



**PILIE TINĖS  
VISUOMENĖS  
INSTITUTAS**

2005 spalio mėn. 18 d.

## **„PILIE TINIS ŽINIASKLAIDOS VAIDMUO“**

**Seminaras  
Atviros Lietuvos fondas,  
2005 m. lapkričio 18 d.**

### **TURINYS**

#### **Kodėl žiniasklaidai verta būti pilietiškai?**

*Romas Sakadolskis, VU Žurnalistikos instituto lektorius.....2*

#### **Kuo skiriasi pilietinės žiniasklaidos darbotvarkė nuo paprastosios?**

*Dr. Audronė Nugaraitė, VU Žurnalistikos instituto direktorė.....5*

#### **Žiniasklaida ir viešasis interesas**

*Rytis Juozapavičius, Transparency International Lietuvos skyriaus direktorius.....15*

### **Kodėl žiniasklaidai verta būti pilietiškai?**

Jungtinėse Valstijose senokai ginčijamasi apie verslo skverbimąsi į žiniasklaidą. Skundžiamasi, jog į spaudą ir eterį taikosi biznieriai, mažai besidomintys žiniasklaida, bet nutuokiantys versle. Siekdami pelno, jie iškraipo žiniasklaidos paskirtį, turinį, stengiasi ją pažaboti verslui.

Vienas skverbimosi požymių laikoma per pastaruosius du dešimtmečius Amerikoje įsigalėjusi praktika redaktoriams išmokėti stambias premijas, siekiančias iki penktadalio metinio atlyginimo.

Lyg tai ir nieko: daugel sričių premijos laikomos paskata geriau dirbti. Tačiau kaip taisyklė, redaktoriams premijų dydis priklauso ne nuo to, kaip gerai jie dirba, o nuo uždirbto bendrovės pelno.

Galima ir šiuo atveju teigti, kas čia tokio, tai 21-mojo amžiaus tikrovė: žiniasklaida yra verslas, redaktorius yra ir vadybininkas, jis rūpinasi ir finansais, taigi jam išmokama premija kaip valdymo struktūros dalyviui. Patys redaktoriai pripažįsta apie trečdalį laiko skiria finansiniams, t.y. su žiniasklaidos verslu susijusiems klausimams, o ne žurnalistikos reikalams.

Kita vertus, jeigu žiniasklaidos savininko pelnas diktuoja redaktoriaus užmokestį, pastarasis gali būti linkęs priimti sprendimus, kuriais pelnas bus didinamas informacijos sąskaita. Ir kaip būti tikram, kad jis taip nedaro?

Štai, būtent šis ginčas parodo, jog nežiūrint atstumų, istorinės patirties ir visuomenės skirtumų, žurnalistų problemos panašios visur. Amerikoje mastai kiti, premijos didesnės, bet tenykščiai iššūkiui mūsų profesijai nėra jau tokie skirtingi nuo tai, ką mes patiriame, čia Lietuvoje.

Masinių informacijos priemonių komercializacija pastebima visur pasaulyje. Komercializacija laikoma pačiu didžiausiu moderniosios žiniasklaidos veiksniu ir svarbi visuomenės pasitikėjimo mažėjimo priežastimi.

Amerikoje, viena apklausa po kitos atskleidžia daugumos žmonių įsitikinimą, jog žiniasklaidai įtaką daro verslas arba su verslu susiję interesai. Lietuvoje atvirai kalbama – palankus straipsnis kurios nors bendrovės atžvilgiu reiškia, jog plotas buvo nupirktas. Ne vienas politikas yra prabilęs apie tai, jog užtikrinta ramybė nuo žurnalistų būna tada, kai už ją užmokama.

Minėtos kalbos ir apklausos byloja apie silpnėjančius saitus tarp žiniasklaidos ir visuomenės. Dar 19-tame amžiuje buvo suvokti principai – ir dešimtmečiais už juos kovota – jog žurnalistikos svarbiausioji atsakomybė yra tiesai, o jos svarbiausioji ištikimybė yra piliečiams, kuriuos žurnalistas informuoja be baimės ar naudos.

Lietuvoje tie saitai buvo stipriausi ir principai labiausiai suvokti valstybės atkūrimo laikotarpiu, kada 80 arba daugiau procentų Lietuvos žmonių sakė pasitikintys spauda.

Principais – atsakomybe tiesai ir ištikimybe piliečiams – remiasi tikėjimas jog tai ką skaitai, girdi, matai yra tiesa, kiek ją pajėgia nustatyti žurnalistas. Tais principais taip pat remiasi įstatymo garantuota spaudos laisvė, žurnalistų privilegijuota vieta valstybėje ir visuomenėje, t.y. prieinamumas prie informacijos.

Tokiose šalyse kaip Amerika reikšminga žiniasklaidos dalis suvokia, jog pernelyg didelė komercializacija stato į pavojų brangiausią jos turtą – skaitytojų ištikimybę, kurią geriausia užtikrinti ugdant ir išlaikant jų pasitikėjimą.

Užtat apsilankę internete įtakingiausio Amerikos dienraščio „New York Times“ leidėjo tinklapyje, ne paties laikraščio, o bendrovės „New York Times Company“ (<http://www.nytc.com/>), rasite ne vien etikos kodeksus žurnalistams ir redaktoriams, bet taip stebėtinai daug informacijos apie bendrovės finansus – ataskaitas, tiražus, skelbimų apimtis.

Kodėl? Todėl, kad dienraščio savininko finansinis skaidrumas skatina skaitytojų pasitikėjimą. Skaitytojų pasitikėjimas skatina ištikimybę laikraščiu. Ištikimybė išikūnija laikraščio perkamumą, didesnis perkamumas tolygus brangesniems reklamos įkainiams, o tai reiškia, jog leidyba duos didesnį pelną.

„New York Times“ pastaruoju metu pergyvena skausmingą ginčą dėl nesutarimų tarp vienos iš redakcijos žurnalistų, Judith Miller, ir kai kurių jos kolegų, įskaitant vyriausiąjį redaktorių. Jų keliai išsiskyrė, Miller neseniai išėjo iš redakcijos. Po kelių dienų ji parašė atvirą, tiesmukišką, aštrų laišką kritikuojantį laikraščio redaktorių. Laiškas buvo paskelbtas dienraštyje.

„New York Times“ nėra išimtis. Antai, Robert'as Woodward'as – prieš daugiau kaip 30 metų vienas dviejų Votergeito skandalą atskleidusių žurnalistų ir Amerikos tiriamosios žurnalistikos korifėjus – aną dieną viešai atsiprašė laikraščio „Washington Post“, kuriame jis dirba redaktoriumi. Atsiprašė už tai, kad paslapyje laikė informaciją apie CŽV agentės tapatybės pavišimą, dėl ko pastaruoju metu kilo skandalas, o vienam aukšto rango Baltųjų Rūmų pareigūnui neseniai buvo iškelta baudžiamoji byla.

Kodėl taip elgiamasi? Kodėl atvirai skelbiami nesutarimai, vieši atsiprašymai? Manau todėl, kad stengiamasi elgtis sąžiningai. Tačiau taip pat vadovujamasi nuostata, jog visuomenės pasitikėjimas yra brangiausias žurnalistų turtas, o skaidrumas yra būtinoji jo dalis.

Lietuvoje dar nėra taip plačiai suvokiamas reikalas užsidirbti, užsitikrinti ir išlaikyti skaitytojų pasitikėjimą, ištikimybę. Čia kryptis kol kas kita linkme – skaitytoją traktuoti kaip vartotoją, pirkėją. Nors visuomenės apklausos rodo, jog silpsta pasitikėjimas žiniasklaida. Nors daugelio laikraščių tiražai šiandien mažesni nei vakar.

Lietuvoje taip pat vyksta žiniasklaidos komercialėjimas, bet skirtingai negu Amerikoje, kur viešoji erdvė didelė, o nepriklausomos spaudos tradicijos senos, čia tai neiššaukia stipraus pasipriešinimo iš žurnalistų ar leidėjų.

Tačiau savo tarpe apie tai jau pradėdame kalbėti, jau skambinama pavojaus varpais. Leidinyje „Lietuvos žurnalistas“, interneto laikraščiuose – Delfi, Omni Laikas ir Bernardinai – vis dažniau aptariamoms žiniasklaidos problemoms.

Tiesa, dažniausiai apgailime esamą padėtį, liūdnai prognozuojame tamsų rytojų žiniasklaidai, kalbame ir rašome lyg tai nebūtų išeities. Iš tiesų padėtis nėra tokia beviltiška. Sprendimas glūdi tokiame žiniasklaidos modelyje, kuris traktuoja skaitytoją, klausytoją, žiūrovą kaip pilietį, ne kaip vartotoją-pirkėją. Modelyje kuriuo vadovaujantis atitinkamai elgiamasi su turiniu – atskiriami faktai nuo nuomonės, pateikiama nuomonių įvairovė, atsisakoma paslėptos reklamos. Tokiame modelyje, kur turiniai interesai yra skaidrūs, saitai permatomi, visiems žinomi.

Aišku, šiandien, galima daugiau užsidirbti skelbiant skandalą, smurtą ir seksą. Bet tai trumpalaikis požiūris. Tai požiūris verslininko, kuris išmano žurnalistiką, o ne žurnalisto, kuris išmano verslą. Tai bulvarinis požiūris – žiniasklaida yra biznis, o skaitytojas yra pirkėjas.

Bulvarinė spauda gali egzistuoti, kiti sako netgi privalo egzistuoti, tačiau kaip šalutinis reikalas. Kodėl? Todėl, kad bulvarinė spauda naudojasi ne verslo reikmėmis, o bendram reikalui sukurtu įstatymu ir visuomenės pasitikėjimu.

Ar žiniasklaidai verta būti pilietiškai? „Taip“. Iš tiesų, kilo kelio nėra.

Kuo skiriasi pilietinės žiniasklaidos darbotvarkė nuo paprastosios?

## PILIETINĖ ŽURNALISTIKA

Kuo skiriasi pilietinės žiniasklaidos  
darbotvarkė nuo paprastosios?

Dr. A. Nugaraitė

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

1

## Žiniasklaidos funkcijos

- **Vartininkas** – žiniasklaida nustato, kokios temos bus pateiktos visuomenei
- **Iškėlimas** – žiniasklaida kreipia dėmesį tik į kai kuriuos politinio gyvenimo aspektus, nustelbdama kitus įvykius
- **Rėminimas**- pristatomas turinys kaip gidas, pabrėžiantis reikiamas interpretacijas

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

2

# Žiniasklaidos darbotvarkė

- Tai atrenkamos ir pateikiamos žiniasklaidos auditorijai temos, išdėstant jas pagal iš anksto pasirinktą prioritetą, skiriant joms daugiau ar mažiau ploto, kartojant ar sugrįžtant prie jų vėliau su įvykiniu ar neįvykiniu pretekstu.



2005.11.18

dr. A. Nugaraite

3

# Kas yra įdomu?

- Įžymybės
  - Autoritetai
  - Valdžios atstovai
  - Nuomonių lyderiai
  - Ekspertai
  - Herojai
  - Liudininkai
  - "Paprasti" žmonės
- Informacijos atrankos kriterijai:
- Artumas
  - Svarbumas
  - Drama

2005.11.18

dr. A. Nugaraite

4

## Reikalavimai naujienai

- Netikėtumas
- Išskirtinumas
- Įžymumas
- Konfliktas
- Nelaimės
- Pergalės
- Įtampa
- Drama

2005.11.18

dr. A. Nugaraite

5

## Sensacijos rašymo procesas

- Rašinyje pateikiama tik viena pusė
- Prioritetai turtingi ir žymūs žmonės, nusikaltimai ir incidentai
- Nėra naujienos vertę turinčių žinių, o padaroma sensacinga istorija iš įvykio, kuris nėra svarbus
- Pateikia anoniminių šaltinių informaciją kaip faktą

2005.11.18

dr. A. Nugaraite

6

## Naujienų darbotvarkė

(JAV Žiniasklaidos turinio kaita 1977-1997)

- Valdžios naujienų sumažėjo iki 38 proc.
- Pramogų naujienų padidėjo 380 proc.
- Skandalų naujienų padidėjo 300 proc.

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

7

## Tyla ir sklaida

- “Žiniasklaidos tyla” taip pat žalinga, - žmonės turi teisę gauti reikalingą informaciją.
- Informacijos gavėjai – visuomenė, jos skleidėjai, - žurnalistai, turi ne tik teises, bet ir *pareigas*. Viena jų – nepažeisti žmogaus teisių, laisvių, asmens garbės ir orumo. Nepažeisti asmens privatumo.

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

8



# Kaip keičiasi leidiniai

(JAV žiniasklaidos tyrimo pavyzdžiu)

- Leidinių tiražai mažėja. Nustojami skelbti tikslūs tiražai.
- Vaizdumas nugali spausdintą žodį, kuris nepakankamai suvokė vaizdumo reikšmę žurnalistikos įtaigai.
- Reklama pereina iš laikraščių į televiziją
- Žmonės nenori vakarykščio laikraščio. Nenori senų naujienų
- Leidinių tipai patiria transformaciją
- 71 procentas skaitytojų JAV sako, kad laikraštis efektyvus, kai sprendžia šalies problemas.

2005.11.18

dr. A. Nugaraite

9

## Darbotvarkė: rašinių ir visuomenės prioritetai

TABLE 1  
Topics Ranked to Show Top Issues for Media and Public Agencies

Agency Issue	Media Agency <sup>a</sup>		Public Agency <sup>b</sup>	
	MF <sup>c</sup>	Rank	Percent	Rank
Environment (pollution, global warming, clean water, hazardous waste, ozone depletion, acid rain, global climate change, hazardous waste, global warming, ozone depletion, acid rain, global climate change)	5.82	1	11.1%	1
Other (terrorism, security, crime, gun violence, terrorism)	2.53	2	27.2	2
Health (health care, obesity, diabetes, cancer, heart disease, AIDS, mental health, drug abuse, terrorism, global warming, ozone depletion, acid rain, global climate change)	2.57	3	31.5	3
Education (education, quality, higher education)	1.82	4	4.4	4
Terrorism (terrorism)	1.71	5	18.5	5
Energy (energy)	1.72	6	3.2	7
Defense (defense)	1.54	7	11.2	6

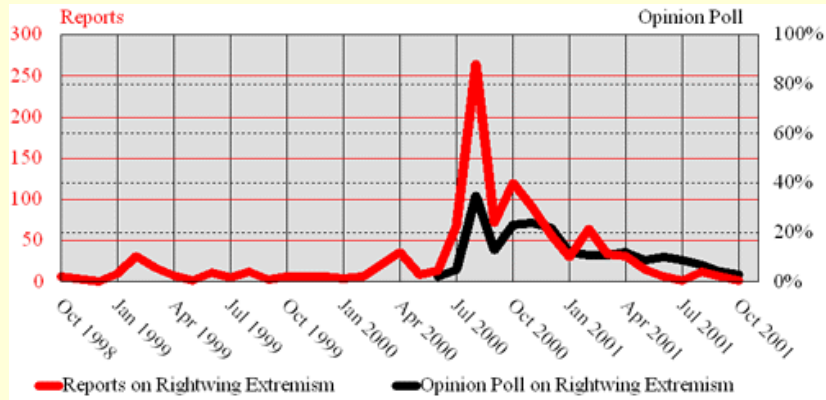
2005.11.18

dr. A. Nugaraite

10

# Dešinysis ekstremizmas Vokietijoje

(Rašinių ir visuomenės intereso santykis 2000 m rugpjūtis)



2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

11

## Ką daryti?

- Skatinti visuomenės pilietiškumą ir informuoti žmones apie jų teises;
- Ugdyti žurnalistų etiškumą; eliminuoti redaktorato kišimąsi į žurnalisto rašinio objektyvumą; skatinti teisėtą informacijos rinkimą ir jos apdorojimą.
- Efektyvinti žiniasklaidos savikontrolę.

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

12

## Naujos kryptys

- Interaktyvi žurnalistika
- Dalyvaujanti žurnalistika
- Pilietinė žurnalistika



2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

13

## Pilietinės žurnalistikos misija

- Pilietinė žurnalistika pateikia žmonėms reikalingą informaciją, kad jie galėtų būti aktyviais piliečiais.
- Stengiasi aktyvinti žmones, kaip piliečius, siekiant pagerinti viešąją diskusiją, padėti bendruomenei spręsti savo problemas, padėti šaliai sukurti aktyvų viešąjį gyvenimą”.

Jay Rosen, NY university



2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

14

## Pilietinės žurnalistikos reikšmė

*“Žurnalistika yra neatskiriama viešojo gyvenimo sistemos dalis, žurnalistų misija įtraukti žmones, kad tas gyvenimas gerėtų.*

*Padėti - informuojant žmones apie problemų atsiradimą ir plėtrą.*

*Pilietinė žurnalistika nesistengia primesti atsakymą, o padeda piliečiams patiems surasti savo atsakymą”.*

*Davis Merritt, redaktorius Wichita Eagle of Kansas*

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

15

## Pilietinės žurnalistikos darbotvarkė

- Gražinti “sarginio šuns” funkciją
- Nebūti “puolančiu šunimi”
- Būti auditorijai gidu



2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

16

## Kokios naujienos reikalingos



### **Padedančios:**

1. Sužinoti apie problemas ir įvykius
2. Padaryti pilietinius sprendimus
3. Dalyvauti demokratinuose procesuose

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

17

## Pilietinės žurnalistikos darbotvarkės pagrindai

- Ne tik pateikti naujienas, bet padėti aktyvėti viešajam gyvenimui
- Padėti visuomenės nariams būti ne vykdytojais, o aktyviais kūrėjais
- Ne tik aiškinti, kas yra negerai, bet ir parodyti, kas gerėja
- Matyti žmones ne tik kaip vartotojus, liudininkus, bet kaip publiką, potencialius veikėjus demokratinio būdu spendžiančius viešąsias problemas

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

18

## Pilietinės darbotvarkės pagrindimas

- Darbotvarkė sudaroma, remiantis apklausų, interviu, kitų tyrimų rezultatais
- Ne tik pranešti įvykines naujienas, bet paraginti žmones aktyviau dalyvauti sprendžiant savo bendruomenės problemas
- Žiniasklaidos priemonės turi bendrauti su įvairiomis organizacijomis, vykdančiomis projektus. Tyrimų rezultatai padeda gerinti leidinių ir programų kokybę

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

19

## Immanuelis Kantas

“Atskiro žmogaus atveju elkis taip, kad kitas būtų ne priemonė, o tikslas, visų žmonių atžvilgiu elkis taip, kad tavo elgesys galėtų tapti visuotine elgesio norma, valstybės atžvilgiu elkis taip, kad tavo elgesys ne prieštarautų įstatymams, o juos tobulintų”.

Pilietinė žurnalistika turi padėti savo auditorijai būti aktyviais savo šalies piliečiais

2005.11.18

dr. A. Nugaraitė

20

Žiniasklaida ir viešasis interesas



Žiniasklaida  
ir visuomenės interesas

Korupcija yra  
piktnaudžiavimas patikėta  
galia siekiant asmeninės  
naudos.

Pope, J., "TI Source book 2000", Transparency International, 2000, p. 2.

$$K = (M+D-A)/E$$

K – korupcija, M – monopolija, D –  
diskrecija, A – atskaitomybė, E - etika

## **ŽINIASKLAIDOS PAREIGOS**

1. **Prižiūrėti socialinę bei politinę aplinką, pranešti apie pasikeitimus, kurie gali turėti teigiamos arba neigiamos įtakos piliečiams.**
2. **Nustatyti prasmingą visuomenės diskusijų darbotvarkę.**
3. **Suteikti tribūną piliečiams, politikams bei interesų grupėms, kad galėtų išsakyti savo požiūrį ar apsiginti.**
4. **Palengvinti įvairių nuomonių dialogą, - kartais ir tarp valdžios pareigūnų bei visuomenės atstovų.**
5. **Versti pareigūnus atsiskaityti už tai, kaip jie panaudoja savo galias.**
6. **Šviesti piliečius, skatinti juos mokytis, rinktis ir įsitraukti į visuomeninį gyvenimą.**
7. **Iš principo priešintis bet kokiems išorinių jėgų bandymams paveikti jos nepriklausomumą.**

## **Žiniasklaidos korupciją lemiantys politinės ekonomijos veiksniai**

1. **Žiniasklaidos priemonių savininkai naujienų gamybą gali pajungti asmeniniams interesams. Kuri žiniasklaidos priemonė nėra pajungta jos savininkų asmeniniams interesams?**
2. **Žiniasklaida šantažuoja kaltindama įvairiais nusikaltimais tol, ko negauna reklamos ar rėmimo.**
3. **Reklamos davėjai daro įtaką visuomenės informavimo priemonių turiniui. TV „naujienų kambaryje“ skelbimų lentoje kabo sąrašas firmų, kurių liesti nevalia, nes jos negaili pinigų reklamai kanale.**
4. **Stambūs reklamos davėjai gali nutildyti beveik bet kokius savo veiklos kritikus.**
5. **Susisiekimo, Finansų, Aplinkos, Socialinės apsaugos ir darbo ir kitos ministerijos bei žinybos ir jų vadovai už mokesčių mokėtojų pinigus liaupsina save žiniasklaidoje, - žiniasklaida nesistengia tos reklamos aiškiai atskirti nuo redakcinio turinio.**

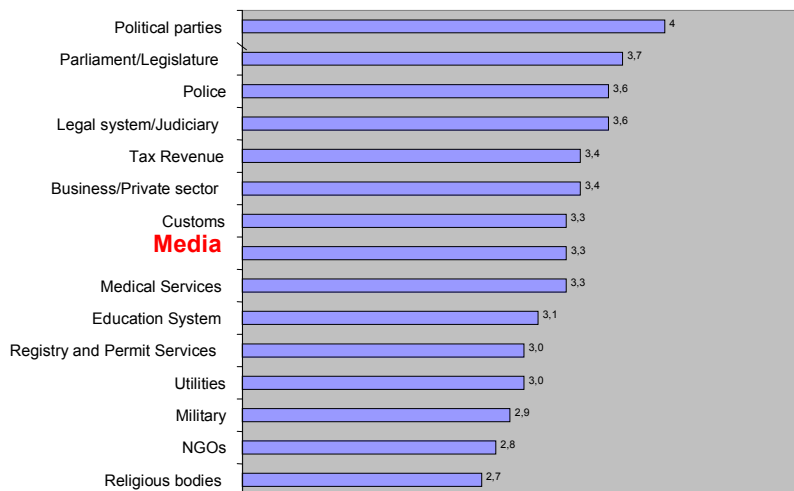


## Žiniasklaidos korupciją lemiantys kultūros veiksniai

- Žiniasklaidos profesionalų cinizmas. Ar tabloidas aktyviai palaiko R. Paksą prezidentinio skandalo metu, nes verta rašyti “Pakso rėmėjų rinkai”?
- Kai kurių žurnalistų, leidėjų ir redaktorių nuoširdus nesupratimas, kodėl blogai yra imti pinigus už publikacijas? “Mes vykdome užsakymus, nes toks gyvenimas” – atspėkite kokio dienraščio žurnalistės citata?

### Sectors and institutions most affected by corruption

(1 – not at all corrupt....5 – extremely corrupt)



To what extent do you perceive the following sectors in this country to be affected by corruption? (1: not at all corrupt, 5: extremely corrupt)	Political parties	Parliament / Legislature	Legal system/ Judiciary	Police	Business/ private sector	Tax revenue	Customs	Media	Medical services	Education system	Registry and permit services	Utilities	Military	NGOs	Religious bodies
Bulgaria	4.3	4.2	4.3	3.8	3.7	3.5	4.5	3.0	3.8	3.3	3.6	2.8	2.7	2.9	2.6
Canada	3.8	3.5	3.2	2.8	3.0	3.1	2.6	3.2	2.7	2.6	2.5	3.0	2.6	2.6	2.6
Croatia	3.6	3.6	3.8	3.3	3.5	3.5	3.3	3.1	3.6	3.0	3.5	3.1	2.7	2.4	2.6
Denmark	2.6	2.2	1.9	1.9	2.3	1.7	1.7	2.6	2.0	1.7	1.5	1.7	1.9	2.1	1.9
Estonia	3.5	3.1	3.1	2.9	3.1	2.5	3.0	2.8	2.7	2.4	2.9	2.4	2.0	2.8	1.7
Finland	3.0	2.6	2.0	1.7	2.7	2.0	1.6	2.9	1.9	1.6	1.6	2.0	1.6	2.0	2.3
France	4.1	3.4	3.3	3.1	3.5	2.5	2.7	3.5	2.2	2.0	2.2	2.2	2.3	2.5	2.2
Germany	3.9	3.2	2.8	2.5	3.3	2.9	2.6	3.1	2.7	2.5	1.9	2.6	2.5	2.7	2.5
Greece	3.8	3.0	3.1	3.2	3.0	3.7	3.3	3.5	4.0	2.8	2.8	3.0	2.2	2.4	2.7
Hong Kong	3.0	2.5	2.5	3.0	3.2	2.1	2.5	3.0	2.1	2.2	1.8	2.0	2.0	2.4	2.0
Iceland	3.1	2.5	2.2	2.0	3.0	1.7	2.1	2.9	2.0	1.7	1.8	2.4	0.0	1.9	1.7
Ireland	3.9	3.2	3.3	3.1	3.1	3.0	2.3	2.8	2.8	2.2	2.0	2.3	2.1	2.2	2.8
Italy	4.2	3.7	3.2	2.5	3.5	3.5	2.8	3.3	3.4	2.5	3.5	2.9	2.4	2.4	2.2
Japan	4.3	3.7	3.1	3.9	3.3	3.4	3.0	3.3	3.7	3.1	2.6	3.0	3.0	2.9	3.6
Korea (South)	4.4	4.5	3.6	3.8	3.4	3.4	3.7	3.6	3.4	3.5	2.5	2.5	3.4	2.8	3.1
Latvia	4.2	4.0	4.1	4.0	3.7	3.5	4.1	3.1	3.8	3.0	3.1	2.3	2.5	2.4	2.0
Lithuania	4.2	4.2	4.2	4.1	3.5	3.5	4.3	3.2	3.8	3.0	2.9	2.7	2.4	2.8	2.3

## Labiausiai žiniasklaidą korupcija kaltinantys europiečiai

Danai	2.6	2.2	1.9	1.9	2.3	1.7	1.7	2.6	2.0	1.7	1.5	1.7	1.9	2.1	1.9
-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

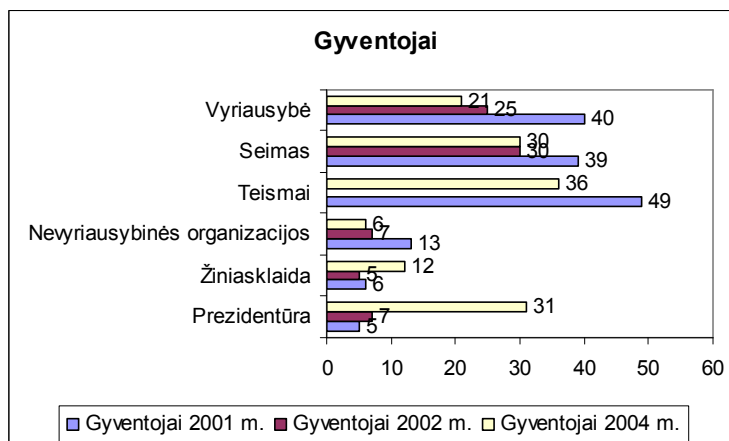
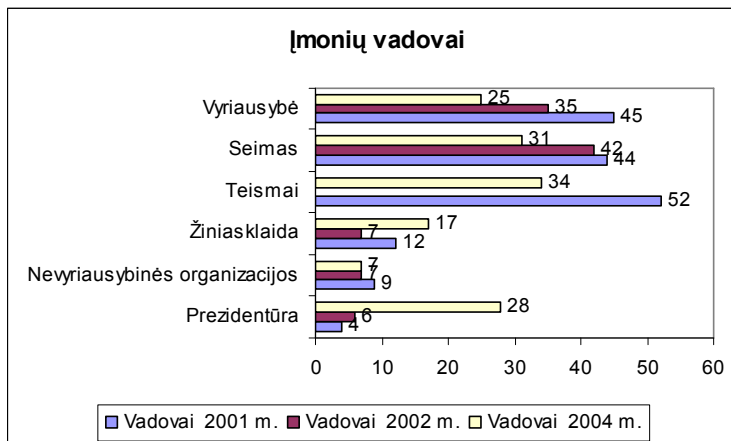
Olandai	2.8	2.6	2.6	2.7	3.0	2.5	2.6	3.0	2.2	2.2	2.1	2.3	2.6	2.4	2.3
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Country	Self-Det.	Perc. laws	Accountability	Literacy	Prof. Educ.	Ethics Codes	Free Press	Competition	Raw Score
Finland	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Denmark	5	5	5	5	4	5	5	4	38
New Zealand	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Switzerland	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Germany	5	3	5	5	5	5	5	4	37
Iceland	5	5	5	5	3	4	5	5	37
UK	5	4	5	5	5	4	4	5	37
Norway	5	4	5	Miss. Data	4	4	5	5	32
Austria	5	3	5	5	5	4	4	5	36
Canada	5	4	5	5	5	5	4	3	36
Netherlands	5	4	5	5	5	5	5	2	36
Sweden	5	4	5	5	5	3	5	4	36
Belgium	5	2	5	5	5	5	5	4	36
USA	5	3	5	5	5	5	4	4	36
Australia	5	4	5	5	3	5	5	3	35
Ireland	5	3	5	5	5	3	4	2	32
Israel	5	3	4	5	3	4	4	4	32
Italy	5	1	5	5	5	5	4	2	32
Spain	4	2	4	5	4	5	4	3	31
Cyprus	4	Miss. Data	3	5	3	3	4	5	27
France	5	2	5	5	4	4	4	1	30
Portugal	4	2	4	5	3	4	3	5	30
Chile	3	3	3	5	3	4	4	4	29
Greece	4	0	4	5	4	3	4	5	29
Estonia	3	1	3	5	3	4	4	5	28
Japan	4	3	4	5	3	4	4	1	28
Bosnia and Herzegovina	3	Miss. Data	3	5	2	5	2	Miss. Data	20
Brazil	4	0	4	4	4	5	3	2	26
Hungary	3	1	3	5	3	4	1	3	26
Puerto Rico	4	Miss. Data	4	4	3	Miss. Data	3	1	19
Korea, S.	4	0	4	5	4	3	4	1	25
Latvia	3	0	3	5	3	4	4	3	25
Russia	3	0	3	5	3	4	2	5	25
Slovakia	3	0	3	5	3	4	4	3	25
Bulgaria	3	0	3	5	4	4	4	1	24
Czech Rep	3	0	3	5	4	3	4	2	24
Hong Kong	1	3	1	5	3	3	Miss. Data	5	21
Lithuania	3	0	3	5	3	4	5	1	24
Singapore	4	5	2	5	3	2	1	2	24
Mauritius	3	0	3	4	3	Miss. Data	4	4	21
Slovenia	3	1	3	5	3	3	4	2	24
Poland	3	0	3	5	3	3	4	2	23
Argentina	4	0	3	5	4	0	3	3	22

## Alberto Fujimori korupcinio tinklo tyrėjai:

- Vienam TV kanalo direktoriui mokėdavo **100** kartų didesnę kyšį nei bet kuriam korumpuotam teisėjui ar politikui.
- Peru televizijoms papirkti mokėjo **4** kartus daugiau negu visiems kitiems paperkamiems kartu sudėjus.

**Lietuvos korupcijos žemėlapis 2004 sudarytas remiantis 2004 m. kovo mėnesio apklausomis.**



# Žiniasklaidos skaidrumo chartija

1. Informacija žiniasklaidoje turi pasirodyti žurnalistams ir redaktoriams nusprendus, kad tai yra naujiena, o ne už mokestį grynaisiais ar kitokiu būdu, arba mainais už kitokius paskatinimus.
2. Informacija žiniasklaidoje, už kurią mokama, turi būti aiškiai identifikuojama kaip reklama, rėmimas arba pardavimų skatinimas.
3. Joks žurnalistas ar žiniasklaidos atstovas neturi daryti užuominų, kad naujiena pasirodys žiniasklaidoje dėl kokių nors priežasčių, išskyrus pačios naujienos vertę.
4. Jei žurnalistui, norinčiam susidaryti nuomonę, reikalingi produktų arba paslaugų pavyzdžiai, iš anksto turi būti aptartas laikas, per kurį pasiskolintas pavyzdys turi būti gražintas.
5. Žiniasklaidos priemonė turi raštu apibrėžti nuostatas dėl dovanų arba pigesnių produktų ar paslaugų gavimo ir pareikalauti, kad žurnalistai šias nuostatas pasirašytų.

## Ką šiandien mes galime padaryti žiniasklaidos korupcijai pažaboti?

- Politikai privalo iš žiniasklaidos savitvarkos bei priežiūros institucijų išreikalauti, kad vykdant VIĮ būtų užtikrintas žiniasklaidos nuosavybės skaidrumas bei diegiamos antimonopolinės priemonės.
- Valstybė per SRTVRF ir LRT privalėtų stiprinti žiniasklaidos pliuralizmą.
- Socialiai atsakingu verslu susirūpinę žiniasklaidos savininkai ir leidėjai galėtų kelti viešumon faktus apie žiniasklaidos papirkinėjimą bei užtikrinti aukštus jų samdomų žurnalistų profesinės etikos standartus.

## Pesimistinė prognozė: žiniasklaidos korupcija nemažės

- Valstybė tuo nesirūpins, nes rinkėjai neremia politikų, keliančių šios klausimus, o šie patys vieni bijo kovoti prieš esamą tvarką.
- Žiniasklaidos savitvarkos sistema nėra motyvuota tai daryti, nes per daug priklauso arba nuo žiniasklaidos savininkų, arba valdžios.
- Pilietinė visuomenė kol kas dar nerodo čia aktyvumo, o negausi vidurinioji klasė dar neužsitarnavo teisės turėti kokybės spaudą.

## Optimistinė prognozė: žiniasklaidos korupcija mažės

- Krintant visuomenės pasitikėjimui žiniasklaida dalis susirūpinusių leidėjų ir žurnalistų ims aktyviai priešintis žiniasklaidos korupcijai.
- Nuo politinės korupcijos išsivadavę politikai remiami piliečių taip pat stengsis pažaboti žiniasklaidos korupciją.
- Augant piliečių politiniam raštingumui ir išprusimui žiniasklaidos korupcija bus lengviau demaskuojama.