

*Kopija:*

*Ministrės Pirmininkės atstovei spaudai Rasai Jakilaitienei*

## **DĖL PAGALBOS ŽINIASKLAIDOS SEKTORIUI – VALSTYBĖS SOCIALINĖS REKLAMOS KAMPANIJOS**

Lietuvos verslo konfederacija, Lietuvos radijo ir televizijos asociacija ir Interneto žiniasklaidos asociacija kreipiasi į Lietuvos Respublikos Vyriausybę (toliau – Vyriausybė). Šiuo raštu norime išreikšti palaikymą š. m. gruodžio 9 d. Biudžeto ir finansų komiteto (toliau – Komitetas) posėdyje priimtam siūlymui **Vyriausybei svarstyti plataus masto socialinės reklamos kampanijos užsakymą**. Komitetas siūlo numatyti pakankamą valstybės užsakomos socialinės reklamos finansavimą bei **jį skaidriai paskirstyti kiekvienai žiniasklaidos priemonei proporcingai**, pavyzdžiui, pagal 2019 m. pajamų rodiklius. Komiteto nuomone, šis klausimas yra ypatingai aktualus Covid-19 pandemijos laikotarpiu, siekiant sumažinti neigiamas ekonomines pasekmes žiniasklaidai.

Sutinkame, kad siūlomas socialinės reklamos kampanijos užsakymas turėtų visapusišką naudą: **1) telktų visuomenę ir skatintų jos atsakingą elgesį pandemijos laikotarpiu; 2) taptų finansine paskata, prisidedant prie žiniasklaidos sektoriaus išlikimo trumpuoju laikotarpiu.**

Objektyvios ir duomenimis pagrįstos informacijos poreikis šiuo kriziniu laikotarpiu yra gyvybiškai svarbus. Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentas pastaraisiais mėnesiais fiksuoja augančius dezinformacijos rodiklius, ypač – su pandemijos valdymu ir Covid-19 virusu susijusiuose pranešimuose. Pastebima tendencija, kad nuomonės, raginančios nesilaikyti sveikatos saugumo nurodymų, ar skleidžiančios nepagrįstas abejones vakcinų atžvilgiu, dalį visuomenės pasiekia greičiau nei faktais grįsta informacija. Be to, visuomenė linkusi toliau dalintis nepagrįstais pranešimais socialiniuose tinkluose.

Atsižvelgiant į prasidėjusį vakcinacijos procesą – pagrindinę priemonę šiai krizei išspręsti, būtina plėsti objektyvios informacijos sklaidą, užtikrinant visuomenės palaikymą vakcinacijai. Remiantis lapkričio mėnesį „Kantar“ atlikta apklausa, daugiau kaip dešimtadalis šalies gyventojų nepritaria, o **net penktadalis – neturi aiškios nuomonės Covid-19 vakcinosis atžvilgiu**. Medikų bendruomenės atstovai pabrėžia, kad būtina intensyvi informacinė kampanija, kuri padėtų sustiprinti visuomenės pasitikėjimą vakcinosis patikimumu.

Vyriausybės inicijuota socialinė informacinė kampanija taip pat padėtų iš dalies kompensuoti žiniasklaidos priemonių nuostolius. Tačiau norėtume atkreipti dėmesį, jog tam, kad pagalba visuomenės informavimo priemonėms būtų tikslinga, ji neturėtų būti vykdoma per reklamos agentūras ar kitas trečiąsias šalis. Būtina užtikrinti, kad parama tiesiogiai pasiektų žiniasklaidos

sektorius atstovus – tik tokiu atveju socialinės reklamos kampanijos užsakymas turės visapusišką naudą.

Atsižvelgdami į aptartą probleminę žiniasklaidos sektoriaus finansinę situaciją ir su Covid-19 pandemija susijusios faktais grįstos informacijos sklaidos poreikį, palaikome socialinės reklamos kampanijos užsakymo pasiūlymą. Be to, siekiant užtikrinti nuoseklų ir efektyvų šios kampanijos įgyvendinimą, ją turėtų koordinuoti viena atsakinga institucija. Atsižvelgiant į šios priemonės tikslumą ir poreikį artimiausiu metu, **siūlome, kad už kampanijos vykdymą būtų atsakinga Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija**. Taip pat manome, kad sektoriaus dalyvavimas yra būtinas siekiant efektyviausio kampanijos formato, tad **prašome į šio klausimo svarstymą įtraukti raštą pasirašančias organizacija**. Esame pasiruošę aktyviai prisidėti tiek planavimo, tiek kampanijos įgyvendinimo etapais.

Lietuvos verslo konfederacija

Andrius Romanovskis

Lietuvos radijo ir televizijos asociacija

Gabrielė Andrašiūnienė

Interneto žiniasklaidos asociacija

Arnas Marcinkus