



**Žiniasklaidos atskaitingumas
Latvijoje, Lietuvoje ir Švedijoje
(Žvalgomasis tyrimas)**

Turinys

Įvadas	3
• Žiniasklaidos atskaitingumo apibrėžimai	4
• Žiniasklaidos atskaitingumo istorija	4
• Žiniasklaida, atskaitingumas ir ombudsmenai	6
• Globalių žiniasklaidos rengėjų skaidrumas (JAV tyrimas)	7
• Žvalgomasis žiniasklaidos atskaitingumo tyrimas Lietuvoje	8
• Šaltiniai	8
Tyrimo aprašas	9
• Aktualumas	9
• Imtis	9
• Objektas ir periodas	9
• Tyrimo metodai	9
• Tyrimo kriterijai	10
○ Ištaisymai	10
○ Savininkystė	10
○ Personalo politika	10
○ Informacijos rengimo politika	11
○ Grįžtamasis ryšys	11
• Lietuvos dienraščių tyrimo rezultatai	12
• Latvijos, Lietuvos ir Švedijos dienraščių tyrimo rezultatai	16
• Vietoj pabaigos	18
• Tyrimo autoriai	19

Ivadas

2007 m. mirus prancūzui mokslininkui Claude-Jean Bertrand, elektroniniu paštu išplatintame pranešime rašyta, jog velionis „puoselėjo žiniasklaidos etikos, atskaitingumo sistemų ir deontologijos koncepciją demokratijos pamatuose visame pasaulyje.“ (Media Ethics Online)

Daugiau kaip tris dešimtmečius vertinęs visuomenės informavimo priemones ir tyręs jų vaidmenį visuomenėje, C-J Bertrand yra labiausiai siejamas su jo paties išplėta žiniasklaidos visuomeninės atsakomybės koncepcija. Jo parengtos „Žiniasklaidos atskaitingumo sistemos“ (ŽAS, angl. „Media Accountability Systems“, žinoma santrumpa „M*A*S“) apima per 100 priemonių, skirtų stiprinti žiniasklaidos socialinę atsakomybę ir pastarosios pasitikėjimą žiniasklaida.

Tos priemonės yra dokumentai, kuriais naudojami žurnalistai etikos klausimams spręsti (pvz., etikos kodeksai) ir su visuomene bendrauti (pvz., klaidų ištaisymai), žmonės, kurie aptaria žiniasklaidos klausimus (ombudsmenai, žiniasklaidos kritikai, komisijos sudarytos ginčams spręsti) ir procesai (pvz., darbuotojai samdomi tik su aukščiau išsilavinimu, iš redakcijos narių reikalaujama susipažinti su etikos normomis, diegiamas jautrumas tam tikroms visuomenės grupėms (moterims, mažumoms, t.t.). (Bertrand, 2003, 17-22 psl.)

C.-J. Bertrand suskirstė ŽAS priemones į tris kategorijas pagal tai, kas dalyvauja jas įgyvendinant:

- (1) Vidaus: žurnalistų bendruomenės pastangos kontroliuoti kokybę, tai, kas tradiciškai suprantama kaip savireguliacija, pvz., laikraščiuose skelbiami klaidų ištaisymai, anketos apie tikslumą ir nešališkumą, redaktoriaus laišakai skaitytojams.
- (2) Išorės: veikla, vykdoma nepriklausomai nuo to, ką apie tai mano žiniasklaida ar žurnalistai, pvz., nepriklausomi žiniasklaidos tyrimai, sociologinės apklausos, alternatyvi žiniasklaida.
- (3) Bendradarbiavimas: bendra žiniasklaidos ir visuomenės veikla, pvz., laišakai redaktoriui, žurnalistų susitikimai su visuomene, spaudos tarybos. (Bertrand, 2000, 124 psl., Bertrand, 2003, 22-24 psl. von Krogh, 29-39 psl.)

Siūlydamas šias priemones, C.-J. Bertrand pastebėjo, jog įprasta kalbėti apie du būdus žiniasklaidai gerinti: „Vieni teigia, jog tik laisvė, „rinka“, gali išspręsti problemas, sudarant galimybes klientams, žmonėms spręsti, kas jiems patinka ir ko jiems reikia. Kiti teigia, jog galima kliautis tik įstatymais ir reglamentais; nes rinkta, palikta viena, veda į chaosą ir išnaudojimą. Tačiau pastaruoju metu plėtojama trečioji teorija – mintis, jog kokybė privalo būti pagrįsta rinkos, įstatymo ir etikos deriniu.“ Anot autoriaus, rinkta, įstatymas ir etika yra „trys stulpai palaikantys žiniasklaidos sistemą.“ (Bertrand, 2003, 10-11 psl.)

Taigi, mokslininkas neatmetė įstatymo vaidmens siekiant žiniasklaidos kokybės. Tačiau jis vis dėlto nesvarstė valstybės kaip partnerio šiame procese, o siūlė tokias žiniasklaidos kokybės gerinimo priemones, kurios būtų, kaip jis pats rašė, „nepriklausomos nuo valdžios.“ (Bertrand, 2003, 17 psl.)

Žiniasklaidos atskaitingumo apibrėžimai

C.-J. Bertrand pateikė itin lakonišką ŽAS apibrėžimą. Anot jo, tai „bet kokia nevalstybinė priemonė, daranti žiniasklaidą atsakingą visuomenei.“ (Bertrand, 2000, 107 psl.)

Kiti tyrėjai, kaip antai David Pritchard, konkrečiau apibūdina atsakomybę visuomenei: „Žiniasklaidos atskaitingumas yra procesas, kuriuo galima tikėtis gauti iš žiniasklaidos priemonių arba jas įpareigoti duoti ataskaitą apie savo veiklą savo klientams.“ Anot D. Pritchard, „ataskaita yra žiniasklaidos darbuotojo arba žiniasklaidos priemonės elgesio paaikškinimas arba pagrindimas“, o klientas yra „asmuo, grupė arba organizacija, kurios gera valia yra svarbi žiniasklaidos priemonei.“ (Pritchard, 2 psl.)

Aptardamas santykį tarp kliento ir žiniasklaidos, švedų žurnalistas Torbjörn von Krogh pastebi, jog atskaitingumo priemonės turi būti „interaktyvios,“ kitaip tariant jas įgyvendinant turėtų dalyvauti ir klientai, t.y. skaitytojai. (von Krogh, 27 psl.)

Žiniasklaidos atskaitingumo istorija

Von Krogh pastebi, jog nūdienos žiniasklaidos atskaitingumo priemonės laikytinos kompromisu, kuris buvo pasiektas prieš daugiau kaip šešis dešimtmečius. ŽAS ištakų dera ieškoti XX a. JAV išplėskusiose diskusijose apie periodinės spaudos vaidmenį ir tikslą.

Antrojo pasaulinio karo metais JAV savaitinio žurnalo „Time“ ir kitų įtakingų žurnalų, kaip „Life“ bei „Fortune“ leidėjo Henry Luce iniciatyva Čikagos universiteto prezidentas Robert Maynard Hutchins sukvietė komisiją apsvarstyti spaudos funkciją modernioje visuomenėje ir teikti savo rekomendacijas.

Po trejų metų darbo, 1947 m., „Spaudos laisvės komisija“ („Commission on Freedom of the Press“) paskelbė savo išvadas: spaudai atitenka socialinė atsakomybė, ji privalo paisyti visuomenės poreikio gauti informaciją, kuri padės jai priimti sąmoningus sprendimus apie savo valdymą. Kitu atveju, perspėjo komisija, visuomenė reikalaus valdžios imtis priemonių žiniasklaidai reguliuoti. (Swanberg, 214, 262 psl.; Krogh, 13-15 psl.; Siebert, 73-104 psl.)

Hutchins komisijos išvadose atsispindėjo Amerikos tuometinės visuomenės neigiamos nuotaikos spaudos atžvilgiu. JAV laikraščius ir žurnalus valdė galingi magnatai – „spaudos baronai“ – kurie disponavo milžiniška įtaka, tačiau nuo visuomenės slėpė savo politines ambicijas ir turtinius interesus.¹ Kritikai skambino pavojaus varpais, perspėdami apie žiniasklaidos monopolininkų grėsmę nuomonių įvairovei, apie komercinių interesų viršenybę, politikų ir žiniasklaidos interesų susiliejimą visuomenės interesų sąskaita.

Iš tiesų, kaip pastebi žiniasklaidos tyrėjas švedas Torbjörn von Krogh, Hutchins komisijos pasiūlytas žiniasklaidos socialinės atsakomybės modelis buvo

¹ H. Luce buvo tarp tų „spaudos baronų“. Jis taip pat buvo aštrus prezidento Franklin D. Roosevelt kritikas, pakartotinai perspėjo dėl pernelyg didelės valstybės įtakos spaudai. (Schudson, 167 psl.)

kompromisas, atspindėjęs ginčą komisijos narių gretose. Vieni nariai buvo linkę į valstybės svetus – įstatymus, reglamentus – žiniasklaidai reguliuoti. Kiti tikino, kad ji privalo būti laisva nuo valdžios įtakos. Pasak T. von Krogh, po ilgų ginčų, komisija pasirinko vidurio kelią, nutardama, jog „žiniasklaidos atskaitingumas bus vykdomas kritika, debatais, kritišku tiriamuoju žvilgsniu ir nevyriausybine „žiniasklaidos inspektoriaus tarnyba...“ (Krogh, psl. 10).

Hutchins komisijos išvadamis buvo sukurtos prielaidos modernios žurnalistikos savireguliacijai, atsakomybei ir atskaitingumui. Jos yra pagrįstos požiūriu į visuomenę kaip į gyvą organizmą, kuriame informacija yra maistas, o žiniasklaida – apytakos sistema, palaikanti gyvybę ir sveikatą labai panašiai kaip kraujas žmogaus organizme. Sekant šia metafora, žiniasklaida gali išnešioti ir užkratą, taigi gali ne tik maitinti, bet ir nuodyti. Būtent todėl žiniasklaidos laisvė nėra absoliuti, ji neapsieina be įsipareigojimų visuomenei – tokia buvo Hutchins komisijos išvadų esmė.

Komisijos rekomendacijos sulaukė gausios ir aštrios JAV leidėjų ir redaktorių kritikos, nuo išvadų viešai atsiribojo net pats komisijos sumanytojas ir finansinis globėjas H. Luce. Tačiau, anot T. von Krogh, nuo tada žiniasklaidos atskaitingumo idėjas ėmė svarstyti teoretikai ir pamažėl pradėjo taikyti profesionalai.

Masinės komunikacijos teoretikas Denis McQuail pastebi, jog komisijos išvados buvo „pirmas bandymas sukurti žiniasklaidos socialinio vaidmens pamatuotą kritiką ir normas.“ Nepaisant kritikos ir ginčo, kuris, beje, tęsiasi iki šiol, socialinės atsakomybės teorija tapo „atskaitos tašku link didėjančios spaudos profesionalizacijos ir savireguliacijos.“ Nors XX a. pabaigoje vyravo tendencija mažinti žiniasklaidos reguliavimą, toliau kūrėsi sistemos, kuriomis „pripažįstama spaudos svarba socialiniam gyvenimui, politikai, ypač reikalas būti nepriklausoma ir įvairi.“ (McQuail 2003, 54-55 psl.)

Mokslininkas taip pat ižiūri tiesioginį ryšį tarp atsakomybės ir atskaitingumo. Jis cituoja suomių žiniasklaidos tyrėją Kaarle Nordenstreng, kuris pasakęs „nors žiniasklaidos profesionalai šiltai atsiliepia apie atsakomybę, jie ir toliau nerodo didesnio entuziazmo atskaitingumui“. Savo ruoštu McQuail pažymi, jog „praktikoje pirmasis be antrojo lieka be turinio.“ (McQuail 2003, psl. 283)

Tyrėjas optimistiškai vertina galimybes savanoriškai įgyvendinti atskaitingumą. Jo nuomone, tokia sistema gali „veikti todėl, kad ji tuo pačiu metu yra ir savanoriška, ir naudinga žiniasklaidai ir profesionalams. Ji naudinga, nes būdama neprievartinė, skatina savanorišką tobulinimąsi, taip pat savitvardą.“ Jis pastebi, jog „žiniasklaida yra padariusi šokią tokią pažangą, atsiliepdama į reikalavimus būti atskaitinga įvairiomis savireguliacijos priemonėmis, ženkliai nežeisdama savo laisvės skelbti tai, ką ir kaip nori.“ (McQuail 2005, 214 psl. ir McQuail 2003, 283 psl.)

Bertrand pasiūlymai taip pat remiasi savanoriškai vykdomu atskaitingumu. Jų esmė yra be valstybės kišimosi užtikrinti žiniasklaidos kokybę per atskaitingumą visuomenei. Priemonės privalo būti savanoriškos, t.y. turėti ne įstatymo, o moralinę galią. Bertrano požiūriu, atskaitingumas yra daugiau negu savireguliacija, nes partneris yra visuomenė, kuriai žiniasklaida tarnauja ir iš kurios duoną valgo. Būtent skaitytojai, klausytojai ir žiūrovai padeda stebėti, vertinti žiniasklaidą, teikia jai grįžtamąjį ryšį.

Žiniasklaida, atskaitingumas ir ombudsmenai

Tarp C.-J. Bertrand siūlomų, grįžtamąjį ryšį teikiančių žiniasklaidos atskaitingumo priemonių yra ombudsmenas, kartais vadinamas viešuoju redaktoriumi arba skaitytojų atstovu. Tai redakcijos nusamdytas asmuo, dažniausiai turintis didelę žurnalistinę patirtį ir nusipelnęs kolegų pagarbos, su kuriuo pasirašoma terminuota sutartis, teikianti plačius įgaliojimus laisvai veikti, tirti redakcijos veiklą „iš vidaus“ ir rezultatus viešai skelbti. Kiekviena redakcija pati nusistato ombudsmeno įgaliojimus, tačiau net ir kukliausi atveria neregėtą prieinamumą prie žurnalistų „virtuvės“.

Tarptautinė Naujienų ombudsmenų organizacija („Organization of News Ombudsmen“, ONO) pateikia tokį apibrėžimą: „Naujienų ombudsmenas gauna ir tiria laikraščio skaitytojų, radijo stoties klausytojų arba televizijos žiūrovių nusiskundimus apie naujienų nušvietimo tikslumą, sąžiningumą, nešališkumą ir taktiškumą. Jis arba ji rekomenduoja atitinkamas pataisos priemones arba atsakymus, kurių tikslas yra ištaisyti arba patikslinti naujienų pranešimus.“ (ONO).

Ombudsmenų institutas kildinamas iš 1809 m. Švedijos konstitucijos. Kaip pastebi tarptautinės teisės žinovė Linda C. Reif, Švedijos parlamentas (Riksdag) įsteigė *justitieombudsman* (teisingumo ombudsmeno) institutą „prižiūrėti viešąjį administravimą ir teismus ir patraukti atsakomybėn tuos, kurie blogai atlieka savo oficialias pareigas.“ Ilgainiui, instituto veiklos „svarbiausias veiksnys tapo viešieji skundai.“ (Reif, 5 psl.)²

Žiniasklaidoje ombudsmenų institucija išsiplėtojo XX a. Pirmieji daigai buvo 1913 m. JAV laikraštyje „The New York World“ įkurtas „Tikslumo ir garbingo elgesio biuras“ („Bureau of Accuracy and Fair Play“) ir 1922 m. Tokijo (Japonija) laikraštyje „Asahi Shimbun“ įsteigtas komitetas skaitytojų nusiskundimams tirti. Pirmasis naujausių laikų ombudsmenas paskirtas JAV 1967 m.³ Šiandien Naujienų ombudsmenų organizacija vienija ombudsmenus iš 15 valstybių, įskaitant Estiją.⁴ (ONO)

Kaip pastebi amerikietis žiniasklaidos tyrėjas Neil Nemeth, naujienų ombudsmenų idėja yra pagrįsta Hutchins komisijos rekomendacija žiniasklaidos atstovams užsiimti vienas kito kritika: „jeigu spauda bus atskaitinga – ir tokia ji privalo būti, norint kad ji liktų laisva – jos nariai turi drausminti vienas kitą, naudodamiesi vienintele jiems prieinama priemone, būtent vieša kritika.“ (Nemeth, 5 psl.)

Globalių žiniasklaidos rengėjų skaidrumas (JAV tyrimas)⁵

C.-J. Bertrand surašytomis atskaitingumo priemonėmis pasinaudota ir 2007 m. JAV atliktame didelės apimties žiniasklaidos rengėjų skaidrumo tyrime. Studiją,

² Daugiau žiūr. Švedijos ombudsmano interneto svetainę:

http://www.jo.se/Page.aspx?MenuId=12&ObjectClass=DynamX_Documents&Language=en

³ Louisville miesto (Kentucky valstija) laikraščiai „Courier-Journal“ ir „Louisville Times“ ombudsmenu paskyrė 40 m. žurnalistikos veteraną John Herchenroeder.

⁴ Tarmu Tammerk yra Estijos visuomeninio transliuotojo „Eesti Rahvusringhääling“ ombudsmenas.

⁵ Šaltinis šiam skyriui: <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>. Tyrimą atlikęs centras yra susietas su Maryland universiteto žurnalistikos mokykla „Phillip Merrill College of Journalism“.

pavadintą „Atvirumas ir atskaitingumas: globalių žiniasklaidos rengėjų skaidrumo tyrimas“ („Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets“) surengė Maryland universitete įsikūrus „Tarptautinis žiniasklaidos ir viešųjų reikalų centras“ („International Center for Media and the Public Agenda“).

Tyrėjų komanda – 21 žurnalistikos studentas, jų dėstytojas ir centro darbuotojai – ištyrė 25 pasaulyje žinomų naujienų ruošėjų veiklą. Taikydami kiekybinės ir kokybinės analizės metodus, jie išnagrinėjo ir įvertino naujienų rengėjų skaidrumą penkiais atžvilgiais:

- (1) Ištaisymai: pasirengimas atvirai taisyti klaidas.
- (2) Savininkystė: atvirumas apie korporacijų nuosavybę.
- (3) Kadru politiką: atvirumas apie interesų konfliktus.
- (4) Informacijos rengimo politiką: atvirumas apie redakcijos nuostatas.
- (5) Interaktyvumas: atvirumas skaitytojų pastaboms bei kritikai.

Tyrimas parodė, jog skaidriausiai ir atskaitingiausiai dirba britų laikraštis „The Guardian“ ir amerikiečių „The New York Times“, o mažiausiai skaidriai ir atskaitingai – britų televizijos stotis „Sky News“ ir amerikiečių savaitinis žurnalas „Time“.

Kelios kitos tyrimo išvados:

- Dauguma naujienų rengėjų svetainių teikia informaciją apie savininkus, bet nėra linkę atskleisti kitų jų turtinių interesų.
- Dauguma naujienų rengėjų teikia galimybę skaitytojams pateikti savo nuomonę laiškais redakcijai, komentarais, tiesiogiai susirašinėjant su žurnalistais.
- Mažiau negu pusė leidinių interneto svetainių viešai ištaiso savo klaidas.
- Dauguma naujienų rengėjų nėra linkę atskleisti visuomenei, kaip veikia jų redakcinis procesas. Tik kelios redakcijos skaitytojus supažindina su savo profesinės etikos normomis.

Tyrimo įvade cituojamas amerikiečio tiriamosios žurnalistikos atstovo Sydney Schanberg⁶ pastebėjimas, jog „spauda reikalauja skaidrumo iš valdžios, verslo ir visų kitų. Tačiau patys žurnalistai atsisako taikyti skaidrumą sau, nors teigia gerai dirbantys savo darbą. Visuomenei reikia platesnio paaikškinimo, o tai gali teikti tik patys žurnalistai.“

Žvalgomas žiniasklaidos atskaitingumo tyrimas Lietuvoje

Remiantis Maryland universiteto tyrimu, pirmą kartą atliktas Lietuvos, o taip pat Latvijos bei Švedijos atrinktos periodinės spaudos žvalgomas tyrimas, siekiant nustatyti kurios atskaitingumo idėjos ir kaip plačiai yra taikomos šių šalių žiniasklaidoje.

Žiniasklaidos skaidrumas ir atskaitingumas nėra dažnai aptariama tema Lietuvos viešojoje erdvėje. Viena priežastis yra stoka susistemintos informacijos apie žiniasklaidos veiklos praktikas.

⁶ Pulicerio premijos laureatas, tiriamosios žurnalistikos atstovas, kurio pranešimai apie Kambodžos karą ir Pol Pot vadovaujamų Raudonųjų khmerų (Khmer Rouge) siautėjimą pelnė jam tarptautinį pripažinimą. Remiantis jo darbu susuktas vaidybinis filmas „The Killing Fields“ („Mirties laukai“).

2007 m. „Transparency International“ Lietuvos skyriaus (TILS) užsakymu atliktas žiniasklaidos skaidrumo tyrimas atskleidė, kad verslininkų nuomone, mažiausiai skaidri iš visų žiniasklaidos priemonių yra nacionalinė spauda. (Juozapavičius, 9, 12-13 psl.) Šio tyrimo rezultatai paskatino TILS žengti tolesnį žingsnį – inicijuoti šią lyginamąją Lietuvos, Latvijos ir Švedijos žiniasklaidos skaidrumo studiją.

Tyrimu siekta nustatyti, kokiais veiklos ir elgesio standartais vadovaujasi Lietuvos nacionalinė spauda ir įvertinti jos skaidrumą bei atskaitingumą, lyginant su kitomis šalimis. Tyrejai ir TILS viliasi, jog studija paskatins platesnes visuomenės diskusijas žiniasklaidos skaidrumo ir atskaitingumo klausimais.

Tyrimas atliktas bendradarbiaujant su „Transparency International“ Latvijos ir Švedijos skyriais ir remiant Šiaurės šalių ministrų tarybos biurui Lietuvoje, Jungtinių Tautų vystymosi programai Lietuvoje bei Vokietijos ambasada Lietuvoje.

Šaltiniai:

- Bertrand, Claude-Jean. Media Ethics & Accountability Systems. 2000.
- Bertrand, Claude-Jean. An Arsenal for Democracy. Media Accountability Systems. 2003.
- Blevins, Fred. The Hutchins Commission Turns 50: Recurring Themes in Today's Public and Civic Journalism. (Pranešimas skaitytas Montana State University-Northern, 1997.): <http://mtprof.msun.edu/Fall1997/Blevins.html>
- ICMPA – International Center for Media and the Public Agenda: <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>
- Juozapavičius, Rytis. Žiniasklaidos skaidrumas. 2007. Parsisiųsdinti pdf laikmeną: http://www.gzi.lt/ci.admin/Editor/assets/Istatymai2/ziniasklaidos_skaidrumas.pdf
- McQuail, Denis. Media Accountability and Freedom of Publication. 2003.
- McQuail, Denis. McQuail's Mass Communication Theory. 5th Edition. 2005.
- Media Ethics Online svetainė: <http://media.www.mediaethicsmagazine.com/media/storage/paper655/news/2007/12/31/News/ClaudeJean.Bertrand.Obituary-3227314.shtml>
- Nemeth, Neil. News of the Ombudsman in North America. Assessing an Experiment in Social Responsibility. 2003.
- ONO – Organization of News Ombudsmen: <http://www.newsombudsmen.org/>
- Pritchard, David, ed. Holding the Media Accountable. Citizens, Ethics, and the Law. 2000.
- Rief, Linda C. The Ombudsman, Good Governance and the International Human Rights System, 2004.
- Schudson, Michael. Discovering the News. A Social History of American Newspapers. 1978.
- Siebert, Fred S., Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur. Four Theories of the Press. 1956.
- Swanberg, W. A. Luce and His Empire. 1972.
- Švedijos parlamento ombudsmeno svetainė: http://www.jo.se/Page.aspx?MenuId=12&ObjectClass=DynamX_Documents&Language=en
- Von Krogh, Torbjorn, ed. Media Accountability Today ... and Tomorrow. Updating the Concept in Theory and Practice. 2007.

Tyrimo aprašas

Aktualumas

Šiuo žvalgomojo pobūdžio tyrimu siekiama suteikti žiniasklaidai startines pozicijas didinti savo veiklos atskaitingumo visuomenei efektyvumą.

Imtis

Ištirtos visuomenės informavimo priemonės trijose šalyse: Latvijoje, Lietuvoje ir Švedijoje. Šalių pasirinkimą iš dalies lėmė panaši žiniasklaidos sistema ir periodikos skaitymo tradicijos. Pagrindiniai leidinių atrankos kriterijai buvo: tematinis universalumas, funkcionavimo patirtis ir įtaka auditorijai. Visi pasirinkti leidiniai yra universalios tematikos dienraščiai, leidžiami jau kelis dešimtmečius ir pagal metų vidurkį – turintys didžiausią skaitytojų auditoriją. Leidinių atranką lėmė ir savininkų pasiskirstymas. Nagrinėtas tik pagrindinis kuriai nors leidinių grupei priklausiantis laikraštis. Pagal šiuos kriterijus atrinkti šeši dienraščiai ir tapo tyrimo objektu.

Papildomai buvo tirti dar trys Lietuvos dienraščiai. Jų atrankos kriterijai buvo apibrėžti taip: pagrindinis šalies verslo dienraštis, pramoninės finansinės grupės didžiausią funkcionavimo patirtį turintis dienraštis ir naujai įkurtas dienraštis. Toks pasirinkimas padarytas siekiant palyginti įvairių rūšių šalies dienraščių atskaitingumą.

Objektas ir periodas

Ištirti šeši universalios tematikos dienraščiai: Latvijoje leidžiami „Diena“ ir „Latvijas Avize“; Lietuvoje leidžiami „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“; Švedijoje leidžiami „Dagens Nyheter“ ir „Svenska Dagbladet“. Taip pat papildomai ištirti trys Lietuvos periodiniai leidiniai: verslo dienraštis „Verslo žinios“, Lietuvos koncerno „Achemos grupė“ laikraštis „Lietuvos žinios“ bei naujai įkurtas miesto dienraštis „Vilniaus diena“ (pradėtas leisti 2007 m. rudenį).

Ištirti 2008 m. leidinių numeriai, tyrimo periodus pasirenkant atsitiktinės atrankos būdu, stengiantis aprėpti dienraščių produkciją per ilgesnį laiką. Lietuvoje tai buvo keturių savaitių periodas, išdėstytas po vieną savaitę per keturis mėnesius: birželio 30 – liepos 5, rugpjūčio 4 – 9, rugsėjo 15 – 20 ir spalio 20 – 25. Latvijoje ir Švedijoje tai buvo keturių savaitių periodas, išdėstytas per tris mėnesius: rugsėjo 8 – 13, rugsėjo 22 – 27, spalio 20 – 25, lapkričio 3 – 8. Visose trijose šalyse tirtos tik pagrindinės laikraščių dalys be savaitinių ar kitų priedų.

Tyrimo metodai

Leidinių tyrimui ir rezultatų analizei buvo naudojami dedukcinis, indukcinis, palyginimo, kiekybinės turinio analizės ir interviu metodai.

Dienraščių praktika ir laikysena skaidrumo klausimais išnagrinėta susipažinus su tirtu periodu išleistais dienraščių numeriais ir apsilankius jų interneto svetainėse. Taip pat telefonu bendrauta su visų dienraščių atsakingais darbuotojais. Pokalbių tikslas buvo išsiaiškinti atskaitingumo praktiką redakcijoje. Į Lietuvos tyrėjų klausimus atsakė „Lietuvos ryto“ vyriausiojo redaktoriaus pavaduotojas Rimvydas

Valatka, „Lietuvos žinių“ vyriausiasis redaktorius Valdas Vasiliauskas, „Respublikos“ direktorė Diana Veleckienė, „Verslo žinių“ vyriausiojo redaktoriaus pavaduotojas Ramūnas Terleckas ir „Vilniaus dienos“ vyriausiasis redaktorius Kęstutis Jauniškis.

Tyrimo kriterijai

Laikraščių skaidrumas tirtas pagal penkis kriterijus: ištaisymai, savininkystė, personalo politika, informavimo politika ir grįžtamasis ryšys.

Ištaisymai:

Ištaisymas rėmeliuose.

Tai aiškiai matomas, „įrėmintas“ padarytos klaidos ištaisymas. Efektyvus būdas ištaisyti klaidą yra parašyti, kas buvo klaidinga, ir pranešti, kaip yra iš tikrųjų.

Paskelbtos informacijos paneigimas pagal įstatymą.

Tai atvejai, kai laikraštyje paskelbiami tikrovės neatitinkantys duomenys, o asmuo, su kuriuo susiję šie paskelbti duomenys, surašo paneigimą, kuriame nurodo, kokia paskelbta informacija neatitinka tikrovės, kada ir kur ji buvo paskelbta, kokie paskelbtos informacijos teiginiai žemina fizinio asmens garbę ir orumą ar pažeidžia juridinio asmens dalykinę reputaciją. Šią informaciją paskelbęs laikraštis išspausdina tokį informacijos paneigimą.

Savininkystė:

Lengvai prieinama informacija apie žiniasklaidos priemonės savininkus jos interneto svetainėje.

Žiniasklaidos priemonės akcininkų sąrašas ir kita su tuo susijusi informacija pasiekama žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje. Ta pati informacija atspausdinta ir prieinama redakcijoje.

Lengvai prieinama informacija apie kitus žiniasklaidos priemonės savininkų leidybos ir asmeninius finansinius interesus jos interneto svetainėje.

Duomenys apie kitų leidybos kompanijų akcijų valdymą bei tokį dalyvavimą kitose verslo ar visuomenės gyvenimo srityse, kuris galėtų turėti reikšmingos įtakos redakcinei politikai pateikiami žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje. Ta pati informacija atspausdinta ir prieinama redakcijoje

Personalo politika:

Rašytinių elgesio normų redakcijos darbuotojams egzistavimas.

Rašytinės taisyklės nurodančios personalui, kaip išvengti interesų konflikto. Ar galima sumokėti už žurnalisto pietus? Ar žurnalistai gali aukoti politiniam kandidatui? Ar jie gali imti honorarą už viešąją kalbą? Ar galima keliauti, jeigu už kelionę sumoka kitas asmuo? Ar romantiški arba šeimos ryšiai su naujienų šaltiniu, ar su asmeniu, kurio veikla gali būti nušviesta naujienų organizacijos atskleidžiami vadovybei? Ar verslo arba finansiniai redakcijos darbuotojo ar jo šeimos narių interesai atskleidžiami vadovybei, jei darbuotojas rengia pranešimą, galintį turėti įtakos tiems verslo ar finansiniams interesams?

Lengvai prieinamos rašytinės žiniasklaidos priemonės darbuotojų elgesio normos.

Šios normos yra pasiekiamos visuomenei žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje. Jos teikiamos susipažinti jų paprašius.

Rašytinių elgesio normų, kurios padeda išvengti interesų konflikto, egzistavimas.

Taisyklėmis aptariami atvejai, kai redakcijos darbuotojas turi finansinių interesų kompanijose, apie kurias rašo. Taisyklėmis paaiškinama, kaip personalas turi neleisti bet kokioms jų asmeninėms ar jų šeimos investicijoms daryti įtaką jų redakciniams sprendimams.

Aiškų verslo ir redakcijos funkcijų atskyrimas.

Redakcijos darbuotojų taikomi redagavimo principai suprantamai paaiškinti žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje. Ta pati informacija atspausdinta ir prieinama redakcijoje.

Informacijos rengimo politika:Lengvai prieinamos rašytinės informacijos rengimo normos (šaltinių naudojimo, pasakojimų apie vaikus taisyklės, įvairios etinės nuostatos)

Rašytinės gairės, nurodančios personalui etikos principus ir elgesio taisykles, taikomas tam tikrose aplinkybėse. Kiek šaltinių turėtų patvirtinti naujieną? Kada reporteriai gali vartoti politiškai angažuotus terminus kaip „teroristas“? Visuomenė gali rasti rašytines informacijos rengimo normas žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje. Ta pati informacija atspausdinta ir prieinama redakcijoje.

Redakatoriaus laiškas

„Redakatoriaus laiškas“, detalai aiškinantis žiniasklaidos priemonės vertybes, informacijos rengimo taisykles ir funkcijas.

Grižtamasis ryšys:Ombudsmenas

Ombudsmenas, kartais vadinamas viešuoju redaktoriumi arba skaitytojų atstovu išklauso visuomenės skundus, juos ištiria ir praneša apie rezultatus.

Redakcijos sukurti klausimynai.

Klausimynai apie tikslumą ir nešališkumą, siunčiami asmenims, paminėtiems naujienų pranešimuose, arba skelbiami visiems skaitytojams užpildyti.

„Atvirų durų politika“ skatinanti visuomenės susitikimus su redakcijos darbuotojais
Specialūs renginiai, skirti visuomenei susitikti su redakcijos darbuotojais

Žurnalistų elektroninio pašto adresai ir telefonų numeriai

Žurnalistų elektroninio pašto adresai ir telefono numeriai, leidžiantys auditorijai susisiekti su konkrečiu autoriumi.

Tyrimo metu ieškota atsakymų į šiuos klausimus:

- (1) ar laikraščiai taiso savo klaidas?
- (2) ar savininkai informuoja skaitytojus apie savo turtinius interesus?
- (3) ar redakcija pataria darbuotojams, kaip elgtis, norint išvengti interesų konfliktų?

(4) ar redaktoriai paaiškina skaitytojams savo sprendimus?

(5) ar laikraščiai yra atviri skaitytojų kritikai, ar skatina skaitytojų ir žurnalistų bendravimą?

Teigiami atsakymai į visus šiuos klausimus reikštų, jog redakcija dirba skaidriai, atvirai bendrauja su savo darbuotojais ir skaitytojais. Neigiami atsakymai į visus šiuos klausimus rodytų, jog redakcija dirba neskaidriai, neieško ryšio su skaitytojais. Dirbant neskaidriai savaime nereiškia, kad už to slepiasi nesąžininga veikla. Tačiau pasaulio praktika rodo, jog menkas žiniasklaidos atskaitingumas gali sukurti sąlygas nesąžiningai veiklai, taip pat skatina įtarumą, kas sėja visuomenės nepasitikėjimą.

Lietuvos dienraščių tyrimo rezultatai

Šios tyrimo dalies objektu pasirinkti penki Vilniaus dienraščiai: „Lietuvos rytas“, „Lietuvos žinios“, „Respublika“, „Verslo žinios“ ir „Vilniaus diena“.

Ištaisymai.

Tyrimo metu buvo tirtas dienraščių sprendimas skaitytojus informuoti apie pasitaikančius netikslumus bei klaidas. Viešas netikslumo ar klaidos pripažinimas patikrina dienraščio išsipareigojimą tiesai ir pagarbą skaitytojui. Pasaulinė praktika rodo, jog ištaisymai taip pat didina pasitikėjimą leidiniu tarp skaitytojų bei skatina jų lojalumą, kas atsiperka didesniais leidinio tiražais.

Vienas būdas taisyti klaidas yra skelbti ištaisymus įrėmintu tekstu aiškiai matomoje leidinio vietoje, paaiškinant, kur suklysta ir kaip yra iš tikrųjų. Peržiūrėję laikraščių produkciją per tiriamąjį laikotarpį tyrėjai nerado nei vieno ištaisymo „Lietuvos ryte“, „Lietuvos žiniose“ „Respublikoje“ ar „Verslo žiniose“. Vienintelį ištaisymą tyrėjai aptiko „Vilniaus dienoje“.

Kitas būdas informuoti skaitytojus apie klaidas yra paskelbti informacijos paneigimą pagal įstatymą. Tai atvejai, kai tikrovės neatitinkantys duomenys paskelbiami laikraštyje, o asmuo, apie kurį šie duomenys buvo paskleisti, surašo paneigimą, nurodydamas, kokia informacija neatitinka tikrovės, kada ir kur ji buvo paskelbta, kokie teiginiai žemina fizinio asmens garbę ir orumą ar žeidžia juridinio asmens dalykinę reputaciją. Laikraštis asmens paneigimą išspausdina. Per tiriamąjį laikotarpį tyrėjai rado vieną informacijos paneigimo atvejį „Vilniaus dienoje“, jokių paneigimų nerasta kituose keturiuose laikraščiuose.

Savininkystė.

Kadangi žiniasklaida yra svarbus skaitytojo informacijos šaltinis apie jo gyvenamąją vietovę, valstybę ir pasaulį, svarbu skaitytojui žinoti, kam priklauso informavimo priemonė, kuri teikia tokią svarbią paslaugą. Skaitytojui taip pat svarbu žinoti apie žiniasklaidos savininkų turtinius ar finansinius interesus, apie jų dalyvavimą kitame žiniasklaidos ir ne žiniasklaidos versle.

Tyrėjai bandė išsiaiškinti, ar žiniasklaidos priemonės interneto svetainėje eiliniam skaitytojui lengvai prieinama informacija apie dienraščių savininkus, ar pateikiamas

akcininkų sąrašas ir kita su tuo susijusi informacija. Tyrėjai nerado tokios informacijos dviejų dienraščių – „Lietuvos ryto“ ir „Lietuvos žinių“ – interneto svetainėse. „Verslo žinių“ svetainėje buvo nuoroda į laikraščio leidėjus (www.bonierbusinesspress.com), kur galima rasti duomenų apie savininkus anglų kalba. „Vilniaus dienos“ interneto svetainėje (www.dienamedia.lt) nurodytas juridinis asmuo, kuriam priklauso dienraščio akcijos, bet nenurodyti fiziniai asmenys. „Respublika“ tyrimo metu neturėjo veikiančios interneto svetainės.

Tyrėjai taip pat bandė nustatyti, ar interneto svetainėje eiliniam skaitytojui yra lengvai prieinama informacija apie tokius savininkų finansinius interesus, kurie galėtų turėti įtakos redakcinei politikai, ar pateikiami duomenis apie kitų leidybos bendrovių akcijų valdymą bei dalyvavimą kitose verslo srityse. Trijų dienraščių – „Lietuvos ryto“, „Lietuvos žinių“ ir „Verslo žinių“ – interneto svetainėse tyrėjai nerado tokios informacijos. „Vilniaus dienos“ interneto svetainėje (www.dienamedia.lt) tyrėjai rado duomenis apie žiniasklaidos verslus, bet nerado duomenų apie dalyvavimą kitose verslo srityse. „Respublika“ tyrimo metu neturėjo veikiančios interneto svetainės.

„Lietuvos žinių“ atstovas tyrėjams pareiškė, jog apsilankius redakcijoje galima gauti informaciją apie laikraščio savininkus. „Verslo žinių“ atstovas teigė, kad informaciją apie savininkus ir jų turtinius interesus galima atspausdinti ir įteikti besidomintiems redakcijoje.

Personalo politika.

Dar viena svarbi skaidrumo sritis yra rašytinės elgesio normos redakcijos nariams, t. y. gairės ar orientyrai, kuriais vadovaujasi darbuotojai, kai iškyla klausimų ar neaiškumų dėl tinkamo elgesio kurioje nors situacijoje. Ypatingai aktualūs yra galimi interesų konflikto atvejai. Pavyzdžiui, taisyklėse aptariami atvejai, kai redakcijos darbuotojas turi finansinių interesų kompanijose apie kurias rašo, paaiškinama, kaip neleisti asmeninėms ar šeimos investicijoms daryti įtaką redakciniams sprendimams.

Tyrėjai nerado atskirų rašytinių normų nei viename tirtame laikraštyje. Visų penkių leidinių atstovai pareiškė, jog redakcijos žurnalistai vadovaujasi šalies įstatymais ir Lietuvos Žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksu. „Respublikos“ atstovė informavo, kad žurnalistams privalomas yra ir Reklamos įstatymas. „Vilniaus dienos“ atstovas pareiškė, jog redakcija vadovaujasi vertybių sąrašu, o atskiras redakcijos etikos kodeksas yra rengiamas.

Tyrėjai taip pat bandė nustatyti, ar tiriamų leidinių redakcijose egzistuoja rašytinės taisyklės, kuriose būtų aiškiai atskirtos dienraščio verslo ir redakcijos funkcijos, paaiškinti redakcijos darbuotojų darbo principai. Visų penkių laikraščių atstovai patvirtino, jog redakcijoje nėra tokių taisyklių, tačiau pažymėjo, kad redakcijos vadovaujasi įstatymais ir Lietuvos Žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksu.

Informacijos rengimo politika.

Jeigu redakcijos rašytinės normos bei taisyklės padeda orientuotis darbuotojams, tai informacijos rengimo politikos viešas išsakymas padeda ir darbuotojams, ir skaitytojams suprasti kokiais principais vadovaujasi redakcija, kokiomis vertybėmis ji

remiasi, kaip veikia ir kodėl. Redakcijos nuostatos šiuo atžvilgiu gali būti atskleistos rašytinių gairių forma arba redaktoriaus laiškais.

Rašytinėmis informacijos rengimo gairėmis padedama redakcijos darbuotojams suprasti principus ir taisykles, renkant ir rengiant informaciją, padeda atsakyti į konkrečius klausimus: kiek šaltinių turėtų patvirtinti naujieną, kokiomis taisyklėmis vadovautis pasakojant apie vaikus, kada galima vartoti politiškai angažuotus terminus (pvz. „teroristas“). Skaitytojas gali susipažinti su šiomis gairėmis dienraščio interneto svetainėje. Tyrėjai nerado tokių gairių nei vienoje tirtų laikraščių interneto svetainėje. „Respublika“ tyrimo metu neturėjo veikiančios interneto svetainės.

Kitas būdas informuoti tiek darbuotojus, tiek skaitytojus apie redakcijos nuostatas yra skelbti redaktoriaus laiškus, kuriuose paaiškinama kokiomis vertybėmis vadovaujasi dienraščio redakcija, kokios galioja informacijos rinkimo bei rengimo taisyklės. Tiriamuoju laikotarpiu tyrėjai nerado nei vieno tokios priemonės naudojimosi atvejo.

Grižtamasis ryšys.

Skaidrios žiniasklaidos požymis yra jos atvirumas skaitytojams, jautrumas jų interesams, nusiskundimams, nuomonei. Redakcijos imasi iniciatyvų, skatinančių skaitytojus pasisakyti ir sudaro galimybes jiems bendrauti su žurnalistais. Grižtamasis ryšys arba redakcijos ir skaitytojų santykiai ištirti penkiais aspektais: ombudsmeno egzistavimas, laiškų redaktoriui skelbimas, redakcijos klausimynų ruošimas, „atvirų durų“ politika ir galimybė tiesiogiai bendrauti su žurnalistais.

Ombudsmenas, kartais vadinamas viešuoju redaktoriumi, skaitytojų atstovas arba visuomenės interesų gynėjas dažnai yra kviečiamas į redakciją iš kitur ir iš anksto sutartam laikui. Jam skirtas konkretus darbas – išklausti visuomenės skundus redakcijos atžvilgiu, juos ištirti ir savo išvadas paskelbti laikraščio puslapiuose, nepriklausomai nuo redakcijos ar savininkų norų. Nei viename iš tirtų laikraščių nėra ombudsmeno pareigybės. „Lietuvos žinių“, „Verslo žinių“ ir „Vilniaus dienos“ atstovai paaiškino, kad ombudsmeno funkcijas atlieka vyriausiasis redaktorius arba pavaduotojas.

Kita grįžtamojo ryšio priemonė yra laišakai redaktoriui. Tai speciali vieta laikraštyje, kur skelbiami skaitytojų pasisakymai, kritiškai vertinantys laikraščio turinį. Tiriamuoju laikotarpiu tyrėjai rado, jog vienas iš penkių laikraščių buvo išskyres tokią vietą. „Verslo žiniose“ paskelbti septyni laišakai, kritiškai vertinantys laikraščio turinį. Jie visi buvo paimti iš laikraščio interneto svetainės www.vz.lt.

Dar vienas būdas redakcijai rinkti skaitytojų vertinimus yra paruošti specialius klausimynus apie dienraštyje skelbtos informacijos kokybę – pvz., jos tikslumą bei nešališkumą – ir juos išsiuntinėti asmenims, paminėtiems laikraščio pranešimuose, arba skelbti savo puslapiuose, kviečiant skaitytojus juos užpildyti. Nei vienas tirtas laikraštis tokių klausimynų neruošia. „Respublikos“ atstovė paaiškino, kad to nereikalauja įstatymas. „Verslo žinių“ atstovas informavo, jog kartą per metus yra sandoma sociologinė bendrovė „skaitytojo portretui“ sukurti.

Atskaitingomis siekiančios būti redakcijos dažnai atveria duris skaitytojams, rengia proginius arba reguliarius susitikimus, kuriuose dalyvauja redakcijos darbuotojai.

Tokia „atvirų durų politika“ siekiama sudaryti galimybes skaitytojams tiesiogiai pabendrauti su žurnalistais. Penkių tirtų dienraščių atstovai informavo, kad specialių susitikimų su skaitytojais nerengia. Tačiau „Lietuvos ryto“, „Lietuvos žinių“ ir „Vilniaus dienos“ atstovai patikino, kad redakcijos žurnalistai susitinka su visuomene. „Verslo žinių“ atstovas pasakojo, kad redakcija priima lankytojų grupes, o prieš penkerius metus surengė didesnio masto susitikimą su skaitytojais. „Respublikos“ atstovė sakė, kad redakcijos durys yra atviros skaitytojams visą parą.

Grižtamasis ryšys taip pat užtikrinamas, jeigu skaitytojas gali pasiekti žurnalistą tiesiogiai. Redakcijos skelbia telefono numerius, elektroninio pašto adresus, kas suteikia skaitytojui galimybę bendrauti su konkrečiu autoriumi.

Tirtų dienraščių politika šiuo atveju įvairuoja. Žurnalistų telefono numerius skelbia „Lietuvos rytas“, „Lietuvos žinios“, „Respublika“ ir „Vilniaus diena“. To nedaro „Verslo žinios“, skelbdamos tik bendrą redakcijos telefono numerį, tačiau skelbia redakcijos darbuotojų individualius elektroninio pašto adresus. Kiti laikraščiai nurodo bendrą arba skyrių elektroninio pašto adresus.

Apibendrinimas.

Lietuvoje tik pradedamos diegti daugelyje Vakarų šalių praktikuojamos žiniasklaidos skaidrumo ir atskaitingumo priemonės. Dviejose srityse – ištaisymai ir savininkystė – „Vilniaus diena“ dirbo truputį skaidriau už konkurentus, pateikdama vieną paneigimą ir skelbdama daugiau medžiagos apie savininkystę skaitytojams nei kiti. Vienoje srityje – kritiški laišakai redaktoriui laikraščio turinio atžvilgiu – ženkliau išsiskyrė „Verslo žinios“. Tačiau, be minėtų atvejų, kitomis skaidrios žiniasklaidos priemonėmis šiuose dienraščiuose nesinaudota.

Keturi iš penkių laikraščių tiriamuoju laikotarpiu neskelbė jokių ištaisymų, taigi nepripažino nei vienos savo darbo klaidos. Keturi iš penkių neskelbė jokių laiškų redakcijai, kuriuose būtų kritikuojamas dienraščio turinys.

Nei vienas dienraštis neskelbė detalios informacijos apie savininkus ar jų turtinius interesus. Jokia redakcija neturėjo nei savų rašytinių elgesio normų, nei taisyklių, kuriomis būtų aiškiai atskirtos redakcijos ir verslo funkcijos, nei informacijos rengimo gairių, kurias perskaičius būtų aišku, kokiais kriterijais redakcija atrenka ir skelbia informaciją.

Redaktoriai nei karto neinformavo skaitytojų apie savo informacijos rengimo politiką, jokiaje redakcijoje neveikė ombudsmeno institutas, nebuvo rengiami klausimynai skaitytojams apie laikraščio turinio tikslumą bei šališkumą, nebuvo organizuojami specialūs redakcijų susitikimai su skaitytojais.

Tuo metu, kai daugelyje šalių laikraščių imasi skaidrumo priemonių pelnyti skaitytojų pasitikėjimą, Lietuvos dienraščiai tebegyvena mintimi, jog skaitytojai turėtų jais paprasčiausiai tikėti. Ironiška, jog Lietuvoje laikraščiai reikalauja skaidrumo iš valstybės institutų, verslo struktūrų, visuomeninių organizacijų, tačiau patys yra linkę apie save ir savo veiklą suteikti minimalią informaciją arba jos visai neteikti.

Latvijos, Lietuvos ir Švedijos dienraščių tyrimo rezultatai

Ištirti šeši universalios tematikos dienraščiai trijose šalyse: Latvijos dienraščiai „Diena“ ir „Latvijas Avize“, Lietuvos dienraščiai „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“, Švedijos dienraščiai „Dagens Nyheter“ ir Svenska Dagbladet“.

Ištaisymai.

Tyrimė domėtasi leidinių veikla taisant kasdieninėje veikloje pasitaikančius netikslumus ir kitas klaidas. Kitaip tariant, buvo fiksuojamas aiškiai pažymėtas ištaisyimas rėmeliuose, kur laikraštis ištaiso klaidą. Žurnalistikos teorija ir praktika pabrėžia, kad žiniasklaida neapsieina be klaidų. Jų taisymas įvardinamas kaip svarbus veiksnys, parodantis žiniasklaidos atsakomybę prieš skaitytojus. Klaidų ir netikslumų taisymas didina žiniasklaidos priemonės reputaciją, o ne atvirkščiai.

Per tiriamąjį laikotarpį švedų dienraščiai „Dagens Nyheter“ ir „Svenska Dagbladet“ tikslino įsivėlusias klaidas iš viso 26 kartus. Ypač tai dažnai – 23 kartus – darė „Svenska Dagbladet“. Lietuvos ir Latvijos dienraščiai to nedarė. Šie rezultatai leidžia daryti išvadą, kad švedų leidiniuose taisymai yra laikomi priemone, padedančia išvengti klaidingos informacijos. Nepaisoma stereotipo, kad klaidų ištaisymai gadina dienraščio reputaciją.

Atskirai buvo vertinamas paskelbtos informacijos paneigimas, numatytas pagal kiekvienos šalies įstatymus. Tai atvejai, kai tikrovės neatitinkantys duomenys paskelbiami laikraštyje, o asmuo, apie kurį šie duomenys buvo paskleisti, surašo paneigimą, kuriame nurodo, kokia paskelbta informacija neatitinka tikrovės, kada ir kur ji buvo paskelbta, kokie paskelbtos informacijos teiginiai žemina fizinio asmens garbę ir orumą ar žeidžia juridinio asmens dalykinę reputaciją. Informaciją paskelbę laikraštis paneigimą išspausdina. Per tirtą periodą leidiniuose nerastas nei vienas paneigimas. Galima daryti prielaidą, kad leidiniai buvo įsitikinę, jog laikėsi įstatymų dėl fizinio asmens garbės ir orumo ar juridinio asmens dalykinės reputacijos.

Savininkystė.

Žiniasklaidos savininkų viešumas yra neatsiejamas nuo skaidrios žiniasklaidos. Skaitytojų auditorija privalo žinoti, kam priklauso žiniasklaidos priemonė, turėti galimybę gauti informaciją apie žiniasklaidos savininkų dalyvavimą valdant kitą žiniasklaidos ir ne žiniasklaidos verslą. Pastarąjį dešimtmetį savininkystės viešumas yra opi naujų Europos šalių žiniasklaidos problema. Nežiūrint gerai reglamentuotos įstatymų bazės savininkystės duomenų prieinamumas yra susijęs su kliūtimis. Ta patvirtina ir šis tyrimas. Informacijos apie savininkus neteikia keturi iš šešių tirtų dienraščių. Tokius duomenis elektroninėje versijoje pateikia tik du tirti švedų dienraščiai. Tačiau nei vienas iš šešių dienraščių neteikia informacijos apie kitus savininkų leidybos ir asmeninius finansinius interesus. Tai tik patvirtina anksčiau išsakyta mintį, kad savininkystės skaidrumas ir toliau lieka neišspręsta problema.

Personalo politika.

Dar viena svarbi skaidrumo sritis yra redakcijos personalo politika. Būtent jos aiškus reglamentavimas ir viešas prieinamumas rodo žiniasklaidos priemonės norą būti socialiai atsakinga prieš savo auditoriją. Į klausimą ar redakcijose yra rašytinės

elgesio normos redakcijos darbuotojams, kurios instruktuoja personalą, kaip išvengti galimų interesų konfliktų, teigiamai atsakė tik dviejų dienraščių atstovai. Tai latvių „Diena“, kuri turi savo etikos kodeksą ir švedų „Svenska Dagbladet“, turintis atskiras rašytines taisykles dėl interesų konfliktų vengimo. Jos nėra viešinamos leidinių interneto puslapiuose. Kitos keturios redakcijos tokių rašytinių taisyklių neturi ir vadovaujasi bendrais nacionaliniais žurnalistų etikos kodeksais.

Informacijos rengimo politika.

Skaidrumas yra artimai susijęs su dar viena redakcijos atsakomybe – informacijos rengimo politika, kurioje išdėstytos vertybinės nuostatos, būtinos taikant informacijos atrankos ir rengimo kriterijus. Nei vienas tirtas leidinys tokių rašytinių informavimo normų, kuriose aptariamas šaltinių panaudojimas, politinės komunikacijos stilistika, pasakojimų apie vaikus taisyklės ir kiti dalykai, neturi.

Prie informacijos rengimo politikos yra priskiriama rubrika „Redaktoriaus laiškas“, turinti galias tradicijas ne vienoje užsienio laikraščių redakcijoje. Tyrimo metu nei viename leidinyje nerasta redaktoriaus laiškų. Galima daryti išvadą, kad šia skaidrumo priemone paprasčiausiai nesinaudojama.

Grižtamasis ryšys.

Laikraščiai, siekdami išlaikyti savo nuolatinius skaitytojus ir pritraukti naujų, rūpinasi grįžtamoju ryšiu. Tyrime pasirinktos kelios formos, dažniausiai naudojamos kitų šalių žiniasklaidoje.

Viena iš jų yra ombudsmenas, dar vadinamas visuomenės redaktorius arba skaitytojų atstovas, kuris dirba su skaitytojų skundais apie leidinio turinį. Trijuose iš šešių tirtų dienraščių yra ombudsmeno pareigybė arba asmuo su tokiomis pačiomis funkcijomis, bet kitu pavadinimu. Vienas Švedijos leidinys, „Dagens Nyheter“, šią pareigybę inicijavo 2008 m. gegužę. Kitame, „Svenska Dagbladet“, yra kokybės redaktorius, kurio funkcija yra spręsti visuomenės skundus dėl leidinio faktinių ar stilistinių netikslumų. Ombudsmeną turi latvių dienraštis „Diena“. „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“ bei Latvijos „Latvijas Avize“ neturėjo tokio aktyvaus grįžtamojo ryšio.

Užtikrinant grįžtamąjį ryšį svarbu skirti skaitytojams specialią vietą dienraštyje nuomonei bei vertinimams išsakyti. Tokia praktika egzistuoja tirtuose švedų leidiniuose bei Latvijos „Latvijas Avize“. Stebėjimo metu „Dagens Nyheter“ rasta 36 pasisakymai, o „Svenska Dagbladet“ – 20. Nemažai jų buvo kritiški. Be to, žymiai daugiau komentarų, vertinančių leidinio veiklą, buvo jų interneto erdvėje. Tyrėjai nerado specialios vietos skaitytojų pasisakymams Lietuvos laikraščių spausdintuose variantuose. Komentarų buvo galima surasti „Lietuvos ryto“ portale prie atskirų publikacijų. „Respublika“ tyrimo metu neturėjo veikiančios interneto svetainės.

Redakcijos neparengė rašinių tikslumą ir nešališkumą aptariančių klausimų, kuriuos pildytų jų herojai ar skaitytojai. Penkios redakcijos nesinaudoja ir kita grįžtamojo ryšio forma - atvirų durų politika. Redakcijos darbuotojų susitikimuose su auditorija atsiveria galimybė didinti supratimą tarp leidinio ir jo skaitytojų. Tačiau tik Latvijos dienraštis „Latvijas Avize“ šalies regionuose organizuoja susitikimus su skaitytojais. Grižtamojo ryšio srities rezultatai leidžia teigti, kad redakcijos dar turi nemažai neišnaudotų galimybių aktyviau dirbti su auditorija.

Skaitytojams svarbu galėti pasiekti rašinių autorius. Tirtos redakcijos naudojosi įvairiais kontaktinių duomenų pateikimo variantais. Švedijos dienraščiai skelbė ir žurnalistų telefonų numerius, ir jų elektroninio pašto adresus. Latvijos leidiniai spausdino popieriniame laikraštyje bendrą telefoną ir elektroninio pašto adresus. Savo interneto puslapyje dienraštis „Diena“ nurodė ir žurnalistų telefono numerius. Panašiai duomenis pateikė ir Lietuvos dienraščiai. „Respublika“ skelbė žurnalistų biuro telefonus ir skyrių elektroninio pašto adresus. „Lietuvos rytas“ nurodė bendrą redakcijos elektroninio pašto adresą ir žurnalistų biuro telefonus. Taigi visos redakcijos skelbė pakankamai duomenų norint surasti reikiamą asmenį.

Apibendrinimas.

Tyrime nagrinėtos trijų valstybių laikraščių penkios skaidrumo sritys: ištaisymai, savininkystė, personalo politika, informacijos rengimo politika ir grįžtamasis ryšys su konkrečiais išskirtais tos srities efektyvumo matavimo vienetais, leidžiančiais daryti išvadas apie redakcijų veiklos skaidrumą.

Skaidrumo kriterijų taikymas yra glaudžiai susijęs su šalių žurnalistikos tradicijomis ir tarptautiniais standartais.

Skandinavų žiniasklaida dėl didesnės demokratijos patirties kelia ir taiko sau aukštesnius žiniasklaidos atskaitingumo reikalavimus.

Švedijos dienraščiai taiko daugiausia skaidrumo matavimo vienetų. Toliau seka Latvijos dienraščiai ir Lietuvos leidiniai atsilieka.

Latvijos ir Lietuvos dienraščiai dar tik pradeda taikyti skaidrumo kriterijus, norėdami kokybiškai dirbti ir būti atsakingais prieš skaitytojus.

Vietoj pabaigos

Skaidrumas nėra tik būdas išmatuoti žurnalistikos vertę. Jis pats sukuria pridedamąją vertę. Siektina užtikrinti žiniasklaidos kokybę ne per valdžios reguliavimą, o per atskaitingumą visuomenei.

Žiniasklaidos atsakomybė yra neatsiejama nuo atskaitingumo, todėl viešosios informacijos rengėjai turi skirti daugiau dėmesio abiejų efektyvumui didinti.

Žiniasklaidos kokybė privalo būti grindžiama rinkos, įstatymo ir etikos deriniu.

Skaidri dienraščių veikla ateities žurnalistikos pokyčiuose gali padėti puoselėti leidinių reputaciją ir išsaugoti lojalų skaitytojų auditoriją

Atskaitingumas yra daugiau negu savireguliacija, nes partneris yra visuomenė. Žurnalistinėje praktikoje būtina aktyviau taikyti žiniasklaidos atskaitingumą kaip vieną iš svarbiausių laisvos žiniasklaidos garantų.

Tyrimo autoriai

Latvijoje:

Inese Voika yra gerojo valdymo ir antikorupcijos ekspertė, dėsto komunikacijos mokslus Latvijos universitete, anksčiau yra dirbusi tiriamosios žurnalistikos srityje ir įsteigusi „Transparency International“ skyrių Latvijoje.

Lietuvoje:

Rytis Juozapavičius, autorius, verslo konsultantas, seminarų apie viešąjį kalbėjimą bei Stephen R. Covey lyderystės modelio taikymą vedėjas, buvęs „Transparency International“ Lietuvos skyriaus vadovas, domisi valstybės, verslo ir žiniasklaidos skaidrumo klausimais.

Dr. Audronė Nugaraitė, Vilniaus universiteto Žurnalistikos instituto docentė, domisi masinių ir integruotų komunikacijų, pilietinės žurnalistikos, profesinės etikos, ryšių su visuomene, šiuolaikinių medijų klausimais.

Romas Sakadolskis, Vilniaus universiteto Žurnalistikos instituto lektorius, domisi žurnalistikos etikos ir profesionalumo, žurnalistikos sociologijos ir pedagogikos, informacinio raštingumo klausimais.

Švedijoje:

Arne Bengtsson daugiau kaip tris dešimtmečius dirbo įvairiose Švedijos žiniasklaidos priemonėse, nušviesdamas užsienio politiką bei didelį dėmesį skirdamas Baltijos šalių įvykiams.

„Transparency International“ Lietuvos skyriaus projektą „Lyginamoji Lietuvos, Latvijos ir Švedijos žiniasklaidos atskaitingumo studija“ rėmė:

