienas.

Dar vienas svarbus dalykas yra tai, kad socialinės medijos žurnalistams gali pasitarnauti kaip informacinio srauto stebėsenos vieta. Kai kurie žurnalistai socialines medijas naudoja kaip tam tikras suvestines, tam tikrą monitoringo įrankį, kur galima vienoje vietoje rasti atrūšiuotą informaciją būtent apie karo Ukrainoje įvykius. Žurnalistai yra atsirinkę tam tikrus kanalus socialinėse medijose, kurie dalijasi ir svarbiausiais oficialiais šalių pranešimais, ir dalijasi straipsniais, kuriuos rašo žinomi pasaulio portalai, ir dalijasi pareigūnų interviu, ir t.t. Patogiausios tokiam stebėjimui platformos tam yra „Telegram“ ir „X“. Pavyzdžiui, „Telegram“ žurnalistas gali pasirinkti kanalus, kuriuos nori sekti.

„Nėra poreikio tiesiog rankioti kažkokias informacijos nuotrupas soc. tinkluose ir skęsti informaciniame triukšme, kai yra įrankis, leidžiantis gauti informaciją glaustai ir vienoje vietoje. <...> „Telegram“ veikia kitu principu – čia atsirenki sklaidos kanalus, kurie tau aktualūs, o ne algoritmai už tave parenka, kas tau turėtų būti įdomu“, – sako [tv3.lt](https://www.tv3.lt) užsienio skyriaus redaktorius Andrius Jakimčuk.

Panašiai galima naudoti ir „X“ platformą (buvęs „Twitter“), nors ją Lietuvos žurnalistai kaip monitoringo įrankį naudoja gerokai rečiau. Šioje platformoje žurnalistai gali pasidaryti sąrašą profilių, kuriuos norėtų sekti ir tame sąraše jie gali rasti minėtų profilių įrašus chronologine seka.

„Naudojame funkciją, kur pats gali susidaryti savo *listą* su leidiniais ar žmonėmis, kuriuos subscribini. Tada tau meta visą jų turinį laiko skalėje. Tai yra labai naudinga, nes nieko nepraleidi. Panašiai kaip „Telegrame“, tik ten turi eiti per kiekvieną atskirą kanalą, tai mažiau patogus“, – sako [lrt.lt](https://www.lrt.lt) užsienio skyriaus redaktorius Andrius Balčiūnas.

Nors žurnalistai nesidalija absoliučiai visuo, kas skelbiama socialinėse medijose, vyrauja įsitikinimas, kad socialinės medijos padeda žurnalistams nepasimesti įvykiuose. Socialinės medijos yra patogi vieta jiems vienoje vietoje pamatyti svarbiausias naujienas.

„Mūsų žmogui gal ir nereikia jam tiek tos informacijos, bet tai nereiškia, kad aš neturiu jos matyti rašydamas temą. Aš juk sau vaizdą turiu susidaryti apie tai, kas vyksta, aš turiu žinoti, kas vyksta. Aš dienos eigoje, gale galiu greičiau pasiruošti kažkokiam tai įvykiui“, – aiškina TV3 žurnalistas V. Dovydaitis.

Iš to atsiranda ir dar viena ryški socialinių medijų teikiama galimybė žurnalistams, dirbantiems su karo Ukrainoje temomis, – galimybė numatyti įvykius. Socialinių medijų stebėjimas leidžia žurnalistams pasiruošti galimiems įvykiams ir numatyti darbus kelis žingsnius į priekį. Pavyzdžiui, socialinėse medijose pasirodžius informacijai, kad rusai į Ukrainą paleido raketą ar dronus, žurnalistai gali iš anksto numatyti, kokio dydžio ataka bus ir pasiruošti kuo greičiau apie ją pranešti. Taip didinamas žurnalistų operatyvumas, auditorija gauna šviežiausią įmanomą informaciją.

„Sakykim, jeigu raketų antskrydis ar oro antskrydis Ukrainoje, pirmiausiai sužinosi iš socialinių tinklų, „Twitter“ ir panašiai. Greičiausiai, tai bus ir pirma vieta, kur tu pamatysi rezultatus ir gali spręsti, kiek rimta tai yra. Jeigu dirbi vakarinėje pamainoje ir pradedi matyti kažkur „Twitter“, kad žmonės pradeda rašyti, kad „Shahedai“ atskrenda, tu gali jau susidaryti tam tikrą įspūdį ir gali svarstyti, *okei*, ar man čia pradėti ruošti pranešimą, ar ne. Jeigu žinai, kad prasideda didelė ataka, tai greičiausiai bus ir aukų. Tu gali pasiruošti ir tada gali greičiau per žinias pranešti jau patvirtintą informaciją“, – sako LRT žurnalistas Augustinas Šulija.

Taigi apibendrinant galima teigti, kad socialinės medijos žurnalistų darbe atlieka kelias pagrindines funkcijas. Pirmiausia, ir svarbiausia, jos tam tikra prasme gali atlikti naujienų agentūros funkciją. Socialinės medijos leidžia žurnalistams greitai gauti informaciją ir operatyviai reaguoti į vykstančius įvykius. Antra, socialinės medijos yra informacinio srauto stebėsenos, monitoringo vieta. Žurnalistai čia vienoje vietoje seka informacinį skirtingų šalių srautą, o tai padeda jiems nepasimesti dideliame naujienų sraute ir pasiruošti galimiems įvykiams. Trečia socialinių medijų funkcija – vaizdo įrašų ir nuotraukų banko funkcija. Socialinės medijos karo Ukrainoje atveju dažnai yra vienintelė vieta, kur žurnalistai gali gauti vizualinio turinio. Ketvirta socialinių medijų funkcija – bendravimo su šaltiniais platforma, tačiau ši funkcija naudojama palyginti retai.

Didžiausia socialinių medijų svarba pastebima portalų žurnalistų darbe. Jų darbas bene dinamiškiausias, naujienos publikuojamos realiuoju metu, vyrauja didžiulė konkurencija ir greičio poreikis, todėl socialinių medijų turinys naudojamas dažniausiai. Daugiau socialinių medijų turinio naudoja komerciniai portalai, lrt.lt – rečiau. Pastaraisiais metais mažiau socialinių medijų turinio

naudoti pradėjo ir lrytas.lt, portalas atstovas sprendimą argumentavo tuo, kad karo Ukrainoje temos nebepritraukia tokio auditorijos dėmesio kaip anksčiau, be to, redakcija nebeturi pakankamai resursų sekti ir tikrinti socialines medijas. Taigi portalų žurnalistai socialinėmis medijomis naudojami dėl visų keturių pagrindinių išvardintų jų funkcijų.

Televizijos žurnalistai socialinėmis medijomis taip pat naudojami dėl visų minėtų funkcijų, tačiau pertransliuojamo turinio iš socialinių medijų kiekis yra gerokai mažesnis. Bene svarbiausia televizijos žurnalistams funkcija yra trečioji – galimybė gauti vaizdinio turinio. Televizijos žurnalistai socialines medijas taip pat seka platesniam kontekstui matyti. Informacija dažniau imama iš agentūrų ar patikimų žiniasklaidos priemonių. Daugiau socialinių medijų turinio naudoja komercinės televizijos, LRT – rečiau. Visuomeninis transliuotojas dažniau medžiagą ima iš agentūrų.

Radijo žurnalistai socialinėmis medijomis taip pat naudojami dėl visų funkcijų, tačiau jų svarba šių žurnalistų darbe yra mažesnė. Radijo žurnalistams svarbios socialinių medijų kaip informacinio srauto monitoringo priemonės, socialinių medijų kaip dalinės naujienų agentūros funkcijos. Tai leidžia radijo žurnalistams tiesiog nepasimesti įvykiuose ir juos sekti, tačiau informaciją dažniau jie ima iš naujienų agentūrų arba reportažus kuria patys. Radijo žurnalistai praktiškai netransliuoja socialinių medijų turinio, todėl jiems socialinių medijų kaip vaizdo įrašų ir nuotraukų banko funkcija yra neaktuali.

Socialinės medijos yra labai svarbios ir Ukrainoje dirbančių lietuvių žurnalistų darbe. Šie žurnalistai taip pat Ukrainą seka socialines medijas, kad suvoktų aktualijas, tačiau savo reportažuose praktiškai nenaudoja jokio socialinių medijų turinio. Kalbinti į Ukrainą vykę žurnalistai sako, kad jų pagrindinis tikslas esant Ukrainoje yra gauti išskirtinio turinio, kurio nebūtų galima rasti socialinėse medijose. Taigi iš esmės jų misija ten vykstant yra ne atspindėti svarbiausias karo naujienas, o parengti „lėto“, gilaus turinio: išskirtinių pasakojimų, interviu ir panašiai. Nepaisant to, socialinės medijos net ir šiems žurnalistams yra neatsiejama darbo dalis.

Pirmiausia, dar planuojant keliones į karo zoną žurnalistai naudojami socialinėmis medijomis tam tikrai informacijai apie padėtį vietoje surinkti. Žurnalistai stebi vietos gyventojų grupes socialinėse medijose, aiškinasi, kam pasiruošti, pavyzdžiui, žiūri, kokie bus keliai, ar įmanoma jais atvažiuoti, domisi, kiek dažnai trūkinėja elektra, ar yra ryšys ir panašiai.

„Jeigu mes važiuojame į tam tikrą vietą, kuri yra pilkojoje zonoje arba arti pilkosios zonos, kur yra grėsmė artilerijos ar dronų smūgių, tai aišku, kad socialiniuose tinkluose bandau surasti

informaciją, kaip vaizdas atrodo ant žemės ten. Ar kažkokie žurnalistai ten buvo, ar vietos gyventojai ten *papostino* vaizdų ar parašo. Ukrainoje kiekvienas miestukas turi savo dar grupę susikūrus, pasižiūri, ką ten žmonės rašo, kas vyksta, kaip atrodo kasdienis gyvenimas, kiek atakų būna, taip toliau. Viena vertus, per ten gali netgi kažkokį kontaktą užmegzti su žmonėmis, jeigu ieškai kažkokių pašnekovų istorijai. Kita vertus, gali susipažinti, kaip vizualiai atrodo. Labai svarbu važiuojant į karo zoną, žinoti, ko tikėtis, ką tu pamatysi, koks bus kelias, ar ten žvyrkelis, ar asfaltuotas kelias. Ar ten užversta kas nors, bombarduota, ar mieste sąlyginai yra infrastruktūra. Tokius dalykus išsiaiškinti, ar elektra bus, ar ne, kiek dažnai ji dingsta, ar yra internetinis ryšys. Dažnai socialiniuose tinkluose, grupėse vietos gyventojų gali susirinkti naudingos informacijos apie kasdienes dalykus“, – sako A. Šulija.

Kaip jau užsiminta citatoje, socialinės medijos vykstant į vietą yra ir svarbi bendravimo platforma. Žurnalistai dar prieš vykdami į Ukrainą gali susirasti būsimų pašnekovų, susitarti dėl interviu. Kontaktais socialinėse medijose su vietiniais žurnalistai gali apsikeisti ir jau būdami vietoje. Vietoje susipažinus su kariais ar kitais žmonėmis, į Lietuvą žurnalistas grįžta turėdamas gana artimą, asmeniškai pažįstamą šaltinį, kuriuo vėliau dirbdamas nuotoliu gali pasitikėti.

„Aš tuo užsiimu jau ne pirmus metus. Tu susipažįsti su tais žmonėmis ir tais pačiais politologais, tais pačiais karo ekspertais, tais pačiais kariais, karininkais ir panašiai. Jie tampa pusiau kaip ir tavo draugai, tiesiog geri pažįstami, kurie žino, kuo tu užsiimi. Jie kartais paprašo paskaityti tave <...>, yra tų įrankių išsiversti. Juo labiau, kai atvažiuoji ne pirmą kartą, jie tave mato, jie tavim pasitiki ir jau bendrauti per socialinius tinklus nebėra problema, tai tapo absoliučiai, absoliučiai įprasta“, – patirtimi dalijasi delfi žurnalistė Ana Daukševič.

Dar vienas svarbus aspektas yra tai, kad socialinės medijos padeda žurnalistams, esantiems Ukrainoje, stebėti pavojaus signalus ir apsisaugoti. Ukrainos tarnybos be kita ko socialinėse medijose skelbia informaciją apie galimas atakas, taigi jas stebėdami žurnalistai gali greičiau pasislėpti nuo atakų.

„Tame pačiame „Telegram“ Ukrainos kariuomenė skelbia informaciją apie artėjančias atakas. Jie nurodo, kokio tipo raketos ar dronai, ar valdomos bombos, ar kas, skrieja link kokios vietos. Tu netgi būdamas Ukrainoje, gauni signalą, išgirsti sirenas, gauni signalą į savo programėlę ir tada „Telegram“ matai pranešimus iš Ukrainos kariuomenės apie tai, link kur skrenda kokie taikiniai. Galima paminėti šį dalyką kaip dar vieną naudojimo būdą“, – sako I. Balseiūnaitė.

Galiausiai po rusų smūgių Ukrainai, žurnalistai vėlgi stebi socialines medijas ir ieško informacijos, kur buvo suduotas smūgis, kad galėtų nuvykti ir nufilmuoti ar nufotografuoti įvykio vietą.

„Puikiai atsimenu atvejį, buvome Slovjansko mieste, girdi, kad miestą bombarduoja, tai iš karto ieškai informacijos socialiniuose tinkluose, kur pataikė, kas pataikė ir t.t. Gali kažkaip vertinti situaciją. Galų gale, jeigu nori kažką užfiksuoti, eiti į įvykio vietą, tau reikia žinoti, kur įvyko“, – pasakoja A. Šulija.

Esantiems vietoje žurnalistams socialinės medijos yra priemonė bendrauti, užmegzti ryšius, padeda apsisaugoti.

Taigi tyrimo duomenys patvirtina teorinėje dalyje aprašytą tendenciją, kad socialinės medijos karo kontekste tampa reikšmingu darbo įrankiu. Kaip ir teigiama anksčiau atliktuose tyrimuose, socialinės medijos suteikia žurnalistams prieigą prie informacijos, vizualinės medžiagos iš įvairių šaltinių, leidžia patogiai vienoje vietoje atlikti informacijos srauto stebėseną ir taip tam tikra prasme kompensuoti ribotus redakcijų resursus. Ypatingai vertinamas vizualinis turinys – vaizdo įrašai ir nuotraukos. Kita vertus, tyrimas atskleidė tam tikrus niuansus, kurie teorijoje buvo aptariami gana abstrakčiai. Nors literatūroje pabrėžiama socialinių medijų reikšmė žurnalistų darbui su karo Ukrainoje naujienomis, šio tyrimo duomenys rodo, kad ta reikšmė yra skirtinga priklausomai nuo žiniasklaidos organizacijos rūšies. Portalų žurnalistams socialinės medijos yra kasdienis darbo instrumentas, tai glaudžiai susiję su greičio poreikiu dėl konkurencijos. Tuo pačiu metu televizijos žurnalistams itin svarbus socialinių medijų vizualinis turinys, o radijo žurnalistams socialinės medijos labiau padeda atlikti naujienų srauto stebėjimo funkciją. Šie skirtumai teorijoje nėra išskleidžiami taip aiškiai, kaip pavyko išskirti tyrimo metu.

Visos skyriuje aprašytos socialinių medijų suteikiamos galimybės žengia su tam tikrais pavojais. Didžiulis informacijos srautas socialinėse medijose, dėl jų kylantis greičio poreikis, dirbtinio intelekto tobulėjimas ir propagandos strategijos kelia pavojų profesionaliai žurnalistikai.

4.2. Socialinių medijų keliamos rizikos žurnalistams

Nors socialinės medijos žurnalistams yra neišvengiama ir daug galimybių atverianti darbo dalis, kartu tai yra ir labai sudėtinga bei pavojinga aplinka. Karo Ukrainoje kontekste socialinės

medijos veikia kaip informacinio karo frontas, kur šalia žurnalistams reikalingos medžiagos cirkuliuoja ir bandymai manipuluoti, propaganda, netikslė informacija. Visi tyrime dalyvavę žurnalistai pripažįsta socialinėse medijose susiduriantys su vienokiomis ar kitokiomis grėsmėmis.

Viena iš dažniausiai žurnalistų socialinėse medijose tykančių grėsmių yra įvairaus tipo netikslė informacija ir be konteksto pateikiamas turinys. Dažnai skelbiamos informacijos nuotrupos, teiginiai be šaltinių. Taip pat būna atvejų, kai socialinėse medijose skelbiami vaizdai teigiant, kad jie yra iš vieno konkretaus įvykio, tačiau vėliau paaiškėja, kad ta vaizdinė medžiaga iš tikrųjų yra sena ar visai nesusijusi su tuo įvykiu. Visa tai didina riziką netyčia dezinformuoti auditoriją.

„Pavyzdžiui, iš konkurentų prisimenu vieną tokių ryškų, nepasakosiu apie konkretų, pas ką ir kaip. Ten buvo reportažas tiesiog pradėtas nuo vaizdo, kuris buvo ne iš ten, o jeigu iš ten, buvo visai kito laikotarpio, buvo pačių ukrainiečių sprogdinta, kad rusai nepraeitų. Visiškai kita situacija, nebuvo uždėta, kad tai archyvas, nebuvo paminėta, kad štai taip, kaip kadaise“, – sako V. Dovydaitis.

Antra grėsmė yra tai, kad socialinėse medijose vyksta informacinis karas tarp Rusijos ir Ukrainos, žurnalistai susiduria su informacinėmis abiejų šalių operacijomis. Į jas įsitraukia ir oficialūs šalių kanalai, todėl tokią informaciją patikrinti gali būti tiesiog neįmanoma. Paklausti apie tai, kurios šalies informacinių kampanijų pastebi daugiau, žurnalistai vienareikšmiškai teigia, kad Rusijos. Rusija socialinėse medijose skleidžia naratyvus apie tai, kaip laimi karą, Vakarai ir Ukraina diskredituojami, rusai ukrainiečius vadina naciais, teigia, kad neturėjo kitos išeities, tik pulti. Naudojamos įvairios strategijos, kaip manipuliacijas pateikti kuo realistiškiau.

„Rusijoje atsiranda kažkas, kartais tai vadinama tokiau „karuselės“ principu. Jie pasileidžia *feiką*, tada tą *feiką* išplatina jų kažkokios naujienų agentūros, RT, dar kažkas. Tada juos pacituoja kažkokie šaltiniai, ne tiesiogiai *affiliated*. Tai būna Prancūzijoje, ten dar kažkur. Ne „Russia Today“, bet kažkoks „Foreign Affairs“... Jų sukurtas puslapis, bet užsieny. Tada jie pasiima iš to puslapio ir jau tiražuoja plačiau ir sako, kad žiūrėkit, čia užsienio žiniasklaida rašo, Prancūzijos. Jeigu pasitikėjimas Rusijos žiniasklaida yra svyruojantis, tai užsienio žiniasklaida juk nemeluos. <...> Visa tai *anyway* atkeliauja ar į „Facebooką“ išverčiama ar tame pačiame „Telegram“ atsiduria. Socialinės medijos aš nepasakyčiau, kad jos egzistuoja kažkaip atskirai, jos yra labai integruotos to informacinio lauko dalis“, – pasakoja 15min žurnalistė Margarita Vorobjavaitė.

Vis dėlto apie Ukrainos informacines kampanijas žurnalistai linkę kalbėti mažiau. Užsimenama, kad jų būna, tačiau plačiau kalbėti apie jas žurnalistai nenori, o ukrainiečių veiksmus

įvardinti propaganda žurnalistų bendruomenėje yra vengiama. Didžioji dalis kalbintų žurnalistų yra užėmę akivaizdžiai proukrainietišką poziciją. Apie Ukrainos informacines kampanijas komentavo keletas žurnalistų. Tyrimo metu pastebėta, kad žurnalistai ieško paaškinimų Ukrainos informacinėms kampanijoms, pabrėždami, kad būtent Ukraina buvo užpulta šalis, o šios kampanijos reikalingos šalies piliečių dvasiai ir motyvacijai pakelti bei paramai užtikrinti. Gali būti keliamas diskusinis klausimas, kaip tokia žurnalistų pozicija veikia neutralumo ir objektyvumo siekius.

„Aš prisimenu tokius atvejus karo pradžioje, kur daug kas dalindavosi, kur, pavyzdžiui, istorija apie „Kyjivo vaiduoklį“, kuri buvo išgalvota ir po to, po kurio laiko Ukrainos oficialūs šaltiniai pripažino, kad tai buvo tiesiog gražus sukurtas mitas, kad tai nebuvo vienas asmuo. Tas mitas buvo skirtas visiems pilotams, kurie gynė Kyjivo dangų. Buvo mitas, nežinau, mitas ar tikrovė, kad kažkokia močiutė su agurkų stiklainiu numušė droną“, – garsiausias ukrainiečių kampanijas vardija žurnalistė A. Daukševič.

Tai, kad socialinėse medijose vyksta ir abiejų šalių informacinės operacijos, žurnalistams didina riziką įsitraukti į informacinį karą. Jei netiksli informacija sklinda ir iš oficialių šalių kanalų, žurnalistai turi labai ribotas galimybes tą informaciją patikrinti, tai padaryti gali būti neįmanoma. Kita vertus, kalbinti žurnalistai sako dažniausiai netikrinantys oficialių kanalų pranešimų. Tokiu būdu žurnalistai, nors patys tyrimo metu apie tai nekalbėjo, gali tapti informacinio karo dalimi.

Trečia socialinių medijų keliama grėsmė žurnalistams informuojant apie karą Ukrainoje – dirbtinio intelekto turinys. Dirbtinis intelektas pastaruoju metu sparčiai tobulėja ir geba generuoti tokius vaizdus, kurių atskirti nuo realybės kartais nebeįmanoma. Dirbtinis intelektas išnaudojamas ir paprastų žmonių, ir propagandistų. Rusija neretai dirbtinio intelekto turiniu siekia diskredituoti ukrainiečius. Kyla rizika, kad žurnalistai dirbtinio intelekto sukurtu turiniu pasidalins kaip tikru ir tokiu būdu suklaids auditoriją. Žurnalistai pastebi, kad toks turinys plisti pradeda labai specifiskai parinktu metu ir tematika, atsižvelgiant į įvykius Ukrainoje.

„Ukrainoje korupcijos skandalas. Ir štai socialiniuose tinkluose atsiranda vaizdo įrašas kažkokio tai gerai įmitusio žmogaus, stovinčio krūvoje pinigų ant savo lovos. Ir jie klausia, iš kur tu čia tiek pinigų gavai, jis aiškina, aš čia laimėjau loteriją. Ar tikrai? Tikrai. Žodžiu, tas vaizdas atrodo kaip tikras, bet jis buvo padarytas dirbtinio intelekto“, – pasakoja V. Dovydaitis.

Ketvirtas, vienas iš kertinių socialinių medijų keliamų pavojų, apjungiantis visus anksčiau išvardintus, yra greitis. Tai, kad informacija socialinėse medijose plinta labai greitai, kelia spaudimą žiniasklaidai. Žurnalistai taip pat verčiami dirbti greičiau, greičiau dalintis turiniu. Reaguoti reikia

kaip įmanoma skubiau, nes kuo vėliau sureaguos žiniasklaida, tuo daugiau žmonių tą informaciją jau bus pamatę socialinėse medijose, todėl žiniasklaidoje tą patį skaityti nebebus įdomu. Taip žiniasklaida gali prarasti auditoriją.

„Jeigu tu dabar nepaskelbsi, po dviejų valandų ar penkių valandų ta informacija gali visiškai būti niekam nebeįdomi. Daug srauto, tai daug labai sumažėja tos informacijos priėmimas, vertė kažkokiu atžvilgiu“, – pastebi BNS užsienio naujienų skyriaus vadovė Rūta Androšiūnaitė.

Esant greičio poreikiui kyla vidinė žurnalistų dilema: greitai dalintis socialinėse medijose plintančiu turiniu nebūtinai 100 proc. įsitikinus, kad jis tikslus bei galimai suklysti ar palikti savo auditoriją nežinant, kas vyksta socialinėse medijose. Taip, vėlgi, kyla rizika suklysti ir klaidų praktikoje pasitaiko, kai paskelbiama netiksli informacija dėl skubėjimo ar nuovargio. Kai kurie žurnalistai sako, kad nesidalindami visiškai jokia medžiaga iš socialinių medių, bijo, jog neparodys savo auditorijai pilno vaizdo.

„Pasaulis daug ko nemato, kas vyksta ir nesuvokia, kas vyksta vien dėl to, kad yra tam tikri reikalavimai, kurie, aš suprantu, kodėl jie yra reikalingi. Reikia patikrinti tą medžiagą, bet jeigu tu to nepadarai ir to nepadarai su, tarkime, 90 proc. medžiagos, tai tu žmogų aklą palieki, ar tu palieki jį tik su tekstu, ar tu jį palieki nesuvokiantį, kas vyksta iki galo?“ – svarsto V. Dovydaitis.

Būna atvejų, kai žurnalistai atskiria, kad socialinėse medijose plinta tam tikras melas, tačiau vis tiek yra spaudžiami į jį reaguoti, ypač, jei skelbiami teiginiai yra sensacingi. Kai kurie žurnalistai sako netgi iš savo kolegų redakcijose sulaukę spaudimo kuo greičiau dalintis socialinėse medijose plintančia informacija, net jei ji nebuvo tiesa. Tai dar labiau didina riziką suklysti, ypač jei spaudimas gaunamas iš redakcijos vadovų.

„Bene visų žiniasklaidos priemonių Lietuvoje eskaluota tema apie tariamą V. Putino mirtį, remiantis pirminiu „General SVR“ „Telegram“ šaltiniu. Tuomet buvo nemažas vidinis ir redakcinis spaudimas „kažką darytis šia tema“, nes „visi pasidarė ir tai labai populiariu/skaitoma“, – apie tokį atvejį sako A. Jakimčuk.

Spaudimas greitai reaguoti yra toks didelis, kad kartais nereikia nė kolegų užuominų. Užtenka, kad apie socialinėse medijose plintantį turinį praneštų konkurentai, kitos žiniasklaidos priemonės. Jei sureaguoja viena, daugeliu atvejų reaguos ir kitos, nes nereaguojant bus prarasta dalis auditorijos.

„Prasideda tokie dalykai, kad konkurentai įsikėlė, tada jeigu jie įsikėlė, gauni spaudimą, kad ir mums reikia įsikelti, iš karto konkurenciniai žaidimai prasideda. Mums reikia skaičių“, – sako Lrytas.lt užsienio skyriaus vadovas.

Visos išvardintos grėsmės aktualiausios portalų žurnalistams, kur dienos eigoje nugula daugiausiai informacijos apie karą ir egzistuoja spaudimas tą informaciją skelbti kiek įmanoma greičiau.

Taigi socialinės medijos žurnalistams, informuojantiems apie karą Ukrainoje, tampa tiek nepakeičiamu įrankiu, tiek vieta, kurioje jie gali susidurti su daugybe rizikų. Teorinėje dalyje išskirta, kad tos rizikos gali būti netiksli, klaidinanti ar be konteksto pateikiama medžiaga ar netgi didelės informacinės operacijos, vykdomos tiek Rusijos, tiek Ukrainos. Tyrimo duomenys šias teorines prielaidas iš esmės patvirtina – visi kalbinti žurnalistai pripažįsta, kad kasdieniniame darbe susiduria su įvairaus tipo netikslią informacija, informacinėmis kampanijomis. Tyrimas taip pat papildė akademinės literatūros lauką, įnešdamas akademinėje literatūroje mažai aprašytų arba iš viso neaprašytų aspektų. Tyrimo metu nustatyta, kad žurnalistai ypač pavojinga laiko vaizdinę medžiagą, tai dar aktualiau tobulėjant dirbtiniam intelektui, kai juo galima sukurti vaizdus, praktiškai nesiskiriančius nuo realybės. Taip pat iryškėjo torijoje minimas, tačiau taip plačiai neaprašytas socialinių medijų kuriamas spaudimas žurnalistams skubėti. Dėl to, kad socialinėse medijose turinys plinta labai greitai, verčia žurnalistus į tą turinį reaguoti ir tai daryti kiek įmanoma greičiau, o tai didina riziką suklysti. Prie to prisideda ir portalų konkurencija Lietuvoje, kai publikavimo tempą diktuoja ne tik informacijos aktualumas, bet ir tai, kaip greitai tą informaciją paskelbė konkurentai.. Žurnalistai rizikas vertina dviprasmiškai – kaip neišvengiamą kainą už greitį. Skirtingai nei teorijoje, kur akcentuojama atsakomybė ir maksimalus objektyvumas, tyrimo duomenys rodo, kad praktikoje žurnalistai dažnai yra priversti rinktis tarp neviseškai patikrintos informacijos skelbimo arba „pralaimėjimo“ konkurentams. Tai lemia, kad žurnalistai turi rasti būdų, kaip greitai ir efektyviai pritaikyti įvairias informacijos bei vaizdinės medžiagos tikrinimo strategijas.

4.3. Socialinių medijų keliamų rizikų valdymo strategijos

Ieškodami turinio apie karą Ukrainoje socialinėse medijose žurnalistai kiekvieną dieną susiduria su ankstesniame skyriuje minėtomis grėsmėmis. Kiekvienas žurnalistas turi unikalius metodus, kaip tikrina socialinių medijų medžiagą. Daugiausiai tikrinimo priemonių naudoja portalų

faktų tikrintojai. Kiti žurnalistai remiasi keliomis išbandytais strategijomis, o jei patikrinti medžiagos neišeina, žurnalistai savo pranešimuose naudoja tam tikrus saugiklius. Šiame skyriuje aptariama, kokias medžiagos tikrinimo strategijas naudoja žurnalistai ir kaip bando išvengti rizikų, kylančių socialinėse medijose.

Pirmiausia svarbu pažymėti, kad žurnalistai tikrina tikrai ne visą socialinėse medijose rastą medžiagą. Išimtis dažniausiai daroma pareigūnų, tarnybų, institucijų, politikų ir panašaus tipo oficialioms paskyroms. Žurnalistai sprendimą netikrinti šių paskyrų skelbiamo turinio argumentuoja tuo, kad dažniausiai jo patikrinti net neįmanoma, minėtos paskyros yra oficialus minėtų subjektų komunikacijos kanalas. Kartais būna suabejojama oficialių paskyrų skelbiamu turiniu, tačiau tai yra vienetiniai atvejai.

Žurnalistai išskiria skirtingus metodus, kaip yra tikrinama informacija, vaizdo įrašai, nuotraukos ir garso įrašai. Visais atvejais žurnalistai pabrėžia kritinio mąstymo svarbą. Kalbinti žurnalistai tai apibrėžia kaip abejojimą visu socialinių medijų turiniu, jo kvestionavimą, bandymą matyti platesnį kontekstą, griežtą argumentų vertinimą, bandymą atskirti faktus nuo nuomonių, tiesą nuo melo ir manipuliacijų.

Informacijai tikrinti, kitaip nei vaizdo įrašams ar nuotraukoms, dažniausiai nenaudojamos jokios programos. Tikrinimas vyksta „rankiniu“ būdu. Žurnalistai pastebi, kad socialinėse medijose informacija dažnai plinta be šaltinio, todėl susirasti pirminį šaltinį, išsiaiškinti, iš kur ta informacija yra atėjusi, yra pirmas žingsnis. Tuomet, kai aiškus pirminis šaltinis, sprendžiama, ar juo galima pasitikėti. Jeigu šaltinis yra oficialus, informacija skelbiama. Jeigu žurnalistui kyla įtarimas, informacija tikrinama papildomai. Žurnalistas patvirtinančios informacijos gali ieškoti kituose oficialiuose kanaluose, gali kreiptis į institucijas, pareigūnus ar savo šaltinius dėl patvirtinimo ar paneigimo. Jeigu informaciją skelbia privatus asmuo, gali būti su juo susisiekiama, užduodami papildomi klausimai. Kartais gali būti naudojamas dirbtinis intelektas tam tikrai informacijai patikrinti, tačiau tai yra vienetiniai atvejai Lietuvos žiniasklaidoje. Dirbtinio intelekto gali būti prašoma surasti pirminį šaltinį, priminti kontekstą. Dirbtiniu intelektu nėra 100 proc. pasikliaujama, informacija vėliau vis tiek pertikrinama.

„Su straipsniais, tekstine medžiaga kažkokių ypatingų įrankių skaitmeninių mes nenaudojame. Tiesiog naudojame strategiją, vadinamą *lateral reading* arba šoniniu skaitymu. Medijų informacinio raštingumo sąvoka, nurodanti, kad tiesiog apie vieną šaltinį, kurį mes tikriname, atsiradome daugybę langų (todėl dabar pas mane gazilijonas naršyklės langų atidaryta) ir tada ieškome kituose

šaltiniuose informacijos apie tą šaltinį, kurį mes tikriname. Tai, aišku, vardai, datos, įvykiai, bet kokios nuorodos, kas gali mums padėti. Tai teksto tikrinimas vis dar vyksta labai smarkiai rankiniu būdu“, – sako informantė nr. 2.

Informacijos tikrinimui gali būti pasitelkiamos ir socialinės medijos. Pavyzdžiui, neaiškiame kanale pamačius informaciją, kad kuris nors Ukrainos pareigūnas socialinėse medijose paskelbė apie kokį nors įvykį, žurnalistas gali susirasti, ar toks įrašas tikrai buvo ir kas jame buvo paskelbta.

„Iš principo, jeigu yra kažkoks įvykis ar kažkokia naujiena, ten, nežinau, kalmaras milžiniškas buvo *tipo* išmestas į Palangos paplūdimį, tu puikiai suvoki, kad „Facebooke“ bus tūkstančiai ar milijonai to kalmaro nuotraukų. O jeigu tu matai tas pačias tris nuolat pasikartojančias, kur visi sako, kad žiūrėkit, kas įvyko, greičiausiai neįvyko. Tiesiog“, – sako 15min žurnalistė M. Vorobjovaitė.

Nuotraukų tikrinimui yra naudojami tie patys metodai, kurie yra naudojami ir informacijai tikrinti, tačiau atsiranda ir keletas papildomų. Daugiausia žurnalistų nuotraukų tikrinimui naudoja atvirkštinę vaizdų paiešką, „Google Lens“. Kaip jau minėta, socialinėse medijose gali skliti vaizdai be jokio konteksto arba tie vaizdai gali būti visiškai nesusiję su įvykiu, apie kurį kalbama. Žurnalistai gali iškelti rastą nuotrauką į šią paieškos sistemą ir tokiu būdu sužinoti, kur ta nuotrauka buvo skelbta anksčiau ir kokiame kontekste. Programa jau pateikia ir dirbtinio intelekto sukurtus apibendrinimus, tačiau jais žurnalistai nėra linkę pasitikėti.

„Dabar prie jo pridėtos funkcijos matyti tuos *summary* aprašymus, sukurtus dirbtinio intelekto, kelia didžiulę grėsmę misinformacijos, dezinformacijos plitimui, kadangi *summarizing tool* jis ne pakankamai gerai išvystytas ir labai dažnai pasako tai, ko neturėtų pasakyti ir gali vartotojus klaidinti. Bet faktų tikrintojo darbe, profesionalaus faktų tikrintojo darbe šitas įrankis („Google Lens“ – aut. past.) yra nepamainomas“, – aiškina informantė nr. 2.

Nuotraukų tikrinimui irgi yra svarbios socialinės medijos. Įvykus kokiam nors įvykiui žurnalistas nuotraukos patikimumą gali patikrinti socialinėse medijose ieškodamas kitų to paties įvykio nuotraukų ar vaizdo įrašų. Jeigu tas pats įvykis yra įamžintas kitu rakursu, tikėtina, kad nuotrauka bus patikima.

Tikrinant nuotrauką taip pat įvertinama, ar nuotrauka galėjo būti sugeneruota dirbtinio intelekto. Tam gali būti naudojamas pats dirbtinis intelektas arba programos, skirtos tikrinti vaizdiniam turiniui, ar jis yra sukurtas dirbtinio intelekto ar ne. Žurnalistai vardija šias programas:

aiornot.com, sightengine.com, kartais ir „ChatGPT“. Žurnalistas gali įdėti nuotrauką į dirbtinio intelekto programą ir paprašyti, kad jis įvertintų, ar nuotrauka tikra. Tačiau tai yra vienetiniai atvejai, dažniausiai žurnalistai dirbtinio intelekto nuotraukų tikrinimui nenaudoja. Anot jų, programos daro daug klaidų ir jomis pasikliauti negalima.

Nuotraukų tikrinimui taip pat naudojamos geolokacijos priemonės. Žurnalistai gali tikrinti nuotraukoje matomas geografines detales naudodami „Google Maps“, tikrinti vietovių pavadinimus ar kitas detales nuotraukoje, kurios nurodo vietą, kurioje nuotrauka padaryta. Taip pat atkreipiamas dėmesys į smulkias detales nuotraukoje, pavyzdžiui, kur yra vaizduojamas šviesos šaltinis ir kur matyti šešėlis. Kartais naudojama ir „SunCalc“. Tai yra įrankis, naudojamas dienos paros meto nustatymui pagal šešėlių padėtį vaizdo įrašuose arba nuotraukose. Gali būti žiūrima ir į nuotraukų metaduomenis, kada ir kur failas buvo sukurtas. Tačiau šios priemonės dažniausiai naudojamos faktų tikrintojų, aktualijų žurnalistai dėl greičio poreikio jas naudoja rečiau.

Vaizdo įrašų tikrinimui naudojami visi tie patys anksčiau aprašyti metodai, tačiau taip pat yra ir papildomų. Vaizdo įrašų tikrinimui naudojama bene daugiausiai programų. Jas naudoja tikrai ne visi žurnalistai, daugiausia faktų tikrintojai. „InVID & WeVerify“ programa leidžia išskaidyti vaizdo įrašus į atskirus kadrus ir tuomet tuos kadrus patikrinti vaizdų paieškos sistemose tokiu pačiu principu kaip ir nuotraukas. Tokiu būdu žurnalistas sužino, ar tas vaizdo įrašas jau buvo skelbtas anksčiau ir kokiame kontekste. Ta pati programa leidžia pažiūrėti, ar kadrai nebuvo koreguoti skaitmeniniu būdu. Programoje taip pat veikia optinis ženklų atpažinimas, o tai, anot žurnalistų, labai naudinga funkcija, jeigu jie tikrina kažkokį vaizdo įrašą ir mato užrašus nesuprantama kalba. Dar viena faktų tikrintojų naudojama programa yra „Google NotebookLM“. Čia žurnalistai gali įkelti vaizdo įrašą ir paprašyti, kad įrankis apibūdintų, kas jame vaizduojama, galima prašyti, kad programa atsakytų į tam tikrus klausimus. Žiūrėti ir vaizdo įrašų metaduomenys, kada ir kur įrašas buvo sukurtas. Juos gauti leidžia „InVID & WeVerify“. Kartais naudojamas ir „SunCalc“ įrankis, skirtas dienos paros meto nustatymui pagal šešėlių padėtį vaizdo įrašuose, tačiau įrankis naudojamas labai retai, jį iš esmės pakeitė anksčiau minėtas „Google NotebookLM“.

Įvykinių vaizdo įrašų tikrinimui taip pat gali būti naudojamos ir pačios socialinės medijos, lygiai taip pat, kaip ir nuotraukoms. Žurnalistas įvykinio vaizdo įrašo patikimumą gali patikrinti socialinėse medijose ieškodamas kitų to paties įvykio nuotraukų ar vaizdo įrašų.

Kitas dalykas, į kurį reikia atkreipti dėmesį tikrinant vaizdo įrašus, yra galimybė, kad vaizdo įrašas yra sugeneruotas dirbtinio intelekto. Jei anksčiau, kaip juokiasi žurnalistai, užtekdamo

suskaičiuoti, kiek pirštų turi vaizdo įrašė matomas žmogus, dabar kai kurie vaizdo įrašai jau generuojami taip, kad iš pirmo žvilgsnio sunku atpažinti, jog tai klastotė. Šiuo metu, anot žurnalistų, įtarimas pirmiausia kyla pamačius vaizdo įrašo trukmę. Dirbtinis intelektas kol kas sunkiai generuoja ilgus kokybiškus vaizdo įrašus, todėl dirbtinio intelekto sugeneruoti įrašai dažniausiai yra trumpi, iki 10 sekundžių. Toliau žiūrima, kaip vaizdo įrašė juda fonas, figūra.

„Dažniausiai, jeigu tai yra dirbtinio intelekto kūrinys, mes matysime kažkur tai nenatūralų išsitampymą, tai jeigu juda pašnekovo kaklas, juda ir kažkodėl ir fonas, jeigu juda klubas, juda ir kėdė, tos linijos jos labai smarkiai vis dar yra suklijuotos figūros, kurią mes matome, su fonu“, – sako informantė nr. 2.

Jeigu vaizdo įrašė matyti koks nors oficialus pareigūnas ar politikas, žurnalistai lygina jo oficialius kadrus su tais, kurie tikrinami.

„Pasižiūrima, kaip nuotraukose atrodo tas tikrasis Zelenskis. Jeigu dantys kažkokie keisti... Vis dar žiūrima į detales. Ausys, dantys, akys, kaip žmogus mirksi vaizdo įrašė, visi šie požymiai gali išduoti, kad tai yra dirbtinio intelekto kūrinys“, – teigia informantė nr. 2.

Vaizdo įrašams patikrinti, ar jie tikri, ar sugeneruoti dirbtinio intelekto, gali būti pasitelkiamos dirbtinio intelekto tikrinimo programos (jau minėtos aiornot.com, sightengine.com, „ChatGPT“), tačiau tokie atvejai taip pat vienetiniai.

Garso įrašai tikrinami rečiausiai, bet jeigu reikia tikrinti, tai žiūrima į garso bangas. Stebima, ar yra keistų pasikartojimų tame, kaip garso įrašas padarytas. Anot žurnalistų, natūralus žmogaus balsas būna žymiai mažiau nuspėjamas, labiau nuspėjamas negu dirbtinio intelekto kūrinys.

Svarbu pažymėti, kad tarp žurnalistų išryškėjo stiprūs nesutarimai dėl to, ar medžiagos iš socialinių medijų tikrinimui galima naudoti dirbtinį intelektą. Keli tyrime dalyvavę žurnalistai tame nemato bėdos, tačiau didžioji dalis žurnalistų smerkia tokį naudojimą ir kolegas, naudojančius tokį metodą, vadina neprofesionaliais.

Socialinių medijų turinio tipas	Tekstinė informacija	Nuotrauka	Vaizdo įrašas	Garso įrašas

Naudojama tikrinimo strategija (pagal dažnumą)	Kritinis mąstymas	Kritinis mąstymas	Kritinis mąstymas	Kritinis mąstymas
	Pirminio šaltinio paieška	Pirminio šaltinio paieška	Pirminio šaltinio paieška	Pirminio šaltinio paieška
	Patvirtinimo paieška oficialiuose šaltiniuose	Patvirtinimo paieška oficialiuose šaltiniuose	Patvirtinimo paieška oficialiuose šaltiniuose	Patvirtinimo paieška oficialiuose šaltiniuose
	Bendravimas su šaltiniais, kreipimasis į oficialius organus	Bendravimas su šaltiniais, kreipimasis į oficialius organus	Bendravimas su šaltiniais, kreipimasis į oficialius organus	Bendravimas su šaltiniais, kreipimasis į oficialius organus
	Patvirtinančios medžiagos paieška socialinėse medijose	Patvirtinančios medžiagos paieška socialinėse medijose	Patvirtinančios medžiagos paieška socialinėse medijose	Patvirtinančios medžiagos paieška socialinėse medijose
		„Google Lens“	„Google Lens“	
		Geolokacinės priemonės	Geolokacinės priemonės	
			„InVID & WeVerify“	
		„Google	„Google	

		NotebookLM“	NotebookLM“	
		Metaduomenys	Metaduomenys	
	Dirbtinis intelektas	Dirbtinis intelektas	Dirbtinis intelektas	
				Garso bangų analizė

1. lentelė. Sudaryta autorės Ugnės Paulauskaitės pagal tyrimo medžiagą.

Jeigu ta pati informacija, tos pačios nuotraukos, vaizdo ar garso įrašai būna randami patikimose žiniasklaidos priemonėse, žurnalistai jų papildomai nepertikrina. Gana dažnai pasitaiko, kai žurnalistai dėl ribotų resursų nusprendžia medžiagos iš socialinių medijų neskelbti ir palaukti, kol apie tą medžiagą paskelbs didžiosios užsienio žiniasklaidos priemonės. Tokiu būdu savotiškai nusimetama atsakomybė už galimas klaidas tikrinimo metu. Svarbu pažymėti, kad toks elgesys gali būti pavojingas, kadangi klaidų pasitaikyti gali visiems, net ir populiariausiems.

Jeigu žurnalistas negali patikrinti turinio, bet nori jį skelbti iš karto, į pranešimą įdedami tam tikri saugikliai. Pranešimuose gali atsirasti tokios formuluotės: skelbiama, pranešama, ukrainiečiai/rusai skelbia/praneša, esą, neva, skelbiami vaizdai/informacija. Kartais pranešime gali atsirasti panašūs sakiniai kaip „patikrinti informacijos nėra galimybių“ ir pan. Žurnalistai mano, kad šie saugikliai iš esmės numeta galutinę atsakomybę nuo jų ir galutinį vertinimą susidaryti galimybę palieka pačiai auditorijai.

„Jeigu ir dar liko kažkiek tai abejonių, jie tau pasakys, štai, platinama tokia vaizdo medžiaga, kad neva, esą, ir t.t., pati žinai. Mes sau turime saugiklių užsidėti, bet mes negalime nieko neparodyti, nes žmonės nežinos, kas vyksta. Jie turi matyti, jie turi suprasti, jie turi suvokti“, – sako TV3 žurnalistas V. Dovydaitis.

Redakcijose dažniausiai laikomasi susitarimo abejotinos medžiagos iš socialinių medijų neskelbti, tačiau galutinis sprendimas dėl jos skelbimo ir dėl tikrinimo metodų pasirinkimo galiausiai tenka kiekvienam žurnalistui asmeniškai. Didžioji dalis tyrime dalyvavusių žurnalistų yra linkę skelbti abejotiną medžiagą, tačiau su minėtais saugikliais tekste. Rizikuoti labiausiai linkę

portalų žurnalistai, radijo rečiausiai, o televizijos – priklauso nuo to, ar kanalas komercinis, ar visuomeninis transliuotojas. LRT laikosi pozicijos dažniau skelbti medžiagą, jau profesionaliai patikrintą naujienų agentūrų. Jeigu yra paskelbiama tam tikra medžiaga iš socialinių medijų, o vėliau paaiškėja, kad tai buvo manipuliacija, propaganda, melas, netiksli informacija, dirbtinio intelekto turinys ar neaktualūs vaizdai, žurnalistų reakcija priklauso nuo žiniasklaidos priemonės. Portalų žurnalistai pranešimus skubiai taiso ir pažymi, kad straipsnis buvo koreguotas. Televizijos ir radijo žurnalistai paneigimą turi paskelbti artimiausioje žinių laidoje.

Žurnalistai sako, kad kuo daugiau patirties sukaupia, tuo tikrinimo procesas jiems yra lengvesnis ir greitesnis. Ilgesnė darbo patirtis reiškia, kad žurnalistas yra susidūręs su daugiau naujienų, matęs daugiau medžiagos. Su šia patirtimi auga ir tam tikras intelektualinis kapitalas. Kai kurie žurnalistai sako jau turintys įtarimą, kad medžiaga gali būti netiksli. Daugiau patirties turintys žurnalistai teigia, kad greičiau atskiria dirbtinio intelekto turinį, greičiau gali patikrinti faktus, kontekstą.

Taigi galima teigti, kad socialinėse medijose randamos medžiagos tikrinimas žurnalistams yra papildomų resursų, tam tikrų sugebėjimų, patirties ir kritinio mąstymo reikalaujantis darbas. Tyrimo duomenys rodo, kad žurnalistai taiko skirtingas strategijas skirtingai medžiagai tikrinti, tačiau pagrindiniai principai išlieka tie patys: kritinis mąstymas, pirminio šaltinio nustatymas, patvirtinimo ar paneigimo ieškojimas, papildomos medžiagos ieškojimas tose pačiose socialinėse medijose. Esant poreikiui pasitelkiami papildomi įrankiai. Šie principai iš esmės atitinka teorinėje dalyje aptartas žurnalistų profesinės atsakomybės nuostatas, kur pabrėžiama pirminio šaltinio svarba, patvirtinimo iš kelių šaltinių būtinybė ir kritiškas požiūris į socialinių medijų turinį. Šis tyrimas patvirtina, kad teorinėje dalyje aprašyti metodai nėra vien normatyviniai, bet realiai egzistuoja žurnalistų praktikoje. Matyti, kad daugiausiai priemonių taiko faktų tikrintojai, o aktualijų žurnalistai, dirbantys su skubiomis naujienomis, dažniau remiasi keliomis patikrintomis strategijomis. Tyrimas taip pat atskleidžia teorijoje neaprašytą žurnalistų darbo ypatybę, kad dalis žurnalistų skelbia ne iki galo patikrintą turinį į pranešimus įdėdami tam tikrus saugiklius – formuluotes ar sakinius, pabrėžiančius, kad žurnalistas nėra 100 proc. įsitikinęs, kad medžiaga autentiška. Toks žurnalistų elgesys rodo tam tikrą atotrūkį nuo teorijoje akcentuojamo maksimalaus objektyvumo siekio ir praktikoje egzistuojančių darbo sąlygų, kurias neretai diktuoja greičio būtinybė, konkurencija ir didelis naujienų srautas. Skirtingai nei teorijoje, kur tikrinimas apibrėžiamas kaip nuoseklus ir išsamus procesas, praktikoje jis yra gana greitas ir reikalaujantis tam tikrų kompromisų. Tyrimas atskleidžia, kad tikrinimo kultūra redakcijose nėra vienoda. Nors

egzistuoja bendras teorijoje, įstatymuose ir etikos kodeksuose pabrėžiamas siekis vengti abejotinos medžiagos, galutinis sprendimas galiausiai tenka priimti pačiam žurnalistui asmeniškai. Tyrimo duomenys taip pat papildė teoriją tuo, kad žurnalistai, svarstydami, ar tam tikrą socialinių medijų turinį reikia tikrinti ar ne, remiasi ne tik formaliais reikalavimais, bet ir profesine patirtimi, savo intuicija. Šis aspektas akademinėje literatūroje aptariamas retai, tačiau tyrimo rezultatuose išryškėja kaip reikšminga praktinio žurnalistų darbo ypatybė. Visos šios su socialinėmis medijomis kaip su šaltiniu dirbančių žurnalistų darbo praktikos rodo, kad žurnalistams tenka ne tik informavimo, tikrinimo ir atrinkimo funkcijos, bet ir aiškinimo, įkontekstinimo bei kitos. Kitame skyriuje aptariama, kaip socialinės medijos veikia žurnalistų funkcijas informuojant apie karą Ukrainoje.

4.4. Žurnalistų funkcijos ir vaidmuo informuojant apie karą Ukrainoje naudojant socialines medijas

Teorinėje dalyje buvo išskirtas sąrašas funkcijų, kurias žurnalistai turi atlikti. Nors teorinėje šio darbo dalyje žurnalistų funkcijos buvo pristatomos kaip pamatinis analizės atskaitos taškas, empirinėje dalyje šis aspektas yra aptariamas pabaigoje, apibendrinančiajame etape. Toks sprendimas pasirinktas sąmoningai. Tyrimo duomenys rodo, kad tai, kaip žurnalistai suvokia savo vaidmenį ir funkcijas, kyla iš jų kasdienio darbo praktikų: stebint viešąją erdvę, matant, kas aktualu auditorijai, realybėje susiduriant su rizikomis. Todėl žurnalistų funkcijų ir vaidmens analizė empirinėje dalyje tampa ne pradiniu, o apibendrinančiu sluoksniu, leidžiančiu reflektuoti, kaip praktika formuoja žurnalistų profesinį savęs suvokimą. Tyrimo metu pavyko nustatyti, kad socialinės medijos žurnalistams, informuojantiems apie karą Ukrainoje, kai kurias funkcijas įvykdyti padeda, tačiau kai kurios funkcijos dėl socialinių medijų netenka prasmės ar nyksta.

Žurnalistų pagrindinis darbas yra informuoti žmones apie įvykius, vykstančius Ukrainoje. Tai teorinėje dalyje buvo įvardijama kaip informacinė funkcija. Tyrimo duomenys rodo, kad žurnalistai seka socialinių medijų srautą tam, kad pastebėtų svarbiausius įvykius, o juos nušviesti socialinės medijos padeda kokybiškiau ir greičiau, todėl ir šią funkciją žurnalistams atlikti paprasčiau. Vis dėlto akivaizdu, kad tą pačią medžiagą socialinėse medijose gali pasiekti ir bet kuris eilinis žmogus, todėl socialinių medijų kontekste auga kitų žurnalistų funkcijų vaidmuo. Pavyzdžiui, aiškinamoji žiniasklaidos funkcija ir vartų saugotojų vaidmuo. Tyrimo metu nustatyta, kad žurnalistai į šias funkcijas žiūri labai rimtai ir yra įsitikinę, kad būtent jų atlikimas žiniasklaidą skiria nuo socialinių medijų srauto. Žurnalistai siekia paaiškinti socialinių medijų turinį, suteikti ekspertų įžvalgų apie tai. Nors žurnalistai nebegali sustabdyti, kokia medžiaga apie karą Ukrainoje sklis socialinėse medijose, tai yra, nebegali tiesiogiai įvykdyti savo vartų saugotojų vaidmens, tačiau į turinį reaguoja

suteikdami žmonėms tinkamą paaiškinimą, kad jie nepasiklystų informacijos platybėje, juos perspėja apie plintančias manipuliacijas, netikslią informaciją.

„Apie Ukrainą buvo viskas labai paprasta ir dažniausiai reikia reaguoti labai greitai, nes, visų pirma, tai yra aktualija, visų antra, tikslas to *disclaimerio* ir to darbo, kurį darai, yra užkirsti kelią tos dezinformacijos plitimui. Išmoksti labai operatyviai reaguoti, tai dažniausiai, tą pačią dieną pasirodo *feikas* ir tą pačią dieną, toks tikslas yra, kad tą pačią dieną atsirastų *fact checkas*“, – sako 15min žurnalistė M. Vorobjavaitė.

Galima išskirti dar vieną, teorijoje neaprašytą, tačiau tyrimo metu žurnalistų ne kartą išskirtą naują funkciją – įkontekstinimą. Žurnalistai pastebi, kad socialinėse medijose skelbiama medžiaga dažnai būna pateikiama be jokio konteksto, todėl žurnalistai visada siekia suteikti jai tinkamą kontekstą.

„Pasakysiu kaip pavyzdį. Suomijos gynybos ministras pasako, kad Rusija pereina į antrą stadiją ir po karo Ukrainoje puls NATO. Kai tu pamatai tik tokius du sakinius, automatiškai tai gąsdina. Bet kai paskaitai platesniam kontekste, matai, kad ten buvo Rammsteino kontaktinės grupės susitikimas, kalbėjo visi apie dabartinę padėtį. Amerikiečiai siūlė visiems prisijungti prie iniciatyvos ir nupirkti ukrainai ginklų. Kontekstas labai svarbu. Man atrodo, dažnai socialinėse medijose publikuotos žinutės gal net labiau dėmesiui pritraukti“, – sako 15min žurnalistė V. Samarinaitė.

Taip pat galima teigti, kad žurnalistai siekia atlikti ir auklėjamąją funkciją. Kai žurnalistai pasirenka, kurios pusės turinį daugiau sekti ir kurios pusės turiniu daugiau dalintis, jie iš esmės auditorijai formuoja suvokimą, kurios pusės skleidžiamas turinys socialinėse medijose yra patikimesnis, svarbesnis.

Dalindamasi socialinių medijų turiniu žiniasklaida gali atlikti ir pramoginę ar kultūrinę funkciją. Socialinėse medijose būna skelbiamos ne tik rimtos naujienos apie karą Ukrainoje, galima rasti ir nuotaikingų pranešimų (kartais ir propagandinių). Dalis kalbintų žurnalistų sako, kad nevengia rengti pranešimų ir šiomis temomis, taip siekiant sumažinti nuovargį nuo karo žiaurumų bei parodyti, kad karas labai įvairialypis.

Žurnalistų kaip darbotvarkės sudarytojų vaidmuo informuojant apie karą Ukrainoje dėl socialinių medijų keičiasi. Remiantis tyrimo duomenimis galima teigti, kad socialinių medijų

darbotvarkė gali keisti žurnalistų darbotvarkę. Tai, kad žurnalistai reaguoja į socialinių medijų turinį ir reiškia, kad juos gali paveikti socialinių medijų darbotvarkė.

Kalbant apie žurnalistų kaip sarginio šuns funkciją, galima teigti, kad ji dėl socialinių medijų įtakos būtent informuojant apie karą Ukrainoje yra nepakitusi. Žurnalistai ir toliau stebi viešuosius procesus, kelia reikalingus klausimus, o socialinės medijos, kaip ir minėta teorinėje dalyje, gali veikti kaip pagalbinė priemonė žurnalistams, nes patys socialinių medijų vartotojai gali rinkti, skelbti informaciją ir ją viešinti, o taip ji gali patekti į žurnalistų akiratį.

Lietuvos žurnalistai pagal savo darbo su socialinėmis medijomis ypatybes gali būti priskiriami ir prie į taiką orientuotą žurnalistikos modelio, ir prie į karą orientuotos žurnalistikos modelio, kuriuos aprašė McGoldrick ir Lynch (2000). Teigti, kad tyrimo metu surinkta medžiaga leistų Lietuvos žurnalistus priskirti būtent vienai ar kitai pusei, negalima. Į taiką orientuotos žurnalistikos modelis sako, kad žurnalistai suteikia balsą visoms šalims, visoms yra empatiška ir supratinga. Vis dėlto tyrimo metu nustatyta, kad žurnalistai empatiškiau žiūri į Ukrainos pusę.

„Tiesa Ukrainos pusėj, užpulta šalis yra Ukraina, tai tu kliaujasi teisinio puse. Aš einu Ukrainos puse, aš kliaujuosi ukrainiečių daugiausiai informacija. Tik jeigu kas susiję su Rusijos apšaudymais, jų bazės kažkokios, tai irgi pasitikrini daugiausiai kaip jie į tai sureaguoja. Bet vis tiek irgi kliaujiesi ukrainiečiais“, – sako LNK žurnalistas Martas Kalendra.

Nors Lietuvos žurnalistai neatitinka daugelio į karą orientuotos žurnalistikos modelio ypatybių, tačiau tyrimo metu nustatyta, kad aiškiai skirsto šalis į „herojus“ ir „teroristus“. Visa tai nutinka ir dėl žurnalistų asmeninių įsitikinimų, ir dėl sprendimo socialinėse medijose daugiau sekti ukrainiečius, o ne rusus, algoritmų įtakos. Žurnalistai medžiagos paieškai ir srauto sekimui naudoja asmenines socialinių medijų paskyras. Nors „Telegram“ ir „X“ (kuriant *listus*) algoritmų įtakos galima išvengti, ji didelė kitose platformose.

„Mano visi kolegos ir draugai naudojami asmeninėmis paskyromis. Ar daro įtaką objektyvumui? Greičiausiai taip, bet aš nemanau, kad objektyvumas iš viso egzistuoja. Čia yra žurnalistikos pirmo kurso pirmo pusmečio <...> diskusijų tema pagrindinė ir ugnies kibirkšties įdavimas į rankas, kad yra kažkokia šventa žurnalistų misija. Objektyvumo nėra, tiesiog. Lygiai taip pat ir mūsų draugai mums daro įtaką, kokie žurnalistai esame, galvoju. Lygiai taip ir socialiniai tinklai“, – teigia V. Samarinaite.

Tyrime dalyvavę žurnalistai įsitikinę, kad pamatinių jų funkcijų svarba ne tik nemažėja, o ateityje tik augs. Anot žurnalistų, kuo daugiau informacijos sklinda socialinėse medijose, tuo visuomenei svarbiau turėti patikimas žiniasklaidos priemones, kur būtų galima tą informaciją patikrinti, susirasti kontekstą ir apskritai pavargus nuo didžiulio informacinio srauto rasti atfiltruotas svarbiausias naujienas. Žurnalistai mano, kad auditorija, nors ir turi prieigą prie didžiulio socialinių medijų srauto, ne visada savarankiškai geba atskirti patikimą informaciją nuo manipuliacijų, todėl profesionali žiniasklaida ateityje bus tik labiau reikalinga medijų raštingumui didinti.

„Žurnalistų darbas darosi vis svarbesnis, nors atrodo, kad visi pereina į socialinius tinklus ir socialines medijas. Mes tą rolę filtro atliekame ir paaiškinimo, ir rinkimo, ir paaiškinimo žmonėms, kas iš tikrųjų vyksta, kad jie nepakibtų ant kažkokių kabliukų arba jeigu jie dienos eigoje tų kabliukų įvairiausių prisižiūrėjo, bet jie gale dienos atsisėstų, atsiverstų ar tai straipsnį mūsų portale kokiam, arba žiniuose, ir jie tą viską sudėtų į kontekstą ir jiems būtų paaiškinta, kas iš tikrųjų vyksta, kad jie nepasimestų“, – sako V. Dovydaitis.

Didžioji dalis tyrime dalyvavusių žurnalistų patys socialinėse medijose nekelia jokio turinio, susijusio su karu Ukrainoje. Įrašus šia tematika „Facebook“ rašo tik A. Daukševič, jos teigimu, įrašai skirti asmeniniams pamąstymams paskelbti, o ne tam, kad taptų šaltiniu kitiems žurnalistams.

Apibendrinant, socialinių medijų kaip šaltinio naudojimas informuojant apie karą Ukrainoje, keičia žurnalistų funkcijas. Kai kurios tampa sudėtingesnės ar net praranda prasmę, tačiau atsiranda ir naujų, būdingų šiuolaikinei informacijos ekosistemai. Nors pagrindinė funkcija – informuoti – išlieka nepakitusi, o socialinės medijos tik leidžia tą funkciją atlikti greičiau, jų naudojimas lemia tai, kad mažėja žurnalistų išskirtinumas, nes vartotojai patys gali sekti socialines medijas. Dėl to ryškėja kitos, profesionaliai žurnalistikai esminės funkcijos. Žurnalistai socialinių medijų bumo kontekste mato didėjančią aiškinimo, atfiltravimo ir įkontekstinimo svarbą. Žurnalistai suvokia, kad turi ne tik perduoti informaciją iš socialinių medijų, tačiau atrinkti tai, kas žmonėms svarbiausia, įdomiausia, medžiagą patikrinti, suteikti jai reikalingą kontekstą ir ją paaiškinti, kad žmonės nepasiklystų dinamiškame socialinių medijų sraute. Žurnalistai, naudodami socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą Ukrainoje, ne visada gali savarankiškai formuoti darbotvarę, nes iš esmės patys reaguoja į socialinėse medijose jau cirkuliuojančią medžiagą. Vis dėlto sarginio šuns funkcija, kaip leidžia teigti tyrimo duomenys, išlieka stabili.

5. Išvados

Šio magistro darbo tikslas – atskleisti, kaip Lietuvos žurnalistai, informuodami apie karą Ukrainoje nuo 2022 metų, naudoja socialines medijas kaip šaltinį, su kokiais rizikomis ir įtampomis profesiniame darbe susiduria bei kaip jas valdo.

Teorinėje dalyje atskleista, kad socialinės medijos karo metu yra sudėtinga žurnalistų darbo dalis. Socialinės medijos leidžia žurnalistams gauti turinio iš vietų, į kurias fiziškai patekti jie negali arba tai yra pavojinga, jos taip pat gali būti vienintelis tam tikro turinio šaltinis. Tačiau iš kitos pusės, literatūroje pabrėžiama, kad socialinėse medijose plačiai cirkuliuoja dezinformacija, propaganda, manipuliacijos ir iš konteksto ištrauktas turinys. Karo Ukrainoje kontekste socialinės medijos tampa dar pavojingesnės – literatūroje šis karas apibūdinamas kaip vienas pirmųjų karų, kuris vyksta ne tik ant žemės, bet ir socialinėse medijose. Taigi literatūroje išryškėjo tam tikra įtampa, kai žurnalistai kaip informacijos, nuotraukų ir vaizdo įrašų šaltiniu naudojami socialinėmis medijomis, nepaisant to, kad jos yra Rusijos karo prieš Ukrainą lauko dalis. Tuo pačiu metu egzistuoja profesionalumo reikalavimai, kurių žurnalistai turi laikytis, todėl nustatyta, kad jie naudoja tam tikras taktikas ir metodus, kaip dirbti tarp socialinėse medijose esančių pavojų ir profesionalumo standartų.

Atliktas kokybinis tyrimas – giluminiai pusiau struktūruoti interviu su 15 Lietuvos žurnalistų, atstovaujančių skirtingas žiniasklaidos rūšis. Tarp tyrime dalyvavusių žurnalistų buvo trys, fiziškai vykę dirbti į Ukrainą. Tokia žurnalistų imtis leido apžvelgti skirtingas jų patirtis ir metodus dirbant su socialinių medijų turiniu informuojant apie karą Ukrainoje. Empirinio tyrimo rezultatai patvirtino, kad nors socialinės medijos žurnalistams, informuojantiems apie karą Ukrainoje nuo 2022-ųjų, nėra vienintelis turinio šaltinis, jos yra vertinamos kaip labai didelę svarbą turinti informacinio lauko dalis. Kaip svarbiausia platforma yra išskiriama „Telegram“, nes joje žurnalistai gali pasiekti visus svarbiausius Ukrainos pareigūnus, institucijas bei žiniasklaidos priemones, galima prieiga ir prie kai kurių Rusijos veikėjų, tarnybų bei žiniasklaidos priemonių. Taigi pirmiausia, socialinės medijos leidžia žurnalistams operatyviai sekti įvykius vienoje vietoje. Tyrimo metu buvo nustatyta teorijoje dar neaptarta žurnalistų darbo su socialinėmis medijomis ypatybė – dalis žurnalistų jomis naudojami įvykių monitoringui vykdyti, tai reiškia, kad kai kurie žurnalistai šalių politikų, pareigūnų, institucijų pasisakymus, kitų žiniasklaidos priemonių pranešimus pirmiausia seka socialinėse medijose, o kitus šaltinius pasitelkia tik vėliau, papildomam tikrinimui ar kontekstualizavimui. Antra, tyrimo metu patvirtinta teorijoje išskirta mintis, kad socialinės medijos leidžia žurnalistams numatyti galimus įvykius. Trečia, socialinės medijos veikia kaip

vaizdinės medžiagos bankas žurnalistams, tai gali būti vienintelė vieta, kur žurnalistai gali rasti tam tikro vaizdinio turinio. Ši išvada atitinka teorijoje aptartą socialinių medijų vaidmenį šiuolaikinėje karo žurnalistikoje, kur pabrėžiama, kad jos leidžia kompensuoti resursų trūkumus redakcijose. Ketvirta, socialinės medijos yra vieta, kur žurnalistai gali bendrauti su šaltiniais. Tyrimo duomenys parodė, kad socialinių medijų svarba skiriasi priklausomai nuo žiniasklaidos organizacijos, kurioje dirba žurnalistas, tipo. Didžiausią reikšmę socialinės medijos turi interneto portalų žurnalistams, kurių darbas pasižymi dideliu greičio poreikiu ir konkurencija. Televizijos žurnalistams socialinės medijos ypač svarbios kaip vaizdinės medžiagos šaltinis, o radijo žurnalistams labiau veikia kaip informacinio srauto stebėsenos priemonė bendram suvokimui formuoti. Radijo žurnalistai socialinių medijų turinį naudoja rečiau. Taip pat nustatyta, kad skirtingą požiūrį į socialines medijas ir skirtingus jų naudojimo būdus turi Ukrainoje dirbantys žurnalistai. Jiems socialinės medijos yra priemonė bendrauti, užmegzti ryšius su šaltiniais, padeda apsisaugoti nuo galimų Rusijos atakų vietoje. Šie tyrimo metu išskirti skirtumai papildo literatūrą ir praktiškai parodo socialinių medijų kaip šaltinio informuojant apie karą Ukrainoje svarbos skirtumus skirtingose žiniasklaidos organizacijose.

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad žurnalistai socialines medijas mato ne tik kaip galimybių šaltinį, bet ir kaip į pavojingą, rizikų kupiną erdvę. Teorinėje dalyje išskirtos socialinių medijų keliamos rizikos žurnalistams – dezinformacija socialinėse medijose, propaganda, manipuliacijos, algoritmų poveikis, mažėjanti žiniasklaidos galia suvaldyti informacinį lauką ir socialinių medijų kuriamas greičio poreikis – empirinėje dalyje buvo patvirtintos. Kitaip nei teorinėje darbo dalyje, žurnalistai tyrimo metu kaip rizikos neišskyrė galimų socialinių medijų platformų trikdžių. Žurnalistai neminėjo atvejų, kai socialinių medijų techniniai sutrikimai būtų turėję įtakos jų darbui. Tyrimas papildo akademinę literatūrą ir iki šiol mažiau akcentuotomis rizikomis. Viena jų – auganti galimai suklastotos vaizdinės medžiagos grėsmė, ypač tobulėjant dirbtinio intelekto technologijoms. Tyrimas taip pat papildo literatūrą socialinių medijų kuriamo greičio spaudimo aspektu, atskleisdamas, kaip ši problema pasireiškia Lietuvos žurnalistų praktikoje konkrečiai informuojant apie karą Ukrainoje. Tyrimo metu aprašytas atvejis, kai žurnalistas savo redakcijos viduje sulaukė spaudimo kuo greičiau dalintis socialinėse medijose plintančia informacija, nors ji buvo netiesa. Taigi skirtingai nei teoriniuose modeliuose, kur dažnai akcentuojama nuoseklus ir išsamių tikrinimų būtinybė, praktikoje žurnalistai susiduria su būtinybe rinktis tarp pirmavimo, bet rizikos suklysti skubant ir taip maksimalaus turinio patikrinimo, bet rizikos pralaimėti konkurencines varžybas.

Analizuojant būdus, kaip žurnalistai bando išvengti rizikų, kurias kelia darbas su socialinių medijų turiniu, nustatyta, kad žurnalistai taiko įvairius metodus. Pirmiausia, kai susiduriama su turiniu be konteksto, stengiamasi jį išsiaiškinti. Antra, jei susiduriama su turiniu, kurį reikia patikrinti (nuo tekstinės informacijos iki vaizdo įrašų ar nuotraukų), remiamasi pagrindiniais keliais principais: kritiniu požiūriu į turinį, ieškoma pirminio šaltinio, bandoma gauti patvirtinimus iš skirtingų šaltinių, gali būti kreipiamasi į šaltinius, institucijas, pareigūnus, patvirtinančios ar paneigiančios informacijos gali būti ieškoma ir socialinėse medijose. Skirtingam turiniui tikrinti taikomi skirtingi metodai. Nuotraukoms ir vaizdo įrašams tikrinti gali būti naudojamos tam tikros programos, parodančios, ar kadrai nebuvo skelbti anksčiau (jei taip, kur), padedančios išanalizuoti, kas vaizduose matoma, ar turinys gali būti sugeneruotas dirbtinio intelekto ir panašiai. Tikrinti garso įrašus prireikia rečiausiai, tačiau jie tikrinami analizuojant garsų bangas. Informacijai, nuotraukoms ar vaizdo įrašams tikrinti gali būti naudojamas dirbtinis intelektas, tačiau vieningo žurnalistų požiūrio šiuo klausimu nėra – šį būdą renkasi mažuma žurnalistų, daugelio požiūris į tokį metodą yra labai neigiamas. Trečia, socialinėms medijoms keliant grėsmę žurnalistų vartų saugotojų funkcijai, žurnalistai stengiasi duoti auditorijai daugiau ir kitokio turinio nei pateikia socialinės medijos. Žurnalistai ieško būdų, kaip socialinių medijų turinį pateikti kitaip, plačiau, paaiškinant, pavyzdžiui, demaskuojant melą ar propagandą. Ketvirta, tam, kad būtų išvengta algoritmų poveikio žurnalistams, rečiau naudojamos socialinių medijų platformos, kuriose matomas turinys priklauso nuo algoritmų. Penkta, susiduriant su greičio spaudimu yra pasitelkiami tam tikri „saugikliai“ – atsargios formuluotės pranešimuose ar antraštėse, leidžiančios suprasti, kad informacija nepatvirtinta. Taip žurnalistai iš esmės atsiriboja nuo atsakomybės ir galutinį vertinimą susidaryti palieka auditorijai. Toks žurnalistų elgesys literatūroje aptariamas retai, tačiau tyrimo duomenys rodo, kad šis reiškinys tampa gana dažnu praktiniu sprendimu, siekiant suderinti žurnalistų patiriamą spaudimą ir profesinę atsakomybę. Gali būti keliamas klausimas, ar toks elgesys atitinka žurnalistų profesionalumo reikalavimus, kadangi tokius saugiklius pastebėti apie juos nežinant auditorijai gali būti sudėtinga. Ši tema galėtų būti platesnių ateities tyrimų objektu. Žurnalistų išvardintos praktikos įrodo jų siekį profesionaliai atlikti teorinėje dalyje aprašytas žurnalistų funkcijas. Vis dėlto rezultatai parodė, kad žurnalistų metodai bandant išvengti socialinių medijų keliamų rizikų, priklauso nuo žurnalistų užimamų pareigų – ar žurnalistas yra faktų tikrintojas, ar tas, kurio darbas yra kuo greičiau pranešti svarbiausias naujienas.

Tyrimo metu taip pat aiškintasi, kaip žurnalistai patys suvokia savo vaidmenį informuojant auditoriją apie karą Ukrainoje socialinių medijų kontekste. Socialinėse medijose eiliniai piliečiai gali matyti tą pačią informaciją, nuotraukas ar vaizdo įrašus apie karą Ukrainoje, kaip ir žurnalistai,

pastarųjų vaidmuo, anot tyrimo dalyvių, kiek keičiasi. Nors žurnalistų pagrindinė funkcija išlieka informuoti visuomenę, jie nebemato savęs kaip vienintelio informacijos šaltinio. Tačiau žurnalistai pabrėžia, kad profesionali žiniasklaida reikalinga tam, jog iš socialinių medijų atrinktų reikšmingiausias naujienas, patikrintų turinį, suteiktų jam tinkamą kontekstą, pateiktų žmonėms ekspertų vertinimų. Taigi šis magistro darbas taip pat suteikia ir teorijoje neaprašytų įžvalgų apie tai, kaip žurnalistai suvokia savo funkcijas informuojant auditoriją apie karą Ukrainoje naudojant socialinių medijų turinį.

Taigi apibendrinant galima teigti, kad socialinės medijos žurnalistams informuojant apie karą Ukrainoje nuo 2022 m. tapo ne tik techniniu darbo įrankiu, bet apskritai šiuolaikinės karo žurnalistikos dalimi, keičiančia profesines praktikas. Nors jos leidžia greičiau informuoti auditoriją, suteikia prieigą prie plataus turinio srauto, kartu jos verčia žurnalistus nuolat veikti įtampoje susiduriant su tokiais rizikomis kaip socialinėse medijose galintis plisti netikslus turinys, turinys be konteksto, propaganda, socialinių medijų ir konkurencijos keliamas greičio spaudimas. Tyrimas taip pat parodė, kad šioje aplinkoje žurnalistų vaidmuo šiek tiek transformuojasi, tačiau atsakomybė auga, taip priversdama žurnalistus ieškoti metodų, kaip užtikrinti operatyvią ir profesionalią informacijos apie karą sklaidą. Tyrimas reikšmingai papildė egzistuojančią literatūrą apie praktines žurnalistų darbo su socialinių medijų turiniu ypatybes karo metu, jų požiūrį į socialines medijas ir pareigas bei leidžia geriau suprasti, kaip socialinės medijos gali keisti ne tik kasdienes žurnalistų praktikas, bet ir platesnį šiuolaikinės karo žurnalistikos modelį.

Tyrimas turėjo tam tikrų ribotumų. Pirmiausia, žurnalistų atranka tyrimui nebuvo tikimybinė ir reprezentatyvi. Antra, tyrimas apžvelgė tik Lietuvos žurnalistų darbo dalį naudojant konkrečiai socialines medijas kaip šaltinį informuojant apie karą Ukrainoje, tačiau šaltinių praktikoje yra daugiau. Ateityje galima atlikti platesnį tyrimą, apimančią žurnalistų darbą ne tik su socialinėmis medijomis, bet ir su kitais šaltiniais informuojant apie karą Ukrainoje. Trečia, tyrimo rezultatai galėjo būti paveikti žurnalistų noro pasirodyti kuo profesionaliau. Žurnalistai galėjo sąmoningai ar nevalingai sureikšminti savo darbo atsakingumą ir vardinti metodus, kurių praktikoje nenaudoja arba naudoja retai. Dalis žurnalistų pripažino, kad kartais padaromos klaidos, tačiau neatmetama, kad jos gali būti padaromos dažniau, tik nebuvo garsiai įvardijamos. Ketvirta, informacinis laukas, susijęs su karu Ukrainoje, yra dinamiškas. Socialinių medijų platformos keičiasi, tobulėja dirbtinis intelektas, keičiasi ir žurnalistų naudojamos strategijos, auditorijos poreikiai. Tai reiškia, kad šiame darbe išvardinti metodai ir vertinimai ateityje gali keistis.

6. Priedai

6.1. Klausimynas

Įvadiniai klausimai

1. Papasakokite, kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis.
2. Kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena, kai dirbate su karo Ukrainoje naujienomis?
3. Iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą apie karą Ukrainoje?

Socialinių medijų naudojimas darbe ir jų privalumai

4. Kokiais tikslais atsigręžiate į socialines medijas darbe?
5. Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje?
6. Kokias socialinių medijų platformas darbui karo Ukrainoje temomis naudojate?
7. Kurios platformos jums atrodo patikimiausios ir kodėl?
8. Kokius kanalus/profilus sekate ir pagal kokius kriterijus juos atsirenkate? Kokių šalių jie dažniausiai yra?
9. Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus įžvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis?

Socialinių medijų keliamos rizikos

10. Kokius pagrindinius socialinių medijų trūkumus, rizikas, iššūkius įžvelgiate dirbant su karo naujienomis?
11. Kuriose platformose pastebite daugiausiai dezinformacijos? Kokia ji?
12. Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) informacija dominuoja jūsų socialinių medijų sraute?
13. Kurios pusės manipuliacijų socialinėse medijose pastebite daugiau?

Praktikos, kaip žurnalistai bando išvengti socialinių medijų keliamų pavojų

14. Pagal kokius kriterijus nusprendžiate, ar naudosite socialinėse medijose rastą medžiagą?
15. Kaip nusprendžiate, kurių paskyrų turinį būtina papildomai tikrinti? Kurių turinio papildomai netikrinate?
16. Kokių šaltinių, platformų ar turinio tipų sąmoningai nenaudojate? Kodėl?
17. Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikrinate socialinėse medijose randamą turinį?
18. Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.
19. Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?
20. Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

21. Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

22. Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Algoritmų įtaka

23. Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą. Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Kaip žurnalistas suvokia savo vaidmenį

24. Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Žurnalistas kaip šaltinis socialinėse medijose

25. Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

26. Kokį turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

27. Kokiais atvejais jūsų socialinėse medijose skelbiama informacija tampa šaltiniu kitiems?

Papildomi klausimai, skiriami vykusiams į Ukrainą

28. Kokiomis sąlygomis dirbote karo zonoje? Kaip vertintumėte savo saugumą tuo metu?

29. Kaip darbo vieta (Ukrainoje ar nuotolinis darbas) veikia žurnalistų gebėjimą išlaikyti objektyvumą? Kuriam žurnalistui lengviau išlikti objektyviam?

30. Kaip jūsų asmeninė patirtis karo zonoje pakeitė požiūrį į socialines medijas kaip šaltinį?

6.2. Ieva Balsiūnaitė, LRT radijo žurnalistė

Interviu atliktas „Zoom“ platformoje 2025-10-30, trukmė – 34:34.

Papasakokite, kaip prasidėjo jūrų kelias dirbant su karo Ukrainoje naujienomis ir kaip dabar atrodo eilinė jūsų darbo diena.

Veikiausiai toks intensyviausias periodas ir prasidėjo kai aš pradėjau dirbti radijo naujienų tarnyboje. Aš pradėjau dirbti kiek anksčiau, 2020 m., bet jau nuo tada vis kalbėdavome apie Ukrainą. Gal verta pažymėti, kad Ukraina buvo viena svarbiausių temų ir anksčiau, kaip ir dabar, šis dalykas nėra, kad pasikeitė. Aišku, kad prasidėjus plataus masto invazijai Ukraina visiškai uždominavo visą naujienų srautą. Turiu pasakyti, kad ir prieš tai mes skirdavome tikrai daug dėmesio Ukrainai, dar prieš prasidedant plataus masto invazijai. Ypač, aišku, 2021 m. tas naujienų srautas ėmė didėti. Aš pati 2022 m. vasarį, vasario viduryje išvykau dirbti į Ukrainą. Čia gal buvo kokia vasario 10 d., kažkas tokio.

Tai visai prieš karą.

Jo. Atsimenu, kai nusileidau Kyjive, dar skridau lėktuvu, kaip tik tada pasirodė informacija, kad ambasados iškelia savo žmones iš Ukrainos, kad juos evakuoja, tai buvo toks labai aiškus ženklas. Aišku, buvo ženklų ir prieš tai,

bet šis ženklas buvo dar vienas ryškus signalas, kad artėjame prie didesnių karinių veiksmų. Kai išvykau pirmą kartą į Ukrainą nuo radijo tarnybos, tai buvo 2022 m. vasaris. Tada grįžau vasario 22 d., berods, likus porai dienų iki plataus masto invazijos. Mano kitas kolega, kuris dirba portale, pasiliko. Jis liudijo visą pradžią. Aš grįžau 22 d. ir atsimenu jau oro uoste žmonės buvo su visokiais daiktais, šunimis, šeimos nariais. Paskutinį kartą ir skridau iš Ukrainos, tai buvo pati pradžia. Na ir ką, po to prasidėjo visi darbai čia vietoje, naujienų tarnyboje. Po to Ukrainoje dirbau ir 2022 m., ir 2023 m., ir 2024 m., ir šiemet buvau, tai kiekvienais metais važiuoju. Galiu kažką detaliau papasakoti, čia konkrečiai apie pradžią.

Paminėjote, kad vienas kolega buvo išvykęs, kuris pasiliko ir pačią pradžią liudijo. Gal galėtumėte pasidalinti vardu ir pavarde, ieškau žurnalistų pakalbinti magistrui.

Benas Gerdžiūnas, manau, geriausias jums pašnekovas būtų. Jis iš visų LRT žurnalistų, labiausiai coverino Ukrainą, turi šiaip ilgiausią patirtį iš visų LRT žurnalistų, kalbant apie Ukrainą. Jis nuo pat 2014 ar 2015 m. stebi Ukrainą. Aišku, jis prieš tai nedirbo Ukrainoje, bet labai rekomenduoju, aš manau, jis yra geriausias pašnekovas.

Gerai, labai ačiū. Grįžkime prie jūsų. Gal galėtumėte palyginti, kaip skyrėsi jūsų darbas Ukrainoje, na gal, skiriasi, nes vis dar vykstate, nuo darbo čia, Vilniuje, namuose?

Man atrodo, kad pagrindinis dalykas yra prieiga prie šaltinių. Tai, kad Ukrainoje tai vyksta labai tiesiogiai. Susitinki su žmogumi akis į akį, bendrauji su jais, renki informaciją čia ir dabar. Galų gale pats savo akimis liudiji tam tikrus procesus, pradedant Shahedais virš galvos, kurių tu neišgirsi, nepamatysi sėdėdamas čia Lietuvoje prie kompiuterio, baigiant buvimu ten, matymu žmonių, kalbėjimo su jais. Tai čia ir yra didžiausias skirtumas. Aišku, mes Lietuvoje irgi turime prieigą prie labai daug informacijos, plius yra labai daug kontaktų Ukrainoje, yra to tiesioginio kontakto. Bet darbas in the field, būnant ten, jis yra pats vertingiausias būtent dėl tos tiesioginės prieigos prie šaltinių, yra medžiagos surinkimas realiai iš pirmų rankų. Tu esi tas žmogus, kuris surenka medžiagą, tu nesinaudoji užsienio naujienų agentūromis, kurias mes labai plačiai naudojame čia dirbadami LRT.

O kaip tas darbas, medžiagos rinkimas atrodydavo vietoje, gal galėtumėte paplėtoti?

Visko labai daug. Man atrodo, viskas prasideda nuo gero planavimo. Antra, nuo supratimo, kad tu esi šalyje, kurioje vyksta karas ir kad viskas nebūtinai gali eiti pagal planą ir viskas su tuo yra gerai. Man atrodo, čia buvo dalykas, kurį tikrai įsisąmoninau labai stipriai – kad planuoji labai daug, bet gali įvykti bet kas bet kurią akimirką. Man atrodo, kad darbas Ukrainoje reikalauja labai daug lankstumo ir prisitaikymo prie esamos situacijos. Man tikrai labai daug kartų teko ir pakeisti planus ar dėl kažkokių vykstančių atakų, ar dėl transporto, kurio nėra, ar dėl žmonių, kurie kažkur įstrigę. Pokyčių yra nuolat, tai tu turi gebėti labai prie jų prisitaikyti. Man labiausiai tikriausiai yra įsiminusi kelionė 2022 m. Kai nuvykau, tada dar buvo gal lapkričio pabaiga, rusai buvo pradėję vykdyti atakas prieš energetikos infrastruktūrą nuo spalio vidurio. Tada buvo siaubingai tamsu ir šalta visur. Aš buvau lapkričio pabaigoje iki gruodžio vidurio, kažkas tokio. Tiesiog visur yra tamsu, nėra elektros, trūkinėja internetas, įstringi kažkur, negali išvažiuoti, nes niekas negali tavęs pasiekti ar tau prisiskambinti. Įrašinėji interviu tamsiuose namuose, butuose, bet kur nutrūksta elektra, pagrindinis garsas, kurį girdi, yra vien generatoriai. Jų tada nebuvo tiek daug, kiek dabar yra. Man ta 2022 m. kelionė gal įsiminė labiausiai, nes tikrai sąlygos buvo tokios labai tamsios ir šaltos, jei galima taip pasakyti. Po to Ukraina, aišku, gerėjo tame, kaip tvarkosi su šių atakų padariniais, trūkumu.

Dar ką svarbu išskirti. Aš šiaip važiuoju viena, bet aš turiu vietoje vietinę prodiuserę, žurnalistę, kuri per tiek metų ir tapo mano drauge, nes aš vien tik su ja dirbu. Jevhenija. Ji man tikrai labai daug padeda tiek su vertimais, tiek su tam tikrų kontaktų suradimu. Ji tikrai yra labai didelis mano ramstis. Net kai būnu viena, aš dažniausiai turiu ir ją šalia ir mes dirbame dviese kaip komanda. Kai važiuoju, aš dirbu radijui, bet aš neapsirioju tik radiju – jungiuosi į tiesioginius eterius televizijoje, mūsų portalui perduodu kažkokią medžiagą, filmuoju medžiagą socialiniams tinklams. Gaunasi, kad tu atlieki labai daug darbų vienu metu. Radijuje dirbame vieni. Nėra taip, kaip televizijoje, kad važiuoji tu, dar operatorius važiuoja. Pas mus šito nėra, gaunasi, kad turi sužiūrėti labai daug dalykų.

Dar ką turėčiau pasakyti, mes turime neoficialų pasiskirstymą. Mes kaip ir nesitariame dėl to, bet taip susiklosto. Jeigu atvažiuojame su kitais kolegomis, atsimenu, kažkada važiavome ir portalas, ir televizija, ir radijas, čia gal ir buvo

tie 2022 m., mes tada visi išsiskirstėme, atvažiavome į Kyjivą ir visi išsiskirstėme savais keliais. Ko aš nesu dariusi, nesu dariusi to fronto linijos reportavimo. Aš nesu buvusi tranšėjose. Aš esu buvusi su kariais, bet ne tranšėjose. Nedarau to front line reporting, kurį daro mano kiti kolegos. Mano temų spektras, kurį aš turiu, nukreiptas ne tiek į karinių veiksmų sekimą, reportavimą, kiek labiau į platesnius kontekstus, daug socialinių, politinių temų, aš ir radijo dokumentikas dariau būtent iš Ukrainos. Labai platus spektras skirtingų istorijų.

Jūs kol kas pirma žurnalistė, kurią kalbinu, kuri yra vykusi į Ukrainą dirbti. Kokį vaidmenį socialinės medijos turi jūsų darbe?

Tai didžiulį, tikrai didžiulį. Aš gal išskirčiau Telegramą konkrečiai, būtent dėl jo plataus naudojimo. Netgi prieš mūsų pokalbį atsidariau savo Telegramą pasižiūrėti, kas ten yra, nes visko ten labai daug. Ten pagrinde vyrauja vien Ukrainos įvairiausi šaltiniai. Tiek pačioje šalyje žmonės labai plačiai naudoja socialinius tinklus, tiek mes, kurie būname, ar nebūname Ukrainoje, irgi labai plačiai naudojame. Kalbant konkrečiai apie save ir savo patirtis, išskirčiau Telegramą. Yra skirtingi būdai, kaip gali naudoti ir ką ten gali surasti. Pavyzdžiui, galiu pasidalinti, kokie dalykai yra vyraujantys. Pirmiausia, aišku, yra visokie oficialūs šaltiniai. Oficialūs šaltiniai nuo aukščiausių Ukrainos pareigūnų, tarkime, pradedant Volodymyru Zelenskiu, Jermaku, Syrskiu – aukščiausi pareigūnai, įsitraukę į pagrindinius sprendimų priėmimus. Tie oficialūs šaltiniai yra ir jais tikrai naudojamės, nes jie skleidžia oficialią informaciją, dalijasi ta informacija Telegramu. Kitas dalykas, kalbant apie pareigūnus, aš seku beveik visus regioninių administracijų, regioninių karinių administracijų vadus. Pavyzdžiui, dažniausiai, jeigu atsidarei kažkokias Vakarų žiniasklaidos priemones, tavęs nelabai pasiekia informacija iš tų, pavadinkim, žemesnio rango pareigūnų. Bet, jeigu, pavyzdžiui, įvyksta kokios atakos, būtent tie žemesnio rango regioniniai pareigūnai, vadovai sričių, karinių administracijų, gali pateikti labai daug reikalingos informacijos ir gali padėti kažką patikslinti. Tai šitą norėčiau išskirti. Pavyzdžiui, kažkas vyksta Charkive ar Chersone, tada žiūri šių žmonių profilius ir lauki kažkokios konkretesnės informacijos iš jų.

Tada, aišku, yra visos ukrainiečių žiniasklaidos priemonės pagrindinės: Suspilne, Hromacke, UNIAN, galėčiau atsidaryti, pažiūrėti... Žodžiu, pagrindinės Ukrainos žiniasklaidos priemonės. Tada yra įvairūs tokie kaip Osint šaltiniai, atliekantys žvalgybą iš atvirų duomenų. Ten irgi gali įvairių kontekstų pasiskaityti, pasižiūrėti. Tada yra tie, kurie stebi fronto situaciją. Irgi yra ir tokių kanalų. Tada yra skirtingų politikų, pavyzdžiui, Vitalijus Klyčko, Kyjivo meras. Tada yra daliniai, kariuomenės daliniai, Azovo Telegram kanalas. Tada yra, žiūriu, kas čia dar yra. Ai, yra tokie, kaip aš vadinu... Tie oficialių pareigūnų kanalai pateikia duomenis ir informaciją. Visada skaitau platesnius kontekstus ir tikrinu visą informaciją, kurią gaunu. Bet yra ir tokių kanalų, kur yra dalijamasi nepatikrinta informacija. Čia labiau kalbu apie kanalus, kaip NEXTA, kurie dalijasi įvairiais vaizdo įrašais po įvairių atakų ar nebūtinai. Aš seku tuos kanalus, bet niekada to, ką ten pamatau, neimu už gryną pinigą. Dažniausiai vyksta antrinis tikrinimas. Ta prasme, pamatęs ten informaciją, niekada neskelbsi jos žiniose, tada tikrinsi kitus, oficialius šaltinius, ieškosi, ar tai tiesa, ar netiesa. Čia matau pavojų tam tikrą ir kai kuriose žiniasklaidos priemonėse tai pastebiu. Čia gal labiau plataus masto invazijos pradžioje – yra noras kuo greičiau pasidalinti, gal čia kažkas tokio pikantiško, turiu omeny, kažkas labai aštraus nutikę ir norima tuo pasidalinti, bet nėra papildomo tikrinimo ir ta informacija tada išeina į platesnius srautus. Aš seku tuos kanalus, bet nėra taip, kad imu juos už gryną pinigą. Tai labiau yra pasižiūrėjimui ir tada seka antrinis tikrinimas.

Labai gerai atsimenu, kai buvo pati plataus masto karo pradžia, dirbdavome naktimis, pasikeisdami, žodžiu 24 val. per parą, septynias dienas per savaitę. LRT radijas turi žinias visą naktį tiesiogines lig šiol visada. Mes turėjome tokį chatą, kur kolegos dalindavosi, ką pamatė socialiniuose tinkluose, ar tai kažkokie video, ar pranešimai. Aš atsimenu, kad mes gaudavome kažkokį pranešimą ir tada tikrindavome, niekada nėra taip, kad ta medžiaga atsiduria žinių sraute. Noriu pabrėžti tą tikrinimo procesą, kad jis yra labai svarbus – bent dviejų oficialių šaltinių. Turint omenyje tai, kiek daug dezinformacijos ar klaidingos informacijos, ar feikų, ar iškreiptos informacijos ar tuose socialiniuose tinkluose galima rasti. Tai čia matau kaip patį didžiausią pavojų, dėl to matau labai didelę svarbą atrankos kanalų, kuriuos tu seki ir įsivardijimo, ar tu tikrai gali pasitikėti ta informacija, kuri ten yra. Čia tokie kritiniai klausimai, kurie, man atrodo, bendrai susiję su žurnalistų profesija ir su bene pagrindiniu mūsų darbu, tai yra, tikrinti faktus, informaciją ir ją pateikti teisingai.

Pabrėžėte, kad labai svarbu tikrinti informaciją, paplėtokite, kokius metodus naudojate, kaip tikrinate informaciją.

Dabar gal sunku įvardinti per konkrečius pavyzdžius, bet konkretus darbo principas, pavyzdžiui, pamatai kažkokį video, kad buvo ataka Charkive, sugriautas miestas, žuvusių dešimtys ir panašiai. Tada, ką darai? Ieškai oficialių šaltinių, kurie gali paneigti ar patvirtinti šitą faktą. Kas tai yra? Tai yra, kaip minėjau, merai, policija, jų specialiosios tarnybos, turiu omeny, tarnybos, kurios dirba su padariniais, turiu omeny, policija turi DSNS, jų pareigūnai. Tiesiog ieškai oficialių šaltinių, kurie gali patvirtinti faktus. Algoritmas taip ir veikia. Aš niekada turbūt nesu paskelbusi informacijos, kuri nebūtų patvirtinta oficialiu komentaru. Dažniausiai tai yra ieškojimas oficialių kanalų, tarnybų, pareigūnų, kurie gali patvirtinti ar patikrinti tam tikrus faktus.

Šiaip komercinės radijo stotys naujienas pristato iš naujienų agentūrų. Jeigu reikėtų apibūdinti tikslą, kodėl jūs esate socialinėse medijose, kaip apibūdintumėte?

Taip, socialines medijas aš naudoju, bet tai nėra pagrindinis šaltinis, tai labai svarbu pabrėžti. Mes lygiai taip pat naudojame pagrindines naujienų agentūras, tai yra Reuters, AFP, AP, mes taip pat esame EBU, tai yra Europos transliuotojų sąjungos nariai, kuriuose taip pat per EBU kanalus mus pasiekia labai daug informacijos iš Ukrainos šaltinių. Tai yra, iš Ukrainos žiniasklaidos priemonių oficialių – Suspilne, jų transliuotojo, per kurį mes pasiekiame informaciją. Socialinės medijos yra tik papildomas šaltinis gauti tai informacijai. Aš jo visiškai neįvardinčiau kaip pagrindinio. Jeigu tu nori kažkaip pagilinti informaciją, paieškoti tam tikrų dalykų, socialinės medijos yra labai greitos, bet jos nebūtinai yra teisingos. Aš socialines medijas matau tik kaip papildomą šaltinį, bet tikrai ne kaip pagrindinį. Tai labai svarbu pabrėžti.

Vėlgi, ko apie socialines nepaminėjau, dabar prisiminiau prie ankstesnio klausimo. Tame pačiame Telegrame Ukrainos kariuomenė skelbia informaciją apie artėjančias atakas. Jie nurodo, kokio tipo raketos ar dronai, ar valdomos bombos, ar kas, skrieja link kokios vietos. Tu netgi būdamas Ukrainoje, gauni signalą, išgirsti sirenas, gauni signalą į savo programėlę ir tada Telegrama matai pranešimus iš Ukrainos kariuomenės apie tai, link kur skrenda kokie taikiniai. Galima paminėti šį dalyką kaip dar vieną naudojimo būdą.

Ką norėjau pabrėžti, socialinių medijų neįvardinčiau kaip pagrindinio šaltinio. Tai yra tik papildomas dalykas. Puikiai dirba Ukrainos žiniasklaidos priemonės – Ukrinform, Kyiv Independent, Kyiv Post, visi jie, visų jų žurnalistai. Jie irgi yra labai svarbus šaltinis. Socialinės medijos yra kaip tiesiog papildomas dėmuo visame šitame dideliame informacijos sraute, kuriame mes esame dirbdami su Ukrainos temomis.

Ar jums yra tekę tikrinti informaciją iš socialinių medijų su savo šaltiniais, pažįstamais Ukrainoje?

Negaliu įvardinti konkretaus pavyzdžio, bet jo, yra tekę. Tarkim, nusiunčiu kokią informaciją pasiklausti nuomonės ar papildomų duomenų. Taip yra buvę, bet negaliu įvardinti konkrečios informacijos. Čia gal labiau, kai žinau, kad kažkas įvyko ir matau informaciją ir jeigu turiu žmogų, kuris yra toje vietoje. Tai yra taip buvę, kad pasiklausiu žmogaus, kuris yra toje vietoje. Tarkim, aš matau socialiniuose tinkluose ar toje pačioje žiniasklaidoje.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Tiesą pasakius, aš gal nelabai pasitikiu dirbtiniu intelektu. Tai informacijai tikrinti nesinaudoju. Aš turiu ChatGPT, bet aš nenaudoju jo, jei man reikėtų kažkokių kontekstų, nes nepasitikiu. Aš visada ieškau pirminių šaltinių arba tų šaltinių, kuriais aš pasitikiu, kad jie pateikia teisingą informaciją ir taip darau. Aš kažkaip labai stengiuosi vengti ChatGPT konkrečiai naudojimo visų kontekstų priminimui, nes aš manau, kad mes atliekame labai atsakingą darbą, ypač, kai kalbame apie karą Ukrainoje, kur tai reikalauja tikrai didelio tikslumo, faktų atitikimo. Aš neturiu tiek pasitikėjimo tuo pačiu ChatGPT bent jau kol kas, nežinau, gal jis taps dar tobulesnis ir veiks puikiai. Net naudodama, nebūtinai su Ukraina, kažkokiems klausimams, aš visada prašau, kad man nurodytų šaltinius, iš kur yra ta informacija. Tai, tiesą pasakius, man jau greičiau yra susirinkti tą informaciją tiesiai iš pirminių šaltinių negu klausti, pavyzdžiui, ChatGPT ir tada dar tikrinti papildomai jo pateiktus faktus. Aš iš tikro stengiuosi to vengti, nežinau, gal kada nors ateityje naudosisi tai plačiau, bet tiesiog dabar manau, kad man asmeniškai yra kitų būdų, kurie padeda tą darbą.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys?

Nepamenu tokio atvejo. Nenoriu sakyti taip griežtai, nes visada pasitaiko klaidų. Plius, jeigu kalbėtume apie plataus masto karo pradžią, kai tie informacijos srautai buvo tokie nežmoniški, mes daugiausiai laiko praleisdavome ant informacijos tikrinimo, nes tos informacijos buvo tiek daug. tu realiai galėjai ateiti į žinias ir pusvalandį laiko kalbėti. Bet tada aš ir žinau, kad mano kolegos, pagrindine atsakomybe matėme tą informaciją patikrinti. Man atrodo, kad čia tas principas, kurio laikomės. Gal ir yra buvę, nesakau griežtai, bet kad taip galėčiau įvardinti kažkokį pavyzdį, tai nepamenu. Galų gale, jeigu ir būna, kai yra radijo žinios, jei padarai kažkokią klaidą, per kitas žinias turi tą informaciją paneigti ir pataisyti. Čia irgi yra atidirbti modeliai, bet aš neatsimenu tokio varianto, kalbant apie karą Ukrainoje. Aš atsimenu tuos srautus, bet atsimenu ir tą labai didelį atsargumą tos informacijos skelbimo.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Man atrodo, kad čia tas platesnis debatas, kad šiandien bet kas gali būti žurnalistu, todėl, kad bet kas gali pasiimti telefoną, eiti filmuoti, rašyti. Kaip ir sugrįžtam prie to paties tarsi, bet man atrodo, kad žurnalistas yra tas, kuris tą informaciją patikrina. Aš žurnalistu vaidmenį ir matau tokį, tokį, kuris informaciją patikrins, klausis oficialiais šaltiniais, sieks, kaip galima plačiau pateikti tą informaciją, priminti tam tikrus kontekstus, kurie gali būti svarbūs vienoje ar kitoje situacijoje. Galų gale, jeigu esi vietoje, esi tas žmogus, kuris savo akimis mato, girdi tai, kas vyksta aplinkui. Aišku, šiuo aspektu nelabai kuo skiriasi nuo kitų žmonių, bet aš įvardyčiau tai, kad žurnalistu būtent atsakomybė patikrinti informaciją, kuri yra paskleidžiama. Man atrodo, kad tai yra didžiausias skirtumas nuo kitų asmenų kurie galbūt tiesiog dalyvauja informacijos sklaidoje.

Kaip manote darbo vieta veikia žurnalistu gebėjimą išlikti profesionaliu, objektyviu ir kaip manote, kuriam žurnalistui yra lengviau išlikti objektyviu: esančiam vietoje Ukrainoje ar dirbančiam nuotoliu?

Nežinau, man atrodo, kad neturėtų būti skirtumo dėl to. Ta prasme, mes visi vadovaujamės etikos principais, mes visi rengiame istorijas ir man atrodo, kad tai neturėtų priklausyti nuo to, ar tu dirbi nuotoliu, ar dirbi vietoje. Tavo priėjimas prie informacijos ir tavo atsakomybė tai pateikti teisingai ir etiškai. Aišku, man atrodo, kalbant apie darbo vietą, kai esi vietoje, tu susiduri su papildomais iššūkiais. Yra grėsmė tavo gyvybei, tu gal esi nemiegojęs ne vieną naktį, nes gaudė sirenos ir tau reikėjo eiti slėptis kažkur. Tu esi nuolatinėje įtampos būsenoje, keičiasi planai nuolatos. Tai gal šioje vietoje yra to streso gerokai daugiau. Čia kalbame, kad kartais streso yra gerokai daugiau. Bet, man atrodo, čia yra tokie tarsi žmogiški dalykai. Aišku, dar visas emocinis krūvis, kai kalbiesi su žmonėmis, kurie patyrė didžiulius baisumus, jie dalijasi su tavimi labai atviromis istorijomis. Aišku, kad yra kai kurie emociniai dalykai, su kuriais turi susitvarkyti ir panašiai, bet bendrąja prasme, mano nuomone, neturėtų paveikti tavo gebėjimo profesionaliai, etiškai ir faktiškai pateikti informaciją tai, kur tu esi. Bet, aišku, nenurašau to papildomo krūvio, papildomo streso, kuris yra, kai tu dirbi ten.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras?

Aš Telegram, kurį, kaip minėjau, naudoju, neatskleidžiu savo asmeninių duomenų. Suprantu irgi galimas grėsmes. Esu ten tiesiog vardu, berods. Aš bendrai labai nemėgstu dalintis socialiniuose tinkluose ir esu labiau stebėtoja negu ta, kuri atvirai dalinasi. Tai, nežinau, tokie kaip Telegram ar Signal, aišku, tos informacijos yra nedaug. Bet tada Facebooke esu vardu pavarde. Aš nesu ta, kuri aktyviai labai dalijasi kažkokia informacija. Aš suvokiu, kokioj informacinėj erdvėj mes gyvenam. Suvokiu tam tikras saugumo grėsmes, kalbant apie kibernetinį saugumą ar panašiai. Bet, aišku, čia jau visai kita tema.

6.3. Augustinas Šulija, LRT žurnalistas

Pokalbis vyko „Messenger“ platformoje 2025-11-17, trukmė 51:43.

Papasakokite, kaip prasidėjo jūsų kelias dirbant su karo Ukrainoje naujienomis ir kaip atrodo jūsų eilinė diena. Suprantu, kad tos jūsų dienos labai skiriasi, nes ir Ukrainoje esate buvęs, ir iš Lietuvos dirbate.

Kelias į Ukrainą gana ilgas. Pirmą kartą Ukrainoje lankiausi apie 2017 m. Aš tada dar TV3 televizijoje dirbau. Ten organizuodavo keliones žurnalistams pavežiot parodyt Rytų Ukrainą. Aš 2 kartus atsimenu, kad važiavau, ten buvo 2017, 2018 m. gal. Buvo, kad tikrai važiavome prieš rinkimus, kai Zelenskis laimėjo. Žodžiu, tai buvo apšilimo kelionės, kurios leido suprasti, pasitikrinti, ar galiu dirbti tokiuose karštuose taškuose. Man tai buvo gana ženklas, kad patinka, mane traukia, aš neįsivaizduoju kažkokio didelio streso. O jau vėliau, aišku ten buvo Kalnų Karabacho karas, tai jau toks rimtesnis pirmas išvažiavimas į konflikto zoną buvo. Irgi su TV3 dar dirbau, gana toks spontaniškas, nei mes, nei redakcija, niekas nelabai žinojome, kaip čia viskas gali atrodyti, susiorganizavom, išvažiavom ir tiek.

O jau plataus masto karas Ukrainoje, aš tuo metu Briuselyje dirbau kaip laisvai samdomas žurnalistas ir ten maždaug 2021 m. pabaigoje, rudenį vėlyvą LRT pradėjo ieškoti darbuotojų, nes buvo jų tarpe, aš įsivaizduoju, nuojauta, kad kažkas gali būti ir jie ieškojo žmonių su kažkokia nors patirtimi konfliktų. Ir jie tada pasiūlė pas juos pereiti dirbti ir aš kurį laiką dar svarsčiau, bet jau kai metų pabaigoje jau buvo akivaizdu, kad tikrai neišvengiamas vienoks ar kitoks konfliktas, tuomet aš jau pradėjau derinti sąlygas pereiti dirbti į LRT. Kai aš jau perėjau, jau karas buvo prasidėjęs, aš grįžau į Lietuvą, čia buvo kovo pradžia arba balandžio pradžia, pirmos karo savaitės ir faktiškai po pirmų dvejų savaitių darbo aš išvažiavau pirmą kartą tenai. Tai ta pirmą kelionę buvo ten su Lietuvos politikų delegacija. Buvo ten toks labiau pasitikrinimas, gal buvo pabandytas išvažiuot pasižiūrėt. O tada mes jau grįžom balandžio pabaigoje su kolegom, jau kelioms savaitėms dirbti po truputį. Nu, tai žodžiu, tas toks gana ilgas laiko tarpas su truputį patirties su truputį kažkokiu tai praeityje bandymų gana greitai į tokį sūkurį peraugo.

Paplėtokite, kaip atrodo jūsų darbas, kai jūs esate Ukrainoje ir kaip čia, Lietuvoje. Kuo skiriasi rutinos?

Lietuvoje aš einu užsienio naujienų redaktoriaus pareigas. Mes, aišku, turime labai daug skirtingų pareigybių. Ten įvairiai. Viena iš pagrindinių mūsų rolių yra žinių srauto valdymas, mes rengiame reportažus dienos žinioms. Turime dienos žinių labai daug: 14 val., 15 val., 16 val., 18:30 ir 20:30, Panorama. Ir mes visoms tom žinioms ruošiam pranešimus apie užsienio naujienų įvykius, tai dažniausiai arba trumpi pranešimai arba žinių reportažą ir arba juos arba naujinam arba darom naujus. Toks gana įtemptas srautas, čia 12 valandų pamaina tokia sudėtinga. Turim pareigybių kitų, tarkime, eiti į eterį, pasakoti kažkokius svarbius įvykius arba mes taip pat darome ryto žinias kitai dienai, rengiame reportažus „Savaitės“ laidai, ilgesnio formato, apie 7 min. Žodžiu, daug įvairių, bet tai yra redagavimas vaizdo medžiagos, kurią mes gauname iš naujienų tarnybų, na ir kažkoks dėliojimas reportažo.

Ukrainoje darbas, aišku, kardinaliai skiriasi. Toks kasdienio reporterio darbas. Aišku, mes prieš važiuodami į tas keliones labai stipriai ruošiamės, nes turime gana trumpą laiko tarpą, kuriame mes dirbame. Tokia susiformavusi praktika ir patirtis rodo, kad maždaug dvi savaitės, gal kiek daugiau nei dvi savaitės yra maksimalus laikotarpis fiziškai ir psichologiškai, kai tu gali dirbti, sakykime, tokiam dideliame tempe. Aišku, įvairiai, manau, kad skirtingai žurnalistai elgiasi, mano galbūt taip matau savo darbą ten. Tas dvi savaites labai intensyviai dirbti ir tuo pačiu metu tai yra reportažų filmavimas ir jų redagavimas, išleidimas tuo pat metu. Tai yra ne tą medžiagą rinkti ir vėliau redaguoti, o praktiškai tai vietoje daryti. Aišku, tai priklauso nuo galimybių, buvo ir dabar yra etapų kare, kad nėra elektros, sakykim, nėra interneto ryšio ir panašiai, tada sunkiau tai padaryti. Bet, iš esmės, darbas Ukrainoje labai dinamiškas, nes jis keičiasi. Sakykime, dirbant konfliktų zonoje vadinamojoje arba pilkojoje, ten, kur vyksta karo veiksmai, aišku, yra dienos planavimas. Kažkokie veiksmai susidėliojami, kur važiuosim, pas ką važiuosim, ką kalbinsim, ką filmuosim ir panašiai. Tada logistikos suformavimas, tai yra, kaip važiuosime, su koku automobiliu. Dažniausiai patys kariai transportuoja žurnalistus, jeigu tu dirbi su karo daliniais, su kariškiais, tai jie dažniausiai tave transportuoja, ypač, jeigu tai yra artimo kontakto zona, niekas neleidžia su savo mašina važinėti per daug. Žodžiu, kažkoks užmezgimas kontaktų su žmonėmis, su kuriais tu dirbsi, tada koordinavimas su atsakingais žmonėmis kontoroje. Paprastai žurnalistai turi security advisors, saugumo patarėjus, kurie koordinuoja žurnalistų veiksmus. Jis būna dažniausiai su žurnalistais, pačioje vietoje darbo. Tai mes tokio neturime varianto. Bet kaip alternatyva, mes turime tomis dienomis, kai filmuojame karo veiksmų zonoje, turime kontrolės laikus, per kuriuos mes turim pranešti savo išvykimą ir grįžimą. Tai yra žmogus, kuris seka tavo judėjimą, žino, kur tu esi ir kada tu turėtum grįžti. Aišku, mes turime algoritmą, kas praneša kam, jeigu tu nepraneši savo grįžimo ir išvykimo. Tai per kiek laiko po to kontakto nebuvimo įsijungia algoritmas mūsų sukurtas, kur, sakykime, tas žmogus, atsakingas už tavo judėjimą, praneša redaktoriui, redaktorius vyriausiajam redaktoriui ar

kitam atsakingam žmogui ir tada pradedama organizuoti evakuacija. Pirmiausia yra bandoma susisiekti įvairiais būdais, tai yra, kontaktas su tavimi, su tavimi dirbančiu fikseriu, kontaktas su kariniu daliniu, kuriame tu esi, jeigu toks yra. Tuomet kontaktas, sakykime, su policija ar su kitomis administracinėmis organizacijomis, atsakingomis už tą regioną. Kontaktas su Lietuvos ambasada ir tada jau evakuacijos organizavimas. Aišku, mums niekada nėra tekę daėti iki to, bet mes kartais pratestuojame, sakykime, tokį dalyką, pasižiūri, jei nepraneši laiku, pasižiūri, kokia reakcija būna. Ar sureaguoja, ar ne. Kol kas, kiek bandėme, visą laiką sureaguoja vienokiu ar kitokiu būdu. Nežinau, ar atsakiau. Tada filmavimas, grįžimas iš zonos, prisidavimas, kad esi gyvas, sveikas, na ir tada medžiagos apdorojimas, rinkimas saugioje vietoje.

Jau šiek tiek užsiminėte abiem atvejais, bet gal galėtumėte paplėtoti, iš kur jūs imate informaciją, vaizdo įrašus, nuotraukas apie karą Ukrainoje? Kai esate vietoje, kaip suprantu, viską vietoje filmuojatės ir susirenkat, bet kai esate Lietuvoje?

Lietuvoje mes naudojame naujienų agentūras. Mes turime visas pagrindines, Reuters naujienų agentūra, AP naujienų agentūra, AFN naujienų agentūra, mes taip pat, kadangi esame nacionalinis transliuotojas, esame EBU nariai. Tai mes dar ir ten keičiamės informacija su kitais nacionaliniais transliuotojais. Turim tikrai didžiulį kiekį naujienų agentūrų, iš kurių galime gauti medžiagą. Tai mes labai retai kažkokią kitą informaciją imame, na nebent labai būna kažkoks extra atvejis, breaking news ir nespėja tos agentūros įdėti. Bet vis tiek tuomet naudojame įvairius būdus patikrinti, ar tai geolokaciją nustatyti, autentiškumą. Turim įvairių open source toolsų, kur gali tikrinti informaciją, kiek ji tikra, kiek ne. Su Ukrainos medžiaga, aišku, tai labai pasikeitė per pastaruosius keletą metų. Sakykim, karo pradžioje galėjai praktiškai bet ką filmuoti, niekam ten per daug nerūpėjo. Ukrainiečiai jau turėjo tas taisykles nuo tų senesnių laikų, nuo 2018, 2019 m., nuo karo pradžios prieš 10 metų, jie jau turėjo patirties, kad negalima filmuoti visko bet kaip. Sakykime, judančios karinės technikos, jeigu filmuoji kažkur kelyje, gali paskelbti tą informaciją ne anksčiau nei po 24 valandų, kad neišduotum, kur jos važiuo. Tos taisyklės dabar yra labai sugriežtintos, dažniausiai visa medžiaga yra peržiūrima arba prašoma ją peržiūrėti. Aš tikrai manau, kad ne visais atvejais ją pavyksta gauti, bet jau nusistovėjusi ta taisyklė, kad jeigu tu esi embedinęsis su karine brigada, tai dažniausiai jų press office, jų atstovas spaudai paprašo atsiųsti tą medžiagą: arba galutinį variantą publikavimui, arba ne. Aišku, tai yra reikalinga, kad tu netyčia neišduotum kažkokių lokacijų. Labai dažnai žurnalistai filmuoja kažką su artileristais, nes gana saugu, toliau nuo fronto, šauda tos haubicos, gražūs vaizdai, visiems labai patinka. Sakykim, negali horizonto rodyti, turi užblurinti horizontą. Turi kažkokių stambių detalių numerių neišduoti ant tų ginklų, iš kur jie gauti, kada jie perduoti ir t.t. Tai faktiškai su kiekvienu mėnesiu griežtėja tos taisyklės, jaučiama. Tikrai ir klaidų buvo padaryta ir ne kartą paskui pataikyta į tas vietas, kur filmuota, tai labai atsargiai dabar žiūrima. Iš paskutinės mano patirties, mes darėme interviu prie namo sienos, kad jokio horizonto nebūtų, bet gavome pastabų, kad blogai, nes iš tų plytų tu vis tiek gali atskirti, koks tai pastatas. Nu tai tada bluro fone, viską blurinti reikia, bet mes negalime tokios medžiagos rodyti, ta prasme, visą reportažą užblurinti ir palikti judančius žmones. Sorry. Aišku, reikėjo pasistumdyti, pasipykti truputį. Net, sakykim, pastato viduj filmuojant dažnai prašo, o čia pasimato langai, iš langų formos jau galima atskirti. Jauti tą tokią paranoją ir baimę jų, bet kartu ir supranti, kad ji ne veltui yra. Tikrai būna tų pataikymų po filmavimų. Tai, labai labai viskas yra strict ir jaučiasi iš pačių žmonių filmuojant, jeigu anksčiau atvažiuodavai į kokį kaimelį pafrontės, tai ten žmonės gana mieliai parodydavo tau, kur čia mokyklą susprogdino, kur fabriką susprogdino. Dabar nuvažiavome netoli fronto, netoli Pokrovsko ir iš karto žmonės prieina prie mūsų ir ne tai, kad siūlo kažką parodyti, o reikalauja parodyti savo dokumentus. Mes suprantame, kad vietiniai žmonės taip pat yra skatinami būti atidiems, stebėti, kas vyksta, stebėti aplinką. Labai stipriai sugriežtėjo patikros blokpostuose, nu ten pamojuodavai žurnalisto pažymėjimu ir ten nesunkiai galėjai pravažiuoti. Dabar yra labai atidžiai tikrinama, kiekvienas įvažiuojantis žurnalistas. Jie sakė, kad yra tokių, kurie be akreditacijų pravažiavo ne kartą, prifilmavo, ko reikėjo, ko nereikėjo, ką norėjo, tą nufilmavo, nu ir viskas, dabar visi už tai kenčia. Tikrai labai jaučiasi. Dabar žiūrėjau savo elektroninio pašto dėžutę, per porą mėnesių gavau du naujus laiškus, kad vėl pasikeitė taisyklės. Jeigu važiuoji į Charkivo sritį, turi kreiptis į Charkivo miesto administraciją, Charkivo srities administraciją, dar kažkokią administraciją gauti. Daugybė daugybė leidimų, kad galėtum dirbti.

O kokią dalį jūsų darbe užima socialinės medijos?

Labai mažą. Mes labai nedaug darome. Iš LRT pusės, mes vis daugiau į socialinius tinklus dedame medžiagos ir tikrai pastaruoju metu stipriname savo profilius. Aš tame nedalyvauju, tik kaip stebėtojas galiu pasakyti iš šono. Aš tikrai matau vis daugiau turinio. Aišku, daugiausiai tai yra originalus turinys, mūsų pačių žurnalistų filmuojamas

turinys. Sakym, naujienų agentūrose yra tam tikri apribojimai, vienos leidžia naudoti tą medžiagą socialiniuose tinkluose, kitos neleidžia. Yra daug tokių teisinių kablukų. Kadangi nesu įsigilinęs, nenoriu komentuoti. O iš tokios mano asmeninės pusės, tikrai kol kas labai mažai socialiniuose tinkluose, labiau kokiais reklaminiiais tikslais, savo asmeniniais tikslais, kad pasidalint, va kažką įdomaus padarėm, bet tai iš asmeninių paskyrų, o ne iš kažkokių LRT. Bet aš manau, kad tai greitu metu turėtų keistis, yra noro, tų planų daugiau turinio dėti į socialinius tinklus, visas platformas. Aš asmeniškai tai labai mažai.

O kiek medžiagos imate iš socialinių medijų? Kaip buvo karo pradžioje televizijoje ir kaip keitėsi tos tendencijos, kaip yra dabar?

Mes nuo pat pat pradžių labai atsargiai, turime labai puikią prieigą, turime keturias naujienų agentūras. Faktiškai nebuvo poreikio naudoti ten iš „Telegram“ kanalų, iš „Twitterio“. Mūsų ir buvo iš tikrųjų toks susitarimas nenaudoti medžiagos, kuri nėra patikrinta. Mes tikrai laikėmės tokio atsargumo. Dažniausiai, jeigu būdavo kažkokių tikrai reikšmingų įvykių, kur įvykdavo kažkas tokio ir socialiniai tinklai sureaguodavo greičiau, tai dažniausiai tos pačios naujienų agentūros gana greitai tuos vaizdo įrašus patikrina ir publikuoja, gal valandų skirtumas. Aš asmeniškai faktiškai negalėčiau prisiminti tokio atvejo, kada mes naudotume žalią medžiagą iš socialinių tinklų be leidimo gauto. Tai tikrai esu ne kartą rašęs žmonėms kažką papostinusiems, gal galima panaudoti šitą medžiagą ir gavęs leidimą, bet dažniausiai, kol tas žmogus atrašo, ir įdėdą kokia nors agentūra. Tai mes labai sąmoningai labai atsargiai net žiūrėdavome tą medžiagą, kas ten vyksta, nes daugybe atvejų pasitvirtino, kad tai buvo netikra medžiaga ar sena medžiaga įdėta ar panašiai. Tai karo pradžioje jos buvo labai daug, dabar jos yra labai nedaug, jos labai stipriai sumažėjo. Medžiagos, kuri, mano nuomone, yra skirta manipuliuoti, paveikti, jos skaičius labai stipriai išaugo. Man atrodo, net praeitą savaitę žiūrėjau, tiek ukrainiečių, tiek rusų kanaluose dirbtinio intelekto sugeneruoti vaizdai, kurie grynai skirti dezinformuoti. Matosi, kad abi pusės, atrodo bent, kad abi pusės gana intensyviai dirba. Ar tai yra mėgėjiški kažkokie bandymai, ar valstybiniu lygiu daroma, čia yra klausimas, aš neįsivaizduoju, bet tikrai tų vaizdų matosi labai daug. Kartais net neslepiant, kad jie yra dirbtinio intelekto sugeneruoti ir nieko ypatingo nėra. Dažnai matosi seni naudojami vaizdai, metų senumo, vis sugrįžta į cirkuliavimą. Bendrai paėmus skaičius medžiagos, kuri yra publikuojama, yra drastiškai sumažėjęs, ypač iš karių pusės. Tas sutampa ir su asmenine patirtimi Ukrainoje, kad labai stipriai yra sugriežtėję priežiūra, ką gali žurnalistai užfiksuoti, pamatyti, neabejotinai, kad tas pats yra taikoma ir kariam, ką gali pasakyti, ką gali nufilmuoti, rodyti. Ir viskas, to pasekoje, praktiškai absoliučiai nieko nežinome, kas vyksta fronte, mes matome dronų vaizdus dažniausiai, socialinių tinklų medžiagos yra naudojamos dažniausiai promotinti savo brigadas ar savo batalionus, tiesiog paramai rinkti. Dėdą vaizdo įrašus, kaip su dronais žudo žmones ir maždaug aukok pinigų ir panašiai. Rusai išvis beveik nedėdą tų vaizdų arba labai nedaug. Jų ta propaganda valstybiniu kažkokiu lygmeniu veikia, tai mes matome naujienų agentūrose labai daug medžiagos. Rusijos gynybos ministerija oficialiai dėdą kiekvieną dieną kažkokius tai vaizdus karo. Ukraina kliaujasi žurnalistų darbu, nepriklausomų žurnalistų darbu. Labai drastiškai yra sumažėję medžiaga. Jeigu dar prieš kokius metus, pusantų metų kiekvieną dieną galėjai rasti naujienų agentūrose medžiagos iš Ukrainos, tai dabar du–tris kartus per savaitę įdėdama. Labai stipriai sumažėję medžiagos. Tiesiog daug mažiau žurnalistų važiuoja ten dirbti, važiuoja mažiau, nes žymiai pavojingiau ir žymiai sunkiau, nes tiesiog didesnė kontrolė.

Dar noriu perklausti, pavyzdžiui, dėl Zelenskio pasisakymų. Tie kasdieniai kreipimaisi į ukrainiečius. Juos imate iš „Telegram“, „Facebook“ kanalų ar iš kitokių šaltinių?

Anksčiau kiek atsimetu buvo EBU puslapis, kuriuo mes naudojames, jis beveik visada įdėdavo arba visą arba dalinę, jo kalbos dalį, kur kažkas akcentuojama. Kartais įdėdavo ir kitos naujienų agentūros, dažniausiai, jeigu kažką reikšmingiau pasakydavo. Mes dažnai dirbame tą pamainą, kai darome ryto žinias, tai ten dažniausiai ir įpuldavo, nes jo pasisakymai būdavo po paskutinių žinių, po Panoramos neretai, tai dažniausiai jau ryto žinioms įdėdavo jo kažkokį komentarą. Tai aš asmeniškai naudoju jo pasisakymus iš naujienų agentūrų, bet kartais būdavo, kad kol tas įrašas su vertimu įkris, tai aš dažniausiai susirasdavau jį „Telegram“ ir pasiklausydavau. Arba žinodavau, kokią vietą įdėsiu. Nu arba kartais, jeigu nebūdavo, paimdavau iš oficialaus puslapio Zelenskio prezidentūros. Bet dabar jau rečiau įdėdą, bet ir mes daug rečiau jį dėdame, nes nebeturi tokios reikšmės tie pasisakymai arba nėra tokie svarbūs. Jeigu kažkas būna įdomaus, kad jis pasakytų, tai dažniausiai būna įdėta naujienų agentūrų. Arba jeigu pasakė kažką apie Lietuvą, ko nėra, tai pasiimi iš jo oficialių kanalų.

O šiaip kas televizijai yra svarbiausia iš socialinių medijų? Sakėte, kad mažai naudojama medžiaga iš socialinių medijų, bet kai naudojama, ko ieškote? Kokiu tikslu einate ten?

Aš asmeniškai gana intensyviai seku. Pirmiausia, kontekstui bendram, nes tu matai gana daug ten. Pačių žmonių, kažkokių kareivių. Tu ten gali pamatyti socialiniuose tinkluose ko tikrai nedės agentūros – karo nusikaltimai, kažkoks explicit turinys, nežinau, kaip lietuviškai pasakyti.

Išskirtinis?

Jo, necenzūruojamo kažkokio turinio, kurį tu labiau naudoji. Mes vis tiek nenaudojam tų vaizdų rodyti per televiziją, turime savo taisykles dėl galimybių rodyti kraują, smurtą ar panašiai. Dažniausiai, jau čia automatiškai, ta socialinių tinklų medžiaga nėra naudojama, nes ji per žiauri, per brutali, bet ji leidžia, sakykime, susidaryti įspūdį, kontekstą žinoti geriau, pamatyti daugiau. Aš labai daug žiūriu, pastaruju metu žiūriu ir rusų kanalus, tiesiog suprasti, kokį naratyvą jie formuoja, kaip jie freimina kažkokį klausimą. Dabar visas dėmesys yra apie Pokrovską ir kas Pokrovske vyksta. Tiesiog žiūri rusų propagandą ir žiūri, ką jie ten kalba, kaip jie ten bando parodyti tą situaciją, tada lygini su tuo, kaip rodo ukrainiečiai, kad kažkokį turėti bendresnį vaizdą. Antra, kai yra sumažėjęs vaizdo medžiagos, apskritai informacijos iš naujienų agentūrų, kai faktiškai didžioji dalis informacijos, kuri yra pateikiama, yra oficiali valstybės pozicija, tai aišku, kad ji prasilenkia labai dažnai, matome savo naratyvo formavimo, tai socialiniai tinklai leidžia praskiesti bendrą oficialią poziciją, pamatyti iš arti, kaip tai atrodo, ką ten žmonės galvoja, kuo jie piktinasi, kas jiems nepatinka, kuo jie skundžiasi, kaip tai atrodo. Tai vėlgi atsargiai tą darai, nes žinai, kad manipuliuojama socialiniais tinklais. Labai retai pati medžiaga naudojama kaip vaizdinė medžiaga.

Iš to, ką kalbėjote, jau įsivaizduoju sudėčiau atsakymus į lenteles, bet dar perklausiu. Kokius matote pagrindinius socialinių medijų plusus ir minusus informuojant apie karą Ukrainoje?

Pirma, greitis, kad labai greitai medžiaga yra prieinama. Sakykim, jeigu raketų antskrydis ar oro antskrydis Ukrainoje, pirmiausiai sužinosi iš socialinių tinklų, „Twitter“ ir panašiai. Greičiausiai, tai bus ir pirma vieta, kur tu pamatysi rezultatus ir gali spręsti, kiek rimta tai yra. Jeigu dirbi vakarinėje pamainoje ir pradedi matyti kažkur „Twitter“y, kad žmonės pradeda rašyti, kad Shahedai atskrenda, tu gali jau susidaryti tam tikrą įspūdį ir gali svarstyti, okei, ar man čia pradėti ruošti pranešimą, ar ne. Jeigu žinai, kad prasideda didelė ataka, tai greičiausiai bus ir aukų. Tu gali pasiruošti ir tada gali greičiau per žinias pranešti jau patvirtintą informaciją. Tai čia yra gana didelis plusas. Antras, įvardinčiau, kad gali išgirsti ar pamatyti kažką, kas nėra oficiali nuomonė. Tai galbūt kažkokia nuomonių įvairovė, kritikos daugiau tam bendram kontekstui susidaryti. Minusas, aišku, kad patikimumo klausimas. Labai daug yra manipuliavimo, propagandos, žaidimų jausmais ir ko tik nori. Senos medžiagos naudojimo. Aš tikrai mažiau Lietuvoje per žinias naudojamus vaizdus, kurie buvo, man atrodo, gal metų senumo, net daugiau gal, net ne invazijos pradžios, 2017 ar 2018 m. medžiaga buvo pateikta kaip dabar karo naudojami vaizdai. Absurdiškai tiesiog. Tai man teko matyti per televiziją tokius vaizdus, puikus įrodymas, kaip reikia tą informaciją tikrinti, nes kartais matai, kaip tą erdvę užpildo, paleidžia per visus, per daugybę profilių tą patį vaizdelį kažkokį seną ir įkontekstina. Milžiniškas pavojus dezinformuoti.

Dar šiek tiek norėčiau sugrįžti prie jūsų darbo Ukrainoje. Kaip jūs naudojate socialines medijas, kai esate Ukrainoje? Ar jūs irgi žiūrite tam platesniam kontekstui matyti? Kalbėjau su viena žurnaliste, jūsų kolege Ieva Balsiūnaite, beje, ji sakė, kad seka socialines medijas, kada galima tikėtis atakų, kad galėtų pasitraukti į saugesnę vietą ar pasiruošti. Galbūt jūs galėtumėte savo patirtimi čia plačiau pasidalinti?

Jo, aš pritarčiau Ievai tikrai. Aišku, ten yra daug įvairių būdų dėl oro pavojaus, yra pranešimai, kurie ateina tau į telefoną. Arba net būna, puikiai atsimenu atvejį, buvome Slovjansko mieste, girdi, kad miestą bombarduoja, tai iš karto ieškai informacijos socialiniuose tinkluose, kur pataikė, kas pataikė ir t.t. Gali kažkaip vertinti situaciją. Galų gale, jeigu nori kažką užfiksuoti, eiti į įvykio vietą, tau reikia žinoti, kur įvyko. Kitas dalykas, aišku, jeigu mes važiuojame į tam tikrą vietą, kuri yra pilkojoje zonoje arba arti pilkosios zonos, kur yra grėsmė artilerijos ar dronų smūgių, tai aišku, kad socialiniuose tinkluose bandau surasti informaciją, kaip vaizdas atrodo ant žemės ten. Ar kažkokie žurnalistai ten buvo, ar vietos gyventojai ten papostino vaizdų ar parašo. Ukrainoje kiekvienas miestukas turi savo dar grupę susikūrus, pasižiūri, ką ten žmonės rašo, kas vyksta, kaip atrodo kasdienis gyvenimas, kiek atakų būna, taip toliau. Viena vertus,

per ten gali netgi kažkokį kontaktą užmegzti su žmonėmis, jeigu ieškai kažkokių pašnekovų istorijai. Kita vertus, gali susipažinti, kaip vizualiai atrodo. Labai svarbu važiuojant į karo zoną, žinoti, ko tikėtis, ką tu pamatysi, koks bus kelias, ar ten žvyrkelis, ar asfaltuotas kelias. Ar ten užversta kas nors, bombarduota, ar mieste sąlyginai yra infrastruktūra. Tokius dalykus išsiaiškinti, ar elektra bus, ar ne, kiek dažnai ji dingsta, ar yra internetinis ryšys. Dažnai socialiniuose tinkluose, grupėse vietos gyventojų gali susirinkti naudingos informacijos apie kasdienius dalykus.

Kokiais socialiniais tinklais naudojėtės?

Jo, aš daugiausiai naudojuosi „Twitter“, „X“ dabar vadinasi. „Telegramu“ kažkiek. Komunikacijai daugiausiai „Signalas“, „Whatsappas“ eina, kažkiek „Facebooke“, bet mažiau. Turbūt „Twitteris“ būtų pagrindinis. Jeigu vietos gyventojų ieškai, turbūt „Telegramas“ geriau. Bet aš nesu jo labai gerai įvaldęs, man sunku ten.

Šiek tiek užsiminėte pokalbio pradžioje, kaip tikrinate nuotraukas, vaizdo įrašus, informaciją iš socialinių medijų. Gal galėtumėte tiesiog papasakoti dar šiek tiek plačiau, kokius įrankius ir metodus naudojate turiniui patikrinti?

Yra tokie puslapiai įvairūs, yra tas pats EBU, jie patys tau suteikia nemažai informacijos, kaip reiktų tikrinti tą informaciją. Yra tokie puslapiai, kurie ištraukia metadatus tų failų ir tai gali suteikti tam tikrų duomenų, kada jis buvo sukurtas ir panašiai. Tai čia toks techninis pobūdis pasižiūrėti. Mes naudojame tik labai retais atvejais, kai kažkas įvyksta labai greitai ir mes matome prasmę tame pranešti. Tai geolokacija, tokios pagrindinės taisyklės: ar gali rasti kažkokių geografinių detalių, kurios patvirtinti buvimo vietą. Gatvių pavadinimai, aplink esantys geografiniai objektai, kuriuos tu galėtum atsekti pagal Google maps ir pasižiūrėti, kurioje vietoje tai yra. Galų gale įvertinti, pasižiūrėti, kokie automobilių numeriai, ar bent tos šalies numeriai. Tikrai ne kartą yra buvę, kad kur nors Rusijoje, bet paskui pažiūri, kad numeriai visai kitos šalies. Tai šios visos detalės. Kol kas nereikėjo tikrinti, ar čia dirbtinio intelekto sukurta, ar ne, bet aš asmeniškai, nepasakyčiau, yra toolų nemažai, kur gali pasižiūrėti, ar jis sugeneruotas ar nesugeneruotas. Kol kas tiesiog neteko susidurti su tokiu geru dirbtinio intelekto sukurtu vaizdu, kad jis priverstų patikėti. Tai geolokacija, metaduomenys, kurie gali parodyti, kada jis sukurtas, kur buvo publikuotas. Jeigu tai yra nuotrauka, tai padeda dažnai reverse image search, tiesiog pasižiūri, ar nebuvo jau anksčiau internete tos nuotraukos kur nors. Lygiai taip pat socialiniuose tinkluose gali per paiešką bandyti susirasti, ar nebuvo anksčiau kažkur publikuoto to vaizdo.

Ar naudojate dirbtinį intelektą kažkam tikrinti?

Ne, aš kažkaip ne, nors asmeniniame lygyje paeksperimentuoju. Mes stengiamės daug grafikos naudoti, turime puikius grafikos dizainerius, kurie sukuria puikias iliustracijas ir pan. Bet, sakykim, kartais tiems dizaineriams, kad jie kažką sukurtų, mes jau turime jiems savo idėją pateikti, kaip mes įsivaizduojame grafiką. Tai aš pažaidžiu kartais, pabandau kažką pageneruoti, kad jiems būtų lengviau, bet dažnai ta kokybė tokia bloga, kad lengviau tau ant popieriaus nupiešti. Geriau gaunasi, nes sunkiai jis supranta. Dar esu naudojęs, gal ne visišškai tiesiogiai, kai prie temos dirbti, didesnės apimties, gauni duomenų didelį kiekį, prašai kartais susisteminti tam tikrus pavadinimus failų, dar kažką. Jeigu turi tą raw medžiagą, excelio formatu, kuri tinkama tam susisteminti ten datas kokias įvykių ar panašiai, ginkluočių pavadinimus. Bet kol kas tai yra labai mikro lygmenyje su nepasitikėjimu ir nerimu, tikrai nėra užtikrintumo bent jau man ir aš atsainiai žiūriu. Teksto prasme kartais paprašai pabrainstorminti idėjų pavadinimui ar lydui, galbūt savo kažkokį tekstą, kad pasiūlytų, bet nėra kol kas tiek gerai, kad būtų galima naudoti iš karto publikavimui.

Ir informacijos tikrinimui nenaudojate dirbtinio intelekto?

Ne, aš asmeniškai nenaudoju. Nors žinau, kad kai kurie iš tų įrankių, kuriuos minėjau, metaduomenims surinkti, jie galbūt naudoja kažkokią prasmę analizuojant, bet nežinau, čia turbūt reiktų su jų kūrėjais. Yra toks puslapis, tuoj pasižiūrėsiu, kaip vadinasi. Tokioje konferencijoje buvau ir rodė jį. Image Whisperer. Eksperimentinis. Media verification and research tool. Jo idėja yra, kai turi kažkokį shady video ir tu nežinai, kur jis nufilmuotas, kas jame veikia, jis tą video išanalizuoja ir pateikia pirmiausia metaduomenis, bet jis taip pat pateikia, kokia kalba vyksta. Tu nežinai, kalba arabiškai, tau visos arabų vienodai kalbos skamba. Jis sugeba gana gerai atskirti kalbą, jis gali atskirti ir jam gali uždavinėti klausimus, kokį ginklą laiko karys. Jis gali atpažinti, kad čia bus AK-47 arba koks amerikietiškas ginklas. Būtent žurnalistų iniciatyva kuriamas įrankis, kuris manau, jeigu veiks, turėtų būti labai įspūdingas. Tikrai būna

nuteka kažkokie vaizdai. BBC turi ištisą komandą, image verification team, kurių darbas yra tik tikrinti vaizdo medžiagą, kur ji yra nufilmuota, kas joje yra ir t.t. Šitas turėtų gana palengvinti darbą, bet patys kūrėjai sako, kad reikia daug įdėti. Mes bandėmės kelis kartus, kur įdedi kažkokį vaizdo įrašą ir jis nustato pagal numerius automobilius, skelbimus, jis gali atskirti, kur tai yra, šalis. Tarsi sutrumpinti procesą. Arba jis gali parodyti, į ką atkreipti dėmesį, gal kažkokia kalba, gal kažkoks ženklas išduoda ir tada tu jau gali savo procesą daryti patikrinimo.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir greitai jį tikrinti bei jį skelbti? Jei taip, kokias rizikas tai kuria?

Aš manau, kad priversti yra reaguoti. Rizika tai aišku, kad tai yra netikra, kad tai yra klastotė, kad tai yra manipuliavimas, kažkokia informacinė ataka, nėra sunku tokius dalykus padaryti. Yra didelė rizika publikuojant tokią vaizdo medžiagą atskleisti per daug. Ukrainoje žmonės išmokyti, jeigu mieste pataiko smūgis, nefilmuoti horizonto, nefilmuoti, kur nes iš karto gali taikytis, naudoti socialinius tinklus ir vėliau tiesiog pakoreguot ugnį ir t.t. Tikrai gali atskleisti karinę paslaptį net ir netyčia. Arba publikuodamas kariuomenės judėjimą, karių veiksmus, gali atskleisti jų pozicijas ir sukelti jiems tiesioginį pavojų. Turbūt šimtai tokių atvejų jau yra buvę. Čia niekam nėra paslaptis, kad abi pusės stebi socialinių tinklų erdvę ir telaukia. Praėjusią savaitę buvo smūgis į rikiuotą ukrainiečių karių, kurie išsirikiavo medaliams teikti. Iš karto. Visi žino, kad rusai taikosi į žurnalistus, kurie viešbutyje gyvena. Tai jokių būdu nedėti savo buvimo vietos, kur tu esi, per langą nefotografuoti arba po savaitės. Tai didžiulė rizika sukelti tiesioginį pavojų, jeigu tu per greitai publikuosi. Visi žino, kad naudojama double taktika, kai pataikai, palauki, kol atvažiuoja gelbėtojai ir iš karto vėl ten kali. Jeigu įdėsi, kaip dega, gaisrininkai, tai greičiausiai juos gali ir pataikyti. Tai, žodžiu, turi būti labai atsargiai vertinama.

Šiek tiek aptarėme, kad šiais laikais socialinių medijų vartotojai gali matyti labai daug turinio. Kaip manote, kokį vaidmenį čia turi atlikti žurnalistai?

Gali matyti daug visko ir, turbūt manau, daugelis ir prisižiūri labai daug, susidaro kažkokį vienokį ar kitokį įspūdį. Aš manau, kad mes turime savo gatekeeping funkciją kažkokią atlikti ir turim prafiltruoti, kas ten yra, patikrinami ir verti dėmesio vaizdai iš socialinių medijų, kuriuos galime patvirtinti kaip legitimius, kaip iš tikrųjų atitinkančius vietovę, laiką ir panašiai. Aš manau, kad reiktų gal net daugiau edukuoti, kad tiek daug netikros informacijos. Dabar jau slopsta. Prieš metus—du neįtikėtinas kiekis medžiagos buvo internete parodomas. Ir dabar jos jau tiesiog mažiau ir aš manau, kad čia iš patirties tos pačios, kad nerodyti. Tikrai matome daug mažiau vaizdų ir manau, kad ateityje jų dar tik mažės ir grįžime ten, kur buvome. Mano spėjimas, kad turėtų nunykti socialinių tinklų medžiagos erdvė vien dėl to, kaip lengva ją manipuluoti ir kiek daug tos netikros informacijos bus skelbiama.

Paskutinis klausimas jums, kaip žurnalistui, dirbusiam ir Ukrainoje, ir nuotoliu. Kaip manote, kaip darbo vieta veikia žurnalistų gebėjimą išlaikyti objektyvumą? Kuriam žurnalistui yra lengviau išlikti objektyviam?

Aš manau, kad buvimas vietoje sukuria milžinišką pridėtinę vertę, nes tu visiškai kitaip gali įvertinti situaciją, kontekstą. Tu gali daug geriau pajusti ir perteikti atmosferą. Bandymų manipuluoti tavimi ar pateikti netikslią informaciją, aišku, jos daug ir visur, bet buvimas vietoje, buvimas kovos veiksmų zonoje leidžia susidaryti žymiai platesnį įspūdį ir supratimą. Turbūt svarbiausia, supratimą, mastą, mastelį įvykių dinamikos. Aš jau nekalbu apie, kai tu gali iš tikrųjų išgirsti žmonių patirtis, kurios gali leisti suformuoti savo galvoje kažkokį gilesnį ir platesnį įvykių kontekstą. Tu gali daug matyti naujienų agentūrų medžiagoje ir tau ten pateikia po sakinuką to ką tas žmogus pasakė, ką galvoja. Tai dažniausiai būnant vietoje kiekvienas tas pašnekesys trunka nuo kelių minučių, gali trukti iki valandos ar kelių. Žymiai daugiau informacijos, kurią tu gauni. Antra, tikrai labai jaučiasi. Artimuosiuose Rytuose, į Gazą apskritai negali įvažiuoti. Ukrainoje galimybės veikti yra labai stipriai ribotos. Matome, kad karuose dabar, konfliktuose labai stengiamasi kontroliuoti informacijos kanalus. Man atrodo, kad bet koks bandymas, bet kokia galimybė tiesiogiai užfiksuoti, išgirsti, pamatyti, kas vyksta, iš karto sukuria didžiulę papildomą... Turbūt, gali dirbti iš savo redakcijos, yra gausybė medžiagos dabar, gausybė šaltinių, bet bet koks buvimas ten sukuria pridėtinę vertę papildomą.

6.4. Margarita Vorobjovaitė, 15min žurnalistė

Interviu atliktas „Messenger“ 2025-11-14, pokalbio trukmė 42:06.

Kaip suprantu jūs kaip faktų tikrintoja dirbat, ar teisingai?

Taip.

Gal galėtumėte šiek tiek papasakoti trumpai kaip tas jūsų darbas atrodo, kaip atrodo eilinė diena ir kokią dalį jūsų darbe sudaro Ukrainos karo naujienos?

Aš nepasakyčiau, kad mes formuojame darbotvarkę, nes mes monitoriname tą informacinį lauką ir iš tikrųjų mums darbotvarkę formuoja tie feikų kūrėjai, iš dalies Rusija nes tai, ką aš matau ką iš principo, tie feikai, kurie atsiranda Rusijoje, po dienos ar dvejų jie atsiranda ir pas mus, jei kalbame apie kažkokį karą Ukrainoje ir t.t. Jeigu Rusijoje atsirado idėja apie kovinius uodus, tai diena–dvi ji atsiduria pas mus. Mes priklausome tarptautinei faktų tikrinimo organizacijai IFCN ir turim sutartį su Facebooku iš principo feikų monitorinimas vyksta socialiniuose tinkluose, nes Facebook pagrindinis Baltijos šalyse. Žodžiu, jeigu ateina koks nors feikas, aš parašau straipsnį, kodėl tai yra netiesa ir Facebooke yra tokia kaip programa add on ir aš įdedu, yra pridavimo sistema. Tai įdedu linką į feiką, įdedu linką į fact checką ir tą žmogų, kuris platina feiką, tie žmonės kurie pasisharino, atsiranda disclaimeris, kad šita informacija yra patikrinta third party fact checkers ir kad tai yra melas arba iš dalies melas, trūksta konteksto, priklausomai nuo...

Truputį sutrūkinėjo ryšys, sakėte nuo pobūdžio?

Nuo pobūdžio ta prasme, kad ar trūksta konteksto, ar tai yra visiškai melas, ar tai yra iš dalies melas. Būna, kad tiesa. Ten tokia sistema yra.

Gal dar galėtumėte patikslinti, ar visus feikus iš eilės imate, ar vyksta kažkoks atsirinkimas? Kaip atsirenkate, kas nugals pas jus?

Iš principo, yra du kriterijai: kiek jis yra virusinis tas dalykas, ant kiek plačiai jis plinta ir kiek jis yrapavojingas. Mes ne tik apie Ukrainą rašome, pačioj pradžioj gi skiepu dezinformacija ta prasme tos Ukrainos iš principo net nebuvo darbotvarkėje. Tai skiepai, tyrimai, kiek tai potencialiai gali pakenkti žmonėms, sakykime taip.

Kokią dalį jūsų darbe sudaro feikai apie Ukrainos karą?

Kadangi aš ne viena dirbu, mūsų yra keli, tai mes iš principo dalinamės. Tai mano sritis, aš ne tik faktų tikrintoja, aš dar užsienio žurnalistė ir mano sritis yra Rusija, Baltarusija, Ukraina. Tai aš, turbūt, labiau monitorinu tą erdvę ir daugiau susiduriu. Mano darbe, nežinau, 70, gal 65 proc. yra apie Ukrainą.

O iš kur tie feikai ateina? Kokia dalis būtent iš socialinių medijų?

Tai didžioji dalis iš socialinių medijų, ne visi. Mes pastaruoju metu dar tikriname tokius momentus virusinius, kurie atsiduria ne Facebooko srityje. Kaip tai atkeliauja iki Lietuvos? Rusijoje atsiranda kažkas, kartais tai vadinama tokiu karuselės principu. Jie pasileidžia feiką, tada tą feiką išplatina jų kažkokios naujienų agentūros, RT, dar kažkas. Tada juos pacituoja kažkokie šaltiniai, ne tiesiogiai affiliated. Tai būna Prancūzijoje, ten dar kažkur. Ne Russia Today, bet kažkoks Foreign Affairs... Jų sukurtas puslapis, bet užsieny. Tada jie pasiima iš to puslapio ir jau tiražuoja plačiau ir sako, kad žiūrėkit, čia užsienio žiniasklaida rašo, Prancūzijos. Jeigu pasitikėjimas Rusijos žiniasklaida yra svyruojantis, tai užsienio žiniasklaida juk nemeluos. Labai dažnai tai daroma ne per Prancūziją, pastaruoju metu pastebiu, kad yra daroma per Afrikos valstybes, su kuriomis jie iki dantenų užsisiurbimo bučiuojasi. Tai daroma ne per Afrikos žiniasklaidos priemones, o koks nors Afrikos tarptautinių santykių institutas in the middle of fucking nowhere. Iš tikrųjų turi skirti laiko, kad išsiaiškintum, kad tas institutas yra finansuojamas rusų ir kad jis nėra trustworthy. Bet jeigu skaitai, kad tarptautinių santykių instituto ekspertai, dar kažkas, jie pasakė, tai tikriausiai yra teisiybė, kad va, ukrainiečiai blogi, o mes geri.

Visa tai anyway atkeliauja ar į Facebooką išverčiama ar tame pačiame Telegrame atsiduria. Socialinės medijos aš nepasakyčiau, kad jos egzistuoja kažkaip atskirai, jos yra labai integruotos to informacinio lauko dalis.

Dabar paminėjote, kad feikų būna Facebooke ir Telegrame, ar čia ir yra tie pagrindiniai socialiniai tinklai, ar dar kuriuose nors pastebite?

Twitteris. Twitteris, kai jį perėmė Elonas Muskas, tapo tokia šūdų virtuvėle. Ir tas dirbtinis intelektas, kuris ten turėtų tvarkyti tą situaciją, jis nelabai padeda. Nu gerai, kažkiek padeda, nes feikų kūrėjai pyksta, kad jiems nepatinka, net kai dirbtinis intelektas sako, kad jie šūdus platina. Bet jo, Twitteris. Iš paties principo, nuo karo pradžios Telegramas dėl savo pobūdžio, visiško cenzūros nebuvimo, tapo vienu iš pagrindinių fronto naujienų šaltinių. Ne feikų, bet fronto naujienų. Ir kartu tos medžiagos, kuri vėliau, greičiausiai, nuguls tribunole, jeigu toks bus. Ten buvo platinama medžiaga iš Bučos, pilietinė žurnalistika. Ten buvo sušaudymai, gerklų perpjovimai, pakorimai karo kalinių, labai daug smurtinės informacijos, pilietinės žurnalistikos. Ji būtent dėl karo atsirasdavo Telegrame, būtent dėl to, kad ten nėra cenzūruojami tie smurtiniai vaizdiniai.

Kurios pusės manipuliacijų jūs pastebite daugiau?

Faktas, kad Rusijos. Dabar galvoju, kad tik vieną kartą esu fact checkinus Ukrainai palankią manipuliaciją. Čia daugiau negu trys karo metai.

Norėčiau pereiti prie metodų, kaip tikrintate informaciją, nuotraukas ar vaizdo įrašus iš socialinių medijų. Papasakokite apie juos.

Galiu papasakoti tarkime apie tą feiką, kuris buvo Ukrainos pusėje. Su Rusija viskas daugiau mažiau aišku. Yra kažkoks feikas, NATO ketina mus pulti. Pasikeli NATO įstatus, kad tai yra gynybos aljansas ir kad NATO apskritai neturi mechanizmo, kad viena šalis, atskira narė arba netgi kolegialiai neturi, kaip čia pasakyt, puolamojo taisyklių sąvado. NATO yra susitarimas. Aljansas yra apie susitarimus ir jie yra labai griežtai reglamentuoti. Tada rašai, kad taip ir taip, kad NATO yra gynybinis aljansas, pagal įstatus vienas, du trys, jei turi teisę gintis, bet neturi teisės pulti, todėl puolimas yra techniškai neįmanomas. Paaiškini tokius dalykus. <...>

Kartais tie feikai būna reikalaujantys OSINT visų atvirų šaltinių žvalgybos. Buvo tas atvejis, ale proukrainietiškas. Ten buvo vaizdas, kaip pikupas, krovininė mašina, jos gale įrengta raketinė tokia, nežinau, karybos dalykuose nestipri, kelios raketos ir, žodžiu, šaudė. Sako, kad taip ukrainiečiai, kadangi neturi labai daug pinigų profesionaliai, gerai oro gynybai, negauna pakankamai ginklų, čia buvo seniai palyginus, dar karo pradžia. Kad jie negauna tų tinkamų ginklų oro gynybai, tai va, jie tokie išradingi ir jie sugalvoja. Pirmas dalykas, kai matai tą video, reikia nustatyti, ar tai tikrai Ukrainoje. Tai pirmas dalykas – OSINT toolsai, kuriuos naudoji. Yra auksinė OSINT taisyklė, kad turi būti nemažiau keturi–penki OSINT įrodymai, vienas kitą patvirtinantys, tam, kad tu galėtum kažką tvirtinti. Šiuo atveju, kas sukėlė įtarimą – asfaltas pernelyg geras. Ten keliai iš tikrųjų yra tokie išdaužyti. Tada aš per programą augalų atpažinimo nuskenavau, ten toks siluetas medžio buvo. Išsiaiškinau, kad tie medžiai neauga Ukrainoje, kad ten yra kitos srities. Ten irgi buvo žibinto fonas, pasižiūrėjau, kad žibintų formatas Ukrainoje, kokie yra žibintai, yra ne tie, nu neaplink Kyjivą. Tada, kas ten dar buvo. Ai, tas pikapas ir toks už posūkio buvo dar vienas hintas dėl kelio ženklo, kad kelio ženklo forma, susitikinau su Ukrainoje naudojamais, kad ne Ukraina. Tokie dalykai. Visa tai aprašai, kai rašai fact checką. Tvirtinimas, kad tai buvo Ukraina, greičiausiai neatitinka tiesos, nes tas, tas, anas, trečias, dešimtas. Tai va taip.

Atrodo, kad labai smulkmeniškai į kiekvieną detalę reikia žiūrėti.

Taip, labai. Kas dėl Ukrainos. Mano kolegė, tokia aštresnių pojūčių mėgėja, kažkada fact checkino pakarimo video. Ji tą video ant repeato peržiūrėjo nežinau kiek tūkstančių kartų. Ji žiūrėjo, ar iš tikrųjų gali kaklas taip pasisukti, kai pakaria.

O nuotraukų tikrinimas irgi panašiu principu vyksta? Ar yra kažkokios programos?

Nuotraukos yra absoliučiai bazinis dalykas. Ką sakau savo kolegoms, kurie irgi redakcijose dirba, visiškai auksinė taisyklė, kai pamatai nuotrauką socialinėje medijoje, ne socialinėje medijoje, ir galvoji, ar naudoti, ar čia feikas, photoshopas. Yra reverse image search. Jau dabar ir programų tam yra šimtas milijonų, įskiepių, ko nori. Tai pirmas dalykas, ką turi padaryti, pasileisti reverse image search ir žiūrėti, su kuo turi reikalą. Nes elementari patikra dėl dirbtinio intelekto, ar tai yra dirbtinis intelektas, ar nėra. Esmė, kad tos programos, kurios nustato, ar tai yra dirbtinis intelektas, ar ne, jos eina du žingsnius atgal nuo tų programų, kurios kuria tuos dirbtinio intelekto dalykus. Tos programos labai skirtingus dalykus rodo. Galėsiu atsiųsti nuotrauką, kur tu iš karto matai, kad tai yra dirbtinis intelektas, o iš keturių ar penkių skirtingų programų, per kurias aš pravariau, dvi parodė, kad tai yra 100 proc. tikra nuotrauka. Tai tu pasileidi tą reverse image search ir tada jau pajungi comon sense. Buvo kažkokia nuotrauka, kad popiežius neva užfiksuotas su Armani ar ne Armani, kažkokia labai brandinė ir posh striukė. Socialiniuose tinkluose visi dalijosi. Buvo labai nekritiškai priimama ta informacija, nes popiežius (ne šis, o ankstesnis), turėjo ale panką įvaizdį, atrodė, kad va, paėmė ir apsirengė, niekas netikrino tos medžiagos. Eglė rašė fact checkingą. Yra labai paprastas dalykas. Ir popiežiaus nuotrauka, ir įvykinės, dabar visi turi mobiliuosius telefonus. Kaip aš žvengiu, kodėl mūsų nebelanko ateiviai? Nes visi turi mobiliuosius telefonus su labai geromis kameromis ir labai aiškiai matosi, kas yra nuformuota, kas yra suklustota, dar kažkas. Tai jeigu tu padarai reverse image search ir iš kažkokio įvykio, ar tai būtų popiežius su puchavyku, ar tai būtų kažkoks protestas, dar kažkas, ir tu matai, kad tai yra trys–keturios–penkios nuotraukos, padarytos iš vieno rakurso, tai greičiausiai yra dirbtinis intelektas, dėl to, kad visi turi telefonus, jeigu kažkas įvyko, šimtas milijonų procentų, kad visi, kas buvo aplinkui, išsitrauks telefonus ir nusifotkins tą popiežių ar tą kažkokį eventą. Toks labai comon sense dalykas.

Tarkim, buvo pas mane atvejis, labai liūdnas, labai gražus pasakojimas apie smuikininką iš Aušvico ir nuotrauka to smuikininko, jis stovi, griežia tuo smuiku visas toks išbadėjęs. Ta istorija, kad jis einantiems į mirtį grieždavo sonatas – labai gražu, labai už širdies griebia, bet tu matai, kad vienas dalykas, smuikui trūksta stygų, kad smuikininkas su plaukais, kai konclageriuose labai aiškiai juos nuskusdavo. Nu tokie momentai. Aš manau, kad faktų tikrinimui galbūt su laiku atsiras kažkokios programos, kurios bus tokios magical ir going forward, bet aš tuo netikiu. Tiek išradinėja dirbtinis intelektas ir jo galimybės, visgi tas, kuris mokosi atpažinti, jis mokosi iš to, kuris sukuria. Tai neišvengiamai bus žingsniu atgal. Bet gal kažkas atsiras ir algoritmai pasikeis, bet kol kas aš matau, kad geriausias fact checkingo tūsas yra comon sense, tiesiog.

Sakėte, kad esate išbandžiusi programas, kurios padeda atskirti, ar tai dirbtinis intelektas, ar ne. Gal galėtumėte keletą pavadinimų pasakyti? Pasiskaityti truputį norėčiau daugiau apie jas.

Tai galėsiu atsiųsti, neprisimenu, ten yra tas AI or not. Iš tikrųjų, labai retai aš naudoju tas programas. Aš jas naudoju kaip vieną iš įrodymų, jeigu tai feikas. Dar kol kas pas mus Lietuvoje yra sąlyginai nedaug feikų, kurie yra dirbtinio intelekto sukurti. Jeigu tu su tuo susiduri kasdien, tu dirbi, monitrotini, domiesi, žiūri, tu išmoksti atpažinti net be tų programų. Tiek aš, tiek mano kolegė, jau matome tą specifinį blurą. Aš dar kadangi prie viso to baigiau ir dailės akademiją, tai aš matau net iš vizualinės pusės, jau moku atskirti. Eglė žvengia, kad man čia kaip siemkės. Bet galėsiu atsiųsti.

Gerai. Jau ne pirmas interviu su žurnalistais man, kai kurie sakė, kad dirbtinį intelektą, tą patį Chat GPT naudoja tikrinimui. Būna, kad įmeta nuotrauką ir klausia, ar tai galėtų būti dirbtinis intelektas, būna, kad įmeta tiesiog informaciją ir prašo patikrinti ar kontekstą suteikti. Ar jūs taip darote, kaip jūs žiūrite?

Aš labai neigiamai žiūriu į šitą dalyką. Aš žiauriai neigiamai žiūriu į šitą dalyką. Man atrodo, kad tai apskritai yra blogiausia, ką žurnalistas gali padaryti ir tai yra absoliutus demonstravimas nenuovokos to, kaip veikia dirbtinis intelektas, ant kiek jis meluoja, ant kiek jis yra netikslus, ant kiek jį galima paveikti iš išorės ir ką daro Rusija, įlieti savo ir išmušti. Tai yra labai blogai. Kai tu važinėji po seminarus, tarptautiniai ekspertai sako, kad tai yra didžiulė problema, kad žmonės naudoja Chat GPT vietoje Google ar netgi vietoje naujienų šaltinio ir gauna absoliučiai iškraipytą informaciją, ir tu sakai, kad tai yra didelė problema ir tu pats, kaip žurnalistas, tą darai. Nu ta prasme. Aš matau, kaip mūsų feikų kūrėjai tai išnaudoja. Ir jie naudojami, kaip čia pasakyti, tuo pačiu stereotipu, kuriuo naudojasi žmonės, kurie įmeta nuotrauką ir prašo Chat GPT patikrinti, kad mašina negali meluoti.

Aš esu mačiusi, ten yra mūsų tokie kaip bad actors, dezinformacijos skleidėjai kažkokie garsesni. Ir esu net kelis kartus mačiusi, kad jie užduoda tendencingą klausimą tam pačiam Chat GPT ir gauna atsakymą. Ten buvo apie tai, kad

tarpuokariu Lietuvos partizanai buvo žudikai, vagys. Ir išklojami tie screenshotai ir sakoma, va žiūrėkite, tai Chat GPT yra mašina, kuri negali meluoti, ji juk išanalizavo daug šaltinių. Chat GPT yra laikomas tokia paskutine instancija, kuri taip išmonitorina informacinį lauką, kad jau ką sako, tai būtinai yra tiesa. Bet nu ne, tai yra smarkiai blogai, tai yra pataikaujantis informacinio triukšmo generatorius. Ir priklausomai nuo to, kokį promptą tu parašysi, ne kokį klausimą parašyti, o kokį promptą. Chat GPT yra žiaurus autistas, jis nežino, kas yra tiesa ar netiesa, gerai ar blogai, Rusijos ar ne Rusijos naratyvai. Jis tiesiog ima labai daug informacijos ir kažkaip susistemina ir principo. Plius naudodami Chat GPT žmonės turi atsižvelgti, kad jį paveikia ta informacija, kurią jis gauna, jį paveikia programuotojai, nes jei turi entering filtus, exit filtrus, tuos klausimus, kurių tu negali užduoti ir tuos atsakymus, kurių jis negali pateikti. Imperatyviai taip, bet realiai tu supranti, kad jis gali būti programuojamas ir ideologiškai, lygiai taip pat, kaip yra LLM (large language models), visi Chat GPT ir visa kita. Tie LLM, pavyzdžiui, Kinijoje, nepaklausi apie Tiananmenio aikštę ar kažkokius dalykus, kurie netinka valdžiai ir tai yra žiauriai geras pavyzdys, kodėl negalima pasitikėti nė vienu. Tu nežinai, kaip yra programuojamas Chat GPT. Galbūt po šimto metų bus vienas–du–penki skandalų su tuo susijusių. Vienintelis dalykas, kurį aš naudoju, Perplexity. Jis padeda surasti mokslinius šaltinius, jis yra geras šaltinių paieškoje. Viena ar kita tema jis įmeta šaltinius ir veikia toks kaip mind miningas, gali ten gilinti temą, tai čia jei apie skiepus rašau, dar kažkur. Jis labai gerai naršo po mokslines bazines ir gerai veikia. Aš buvau jų „Versus desinfo“ ten buvo toks seminaras šiais metais, kitais metais, va bus Lietuvoje, labai kviečiu. Labai fainas, daug profų susirenka. Vienas iš DPA (Deutsche Presse Agency) technologijų geekas sakė, kad naudoja Chat GPT, bet kad susicustomisino, susikūrė įskiepi viduje, jis jį naudoja kažkokiems trivialiems fact checkams. Bet tai yra jo konstruotas dalykas, ne bendras Chat GPT. Tai yra žiaurūs dalykai ir mes turime absoliučiai suvokti, kad tuos LLM, ypač dabar, dirbtinės informacijos generavimo laikotarpiu, kai nebereikia botų, nebereikia trolių, ta operacija, kur buvo, nežinau, ar teko girdėti, prieš porą metų nuskambėjo operacija „Doppelganger“, kur buvo kuriami garsių arba vietiniai naujienų portalai, garsių portalų dublikatai, bet perrašant. Tarkim, jie pasiima kokį BBC Today. Jie pasiima naujienas iš BBC ir botas perrašo jas pagal rusišką naratyvą. Tai va tos naujienos apie Ukrainą. Aš atsiėsiu medžiagą. Tai užtrunka tris sekundes. Jiems nebereikia samdyti didžiulių botų ar trolių fermų ir jie turi produktą, iš kurio tame tarpe ir mokosi LLM. Jiems tam, kad paveiktum, kad perauklėtum, kažko išmokytum LLM, reikia labai daug informacijos ir labai daug pinigų, ir labai daug laiko, ir rusai turi visa tai. Ta prasme, jiems čia iš viso ne problema. Man atrodo labai keista naudoti Chat GPT ir ant tiek juo pasitikėti.

Kitas dalykas, kurį norėčiau, kad pakomentuotumėt, yra tai, kaip manote, ar socialinės medijos gali būti vieta, kur galima ateiti patikrinti informaciją?

Aš manau, kad socialinės medijos yra absoliučiai integrali informacinio lauko dalis. Tai, kaip dabar tai tapo. Kaip dabar apskritai vartotojai vartoja informaciją. Redakcijos pasakys turbūt visos iš eilės, kad iš principo, kas dabar vyksta, atėjimas į puslapį, į naujienų portalą per social mediją vis labiau auga, o tiesioginių atėjimų skaičius vis labiau mažėja. Tai tas socialinės medijos procentas yra, ar tai gali tapti kažkokiu fact checkingo lauku, gal. Bet ta prasme, kur jau minėjau, kad iš principo, jeigu yra kažkoks įvykis ar kažkokia naujiena, ten, nežinau, kalmaras milžiniškas buvo tipo išmestas į Palangos paplūdimį, tu puikiai suvoki, kad Facebooke bus tūkstančiai ar milijonai to kalmaro nuotraukų. O jeigu tu matai tas pačias tris nuolat pasikartojančias, kur visi sako, kad žiūrėkit, kas įvyko, greičiausiai neįvyko. Tiesiog.

Dar norėčiau perklausti šiek tiek sugrįžtant prie fact checkingo metodų, kiek laiko vidutiniškai jums užtrunka padaryti vieną fact checkingą?

Uoj labai priklauso nuo apimties, nuo to, kiek šaltinių reikia susižiūrėti. Tikrai būna, apie vakcinas tikrai atsimenu, kur aš savaitę knisau, nes ten buvo toks tekstas, kur realiai turėtų būti dešimt ar penkiolika tekstų. Mitai apie vėžį buvo, ten visiškai dešra gavosi. Apie Ukrainą buvo viskas labai paprasta ir dažniausiai reikia reaguoti labai greitai, nes, visų pirma, tai yra aktualija, visų antra, tikslas to disclaimerio ir to darbo, kurį darai, yra užkirsti kelią tos dezinformacijos plitimui. Išmoksti labai operatyviai reaguoti, tai dažniausiai, tą pačią dieną pasirodo feikas ir tą pačią dieną, toks tikslas yra, kad tą pačią dieną atsirastų fact checkas.

Dabar labai iš šito išplaukiantį klausimą turiu. Kadangi socialinių medijų vartotojai ir taip gali matyti labai daug medžiagos socialinėse medijose, kaip įvardintumėte, koks yra žurnalisto vaidmuo? Kuo jis skiriasi?

Aš manau, kad dabartinėje dirbtinio intelekto eroje ir kai to informacinio triukšmo yra žiauriai žiauriai daug, tie paprasti socialinių medijų vartotojai ir, tarkim, feikų kūrėjai, jie nėra surišti labai daug dalykų, jų rankos nesurios. Jie

neturi kažkokių reputacinių niuancų, jie neprivalo tikrinti medžiagos. Žurnalistas turi atsakomybę ir tai yra žiauriai daug. Mano giliu įsitikinimu, tu dirbi kaip filtras, tu turi pasižiūrėti, ar tai ne feikas, ar tai ne propaganda, kurią kažkas nori, kad tu išplatintum. Aš tikrai labai atsargiai žiūriu ir daug su kolegom diskutavom buvo priimta redakcijos viduj tokia praktika, kad jeigu kalbame apie įvykius Rusijoje, jeigu imame informaciją iš vieno ar kitų šaltinių, kurie yra taip vadinami susiję su jėgos struktūromis. Yra kelis „Telegram“ kanalai, <...>, „Baza“, dar kažkas. Rusijoje vadinami tualetu bakeliai, nes teigiama, kad spec. tarnybos ten įdeda informaciją, kad nutekintų į mases, kaip tas bakelis. Reikia vertinti labai atsargiai ir labai filtruoti tą informaciją, akcentuoti ir paaiškinti skaitytojams, iš kur tu ją paėmei, kad į tai reikėtų atsižvelgti atidžiau, nedėti pažodžiui, tikrinti, filtruoti informaciją. Mano galva, dabartiniame informacinio triukšmo amžiuje žmonės neišvengiamai grįš prie žiniasklaidos kaip naujienų šaltinio. Tai yra reputaciniai dalykai, žinai, kad gausi patikrintą informaciją, žinai, kad yra nuotraukos, kurios ne generuotos dirbtinio intelekto, kad įvykiai, kurie yra, yra, tai yra grįžimas prie patikimumo standartų. Plius, tai nėra toks overwhelming naujienų turinys, tu ten gali kažkaip atsifiltruoti, atsisijoti, ar skaitai aktualijas, sportą, dar kažką. Tai nėra toks labai nekontroliuojamas informacinis feedas. Man atrodo, galbūt optimistiškai, kad žurnalistai skiriasi, jie turi skirtis. Tu negali kritiškai neįvertinęs informacijos jos pateikinti. Išklausti dvi puses, išsiaiškinti, kas kaip, tai yra objektyvumo garantas anyway.

Šiek tiek kalbėjote, kad su karo Ukrainoje naujienomis yra didelis greičio poreikis, kad reikia greičiau dirbti, tikrinti informaciją ir ją skelbti. Kaip manote, ar tas greičio poreikis kažkokias grėsmes kelia jums, kaip žurnalistei?

Nu ne. Aišku, kad iš dalies taip ir lygiai tą patį, kaip sakė Maliukevičius, jums dėsto. Jis sakė, kad aš žurnalistus suprantu, nes jeigu vieni pasileido, tai jūs negalite sakyti redakcijoje, kad tipo daviai hold on, pasitikrinam, ar čia tikrai taip. Kai buvo, kad į Lietuvą įskrido tas pirmas dronas, Gerbera tai buvo, kažkur socialiniuose tinkluose pasirodė įrašas, kad kažkoks namo kampas, kažkoks dangus, tas vienas įrašas, penktą ryto įkeltas. Ir aš sakau kolegom, nu tu negali dėt, nu turi patvirtinti. Tai yra, ne tik, kas liečia Lietuvą ir Ukrainą, kad reikia labai dirbti su savimi, kad nugalėtum savyje tą norą kuo greičiau ir pastatytum į pirmą vietą, kad tai būtų 100 proc. patikrinta. Bet kadangi tempas yra toks, 100 proc. ne visada gaunasi patikrinti ir tikrai auga ta rizika, kad tu visgi suklysi arba paleisi kažkokią skubotą medžiagą, feiką.

6.5. Ana Daukševič, Delfi žurnalistė

Pokalbis vyko „Messenger“ 2025-11-19, trukmė 53:39

Seku jus, jūsų straipsnius kurį laiką, bet interviu dėlei norėčiau, kad pradėtumėte nuo to, jog papasakotumėte, kaip prasidėjo jūsų kelias dirbant su karu Ukrainoje, kiek kartų Ukrainoje esate buvusi ir kaip atrodo jūsų rutina. Tikriausiai ji kažkiek skirtinga, kai jūs ten ir čia.

Prasidėjo tai 2017 m., man atrodo, pradėjau grynai fiziškai ten važiuoti. Norėjau dar nuo Maidano, bet redaktoriai nelabai mane leido tuo metu. Aš iš pradžių dirbau tokioje nedidelėje redakcijoje, tai manęs neleido, aš tik kalbindavau, pavyzdžiui, buvo tuo metu iš Lietuvos medikai važiavo į Maidaną padėti, tai juos kalbindavau arba iš Maidano žmonės ukrainiečiai pas mus buvo gydomi, tai irgi darydavau su jais interviu. Bet pati fiziškai dar nebuvo. 2017 m. tada su kolega, tuo metu „Lietuvos ryte“ dirbau, su kolega Vytautu Bruveriu, aš žinojau, kad jis važiuos, jis buvo ne pirmą kartą iš tikrųjų, aš paklausiau, gal jis paimtų mane. Pirmą kartą iš tikrųjų, pasakysiu taip, kad tuo metu, negaliu pasakyti, kad apskritai toks žanras kaip karo žurnalistika Lietuvoje buvo. Bent jau buvo laikotarpis, kai ji, aš sakyčiau, turbūt neegzistavo. Iki tol buvo žurnalistų, kurie yra važinėję, ir tas pats mano tada redaktorius Liudas Dapkus ir kiti. Bet buvo toks laikotarpis, kai atrodė ta tema ar neįdomi, ar tiesiog nebuvo tos tokios tradicijos ar kažko. Kai mes pirmą kartą važiavome, iš tikrųjų visi ganėtinai nieko nežinojome nei apie saugumą, nei apie to, ką tau su savimi reikia pasiimti, kokios saugumo priemonės, kaip elgtis ir panašiai. Tai toks tas pirmas išvažiavimas buvo ganėtinai naivus. Bet po pirmo išvažiavimo aš ganėtinai greitai supratau, kad aš noriu grįžti. Bijau sumeluoti, man atrodo, gal praėjo keli mėnesiai, jo, keli mėnesiai, kai aš nusprendžiau, kad sugrįšiu ir tada aš važiavau jau susipažinau visiškai netyčia su Ukrainos žurnalistais, kurie dirbo kare nuo 2014–2015 m. ir kurie jau tikrai turėjo patirties. Ir aš pradėjau važinėti su jais, iš tikrųjų, galiu pasakyti, kad iš esmės aš visko išmokau iš jų. Ir kaip elgtis apšaudymo metu ir kodėl, tarkim, jeigu mūsų eina grupelė žurnalistų, kodėl reikia eiti ten tarpais, tarkim. Ar kokias saugumo priemones su savim turėti, kas

galų gale turi būti vaistinėlėje ir panašūs dalykai. Ir kaip planuoti apskritai tą kelionę, ir kaip dirbti ten. Visko iš esmės išmokau iš ukrainiečių. Ir po to, po plataus masto invazijos iš esmės pradėjo daugiau atsirasti tų žmonių, kurie iš Lietuvos važiuoja. Aišku, mūsų vis tiek yra kokie 5–6 žmonės, mūsų vis tiek nėra daug. Tai nėra vieta, kur labai visi skubėtų važiuoti. Stengiuosi šiaip važiuoti kas kelis mėnesius, dabar nebuvau gana nebuvau, gal pusmetį nebuvau. Nes aš po to buvau Izraelyje, būtent kai prasidėjo karas tarp Irano ir Izraelio, tas trumpas, tai aš buvau Izraelyje. Ir po to man pačiai turbūt net emocinės pertraukos reikėjo.

O kaip atrodo darbas ten, iš tikrųjų, visų pirma, jis labai labai skiriasi nuo to darbo čia. Ir labai didelę dalį to darbo, turbūt, kaip ir pačiam kare, apie aš girdžiu tarkim iš karių, kad didžioji dalis karo sudaro logistika. Taip pat ir žurnalisto darbo didžiąją dalį sudaro logistika. Ypatingai dabar, atsiradus daugybei dronų, jau yra pavojinga. Nes anksčiau mes važiuodavome į apkasus, aš esu buvusi arčiausiai per kelis šimtus metrų turbūt nuo rusų pozicijų ir tai buvo įmanoma. Po plataus masto invazijos pradžios esu tokiose vietose buvusi. Dabar jau tai tampa, iš esmės žurnalistams tai tapo nebeįmanoma dėl dronų. Tai labai reikia atsargiai suplanuoti, kur tu važiuosi, kur tu pateksi. Irgi su laiku atsirado tokia tam tikra tvarka, kurios nebuvo ten 2015–2017 m. Tvarka, kaip turi būti apskritai organizuojamas žurnalistų darbas Ukrainoje. Visų pirma, tvarką sudarė patys ukrainiečiai. Yra, be abejo, karinės akreditacijos, jos buvo išduodamos ir tada, bet ten ganėtinai laisvai buvo galima patekti daug kur turint akreditaciją ir kartais žmonės ir neturint važinėdavo. Dabar viskas yra daug griežčiau, dabar reikia gauti ne tik karinę akreditaciją, tau jos tikrai neužtenka. Tau reikia gauti papildomus leidimus. Dabar iš esmės visos brigados turi spaudos atstovus, kurie yra karininkai. Tai tu kreipiesi į juos, derini su jais visas galimybes, kokias tu klausai, kokios galimybės yra apskritai dirbti, iki kiek tu gali nuvažiuoti. Be automobilio ten važiuoti yra beprasmiška. Aš kažkaip per savo ukrainiečius draugus sugebu kažkaip suorganizuoti sau transportą, nes aš pati nepasiryžtu vairuoti tokioje vietoje. Bet labai didelę dalį sudaro tai.

Antras dalykas, šiaip dirbti ten tenka labai greitai. Anksčiau būdavo taip, aš esu gyvenusi su kariais, taip irgi nelabai toli, nežinau, per kilometrą, per kiek, pusantro kilometro nuo grynai pačios fronto linijos. Esu ir gyvenusi ir ne vieną dieną su kariais, dabar tai yra sunkiai įsivaizduojama tokiu atstumu. Dabar tu atvažiuoji, stengiesi kuo greičiau padaryti savo darbą, pakalbinti žmones ir išvykti dėl to, kad tai yra tiesiog nesaugu. Antras dalykas, irgi yra taisyklės, kurias tu turi suvokti, kurių nesuvokia labai daug žurnalistų ir ne tik lietuviai, ta prasme. Aš kalbu netgi ir apie didžiuosius leidinius. Atvažiuoji kažkur ir su grupuoja, tarkim, po porą leidinių. Man yra tekę dirbti su tokiais leidiniais kaip „New York Times“, kaip „Times“, kaip „Reuters“ ir bijau net sumeluoti, kas dar, bet ten tikrai yra visokių užsieniečių ir net pamatai, kad kartais ne visi užsieniečiai supranta, kad tai, jog žurnalistas neša ir atsakomybę važiuodamas dirbti į tokias vietas. Tu negali vien tik galvoti apie istoriją, kurią tu papasakosi. Aišku, kiekvienam žurnalistui svarbiausia yra istorija, jis nori kažką pamatyti. Fotožurnalistui svarbiausios yra nuotraukos. Bet iš kitos pusės tu turi suprasti, kad tai, ką tu išneši iš ten, ypatingai nuotraukos, vaizdo įrašai, negali sudaryti grėsmės tiems žmonėms, kurie ten liks. Tu negali daryti, tarkim, panoraminių nuotraukų, turi vis dėlto atsižvelgti ir atsiklausti žmonių, tų pačių kačių, ar jie nori rodyti savo veidus. Man yra tekę dirbti su užsieniečiais, užsienio legiono kariais, kurie, pavyzdžiui, ne visi norėjo rodyti savo veidą. Būna žurnalistų, kurie įšokę į kažkokią vietą patekę, griebia fotoaparatus, telefoną ar filmavimo kamerą ir pradeda filmuoti net neatsiklausę, ar tai galima. Aš visada atsiklausiu, nes kartais tie žmonės nebūtinai yra pasakę savo artimiesiems, kur konkrečiai jie yra. Arba jie kartais nenori būti žinomi, jie nenori sukelti sau papildomų grėsmių, nes galbūt jie grįš į savo šalį po to, o jų šalyje nėra galbūt sveikintina tai, kad jie kariavo Ukrainoje ir panašiai. Tos taisyklės, man jų teko išmokti tiesiog vietoje. Ir, laimei, sakau, aš turėjau, pavadinkim taip, gerus mokytojus. Tai buvo ukrainiečiai, kurie jau turėjo patirties, jie išmokė mane, koku nuotraukų negalima daryti, kaip elgtis tame pačiame išgirdus kažkokį droną. Aš esu apšaudytą ne vieną kartą ir kad nereikia ten žioplinėti ar išgirdus kažką pradėti bėgti kažkur, kad reikėtų kristi ant žemės ir kai jau girdi, kad tylu, tada bandyti evakuotis iš tam tikros teritorijos, iš pavojingos teritorijos. Aišku, aš visada turiu geležinę taisyklę. Kai tu važiuoji oficialiai, taip, kaip aš darau, su visais leidimais, tai tave visada lydi kariai. Ir aš turiu geležinę taisyklę visada klausyk tave lydinčių karių, nes jie tikrai geriau žino ir pačią teritoriją, ir elgesio taisykles, ir kas yra saugu, kas yra nesaugu. Tai yra mano tiesiog geležinė taisyklė, kad neimprovizuok pats. Improvizavimo, aišku, kad jo reikia, kai tu planuoji kažką, nes sugriūna viskas visada, absoliučiai. Tu turi kažkokį preliminarų planą, jeigu redakcijoje susikūrei šiandienos planą, ką turi pakalbinti ir tu gali ramiai tai daryti, tai ten reikia susitaikyti su viena mintimi, kad tavo planas žlugs ties pirmą dieną.

Kaip suprantu, kai būnate Ukrainoje, informaciją, visą medžiagą jau konkrečiai ten renkatės. O kaip, kai esate Vilniuje? Mačiau, kad straipsnius rašote ir iš Vilniaus. Iš kur tada imate informaciją?

Aš iš tikrųjų, jeigu mes kalbame grynai apie, kas vyksta konkrečioje fronto atkarpoje, jau irgi per kurį laiką, kai tu non stop stebi tiesiog tuos įvykius, skaitai, ką rašo jų spauda ir aš vėlgi turiu tų žurnalistų draugų, kurie non stop važinėja, aš įprastai žinau, kur kokia brigada stovi ir į kokią brigadą kreiptis, į kokį spaudos atstovą kreiptis, tarkim. Jeigu man reikia informacijos, tarkim, šiandien man reikia iš Pokrovsko, rytoj reikia iš kitos fronto atkarpos. Reikia suprasti, kad karys fronte negali tau papasakoti apie viską. Jis gali papasakoti tik apie konkrečią vietą, kurioje jis yra. Apie viską tau gali pasakyti nebent gynybos ministras arba kariuomenės vadas, apie visą frontą. Visi kiti gali papasakoti tik tai, ką jie mato tuo pat metu. Aš iš esmės, jeigu grynai rašau apie frontą, ne apie politinę, nes reikia suprasti, kad kariai nieko negali kalbėti ir komentuoti politinių įvykių, tai aš kreipiuosi tiesiai į brigadas ir aš tiesiai iš jų noriu išgirsti. Labai skirtingai gali ta informacija atrodyti, kai ji yra perrašoma iš lūpų į lūpas ir panašiai. Kažkam kažkas pasakė, tada tas perpasakojo antram žmogui ir gaunasi po to jau sugedęs telefonas po kažkurio žmogaus, nes kiekvienas priduoja emociją, visi mes esame žmonės, visi turime emocijų ir kiekvienas nuspalvina savo emocija. Tada tu sėdi ir galvoji, kokia ta pirminė informacija buvo. Visada stengiuosi pasiekti tą pačią pirminę informaciją. Netgi jeigu rašau apie politinius įvykius Ukrainoje, stengiuosi kalbėti iš esmės vien tik su ukrainiečių ekspertais, politologais, karo ekspertais. Mūsų gerbiamas Alvydas Medalinskas yra vienas iš tų, kurie gali kalbėti, dėl to, kad jis praktiškai ten visą laiką būna. Tokia taisyklė šiaip mes vadovavomės prieš 10 ir daugiau metų visada su kolegom, kad geriausia apie įvykius toje vietoje papasakos žmonės, kurie ten yra. Iki šiol stengiuosi laikytis tos taisyklės, tai netgi jeigu aš būnu Vilniuje, daugiausiai mano pašnekovų nėra iš Lietuvos.

O kaip jūs su tais pašnekovais susisiekiate? Telefonais, el. paštais ar per socialines medijas kažkaip?

Šiaip iš tikrųjų socialinės medijos labai pakeitė visą bendravimą. Jeigu, prisimenu prieš 10, daugiau, metų nebuvo labai normalu parašyti per „Facebooką“ kažkam, prisistatyti iš kur tu esi ir kas tu toks ir ko tu iš jų nori. Tai dabar tai yra visiškai normalu ir tie patys kariuomenės atstovai ir panašiai, tas bendravimas, ta prasme, aš jų labai daug ir „Facebooke“ turiu pačių, arba tas bendravimas vyksta per programėles kaip „Whatsapp“, „Signal“ ir panašiai. Telefonas jau iš esmės, arba ten el. laiškai... El. laiškai reikalingi oficialiems leidimams gauti, taip, jie tada yra reikalingi. Bet po pirmų oficialių laiškų visas bendravimas pereina į „Whatsapp“ arba dar kažkur. Yra ir taip buvę, kad po to tau tiesiog leidimą atsiunčia į „Whatsapp“ arba kažkokį dokumentą, pavyzdžiui. Bet dažniausiai šiaip į tikrųjų dabar yra socialiniai tinklai. Aš tuo užsiimu jau ne pirmus metus. Tu susipažįsti su tais žmonėmis ir tais pačiais politologais, tais pačiais karo ekspertais, tais pačiais kariais, karininkais ir panašiai. Jie tampa pusiau kaip ir tavo draugai, tiesiog geri pažįstami, kurie žino, kuo tu užsiimi. Jie kartais paprašo paskaityti tave <...>, yra tų įrankių išsiversti. Juo labiau, kai atvažiuoji ne pirmą kartą, jie tave mato, jie tavim pasitiki ir jau bendrauti per socialinius tinklus nebėra problema, tai tapo absoliučiai, absoliučiai įprasta.

Kokią dalį socialinės medijos jūsų darbe kaip šaltinis užima? Jeigu pavyktų palyginti ir esant Ukrainoje, ir dirbant Lietuvoje.

Socialinės medijos iš tikrųjų labai daug duoda. Aš prisimenu irgi laikus, kai irgi prieš 10, daugiau, metų, ypatingai prieš 10 metų, 2015 m., buvo tokie pažymėti teroristinių išpuolių metais. Iš tikrųjų jie būdavo labai dažnai ir su aukomis, ir panašiai. Tuo metu dažnai šaltiniu būdavo „Twitteris“, bet irgi tai reikėjo labai tikrinti. Aišku, „Twitteris“ ir dabar yra tas šaltinis, tiesiog dabar tų šaltinių atsirado daug daugiau. Bet „Twitteris“ irgi yra neblogas šaltinis tuo atveju, kad daug oficialių institucijų ir oficialių asmenų, politikų ir kariuomenės atstovų, ypatingai oficialių jau karininkų, jie turi „Twitterius“ ir jis naudojamas tokiais žiniais paskleisti. Nes jeigu užeisime į „Telegram“, jau ten reikia labai labai atidžiai tikrinti informaciją, tos informacijos ten yra apstu. Aišku, „Twitterį“ reikėdavo tikrinti, ieškodavome oficialaus patvirtinimo arba, kaip visada, kas yra pirmasis šaltinis, kas iš ko tai paėmė ir iš kur yra ta žinia, ar tai yra iš oficialaus kažkokio puslapio, iš oficialios kažkokios institucijos, ar tai kažkas sugalvojo. Nes irgi socialinės žiniasklaidos, socialinės medijos laikais netikros informacijos, o ypač dabar jos yra tiek gausu. Ir dirbtinio intelekto pagalba kartais ta informacija gali atrodyti netgi labai validi, bet ji tokia nėra. Vėlgi, mano atveju, yra ta, tikras žmonių skaičius, kuris, arba ekspertų, arba tų pačių karių, ar kolegų žurnalistų, kuriais aš pasitikiu, nes aš žinau jų darbus, tai, ką jie daro ir kurie neplatina netikros informacijos. Aišku, vis tiek tu žiūri vėlgi į tai, kad tai rašo žmogus ir tai gali turėti kažkokį emocinį atspalvį. Ir vis tiek tai reikia, na patikrinti, ar kažkur įmanoma rasti kažkokį skaičių, jei mes kalbame apie skaičius. Arba jeigu tokio oficialaus nėra, paklausti dar kelių šaltinių savo, ar jie galėtų bent iš dalies patvirtinti tą informaciją, ar jie apskritai neigs, sakys, kad tikrai taip nėra. Tada galbūt ir nereikėtų imti ir reikėtų gal suprasti, kad tiesa yra kažkur per vidurį.

Bet šiaip daugiau socialiniais tinklais man tenka naudotis kai aš būnu čia, nes vietoje būnant tam, tiesą pasakius, nelabai yra laiko. Ukrainoje yra problema ta, kad ten labai daug suvalgo laiko visokie važiavimai ir tu non stop esi pavargęs, tiesiog non stop. Aš nežinau, ar čia man vienai, bet aš tiesiog... Ten kur beapsisuksi, ten be 8 valandų kelionės tiesiog neprasideda. Tu visą laiką tampai savo didelę kuprinę sunkią. Plius, aš netgi būdama ten, tarkim, važiuodama traukiniu ir panašiai, aš labiau mėgstu stebėti aplinką, kalbėtis su žmonėmis. Yra ne visą kartą pakliuvusių man ir tokių ir pažinčių, kurios arba išplito į kažkokią draugystę, arba tiesiog tam, kad tu suprastum tas nuotaikas. Yra labai įdomių pašnekovų man pasitaikę tuose pačiuose traukiniuose, o ten jais dažnokai tenka pasivažinėti. Jau nekalbant apie frontą, ten socialinių tinklų tu iš esmės netikrini ir kartais būna taip, kad grįžęs į Lietuvą, ten po savaitės ar 10 dienų, tu taip pagaliau atsidarai socialinius tinklus ir pradedi suprasti, o kas įvyko apskritai ten Lietuvoje. Nes tu dažniausiai žinai tik kažkokią pagrindinę naujieną, bet į kažkokį detalesnį jų nagrinėjimą ten tiesiog nebūna laiko. Lietuvoje tai, be abejo, sudaro labai didžiulę dalį ir čia visur, ne tik dirbant mano darbą, bet kokio žurnalisto darbe tai yra milžiniška dalis darbo, grynai yra socialinių tinklų stebėjimas ir tos informacijos po to išgryninimas.

Gal galėtumėte patikslinti, kokias platformas naudojate? Minėjote „Twitter“, „Whatsapp“...

„Telegram“. „Facebookas“, kas be ko. „Facebookas“ vis dėlto vis dar yra populiarus ir aš galiu dar galiu palyginti tokį dalyką, kad lietuviai ir ukrainiečiai naudoja „Facebooką“ truputį skirtingai.

Ta prasme lietuviai ir ukrainiečiai, čia apie žurnalistus kalbant?

Apie apskritai visuomenę ir apie žurnalistus irgi. Jeigu Lietuvoje tas komentavimas ir postų dėliojimas nėra toks, gal šiek tiek jau pabodęs, sakyčiau. Yra dažniausiai keli žmonės, kurie tai daro po kelis kartus per dieną, aš pati kartais parašau vieną kartą per savaitę, nors būna idėjų ir kažką dažniau parašyti. Ukrainiečiai „Facebooke“ yra labai aktyvūs. Jie aktyviai komentuoja tai, kas vyksta, jie aktyviai, žurnalistai ir politologai, labai aktyviai reiškiasi, labai aktyviai dalijasi savo medžiagomis, savo tekstais, savo įžvalgomis. Nebūtina tos, kurios yra publikuotos kažkokiuose leidiniuose, bet tiesiog savo įžvalgomis ir tu labai dažnai gali kažką perskaityti ir tada suprasti, kad iš to netgi gali kilti tema. Tada paskambini ir išplėtoji temą su tuo pašnekovu. Lietuvoje šiek tiek mažiau to yra aktyvumo. Bet „Facebookas“ vis dar yra gyvas. Aišku, dabar viena iš platformų yra labai aktyviai naudojama „Telegram“. „Telegramas“ yra, kam aš irgi naudoji ir kas galbūt kažkam gal keistai nuskambės, aš tai darau, aš „Telegram“ stebiu rusiškus kanalus, nes kartais būna labai įdomu paimti tą patį įvykį ir palyginti, kaip jis nušviestas yra ukrainiečių kanale kokiame nors ir kaip jis nušviestas yra rusų kanale. Ten irgi labai gerai stebėti, kaip vyksta tos pačios propagandos skleidimas. Jie irgi, aišku, rusai „Telegramą“ labai aktyviai naudoja ir kiekvienas jų vadinamasis karo tinklaraštininkas, jie juos turi ir jie daro labai daug įrašų. Aš juos skaitau ne dėl to, kad aš labai jais tikėčiau, bet iš kitos pusės, reikia suprasti, kad karas vyksta ir informacinėje plotmėje. Kartais irgi ukrainiečių pateikiama informacija, kalbu gal netgi apie oficialius šaltinius, ją bandoma irgi pakelti dvasią visuomenės, nes visuomenė pavargsta. Tai yra normalu, nes nuo karo pavargti nėra labai sudėtinga. Ir kartais ar nuraminti, kartais truputėlį paskleisti geros propagandos, kad tiesiog palaikyti kovos dvasią. Kartais norima pratylėti apie tai, kad įvyko kažkas blogo. Nežinau, prarastas kažkoks kaimas kažkokiame fronto atkarpoje. Tada pasižiūri, o ką rašo kiti, ką rašo kita pusė ir tu irgi supranti, kad nereikia visiškai pasitikėti ana puse. Jie daro lygiai tą patį iš esmės, jie labai nori, labai rašo, kad rusams labai puikiai viskas sekasi, jie juda į priekį, jie laimi, jie laimi. Jie jau dabar skelbiasi tris savaites ar kiek užėmę Pokrovską, bet jie jo neužėmė iki šiol. Į viską reikia labai kritiškai pasižiūrėti, bet kartais tokiu bendram temperatūros palatoje pamatavimui verta paskaityti ir juos.

Iš savo patirties, kaip galėtumėte įvardinti, kokie yra socialinių medijų pliusai pagrindiniai informuojant apie karą Ukrainoje, ir kokie yra minusai?

Pliusai yra, aišku, greitis. Greitis informacijos pateikimo. Dar yra tai <...>, kad ten nėra cenzūros. Nu kaip, ji ten yra, kas liečia keiksmažodžius arba dar kažkokių dalykų, bet ten kiekvienas gali išsakyti savo nuomonę. Lietuvoje, tarkim, na su žiniasklaida, bent jau aš nesusidūriau su tuo, kad kažkas sakytų: ne, mūsų redakcijos politika tokia, kad tu apie tai nerašysi. Bet skirtingose šalyse būna įvairiai. Socialiniuose tinkluose žmonės gali išreikšti savo nuomonę vienu ar kitu atveju, ar tai korupcijos, ar tai karo eigos, ar bet koku atveju. Tai, aišku, yra greitis, ypatingai „Telegram“ šiaip atsiranda viskas labai labai greitai, daug greičiau negu „Facebook“. „Telegramas“ yra vienas iš tų. Aš, beje, žinau, kad žmonės naudoja net „TikToką“ informacijai rinkti. Aš neturiu ten kantrybės, nes ten per daug yra nesąmonių ir aš

tiesiog nebegaliu tiek gi visko žiūrėti. Bet jo, greitas ir toks, sakyčiau, cenzūros tam tikras nebuvimas. Tai, kad tau nestovi kažkas virš galvos, kuris tau pasakys, kaip galima reikštis, kaip negalima reikštis.

Minusai, aišku, yra didžiulė gausa netikrų naujienų, kurios, aišku, eina ir iš netikrų paskyrų arba iš tyčinio noro kenkti, yra visokių žmonių, kurie kai kurie specialiai nori kažkokį, net jei kažkoks skandalas įvyko, išpūsti jį iki pasaulinio masto tragedijos, nors galbūt ten nėra pasaulinio masto tragedijos. Aišku, antras dalykas yra subjektyvumas. Socialiniai tinklai, skirtingai negu žiniasklaida, iš esmės, visokie influenceriai, jie iš esmės kaip ir neatsako daugiau negu prieš įstatymą. Nebent jei jau pažeidė įstatymą. Bet jie neturi jokio kažkokio etikos kodekso, kad neskleistų, nehiperbolizuotų, neperspaustų tos informacijos, jeigu, tarkim, ukrainiečiai praranda fronte kažkokį kaimą, kažkas parašys, kad visas frontas žlugo. Jie už tą įrašą „Facebooke“ nesulauks jokių pasekmių. Žiniasklaida gali sulaukti už tai pasekmių, nes mes turime taisykles, pagal kurias dirbame, mes turime įstatymus, pagal kuriuos dirbame. Minusai yra tai, kad tu gali nebūtinai rašyti faktus, bet gali labai daug emocijų dalykų parašyti, išpūsti situaciją, hiperbolizuoti faktus arba apskritai rašyti tai, kas tau šauna į galvą, kas nieko bendro su faktais neturi ir tu visiškai neneši jokios atsakomybės. Aš mačiau tai labai ryškiai 2022 m. pradžioje, kai plataus masto invazija prasidėjo ir kiek daug žmonių staiga nusprendė, įsijautė, kad jie yra žurnalistai, karo žurnalistai ir panašiai. Imdavo viską iš eilės iš „Telegramo“ ir viską perspausdindavo „Facebooke“ kaip faktą, realiai tų faktų netikrindami. Ir aš mačiau tame labai didelę grėsmę dėl to, kad viskas, atrodo, įrašas validus, atrodo, kad žmogus yra aktyvus „Facebooke“, socialiniuose tinkluose, atrodo, kad jis stebi, domisi ir tikrai žino. O iš tikrųjų dažnai tai būdavo žmonės, kurie imdavo bet ką, iš bet kur, nepatikrinę, ar apskritai kažkoks šaltinis tame yra, ar kažkas piktybiškai sugalvojo tai parašyti, nenurodydamas šaltinių, iš kur jis tai paėmė. Ir automatiškai pats žmogus negali patikrinti, ar tai buvo paimta iš prorusiško kanalo, dar kažkokio, ar tai iš viso netikros paskyros. Na, tokių grėsmių yra dėl būtent labai didelio srauto informacijos, kuris nemaža dalimi apskritai nieko bendro su realybe neturi.

Kaip jūs nepasiklystate visoje toje informacijoje, medžiagoje? Kokius metodus naudojate patikrinti?

Kalbant apie, tarkim, situaciją fronte, tai, be abejo, yra tiesioginis kontaktas su tais, kurie ten yra. Antras dalykas, yra tokie puslapiai kaip „Deepstate“, tai yra OSINT žmonės, kurie publikuoja žemėlapius, kiekvieną dieną juos atnaujinami ir panašiai. Jie yra pakankamai validūs. Galų gale, yra ir tie patys tarptautiniai ekspertai, Karo tyrimų institutas. Aš linkusi jais pasitikėti, nes tai žmonės, dirbantys analitinį darbą. Visada sakau, visada, aišku, pagrindinė taisyklė – būk kritiškas viskam. Dar vienas dalykas, be abejo, ieškok pirmo šaltinio. Nes jeigu kažkas įdėjo žinią su nuotrauka arba video įrašų ir atrodo, kad viskas yra gerai, o tokių atvejų, beje, buvo labai labai daug, ypač iš rusų pusės. Įdėda nuotrauką, kad ten, nežinau, vieną pavyzdį labai gerą prisimenu. Įdėjo nuotrauką apie tai, kad jie apšaudė Odesą ir ten atseit jie pataikė į karinį sąstatą, nes įdėjo nuotrauką, kad ten buvo kažkokių tankų ar pėstininkų kovos mašinų visa eilė. Ir po to įdėjo nuotrauką, kad ta vieta apšaudyta. Bet paieškojus per „Google Image“, paaiškėjo, kad ta pirma nuotrauka, kur ta karinė technika yra, yra daryta 2019 m. Ten buvo karinis paradas. Tai va būtent tuos vizualus irgi reikia labai tikrinti, pasižiūrėti. Yra įmanoma pažiūrėti, o kada jis pirmą kartą apskritai atsirado viešojoje erdvėje kažkur internete. Ir tu pamatai, kad tai nieko bendro neturi su šiaandiena, kad tai, nežinau, 5-erių metų senumo vaizdo įrašas ar nuotrauka ar panašiai. Tiesiog stengiuosi aklai nepasitikėti ir visada paieškoti, sakau, o kas man galėtų patvirtinti arba paneigti. Keli šaltiniai, kurie tai galėtų patvirtinti arba paneigti. Ir, aišku, kad tie šaltiniai turėtų būti jau labai susiję su tuo klausimu, ar konkrečiai ten dirbantys, ar kariaujantys, arba buvę ten fiziškai ar panašiai. Irgi kai aš esu buvusi ne vienoje vietoje toje pačioje Ukrainoje, apgauti mane, kad vienoje vietoje buvo tai, kas iš tikrųjų nebuvo, jau yra sudėtingiau, nes aš toje vietoje buvau, aš mačiau, kaip tai atrodo. Pasakyti, kad viskas yra puiku, tarkim, tame pačiame Kramatorske, kad niekas ten jo neliečia. Arba, va, apie Iziumą tą patį, kad niekas į civilių namus nešaудė, bet aš mačiau tuos namus. Aš mačiau, kad jie yra sudaužyti, tai kai tu jau pats fiziškai... Vienas, be abejo, iš principų, kiek tai yra įmanoma, dalyvauti tiesiogiai tuose įvykiuose, važiuoti, žiūrėti, bendrauti ir tada susidaryti kažkokią savo nuomonę. Tu, be abejo, vis tiek diskutuoji, tu negimsti žinodamas visko. Pradėdamas dirbti žurnalistu tu daug ko nežinai ir suklysi ne vieną kartą ir tikrai tokių atvejų yra buvę. Bet, geriausia, turėk kelis šaltinius, tikrink, kas pirmasis šaltinis, iš kur ta informacija buvo, važiuok pats, na, ir turėk kritinį mąstymą.

Ar yra tekę susidurti su tokiais atvejais, kai pasidalinate kažkokia medžiaga iš socialinių medijų, na o paskui paaiškėja, kad ten buvo kažkokia klastotė, neaktualus turinys? Ką darėte tokiu atveju?

Turbūt, kad ne, nes aš labai neskubu dalintis apskritai kažkuo socialinėse medijose, kas yra jau iš kitų kanalų atėję. Nebent tai nuotraukos Kyjivo apšaudymo, tarkim, kuriomis pasidalino jų gelbėjimo tarnybos arba Kyjivo savivaldybė. Dažniausiai DSNS, tai yra, gelbėjimo tarnybos. Aš suprantu, kad gelbėjimo tarnybos turbūt nedės feikinės nuotraukos ir niekas su fotošopu ten nestovės arba tie fotografai, kurie ten dirba, tarkim, aš asmeniškai pažįstu netgi tuos žmones, kurie kuria filmą „20 dienų Mariupolyje“ ir tą fotografą Jevhena Mololetką. Tai aš žinau, kad jis nefeikins, nes jis dirba tokioje įmonėje kaip „AP“ ir jo validumas ar jo atsakomybė yra viskas, ką jis turi. Suklydęs vieną kartą jis tiesiog neteks absoliučiai pagarbos savo toje terpėje ir, greičiausiai, darbo. Supranti, kad tokie žmonės nefotošopins tau, atsiprašant, po papildomą lavoną. Aš nežinau, ar yra buvę toks atvejis. Aš prisimenu tokius atvejus karo pradžioje, kur daug kas dalindavosi, kur, pavyzdžiui, istorija apie Kyjivo vaiduoklį, kuri buvo išgalvota ir po to, po kurio laiko Ukrainos oficialūs šaltiniai pripažino, kad tai buvo tiesiog gražus sukurtas mitas, kad tai nebuvo vienas asmuo. Tas mitas buvo skirtas visiems pilotams, kurie gynė Kyjivo dangų. Buvo mitas, nežinau, mitas ar tikrovė, kad kažkokia močiutė su agurkų stiklainiu numušė droną. Nežinau, ta prasme, rimtu veidu tu tokiais dalykais nesidalini, tu gali kažką parašyti apie tokius atvejus „Facebooke“, bet tu turi duoti suprasti žmonėms, kad tame yra daugiau humoro negu, turbūt, tiesos. Ir kad tas įrašas apskritai labiau skirtas pakelti dvasią ir, galbūt, pakelti nuotaiką, kai yra labai sunku. Bet nesidalinu, tiesą pasakius, kažkokiais faktais nei tekstuose, nei socialinėse medijose, jeigu aš nesu tikra, kad jie tikrai yra validūs ir galima rasti arba argumentų jiems patvirtinti, arba konkrečių jau skaičių, faktų ir panašiai.

Esate daug patyrus žurnalistė, dirbusi ir Ukrainoje, ir dirbanti iš Lietuvos. Kaip jūs manote, kaip ta darbo vieta veikia žurnalistų gebėjimą išlaikyti objektyvumą? Kaip manote, kuriam žurnalistui yra lengviau būti objektyviam?

Su objektyvumu, aišku, yra sudėtinga kartais. Galų gale, kaip ne kartą minėjau, mes visi esame žmonės su savo emocijomis ir kiekvienas turi politinių pažiūrų galų gale. Žurnalistai gi irgi eina į rinkimus, balsuoja ir panašiai. Kam yra lengviau? Net nežinau, gal kartais verslo žurnalistams? Nes pas juos viskas skaičiais paremta. Karo žurnalistikoje yra sudėtinga. Ypač tuo atveju, jeigu tu dirbi vietoje, kurioje tu jau turi draugų. Kai aš dirbau kare Kalnų Karabache, 2020 m., man buvo daug paprasčiau, nes to karo aš nesuvokiau kaip kažkokio savo. Ir ten man buvo daug lengviau būti visiškai objektyviai, ten objektyvumo kriterijai yra labai paprasti. Tu pasiimi tarptautinius įstatymus, tu pasiimti JT, žinau, kad jos labai yra kritikuojamos, bet kol kas geresnio nieko nesugalvojome, kitos institucijos, kuri ją pakeistų, pasiimti rezoliucijas tas pačias dėl karo nusikaltimų, dėl dar kažko ir tu remiesi konkrečiais faktais. Jeigu tarptautiniai įstatymai sako, kad tai yra tos valstybės teritorija, reiškia yra tos valstybės teritorija. Ten, Kalnų Karabache, buvo kita problema. Tarptautiniai įstatymai sako, kad tai yra Azerbaidžano teritorija, visi istoriniai šaltiniai rodo, kad tai yra entiškai armėnų žemė. Ir tu esi visiškai, supranti, kad negali būti nė vienoje pusėje iš tikrųjų. Nors aš važiauvau per Armėnijos pusę, nes Azerbaidžanas vakariečių žurnalistų nenorėjo įsileisti. Tai mes visi nuvažiavome per Armėnijos pusę. Aš ir ten atvažiavusi pasakiau, kad jūs nesitikėkite, kad aš rašysiu taip, kaip jūs norite. Nes, sakau, nepamirškite, kad yra tarptautiniai įstatymai, kurie sako, kad tai yra Azerbaidžano teritorija ir aš greibu tarptautinius įstatymus. Su Ukraina yra paprasčiau, tarptautiniai įstatymai ir panašiai yra Ukrainos pusėje ir čia net nekyla klausimas, kas ką užpuolė. Bet visišką objektyvumą išlaikyti, tai aišku, kad reikia su tuo pakovoti. Bet vis tiek stengiuosi dėl to, kad negalime irgi užsimerkti į kažkokią problemą, kurias ta valstybė turi ir negalima patapti tiesiog visiškai tokiu žmogumi, kuris labai aiškiai rodys savo ar tai simpatijas kažkuriai vienai pusei arba tas pats liečia ir aktualijų žurnalistus, savo politinių pažiūrų labai aiškiai dėstyti. Reikia išgirsti argumentus, ypatingai, kai tu esi, tarkim, aktualijų žurnalistas, yra daug partijų, opozicija ir pozicija. Kiekvienas turi savo argumentus ir tu turi visus juos išklausti. Yra toks žanras kaip komentarai, ten gali galbūt labiau savo nuomonę išdėstyti. Bet kai kalbame apie kažkokį politinį įvykį, ten tu privalai išlaikyti objektyvumą ir galbūt, aš manau, visai sekasi kolegoms dėl to, kad jie taip ir daro: išklauso visų politinių partijų atstovus ir bando taip pateikti jų visų nuomonę ir palikti skaitytojui nuspręsti, kaip jiems atrodo, kas yra iš jų teisus. Kare truputėlį sudėtinga, nes ten galbūt yra daugiau emocijų, nori nenori jų atrandi. Bet labai gelbėja tada esminis klausimas, o ką sako tarptautiniai įstatymai? Tarptautiniai įstatymai sako, kad Krymas yra Ukrainos, tai negi mes galime kvestionuoti tai?

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, koki vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Žurnalistų vaidmuo yra būtent išgryninti, kas yra faktas, kas yra emocija, kas yra visiškai jau fake news. Nes labai daug tos informacijos ir labai socialiniuose tinkluose ji yra perleista per asmeninę prizmę. Tu per vieną dieną gali

išgirsti, kad, iš vienos pusės, frontas žlugo, iš kitos pusės, kad mes tuoj laimėsime. Bet tu puikiai supranti, kad nei vienas, nei kitas nėra tiesa. Dėl to, kad tavo darbas yra surinkti duomenis, pasižiūrėti į žemėlapi, kaip atrodo žemėlapis. O žemėlapis neatrodo taip, kad kažkuri pusė šiuo metu laimėtų. Tada susisiekti su žmonėmis, kurie yra vietoje ir paklausti, tai kaip yra vietoje? Ar žlungame, ar judame į priekį ir panašiai. Kai tu įgyji pasitikėjimą tų žmonių, jie dažnai tau pasako taip, kaip iš tikrųjų yra. Aš manau, kad žurnalisto darbas yra išgryninti visą tą informacinį chaosą kartais ir pateikti faktus, pateikti argumentus, kodėl yra vienaip, o ne kitaip. Kiekvienas teiginys žiniasklaidoje turi vis tiek paremtas kažkokiu argumentu. Tu negali pasakyti, kad tiesiog frontas žlugo. Turi paaiškinti, kodėl, tavo požiūriu, frontas žlugo. Tu gali išdėstyti visus argumentus. Tada kažkas pasakys, kad Rusija pralaimėjo. Bet palaukit, kodėl ta Rusija pralaimėjo? Tu „Facebooke“ gali pasakyti, kad mano požiūriu, Rusija pralaimės. Bet straipsnyje žurnalistas negali taip pasakyti, jam reikia išvardinti, kokia yra Rusijos ekonomika, ką perka, kiek paveikė sankcijos, kiek nepaveikė sankcijos, koks judėjimas yra į priekį, kiek karių ji praranda, kiek mobilizuoja. Tiesiog surinkti labai daug faktų ir nepiršti tos nuomonės, iš tikrųjų, ar laimi jie čia, ar pralaimi. Tiesiog surinkti faktus, kurie galbūt gal ir parodo, kad linksta į vieną arba į kitą pusę tas frontas. Bet tavo darbas iš esmės yra išgryninti, surinkti faktus ir labiau atsikratyti tų emocijų, kurių gausu yra socialiniuose tinkluose ir pateikti pačius faktus.

Aktyviai postinate „Facebooke“, palyginus su kitais žurnalistais. Kaip įvardintumėte, koku tikslu rašote tuos įrašus?

Aš esu kažkada nusprendusi, kad mano „Facebookas“ yra skirtas tokiam labai paprastam rašymui. Straipsniai yra viena, straipsniai, kaip minėjau, ten yra daugiau faktų kalbos, ten labai nedaug emocijų, apskritai jų nebūna iš esmės, ten yra tiesiog faktų kalba. Kaip kartais savo pašnekovams sakau, kurie man sako, tu pati žinai, kaip yra, sakau, aš savęs cituoti negaliu. „Facebookas“ yra, visų pirma, vienas iš mano siekių, išlaikyti fokusą tai temai, apskritai saugumui, gynybai karui, dėl to, kad aš vis dėlto matau, kiek daug žmonių tų realių grėsmių nesupranta. Bet tu negali žmonėms rašyti „Facebooke“, socialiniuose tinkluose labai kažkokiomis aukštomis materijomis. Tu turi su juo bendrauti jam suprantama kalba. Ir bendrauti kartais ne vien tik su savo burbulu. Mano burbulas ir taip paskaitys tuos tekstus, jei paskaitys ne tik mano tekstus, jie paskaitys „New York Times“, „The Economist“ ir kitų. Bet jeigu tu nori, kad tave suprastų tiesiog paprastas žmogus, tu turi kalbėti paprastai, kartais su humoru. Kartais ir norisi pakelti ūpą žmonėms ir tiesiog aprašyti, ką priklurkino Rusija per visą savaitę, nes ten kuriozų vyksta non stop. Kartais pakelti ūpą, ypatingai kokiais penktadieniais. Išlaikant fokusą Ukrainai, Rusijai, Baltarusijai, Lenkijai ir mūsų regionui, nes aš daugiausiai su juo ir dirbu. <...> Nori ir išlaikyti fokusą, parodyti aktualumą temos, bet padaryti tai žmonėms suprantama kalba, kartais su humoru. Su humoru aš nelabai rašau tekstų, tai kartais ir su humoru, nes aš tikrai turiu labai aštrų humoro jausmą. Kaip ir pakalbėti kartais apie rimtus dalykus, bet truputėlį paprasčiau ir aš matau, kad kai kuriems kaip tik tai ir yra priimtina. Aš manau, kad ne viena taip darau, yra kitų kolegų, kurie kai rašo arba daro televizijos reportažus, ten vis tiek viskas būna nugludinta, viskas, ir kalba kitokia, ne būtinė tokia kalba. Aš kartais būna, rašau ta kalba, kurią naudoja patys ukrainiečiai. Ten yra daug visokių sparnuotų frazių ir pan. Kartais perteikti tą emociją, ypatingai, kai aš būnu ten, nori perteikti tą emociją, ką jauti būdamas ten, ką jaučia kiti žmonės, kurie ten yra, kaip jie gyvena ir panašiai. Tekste labai dažnai to nelieka.

6.6. Vytautas Dovydaitis, TV3 žurnalistas

Pokalbis vyko „Messenger“ 2025-11-19, trukmė – 44:52

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis kaip atrodo jūsų rutina.

Iš tikrųjų, labai skiriasi nuo to, kas buvo anksčiau. Anksčiau buvo kiek kitaip su socialiniais tinklais. Aš pamenu 2013, 2014 m., kai prasidėjo neramumai Kryme, Maidanas, po to, kai pas mus apsilankė Lukašenka Vilniuje, nesutiko pasirašyti asociacijos sutarties, tada iš tikrųjų iš Ukrainos gatvių vaizdo medžiagą tu praktiškai galėjai gauti iš didžiųjų agentūrų, bent jau tų, su kuriomis mes dirbdavome. Reiškia, tu gaudavai kažkokių vaizdų. Paskui, kai viskas įsivažiavo, gal kažkas nuvažiavo, įsikūrė, kameras pasistatė. Bet tie tokie būdavo, kaip čia pasakyti, sterilūs, ne sterilūs tie vaizdai, iš saugesnių vietų galbūt tie vaizdai. Aš manau, kad čia natūraliai sąlygos tiesiog diktuoja, iš kur žurnalistas su kamerom iš kažkokios agentūros gali filmuoti. Ir iš tikrųjų nemažai tos vaizdo medžiagos būdavo iš žmonių, kurie ten

yra viduje, kurie filmuoja tai, kas vyksta, kurie kažką neįprasto pastebėjo, kurie kažkur užkampyje pamatė tituškas, tuos samdomus budulius tokius, kurie už pinigus tiesiog kariaudavo su žmonėmis Maidane. Tiesiog iš ten galima buvo gauti tos autentiškesnės vaizdo medžiagos, iš to, kas va tuo metu vyksta. Čia, aišku, socialiniai tinklai ir tuo metu tai gana dažnai būdavo „Youtube“, „Twitteris“, man atrodo, tas senasis. Kokia dar platforma buvo... „Facebookas“ gal nelabai. Ir „Telegramo“, tiesą sakant, tuo metu nelabai buvo. Tai, sakyčiau, tas buvo svarbu todėl, kad mes galėjome matyti žiniasklaidoje Ukrainos, kurią irgi, beje reikėjo, atsirinkti patikimus šaltinius, surasti informaciją ir ten pamatydavome ir nuorodas į vaizdo įrašus, kas vyksta Maidane. Dalį patys susirasdavome. Jeigu, aišku, matydavome, kad atitinka informacija, pasitikrindavome, kiek galėjome, nes viskas rutuliojosi greitai, tai reikėjo dažnai vadovautis logika ir žiūrėti, ar tas dalykas įsipaišo į bendrą paveikslą, kad nepakliūti į kažkokį tai, nežinau, propagandos sūkūrį. Tai tas iš tikrųjų labai padėdavo ir realiai tada ir prasidėjo darbas su socialiniais tinklais ir su medžiaga iš socialinių tinklų. Tai grynai Ukrainos karo pradžia. Ir aš sakyčiau, kad patys okupantai labai daug save, kaip sakyti, diskredituodavo, nes viską dėdavo į „Youtube“ patys. Įsibėgėjus karui praktiškai iš fronto jie patys dėdavo, kaip jie naikina namus, kaip jie kažką sprogdina, kaip jie kažkur kažkokį tai pastatą užima. Paprasti okupantai, eiliniai rusų kariai arba jų užverbuoti bendrai, jie tiesiog viską dėdavo. Dabar ta informacinė erdvė, aš manau, yra pracinuota iš jų pusės. Jie tiek daug visko nededa. Galbūt deda kitaip, dabar „Telegramas“. Bet tada, kai pasauliui reikėjo suprasti, kas vyksta ant žemės, jie patys save diskredituodavo. Ir aš visą laiką kažkaip, tiesą sakant, dar prieš beveik 10 metų, aš netgi turėjau tokią mintį, kaip pakeitė realiai socialiniai tinklai, tuo metu tai buvo „Youtube“ tuo metu pagrinde, vaizdo platforma, kaip jie pakeitė mūsų žmonių informavimą apie karą. Aišku. Kitas dalykas yra, kad paprastas žmogus, kada jis tiesiog pažiūri, jeigu jis neturi kritinio mąstymo, jis gali nusivažiuoti į lankas. Bet taip bendrai apibendrinant, tada, maždaug prasidėjus karui, ir prasidėjo tas vaizdo medžiagos naudojimas. Jis buvo šiek tiek kitoks, ten buvo labai daug reikėjo įdėti pastangų, kad patikrinti, kas vyksta, reiškia, patikrinti ukrainietiškuose portaluose, pasiskaityti, kad suprastum, ką tas vaizdas reiškia. Nesuklysti, pateikti patikimą informaciją.

Ir kas dar svarbu, aš sakyčiau, aš tokią, nežinau, toks klausimas, gal suvokimas buvo, po susitikimo teko dalyvauti tokiam seminare tiriamosios žurnalistikos užsienio, neatsimenu kokios Vakarų šalies respektabilūs žurnalistai vedė seminarą ir tada aš supratau tą tokią prarają tarp tradicinės žiniasklaidos normų, kaip pateikti patikimą informaciją, reiškia, ją turi būti patikrinę bent du šaltiniai, ir aš tada net priėjęs klausiau, bet kaip jūs, jeigu jūs negalite tuo momentu patikrinti tais dviem šaltiniais, kaip jūs papasakosite, kas vyksta, jeigu jūs turite medžiagą, jūs turite pakankamai mąstymo ir suvokimo, kas vyksta. Kaip paprasčiau pasakyti, tada pas mane atėjo suvokimas, kad pasaulis daug ko nemato, kas vyksta ir nesuvokia, kas vyksta vien dėl to, kad yra tam tikri reikalavimai, kurie, aš suprantu, kodėl jie yra reikalingi. Reikia patikrinti tą medžiagą, bet jeigu tu to nepadarai ir to nepadarai su, tarkime, 90 proc. medžiagos, tai tu žmogų aklą palieki, ar tu palieki jį tik su tekstu, ar tu jį palieki nesuvokiantį, kas vyksta iki galo? Gal dėl to kai kurios šalys bunda ne taip greitai, nesuvokia žmonės, visuomenės, kas iš tikrųjų vyksta? Tokių minčių vis kildavo. O kai prasidėjo tas visas socialinio turinio naudojimas, „Youtube“ turinio naudojimas, atsirado daug, ko anksčiau nebūdavo.

O kaip yra šiandien, kokią dalį jūsų darbe sudaro socialinės medijos? Ta prasme, kiek jūs imate dabar medžiagos iš ten ir iš kokių platformų?

„Youtube“ aišku, turi daug apsaugų ir daug cenzūros. Pavyzdžiui, medžiaga iš Rusijos propagandos, jeigu tu nori parodyti, kokį melą jie skleidžia, tu jau taip paprastai jos negausi. Nebent tu turėsi VPN, dar kažką. Tu šitą dalyką tada, aišku, bandai apeiti ir naudojiesi „Telegram“, kur gali rasti daug ką. Šiaip yra daug diskusijų iš tikrųjų: gerai ar negerai tokie socialiniai tinklai, kur nėra kažkokių apribojimų, cenzūros ir t.t. Bet aš galvoju, kad tai priklauso nuo to, kam tu jį naudoji. Įjungti smegenis naudodamas. Jeigu naudoji tokiam darbui, kaip žurnalisto darbas, tu kritiškai labai vertini informaciją, tu iš ten gali pasiimti tikrai naudingos medžiagos, kuri parodys žmonėms tai, kas vyksta. Kitur tu jos paprasčiausiai nesurasi. Tarkime, nuo 2022 m. jei žiūrėtume, nuo didesnės invazijos pradžios, pirmiausia, žinoma, medžiaga šviežiausia, kai reikia labai greitai nušviesti, atkeliaudavo iš ten. Ir aš puikiai dar atsimenu Ukrainos valdžią, tai tik prasidėjus konfliktui, ir kaip tik pats buvo bumas „Telegram“, jie netgi platino sąrašus patikimų žiniasklaidos priemonių. Tam, kad žmonės susiradę rusų propagandinį kanalą, nes turinio buvo daug, kad jie tiesiog nepasiklystų. Tai va, atsirenki šaltinius kažkokius ir juose pamatai tą vaizdo medžiagą, kurios kūrėjas arba žmogus, ar ne, tarkime, subombarduoja daugiabutį Ukrainoje, ten žmogus pafilmuoja, įdeda į vietinius socialinius tinklus. Aš negyvenu tame mieste ir aš nesu pas juos „Facebooke“ rajono bendruomenėje, kur visi pasidalina, aš ten nesu. Jeigu nebūtų, pavyzdžiui, socialinio tinklo ar platformos, kaip ją pavadinti, „Telegram“ ir aš nematyčiau vaizdo medžiagos, kurią žurnalistai rado ten, tos bendruomenės pasidalintą įrašą, tai aš jo neturėčiau paprasčiausiai.

Gal galėtumėte dar pasakyti keletą pavyzdžių, kokius kanalus „Telegram“ sekate?

Aš, tiesą sakant, pradžioje buvo labai daug. Paskui, kada šiek tiek pažiūri, kuriuose realiai yra tas pats ir yra pastoviau ir dažniau, tai tu atsisioji. Su Baltarusija tas pats buvo, buvo „Nexta“ kanalas opozicionierių, daug ką platino. UNIAN, „Ukrainska Pravda“ ir daug visokiausių kanalų. Aš jų daug turiu, labai priklausydavo nuo situacijos. Jeigu veiksmas vyksta kažkur tai kažkokioje srityje, pavyzdžiui, Dnipropetrovske, yra kanalai, kurie informaciją renka iš tos srities socialinių tinklų ir jie deda su paaiškinimais. Ir jeigu tai atitinka tai, kas tuo metu vyksta ir tu matai oficialią informaciją iš agentūrų, kuriomis mes remiamės, tai „Reuters“, kita tarptautinė žiniasklaida. Su „Reuters“ pas mus sutartis. Jie irgi deda medžiagą, informaciją, patvirtintą keliais šaltiniais. Jeigu aš turiu informaciją, kad kažkas vyksta ir matau atitinkamą vaizdą, žiūriu, ar galiu naudoti ir naudoju. Tie patys vaizdai iš Bučos, karo nusikaltimai, kuriuos pamatė visas pasaulis. Daug ką pasifilmuodavo patys ukrainiečių kariai ten įžengę, žurnalistai pirmieji įžengę pasidalinę su visu pasauliu vaizdu. Jeigu tu nori turėti šviežiai, tu nelauksi dviejų dienų, kol didžioji agentūra, pervariusi visus savo filtrus įsidės. Aš manau, mes tiesiog kartais aukojame tą, kad viskas vyksta greitai, informacija yra vartojama greitai. Jeigu mes norime apie tai pirmi, mes tada turime savo smegenis įjungti ir kartais nelaukti, kol mums tą suvirškintą informaciją iki galo, sukramytą paduoda didžioji agentūra. Ir tai bus tik vienas vaizdo įrašas, tarkime, iš kelių, kuriuos aš tuo metu galiu susirasti internete. Tiesiog aš manau, kad žurnalistų apskritai darbas, kai yra socialinių tinklų amžius, jis darosi ne menkesnis, o kaip tik svarbesnis. Todėl, kad ant mūsų pečių gula daugiau informacijos sukratymo, patikrinimo, permastymo. Ir papasakoji, kas maždaug vyksta, kad jis tarp viso to nepasimestų. Tai, kas kalbant apie rutiną kasdienę, taip jeigu darau apie Ukrainą reportažą tą dieną, tai aš žinoma pasiskaitysiu žiniasklaidoje apskritai, kas vyksta, pasižiūrėsiu, ką rašo agentūra, su kuria mes turime sutartį, „Reuters“, ir aš pasižiūrėsiu ukrainiečių žiniasklaidos socialinius kanalus, nes jie ten įdės ir informaciją greičiau, ir vaizdo įrašus įdės. Aš tiesiog greičiau sužinosiu apie kažkokius įvykius, jau galėsiu jiems ruošti, pradėti apie juos rašyti ir dienos eigoje turėsiu daugiau informacijos jau iš didesnių šaltinių, tarkim, vakarietišku ir galėsiu užbaigti tą temą.

Ko televizijos žurnalistai eina į socialines medijas, ko televizijos žurnalistui?

Vaizdas ir informacija greičiau. Čia yra informacijos sklaidos priemonė ir aš iš visų ukrainietišku žiniasklaidos priemonių socialinių tinklų, sakykim taip. Aš iš jų tiesiog matau, jie rašo, kad visoje Ukrainoje skamba sirenos, pakilo naikintuvai. Pas mus gali po poros valandų atsirasti, kad ukrainiečiai skelbia, kad naikintuvai kyla, kažkur kažkas bus. Galų gale, pas mus tiek to gal ir nereikia. Įsivaizduokit, mūsų žmogui, aš kartais sakau, svarstant apie temos svarbą – pažiūrėk į bendrą vaizdą. Tarkime, žinių blokas – valanda. Ir mes esame Lietuvos žiūrovai. Kokią dalį toje valandoje, kokį svorį turi tam tikros temos? Ir galima kartais iš tikrųjų pagalvoti, kad čia iš tikrųjų nesvarbus dalykas. Aišku, žiūrint iš turinio patrauklumo pusės, gali dėti beždžionę, šokančią ant laidų elektros ar dar kažką tai. Tokie irgi yra įskaičiuoti į tą valandą kaip, kaip tu žmogų pritrauksi žmogų prie žinių, ne vien sausekas bus. Mūsų žmogui gal ir nereikia jam tiek tos informacijos, bet tai nereikia, kad aš neturiu jos matyti rašydamas temą. Aš juk sau vaizdą turiu susidaryti apie tai, kas vyksta, aš turiu žinoti, kas vyksta. Aš dienos eigoje, gale galiu greičiau pasiruošti kažkokiam tai įvykiui, bet aš tą žinią gaunu ne iš mūsų kažkokio informacijos šaltinio, o pirmiausia iš žurnalistų esančio galbūt vietoje Ukrainoje, kuris pranešė tam kanalui. Ir aš turiu omeny tą dalyką. Aš manau, kad čia mūsų specifiška yra. Portalas, pati dirbi portale, tu tiesiog gali įsidėti į naujienų juostą atskirą žinutę. Klausimas, kiek patikrini šitą informaciją, kur vat ta riba, kada loginis mąstymas, tikrinimas to, kas vyksta, patikimuose informacijos šaltiniuose ir to kiekvieno vaizdelio tie informacijos šaltiniai neduos, bet tu matai kontekstą. Aš manau žurnalistų darbas pasidarė labai labai neįprastas.

Dar kalbant apie socialines medijas, įsivaizduoju, kad galima rasti ir plusų, ir minusų tame socialinių medijų naudojime apie karą Ukrainoje. Galbūt galėtumėte apibūdinti, kokie yra pagrindiniai plusai ir minusai?

Plusas – informacijos gavimo greitis, sužinojimo, numatymas įvykių, kuriuos reikės aprašyti tą dieną žiniuose. Yra autentiškos vaizdo medžiagos gavimas. O minusai, įvairiausių yra. Galimybė, tikimybė pakliūti ant nepatikimos informacijos, žinoma. Kokie dar minusai? Aš sakyčiau, minusų daugiau yra paprastam žmogui, ne mums. Jeigu žurnalistas išlaiko kritinį mąstymą, tai jis tuose minusuose irgi mato tam tikras tendencijas, tarkime, rusų propagandos platinamų žinučių bandymo paveikti visuomenės nuomones. Iš tų minusų, kuriuos tu supranti, kad čia bandoma paveikti, jeigu kritinį mąstymą turi ir tai pagauni kaip bandymą veikti kitos pusės. Paprastam žmogui čia turbūt ir yra viena iš didžiųjų problemų apskritai socialinių tinklų. Ir aš ką ir anksčiau minėjau, kodėl žurnalistų darbas darosi vis svarbesnis, nors atrodo, kad visi pereina į socialinius tinklus ir socialines medijas. Mes tą rolę filtro atliekame ir

paiškinimo, ir rinkimo, ir paiškinimo žmonėms, kas iš tikrųjų vyksta, kad jie nepakibtų ant kažkokių kabliukų arba jeigu jie dienos eigoje tų kabliukų įvairiausių prisižiūrėjo, bet jie gale dienos atsisėstų, atsiverstų ar tai straipsnį mūsų portale kokiam, arba žiniose, ir jie tą viską sudėtų į kontekstą ir jiems būtų paaiškinta, kas iš tikrųjų vyksta, kad jie nepasimestų. Tas minusas yra tai, ką mes matome, žmonių poliarizacija, pasimetimas, propagandos sklaida ir visi kiti dalykai. Nesu žurnalistikos baigęs, tai aš labai žmogiškai iš savo patirties galiu sakyti, ne kažkokiais moksliniais terminais sudėtingais.

Tai ir gerai, viskas labai gerai, daugiausiai ir išmoksti dirbant, o ne universitete sėdėdamas. Aišku, duoda kažkiek, bet pagrindas vis tiek darbas.

Kažką paaiškinti terminais, čia yra kitas dalykas. Aš š kalbų mokymosi srities, tai man... Nu tikiuosi suprantamai kalbu.

Viskas gerai. Dar šiek tiek užsiminėte, kad yra rizika užkliūti ant kažkokios nepatikrintos informacijos, manipuliacijų ir panašiai. Kaip jūs bandote šito išvengti ir kaip tikrinate medžiagą prieš dedant į žinias?

Visų pirma, tai, ką aš minėjau pačioje pradžioje, patikimi šaltiniai. Yra patikimi šaltiniai. Antra, aš nežinau, kaip pavyzdžiui, portale, kai reikia tą pačią minutę kažką tai dėti, bet šioje vietoje jeigu informacija nėra, tarkime, iš visiškai patikimos agentūros, iš kurios mes gauname medžiagą, yra socialiniai tinklai, tu tai turi labai gerai permąstyti, kritiškai pasižiūrėti, ar nekeyla taip vadinamos raudonos vėliavos, ar tai nekelia per didelių emocijų kažkokių. Jei kelia, vienas iš ženklų, kodėl taip platinama. Iš karto reikia plačiau pasižiūrėti, kokiam kontekste. Aš manau, kad kiekvienas tas vaizdas, kiekviena informacijos dalelė, ji turi būti paremta patikima informacija bendrai paėmus. Reiškia, tu negali kalbėti, kad tarkime, kažkas kažką nušovė, nors niekur apie tai nėra, niekas apie tai nekalba ir oficialūs šaltiniai apie tai neskelbia. Tu vis tiek turi kažkokį tai stuburą informacinį ir tada tu gali tą istoriją apdėlioti tomis detalėmis, kurias tu gauni iš informacijos šaltinių mažesnių arba iš tų vietų žmonių, kurie dalinasi vaizdo įrašais. Tai čia labai daug kritinio mąstymo ir labai daug atsargumo.

Aš dar papasakosiu vieną tokį pavyzdį. Prieš, kiek čia jau, pusantros savaitės, kaip Ukrainoje korupcijos skandalas. Ir štai socialiniuose tinkluose atsiranda vaizdo įrašas kažkokio tai gerai įmitusio žmogaus, stovinčio krūvoje pinigų ant savo lovos. Ir jie klausia, iš kur tu čia tiek pinigų gavai, jis aiškina, aš čia laimėjau loteriją. Ar tikrai? Tikrai. Žodžiu, tas vaizdas atrodo kaip tikras, bet jis buvo padarytas dirbtinio intelekto. O kodėl jis padarytas gerai? Kur problema socialinių tinklų, tai mažas ekranas. Žmogus dažnai žiūri per telefoną, jis gali nepastebėti tam tikrų dalykų, ar pirštas, kaip anksčiau būdavo vienas papildomas pas žmogų. Šiuo atveju piršto nėra, bet kokybė nedidelė. Kodėl ji nedidelė šiais laikais, kai viskas taip kokybiškai filmuojama? Ir aš ieškojau, tiesą pasakius, žiūrėjau specialiai, bandžiau surasti kažkokį pirminį šaltinį ir aš nieko apie jį neradau. Reiškia, kontekstinės informacijos tiesiog nėra. Bet yra tai, kas kelia emociją. Tada tu galvoji, okei, dabar korupcijos tema, kurią propaganda arba tiesiog nepamąstę žmonės bando išnaudoti žmonių supriešinimui, parodymui, kokia Ukraina bloga. Ukraina tai išsiaiškino korupciją, pasitikėjimas šalimi dėl to gali tik išaugti. Nepasitikėjimas valdžia, valdžia taip, valdžia gavo dabar reikalų ir jiems reikia įrodyti, kad jie su ta korupcija kovos, pasitikėjimas jais kritęs. Bet ne valstybė. Kokioje valstybėje dar pamatysi, kad artimiausius prezidento žmones dabar į teismus nutemps? Bet žmonės to neskiria. Ir šiaip tame informaciniame fone įkrenta toks įrašas. Jis padarytas gerai todėl, kad jis yra pateiktas tinkamiausiu laiku, jame vaizdas yra toks, kokį mes rodėme ne kartą per šiuos kelis invazijos metus, kai pagauna kyšius renkančius karinių komisariatų valdininkus, ten tuos visus vadovus, kurie pinigus skaičiuoja ir pas juos pareigūnai ateina. Tiesiog aš manau, kad tas atsirinkimas informacijos, reikia labai kritiškai pažiūrėti. Visada užduoti sau klausimą, ar čia yra tiesa. Jeigu tame kontekste ir atitinka, kelia tau didelių emocijų ir tu matai, kad kitos žiniasklaidos priemonės irgi tą patį skelbia, tada taip. Iš tikro, labai daug atsargos reikia. Bet aš bendrai manau, kad pasauliui daug ko reikia išmokti, kaip su šiuo dalyku elgtis žurnalistams. Kaip sakiau pradžioje, šioje vietoje darbas tradicinės žiniasklaidos, tų žmonių, kurie kalba su žmonėmis, rodo žinias, jie jiems rašo, tai tada ir svarbesnis ir sunkesnis, kad mes pateiktume tą patikimą informaciją, kad nesusirinktų iš no name žmonės socialiniuose tinkluose, o iš patikimų žmonių, patikimų šaltinių, patikimų žurnalistų, kurie tarsi per savo kolegas pervarė tą vaizdo medžiagą, kurie pasvarstė, ar čia tiesa, ar netiesa, ar atitinka. O jeigu ir dar liko kažkiek tai abejonių, jie tau pasakys, štai, platinama tokia vaizdo medžiaga, kad neva, esą, ir t.t., pati žinai. Mes sau turime saugiklių užsidėti, bet mes negalime nieko neparodyti, nes žmonės nežinos, kas vyksta. Jie turi matyti, jie turi suprasti, jie turi suvokti. <...> Labai kritinis požiūris, visų pirma, labai kritinis požiūris ir būtinai matymas konteksto. Nes jeigu tai iškrenta iš

konteksto, irgi yra red flag. Ir, aišku, bandymas nepapulti ant dezinformacijos. Tai reiškia, emocijos ir t.t. Jeigu sukelia, reikia labai atsargiai žiūrėti. Nu, ir aš manau, tiesiog jau jeigu žmogus, ir tu pati dirbi su socialiniais tinklais, kažką matai, matai kažkokius patikimus kanalus ir, aišku, kad būtų patikimas šaltinis, irgi tai svarbu.

Aš net ir tuose patikimuose šaltiniuose stengiuosi labai nepasitikėti iš karto. Man net kartais būna, kad ir to paties Zelenskio įrašą įkeltą pažiūriu ir kažkodėl dar turiu pagalvoti, ar tikrai. Jūs iš visų kanalų tikrinate medžiagą? Ar yra kažkokių, kur pasitikite, pavyzdžiui, kaip ir Zelenskis, kaip minėjau.

Aš pasakyčiau taip, aš susirenku informaciją iš labai daug kur. Jeigu vyksta kažkoks įvykis ir aš galiu informaciją pasiimti ir mūsų informaciją, mūsų kažkurioje agentūroje, tarkime, BNS, kurią irgi reikia labai kritiškai žiūrėti, nes jie gali ir kažkodėl rusų propagandą pacituoti, Kremliaus informaciją neparašydami tekste, kad atkreipte dėmesį, kad čia skelbia Kremliaus žiniasklaidos priemonė. Man tai nepatinka, nes paskui nukeliauja tie straipsniai į didžiausius portalus ir labai nefainas vaizdelis pasitaiko. Ką aš noriu pasakyti, jeigu vaizdo įrašą matau keliuose kanaluose skirtinguose, tarkim UNIAN, „Ukrainska Pravda“, tų pačių oficialių kanalų Ukrainos, generalinio štabo, atskirų brigadų, kurios platina vaizdus savo darbo, aš išsirenku tą, kuris yra kokybiškiausias. Bet aš informaciją iš visur pasiimu ir aš nepasakysiu ne nuo savęs, ne iš vieno mažo šaltinio informaciją pakartosiu. Aš informaciją prieš tai susirinkau „Reuters“, BBC straipsnį perskaičiau, dar kažką. Aš matau, kad šitas vaizdas, kad ukrainiečiai šitą situaciją aprašydami pateikė vaizdus iš šitos situacijos. Visą šitą suvirškinį, nes turi atiduoti žmogui produktą ir objektyviai paaiškinti, nepasakyti, kad ten, nežinau, atkartot kažkieno nuomonę skleidžiamą. Mūsų ne toks darbas nuomonę kažkieno atkartoti. Mūsų darbas yra pateikti informaciją, kurią mes susirenkame iš skirtingų šaltinių ir ją kažkur reikia pavaizduoti. Jų nėra vienas. Apskritai pastaruoju metu, kai viskas nusikėlė į politinę plotmę to karo, taip, fronte vyksta, bet dabar ir nuovargis jaučiasi fronto, kiekvieno miesto sekimas ne tas. Dinamikos fronte praktiškai neliko, viskas keliasi į politinę plotmę, ten jau kitaip, ten kritiškai žiūri į pasisakymus, kuriuos gauni dažniausiai iš didžiųjų žiniasklaidos priemonių. Kameros būna įvykio vietoje, čia jau kitas dalykas truputį yra. Nežinau, ar atsakiau į klausimą. Koks klausimas buvo?

Ar tikrinat iš visų?

Taip, nėra, kad tu turi vieną, neaiškų anoniminių kanalą, iš jo pasiimi. Beje, vienas iš tų skiriamųjų bruožų, man atrodo, ir būna, kuriuos įvardija įvairūs dezinformacijos ekspertai, informacinio karo ekspertai, su socialiniais tinklais dirbantys. Aš dažnai klausau, stengiuosi, jeigu kažkas įdomaus vyksta, paklausti skirtingų ekspertų, ką jie apskritai kalba, kaip jie vertina, kažkaip bandau rinktis ir sau kritinio mąstymo papildomus tokius taškus. Neturi būti informacija anoniminė. Tai vienas iš svarbių aspektų. Jeigu ji yra anoniminė, tai yra raudona vėliavėlė. Čia lygiai taip pat susiję, kur sakiau, kad žurnalistų darbas tampa vis svarbesnis, yra daug informacijos, neaišku, ir kur, neaišku, kieno, kokių tikslu filmuota. Turi ji pereiti oficialaus šaltinio filtrą kažkokį. Jeigu nėra Ukrainoje internetinės žiniasklaidos, televizijos, kaip suprantu, nelabai daug yra kur, nes yra karo padėtis ir ten pas juos per teliką eina 24 val. informacija vienpusiška, tai internete yra daug, bet tai turi būti oficialūs šaltiniai. Apie tą patį korupcijos skandalą jeigu žiūrėti, pavyzdžiui, UNIAN imti, kurie greitai pateikia vaizdą iš karo įvykių, tai apie korupcijos skandalą pas juos nėra daug. O, pavyzdžiui, „Ukrainska Pravda“, kurie turi žurnalistus, kurie dirba tiriamosios žurnalistikos darbą, seka visokius korupcinius reikalus, ryšius, pas juos yra labai daug. Bet tos informacijos aš negausiu iš oficialaus kažkokio tai kanalo Ukrainos. Aš tik jį gausiu tik internetinėje žiniasklaidoje ir papasakosiu daugiau mūsų žmonėms apie tai, kas ten vyksta. Tai, žodžiu, iš visur. Aš manau, dėl to ir yra sudėtinga, kad tu kiekvieną dieną ne copy paste padarei iš BNS, o tu susirenki iš visur ir tu bandai tą vaizdą objektyvų nupiešti, o ne tik iš ten vieno kampelio, vieno šaltinio, dar kažkokio. Tai yra darbas su daug šaltinių, darbas su daug skirtingų informacijos šaltinių ir suvirškinimas kritinis, paaiškinimas, dešifravimas tos informacijos, nepateikimas plikų frazių, pasakymas, kad štai, bando tokį foną kurti kažkas. Labai daug suvirškinimo tokio, skrandis labai didelis turi būti.

O šiaip yra praktikoje tekę susidurti su tokiais atvejais, kad paimate kažkokią medžiagą būtent iš socialinių medijų, parodote žiniose, o paskui paaiškėja, kad ten buvo kažkokia klastotė, netikras turinys, pasenęs? Ir kaip elgėtės, jei buvo?

Kad aš dabar jau galvoju, galbūt kažkas tai buvo, kas liečia karinius veiksmus. Apie kažkokius tai reikalus fronte, bet aš bijau suklysti. Jei ir buvo, tai buvo labiau tokia forma, kad ne tas vaizdas ne toj vietoj panaudotas. Kažkas va tokio. Ta prasme, nebuvo tokio kažkokio tai akivaizdaus tokio ir stipraus paėmimo, pateikimo už tiesą kažko. Aš

tokių nelabai pamenu. Gal galėjo būti suklysta, tarkime, eiliškumas kažkoks tai įvykių ar dar kažkas. Tokia labai techninė, jei buvo pasitaikiusi, klaida, bet ne tokia esminė, kad apie kažkokį įvykį papasakoti, kurio iš tikrųjų nebuvo. Gal ir galima būtų galima rasti. Aš tiesą sakant, nepamenu tokio konkretaus atvejo. Kad paminėt, tikrai gali būti, neneigsiu, klaidą padaryti labai lengva šioje vietoje. Todėl įdedi saugiklius į savo tekstą. Tu žinai, kas vyksta, tu papasakosi, tu pasakysi, štai, plinta štai tokie vaizdai galimai iš ten. Dažniausiai viskas kažkaip tai gerai būna, nežinau, nebūna, kad būtų dėl to kažkokių tai, kad būtų paneigta. Pavyzdžiui, iš konkurentų prisimenu vieną tokį ryškų, nepasakosiu apie konkretų, pas ką ir kaip. Ten buvo reportažas tiesiog pradėtas nuo vaizdo, kuris buvo ne iš ten, o jeigu iš ten, buvo visai kito laikotarpio, buvo pačių ukrainiečių sprogdinta, kad rusai nepraeitų. Visiškai kita situacija, nebuvo uždėta, kad tai archyvas, nebuvo paminėta, kad štai taip, kaip kadaise. Bet ten irgi nesakyčiau, kad tai yra dezinformacija. Tai galėjo būti misinformacija. Aš nežinau, ar pas mus kalboje yra skirstymas ir kokie terminai.

Taip, yra.

Bet labai skiriasi, yra tyčinis manipuliavimas, yra klaida. O klaidų, aš manau, šiais laikais, gali pasitaikyti.

Dar apie dirbtinį intelektą noriu perklausti. Ar jūs naudojate jį kažkam tikrinti, nuotraukoms, vaizdo įrašams, informacijai, ar kontekstui priminti? Ar pasitelkiate dirbtinį intelektą kaip tikrinimo priemonę?

Pavyzdžiui, aš pasakojau apie tą vaizdą su įmitusiu bičiuku tarp pinigų. Man reikėjo, kad internetas surastų pagal vaizdą, kur dar tokių vaizdų buvo, ar jų buvo. Šiuo atveju aš naudojau Google Lens arba Image Search. Tai tik tam, kad surasti šaltinius. Kam dar aš esu naudojęs? Tikrinimui nelabai. Pagalbą apskaičiuoti tam tikrus dalykus. Tarkime, kai rusai paleidinėjo „Oreshnik“, aš norėjau suprasti, kodėl atstumas yra toks, o skrydžio laikas toks, nors man atrodo, kad turėtų būti gerokai trumpesnis. Tai aš jį naudojau kaip matematinį įrankį, kad išsiaiškinti, kokia trajektorija jie turėjo leisti, kad tik po tiek laiko raketa pasiektų taikinį. O toks kaip tikrinimas, tai labiau būna ėjimas per įvairius patikimus informacijos šaltinius ir ieškojimas, ar tai vyksta, ar tai ne vyksta. Aš kažkaip savo darbe dirbtinio intelekto stengiuosi labai nenaudoti.

Ar sutinkate su teiginiu, kad socialinės medijos verčia žurnalistus reaguoti į socialinių medijų turinį ir reaguoti greitai? Kaip manote, ar tas greičio poreikis kažkokių pavojus žurnalistams realius kelia?

Taip, verčia reaguoti ir pavojus kelia. Bet ir kaip sakiau pradžioje, kelia pavojus, bet ir tuo pačiu darbo svarbą. Deja, to suvokimo, aš manau, yra mažai. Ir mes tą matome visame pasaulyje. Pažiūrėkite, Trumpas sako „fake media“. Tas persimeta į Europą. Irgi nemėgsta žurnalistų, kartoja, kad mes čia meluojam, mūsų puolimas kažkokios tiriamosios žurnalistikos puolimas, bauginimas teismais. Aš suprantu, Malinauskas, jo gyvenimo būdas toks, gali sau leisti. Bet taip, reaguoti reikia greitai, nes žmogus vartoja tą informaciją taip. Tai jeigu jis ne pas tave pamatys, jis pamatys kažkur kitur. Ir ta reakcija greita turi būti, bet jis turi būti ir suvirškinta, turi būti pervirškinta. Tu gali paduoti kaip nepervirškintą, tu būsi pirmas, bet žmogus bus be konteksto ir gal kartais be suvokimo, kas vyksta, be paaiškinimo. O ant kažkokių svarstyklių dėti, dėti į kontekstą, paaiškinti, reikia, kad nesusidarytų iškreiptas vaizdas ar burbulinis koks vaizdas, burbuluose visi kažkokiose savo gyvena informaciniuose. Reaguoti turim, reikia reaguoti gerai ir svarbą mūsų reakcijos didina, nors, man atrodo, nelabai tai yra suprata dar.

Darbai socialinėse medijose asmeninėmis paskyromis naudojatės ar darbinėmis?

Aš naudojuosi asmeninėmis, nes mano nėra tyrimo, ieškojimo kažkokios tai ten slaptos informacijos, kur man reikėtų slėpti savo tapatybę. Tas darbas toks labiau kontaktavimas su žmogum, pašnekovu ar dar kažkuo ar ieškojimas informacijos ar vaizdo įrašų, tai ten mano groja ta tapatybė.

Aš labiau apie algoritmų įtaką klausiau. „Telegram“ jos nėra, bet jeigu „Facebook“...

Stengiuosi nesinaudoti. Naudojuosi kaip komunikacijos priemonės su kolegom ir šeimos nariais. Apskritai manau, kad reikėtų mažiau naudotis socialiniais tinklais. Nelabai mėgstu.

6.7. Andrius Jakimčuk, [tv3.lt](https://www.tv3.lt) užsienio skyriaus redaktorius

Atsakymai į interviu klausimus pateikti raštu 2025-10-03.

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis.

Portale Balsas.lt, 2014-aisiais. Tuomet prasidėjo Krymo aneksija, „žalieji žmogeliukai“, MH-17 numušimas ir Girkino-Strelkovo tipo grupuočių istorijos.

Kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena, kai dirbate su karo Ukrainoje naujienomis?

Susipažinimas su paskutinėmis naujienomis: portale publikuotų naujienų peržiūra, agentūrų naujienų peržiūra, „Telegram“ naujienų peržiūra.

Temų atsirinkimas: neskubių atsidėjimas ateičiai, skubesnių ar svarbių prioritetizavimas.

Nuolatinis „Telegram“ pagrindinių informacijos šaltinių monitoringas, papildomų šaltinių ir informacijos paieška.

Iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą apie karą Ukrainoje?

Pirminis informacijos šaltinis yra „Telegram“ kanalai. Vėliau, jeigu yra poreikis, informacija patvirtinama arba atmetama kitais šaltiniais.

Kokiais tikslais atsigręžiate į socialines medijas darbe?

Informacijos rinkimo, šaltinių tikrinimo (pavyzdžiui, politikų ar įtakos žmonių pasisakymų). Trumpas mėgsta pasisakyti „Truth“ tinkle, Medvedevas – „Telegram“. Net jeigu cituojama yra kažkokiam žiniasklaidos kanale, visada gerai yra patikrinti pirminę citatą. Ne tik dėl patikimumo, bet ir todėl, kad žiniasklaida dažnai atsirenka tik dalį viso teksto, o Lietuvos skaitytojui ar man gali būti įdomi ir/ar aktuali kita dalis.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje?

Jeigu „Telegram“ laikytume socialine medija, tai labai aukštą. Jeigu ne, tai minimaliai. Nėra poreikio tiesiog rankioti kažkokias informacijos nuotrupas soc. tinkluose ir skęsti informaciniame triukšme, kai yra įrankis, leidžiantis gauti informaciją glaustai ir vienoje vietoje.

Kokias socialinių medijų platformas darbui karo Ukrainoje temomis naudojate?

Eiliškumo tvarka: „Telegram“, „Twitter“, „Facebook“.

Kurios platformos jums atrodo patikimiausios ir kodėl?

Visos yra patikimos tiek, kiek tikrini/atsirenki informaciją pats.

Kokius kanalus/profilus sekate ir pagal kokius kriterijus juos atsirenkate? Kokių šalių jie dažniausiai yra?

Daugiausiai tai yra ukrainiečių arba rusų, dirbančių užsienyje kanalai. Jie pateikia informaciją greičiausiai, turi informacijos šaltinių apie karą, turi gilesnį suvokimą apie įvykius regione.

Rusų nepriklausomi: BBC, The Moscow Times, Astra, Agentstvo, Bild, Meduza, Podjom, The Bell

Rusų: TASS, Niusač, Baza, Readovka, Vojennyj osvedomitel, Mash

Ukrainiečių: UNIAN, Pravda Gerashchenko

Baltarusių: Zerkalo, Nexta

Dar yra Clash report skubioms naujienoms. Nėra „Telegram“, bet patinka – The Guardian, Politico.

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus įžvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis?

Greitis ir vaizdinė medžiaga. Anksčiau „Twitter“ ir „Facebook“ viskas pasirodydavo greičiau, dabar „Telegram“. Kai reikia informacijos, greičiausiai ją gauni būtent iš soc. tinklų, kai reikia patikimumo ir patvirtintų duomenų – iš patikimų žiniasklaidos priemonių. Be to, soc. tinkluose dažnai gali gauti vaizdinę medžiagą, kuri patvirtintų skleidžiamą informaciją. Tai (jos gavimas, autorystė) yra sudėtingesnis ir ilgesnis procesas žiniasklaidos priemonėms.

Kokius pagrindinius socialinių medijų trūkumus, rizikas, iššūkius įžvelgiate dirbant su karo naujienomis?

Kartais būna skelbiama „per žalia“ informacija. Soc. tinkluose užtenka vieno sakinio ir/ar vienos nuotraukos publikuoti, straipsniui to neužtenka. Dažnai pasitaikanti problema – vienas šaltinis skelbia informaciją ir reikia arba laukti patvirtinimo, arba rizikuoti (retai) ir publikuoti su perspėjimu apie nepatvirtintą info.

Kuriose platformose pastebite daugiausiai dezinformacijos? Kokia ji?

„Facebook“ yra informacinis sąslavynas, tas pats ir tiktokas ar twitteris. „Telegram“ veikia kitu principu – čia atsirenki sklaidos kanalus, kurie tau aktualūs, o ne algoritmai už tave parenka, kas tau turėtų būti įdomu.

Mažai jau kreipiu dėmesio į dezinformaciją, bet kad ir šiandien mačiau feisbuko įrašą, kur šlovina Staliną eilinis bevardis feisbuko accountas.

Pagrindinės dezinformacijos Lietuvos soc. tinklų erdvėje kryptys: demokratinės Lietuvos valdžios kritika, sovietų („žolė buvo žalesnė“, „žmonės buvo tikresni“) šlovinimas, Baltarusijos opozicijos juodinimas, liberalių vertybių keikimas ir pan.

Rusijoje – „mes laimime“, „Vakaruose – vien gėjai ir migrantai“, „Ukrainoje – naciai ir puppet state“, „sankcijos mūsų neveikia“, „Rusija – kovos su iškrypimais bastionas“ ir pan.

Pagal kokius kriterijus nusprendžiate, ar naudosite socialinėse medijose rastą medžiagą?

Pagal tai, ar yra nepriklausomi patvirtinimai kituose šaltiniuose, yra vaizdinė medžiaga, patvirtinanti faktą.

Kaip nusprendžiate, kurių paskyrų turinį būtina papildomai tikrinti? Kurių turinio papildomai netikrintate?

Visus daugiau ar mažiau tikrinu. Tokiems šaltiniams, kaip BBC ar „Reuters“ daromos nuolaidos. Dažniausiai tai natūraliai gaunasi, nes reikia papildomos informacijos tekstui ir ieškant jos atrandi kitus šaltinius.

Kokių šaltinių, platformų ar turinio tipų sąmoningai nenaudojate? Kodėl?

Nėra tokių. Visas sąmoningai naudoju, jeigu ten yra mane dominanti informacija. Darbe necituoju propagandinių Rusijos šaltinių, nebent tam yra labai svari priežastis.

Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikrinate socialinėse medijose randamą turinį?

Dažniausiai užtenka paprasčiausio kitų šaltinių patvirtinimo. Kartais – chatgpt, kad primintų vieną ar kitą įvykį, surastų su šaltiniais papildomos informacijos. Fact checkingas: geolokacijos, fotografijų paieškos ir pan. yra retas atvejis, nes dažniausiai jau tai būna padarę informacijos skleidėjai.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Viskas *ok* su dirbtiniu intelektu. Su tinkama formuluote labai padeda darbui – papildyti tekstą, surasti šaltinius, priminti istorijos detales.

Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?

Priklausomai nuo to, kas ją skelbia. Jeigu tai yra žiniasklaidos priemonė, tai tam tikrais atvejais tiesiog cituoju ją, nurodant pirminį šaltinį. Jeigu tai *random* žmogus, palieku ramybėje. Neįsivaizduoju, ką jis turėtų tokio paskelbti, ko jau nėra paskelbusios kitos žiniasklaidos priemonės, kad publikuočiau.

Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Neformali praktika – neskelbti ir laukti patvirtinimo iš kitų šaltinių.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą. Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Naudoju asmenines paskyras, bet daugiausiai informacijos iš „Telegram“, kur nėra algoritmų poveikio. Į feisbuką ar tviterį, kaip informacijos šaltinius, dažniausiai patenku iš išorės, todėl algoritmų poveikis nelabai veikia. Šiaip tai šiukšlynas ten, jeigu ne darbo klausimai, rimtai galvočiau apie paskyrų panaikinimą ar apribojimą.

Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) informacija dominuoja jūsų socialinių medijų sraute?

Ukrainos/Vakarų žiniasklaidos.

Kurios pusės manipuliacijų socialinėse medijose pastebite daugiau?

Rusijos, nors ir Ukrainos „bobutė nunuodijo pulką rusų Kryme bandelėmis“ žinučių pasitaiko. Bet Rusijos dezinformacijos sistema yra labai masyvi, išvystyta, gerai finansuojama. Turiu omeny, kad tai yra kitas lygmuo. Kita vertus, teisingai Maliukevičius yra sakęs, kad jeigu tiek daug reikia propagandos ir dezinformacijos, tai reiškia, kad kažkas negerai pas juos su įtikinėjimu.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Jie tiek priversti, kiek patys to nori. Jeigu to žurnalisto tikslas yra kuo greičiau paskelbti informaciją, tai logikos yra. Tačiau čia yra ciklinė problema – jeigu skelbi soc. tinklų turinį, dažnai sunku užtikrinti patikimumą, jeigu sunku užtikrinti patikimumą, tai krinta tavo ar tavo darbo vietos patikimumas, jeigu krinta patikimumas, tai netenki dalies skaitytojų.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

Gal ir pasitaikė, kai skelbiau kito šaltinio skelbiamą informaciją, kuri rėmėsi soc. tinklų informacija ir ji nepasitvirtino. Bet čia vienetiniai atvejai yra, kai nepasitvirtina skelbiama informacija.

Vieną atvejį prisiminiau: paskelbiau Žirnovskio mirties naujieną, remiantis „Baza“ šaltinių informacija, o tas numirė tik kitą dieną. Skelbiau antrą kartą.

Antras atvejis, kurį prisimenu – bene visų žiniasklaidos priemonių Lietuvoje eskaluota tema apie tariamą V. Putino mirtį, remiantis pirminiu „General SVR“ „Telegram“ šaltiniu. Tuomet buvo nemažas vidinis ir redakcinis spaudimas „kažką darytis šia tema“, nes „visi pasidarė ir tai labai populiari/skaitoma“.

Dar vienas chrestomatinis pavyzdys: naujiena apie tariamai Kim Jong Uno sumaitintą šunims generolą, kurios pirminis šaltinis buvo humoristinis kanalas, bet vėliau kažkur grandinėje atsirado ir patikimi Pietų Korėjos šaltiniai, kuriuos Lietuvos žiniasklaida taip pat sąžiningai sucitavo.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokią vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Skelbti patikrintą informaciją, suteikti jai konteksto. Vartotojai dažnai paliekami su neapdorota informacija, kartais iškreipta (sąmoningai ar ne), todėl tikslas būtų pateikti ir tos informacijos kontekstą. Daugelis dalykų neatrodo tokie baugūs ar neaiškūs, kai yra su kuo palyginti.

Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

Tikiuosi, kad nėra žurnalistų, kurie seka tik socialinių medijų srautą.

Kokią turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Iki 2022 m. feisbuke skelbiau man juokingus/įdomius įvykius iš Ukrainos, savo nuomonę apie procesus. Vėliau faktiškai nustojau dėl karo perdegimo, laiko trūkumo ir motyvacijos stokos.

Kokiais atvejais jūsų socialinėse medijose skelbiama informacija tampa šaltiniu kitiems?

Nemažai žmonių rusiškai nemoka, tai jiems kažkokia informacija, kuri yra mažai aptariama ir pastebima *mainstreame* yra įdomi ir tampa informacijos šaltiniu. Tuo pačiu yra žmonių, kurie neturi laiko ar nenori gilintis į karo Ukrainoje dalykus, tai jiems taip pat tokia informacijos sklaida yra tinkama.

6.8. [Lrytas.lt](https://lrytas.lt) užsienio skyriaus redaktorius

Pageidavo, kad darbe vardas ir pavardė nebūtų minimi. Interviu atliktas „Zoom“ 2025-10-28, trukmė – 33:29.

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis ir kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena.

Prasidėjo netikėtai. Dar prieš plataus masto invaziją į Ukrainą buvo naujienų labai daug: svarstymų, darėme analizių tekstus, ar bus karas, ar ne, įvairūs vertinimai. Prisimenant pačią pradžią, 2022 m. vasario 24-ąją, tai netikėtai buvau pažadintas anksti, gal 6:00 ar 7:00. Tada prasidėjo visiškas maratonas, kai dirbi nuo ankstauro ryto iki vėlaus vakaro. Prisimenu, kad visa redakcija padėjo, buvo sunku su etatais, reikėjo dirbti viršvalandžius. Mūsų redakcija iš esmės yra mažesnė, tai tikrai pasijautė. Pamažu tai perėjo labiau į monotoninį darbą. Keldavomės ir 6:00, baigdavome apie kokią 22:00 ir palikdavome budinčiam redaktoriui dirbti. Paskui 7:00, tada 8:00. Iki šiol mūsų skyriaus grafikas prasideda nuo 8:00, anksčiau baigiame. Karo dengimas tapo monotonišku darbu. Dabar, kaip ir kiekvienas portalas Lietuvoje, vis dar turime karo live, kuris niekada nesustoja. Iš esmės dabar darosi sunkiau atrinkti naujienas, kurios tiktų į topą.

Ta prasme atnaujinti live'o pavadinimą?

Taip.

Jūs patys pildote jį, ne dienos redaktoriai?

Patys, kol esame prie srauto. Visada pas mus yra vienas srautuotojas. Turime viską patys, dabar turime tik Elta, tai Eltą sukeliame ir išsiverčiame iš Ukrainos arba Vakarų žiniasklaidos naujienų agentūrų.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje? Kokią dalį informacijos, vaizdo įrašų, nuotraukų imate iš socialinių medijų?

Prisimenu, kad pačioje invazijos pradžioje procentaliai buvo labai daug iš socialinių medijų, ženkliai daugiau negu dabar. Labiau naudojame socialines medijas stop kadrams, jeigu būna, takime, kažkokia ataka, sprogimai Rusijoje ar Ukrainoje. Labiausiai socialines medijas naudojame gauti vaizdinę medžiagą. O dėl informacijos, iš tikrųjų, priklauso nuo kolegų. Vieni mėgsta Telegramą naudoti, kiti mėgsta tiesiog nuolat refreshinti UNIAN ar RBC Ukraine naujienų agentūras ukrainiečių, ar tiesiog stebėti didesnio portalo live'ą.

Taigi sakyčiau, kad karo pradžioje daugiau naudojome socialines medijas, o dabar, kai įvyksta įvykis, tada socialinės medijos yra vieta, kur reikia eiti ieškoti.

Išvardinkite, į kurias platformas einate. Minėjote Telegram, galbūt yra kitų?

Bent pas mus kiekvienas darbuotojas turi savo įpročius. Aš galiu išvardinti, ką mes apskritai naudojame. Top vienas būtų Twitter, X platforma, po to Telegramas ir kartais Facebook.

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus ir kokias rizikas išvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis?

Man atrodo, kad didžiausias plusas yra tai, jog gauname daug vaizdinės medžiagos, nesame tik priklausomi nuo pagrindinių naujienų agentūrų fotografų, pavyzdžiui. Kitas plusas – turime daugiau šaltinių. Kad ir negali pasikliauti vienu šaltiniu iš socialinių medijų, jų yra daug, gali susidaryti pilnesnė situacijos vaizdą. Trečias plusas – kartais galima pamatyti visišką inside iš fronto. Jei seki tam tikras paskyras, ten bus ir Ukrainos karių, kurie kartais pasharina dalykų, kurių nesharina mass media, didesni portalai. Tai padeda susidaryti platesnį vaizdą, bet tu vis tiek į socialinių medijų paskyras žiūri su atsargumo kriterijumi ir tikrai visiškai nepasikliauji. Čia ir prasideda minusai, kad turi viską double checkinti. Tarkim, pamenu, kai ukrainiečiai labai greitu tempu atlaisvino Chersoną. Pirmi viską coverina Telegram kanalai ir aktyvūs stebėtojai. Bet kai yra tokios svarbios naujienos, kad va, išlaisvino Chersoną, vis tiek lauki kažkokio oficialaus šaltinio. Ukrainiečių institucijos pačios komunikacija per socialinių medijų kanalus, ir jomis gali pasikliauti. Čia būtų patikimesnis šaltinis. Bet yra accountai, kurie dalijasi viskuo apie karą Ukrainoje, tai jais mažiau pasikliauji. Iš esmės, labai teigiamai žiūriu į socialines medijas šio karo coverinimo prasme, nes tiesiog turime daugiau akių.

Galbūt galėtumėte paplėtoti, kokias paskyras socialinėse medijose sekate? Arba, kaip minėjote, kur einate ieškoti vaizdo įrašų stop kadrams pasidaryti ir pan.

Kiekvienas kolega turi savo įpročius. Aš karo pradžioje sekdavau kažkokių konkrečių veikėjų, bet dabar aš suprantu, kad labiausiai naudoju tada, kai kažkas įvyksta, tuomet parašau raktažodžius Twitteryje, kad gaučiau kokį video arba sužinočiau daugiau apie tos vietovės situaciją. Tarkim, dabar labai daug dalykų vyksta Pokrovske. Kai tau reikia tokios naujienos, tiesiog parašai raktažodžius ir gauni šaltinius. Dabar aš nebeseku kažkokių Telegram accountų, o jei ir seku, tai nueinu į tuos oficialius ir kažkiek oficialesnius kaip UNIAN.

O kodėl įvyko toks jūsų persivertimas? Ar nebėra tokio auditorijos susidomėjimo, ar yra kažkokių kitokių priežasčių, kodėl socialinių medijų naudojimas jūsų atveju mažėja?

Anksčiau parašydavai tekstą apie bet ką ir skaitomumas būdavo tikrai didelis. Manau, kad čia veikia ir žmogiškasis faktorius. Mes maža redakcija. Kai seki visą, daug accountų, tiesiog nespėji arba pervargsti. Tada pradėdi atsirinkti, kas labiausiai veikia, kad yra efektyviausia ir tiesiog pamatai kai kur kokybės garantą. Galbūt dėl to pradėjau mažiau sekti pagrindinius veikėjus socialinėse medijose.

Iš redakcinės pusės, pajutome didesnę atsakomybę. Karo pradžioje buvo mažas filtras, kas patenka į eterį. Na, ne mažas filtras, bet patiems nebuvo aišku, kas kaip, jeigu atvirai. Tame buvo problema, o paskui supranti ir atsirenki šaltinius. Neturiu tikslaus atsakymo, kodėl įvyko tas pokytis, bet manau, kad ir dėl žmogiškųjų, asmeninių faktorių, per daug, visko nesuseksi, frontas yra milžiniškas, veikėjų yra daug. Tiesiog pradėdi naudoti socialines medijas su aiškiu tikslu, bent jau aš, kad gautum vaizdinės medžiagos.

Tuomet šiek tiek pažvelkime į tuos pirmuosius metus, kai socialines medijas sekdavote labiau. Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) manipuliacijų socialinėse medijose pastebėdavote daugiau ir kurios pusės informacija apskritai dominuodavo jūsų sraute?

Prisiminiau svarbų dalyką, kad karo pradžioje Vakarų žiniasklaida irgi neturėjo geriausio coverage iš pagrindinių įvykių. Dėl to daugiau reikėjo pasikliauti veikėjais vietoje.

Kalbant apie tai, kurią pusę dažniau pasirinkdavome, aišku, kad ukrainiečių. Tuo metu buvo populiarus terminas baltoji propaganda. Darydavome tekstus apie Kyjivo vaiduoklį, naikintuvų pilotą, kur tikrai neaišku, ar jis kaip toks egzistavo, ar čia mitas ir t.t. Pamenu, žmonės labai gerai skaitydavo, tai ir rašydavome apie Kyjivo vaiduoklį.

Bet paskui ukrainiečiai ir oficialiai man atrodo pasakė, kad čia buvo kampanija.

Jo, aš irgi dabar galvoju, kad kažką tokio skaičiau. Buvo ir snajperis, kuris labai gerai šaudė. Šitas naujienas rašydavome tikrai. Man atrodo, rusai atsiliko šiame žaidime, informacijos kare, bent jau pradžioje. Tikrai kartais pasirinkdavome aiškiai ukrainiečių informacijos pusę. Pamenu etapą, kai pagalvoji, kiek tai tiesa, bet dar rašai, o po to buvo etapas, kai ir praleidi naujieną, neįkeli į eterį.

Kaip nusprendžiate, kurių paskyrų turinį būtina papildomai tikrinti? Kurių turinio papildomai netikrinate?

Žiūrint, ką reiškia tikrinti. Taip, oficialių pareigūnų imi drąsiau. Bet, tarkime, įvyksta sprogimas naftos objekte Rusijoje. Tai kaip tas tikrinimas atrodo? Negali niekam paskambinti ir paklausti, tai žiūri, kiek paskyrų ir kiek oficialių žinomesnių paskyrų įsikėlė šitą naujieną. Vis dažniau mūsų antraštėse būdavo "ukrainiečiai skelbia" arba "skelbia, kad". Nusirita šiek tiek atsakomybė, atrodo. Mes rašome, kas ką skelbia. Tai buvo redakcijos sprendimas. Tikrai niekaip objektyviai nepatikrinsi. Prisimenu, kad ir visokie BBC rašydavo naujieną, bet apačioje parašo, kad redakcija negali šito patikrinti. Mes irgi žaisdavome taip, kad rašydavome, kad skelbia. Geriausia, jeigu kažkokia pavardė ar pareigybė atsiranda, tada dar geriau, patikimiau. Iš esmės, priklauso, kiek tų patikimų šaltinių, kuriuos daugmaž žinai, įsikėlė tą naujieną ir kiek skirtingų kampų yra. Pavyzdžiui, sprogimai gamykloje ir jeigu yra tik vienas video, abejoji. Bet jeigu yra keturi skirtingi video, matai, kad tas pats pastatas, tai jau drąsiau.

Vieną aspektą, kaip bandote išvengti socialinių medijų keliamų rizikų, jau paminėjote. Galbūt galėtumėte paplėtoti, kokius dar metodus naudojate, galbūt kokias programėles vaizdiniam turiniui patikrinti ir panašiai?

Žinokit ne, nenaudojame. Gal kažkokia žurnalistinė patirtimi remiamės, jei yra kažkoks dalykas. Per gera naujiena arba per bloga naujiena. Žiūri, ką konkurentai daro, ką Vakarų žiniasklaida, remiesi autoritetais.

Kai kurie kolegos sako, kad naudoja ir dirbtinį intelektą informacijai patikrinti. Pas jus šito, kaip suprantu, nėra?

Tikrai ne. Atsiranda dar vienas barjeras tas, kai ilgai seki karą, coverini naujienas apie karą, turi tokį bagažą, kad pradedi just, kur yra nusišnekama arba kur yra visiškai nelogiška, kur galvoji, oho, negi šitaip gali būti arba kaip tik galvoji, kad neįdomi naujiena, nes ir taip aišku, kas įvyko. Tiesiog, manau, labai pravertė žinios. Bet tikrai nenaudojau AI. Esu kažkada panaudojęs Google Search, kai įkėliau nuotrauką ir pažiūrėjau, ar nėra anksčiau naudota. Bet tai buvo visiška retenybė. Mažoje redakcijoje nėra žmogiškųjų išteklių ir laiko sužiūrėti visus dalykus, tiesiog žiūri, ką kiti daro.

Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?

Būdavo, kad Šoigu patyrė širdies smūgį.

Arba Putinas ligoninėj.

Jo jo, tai ką darydavom – rašydavom “Rusijos žiniasklaida:” arba “skelbia”. Buvo dėl šių dalykų konfliktų redakcijoje. Pamatai tą naujieną, pats galvoji, kad tikrai nekelsim, parašai kolegoms, kad nekeliam ir tada kažkas iš lietuvių portalų įsikelia ir matai, kad labai skaito. Tada sulauki iš būdinčio redaktoriaus arba kitų redaktorių, kad žiūrėk, yra ši naujiena. Iš esmės būna spaudimų, įtampų redakcijoje ir kartais tada surašai.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Taip, dabar ypač, kai socialinės medijos šiek tiek atima skaitomumą iš portalų. Ką pradėjo daryti portalai – atimti iš socialinių medijų turinį. Kalbant ne tik apie karą Ukrainoje, bet ir visokie Ryanair skrydžiai, herojiški poelgiai, kraupūs įvykiai gatvėje. Anksčiau tai tikrai buvo mažiau portaluose, dabar pradėjo portalai juos irgi dėti, embedinti TikToką, Instagramą, Facebook postus. Ši tendencija tikrai yra. Greičio dalykas portaluose, kiek aš dirbu, visada buvo. Kas greičiau padarys. Dabar dar yra kas greičiau pasharins Facebooke. Dabar nežinau kas svarbiau, ar papushinti, notificationą išsiųsti, ar pasharinti Facebooke. Anksčiau buvo notificationo siuntimas rimčiausias dalykas, kas greičiausiai notificationą išsiųs. Dabar pas mus, manau, kad ir kituose portaluose, didėja socialinių tinklų komandos, žmonių skaičius, kuris dirba su socialinėmis medijomis. Dabar kas turi didesnį pajėgumą socialinių medijų, tas geriau ištransliuoja, tas daugiau clickų gaus ir pan. Bet taip, kad redakcijos turi reaguoti į socialinių medijų tendencijas, faktas.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

Tokių išskirtinių atvejų neprisimenu, bet manau, kad veikia faktorius, jog čia ne Lietuvoje ir niekas nepasipiktins. Tarkim, paskelbi, kad Zalužnas ir Zelenskis pykstasi, tai mes nežinome, ar jie pykstasi. Yra kažkokie šaltiniai. Ar tie šaltiniai teisūs, ar ne. Dabar realiai visi portalai taip daro: “Zalužnas su Zelenskiu susipyko, skelbia Politico”. “Politico” dar rimtas šaltinis. Kai prasideda Ukrainos vidaus dalykai, tie šaltiniai yra visokie mažiau turintys reputacijos, jais mažiau pasitiki, bet turi skelbti. Aš manau, kad tokių atvejų, kad reikėtų taisyti, nebuvo, nes ne Lietuvos įvykis. Visiškai neseniai rašėme naujieną, tikriausiai visi portalai turėjo, kad į Lenkijos aukščiausiąją viršukalnę lipo tėvai su kūdikiu. Tada ta šeima išsiuntė visoms redakcijoms laišką, tiesiog išsakė savo poziciją, kad tas lenkų alpinistas irgi buvo įdomus žmogus. Tai, ką mes padarėme, tai įdėjome į tekstą (į pradžią ir į galą) jų poziciją ir resharinom naujieną dar kartą. Redakcijai išėjo į naudą, nes tas postas nuėjo su pirmine naujiena ir antras postas į tą pačią naujieną eina jau su šeimos reakcija. Toks buvo pas mus redakcijoje mechanizmas. Tikrai nebuvo trinamas senas postas. Bet žmonės pamatę seną postą, įeitų į straipsnį, jame jau būtų šeimos pozicija. Tokia manau logika būtų ir jeigu būtų paneigimas kažkokios informacijos (apie karą Ukrainoje – aut. past.). Tarkim, dabar apie Pokrovską daug naujienų, jeigu rusai paskelbtų, kad užėmė, o ukrainiečiai, kad neužėmė, tai vienas pavadinimas būtų, kad rusai skelbia, jog užimtas Pokrovskas, antra naujiena būtų, kad ukrainiečiai neigia. Du skirtingi share tada būtų, kurie beveik į tą patį tekstą.

Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Mano pozicija tokia, kad nekelti. Kaip vyksta darbas? Pamatai naujieną, matai, kad čia skaitoma naujiena. Tada vertini, ar kelti, ar ne. Nusprendi nekelti. Aš dažniausiai nusprendžiu nekelti, jei man yra kažkokių klausimų. Tai yra visiškai mano arba mano kolegų sprendimas. Tikrai nėra taip, kad, kadangi aš skyriaus vadovas, ateis žmogus ir klaus manęs, ar tikrai keliam. Kadangi pas mus maža redakcija, dažniausiai jis pats nuspręs. Nebent aš pamatysiu po fakto, kad jau padarė tą naujieną. Tada gali pasakyti, kad pakeisk, perdaryk pavadinimą. Aš laikausi pozicijos nekelti, bet tada prasideda tokie dalykai, kad konkurentai įsikėlė, tada jeigu jie įsikėlė, gauni spaudimą, kad ir mums reikia įsikelti, iš karto konkurenciniai žaidimai prasideda. Mums reikia skaičių.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą. Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Mano asmeninė, bet ten realiai tik darbo reikalai yra. Ant mano asmeninio pašto. Bet aš ten nieko kito nesėku, tik pasaulio aktualijas. Per Twitter, Telegram irgi.

O kaip manote, kokią įtaką turi algoritmai? Ar jie gali daryti įtaką, kokią jūs vaizdą apie karą Ukrainoje socialinėse medijose matote?

Aš manau, kad galėjo daryti karo pradžioje, kai sekiau viską. Dabar, kaip sakiau, aš einu ieškoti konkretaus įvykio dažniausiai arba konkrečios pavardės. Veikia, kiek paieškoje veikia jie. Jei parašai Zelenskio pavardę, nes žinai, kad kažkas vyksta ir nori kažkokių reakcijų, ar parašai Černobylis, tai tiek, kiek tie paieškos mechanizmai sukurti, tiek ir įtakoja mano darbą. Bet manau kad aš visai nemažai pascrollinsiu, pamatysiu platų vaizdą. Vis tiek naujausia ir karščiausia informacija bus viršuje, taip veikia paieškos mechanizmai.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokią vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Man atrodo, kad pasaulio naujienų žurnalistai yra tiesiog filtras. Mes valgome milžiniškus kiekius informacijos, mes pateikiame tai, kas atrodo mūsų skaitytojams aktualu arba tai, kas manome, bus įdomu jiems. Atsidarydamas mūsų portalą ar sekdamas mūsų Facebook puslapį, gausi jau atrinktą informaciją ir tau pačiam nebereikės pajusti to Telegramo nuovargio. Tokia mūsų dalis, pareiga. Mūsų žinios, kompetencijos leidžia atrinkti patikimą informaciją. Neišlipi iš to informacinio lauko, ta informacija tampa autoritetinga. Atsidarius Twitter ir parašius Ukraine, gausi daug informacijos, neišrykiuotos. Mes ją ir išrikiuosime pagal svarbumą, ir atrinksime, kas patikimiau ir kas svarbiausia. Dar ką darome, tai savo tekstais parodome platesnį naratyvą. Jeigu pykstasi Zalužnas su Zelenskiu, parodai visame tekste, sudedi visą informaciją, istoriją, kokie jų charakteriai. Čia daugiau rašytojo darbo. Vadinu, kad pas mus yra vieni srautuotojai, kiti rašytojai. Mes tuo dalijamės. Toks ir skirtumas tarp socialinių medijų ir žurnalistų, manau.

Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

O kas yra objektyvus? Mes tikriausiai nesame objektyvūs. Mes manome, kad rašome tiesą, esame gėrio pusėje, bet neįmanoma išsilaikyti iš savo konteksto, aplinkos diskurso ir rašyti tik nešališką informaciją. O ar toks žurnalistas būtų mažiau profesionalus nei tas, kuris skaito visą informaciją ir domisi šaltiniais, taip, būtų mažiau profesionalus. Bet jeigu jis atsidaro visus tekstus, paskiria labai daug valandų socialinėms medijoms, gal jis ir gali. Nebus tas, kuris 100 proc. viskuo domisi, bet tikrai dabar socialinėse medijose, jei moki susitvarkyti puslapius, kuriuos seki, tikrai tas žurnalistas nepažus bendrame diskurso, naratyvo suvokime.

Kokią turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Nieko.

6.9. Viktorija Samarina, 15min Pasaulio skyriaus žurnalistė

Interviu atliktas „Messenger“ 2025-10-16, trukmė 37:48.

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis.

15min užsienio naujienose pradėjau dirbti 2022 m. lapkritį. Nuo vasario buvo praėję truputį mėnesių.

Iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą apie karą Ukrainoje?

Pirmiausia yra ukrainiečių naujienų portalai, naujienų agentūros. Tada yra pasaulio naujienų agentūros ir portalai. Tada prasideda socialiniai tinklai. Pavyzdžiui, jeigu šiąnakt Rusija atakavo Ukrainą, eini į „Telegram“ ir žiūri Valstybinę nepaprastųjų situacijų tarnybą. Ten randi nuotraukas, gali ten rasti video. Tada turime Zelenskį, kuris

dažniausiai į tai sureaguoja ir tai dažniausiai eina per „Telegram“. Taip pat, aišku, yra „Twitter“, „Facebook“. Kiekvieną dieną skenuoji viską iš naujo ir iš naujo. Ir rusus kartais tenka peržiūrėti.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje?

Mes turime įdomų fenomeną, pavyzdžiui, Donaldą Trumpą. Jis nedaro, kaip prezidentai darė prieš 20 metų, kad susikviečia į Ovalų kabinetą ar į konferencijų salę žurnalistų krūvą ir pasako kažkokias naujienas. D. Trumpas parašo sėdėdamas tualete „Truth Social“ *postą* ir praneša kokį nors *major* dalyką. Tai yra gana naujas dalykas. Nuo 2022 m., kai pradėjau dirbti, tai tik stiprėja. Kiek daug svarbių politikų pasisakymų pereina į socialinius tinklus. Sikorskis susipyksta su vengrais. Prasideda realūs konfliktai, kurie persikelia į socialinius tinklus. Čia yra labai svarbus momentas, kad mes, būdami Lietuvoje, būtume arčiau Lenkijos užsienio reikalų ministro, D. Trumpo arba Indijos premjero.

Kokios socialinių medijų platformos darbe Jums svarbiausios? Ką ten sekate?

Svarbiausias yra „Telegram“. Ten yra nuo Zelenskio, Jermako, jo visa pagrindinė komanda. Tada yra visų Ukrainos sričių karinių administracijų vadovai, Kyjivo meras, generalinė prokuratūra, generalinis štabas, Valstybinė nepaprastųjų situacijų tarnyba. Iš Ukrainos „Telegram“ pagrindinis šaltinis. Kalbant apie JAV, manau, kad „Twitter“. Jeigu reiktų vertinti pagal svarbą, sakyčiau: „Twitter“, „Telegram“, „Truth Social“, nors prisipažinsiu, kad čia seku tik D. Trumpą. <...>

Kalbėjote daugiausiai apie oficialių pareigūnų profilius. Ar tai viskas, ką sekate?

Nepamirėjau dar vieno aspekto. Dar svarbu lietuvių politologai: Egidijus Papečkys, Linas Kojala, Tomas Janeliūnas. Jie pas save rašo kažkokias įžvalgas, jomis dalijasi. Su kai kuriais iš jų esame susitarę, kad jie leistų pasidalinti. Nėra taip, kad paimi ir nieko nesakai. Kiekvieną kartą susisieki, paklausi ir panašiai. Tai tikriausiai palengvina priėjimą prie politologų. Aišku, palengvina ir darbą. Jie patys savaime reaguoja, rašo. Dar yra kitų lietuvių, kurie domisi žiniasklaidos procesais ir pateikia nuorodą į tai, ką turėtum pažiūrėti. Yra Fausta Šimaitytė, ji perželgia vokiečių žiniasklaidą ir dalijasi trumpomis savo apžvalgėlėmis iš vokiečių žiniasklaidos. Ji dažnai suveikia (*kaip šaltinis – aut. past.*), pamatai, kad *Spiegel* rašo taip, eini išekai originalo, skaitai, nes būni praleidęs. Yra ir užsienio politologų, kuriuos seki kaip Michael Kofmann, kurių įžvalgos turi svorį užsienio naujienų lauke. Bet kad užsieniečius cituočiau, tai nelabai.

Omenyje čia turite paprastus civilius užsieniečius?

Ne, turiu omenyje, pavyzdžiui, Atlantic Council politologus, bendradarbius. Jų necituoji paprastai. Bet tuos, kurie turi svorį kažkokį.

Kokius įžvelgiate socialinių medijų privalumus informuojant apie karą Ukrainoje?

Yra pirmųjų lūpų patirtis. Yra kariškiai, kurie turi Instagramus, kelia video. Čia gauni priminį priėjimą prie žmonių, galbūt iš tų vaizdo įrašų pamatai kažkokį įvykį, apie kurį tu rašai ir tada gali prisegti embedą ir parodyti. Kiek tas turi privalumų, tuo pačiu visada yra trūkumų, kad daug daugiau turi tikrinti.

Žadėjau jūsų klausti ir apie socialinių medijų trūkumus.

Būna, kad kažkas pasidalija, jog yra kažkokia super naujiena, vos ne ir vaizdo įrašas yra. Pavyzdžiui, buvo kažkada atvejis, galvoju, kas pasidalijo, gal generalinė Ukrainos prokuratūra, vaizdo įrašų, kuriame matosi, kaip į kažkokį miestą ant namo stogo nukrenta raketa. Tiek dirbu ir niekas atrodo negąsdina, bet tą video pažiūrėjau, šurpas bėga. Tada sėdime su kolega ir 20 minučių kalbame, ar taip gali būti. Dar Jermakas pasidalijo, čia prokuratūra. Išskyla labai daug kredibilumo klausimų. <...>

Kartais tenka ir ukrainiečius kvestionuoti. Buvo atvejis, kad Zelenskis kažką kalbėjo apie Baltijos šalis, Lenkiją, galimą Rusijos invaziją. Žiūri ir nesi 100 proc. tikras tą gabaliuką pamatęs kažkur Twitteryje, ar čia tikras video, ar ne. Tada eini, bandai ieškoti oficialaus video, kur valandą laiko trunka, bandai klausyti ir surasti tai. Tai prailgina darbą ir kartais būni ant adatų, nes gali net nenorėdamas dezinformuoti žmones. Bent 15min mūsų tikslas yra prakodinti šiuokšles ir duoti kažką, kas yra patikrinta, teisinga, nesumeluota.

Leidžiate suprasti, kad ir socialinės medijos pasitarnauja kaip metodas informacijai tikrinti.

Taip, jei einame į oficialius šaltinius. Gali būti koks nors portalas, ne BBC ir ne CNN, pavyzdžiui, įsideda kokią nors nuotrauką, kad amerikiečiai paleidžia raketą į Venesuelos laivą. Jie įsideda nuotrauką ir tu ją pirmą kartą matai. Tada eini ieškoti pas Trumpą, į Baltuosius rūmus, kitus karinius JAV organus būtent to video įrašo ir pažiūrėti, ar ta nuotrauka buvo. Iš tos pusės taip, socialiniai tinklai irgi gali pasitarnauti kaip tokia biblioteka informacijai patikrinti.

Norėčiau sugrįžti prie Rusijos ir Ukrainos informacinių kampanijų, dezinformacijos. Minėjote, kad ir ukrainiečių turinį reikia priimti kritiškai.

Aš nežinau, ar galima tai vadinti dezinformacija. Gal labiau spalvų sutirštėjimas. Jie neįdė video, kad buvo sugriautas namas, jei jis nebuvo sugriautas. Aš Ukraina pasitikiu, jeigu jie sako, kad kažkas nutiko, tai reiškia, kad nutiko. Galbūt yra pasūdyto, kadangi jiems reikia paramos, jiems reikia, kad palaikymas tęstųsi. Zelenskis gali per dažnai savo socialiniuose tinkluose užsiminti apie tą baisią grėsmę, kuri visų laukia. Tai gal iš tos mano minėtos dezinformacijos čia pagrindinis aspektas būtų. Ukrainos pusė galbūt šiek tiek persūdo. Niekada nedrįsčiau sakyti, kad meluoja, bet būna, kad sutirština spalvas, nes žmonės tada labiau atkreipia dėmesį. Be to, gyvename pasaulyje kur tiek daug įvykių vienu metu vyksta, karas Ukrainoje tampa nebe exciting, nebe kažkoku nauju dalyku. 2022 m. pavasarį turėjome Bučą, kur parėjo visi vaizdai, paskersti, rusų nužudyti žmones. Kaip baisiai besikambėtų, ant tų šlykščių emocijų auga parama, auga pinigų pervedimas ir t.t. O kai vyksta karas Gazoje, Trumpas bando išspręsti pasaulio taiką, karas nusistumia į kažkelintą vietą. Jiems reikia kažkaip dėmesį išlaikyti.

Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikriname socialinėse medijose randamą turinį?

Gal mes ne taip pat galvojame apie turinį. Nežinau, ką tu turi omenyje. Pavyzdžiui, jeigu tai yra Zelenskio postas, ar tau atrodo, kad jį reikia tikrinti?

Nėra galimybių.

Tai va. Apie kokį tu turinį kalbi? Ar kai koks kariškis įsideda?

Gali būti ir tai. Bet gali būti ir netgi tokie Telegram kanalai kaip UNIAN ar NEXTA ir t.t.

Ten ne tik kanalai, ten yra naujienų portalai, kurie sėkmingai veikia. Jeigu rašo UNIAN, tai UNIAN repostina. Jeigu jie rašo apie sprogimą Kryme ir naudojami Krymo stebėjimo grupė, Krymskyj Veter, tai jie embedinasi tokius. Gal aš netinku tau kaip pašnekovė, aš vadovaujuosi kredibilitumo kriterijumi. Jeigu tris metus stebi tuos kanalus ir jie nei karto tavęs neišdūrė, nepamatei, kad jie skelbia netiesą ar kažką, tai toliau jais ir naudojiesi. Mes 15min turime ir fact checkerius. Galėčiau tau duoti kontaktą kolegės, kuri yra fact checkerė, dažnai rašo mums į užsienį. <...> Ji turi visus įrankius, važinėja į visokias dezinformacijos, atvirų šaltinių konferencijas ir panašiai. Gal ji tau iš tų įrankių prasmės galėtų būti naudingesnė. Jeigu aš jau visai nebežinau, ką daryti, būtent mūsų fact checkeriams rašau ir klausiu, peržiūrėkit, ką manot. Būna, kad redakcijoje apsitariame. Dar yra tas vidinis jausmas, kai jauti, kad kažkas ne taip. bet kad būtume užkliuvę kažkaip taip, tai nėra buvę.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Aš nesinaudoju iš viso. Aš jau pradėdau galvoti, kad man reikia upgradeintis. Su ChatGPT žmonės tikrinasi, vertimus darosi, aš iš viso to nedarau. Aš geriau sėdžiu, digginu, digginu, ir išdigginu, ko man reikia. Nežinau, kodėl. Gal man iš viso reikia sėdėti su typewriteriu.

Įdomu, mano darbui naudinga, kad bus kuo įvairesnių patirčių.

Mano vienintelis turbūt su tuo susijęs, ne dirbtinis intelektas, bet ir ne Google translate yra vertimo programos. Mes turbūt daugiausiai Deepl naudojames. Bet ten labai blogai, turi sėdėti ir tvarkyti visą laiką. Kartais mažiau laiko sugaišti pats tiesiog pasidarydamas. <...>

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Turbūt pirmas yra tas pastumiantis į priekį veiksnys, tai aišku konkurentai. Mūsų labai maža yra ta rinka žiniasklaidos Lietuvoje, tai visada kažkodėl pas mūsų yra tas, kas pirmas. Ir, aišku, turbūt gal čia reputacinis toks dalykas yra, jeigu, tarkim, jau kokie nors o paprasti stebėtojai kažkokias naujienas papostins pas save, o pas tave, vienam iš didžiausių portalų, nėra. Na, jeigu tai yra kažkokia labai didelė naujiena, jeigu tai nėra kažkoks, tiesiog smulkus, kažkoks dalykas. Aš manyčiau, kad turi ne tik sekti visus naujienų portalus, bet ir pagrindinius kanalus Telegram. Tą patį Zelenskį kas kažkiek laiko atsinaujinti, sėdi ir refreshini, ar Trumpas pasakė ką nors. Pažiūri, kiek pas jį valandų Vašingtone ir galvoji, ar jis jau atsikėlė, ar ne ir refreshini. Buvo, kad o, įkrito. Tada greitai skubi surašyti, nes kažką pasakė Trumpas. Man atrodo, tada buvo jo reakcija į bepiločius rusų orlaivius Lenkijoje, kai lenkai pakėlė naikintuvus ir juos numušė. Tada visi labai laukė, ką Trumpas pasakys. Bet jis taip miglotai pasakė, kad tada su kolega ChatGPT pasiėmė, kad jis mums pasiūlytų variantų, kaip Trumpo mintį išversti. <...> Tada išsitraukė ChatGPT, nes nesugalvojom, kaip parašyti padoriai.

O kaip manote, ar kyla kažkokių pavojų dėl to greičio, kurio poreikis atsiranda dėl socialinių medijų?

Faktas, bet turbūt prieš pradėdamas dirbti turi susidėlioti prioritetus. Ar visada nori būti pirmas, nesvarbu kokia kaina, ar tu labiau nori būti teisingas, negaliu pasakyti, bet kiek įmanoma objektyvus, neapgauti savo skaitytojo ir pateikti labiau faktus. Tiksliai neprisiminsiu, bet yra buvę atvejų, kad mes nusprendžiam nedėti kažko ir palaukti daugiau, kad patikimesni šaltiniai parašytų. Jeigu karinės naujienos, būna, kad pasiskambiname kokiam karybos ekspertui, su juo pasitariame, ar taip gali būti, ar ne. Tada nusprendi, kad gal kol kas palaukiam. Okei, nebūsim pirmi, bet mes pranešim tai, kas arčiau tiesos.

Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Man atrodo, kad mes kiekvieną kartą sprendžiame iš naujo. Nėra kažkokių ugnimi įdegtų taisyklių. Tu kurioji rubriką kažkokią, jeigu būtų kukų bum bam, gali paleisti naujieną, kad Baltarusijos kariai įėjo į Lietuvą. Tu gali visiškai lempą paleisti. Bet redakcija tavimi pasitiki, kad tavo vertybės atitinka tavo vertybes, kad neskelbsi visiškos propagandos, naujienų, neatitinkančių tikrovės.

Dar vienas aspektas, kurio nepaminėjome. Socialiniuose tinkluose dažnai iš konteksto būna ištraukti dalykai. Pasakysiu kaip pavyzdį. Suomijos gynybos ministras pasako, kad Rusija pereina į antrą stadiją ir po karo Ukrainoje puls NATO. Kai tu pamatai tik tokius du sakinius, automatiškai tai gasdina. Bet kai paskaitai platesniam kontekste, matai, kad ten buvo Rammsteino kontaktinės grupės susitikimas, kalbėjo visi apie dabartinę padėtį. Amerikiečiai siūlė visiems prisijungti prie iniciatyvos ir nupirkti ukrainai ginklų. Kontekstas labai svarbu. Man atrodo, dažnai socialinėse medijose publikuotos žinutės gal net labiau dėmesiui pritraukti. <...> Mes su kolega visada ieškome pirminio šaltinio, checkini pirminį šaltinį, tada iš to kažkur eini.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras?

Asmeninėmis, tai man, aišku, meta visus proukrainiečius ir t.t.

Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą. Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Aš nežinau, kokios gali būti kitokios paskyros, negaliu naudotis 15min paskyra. Aš nežinau, kokia gali būti alternatyva tam.

Nežinau, galvoju, kad galbūt galima susikurti atskiras grynas darbai, bendrauti su pašnekovais ir t.t. skirtas paskyras.

Mano visi kolegos ir draugai naudojami asmeninėmis paskyromis. Ar daro įtaką objektyvumui? Greičiausiai taip, bet aš nematau, kad objektyvumas iš viso egzistuoja. Čia yra žurnalistikos pirmo kurso pirmo pusmečio...

Diskusijų tema pagrindinė.

Diskusijų tema pagrindinė ir ugnies kibirkštis įdavimas į rankas, kad yra kažkokia šventa žurnalisto misija. Objektyvumo nėra, tiesiog. Lygiai taip pat ir mūsų draugai mums daro įtaką, kokie žurnalistai esame, galvoju. Lygiai taip ir socialiniai tinklai.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Ne viskas būna socialiniuose tinkluose. Ką tu turi omenyje, gal gali...

Didžiulį kiekį informacijos vartotojai gali rasti socialinėse medijose. Tą pačią informaciją, kurią kartais žurnalistai ima. Kaip manote, kuo žurnalistai čia skiriasi nuo paprastų vartotojų, kodėl sakytumėte, eiliniam žmogui geriau skaityti būtent jūsų pateiktą informaciją?

Socialinėse medijose nerasi analizės, rasi faktą. Tarkim, Rusija paleido raketą į Kyjivo prezidentūrą. Gali rasti video, gali rasti faktą, taip. Jeigu tai neina iš oficialių šaltinių, jis nebus patvirtintas. Man atrodo, tada vartotojas gali labai lengvai paskęsti šiukšlėse tarp to, kas patikrinta ir patikima, o kas ne. Kitas dalykas, jeigu turime kažkokį major įvykį, Rusija paleido raketą į Kyjivo prezidentūrą, mes tada automatiškai skambiname kažkam: politologams, karybos ekspertams. Tu nori, kad žmogus turėtų daugiau negu tą vieną faktą. Nori jam papasakoti istoriją, paaiškinti, kokia raketa smogė, iš kur gavo tą raketą, ką reiškia tas smūgis. Aš į savo, mūsų vaidmenį žiūriu kaip ne tik pranešti, bet ir padėti žmogui suprasti. Gyvename pasaulyje, kur mus ne tik apšaudo informacija, paskęsti tame gali. Dažnai gali net nesuprasti, kodėl kažkas vyksta.

Kokį turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Instagramą naudoju asmeniniais tikslais. <...> Facebooką visą laiką naudoju kaip portfolio. Ten sharinuosi tekstus, kurie man yra svarbūs. Paskutinis - kalbinome generolą apie Ruandos genocidą. Apie Ukrainą būna tada, jeigu aš padarau platesnį interviu, kuris turi svorį, tada pasidalinu. Bet kad repostinčiau kažką, taip nebūna.

6.10. Andrius Balčiūnas, lrt.lt užsienio skyriaus redaktorius

Interviu atliktas „Zoom“ 2025-10-20, pokalbio trukmė 29:13

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis, kaip prasidėjo jūsų kelias ir kaip atrodo eilinė darbo diena.

Jau dirbau LRT, kai prasidėjo plataus masto invazija. Prasidėjo karas ir mes iš karto gana greitai perstygavome visoje redakcijoje darbą, ėjome dirbti pamainomis. Jau dirbome su Telegramu ir kitais socialiniais tinklais. Gal Telegramu labiausiai naudotis pradėjome nuo Baltarusijos revoliucijos. Ten buvo pagrindinis informacijos šaltinis, per ten pradėjome sekti opozicijos leidinius. Man atrodo, kad tada ukrainietiško šaltinių dar nedaug sekėme, bet pačią pirmą invazijos dieną susistygavome bent pirminius Telegramo šaltinius, kuriuos naudojome apie karą pranešti. Visi juos ėmėme naudoti redakcijoje ir jau vėliau, pusantrų metų ar metus, naudojame mažiau socialinius tinklus, daugiau

naudojame ukrainiečių žiniasklaidos priemones. Tokiais išskirtiniais atvejais imame informaciją pirmiausia iš socialinių tinklų, o ne iš kitų leidinių.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje? Iš ankstesnio atsakymo suprantu, kad įvyko tam, tikras persivertimas.

Pačioje pradžioje santykis tikrai buvo toks, kad kokį 90 proc. imdavome iš socialinių tinklų ir 10 proc. iš įprastos žiniasklaidos. Dabar, sakyčiau, viskas atvirkščiai persivertė. Karo pradžioje kildavo klausimas dėl informacijos patikimumo, dažnai būdavo patikimi pranešimai, bet ne visada, taip pat dėl informacijos aktualumo. Invazijos pradžioje buvo daug kam įdomu, buvo daug smulkios ir detalios informacijos apie karo veiksmus, o pastaruoju metu jos tiek daug nebereikia. Nebėra poreikio dėti smulkių pranešimų apie visus manevrus, apšaudymus, smūgius ir pan.

Kokias socialinių medijų platformas darbui karo Ukrainoje temomis naudojate? Minėjote Telegram, bet gal yra ir kitų?

Pagrindinis Telegramas. Twitter naudojame labai minimaliai. Facebook šiek tiek, oficialių paskyrų sekimui. Twitteris nebūtinai oficialių, bet Facebook vien oficialių paskyrų, pareigūnų visokių, naudojame Ukrainos generalinio štabo įrašus. Juos naudojame ne tik informacijai paimti, bet ir vizualiam naudojimui, ta prasme kaip embedus dedame arba į tekstus, arba į live blogą, kurį mes pildome, ten embediname ir jie atsivaizduoja kaip paveikslukas, jeigu yra įdėtas. Pagrindinis yra ir buvo Telegramas.

Bet taip, kad sektumėte visą dieną tam tikrus Telegramo kanalus ar kitas socialines medijas, nėra? Atenate ten tik tada, kai pamatote kažkokioje žiniasklaidos priemonėje, kad kažkas įvyko ir turite susirasti medžiagą?

Dabar taip. Dabar sekame pirmiausia žiniasklaidos priemones ir tada kaip antrinį šaltinį arba jeigu reikia kažko specifinio, tada imame iš socialinių tinklų. Anksčiau, pirmus dvejus ar daugiau invazijos metų, pirmiausia iš Telegramo viską ir imdavome, verdavome ir dėdavome tiesiai iš ten. Bet vėlgi ten yra dideli srautai, daug kanalų, sunku ir susekti, ir nepadaryti klaidų, nepažiūrėti, labai įtemptas darbas.

Vienas dalykas, kaip suprantu, yra kad ir žmonėms nebe taip įdomu, o kita priežastis yra ta, kad gali būti daug dezinformacijos. Gal galėtumėte dar šiek tiek paplėtoti, kodėl taip persivertė nuo socialinių medijų, galbūt yra daugiau priežasčių?

Gal yra ir toks darbo krūvio aspektas. Turime ribotą skaičių žurnalistų, reikia padengti. Iš pradžių visas dėmesys užsienio naujienų bent kurį laiką buvo susijęs su Ukraina. Dėmesio Ukrainai mažėja, iš skaitytojų matome mažėjantį naujienų skaitomumą. Patys supratome, kad yra ir kitų temų, prioritetų, kuriuos reikia dengti, nebėgi skirti tiek laiko karo Ukrainoje nušvietimui. Atsidariau dabar Telegramą, seniau kažkada buvau jį naudojęs. Ten yra kokie šeši kanalai naujienų apie karą Ukrainoje, jie nėra tokie nišiniai ir ten kiekviename iš jų yra po 20-30 tūkst. naujų įrašų. Paprasčiausiai labai sudėtinga yra žmogiškai viską peržiūrėti, juo labiau, kai dirba kolegos savaitgaliais, vienam žmogui tenka dar daugiau atsakomybės sričių, iš viso sudėtinga viską sužiūrėti. Tai lėmė ir tos priežastys, kurias jūs paminėjote, bet ir tiesiog taip žmogiškai neišėina kartais sužiūrėti. Bet jeigu būna kažkokia nauja aktualija, būna koks ukrainiečių smūgis ar panašiai, imame iš socialinių tinklų, elementariai jų kokios nors tarnybos gali vaizdo įrašus ar nuotraukas kelti į socialinius tinklus ir ten pirmiausia pateikti informaciją, mes tada galime arba tiesiai ten pamatyti, arba ukrainiečių žiniasklaidoje pamatyti, ką jie cituoja, nueiti į Telegramą, pasiskaityti, gal ten plačiau yra įdėta ir panaudoti.

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus įžvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis? Ir kokios yra pagrindinės rizikos?

Pliusai. Greitai, kaip greitai informacija ten atsiranda. Tada detalumas ir smulkumas. Gali būti parašytas sakinyš ir tiek, kur tradicinės žiniasklaidos priemonei jau reikėtų daugiau informacijos. Galimybė greitai vizualinę medžiagą įkelti ir ją pamatyti, iš ten labai greitai paimti ir atvaizduoti pas mus portale. Minusai tiesiogiai susiję su visais šiais aspektais. Greitai, bet informacija nebūtinai yra patikima, nebūtinai patikrinta, trūksta konteksto. Vaizdinė medžiaga

nebūtinai yra patikima arba gali būti sąmoningai ar nesąmoningai neteisinga. Autorystė neaiški, neaišku, kam visi tie kanalai priklauso, ar yra patikimi, nepatikimi, gali būti neteisingai percituota ir pan.

Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikriname socialinėse medijose randamą turinį?

Mes turime ir EBU įrankį, kuris yra skirtas patikrinti vaizdinės medžiagos autentiškumą. Tuomet yra paskyros, kurios aktyviai užsiima duomenų tikrinimu, jie gali patikrinti ir pateikti įrodymus, ar ta medžiaga tikra, ar ne. Mes buvome apsirašę tokią procedūrą labai išskirtiniams atvejams, kai reikėdavo, jei mums atrodydavo, kad medžiaga atrodo patikima, bet mes neturime įrodymų, naudodavome tokį priedą, ką daro ir Vakarų žiniasklaidos priemonės, kad rt.lt redakcija negali patvirtinti to įrašo autentiškumo. Jeigu mes jį naudojame, jis atrodo autentiškas ir nesuklastotas. Aišku, visada yra galimybė susisiekti su paskyros autoriais, klausę jų patvirtinimo, informacijos ar kažkokių detalių patikimumui ir t.t. Visada laikome savo atsakomybę geriau padaryti lėčiau, bet nepaskleisti nepatikimos informacijos. Jeigu labai reikia, prioritetas yra pateikti patikrintą informaciją.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Ne, mes nenaudojame. Naudojame įrankius su dirbtiniu intelektu audio įrašų šifravimui. Nepaisant to, kad panaudojame įrankį, kad iššifruotų tekstą, tai, kas yra girdima įrašė, vis tiek perklausome patys, informaciją dar sutikriname. Kontekstinės informacijos generavimui ar panašiai, ne. Žinau, kad yra naudojami automatiniai vertimo įrankiai, bet, vėlgi, informacija pertikrinama dar kartą.

Ar tikriname visų paskyrų turinį? Kurių turinio papildomai netikriname?

Neatsimenu konkretaus atvejo, bet man atrodo, kad yra buvę, kad nebuvo visai objektyvus turinys iš oficialių paskyrų. Ką Rusija talpina, faktas, kad savotiška ta medžiaga ir kad ją reikia tikrinti tikrai. Jeigu kažką sako Ukrainos pareigūnai, mes ir stengiamės pateikti, kad taip teigia Ukrainos pareigūnai, ta informacija tikriausiai yra tikra, bet kad čia yra jų medžiaga, jų pozicija ir panašiai. Mes patys ten vietoje nebuvome.

Pastebite ir Ukrainos manipuliacijų?

Tai žinoma, bet kur ta riba, kur manipuliavimas, o kur Ukrainos pozityvi karo propaganda. Esame girdėję apie Gyvačių salą, kaip ir suprantame, kam ukrainiečiai tai daro ir kodėl tą medžiagą kelia. ta medžiaga nebūtinai yra neteisinga. Dar prisiminiau Kyjivo vaiduoklio istoriją, kur vėliau buvo padaryta tyrimų, kad nebuvo vieno tokio lakūno galbūt yra daugiau tų lakūnų, kurie yra legendiniai, išskirtiniai ir drąsūs. Turbūt kad galima laikyti manipuliacija, jiems pozityvia propaganda ir kūrimu. Su tokiais esame susidūrę ir karo pradžioje mažiau kritiškai vertinome dėl bendros redakcijos, kaip ir šalies pozicijos labai proukrainietiškos, todėl ta medžiaga ir pas mus taip atsirasdavo, būdavo ištransliuojama. Vėliau tos refleksijos daugiau atsirado.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

Yra buvę. Yra dėl nuotraukų netinkamo panaudojimo, ta prasme, kad senesnės nuotraukos iliustruojant įvykius. Buvo tokių pačių iš ukrainiečių pinių. Kai Lenkijoje nukrito raketa, patys ukrainiečiai iš karto neigė, kad tai galėtų būti jų raketa ir kaltino rusus. Vėliau buvo kažkuri ataka prieš Ukrainos turgų, rusai pradėjo kaltinti, kad ten pačių ukrainiečių raketa. Neatsimenu, kaip ši istorija baigėsi, bet yra buvę tokių istorijų, kai sukeldavo abejonių arba gaudavome klaidų pranešimus, kad reikia pertikrinti. Tikrai yra buvę klaidų per skubėjimą, nuovargį ir neapsižiūrėjimą. Mokėmės visi kartu bedirbdami.

Turime aprašytą klaidų atitaisymo procesą. Aiškiai klaidų neslepiame, pažymime tekste tą vietą, kuri taisyta, parašome, kas taisyta, kada taisyta ir pan.

Jau šiek tiek užsiminėte, kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Iš socialinių tinklų apskritai turime tiek nuotraukų, tiek video panaudojimo iš viešosios erdvės aprašytas gaires, kurias mūsų fotoredaktoriai aprašė. Apskritai vengiame naudoti tarkime titulinėje nuotraukoje stopkadrus, o geriau imame nuotraukas iš fotoagentūrų, kurias mes prenumeruojame. Teik dėl patikimumo, tiek dėl autorinių teisių. Dėl abejotinų vaizdo įrašų visada redakcijos viduje diskutuojame ir įtraukiame vadovus - ar kelia abejones įrašas, ar jame gali būti matomas aiškiai necenzūruotas koks nors žiaurumas. Gali būti negyvi kūnai, kraujas, kaip nužudomi žmonės ir pan. Tada irgi tokių stengiamės nedėti, nebent ten labai neaiškiai matytųsi, pernelyg nešokiruoja. Bet tada turime apribojimus, kai prieš užeinant į puslapį, prašo patvirtinti amžių ir yra perspėjimas, kad vaizdo medžiaga gali šokiruoti.

Dėl klaidų atitaisymo, tai čia kai yra padaryta kažkokia klaida, bet šiaip stengiamės išvengti ir geriau prieš naudojant greitai čia visi apsitarti, susirašyti ir pažiūrėti, kaip kam atrodo, išdiskutuoti.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokią vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Mums yra svarbu ir mes turime patikrinti informaciją, jei ją imame iš socialinių tinklų, kad ji būtų patikrinta ir patikima, kad nebūtų tų pačių įrašų ir Telegramo ar kitų socialinių tinklų retransliavimas. Daug kas gali pasiskaityti ir iš tiesų pasiskaito. Girdėjome tiek viešojoje erdvėje, tiek iš savo pažįstamų, artimųjų, kad daug žmonių naudoja patys Telegramą ir skaito tas naujienas. Jiems yra greičiau, labiau patinka pasiskaityti giliau. Viena vertus tai, kad stengiamės patikrinti medžiagą. Kita vertus, stengiamės pasiūlyti tai, ko socialinėse medijose negali rasti. Dažniausiai žurnalistai dar turi galimybę pasikalbinti žmones, ar tai būtų pareigūnai, atstovai, ekspertai, pateikti gilesnę, platesnę analizę, ko socialiniuose tinkluose arba nėra, arba neatliekama profesionaliu lygiu. Žmonės patys gali pateikti savo įžvalgas ir panašiai.

Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

Geras klausimas. Yra tiek skirtingų visokių kanalų ir informacijos juose, kad turbūt ir įmanoma susidaryti objektyvų vaizdą. Vėlgi, žurnalistų darbas nėra tik sekti kažkokį informacijos srautą ir naujienas, bet ir pačiam tą naujienų medžiagą kurti. Tai gali būti, kad žurnalistas pats važiuoja į įvykio vietą Ukrainoje, kažką ten kalbina arba turi šaltinius, kuriuos gali pasikalbinti nuotoliu ir gauti informaciją, patvirtinimą, paneigimą arba kažkelintą liudijimą, pasikalbinti atstovą, kažką, kas gali pateikti platesnį vaizdą. Iš principo, galvočiau, kad gal ir gali, bet čia bandymas kažką pamatyti nuotoliu, iš labai skirtingų fragmentų, turėtų būti labai sudėtinga, pareikalauti daug pastangų.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą.

Asmenines. Twitteryje turime darbinės paskyras, kurias galime naudoti informacijos sekimui. Ten patogiai galima suorganizuoti Twitterio listus, kur tau nereikia turėti asmeninio santykio, tiesiog subscribini ir tada matai informaciją, prie jos gali prisijungti daugiau žmonių. Telegramas, kiek suprantu, paskyros yra susijusios su tavo telefono numeriu, tai esi priverstas turėti savo paskyrą ir ten subscribinti. Facebooke informacijos rinkimui naudojame asmenines paskyras, turime bendras paskyras, bet jos naudojamos postinimui, bendravimui su skaitytojais ir pan.

Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Be abejo, turi. Nėra paslaptis, kad Facebook apskritai riboja naujienų pateikimą feeduose bet kokių naujienų leidinių ir teikia preferenciją žmonių sugeneruotam turiniui. Tai dažnai nebūtinai yra žmonių sugeneruotas turinys arba meta iš grupių. Akivaizdu, kad socialiniai tinklai gali paveikti informaciją. Daugybė tyrimų yra apie tai, kai feikiai sklinda per algoritmus. Twitteryje kažkiek rodo, man atrodo, trendinančią medžiagą, bet mes labiau naudojame funkciją, kur pats gali susidaryti savo listą su leidiniais ar žmonėmis, kuriuos subscribini. Tada tau meta visą jų turinį laiko skalėje. Tai yra labai naudinga, nes nieko nepraleidi. Panašiai kaip Telegram, tik ten turi eiti per kiekvieną atskirą kanalą, tai mažiau patogiu. Facebook labiausiai moderoja, labiausiai ir formuoja.

Kokius kanalus/profilius sekate ir pagal kokius kriterijus juos atsirenkate? Kokių šalių jie dažniausiai yra?

Telegrame prasidėjo nuo NEXTA, paskui atsirado Zerkalo. Apie Rusiją gali būti Sota, kiti mažesni kanalai. Kas liečia Ukrainai, naudodavau Insider UA, Ukraina Online, pagrindinių naujienų kanalų neseku, nes neverta, RBK Ukraina, kai kurie smulkesni, gali būti oficialios paskyros, Zelenskio. Kartais būna medžiagos, kurią gali embedinti. Iš Facebook sekame tikriausiai labiausiai Ukrainos generalinį štabą, Zelenskį, vietinius pareigūnus, premjerus, ministrus. Twitteryje naudojame daugiausiai vakarietiško leidinių sekimui. Esame pasidarę tokį regioninėms naujienoms, yra Rusijos agentūros, kurios sėkmingai naudojami Twitteriu nepaisant twitterio draudimo šalyje. yra visokie vakarietiški think-tank, jei daug postina, Belstat, You observer, Politico, Notes from Poland.

Kokį turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Aš apskritai labai mažai postinu, apie Ukrainą iš viso ne.

6.11. Martas Kalendra, LNK žurnalistas

Pokalbis vyko „Messenger“ 2025-11-18, trukmė 28:23

Kaip suprantu, jūs su užsienio naujienomis dirbate?

Taip, pastaruosius trejus metus. Anksčiau su Lietuvos, po to Australijoje gyvenau, paskui grįžau į užsienio.

Gal galėtumėte šiek tiek papasakoti, kaip prasidėjo jūsų darbas su karu Ukrainoje, kokia buvo pradžia, kaip atrodo dabar rutina?

Mano darbas prasidėjo nuo pat pirmos dienos, nes aš dirbau jau ne pirmą mėnesį. Kai prasidėjo karas, aš atsimenu tą rytą, net ne rytą, o vakarą, nes viskas jau ėjo link, kad karas bus. Buvo Bideno kalba, kur jis sakė, kad telkia, apskritai jau savaitę ir mėnesį telkia tą kariuomenę, mes visą laiką žiūrėjome, kaip telkiama ta kariuomenė, 200 tūkst. suvažiuoja prie sienos, bet visi aiškino, kad atitrauks nuo tos sienos tuos karius. Žodžiu, tada aš kažkaip atsimenu tą vakarą prieš išeidamas iš darbo, nes budėjau, pažiūrėjau Putino kalbą, kur jis apskritai atsisėdo iš kabineto ir pasakojo, kaip čia Ukraina nebuvo Ukrainos, kaip čia viskas Rusijos buvo ir kaip čia ji nusipelnė to, ką ji turės. Toks užuominom kalbėjimas. Sakiau, kad tikrai kažkas bus, nes labai užuolankomis jis kalbėjo. Pusę valandos kažkur buvo Putino kalba iš kabineto. Tada būdamas namuose, nes ta įtampa jau tvyrojo ore, aš kažkaip Bideno kalbą tada įsijungiau tiesiogiai CNN ir jis pasakė išėjęs iš Baltųjų rūmų, kad per artimiausias valandas ketina pulti. Taip ir buvo. Aš atsimenu, 5 val. ryto buvo. Aš, aišku, miegojau, bet atsikėlęs ryte jau sužinojau, kad 5 val. ryto užpuolė Ukrainą. Ir viskas, tie vaizdai, kas ir jūsų klausimuose buvo, iš kur visi pirmieji vaizdai? Viskas iš socialinių tinklų. Žmonės filmavo, kaip skrido sraigtasparniai, kaip sproginėjo bombos, visi pirmieji vaizdai, kaip kolonos ėjo per sieną, kaip pasieniečiai į šonus bėgiojo, žodžiu. Visi pirmieji vaizdai, sprogimai. Ta pirmoji diena, kaip tik pirmasis siužetas ir buvo mano, nes aš budėjau ir dariau, kaip šiandien atsimenu: „Tai prasidėjo“. Pirmieji mano žodžiai buvo, buvo sirenos kaukiančios Ukrainoj, sprogimai, pirma karo diena tokia ir buvo. Kaip šiandien atsimenu, kaip ji vyko.

Dabar ta rutina yra tokia, kad keitėsi cikliška tiesiog. Nuo karo manevrinio viskas perėjo į politinį. Iš esmės pirmus metus, gal pirmus mėnesius, pusę metų, buvo kiek Rusija užpuldavo, kokius kaimus, kur iškeldavo vėliavas savo, kur ten pajudėdavo, viskas vyko tokie labiau mūšiai ir labiau reikėjo remtis, kur, kas, ką užėmė ir kur ukrainiečiai prarado arba ukrainiečiai atsikovojo, neleido užimti. Kyjivą kai bandė ten užimti per tas tris dienas ir niekas nepavyko, kaip visos tos kolonos buvo sunaikintos. Tie vaizdai pirmieji ir pirmoji informacija būtent apie tokius labiau manevrus ir mūšius. Po to bėgant laikui taip viskas keitėsi, kad mažėjo pačių mūšių, nusistovėjo ta linija fronto. Gal, sakyčiau, pusantų–du metai, buvo, kai nusistovėjo fronto linija ir jau labai mažai juda į šonus. Tada viskas į bombardavimus perėjo, tie bombardavimai masiniai, energetikos, ypač, po dvejų metų, labai gausiai, kol oro gynybos sistemų neturėjo, naikintuvų neturėjo, nieko neturėjo. Didžiulis aukų skaičius būdavo, nes labai subombarduodavo, labai netikėtai. Tiek

Lvive, kur yra Vakarų visiškai Ukraina, tiek aplink Kyjivą buvo baisių tų sprogimų. Kol negavo oro gynybos sistemų, labai buvo tų bombardavimų. Dabar irgi liko tie bombardavimai, bet jų yra mažiau ir mažesnis žmonių skaičius. Tada perėjo viskas į dronus, tada „Shahedai“ pradėjo skristi. Tada „Shahedais“ irgi labiau nukentėdavo daugiau žmonių. Kitas dalykas, kada ukrainiečiai kontratakuoti pradėjo. Iš pradžių du su puse, du gal sakyčiau, nebuvo visiškai kontratakų. Tai kai įsiveržė praeitą vasarą ukrainiečiai į rusų Kursko sritį, tai čia jau buvo labai toks wow. Irgi įsivaizdavo, kad kontratakuoti nemoka ukrainiečiai, vasaros puolimas praeitų metų žlugo, žodžiu, iš tikrųjų nepavyko, čia buvo toks wow, nustebinta, kad ir Rusijos labai lengvai įsiveržė. Tai ir pradėjo ukrainiečiai leisti „Shahedus“ į energetikos, naftos perdirbimo įmones Rusijoje, ir į daugiabučius pataiko, ir Pamaskvėje pataiko. Tai, žodžiu, taip viskas ir pasikeitė, kad dabar tiek vieni, tiek kiti. Kitas dalykas, labai daug politinio, ypač Trumpui atėjus į valdžią, prasidėjo. Kiekvieną dieną Trumpas pašneka ir kas antrą dieną pašneka apie Ukrainą. Tai irgi toks užgina lyg tų paliaubų kalba, kaip čia Rusija susitarti, ta ta ta, čia duodu dvi savaites, 24 val., po to dvi savaites, po to tris savaites, mėnesį, šešis mėnesius ir panašiai žaidžia tais terminais, bet nieko nevyksta iš esmės. Putinas pasisako kur nors apie branduolinius ginklus, koks Medvedevas išeina. Tai, žodžiu, toks du dalykai dabar yra. Tai va atakos liko toks vienos pusės ir antros ir politinis lygmuo, kad labai daug ir Zelenskis važinėja po pasaulį ir Trumpas labai daug bando spręsti, bet niekaip nesėkmingai. Tokia kasdienybė ir yra būtent dabar, daugiausiai politiniu lygmeniu, sakyčiau.

Patikslinkite, iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą, vaizdo įrašus, nuotraukas apie karą Ukrainoje.

Sakyčiau, kad daugiausiai imu iš „Telegram“ kanalų, nes yra didžiausia platforma. Ten yra tokių, pavyzdžiui, kaip ukrainiečių, „Pravda Geraschenko“ toks pats žmogus, kuris kelia surinktą informaciją iš įvairiausių vietų, įvairiausių šaltinių. Yra UNIAN ukrainiečių, yra „Ukrinform“, yra „Freedom“ pačių ukrainiečių, yra, kas čia dar buvo... Pasižymėjau. „Trucha“ yra toks, „Nexta“ irgi. Tai va tie pagrindiniai, sakyčiau. Paskui „Ukraina“ irgi ukrainiečių. Tai va tokie pagrindiniai yra. „Ukrinform“ ir šiaip yra. Paskui yra „Deepstate“, tokie, kur apžvalga būtent mūsų. Paskui yra Amerikos Karo instituto skelbiama informacija apie būtent mūsų lauke, kas vyksta ir kodėl, pavyzdžiui, vienokie ar kitokie veiksmai vyksta. Ir tada, aišku, remiesi jau šaltiniais išgooglini pačių ukrainiečių kažkokius vėdi rusiškai. Aš rusiškai moku, čia nemokėdamas rusiškai realiai labai sudėtinga būtų padaryti tą karą, nes reikia suprasti, ką kalba, pavyzdžiui, Putino išversta angliškai visiškai ne taip skamba, ką jis nori pasakyti rusiškai. Tai iš rusų šaltinių irgi remiuosi, pavyzdžiui, apie bazės jų apšaudymus, reikia į rusų spaudą eiti. Pavyzdžiui, TASS interneto naujienų agentūra rusų, ji skelbia visokius. Daug daug daug. Įvedi, pavyzdžiui, kažkokią bazę ir pavadinimu rusiškai, tada meta būtent, kad atakavo. Iš daug šaltinių tu ir atsirenki tada, kas yra tiesa, kas yra melas. Arba, pavyzdžiui, būna, kad parašo informaciją, kas ten kažką atakavo, buvo čia toks, kad kažkokį lėktuvą vos ne savo rusai ar ten numušė keleivinį vos ne. Bet ten, pasirodo, neteisinga informacija. Reikia žiūrėti, kaip plačiai paplitę. Tai aš net BBC mokymus praėjau būtent, kad ta fake informacija eina. Su karu labai feikinti pradėjo. Tai čia gal jūs dar paklauskite, užbėgant įvykiams už akių, pavyzdžiui, net iš kompiuterinio žaidimo gali įkelti vaizdo įrašą, kaip, pavyzdžiui, kolona važiuoja ir rašo, o čia rusai subombardavo NATO koloną, kažkokį NATO sunkvežimį, kur NATO buvo tiekus Ukrainai, o čia sunkvežimiai važiuoja ir subombardavo. Ten, pasirodo, yra iš žaidimo paimtas vaizdas, labai tikroviškai atrodo, kad būtent bombarduoja, bet kaip ten galima nustatyti, yra tam tikri įrankiai, kad atseka būtent. Reverse image search gali padaryti, irgi ieškoti būtent, ar tai yra tikrovė, ar netikrovė. Pavyzdžiui, irgi buvo labai gražus, uoj ten šaudė iš raketų kažkas, apšaudymas Ukrainoje, o ten pasirodo, Gazos Ruožė. Čia labai yra sudėtinga dabar, nes labai tikrinti. Ypač, kai dirbtinis intelektas dabar įsijungė, dar daugiau.

Dabar labai daug apie socialines medijas kalbėjote. Bet ar yra dar kažkokių šaltinių? Pavyzdžiui, agentūrų, kuriomis naudojate, imate vaizdo įrašus, informaciją. Ar pagrindas yra socialinės medijos?

Pagrindas socialinės medijos, čia yra „Telegramas“. Ir „Telegram“ visi kanalai, kur galima eiti, ieškai pagal žodį, įvedi ten žodžius ir ten ieškai. Niekas nekelia iš karo, pavyzdžiui, kur kokia naujienų agentūra. Gal įmeta. Mes Enerč naudojame, ukrainiečiai patys nusifilmuoja, ukrainiečius pakalbina, įdeda, bet tokia jau paruošta medžiaga, ne žalia ta medžiaga. Bet ir iš ten naudojame. Ateina Associated Press, irgi mes perkame informaciją, kur įmeta vaizdus apšaudymo kokius nors. Čia irgi naujienų agentūros, kurias perkame. O ten, kad BBC ir CNN tą patį persirašo, ką mes jau pasiimame iš pirminių šaltinių, iš socialinių tinklų.

Tik dar greičiau.

Tik dar greičiau, tikrai. Rusiškai, būtent rusiškai reikia rašyti ir tada tais raktažodžiais: kažkoks miestas, kažkoks apšaudymas, kažkoks kaimas, kažkoks įvykis. Ir tada meta srautą ir tada tikrini, žiūri, ar atitinka, ar tikrovė, ar daug kur atitinka tas pats vaizdas būtent.

Kokius matote pagrindinius socialinių medijų plusus informuojant apie karą Ukrainoje ir kokius minusus?

Tai plusas ir yra būtent greitis. Tai, kad tu gali labai greitai gauti informaciją, nes žmonės filmuoja ir iš karto deda. Bet kas yra didžiausias minusas, patikrinimo klausimas. Kad įkelti aš galiu bet ką ir bet kas gali bet ką įkelti, persisharinti po to dar. Bet patikrinti, ar tai tiesa, nėra kaip, iš esmės. Nebent pasikliauti, kad sakyti, kad ukrainiečiai išplatino vaizdo įrašą arba rusai išplatino vaizdo įrašą, arba kažkas išplatino vaizdo įrašą ir, sakykim, kad tai yra tiesa. Bet tokio va patikrinimo, kaip gautum iš normalaus šaltinio, tai yra, iš žurnalistų, nėra. Tai, sakyčiau, tie du labiausiai. Teigiama, kad labai greitai ir labai daug informacijos įvairiausios yra, o minusas, kad tikrinimo klausimas.

Kalbant apie tą tikrinimą, kokius metodus naudojate, kokios nusistovėjusios rutinos? Vis tiek kažkaip patikrinate, nededate taip kiaurai?

Būtent ir tikrini, kaip minėjau, Reverse image search vienas patikrinimo metodas. Po to įsidedi, googlini ir raktažodžiais tikrini, ar yra daug kur pasharintas tas vaizdas ir ar iš tikrųjų aprašymuose atitinka tas pats, kad yra iš tos pačios vietos paimta. Tai va tokie pagrindiniai, sakyčiau, tikrinimo metodai.

O šiaip tikrinate visą medžiagą ar yra kanalų, kuriais pasikliaujate?

Šiaip tikriname, tikriname. Aš visą laiką vis tiek dar kartą patikrinu, parašau dar kartą, kas paminėta, frazę paimu iš to aprašymo, pavyzdžiui, ir tikrinu kiekvieną kartą, nes negali pasikliauti.

O yra pasitaikę tokių atvejų, kad paimtumėte kažką, o paskui pasirodo, kad ten kažkokia buvo manipuliacija ar kažkas?

Vat yra pasitaikę, kad nepaimu ir pasitaiko, kad manipuliacija. Tai yra pasitaikę. Kaip ir sakiau, norėjau dėti, uoj, kaip čia apšaudė Rusija Ukrainą, o pasirodo, kad ten yra Gazos Ruožo bombardavimas Izraelio. Ir tada pagalvoji, kaip gerai, kad neėmiau.

Kurios pusės, Rusijos ar Ukrainos, informacija jūsų socialinių medijų sraute dominuoja?

Sakyčiau, kadangi aš seku tuos pagrindinius ukrainiečių kanalus, tai Ukrainos.

O šiaip būna, kad pastebite ne tik Rusijos manipuliacijų kažkokių, bet ir Ukrainos pusės?

Karas yra toks dalykas, aš manau, kad visą laiką tu negali patikrinti. Dėl to, kad ir yra toks informacinis karas, nes tiek viena pusė stengiasi kažkokią informaciją pateikti, kuri galbūt nėra tikrovė, tiek kita pusė stengiasi pateikti, kuri nėra tikrovė. Tų manipuliacijų gali būti, bet čia negaliu sakyti, nes negali ir patikrinti. Ukraina paskelbė, kad apšaudė tą ir tą, ir tą, tiek ir tiek, sužeista tiek ir tiek žmonių, tai iš esmės nelabai tu patikrinsi. Tai kadangi yra tiesa Ukrainos pusėj, užpulta šalis yra Ukraina, tai tu kliaujasi teisiąjio puse. Aš einu Ukrainos puse, aš kliaujuosi ukrainiečių daugiausiai informacija. Tik jeigu kas susiję su Rusijos apšaudymais, jų bazės kažkokios, tai irgi pasitikrini daugiausiai kaip jie į tai sureaguoja. Bet vis tiek irgi kliaujiesi ukrainiečiais, nes jie apšaudė, tarkim, bazę, sako, kad sunaikino kažkokią tai dalį, o rusai sako, kad nieko neįvyko, viskas veikia, viskas okei. Tai čia toks palyginimas kartais būna, kad Rusija sako, kad nieko čia nevyksta.

Dar norėčiau, kad pakomentuotumėt dirbtinio intelekto naudojimą. Kiti sako, kad naudoja dirbtinį intelektą tam tikram turiniui patikrinti, kontekstui priminti. Kaip jūs?

Nesinaudoju dirbtiniu intelektu šioje srityje dėl, to kad ji visiškai bereikšmė. Aš bandžiau kažkada, net ne aš, mano montuotojas sako, pabandykim pažiūrėti, kaip parašys, apžvelgs dieną Ukrainos karo, reiškia, būtent dirbtinis

intelektas. Ir ką jis padarė? Jis paėmė iš naujausių būtent 15min, Delfi, visokių žiniasklaidos priemonių. Ir ta informacija buvo pasenusi, ta informacija yra tiesiog kažkoks kratinys informacijos toks bendras. Bet būtent, kad šią naktį apšaudė tokią, tokią bazę, ten ir ten, ir ten buvo dronai, Rusijoje ir Ukrainoje tas ir tas, nėra tikslo, nes informacija labai greitai keičiasi ir ji yra pasiekama būtent socialiniuose tinkluose. O į socialinius tinklus, iš socialinių tinklų aš suprantu, dirbtinis intelektas daugiausiai nesinaudoja, naudojasi interneto šaltiniais. Čia ir yra problema, kad aš pasikliauti visiškai negaliu. Nei man teksto gali rašyti, nei padėti kažkuo gali dirbtinis intelektas. Būtent man asmeniškai, nes aš būtent naršydamas internete, žiūrėdamas socialinius tinklus daugiausiai informacijos randu.

O ką renkatės daryti, jeigu negalite patikrinti kažkokios informacijos, įrašų socialinėse medijose, bet matote, kad sparčiai plinta ir kad, tikriausiai, būtų įdomu jūsų žiūrovams pažiūrėti, pamatyti šitai?

Jeigu yra toks atvejis, kai negali patikrinti, tada ir pasakai taip labai aiškiai, kad išplatintame vaizdo įrašė teigiama, kad čia yra tas ir tas, bet patikrinti vaizdo tikrumo neįmanoma ar buvo neįmanoma. Tu suteiki visą informaciją žiūrovams, nes nuo žiūrovų nereikia nieko slėpti.

Ar sutinkate su teiginiu, kad dėl socialinių medijų žurnalistai yra priversti reaguoti greitai į ten plintantį turinį ir kuo greičiau dalintis su savo auditorija? Kaip manote, ar tas greičio poreikis kažkokią riziką žurnalistams kelia?

Ką aš jau ir minėjau, aišku, kad iššūkis yra ir žymiai sudėtingiau dabar dirbti tiems žmonėms ir naujiems agentūroms, kurios turi pranešti kuo greičiau. Aš, pavyzdžiui, žinias pateikiu vis tiek vakare arba 16:30. Tai man visa diena. O tie, kas turi paskelbti iš karto, tiems yra didžiulis iššūkis, dėl to, kad informacijos srautas dvigubai, trigubai, keturgubai, penkiagubai didesnis negu buvo prieš, pavyzdžiui, net, sakyčiau, metus, dvejus. Socialinės medijos labai išpopuliarėjo ir ypač Ukrainos kare. Būtent „Telegramas“ labai populiarus tinklas yra, būtent rusų sukurtas. Labai greitai plinta informacija. Čia ir iškyla pagrindinė bėda, pagrindinis dalykas, kad norėdami greitai pateikti informaciją ir būti pirmesni, dažnai gali įvykti, kad nepatiksini informacijos, išeis nepatikrinta. Tai va čia pagrindinis yra ta grėsmė, kad išplinta informacija, kuri yra nepatikrinta ar netikra.

Jūsų savo televizijos redakcijoje esate nusistatę kažkokias vidines taisykles, žodinius susitarimus, kaip elgtis su ta kvestionuotina medžiaga?

Priklauso nuo kiek ta informacija yra rezonansinė. Pavyzdžiui, Kursko įsiveržimas. Tai yra labai įdomu, visiškai naujiena, visiškai netikėta. Jeigu aš neparodyčiau, tai sakytumėm, negalėjau patikrinti, įsivežė vakare, 17 val., žinios 18:30, labai mažas laiko intervalas patikrinti, dar mažai kur prasisukę, tai tu ir skelbi. Ir iš esmės skelbi, bet teigdamas, kad platintuose, išplatintuose vaizdo įrašuose, ten ir ten išplatintame vaizdo įrašė teigiama, kad čia jūs matote įsiveržimą į Kursko sritį, čia jūs matote tai ir tai, patikrinti informacijos neįmanoma arba buvo neįmanoma. Šaltinių duomenimis, taip ir taip yra. Kuo daugiau tos informacijos, kad būtų ir nesuklaidintas žiūrovas, ir nuo savęs nuimtum atsakomybę. Aišku, visiškai negali, nes tu parodai, bet jeigu kraujo klanai, sušaudyti, tada bluriname. Čia irgi visai kiti dalykai, arba keiksmazodžiai ar dar kažkas. Čia jau cenzūros dalykai. Bet būtent kiek rezonansinis įvykis ir kiek žiūrovui bus pridėtinės vertės iš to, ką parodysim, ar nukentės tas žiūrovas, kad nepamatys to vaizdo įrašo, ar nenukentės. Tie pagrindiniai dalykai ir kiek svarbu yra parodyti. Tada apsisprendžiame ir nusprendžiame redakcijoje. Kiekvienu atveju mes tariamės individualiai ir su vyriausioju redaktoriumi ir sprendžiame, ar rodyti, ar nerodyti. Vis tiek praeina filtrą pagrindinės žinių redaktorės.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Žurnalistų vaidmuo ir yra, manau, kad žiūrėdamas tuos vaizdo įrašus, taip scrollindamas ir tikrindamas tu nieko nesuprasi nežinodamas konteksto. Žurnalistų vaidmuo yra susisteminti informaciją ir pateikti kontekstą. Tarkim, aš matau, kad apšaudė ten naftos bazę, bet kas žino, kelintą kartą ją apšaudė, kokio ji yra svarbumo ta naftos bazė? Koks efektas bus apskritai Rusijai, kad 25 proc. visos naftos pajėgumų jos sunaikinta? Tiesiog žurnalistų vaidmuo yra toks, kad baigi žurnalistiką tam, kad informaciją atrinktum, susistemintum ir pateiktum visuomenei jau apdorotą, suprantamą iš viso kratinio informacijos, kurį tu matai viešojoje erdvėje ir socialinėje žiniasklaidoje.

Kaip manote, ar žurnalistas, sekdamas tik socialinių medijų turinį, gali išlikti objektyvus?

Tai jeigu tik informaciją seksti, manau, kad ne, jei tik seksti socialinę mediją. Nes čia irgi susidaro burbulai, tai būtent reikia remtis žiniasklaida pasauline ir tikrais informacijos šaltiniais, ne tik socialine, kad liktum objektyvus. Būtent čia ir, sakau, ta grėsmė, kad socialinėje medijoje daug nepatikrintos informacijos, žmonės paprasti kelias, nesuprasdami, ką kelia, kokio svarbumo ta informacija yra. Būtent reikia visą laiką pro tą filtrą praleisti, tam tu ir esi žurnalistiką baigęs, kad tu objektyviai ir kritiškai galėtum įvertinti tą informaciją. Tiek paprastas žiūrovas, žiūrėdamas socialinius tinklus naršydamas vertina, žurnalistas kitaip vertina. Manau, kad visą laiką reikia remtis ir apžvalgininkais, pasaulio žiniasklaida, Ukrainos žiniasklaida kalbant apie šitą karą. Būtent, kad būtų atsvara, nes jeigu tik remsies, kad ukrainiečiai bombarduoja, bombarduoja, kaip čia smagu, kad tiek sunaikinta, tiek visko, bet nežinosi konteksto, nesigooglinasi informacijos, nesiremsi žiniasklaida, tai gali pasiklysti.

Darbai su karo Ukrainoje naujienomis naudojate asmenines socialinių medijų paskyras ar turite susikūręs darbines?

Aš visiškai kita naudojuosi, darbine būtent. Bet man, atrodo, po visiškai kito žmogaus, kiek atsimenu, mano buvo prijungta jau paskyra. Per savo aš nenaršau būtent „Telegram“ , nežinau, kodėl, gal kad rusų sukurta.

Savo socialinių medijų paskyrose kažką apie karą Ukrainoje postinate ar ne?

Ne, todėl, kad žurnalistas yra žurnalistas, kad jis pateikia informaciją žinių laidoje. Viskas, ką aš noriu pasakyti, yra pateikiama žinių laidoje. Nebent yra kažkokia parama Ukrainai renkama arba kažkokia dronams, dar kažkam. Tai tokius gali pasidalinti ir paskatinti žmones aukoti Ukrainai, bet būtent kas dėl objektyvumo ir nešališkumo, aš tiesiog lieku prie tos pozicijos, kad aš pateikiu informaciją žinių laidoje ir žmonės mato mano pateiktą informaciją žinių laidoje. Ir ten mato objektyviai pateiktą informaciją, toliau nesidalinu dėl to, kad prasideda, ypač jeigu socialinėje žiniasklaidoje, komentarai, įvairiausi svarstymai, tada reikia atsakinėti, kodėl, kas, kam ir kodėl, prasideda neobjektyvumas, prasideda diskusijos ir manau, kad to išvengčiau, tai tiesiog pateikiu tik žiniasklaidai savo nuomonę. Net ne savo nuomonę, o objektyvius faktus, aš neprimetinėju, aš stengiuosi išlikti objektyvus. Aš matau vieną pusę, antrą pusę ir tiesiog sudedu į bendrą kontekstą be savo vertinimo, nes manau, kad man savo vertinimą reikia pasilaikyti sau, nes aš žinių laidoje. Jeigu tai būtų mano laida, Marto Kalendros kažkoks blogas ar dar kažkas, tai aš nuo savęs ir pateikčiau informaciją. Dabar esu atsiribojęs. Aš pateikiu objektyvią informaciją.

6.12. Rūta Androšiūnaitė, BNS užsienio skyriaus redaktorė

Interviu atliktas „Messenger“ 2025-11-20, trukmė – 17:02

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis. Ir kaip atrodo jūsų eilinė diena, kai tenka informuoti apie karą Ukrainoje?

Pačioje pradžioje, kai prasidėjo karas, aš dar nebuvo vyriausioji redaktorė šio skyriaus, tai man neteko pačios pačios pradžios užfiksuoti. Bet kaip eilinė vertėja skyriaus, pajautėm pačią pirmą dieną, kad tas informacijos srautas, tiek apie įvykius pačioje Ukrainoje, tiek apie dar daugiau tų reakcijų iš viso pasaulio. Kadangi mūsų tas darbo pobūdis yra tai, kad mes daugiausiai dirbame su užsienio naujienų agentūromis kaip šaltiniais, tai iš ten ėjo visos naujienos, mes tiesiog ką apibendrinome, ką trumpomis žiniomis leidome. Kalbant apie, kadangi jau eina ketvirti metai, tai, aišku, pasikeitė palyginus ta pačia pradžia, bet vis tiek nebuvo nei dienos, kai nebūtų kokios nors žinios apie Ukrainą, kalbant apie smūgius, tai ar apie derybas, ar tai kokius nors susitikimus diplomatinis.

Šiek tiek paminėjote, kad dirbate su užsienio agentūromis, kad iš ten imate informaciją, noriu perklausti, iš kur ateina naujienos pas jus ir kokią dalį užima socialinės medijos, kiek iš ten imate?

Yra dvi pagrindinės agentūros AFP prancūzų ir AP amerikiečių. Ir dar, aišku, yra kažkokia dalis, ką mes susirandame savarankiškai, čia ir būtų gal ta socialinės žiniasklaidos dalis. Čia kaip tik ir galvojau, kai vakar man

parašėte, kokią mes čia dalį grynai iš tų socialinių medijų imame, ir manau, galima tokią skirti padaryti, kad yra oficialūs kažkokie, oficialios paskyros, kanalai, tarkim, apie „Telegram“ kalbant, ir yra ten kokie nors susigrupavimai, šaltiniai nelabai oficialūs. Tai mes labiau linkstame ties ta pirmąja dalimi, kad būtų patvirtintos paskyros, nežinau, tas pats Zelenskis, jo komandos nariai, tų regionų vadovai, pagalbos tarnybos. Tai va tiek. Dar grįžtant prie mūsų pagrindinių naujienų agentūrų, tai jos irgi dažnai cituoja socialiniuose tinkluose paskelbtą informaciją, lygiai tas pats, pareigūnai, tarnybos, retkarčiais būna, pacituoja tiek iš Rusijos pusės, tiek iš Ukrainos pusės nelabai oficialių „Telegramo“ kanalų.

O nebūna taip, kad pamatote informaciją tose agentūrose ir tada einate į socialines medijas patikrinti tos informacijos?

Gal būna labiau atvirkščiai. Kai socialiniame tinkle kažką, tada eini tikrinti agentūras ir žiniasklaidą.

Šiek tiek užsiminėte, kad „Telegramu“ naudojātės. Ar čia yra vienintelė soc. Medijų platforma, kuria naudojātės karo Ukrainoje informacijai imti ar yra kitų?

Pagrindinė gal būtų šita, bet vis tiek dar yra, aišku, „Facebook“, nes bent jau tas suvestines ar pareigūnų pasisakymai būna „Facebooke“, tame pačiame „X“. „Instagramas“ dar kartais pagalbininkas būna, bet daugiausiai šitie.

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus išvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis? Ir kokie yra pagrindiniai socialinių medijų minusai jums, kaip žurnalistei, informuojančiai apie karą Ukrainoje?

Greičiausiai į galvą ateina, kad yra greitis informacijos ir glaustumas, gal taip įvardinčiau, kad neišsiplečia, ta prasme, pasako tai, kas yra svarbiausia, o neišsiplečia į 30 kontekstų ir pan. Minusas, aišku, patikimumas, nes ne visada yra patikima, reikia dar tikrinti, negali taip, jei ta paskyra nėra patvirtinta, kaip Zelenskio, negali taip drąsiai imti ir cituoti tos žinios.

Kuriose platformose pastebite daugiausiai dezinformacijos?

Gal „Telegramas“ būtų, jeigu mes žiūrime tas ne visada patikrintas paskyras, patvirtintas. Tai gal šitas ir būtų.

Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) informacija dominuoja jūsų socialinių medijų sraute?

Dominuoja Ukrainos, bet pasekame kažką ir iš Rusijos pusės.

Kurios pusės manipuliacijų socialinėse medijose pastebite daugiau?

Rusijos.

Kokiomis praktikomis, įrankiais ar metodais tikriname socialinėse medijose randamą turinį prieš skelbiant?

Tai dažniausiai, galbūt, žiūrima ar tai patvirtinta paskyra, ar ne. Jeigu, tarkim, Zelenskis praneštų, kad žuvo 20 žmonių, gali tuo pasitikėti. Jeigu koks nors kitas kokioje nors kitoje paskyroje būtų ta informacija, tada eitume galbūt vėl pas tą pačią Zelenskio paskyrą, galbūt į kitų pareigūnų, to regiono, kur įvyko, tarkim, čia tokia hipotetinė situacija. Įvyko smūgis, į to regiono, kur įvyko ta situacija, paskyras. Tada eina patikima žiniasklaida, Ukrainos atveju čia būtų „Suspilne“ koks nors, „Kyiv Independent“ arba „Ukrainian Pravda“, kažkas iš tokių. Bet, kaip sakiau, daugiausiai tos informacijos eina iš agentūrų, tai mes jau galime kaip ir turėti įsitikinimą, kad tai yra jau patikrinta informacija. Jeigu, tarkim, koks AFP cituoja „Telegram“ kanalą Rusijos pusės, kad ten koks nors paryčiais įvyko smūgis.

Kaip atsirenkate, kokią informaciją skelbti, o kuriai visiškai sakote ne?

Vis tiek turime kažkokių nusistatę redakcijoje kriterijus, pagal ką mes tą žinių svarbumą graduojame. Tai žiūrime, ar ta informacija patektų į tą lauką, sakykim. Kitas dalykas, kiek tai visuomenei svarbu, bendro pobūdžio gal

dalykas, bet vis tiek. Kaip čia suformulavus. Gal ne tokio didelio svarbumo naujiena, gal ten labai mažam ratui kažkas įdomaus, tada mes skipintume tą dalyką, nes, aišku, ir tas darbo srautas yra didelis, ir yra tiesiog kitų dalykų, bet jeigu ten kažkoks „Telegram“ kanalas ar „Facebooke“ kokioje paskyroje prieš kelias minutes paskelbė, kad įvyko didelė ataka kokia nors, tai, aišku, tam jau teikiame prioritetą.

Dar šiek tiek prie tikrinimo grįžtant, ar jūs naudojate dirbtinį intelektą kažkokiai informacijai patikslinti, kontekstui priminti?

Ne, iš esmės šioms reikmėms tai nenaudojame.

Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?

Labiau linkčiau į atsakymą, kad iš karto ne. Greičiausiai, kad ne. Vis tiek, tas patikrinimas ir jau esame per tuos karo metus susidūrę su tokiais istorijomis, kad plinta kažkokia per kelias paskyras kokia nors informacija, bet po to pasitvirtina, kad taip nebuvo arba buvo ryškiai kitaip.

O buvo tokių atvejų, kad paskelbėt tokią informaciją, tada vėliau paaiškėjo, jau jums paskelbus, kad tai buvo kažkokia manipuliacija ar netiesa? Ir ką darėte tokiu atveju?

Iš savo darbo patirties asmeniškai nepamenu tokio atvejo.

Ar yra tekę skelbti informaciją taip 100 proc. nežinant, kad ji tikrai tiesa, bet kažkaip rašant, kad „skelbia ukrainiečiai“ arba „skelbia rusai“, nėra galimybės patikrinti, bet vis tiek priimamas sprendimas skelbti, tik atsargesnėmis formuluotėmis?

Konkrečiai pamačius socialinės žiniasklaidos priemonės gal ir ne. Bet būna pas mus tose agentūrose, iš kurių mes informaciją imame, kad jie taip formuluoja. Mes tada galime pasitikėti tokiu atveju. Būna, kad parašo „skelbia ukrainiečių kanalas“ arba „ukrainiečiai“, bet čia gan retas, sakyčiau, dalykas.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Sutikčiau su tuo teiginiu. O kas dėl rizikų, tai faktas, kad nebūtinai patikrinta informacija. Ir dar kitas aspektas, tai kad jeigu tu dabar nepaskelbsi, po dvejų valandų ar penkių valandų ta informacija gali visiškai būti niekam nebeįdomi. Daug srauto, tai daug labai sumažėja tos informacijos priėmimas, vertė kažkokiu atžvilgiu.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokią vaidmenį matote sau kaip žurnalistei?

Susistemimas, konteksto pateikimas ir, galbūt, išrinkimas iš tos visos masės, vandenyno žinių, kas svarbiausia šitame visame fone.

Ar žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus?

Greičiau ne negu taip. Susimąsčiau net. Bet ko gero greičiau ne negu taip, vien dėl tų pačių dalykų, ką mes ir aptarėme. Ten yra masė tos informacijos, greičiausiai tu, kaip socialinių tinklų vartotojas, būsi papuolęs į kažkokį tai burbulą, čia tokia rizika gal didžiausia.

O darbui ėjimui į socialines medijas pasiimti informaciją iš ten naudojantės asmeninėmis paskyromis ar turite darbines?

Asmeninėmis.

Kaip vertinate, ar tas sprendimas naudotis asmeninėmis paskyromis, gali turėti kažkokią įtaką, kad žurnalistai patys gali papulti į tam tikrus burbulus?

Gali būti toks dalykas, bet vis tiek savo darbe tu matai ne vien tą lauką, matai daugiau. Tai vis tiek kažkokią atsvarą turėsi, kad ir matydamas ten Kremliaus reakcijas, kaip ir žinome, kokios jos gali būti. Bet kažkokį vaizdą tu vis tiek susidarysi, platesnį, sakyčiau.

Na ir pabaigai, ar jūs pati socialinėse medijose, savo paskyrose dalijatės turiniu apie karą Ukrainoje?

Asmeninėje grynai tai kartas nuo karto „Instagrame“ kažkuo pasidalinu, bet kad kažkokiu tekstu savo tai ne.

6.13. Aurelija Gintautaitė, M-1 informacijos tarnybos vadovė

Pokalbis vyko „Zoom“ 2025-12-01, trukmė 26:43.

Kaip atrodo radijo žurnalisto darbas, kai reikia informuoti apie karą Ukrainoje? Kokia yra rutina ir iš kur imate informaciją apie karą?

Iš oficialių šaltinių imame naujienas arba tiesiai pašnekovų, kurie ten yra arba turi kažkokių ryšių su Ukraina ir ten dirba. Tai pagrindinės yra ukrainiečių agentūros, kurios labai greitai praneša tas naujienas iš fronto ir įvykių politinių Ukrainoje ir kitų dalykų. Tai kelios jos ten tokios pagrindinės, kurias naudojame. O šiaip, aišku, patikimiausias yra tiesioginis kontaktas ir ne vienas apklaustas žmogus apie tai, ką mes norime sužinoti konkrečiai. O jeigu iš tarptautinių šaltinių, irgi yra tos tarptautinės agentūros, kuriomis mes galime pasitikėti: BBC, CNN, dar kelios, kurios tikrai patikima informacija, kiek ji gali būti patikima šiame kontekste karo.

Kokią dalį tarp jūsų šaltinių užima socialinės medijos? Kiek informacijos ateina būtent iš ten?

Socialinės medijos yra toks svarbus šaltinis, bet šalutinis mums. Ten ta informacija pasirodo kartais žymiai greičiau negu oficialiuose šaltiniuose. Kitas yra dalykas, kad ji visiškai nepatikima yra. Tai, kas ten pasirodo, negali būti skelbiama radijo eteri, ji turi būti patikrinta, surastas oficialus patvirtinimas kituose šaltiniuose ir pan. Socialinės medijos, kaip žinia, iškreipia kaip reikalus informaciją, ne tik pačią informaciją, jos svarbą, bet ir gali būti visiškai neteisingas faktas, kuris yra parašytas, nes tai parašo žmonės, kurie tu negali žinoti, kuo jie yra suinteresuoti, kad ta informacija būtų paskelbta. Ne paslaptis, kad yra ir krūva priemonių, kaip pateikti reikšmingą informaciją propagandiškai, netiksliai, ir bota veikia, ir t.t. Mes negalime remtis iš socialinių tinklų, ji yra tik kabliukas, kurį galbūt galima pamatyti ir patikrinti, ar tai gali būti tiesa.

Ko jūs einate į socialines medijas? Tai yra grynai tik dėl informacijos ar jūs dar kažkokių vaizdo įrašų žiūrite ir kažkokį garsą perduote klausytojams iš socialinių medijų?

Socialiniai tinklai šiais laikais naudojami ir transliacijoms tam tikrų renginių, ir spaudos konferencijų, ir konferencijų, ir kažkokių tarptautinių įvykių transliacijoms. Tai tokiu atveju mes ten tą garsą panaudojame, kai jis yra iš oficialaus kažkokio šaltinio, nes ne tik žmonės turi, bet turi ir oficialios institucijos tuos socialinius tinklus. Tai tokiu atveju mes jį naudojame, bet šiaip radijui negaliu pasakyti, kad tai yra vienas iš pagrindinių šaltinių socialiniai tinklai dėl garso būtent. Prioritetą mes teikiame savo pačių pakalbinimui ir savo pačių sinchronams vadinamiesiems, reiškia, žmonėms, kurie yra pakalbinti, kur mes tikrai žinome, kad mes paskambiname tam žmogui, o nėra imituotas dirbtinio intelekto tas balsas ar panašiai. Tai šiaip kažkaip vengiame tai iš socialinių tinklų naudoti. Tai radijui yra kaip gana greitas būdas tiesiog kažkokią sužinoti žinią arba galbūt kažkokį įdomesnę kampą tam tikros žinios atrasti. Tikrai žmonės, ir ekspertai ten pasisako tuose socialiniuose tinkluose, tai tu gali sužinoti kažką, apie ką nebūdamas tos srities specialistas tu galėtum nepagalvoti. Tuo požiūriu socialiniai tinklai yra vienas iš svarbių šaltinių šiais laikais, aišku, informacijos Bet tikrinti, tikrinti ir dar kartą tikrinti juos reikia.

Kokias platformas visiems šitiems tikslams, kuriuos išvardijote, dažniausiai jūs naudojate?

Taip, na turbūt vienas pagrindinių vis dėlto „Facebook“ yra socialinis tinklas. Aišku, buvęs „Twotteris“ irgi neblogas šaltinis yra iš socialinių tinklų. „Youtube“, sakykim, daugiau gal čia vaizdo yra platforma, tai ten mažiau jis mūsų, kaip radijo žurnalistų, naudojamas. „Instagramas“ irgi daugiau vaizdai. Manau, kad „Facebook“ ir „X“ socialinis tinklas.

O ten jūs tiesiog sekate kažkokių profilius ir kai įeinate, scrollinate ir pamatote kažką svarbaus, ar einate specialiai ieškoti? Tarkime, žinote, kad buvo kažkoks Zelenskio pasisakymas ir einate konkrečiai jo ieškoti.

Sekame profilius, nes ieškoti ten pasisakymų galbūt irgi yra vienas iš variantų, kai žinai, ko ieškoti, kad yra tikrai ten Zelenskio pasisakymas, kaip žinia jis skelbia socialiniuose tinkluose savo tuos vaizdo įrašus, ypač, kai būdavo kas vakarą skelbiami. Tai jeigu reikia kartais to įrašo, tai tikrai galime mes pasiimti iš socialinių tinklų arba oficialios ukrainiečių žiniasklaidos. Tai čia didelio skirtumo, kur yra patogiau, ten ir randi. Šiaip daugiau gal yra aktualu tai, kad mes sekame tam tikrus žmones, ir Ukrainos veikėjus, ir mūsų veikėjus, kurie apie Ukrainą turi informacijos, grupes socialiniuose tinkluose, kur irgi metama ta informacija. Tai ten tiesiog kartais ta informacija pasirodo pirmiau negu ji pasirodo oficialiuose šaltiniuose. Tu ten jau tada turi omeny, kad tai vyksta ir tada pradedi tą informaciją tikrinti. Bet iš tikrųjų dabar turėčiau pasakyti, kad pastaruoju metu socialiniai tinklai, ypač Ukrainos klausimu, tikrai nėra tarp tų, kurie pirmąja labai smarkiai pateikimu informacijos. Kartais tą informaciją mes patys susirandame anksčiau negu apie tai pradeda rašyti socialiniai tinklai. Ten žmonės vis tiek yra na, nežinau, gal dabar šiek tiek pasidarė jau tokie labiau įpratę prie to karo Ukrainoje, tai nebėra tokio, kad kiekvieną naujieną iš karto pranešti, labai greitai, pirmam. Tai tas srautas yra apslopęs bent jau lietuviškai, o ukrainietiška, aišku, yra tos informacijos, bet irgi labai reikia žinoti, kas tas žmogus, kuris rašo, kad tu žinotum, į kurią pusę orientuotis.

Jau šiek tiek išvardijote, bet vis tiek noriu perklausti, kad gražiai interviu sugultų, galbūt galėtumėte išvardinti, kaip matote, kokie yra pagrindiniai socialinių medijų plusai informuojant apie karą ir kokie yra minusai?

Minusai yra nepatikimumas informacijos, šališkumas, toks siauras matymas tos problemos karo. Tai kiekvienas pateikia iš savo siaurų pozicijų rašantis. Kas tai bebūtų, ar politikas, ar ekspertas, ar tiesiog žmogus, kuris domisi ir kažkokią informaciją susižino. Plusai yra tai, kad gana greitai kažkokią fragmentinę informaciją sužinai, iš kurios gali išsivynioti siūlas įvykių žymiai toks platesnis. Arba galima sužinoti kažkokį kampą informacijos, kuris gali bendrą vaizdą leisti susidaryti plačiau arba jį patikrinti. Tai tikrai toks kaip žurnalistui, kaip šalutinė tam tikra priemonė, yra tikrai labai geras dalykas. Bet, sakau, reikia mokėti jais naudotis.

Jūs ir pokalbio pradžioje labai pabrėžėte, kad reikia labai tikrinti informaciją iš socialinių medijų. Tai galbūt ir galėtume pereiti prie metodų, kuriais tikriname informaciją.

Tai visų pirma tai traktuojam iš karto, kad ta informacija, kurią mes pamatome socialiniuose tinkluose, pirmiausia žiūrime, koks tai yra šaltinis tos informacijos. Jeigu tai yra grupė „Karas Ukrainoje“, tai ten gali būti ir teisinga informacija, ir klaidinga informacija, ir šališka, ir nelabai šališka. Ten žmonės meta viską, ką jie pamato, tą ir meta. Visų pirma, šaltinis yra svarbus faktorius, kad suprasti, ar iš viso kreipti dėmesį į tą informaciją, ar ne. Antras laiptelis yra informacijos tuo klausimu paieška oficialiuose šaltiniuose, tai Ukrainos ar tarptautiniuose. Trečias laiptelis turbūt būtų jau žurnalistų patikra, mūsų, reiškia. Jeigu tai ta informacija, apie kurią mes darome reportažą. Dar yra pas mus irgi toks skirtumas šiek tiek – jeigu mes tiesiog dedame į žinias, tai mes niekada neįdėsime į žinias tos informacijos, kurios neradome oficialiame šaltinyje. Tai turi būti arba UNIAN, arba Liga.net arba dar kažkokie ukrainietiški šaltiniai apie karą arba tada jau iš tų didžiųjų naujienų agentūrų irgi kažkur parašyta, kad tikrai taip yra. Jeigu mes darome apie tai reportažą, tai mes tada skambiname jau tiems žmonėms, kurie gali būti su ta problema susiję. Ar tai būtų Ukrainos kažkokių organizacijų atstovai, ar lietuviai, kurie dirba su ukrainiečiais kažkurioje tai srityje, ar tai politikos ekspertai. Žiūrime, kokia tai problema. Jei tai su Lietuva susiję, tai dar plečiasi ratas pašnekovų. Taip kad tikrai bent jau trys minimum patikrinimo laipteliai šiuo atveju būtų.

O praktikoje yra tekę susidurti su atveju, kai paskelbiate kažką iš socialinių medijų, o paskui paaiškėja, kad tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys?

Tiesą sakant, ne, nes tikrai mes nesiremiame socialinėmis medijomis kaip šaltiniu pagrindiniu. Ir jeigu yra tas įvykis tik socialinėse medijose, tai mes niekada jo neįdėsime į žinias. Nes, na tiesiog toks principas yra ir tokią klaidą gali padaryti gal per nepatyrimą kažkokie žiniasklaidos atstovai, bet pas mus kažkaip žmonės gana patyrę visi dirba, tai tikrai mes nesusidūrėme su tokiu atveju.

Dar noriu dėl dirbtinio intelekto paklausti. Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti, kontekstui priminti.

Informacijos patikrinimui dirbtinio intelekto nenaudojame, nes nelabai pasitikime juo kaip tikrinimo priemone. Nes jis irgi yra pakankamai šališkas ir neobjektyvus ir visai gali ten pateikti tą informaciją. Jis realiai irgi yra tas šaltinis, kurį, jeigu jį naudoji, ruošdamas kažkokią žinią, informaciją, tai dar kartą reikia pertikrinti jį. Tai šiuo atveju aš manau, kad nėra tas tikslingas panaudojimas ir kiek mes dar eksperimentuojame su tuo dirbtiniu intelektu, tai tikrai nėra tas galutinis taškas, kuris leistų dėti informaciją į žinias.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Aš manau, kad nekuria jis didesnio greičio negu radijos žinios ir šiaip yra greitos. Ilgą laiką radijo žinios apskritai buvo pats greičiausias komunikacijos būdas ir pati greičiausia informacijos pateikimo forma. Tai tą greitį mes visada, kiek aš dirbu, jau 30 m. radijo žurnalistikoje, visada jis buvo vienas svarbiausių faktorių. Nelabai pakeitė ką ir socialiniai tinklai. Aišku, kad egzistuoja tas dabar, kad ten jeigu žinia išlenda tarp žinių, 13:15, o mūsų žinios 13:30 sekančios, tai galbūt socialiniai tinklai gali įsimesti kažkokią informaciją ir anksčiau. Bet pagal mano stebėjimą, socialiniai tinklai tikrai nėra tas būdas informacijos, kuris pats greičiausias yra. Nes žmonės dažnai gana lėtai tai priima tą informaciją. Iš viso socialinių tinklų pateikimas informacijos yra labai toks savotiškas. Mes irgi dabar turime tokį projektą, vaizdo informacinius pranešimus. Man labai persilaužti reikia, kad tu net žinią, kuri yra jau pusės dienos senumo įdėjęs, tu niekur nepavėluoji. Pasirodo, kad visas internetas, visi žmonės, kurie pažiūri tą vaizdo įrašą, jie pažiūri kaip šviežiai, jie tos informacijos nežino, nors tu radijuje pranešinėjai prieš dieną ar pusę dienos. Lyg ir tau, kaip žurnalistui, atrodo ji visiškai sena ta informacija. Egzistuoja atvejai, kai ta informacija socialiniuose tinkluose pasirodo šiek tiek greičiau, bet labai specializuotose grupėse. Pavyzdžiui, čia kur buvo lėktuvo katastrofa Vilniuje, kai jis sudužo, tai specialioje grupėje, kuri stebi „Flight radar“ duomenis, ta informacija pasirodė anksčiausiai. Iš jos mes kaip ir sužinojome, vos tik atsitikus šitam įvykiui. Bet tai yra labai specifiniai atvejai. Nemanau, kad kalbant apie karą Ukrainoje yra ta sritis, kur pirmiausia ta informacija pasirodo.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir žurnalistai, jos labai daug. Jūs „Telegram“ neminėjote kol kas, bet labai populiarius karo Ukrainoje naujienoms sekti. Kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistei?

Žurnalisto vaidmuo. Tai akivaizdu, kad jis turi tą informaciją atfiltruoti. Žurnalistas šiuo atveju yra kaip filtras, kuris atskiria tikrą informaciją nuo netikros informacijos. Būtent jis yra tas faktorius, kuris tikrina, kas yra teisinga, kas yra neteisinga. Nesakau, kad žurnalistai visada 100 proc. yra teisūs, irgi visokių klaidų pasitaiko ir tas ne paslaptis, bet vis tiek, informacija, kuri yra pateikiama žurnalistų, yra jau atfiltruota, išgryninta, patikrinta su tam tikrais būdais, kaip mes ir kalbėjome. Tikrai yra žymiai patikimesnė nei kažkokia informacija, kuri pasirodo... „Telegram“ irgi yra tas tinklas, kaip sakėte, yra iš tikrųjų naudojamas Ukrainos karo kontekste nemažai, bet būtent „Telegram“ yra toks gan praskiestas tinklas, kur tikrai yra nemažai propagandos ir botų, galbūt prorusiškos daug labai pateikiamos informacijos. Taip kad mes jos kaip ir irgi neimame kaip pagrindo, nes tiesiog užtenka mums tų žinių, kur mes susirenkame iš kitų socialinių tinklų. Tiesiog, na nėra patikimas, mums atrodo, šis socialinis tinklas. Iš visų socialinių tinklų, apie kuriuos kalbėjome, jis mažiau patikimas, negu kiti. Tai jeigu jau ta informacija pasirodo, sakysim, „Facebook“ arba „Youtube“, arba „X“, ji yra lyg labiau patikima nei „Telegram“. Ir „Telegram“ ji tokia būna labiau fragmentiška. Naudojant reikia viską, nėra šaltinių, kurie yra blogi arba geri, bet reikia juos labai protingai naudoti. Ir žurnalisto funkcija yra būtent iš visų šaltinių susirinkti įmanomą informaciją, ją sudėlioti į lentynėles, ją suklasifikuoti ir padaryti taip, kad žmogus gautų kiek įmanoma objektyvesnę ir patikimesnę informaciją.

Paplėtokite, kokias turite redakcijoje vidines praktikas, kaip elgtis su kvestionuotima medžiaga. Pavyzdžiui, matote, kad kažkas socialinėse medijose sparčiai plinta, reakcijų daug, bet atrodo, kad patikrinti tos informacijos neina. Ką tokiu atveju darytumėte?

Mes jos neskelbiame tiesiog. Jeigu mes negalime patikrinti, mes jos neskelbiame, nes tikrai yra buvę ir tokių dalykų, kad dėl to nepraneši pirmas tos informacijos galbūt, bet prioritetas yra teikiamas patikimumui ir kažkokiam oficialiam šaltiniui. Pasirodo, pavyzdžiui, apie kokį Krymo tilto sproginimą. Pasirodė pirmiausia socialiniuose tinkluose, reiškia, pranešimai, bet tai yra iš tikrųjų toks minučių klausimas. Aišku, radijuje tos minutės yra svarbios, bet iš esmės tu turi gauti ir tą oficialų kažkokį bent jau užsikabinimą, ar kad Ukrainos kariuomenė patvirtintų, ar stebėtojai kažkokie iš užsienio valstybių. Vis tiek negali remtis socialiniais tinklais kaip šaltiniu ir paskelbti, kad kažkas atsitiko. Net jeigu atominė elektrinė sprogtų ir prasineštų socialiniuose tinkluose, kad įvyko sproginimas, tai nepulsi skelbti ir gasdinti žmonių, kad sprogo elektrinė remdamasis tuo, kad kažkas parašė socialiniuose tinkluose. Kaip pastarosiomis dienomis, beje, sklinda tokia žinia. Rodo oficialūs duomenys, kad to nėra, radiacinės saugos centras turi savo monitoringą ir t.t. Tai aš manau, kad socialiniai tinklai yra tik kaip toks visiškai šalutinis šaltinis, kurį reikia tikrinti, pertikrinti ir tik tada gali pateikti kaip žinių žiniose. Ar tai būtų radijas, ar televizija ar bet koks kitas žiniasklaidos kanalas.

Dar šiek tiek apie jūsų asmeninį santykį su socialinėmis medijomis. Jūs jungdamasi darbu į socialinius medijas informacijos ar įrašų ieškoti, jungiatės per asmenines paskyras ar turite darbinę susikūrę?

Mes jungiamės per asmenines. Mes nekūrėm specialių paskyrų. Darbu yra darbu. Jeigu mes kažkokį kuriame produktą specialiai socialiniams tinklams, taip, yra speciali paskyra, mūsų įmonės vardas ir pavadinimas. O jeigu mes tiesiog monitoriname, jeigu tai yra kaip tam tikras informacijos šaltinis, tai mes visi dirbame su savo vardais pas mus.

O šiaip savo asmeninėse paskyrose kažkokį turinį apie karą Ukrainoje skelbiate ar ne?

Aš pati esu, jeigu asmeniškai apie mane kalbant, tai nesu baisiai aktyvi socialinių tinklų dalyvė ir apie karą Ukrainoje, bijau pameluoti, gal porą kartų ir esu rašiusi. Kai buvo pati pradžia karo, kai buvo labai ten ekstremalus įvykiai. Tai turi būti išskirtiniai jau atvejai, kad aš rašyčiau ten pati. Dabar iš tikrųjų tas srautas laikosi apie karą Ukrainoje ant entuziastų, jeigu lietuvių kalba kalbant socialiniuose tinkluose, kurie seka tuos įvykius, vertina informaciją, stebi, kas ten yra. Nes taip ir žurnalistai, ir šiaip žmonės, ir visi kiti, tai jie ten daugiau reaguoja į kažkokias einamąsias aktualijas. Karas Ukrainoje, aišku, yra didelė aktualija ir ten derybos ir t.t., bet tu nelabai ką gali ten naujo pasakyti apie tą sėdėdamas Lietuvoje. Tur turi turėti informaciją. Aš visada laikausi principo socialiniuose tinkluose, kad tu geriau nerašyk, jeigu tu neturi, ką pasakyti naujo apie tai. Tiesiog perpostinti kažkokios agentūros pranešimą? Nu tai ką tai duos? Nieko tai neduos. Būdamas socialiniuose tinkluose turi irgi kažką nežinau, gal aš sugadinta, kaip žurnalistė. Man atrodo, kad jeigu tu neturi kažkokios informacijos, kurią nori visuomenei paskleisti, tai geriau ir nerašyk. Tuo remiantis, kadangi apie karą Ukrainoje tokios eksliuzyvinės informacijos nelabai turime, verda kitoje plotmėje tas reikalas, tai kažkaip nelabai mes rašome patys.

6.14. Informantė nr. 2

Vieno pirmaujančių naujienų portalų faktų tikrintoja. Pageidavo likti anonime. Pokalbis vyko „Messenger“ 2025-12-01, trukmė 29:22.

Kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena, kai tenka dirbti su karo Ukrainoje naujienomis?

Tai čia būna beveik kiekviena diena, nes, aišku, dezinformacijos šiomis temomis mes pastebime daugiausiai socialiniuose tinkluose. Tai, sakyčiau, tokios standartinės dienos procedūros būna kiekvieną rytą patikrinti socialinius tinklus, ypatingai tas anketas, profilius, kurias mes sekame, sudarinėjame sąrašus tokių nuolatinių dezinformacijos skleidėjų. Tai pirmiausia pasidomim, ką paskutiniu metu publikavo tie profiliai, koks yra pasiekiamumas žinučių. Ir taip pat skenuojame ir naujienų portalus, kad pasivyti visas aktualijas, nes pagal tai galima numatyti ir kokie dezinformacijos naatyvai, tikėtina, paplis artimiausiomis dienomis.

Tai iš esmės socialiniai tinklai ir yra ta pagrindinė terpė, kur dezinformacijos apie karą Ukrainoje daugiausiai ir plinta?

Tikrai taip.

Galbūt galėtumėte išvardinti, kuriose jūs platformose ieškote, tą monitoringą kur atliekate?

Daugiausiai dirbame su „Facebooku“, kadangi esame „Facebooko“ trečiųjų šalių faktų tikrinimo partneris. Tiesiog patogiausia mums ta platforma būna rasti dezinformaciją, nes ir pats „Facebookas“ duoda prieigą prie tam tikrų įrankių, kurie padeda lengviau monitorinti pačią platformą. Anksčiau buvo toks įrankis „Crowdtangle“, bet, deja, jo palaikymas buvo nutrauktas ir šito įrankio jau nebėra, kuris taip pat buvo naudojamas mūsų tendencijoms sekti socialiniuose tinkluose. Bet iš esmės tikriname informaciją visose socialinių tinklų platformose, tiesiog gal „Facebookas“ būna tas nulinis taškas, nuo kurio mes atsispiriam. Tai yra, jeigu pamatome kažkokius naratyvus plintančius „Facebooke“, tai tada tą pačių naratyvų ieškome kitose socialinių tinklų platformas. Turbūt populiariausias būtų „TikTok“ ir „Telegram“ iš karto po „Facebooko“. Taip pat „Youtube“, bet „Youtube“ gal, sakyčiau, daugiau naudojamas mūsų padalinio rusų kalba.

Galbūt galėtumėt, gal prisimenate, kažkokius pagrindinius, labiausiai dabar pasitaikančius naratyvus tiek iš Ukrainos, tiek iš Rusijos pusės?

Sakyčiau, be abejonės, daugiausiai pastebime būtent iš Rusijos ateinančių naratyvų, priešišku Ukrainai. Ir paskutiniu metu vyksta gana plataus masto dezinformacijos kampanija, nukreipta prieš Ukrainos karius. Tai daugiausiai ji susideda iš trumpų dirbtinių intelekto sukurtų vaizdo įrašų, kuriuose matomi neva prisipažįstantys, pasiduodantys Ukrainos kariai, dezertyruojantys Ukrainos kariai, kurie neva apsiverkę pasakoja, kaip yra blogai fronte. Tai tokių vaizdo įrašų paskutiniu metu pastebim labai daug. Taip pat dirbtiniu intelektu sukurtos klastotės apie Ukrainos karius atsitraukiančius nuo fronto linijos, užleidžiančius pozicijas rusų pajėgoms. Taip pat buvo nepernesiausiai vaizdo įrašai irgi korenguoti dirbtinio intelekto pagalba arba paimti iš įvairiausių tokių standupų, kuriuose amerikiečiai neva verčia, kad praradu sūnus, dukras fronte. Žodžiu, pakankamai plati ir ne vienoje šalyje pastebima definzormacijos kampanija, būtent nukreipta labai tiesiogiai į ukrainiečius ir paremta daugiausiai dirbtinio intelekto kūrinių.

Tai čia dabar daugiausiai Rusijos pavyzdžius išvardijote, bet ar pastebite, Ukrainos kažkokių atsakų socialinėse medijose?

Sakyčiau, kad kadangi mes tikriname informaciją daugiausiai arba rusų kalba, arba lietuvių kalba pasirodančią, tai ne, nepasakyčiau, kad rastume labai tokių atvejų, kur būtų būtent proukrainietiška propaganda, tarkim. Bet, aišku, žinome, kad tokių atvejų yra ir nemažai.

Galbūt galėtumėte išvardinti, kaip jums atrodo, kokie yra socialinių medijų plusai žurnalistams informuojant apie karą Ukrainoje, ir kokie yra minusai?

Tai, aišku, prie pliusų, iš faktų tikrintojos perspektyvos, iš karto galiu pasakyti, kad tai yra vartotojų komentarai. Iš tikrųjų, pusę mūsų darbo nuderba patys vartotojai, nes nemaža dalis jų pastebi, kur yra dezinformacija. Netgi prideda nuorodą į pirminę informaciją, šaltinį. Tai fact-checko apmatai visi jau būna pačiame komentare po dezinformaciją. Tai, aišku, labai džiaugiamės pilietiškais komentatoriais, čia turbūt didžiausias privalumas. Kitas privalumas galbūt, kad rasti viešus komentarus oficialius iš institucijų, iš svarbių pareigūnų apie tam tikrus įvykius, apie kuriuos sklinda dezinformacija, irgi yra paprasčiau pasinaudojus socialinių medijų platformomis. Tarkim, buvo atvejus, susijęs su naftos perdirbimo bendrovių įvykiais Vengrijoje. Buvo vienas toks įvykis ir mes iš karto randame tos bendrovės „Facebook“ oficialioje paskyroje komentarą apie tą įvykį, kas ten buvo, kodėl ten buvo. Labai paprasta surasti informaciją ta prasme, kad tau jau nebereikia įdėti tiek pastangų gaunant oficialius komentarus. Be abejonės, vienas tas komentaras nepakankamas yra mūsų darbe kaip įrodymas, tai jis naudojamas jau tik kaip įrodymų kažkokio derinio sudedamoji dalis.

Aišku, iš neigatyviosios pusės, socialiniai tinklai yra tie, kurie duoda faktų tikrintojams darbą. Turbūt neturėtume to factcheckerio baby boomo, koks jis buvo prieš keletą metų, kai faktų patikros organizacijų kiekis smarkiai išaugo. Be abejonės, visas tas priaugis siejamas su socialinių tinklų populiarėjimu, naujų socialinių tinklų atsiradimu. Sunku

pasakyti, aišku, jeigu mes neturėtume socialinių medijų platformų, kokią mes turėtume informacijos ekosistemą be jų. Greičiausiai atsirastų kiti metodai, kaip skleisti tą dezinformaciją. Bet socialiniai tinklai smarkiai padidino tą sklaidimą, spartą. Taip pat lengviau dezinformacijos skleidėjams yra prasitestiui tam tikras idėjas, matome, aišku, dažniausiai stebimos anketos būna absoliučiai nepopuliarios, bet kadangi postina kas penkias sekundes kokią dezinformacinę žinutę, matome kaip testuojamos auditorijos, kuri gi ta žinutė, kuris naratyvas užkibs ir lietuviams sueis ir pasieks didesnius peržiūrų skaičius.

Dar iš to, ką kalbėjote, momentą užfiksavau. Sakėte, kad einate į oficialias paskyras ir čia kaip fact checkinimo proceso dalis, kad oficialiose paskyrose galima rasti informaciją arba patvirtinančią, arba paneigiančią. Ar jūs pasitikite visų profilių skelbiama informacija, ar yra buvę tokių atvejų, kai matote pareigūnų įkeltą postą ir galvojate, kad dar ir šitą reikia patikrinti?

Būna dvejonės ir tas faktų tikrinimo kelias jis ir yra apie tai, kad mes tikriname ir tų pareigūnų paskelbtą informaciją. Galų gale persižiūrime ir kituose šaltiniuose, ką apie tai skelbia kitos žiniasklaidos priemonės, pasirinkiojame ir kitų įrodymų. Dėl to ir nurodžiau, kad vienas tas postas iš oficialios paskyros jis nėra pakankamai svarus įrodymas mūsų darbe. Aišku, jeigu jau apie tą pačią naujieną mes matome begalę ir profesionalioje žiniasklaidoje žinučių, ir tas postas iš oficialios paskyros tik patvirtina tia, ką sugebėjome jau atrasti, tada viskas yra gerai su tuo.

Norėčiau pereiti prie priemonių ir įrankių, jūsų kasdieninės duonos, kaip jūs tikrinatė informaciją. Platus klausimas, norėčiau, kad aptartumėte ir kaip nuotraukas tikrinatė, ir kaip vaizdo įrašus, visą komplektą.

Tai, aišku, patys populiariausi informacijos patikros įrankiai, ką mes naudojame, yra „Google Lens“ arba atvirkštinė vaizdų paieška vadinama. Sakyčiau, pats populiariausias įrankis, kas ateina į galvą. Iš tikrųjų mes matome, kad nuo tų laikų, kai naudojome „Reverse Image Search“ iki dabar, kai naudojame „Google Lens“, tas įrankis smarkiai patobulėjo. Be abejonės, matome, kad jis, ypatingai dabar prie jo pridėtos funkcijos matyti tuos summary aprašymus, sukurtus dirbtinio intelekto, kelia didžiulę grėsmę misinformacijos, dezinformacijos plitimui, kadangi summarizing tool jis ne pakankamai gerai išvystytas ir labai dažnai pasako tai, ko neturėtų pasakyti ir gali vartotojus klaidinti. Bet faktų tikrintojo darbe, profesionalaus faktų tikrintojo darbe šitas įrankis yra nepamainomas.

Kitas įrankis, sukurtas specialiai faktų tikrintojams, bet prieinamas plačiai visuomenei, „InVID & WeVerify“. Tai šitas įrankis daugiausiai istoriškai jis buvo sukurtas pasitikrinti vaizdo įrašus ir, turbūt, populiariausia jo funkcija visais laikais buvo galimybė išskaidyti vaizdo įrašą į atskirus kadrus ir tada su kiekvienu iš tų kadrų atlikti atvirkštinę vaizdų paiešką skirtingose paieškos platformose vienu kartu. Vadinasi, nereikia atskirai eiti į kiekvieną tą platformą ir ieškoti vaizdų paieškos kiekvienoje iš jų. Sakyčiau dabar, kai „Google Lens“ išpopuliarėjo, tai „InVID & WeVerify“ reikia vis mažiau, nes panašias funkcijas atlieka ir „Google Lens“. Bet, aišku, be tos vaizdų paieškos, kuris padeda atsekti ir pirminį vaizdo šaltinį, pasižiūrėti, kada vienas ar kitas vaizdo įrašas pasirodė internete anksčiausiai, taip pat surasti daugiau kontekstinės informacijos apie konkretų vaizdo įrašą, tai „InVID & WeVerify“ įrankis taip pat padeda ir sužinoti daugiau duomenų apie vaizdo įrašus arba paveikslėlius. Tai ir metaduomenis jis parodo, aišku, mes žinome, kad metaduomenimis negalima pasitikėti, juos reikia pertikrinti, pagrįsti papildomais įrodymais. Taip pat jis padeda atpažinti nuotraukose tam tikras klaidas, kurios pasitaiko paveikslėliuose iš naujo suspaudžiant ir kas gali rodyti, kad į jį buvo skaitmeniniu būdu kažkaip įsikišta. Taip pat optinis ženklų atpažinimas irgi labai naudinga funkcija, jeigu mes tikriname kažkokį vaizdo įrašą ir matome užrašus nesuprantama mums kalba.

Taip pat iš tokių dirbtinio intelekto įrankių, ką norėčiau paminėti, tai „Open Notebook LM“. Žodžiu, „Google Notebook“. Šitas įrankis mums leidžia įkelti vaizdo įrašą arba įkelti kažkokį dokumentą į platformą ir paprašyti, kad įrankis tiesiog apibūdintų, kas ten yra vaizduojama. Taip pat atsakytų į tam tikrus klausimus. Žymiai lengviau yra tarkim, negu su tradiciniais geolokacijos įrankiais, kur anksčiau mes naudodavome ir, aišku, „Google Maps“, palydovinius žemėlapius, tada „SunCalc“ būdavo toks įrankis, naudojamas dienos paros meto nustatymui pagal šešėlių padėtį vaizdo įrašuose arba nuotraukose. Tai galima sakyti, kad „Notebook“ pakeitė šituos įrankius, todėl, kad su dirbtinio intelekto pagalba tampa žymiai lengviau nustatyti, tarkim, konkrečią vietą, kur tam tikras vaizdo įrašas buvo nufilmuotas. Tai, sakyčiau, pagrindiniai įrankiai, kuriais naudojames, būtų šitie.

O dažniausiai jums darbe tenka tikrinti vaizdinę medžiagą, kaip suprantu? Ar būna po lygiai visko?

Būna tikrai labai įvairiai. Sakyčiau, vaizdinė medžiaga dabar dominuoja, ar tai būtų nuotraukos, ar tai būtų vaizdo įrašai. Dažniausiai, aišku, pastebime didžiulį augimą dirbtiniu intelektu sukurtos vaizdinės medžiagos socialiniuose tinkluose. Bet taip pat tikriname ir straipsnius, tekstinę medžiagą. Tai su straipsniais, tekistine medžiaga kažkokių ypatingų įrankių skaitmeninių mes nenaudojame. Tiesiog naudojame strategiją, vadinamą lateral reading arba šoniniu skaitymu, medijų informacinio raštingumo sąvoka, nurodanti, kad tiesiog apie vieną šaltinį, kurį mes tikriname, atsiradome daugybę langų, todėl dabar pas mane gazilijonas naršyklės langų atidaryta ir tada ieškome kituose šaltiniuose informacijos apie tą šaltinį, kurį mes tikriname. Tai, aišku, vardai, datos, įvykiai, bet kokios nuorodos, kas gali mums padėti. tai teksto tikrinimas vis dar vyksta labai smarkiai rankiniu būdu.

Pradžioje minėjote tuos įrašus, kuriuos rusai su dirbtiniu intelektu generuoja, kad diskredituotų ukrainiečius. Kas jums tuose vaizdo įrašuose išduoda, kad čia yra dirbtinio intelekto sukurtas? Kartais tikrai jų būna padaryti tokių, kad sunku atpažinti.

Taip, šiaip, beje buvo visai neperseniai Andriaus Mamontovo besibučiuojančio su vienu biču labai aistringai vaizdo įrašas išplatintas.

Wow.

Ir jis buvo wow, jis buvo labai labai creepy tikslus. Bet apskritai, kadangi mes nežinome, kas bus ateity. Anksčiau būdavo tas patarimas, aš labai pasiilgstu to patarimo, kad pasižiūrėk, kiek pirštų ant rankos yra. Jeigu šeši, vadinasi dirbtinis intelektas. Tai šitas jau nebeveikia dažniausiai. Bet kas vis dar veikia, tai jeigu vaizdo įrašas yra įtartinais trumpas, iki 10 sekundžių. Dirbtiniam intelektui vis dar sunku sukurti įtikinamą vaizdo įrašą, kuris būtų ilgesnis. Tia jeigu tai yra kažkoks snippet 8-10 sekundžių, čia yra geras indikatorius, kad tai yra dirbtinio intelekto kūrinys. Aišku, visada žiūrime, kaip juda fonas ir figūra, esanti fone. Tai, dažniausiai, jeigu tai yra dirbtinio intelekto kūrinys, mes matysime kažkur tai nenatūralų išsitampymą, tai jeigu juda pašnekovo kaklas, juda ir kažkodėl ir fonas, jeigu juda klubas, juda ir kėdė, tos linijos jos labai smarkiai vis dar yra sukljuotos figūros, kurią mes matome, su fonu. Tai tai išduoda. Aišku, visada naudinga, jeigu mes kalbame apie aukšto rango pareigūnus, pasirodančius vaizdo įrašuose, tarkim Zelenskio labai daug matėm dirbtiniu intelektu sukurtų klastočių. Pasižiūrime, kaip nuotraukose atrodo tas tikrasis Zelenskis. Jeigu dantys kažkokie keisti... Vis dar žiūrime į detales. Ausys, dantys, akys, kaip žmogus mirksi vaizdo įrašė, visi šie požymiai gali išduoti, kad tai yra dirbtinio intelekto kūrinys. Aišku, daugelis iš jų yra vis dar lengvai atpažįstami dėl tų tokių labai susiliejusių, labai jau švelnių kontūrų, kas dažnai neatrodo kaip tikras žmogus ir neatrodo kaip tikras vaizdo įrašas. O toliau jau eina, aišku, jeigu kalbame apie garso įrašą, čia vėl atskira teritorija. Yra įrankių, kurie padeda parodyti garso bangas, kaip jos atrodo. Jeigu yra kažkokie keisti pasikartojimai tame, kaip tas įrašas garso padarytas, tai irgi yra indikatorius, kad yra dirbtinio intelekto kūrinys. Paprastai natūralus žmogaus balsas būna žymiai mažiau nuspėjamas, toks žymiai keisčiau banguotas negu dirbtinio intelekto šedevras.

O programų, nepamenu, neminėjot, kur būtų galima įdėti vaizdo įrašą kažkokį ir paklausti, ar čia yra sugeneruota dirbtinio intelekto?

Yra šitokių programų, taip, ir jos tai gali padaryti ir vaizdo įrašą įkėlus, ir nuotrauką įkėlus. Bet problema, kad tikrinant su 10 skirtingų programų, tikriausiai, kad visos 10 rodys skirtingus labai rezultatus. Ir iki tiek skirtingus, kad vienas rodys, kad 96 proc. tikimybė, kad tai yra dirbtinio intelekto kūrinys, o kitas rodys, kad greičiausiai tik 5 proc., kad čia dirbtinis intelektas sukūrė. Tai šie įrankiai toje dirbtinio intelekto aušroje atrodė, kad jie kažkaip veikia ir lyg ir norėjosi, kad jie kažkaip tobulėtų, tai mano profesionalia nuomone tai jie labai smarkiai važiuoja į lankas. Yra tikimybė, bent jau, nežinau, kaip yra su vaizdo įrašų atpažinimo įrankiais, kaip jie monetizuoja, tiesą pasakius, giliau nesigilinau, bet bent jau su teksto atpažinimo įrankiais tai yra toks triukas, kad nemaža dalis jų, jeigu įdedi dirbtinio intelekto, tarkim, įdedi bet kokią tekstą ir tas įrankis atpažinimo sakys, senį 95 proc., kad čia dirbtinio intelekto sukurtas dalykas yra, bet jeigu tu mus subscribinsi, mes tau humanizuosime šitą tekstą ir padarysime, kad jis nebūtų kaip dirbtinio intelekto sukurtas. Aš manau, kad visos tos atpažinimo platformos, geros jos jau buvo mokamos ir anksčiau, o blogos bando monetizuotis, matyt, tokiais būdais. Kaip ir virusinės kompiuterio apsaugos programos, kurios visos rodys, kad jau ten velnias, tavo kompiuteriui šakės, bet iš tikrųjų gal nėra taip. Tokia, deja, liūdna gana padėtis su tais įrankiais.

O patį dirbtinį intelektą faktų tikrinimui, konteksto priminimui naudojate ar vengiate?

Aš esu gana skeptiškai nusiteikęs, bet čia yra turbūt labiau mano asmeninė nuomonė. Aišku, mūsų redakcijos politika labai aiškiai apibrėžia, kur žurnalistas savo darbe gali naudoti ir kur negali naudoti dirbtinio intelekto. Jokių tekstų ar antraščių kurimo dirbtiniu intelektu, apie tai negali būti nė kalbos. Informacijos paieškai greitesnei, kartais mes jį pasitelkiame, bet niekada nepasitikim. Tai jeigu pavyko rasti gerą šaltinį, gera informacija, tai valio, pasisėkė, bet mes visada pertikriname po kelis kartus, ar tikrai vienas ar kitas dalykas buvo paminėtas tame šaltinyje. Ypatingai „Gemini“, mes pastebėjome, „Claude AI“ labai įtikinamai bando pameluoti. Tai yra, duoda realų šaltinį, Standfordo apžvalgą ir pan. ir tokį maždaug realybę galintį atitikti faktą pateikia, kurio to fakto mes atsidarę tą apžvalgą nerasime niekur. Tai kartais pasinaudojame paieškai, taip, bet visada pertikriname ir ne po vieną kartą tą informaciją, nes nu labai didelė klaidų rizika, labai didelė.

Labai daug žmonių dabar naujienas apie karą Ukrainoje gali sužinoti iš socialinių medijų ir konkrečiai „Telegram“. Vytaujant tokiai tendencijai, kaip jūs apibrėžtumėte, kokį vaidmenį atlieka žurnalistai?

Sakyčiau, kad aš niekada neraginsiu žmonių pasitikėti, kad ir koks yra geras tinklaraštininkas, profesionalus turinio kūrėjas ir pan. Niekada neraginsiu į jį žvelgti kaip į profesionalų žurnalistą. Vis dėlto žurnalistus riboja ir labai aiškos atsakomybės, tų kurie dirba naujienų portaluose. Mes prisiimame labai didelę atsakomybę už tokį turinį, kurį mes publikuojame. Žmogus gali būti tikras arba beveik tikras, kad ta informacija yra teisinga. Žurnalistai, aš žinau, kad žurnalistai naudoja ir socialiniuose tinkluose, tarkim, „Nextoj“ publikuojamą turinį, bet tai visada bus nurodyta, kad tai yra „Nexta“ turinys, kas automatiškai reikštų, kad 100 proc. šiuo turiniu negalima pasitikėti. Čia vienareikšmiškai, jeigu nori greitos informacijos, kuri tau vienodai šviečia, ar ji yra teisinga ar ne, tu galbūt ten žiūri blogerius, vlogerius, tinklaraštininkus socialiniuose tinkluose ar panašias platformas. Jeigu tau yra svarbus informacijos tikslumas ir gali palaukti tą pusvalandį, kol žurnalistas patikrins informaciją ir publikuos tekstą, tai geriau jau palauk, nes mes matome ir iš, takim, profesionalų, kurie pakankamai kompetetingai, atrodytų, rašo ir karo, ir gynybos temomis, mes matome kliurkų, kurias jie padaro. Tikrai yra tekę patikrinti ir gerbiamų socialinių tinklų atstovų postus, kur tiesiog matosi, kad žmogus paskubėjo, ai, tikriausiai, tiesa, nes skamba kaip tiesa ir pasipostino. Tai mes jų nelaikome dezinformacijos skleidėjais taip ir karto, bet būna, tikrai būna. O žurnalistams būna, mano manymu, mažiau tokių atvejų.

Kaip manote, ta greičio poreikis vis tiek kažkokias rizikas žurnalistams kelia?

Be abejonės, nes tai yra pakankamai laikui imlus darbas ir atsakingas darbas. Tikrai nesakysiu, kad mūsų žiniasklaida niekada neklysta. Klysta. Ir faktų tikrintojai būna, kad klysta. Aišku, kaip faktų tikrintojas tu, atrodo, kad turi mažiau tų šansų ir galimybių klysti, nes labai negražu bus. Bet ką gali geriausia padaryti žiniasklaida tokiu atveju, tai prisiimti visišką atsakomybę, raudonai, oranžiniai, bet kaip, kad tik skaitytojai matytų, parašyti, kad turinys buvo keistas, taisytas, pridėti datą, kada jis buvo keistas, taisytas ir labai viešai prisiimti absoliučiai visą atsakomybę už klaidas taip pat.

Dar šiek tiek apie jūsų pačios asmeninį santykį su socialinėmis medijomis. Ar pati postinate kažką, kas susiję su karu Ukrainoje?

Tiesą pasakius, ne. Laikausi, bet čia irgi mano, kaip asmeninė tokia nuomonė, kad aš labiau socialines medijas naudoju savo asmeniniams, laisvalaikio poreikiams ir vengiu nuomonės žurnalistikos žanro. Nemeluosiu, kartais pagalvoju, kad gal reikėtų vis tik į tą žanrą atkreipti daugiau dėmesio ir tikrai palaikau kolegas, kurie aiškiai publikuoja savo, tarkim, kas lieka už kadro, tekstuose, savo įžvalgas, savo pastebėjimus tam tikromis temomis. Tai manau, kad tas nuomonės žurnalistikos žanras turėtų būti sveikintinas, ypatingai jeigu tai ateina iš profesionalių žurnalistų. Nes tokiu atveju mes socialiniuose tinkluose tą pasitikėjimą žurnalistais stipriname ir duodame, suteikiame skaitytojams irgi šansą pamatyti tą žurnalistą, ne tik remtis, tarkim, influencerių, tinklaraštininkų ir pan. nuomone, bet suprasti, kad žurnalistai irgi turi tam tikrą požiūrį į tam tikrus įvykius.

6.15. Informantė nr. 1

Vieno iš pirmaujančių naujienų portalų Lietuvoje dienos redaktorė. Pageidavo likti anonime. Atsakymai į interviu klausimus pateikti raštu 2025-11-03.

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis.

Prasidėjus karui Ukrainoje dirbau dienos redaktore, todėl su šios temos naujienomis netiesiogiai pradėjau nuo pirmos karo dienos. Vėliau, praėjus keliems (1-2 mėnesiams, tiksliai neprisimenu), pradėjau dirbti tik karo klausimui skirtoje pamainoje vieną savaitę per mėnesį.

Kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena, kai dirbate su karo Ukrainoje naujienomis?

Šiuo metu dirbu kitoje žiniasklaidos priemonėje dienos redaktore, čia šios temos naujienas didžiąja dalimi padengia būtent dienos redaktorius kartu su užsienio naujienų redaktore. Rytinė pamaina ruošia *live blog* tekstą, jį per dieną pildo svarbiausiomis karo naujienomis, ruošia atsikras su šia tema susijusias publikacijas.

Iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą apie karą Ukrainoje?

Įvairių užsienio šaltinių, pagrindiniai: Reuters, Unian, Ukrinform, RBK-Ukraina, Kyjiv Independent, The Moscow Times, BBC, CNN, The Guardian, Bloomberg. Ukrainos specialiųjų tarnybų pranešimai (kariuomenės, žvalgybos, priešgaisrinės tarnybos ir t.t.).

Kokiais tikslais atsigręžiate į socialines medijas darbe?

Ieškant informacijos tarnybų bei analitikų paskyrose.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje?

Prioritetiškai duodčiau antrąją vietą, ypač patogų rasti tarnybų pranešimus.

Kokias socialinių medijų platformas darbui karo Ukrainoje temomis naudojate?

X, Facebook, Truth Social, Telegram.

Kurios platformos jums atrodo patikimiausios ir kodėl?

Facebook, X, nes čia galima matyti tapatybę patvirtintų asmenų/institucijų paskyras.

Kokius kanalus/profilus sekate ir pagal kokius kriterijus juos atsirenkate? Kokių šalių jie dažniausiai yra?

Ukrainos gynybos pajėgų, Ukrainos specialiųjų situacijų tarnybos, Ukrainos žvalgybos, Volodymyro Zelenskio ir jo kabineto narių paskyras, kelių Ukrainos sričių vadovų paskyras (ypač tų, kurios dažnai yra apšaudomos Rusijos).

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus išvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis?

Operatyviai dalinamasi informacija.

Kokius pagrindinius socialinių medijų trūkumus, rizikas, iššūkius išvelgiate dirbant su karo naujienomis?

Netikros naujienos, kontraversiški, *trolių* rašomi komentarai.

Kuriose platformose pastebite daugiausiai dezinformacijos? Kokia ji?

Tiktok, Facebook.

Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) informacija dominuoja jūsų socialinių medijų sraute?

Ukrainos.

Kurios pusės manipuliacijų socialinėse medijose pastebite daugiau?

Rusijos.

Pagal kokius kriterijus nusprendžiate, ar naudosite socialinėse medijose rastą medžiagą?

Jei tai institucijos skelbiama informacija, ieškau jos skelbiamos ne tik jos soc. tinkluose, bet ir jos oficialiame tinklapyje.

Kaip nusprendžiate, kurių paskyrų turinį būtina papildomai tikrinti? Kurių turinio papildomai netikrinate?

Jei tai nauja paskyra, skelbiama kontraversiška informacija.

Kokių šaltinių, platformų ar turinio tipų sąmoningai nenaudojate? Kodėl?

Prokremliškos Rusijos žiniasklaidos ir naujienų agentūrų dėl aktyviai skelbiamų propagandinių naratyvų.

Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikrinate socialinėse medijose randamą turinį?

Ieškau kelių tą informaciją skelbiančių šaltinių, pirminio šaltinio, jei informacija kelia įtarimą ir yra nurodyta institucija/asmuo, kuris dalinasi ta informacija, ieškau jų soc. tinkluose.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Nenaudoju, niekad nebandžiau.

Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?

Cituoju, nurodydama, kad šios informacijos patikrinti neįmanoma.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Taip. Visada yra rizika pasidalinti *fake news*.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

Redakcijoje yra buvę tokių atvejų. Paaiškėjus tiksliai informacijai publikacija nedelsiant tikslinama nurodant, kokia informacija buvo skelbiama prieš tai ir kad tai buvo netiksli informacija.

Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Tikrinti bent kelis šaltinius, ieškoti pirminio šaltinio.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą. Kaip vertintumėte šio sprendimo įtaką turiniui, kurį jums rodo algoritmai?

Asmenines. Šis klausimas redakcijoje niekada nebuvo keliamas, kad turėtų būti naudojamos darbovietės paskyros dėl algoritmų. Algoritmas asmeninėje paskyroje išties gali būti paveiktas, nes asmenines paskyras naudoju ne tik darbo, bet ir asmeniniais tikslais.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Manau, kad žurnalistas, kitaip nei kiti vartotojai turi didesnę atsakomybę net ir asmeninėse paskyrose dalintis patikima informacija, nes tai gali daryti įtaką ne tik sekėjams, kurie tave seka kaip žurnalistą, bet ir artimajai aplinkai.

Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

Objektyvumas atskiriamas nuo asmeninių pažiūrų, kurios negali niekaip daryti įtakos pateikiamai informacijai. Sekant tik soc. medijų srautą šią ribą išlaikyti sudėtinga, ypač, kai norisi savo paskyroje dalintis tam tikra informacija. Asmeniškai esu nusprendusi informaciją savo asmeninėse paskyrose nesidalinti, siekiant išvengti interesų konfliktų.

Kokį turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Nesidalinu. Esu pasidalinusi keliais *story* tipo įrašais, skatinančiais remti Ukrainos gynybos pastangas, taip pat su skatinimu remti Lietuvos gynybą per Valstybės gynimo fondą.

Kokiais atvejais jūsų socialinėse medijose skelbiama informacija tampa šaltiniu kitiems?

Jokiais, darbine informacija nesidalinu.

Kaip darbo vieta (Ukrainoje ar nuotolinis darbas) veikia žurnalistų gebėjimą išlaikyti objektyvumą? Kuriam žurnalistui lengviau išlikti objektyviam?

Sudėtinga vienareikšmiškai atsakyti. Manychiau, Ukrainoje dirbantis žurnalistas labiau yra liudytojas: dalinasi tuo, ką mato tuo metu vietovėje, kurioje dirba. Čia labiau kalba eina apie žmonių išgyvenimus, gyventojų patyrimus, kurie nelabai gali būti ginčijami. Nuotoliu su Ukrainos karo tema dirbantis žurnalistas labiau dalinasi viešai prieinama informacija apie globalesnius šalies reikalus, kuriam objektyviam išlikti gali koją kišti intensyvi dezinformacija soc. tinkluose.

6.16. Andresa Repšytė, [tv3.lt](https://www.tv3.lt) aktualijų/užsienio skyrių žurnalistė, dienos redaktorė

Atsakymai į interviu klausimus pateikti raštu, 2025-10-01.

Papasakokite kada ir kaip pradėjote dirbti su karo Ukrainoje naujienomis.

Su karo Ukrainoje naujienomis pradėjau dirbti jau pirmosiomis plataus masto invazijos valandomis. Kalbinausi politikus, karybos ekspertus, lietuvių bendruomenės Ukrainoje narius, sekiau užsienio žiniasklaidos srautą.

Kaip atrodo eilinė jūsų darbo diena, kai dirbate su karo Ukrainoje naujienomis?

Rengiu informacinius ir analitinius straipsnius, verčiu ekspertų, politikų pasisakymus, ukrainiečių pasakojimus.

Iš kur imate informaciją ir kitą medžiagą apie karą Ukrainoje?

Iš patikimų užsienio žiniasklaidos priemonių, nušviečiančių tarptautinės politikos ir pasaulio įvykių naujienas (*Politico, The Guardian, The Washington Post, CNN, BBC* ir kt.), Ukrainos, Rusijos medijų. Įvykius ir pasisakymus šia tematika seku ir socialiniuose tinkluose (dažniausiai *X, Telegram, Facebook*).

Kokiais tikslais atsigręžiate į socialines medijas darbe?

Jas pasitelkiu kaip darbo įrankį informacijos rinkimui, analizavimui. Socialinėse medijose neretai greičiau nei tradiciniuose kanaluose pateikiami svarbiausi įvykiai realiuoju laiku, vaizdo medžiaga, o politikai, konfliktų zonose dirbantys žurnalistai ir karo ekspertai dažnai jas naudoja kaip platformą informacijos ir analizių sklaidai – tai ypač svarbu faktų tikrinimui.

Kokią vietą socialinės medijos užima jūsų darbe, lyginant su tradiciniais šaltiniais, nušviečiant karą Ukrainoje?

Tai neatsiejama žurnalistinės veiklos dalis, todėl užima ne ką mažesnę vietą nei tradiciniai šaltiniai. Socialinės medijos svarbios sekant naujienas, susijusias su karu Ukrainoje ir kitais tarptautiniais konfliktais, nes suteikia papildomo konteksto reportažams ar siekiant greitai nušviesti įvykius, kai tradiciniai kanalai vėluoja juos pateikti.

Kokias socialinių medijų platformas darbui karo Ukrainoje temomis naudojate?

Dažniausiai *Telegram, X, Facebook, Instagram, Truth Social, Youtube*.

Kurios platformos jums atrodo patikimiausios ir kodėl?

Visos išvardytos. Patikimumas karo tematika priklauso nuo informacijos skleidėjo – šaltinio. Svarbu įsivertinti siunčiamą žinutę, o skelbiamas naujienas vertinti kritiškai ir patikrinti bent keliuose kanaluose.

Kokius kanalus/profilus sekate ir pagal kokius kriterijus juos atsirenkate? Kokių šalių jie dažniausiai yra?

Patikimų Lietuvos ir užsienio karo ekspertų, analitikų, politikų, žurnalistų profilius, kariuomenių, parlamentų ir kitų oficialių institucijų kanalus. Juos atsirenku pagal įvairius kriterijus: faktų tikslumą, informacijos sklaidos greitį ir kt. Dažniausiai remiuosi Vokietijos, JAV, JK, Ukrainos, Lenkijos ir Prancūzijos kanalais. Seku ir rusų tradicines ar opozicijos socialines medijas ir žiniasklaidos priemones.

Kokius pagrindinius socialinių medijų privalumus išvelgiate dirbant su karo Ukrainoje naujienomis?

Informacijos sklaidos greitis, galimybė palaikyti tiesioginį ryšį su šaltiniu, bent kelių nepriklausomų šaltinių skleidžiamos informacijos patikrinimas.

Kokius pagrindinius socialinių medijų trūkumus, rizikas, iššūkius išvelgiate dirbant su karo naujienomis?

Informacijos yra daug, neretai ji būna nepatikima, dezinformuojanti, netiksli ar pasenusi. Atsiradus dirbtiniam intelektui iškilo ir papildomų iššūkių, kai paskelbta vaizdo ar garso medžiaga gali būti suklastota, siekiant suklaidinti auditoriją.

Kuriose platformose pastebite daugiausiai dezinformacijos? Kokia ji?

Daugiausiai *Tik Tok, Telegram* platformose. Skleidžiamas turinys nėra kontroliuojamas, todėl jose puiki terpė veistis propagandistams, botams. Neretai pastebiu melagingą vaizdo turinį – įvairias iškarpas, pagrįstai nesusijusias su kontekstu, interpretacijas be argumentų ir faktų.

Pagal kokius kriterijus nusprendžiate, ar naudosite socialinėse medijose rastą medžiagą?

Pagal šaltinio patikimumą, pateiktos informacijos tikslumą, kuris pagrįstas konkrečiais įrodymais – nuotraukomis, vaizdo įrašais, dokumentais, taip pat ir etiškumą, aktualumą.

Kaip nusprendžiate, kurių paskyrų turinį būtina papildomai tikrinti? Kurių turinio papildomai netikrinate?

Papildomai netikrinu valstybių vadovų, oficialių institucijų skelbiamo turinio socialinėse medijose. Neretai tenka patikrinti informaciją, kurią skelbia analitikai, civiliai gyventojai, nes naujienų turinys jų paskyrose gali būti interpretuotas netiksliai.

Kokių šaltinių, platformų ar turinio tipų sąmoningai nenaudojate? Kodėl?

Šaltinių, kurių skelbiama informacija negali būti patikrinta ar gali sukelti pavojų, yra netiksliai. Tai svarbu, nes karinio konflikto kontekste nepatikimos informacijos paskleidimas gali turėti rimtų pasekmių.

Kokiomis priemonėmis, įrankiais ar metodais tikrinate socialinėse medijose randamą turinį?

Tikrinu kelis nepriklausomus šaltinius, atsižvelgiu į konkrečius sutapimus – datą, vietovę, informacijos turinio detales.

Ar teisingai suprantu, kad ieškote tos pačios medžiagos kituose šaltiniuose?

Taip, nebūtinai analogiškos, bet susijusios su skelbiamu turiniu. Tiek socialinių medijų kanaluose, tiek žiniasklaidos priemonėse, tiek institucijų tinklalapiuose. Dėl neskubaus klausimo ar įvykio kreipiamės į ambasadas ar kitus oficialius šaltinius, kad patikslintų informaciją.

Įvertinkite dirbtinio intelekto naudojimą informacijai ar kitai medžiagai tikrinti.

Esu pasitelkusi dirbtinį intelektą, kad patikrintų tam tikrą informaciją, jei pati nerandu šaltinio. Taip pat galima paklausti, ar turinys panašus į sugeneruotą dirbtinio intelekto.

Ką renkatės daryti, kai negalite patikrinti socialinėje medijoje rastos informacijos, bet matote, kad ji sparčiai plinta socialinėse medijose ir yra labai įdomi jų vartotojams?

Neskelbiu, nebent ja dalinosi patikimas šaltinis. Žurnalisto tikslas pateikti patikrintą informaciją karo tematika, o ne ją skelbti siekiant tik sudominti ar šokiruoti skaitytoją, žiūrovą.

Kokias redakcijoje turite vidines taisykles ar neformalias praktikas, kaip elgtis su kvestionuotina medžiaga iš socialinių tinklų?

Konsultuojamės su ekspertais, kolegomis ar institucijomis.

Ar informaciją sekate naudodami asmenines paskyras socialinėse medijose, ar turite tam skirtas atskiras darbo paskyras? Papasakokite, kodėl pasirinkote tokį būdą.

Informaciją seku naudodama savo asmenines paskyras, nes atskirų tam skirtų darbo paskyrų redakcijoje neturime. Seku daug įvairių šaltinių, nepriklausomai nuo politinių pažiūrų, ideologijos, todėl turinį matau įvairų. Tai leidžia suprasti, kaip įvairios visuomenės grupės reaguoja į įvykius ir juos interpretuoja.

Kurios pusės (Rusijos ar Ukrainos) informacija dominuoja jūsų socialinių medijų sraute?

Ukrainos.

Kurios pusės manipuliacijų socialinėse medijose pastebite daugiau?

Rusijos, tačiau ir Ukrainos pusės skelbiamą informaciją svarbu vertinti kritiškai.

Ar sutinkate su teiginiu, kad žurnalistai yra priversti reaguoti į socialinių medijų turinį ir juo kuo greičiau pasidalinti savo kanale? Jei taip, kokias rizikas šis greičio poreikis kuria?

Sutinku. Jei turinys nebuvo pakankamai patikrintas, paskelbta informacija naujienų kanale gali būti klaidinga – tiek dezinformuoti, tiek skleisti propagandą ar sukelti paniką ir pavojų, ypatingai karo kontekste. Tai gali pakenkti ne tik ją skelbusio žurnalisto reputacijai, bet ir žiniasklaidos priemonės.

Ar yra tekę susidurti su atvejais, kai pasidalinus socialinėse medijose paskelbtu turiniu vėliau paaiškėjo, jog tai buvo netiesa, klastotė ar neaktualus turinys? Kokių veiksmų redakcijoje ėmėtės?

Asmeniškai neteko, bet tokioje situacijoje svarbu reaguoti greitai – ištaisyti klaidą ir paneigti klastotes patikimais konkrečiais faktais.

Kadangi socialinių tinklų vartotojai taip pat gali matyti tą pačią informaciją, kaip ir jūs, kokį vaidmenį matote sau kaip žurnalistui?

Surinkęs faktus žurnalistas privalo juos patikrinti, pateikti išanalizuotą informaciją ir kontekstą, kad žmonės pasiektų patikimas turinys.

Kaip žurnalistas sekdamas tik socialinių medijų srautą, gali likti objektyvus ir kaip tą objektyvumą suvokiate?

Svarbiausia – faktų tikrinimas ir bent kelių patikimų šaltinių pasitelkimas, skirtingų nuomonių publikavimas be asmeninio vertinimo. Žurnalistinės etikos principų laikymasis.

Kokį turinį savo socialinių medijų profiliuose skelbiate apie karą Ukrainoje?

Savo asmeniniuose profiliuose neskelbiu.

Literatūros ir šaltinių sąrašas

1. Alejandro, Jennifer, „Journalism in the Age of Social Media“, Reuters Institute, žiūrėta 2024-12-28, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-age-social-media>;
2. Babacan, Kazım, Mehmet Sinan Tam, „The Information Warfare Role of Social Media: Fake News in the Russia - Ukraine War“, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2022, 75–92;
3. Bacys, Tomas, „Rusijos ir Ukrainos konfliktas socialinių tinklų informacinio karo kontekste: ekspertų požiūris“, (straipsnis, Klaipėdos universitetas, 2018);
4. Bennett, W. Lance, William Serrin, „The Watchdog Role of the Press“, *The Institutions of American Democracy: The Press*, ed. Geneva Overholser ir Kathleen Hall Jamieson, (New York: Oxford University Press, 2006), 395–405;
5. Bonini, Tiziano & Fesneau, Elvina & Perez, J. & Lüthje, Corinna & Jedrzejewski, Stanislaw & Pedroia, Albino & Rohn, Ulrike & Sellas, Toni & Starkey, Guy & Stiernstedt, Fredrik, „Radio formats and social media use in Europe – 28 case studies of public service practice“ *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12, No. 1, 2, (2014), 89–107;
6. Broersma, Marcel; Scott A. Eldridge II, „Journalism and Social Media: Redistribution of Power?“ *Media and Communication*, 7, No. 1, 2019, 193–197;
7. Centre for Democracy and Rule of Law, „Social media’s impact on the Ukrainian news and publishing space after the full-scale invasion“, 2023, žiūrėta 2025-04-13, <https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Social-medias-impact-on-the-Ukrainian-news-and-publishing-space-after-the-full-scale-invasion.pdf>;
8. Chawla, Mansi, „Unveiling the Impact of Mass Media on Society“, KRMU, žiūrėta 2025-04-24, <https://www.krmangalam.edu.in/blog/impact-of-mass-media-on-society/>;
9. Cinelli, Matteo, Gianmarco De Francisci Morales, Alessandro Galeazzi, Walter Quattrociocchi, „The echo chamber effect on social media“, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, nr. 9, 118, (2021);
10. Ciuriak, Dan, „The Role of Social Media in Russia’s War on Ukraine“, SSRN, 2022, žiūrėta 2025-06-06, <https://ssrn.com/abstract=4078863>;

11. Daniela Musicco-Nombela, „THE GLOBAL VILLAGE Globalization, rethinking McLuhan in the 21st century“, *Comunicación y Hombre*, (2022), <https://comunicacionyhombre.com/en/article/the-global-village-globalization-rethinking-mcluhan-in-the-21st-century-4/>;
12. Divon, Tom, Moa Eriksson Krutrök, „The rise of war influencers: Creators, platforms, and the visibility of conflict zones“, *Platforms & Society*, 2, (2025), <https://doi.org/10.1177/29768624251325721>;
13. Dodds, Tomás, Rodrigo Zamith, Seth C Lewis, „The AI turn in journalism: Disruption, adaptation, and democratic futures“, *Journalism*, 0, (2025), <https://doi.org/10.1177/14648849251343518>;
14. Dwi Astuti, Yanti, Rahmah Attaymini, Maya Sandra Rosita Dewi, „Digital Media and War: Social Media as a Propaganda Tool for the Russia-Ukraine Conflict in the Post-truth Era“, kn. *Proceedings of the Annual International Conference on Social Science and Humanities*, (Prague: Atlantis Press, 2022), 19–27;
15. Gal Beckerman, „The Importance Of “Seeing” The War“, *Columbia Journalism Review*, žiūrėta 2025-09-20, https://www.cjr.org/behind_the_news/the_importance_of_seeing_the_w_1.php;
16. Gevorgyan, Greta,, „Civic Journalism as a Phenomenon of Digital Civilization“, *Journal of Political Science Bulletin of Yerevan University*, 1, 2, (2022), 106–120;
17. Gillmor, Dan, „Grassroots Journalism by the People, for the People“ (Sebastopol: O'Reilly Media, 2004);
18. Gjylbegaj, Viola, „Mass media’s influence on society: a case study“, *Humanities and Social Sciences Review*, 4(1), (2015), 1–6;
19. Gupta, Arpita, Meenakshi Singh, „Social media and its influence in everyday journalistic practices“, *International Journal of Health Sciences*, 6(S3), (2022), 10210–10216;
20. Hendrickx, Jonathan, Michael Opgenhaffen, „Introduction: Understanding Social Media Journalism“, *Journalism studies*, 25, (2024), 919–930;
21. Herman, Edward, Noam Chomsky, „A Propaganda Model“, kn. *Manufacturing Consent*, Edward Herman, Noam Chomsky, (London: The Random House Group Limited, 2008);

22. Hermida, Alfred, „Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism“, kn. *The Handbook of Global Online Journalism*, ed. Eugenia Siapera, Andreas Veglis (Chichester: John Wiley & Sons, 2012), 309–328;
23. Hilary, Ibegbulem, Dumebi Olannye-Okonofua, „Social Media as a Tool for Misinformation and Disinformation Management“, *Linguistics and Culture Review*, 5, (2021), 496–505;
24. ING, „Social media has a growing impact on the news“, 2015, žiūrėta 2025-08-18, <https://www.ing.com/Newsroom/News/Social-media-has-a-growing-impact-on-the-news-SMING15.htm>;
25. Iskoujina, Zilia, Yevgeniia Gnatchenko ir Paul Bernal, „Social media as an information warfare tool in the Russia-Ukraine war“, (literatūros apžvalga, University of East Anglia, 2024);
26. Iuksel, Gaiana Anzhelika Dosenko, Olexii Sytnyk, „Journalism in times of war: challenges and opportunities in the digital age“, *Revista Amazonia Investiga*, 13, (2024), 356-364;
27. Jacob, Frank, „War and Journalism: The Presentation of Conflict and Provision of Actuality“, (Brill, 2024);
28. Janowitz, Morris, „Professional Models in Journalism: the Gatekeeper and the Advocate“, kn. *The Media, Journalism and Democracy*, sud. Margaret Scammell, Holli Semetko, (London: Routledge, 2000);
29. Januškevičiūtė, Justina, „Informacinių šulinių ir filtro burbulų socialinėse medijose keliamos grėsmės politinių naujienų gavimo procesui“, *Information & Media*, 94, (2022), 39–52;
30. Kiradoo, Giriraj, „Social media as a watchdog to monitor good governance of businesses“, *AIP Conf. Proc.*, 2587, 1, (2023);
31. Kuyucu, Mihalıs (Michael), „Social Media and Journalism“, kn. *Academic Studies In Social Science*, ed. Hasan Babacan, Meriç Erarslan, Abidin Temize, (Cetinje: IVPE, 2020);
32. Lakoff, George, „Introduction & Framing 101: How to Take Back Public Discourse. The all new don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate“, (Vermont: Chelsea Green Publishing Company, 2014);

33. Lee, Jayeon (Janey), „Opportunity or risk? How news organizations frame social media in their guidelines for journalists“, *The Communication Review*, 19, (2016), 106–127;
34. Leonavičiūtė, Ugnė, „Tarp karo ir taikos: žurnalistikos apie karinius procesus specifiškumas Lietuvos žiniasklaidoje“, (magistro baigiamasis darbas, Vytauto Didžiojo universitetas, 2018);
35. Lysenko, Lesia, „War journalism in the digital age: The interaction between professionals and user-generated content“, *Amazonia Investiga*, 13, (2024), 264–278;
36. L. Davis, Jenny, „Social Media“, *The International Encyclopedia of Political Communication*, sud. Gianpietro Mazzoleni, Kevin G. Barnhurst, Ken'ichi Ikeda, Rousiley C. M. Maia, Hartmut Wessler, (John Wiley & Sons, 2015);
37. Marukhovska-Kartunova, Olga, Oleg Marukhovskiy, Maryna Aleksandrova, Iryna Ivanova, „Digital journalism and the role of social media in shaping public perception of Russian aggression in Ukraine“, *Revista Amazonia Investiga*, 12(69), (2023), 143–153
38. McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. „The Agenda-Setting Function of Mass Media“, *The Public Opinion Quarterly*, nr. 2, 36, (1972), 176–87;
39. McGoldrick, Annabel, Jake Lynch, „What is Peace Journalism?“, *activate*, 2001 žiema, (2001), 6–9;
40. Nevinskaitė, Laima, „Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos teorijos“, (Vilnius: Europos socialinis fondas, 2011);
41. Nielsen, R. Kleis, A. Cornia, A. Kalogeropoulos, „Challenges and opportunities for news media and journalism in an increasingly digital, mobile, and social media environment“, *Council of Europe report*, (Strasbourg: Council of Europe, 2016);
42. Overholser, Geneva, Kathleen Hall Jamieson, „The Press“, (New York: Oxford University Press, 2005);
43. Paulauskaitė, Ugnė, „Socialinių medijų įtaka žurnalistikos organizacijų darbo pokyčiams“, (bakalauro darbas, Vilniaus universitetas, 2022);
44. Pečiulis, Žygintas, „Žiniasklaida ir naujosios medijos. Žurnalistika 2.0. Evoliucijos revoliucija?“, *Information & Media*, 68, (2014), 100–112;

45. Potter, W. James, *Media Literacy*, (Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE, 2013);
46. Roberts, Chris, „Gatekeeping theory: An evolution“, The University of South Carolina, Texas, (2005);
47. Ross Arguedas, Amy, Craig T. Robertson, Richard Fletcher, Rasmus K. Nielsen, „Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: a Literature Review“, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022, žiūrėta 2025-05-31, <https://royalsociety.org/-/media/policy/projects/online-information-environment/oie-echo-chambers.pdf>;
48. Sacco, Vittoria, Diana Bossio, „Using social media in the news reportage of War & Conflict: Opportunities and Challenges“, *The Journal of Media Innovations*, 2(1), (2015), 59–76;
49. Saldaña, Johnny, „The Coding Manual for Qualitative Researchers“, (California: SAGE, 2013);
50. Samuelsson, Tore, Kristina Lundqvist, „The role of media in war and peace“, *New Routes*, 8, (2003);
51. Strömbäck, Jesoer, Frank Esser, „Mediatization of Politics: Towards a Theoretical Framework“, *Mediatization of Politics*, sud. Frank Esser, Jesper Strömbäck, (2024), 57–73;
52. Grigas, Vincas, Andrius Šuminas, Arūnas Gudiničius, Modestas Grigaliūnas, „Šiuolaikinės medijos ir informacija: požeminiai garažai Google karalystėje“, (Vilnius, Akademikai, 2016);
53. Taylor, Philip M., „Global communications, international affairs and the media since 1945“, (London, New York: Routledge, 1997);
54. Tumber, Howard, Jerry Palmer, „Media at War– The Iraq Crisis“, (London: SAGE, 2004);
55. Udris, Linards, Daniel Vogler, Morley Weston, Mark Eisengger, „Sourcing practices of online news media in Switzerland during the war in Ukraine“, *Politics of Technology*, 5, 2023, <https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1089994>;

56. Urbonas, Vytas, „Žurnalistikos pagrindai“, (Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007);
57. Van Cuilenburg, Jan, Richard van der Wurff, „Media and Open Societies“, (Amsterdam: Netherlands Press Institute, 2000), 30–47;
58. VSD, „Įtakos veikla prieš Lietuvą“, žiūrėta 2025-02-07, <https://www.vsd.lt/ataskaitos/priesiska-zvalgybos-ir-saugumo-tarnybu-veikla/>;
59. Zamauskė, Justina, „Socialinių medijų įtaka naujienų gavimo procesui“, (daktaro disertacija, Vilniaus universitetas, 2022);
60. Wardle, Claire, Hossein Derakhshan, „Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making“, *Council of Europe report*, (Strasbourg: Council of Europe, 2017), 10–80;
61. „Pew Research Center“, „Social Media and News Fact Sheet“, Pew Research Center, 2025-09-25, žiūrėta 2025-10-10, <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>;
62. „Statista“, „Number of internet and social media users worldwide as of October 2025“, Statista, 2025-10, žiūrėta 2025-12-28, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

DIRBTINIO INTELEKTO NAUDOJIMO DEKLARACIJA

Vardas, pavardė: Ugnė Paulauskaitė

Studento pažymėjimo numeris: 2416590

Prašome pažymėti „x“ taikytiniems punktams:

- ☐ Aš **nenaudojau** dirbtinio intelekto įrankių pateikiamame darbe.
- ☒ Aš **naudojau** vieną ar kelis dirbtinio intelekto įrankius pateikiamame darbe.

Jei taip, kokius? ChatGPT, DeepL.

Dirbtinio intelekto įrankius naudoju kritiškai, kaip pagalbinę priemonę. Prisiimu visą atsakomybę už darbe pateiktą informaciją, argumentus ir galutinius darbo rezultatus.

Aš naudoju dirbtinio intelekto įrankius šiam/-iems tikslui/-ams:

1. **Kaip rašymo asistentą:** gramatinių ar stiliaus klaidų taisymui, vertimui ir pan.

Ugnė Paulauskaitė



Summary

Experiences of Lithuanian Journalists Using Social Media as a Source for Reporting on the War in Ukraine Since 2022

This thesis analyzes the experiences of Lithuanian journalists using social media as a source of information, videos and pictures about the war in Ukraine since 2022. In the case of the war in Ukraine, social media not only is an important part of journalists' work and a significant source of content from Ukraine, but also a place where information warfare takes place and other dangerous phenomena are encountered. Despite the interest in the role of social media in journalism, there is a lack of empirical research in Lithuania analyzing the practices and experiences of Lithuanian journalists working with social media content. The aim of this work is to answer the research question: how Lithuanian journalists use social media as a source when reporting on the war in Ukraine, what risks and tensions they face, and what strategies they use to manage them. The theoretical part of this thesis discusses the functions of the journalists during wartime, the specifics of war journalism, the opportunities and challenges presented by social media, and the role of social media in the war in Ukraine. The research was conducted using semi-structured in-depth interviews with 15 Lithuanian journalists representing different media outlets; three of the journalists interviewed have worked in Ukraine. The findings show that social media is an integral part of Lithuanian journalists' work when reporting war in Ukraine, providing many opportunities for both those working remotely and those working on-site in Ukraine. Social media enables access to diverse sources, real-time information and visual material. However, the study also reveals that social media also poses many risks for journalists, including disinformation, propaganda, manipulation, algorithmic influence, and pressure to publish information as quickly as possible. Journalists face constant tension between the need for speed and professional standards. The study identifies the main strategies used by journalists to verify social media content and manage risks, including cross checking sources, fact-checking, prioritising trusted accounts and adding formulations indicating that information could not be verified. The study also discusses the roles that journalists assign themselves when using social media content. This thesis contributes to academic research by filling an empirical gap in Lithuanian media studies and providing insights into journalists's daily practices in the context of information warfare.