

# ŽINIASKLAIDA IR KOMUNIKACIJA

## Lietuvos žiniasklaidos sistemos modelio bruožai

### Deimantas Jastramskis

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto  
 Žurnalistikos instituto lektorius, daktaras  
 Vilnius University, Faculty of Communication,  
 Institute of Journalism, Lector, Doctor  
 Bernardinų g. 11, LT-01124 Vilnius  
 Tel. (8 5) 219 30 47  
 El. paštas: deimantas.jastramskis@kf.vu.lt

*Straipsnyje nagrinėjamas Lietuvos žiniasklaidos sistemos funkcionavimas. Remiantis D. Hallino ir P. Mancini sudarytais žiniasklaidos sistemų modeliais: poliarizuotuju pliuralistiniu, demokratinio korporaciniu ir liberaliuoju, aiškinamasi, kokius šių modelių bruožus yra įgijusi Lietuvos žiniasklaidos sistema. Žiniasklaidos sistemos modelių bruožai nustatomi analizuojant keturias dimensijas: laikraščių industrijos plėtros procesą, politinį paralelizmą žiniasklaidoje, žurnalistinio profesionalizmo esamybę ir valstybės intervencijos į žiniasklaidos sistemą pobūdį.*

*Straipsnyje teigiama, kad formuojant teisinę, politinę, ekonominę žiniasklaidos aplinką ir žiniasklaidos savitvarkos sistemą, Lietuvos žiniasklaidos sistema įgijo poliarizuotojo pliuralistinio, demokratinio korporacinio ir liberaliojo modelių bruožų, tačiau vyraujantys yra poliarizuotojo pliuralistinio modelio bruožai, būdingi Viduržemio jūros šalių žiniasklaidos sistemoms.*

**Pagrindiniai žodžiai:** žiniasklaida, sistema, modelis, valstybė.

Praėjusio amžiaus 9-ojo dešimtmečio pabaigoje sparčiai kitusi Lietuvos politinė sistema, nusimetusi Sovietų Sąjungos gniaužtus, sudarė sąlygas sparčiam žiniasklaidos sistemos lūžiui. Nuo pirmos laisvos minties publikacijos, laidos tuomet dar LKP kontroliuojamoje žiniasklaidoje iki Sąjūdžio spaudos proveržio praėjo vos keli mėnesiai. Pogrindinė spauda, pasiaukojusių sovietinio režimo disidentų leista 8–9-ajame dešimtmetyje, tapo nereikalinga (pagrindinis pogrindžio leidinys „Lietuvos Katalikų Bažnyčios Kronika“ baigtas leisti 1989 m.).

Laisvo žodžio rinkoje netruko atsirasti privačių veikėjų. Pradėjo eiti fiziniams

asmenims priklausantys laikraščiai, transliuoti naujos radijo stotys, televizijos. Senų sovietinių redakcijų turtą leista privatizuoti jų darbuotojams. Susiejus nacionalinę valiutą litą su JAV doleriu, į Lietuvos žiniasklaidos rinką pradėjo žengti užsienio investuotojai.

1996 m. priimtas Visuomenės informavimo įstatymas nustatė naujus žiniasklaidos sistemos subjektų santykius. Kūrėsi žiniasklaidos savitvarkos sistema (įpareigota susikurti įstatymo, o ne savanoriška žiniasklaidos subjektų valia), kuri institucionalizavo žiniasklaidos etikos prievaizdus. Žurnalistikos bei komunikacijos studijų programas, be Vilniaus universiteto,

abiturientams pasiūlė dar keli Lietuvos universitetai. Lietuvos žiniasklaidos rinkoje pradėjo aktyviai veikti viešųjų ryšių kompanijos ir reklamos agentūros. Prieš pat Lietuvai įstojant į ES ir NATO 2004 m., nutilo „Amerikos balso“, „Laisvosios Europos radijo“ lietuvių kalba garsai. Tačiau liko Lietuvai skirtos rusakalbės žiniasklaidos frontas, kuriame vienas svarbiausių veikėjų – „Pirmasis Baltijos kanalas“.

Nuo 2009 m. Lietuvos laikraščių ir žurnalų leidėjai neteko PVM lengvatos ir Lietuva tapo viena iš trijų (kartu su Bulgarija ir Slovakija) ES valstybių, kur jokia lengvata periodinei spaudai netaikoma. Kitas svarbus žiniasklaidos sistemai mokestinis valstybės žingsnis – nuo 2009 m. socialinio draudimo mokesčiu apmokestinti kūrybinių darbuotojų autoriniai atlyginimai. Tokiu būdu buvo panaikintas žurnalistų socialinis neapdraustumas, gyvavęs nepriklausomoje Lietuvos valstybėje beveik du dešimtmečius.

Daugiau nei per 20 metų Lietuvos žiniasklaidos sistemoje įvyko daugybė pokyčių. Politiniai, ekonominiai, socialiniai ir technologiniai veiksniai nuolat darė įtaką jos elementams ir formavo tam tikrą veikimo modelį. Kai kuriuos Nepriklausomos Lietuvos žiniasklaidos sistemos vystymosi aspektus aptarė V. Urbonas (2003), L. Tapinas (2000), žiniasklaidos sistemos plėtrą valstybės raidos kontekste nagrinėjo A. Balčytienė (2006), I. Matonytė (2008), pagrindines žiniasklaidos sistemos tendencijas apibūdino A. Vaišnys (2008), tačiau per valstybės nepriklausomybės metus suformuotas Lietuvos žiniasklaidos sistemos modelis kol kas nėra išsamiai išanalizuotas, neatlikta lyginamoji analizė, kuri nustatytų mūsų šalies žiniasklaidos sistemos skirtumus ir panašumus į Vakarų Europos

ir Šiaurės Amerikos valstybių (t. y. kokie Vakarų šalių žiniasklaidos sistemų modelių bruožai būdingi Lietuvai).

Šio straipsnio tikslas – remiantis D. Hallino ir P. Mancini (2004) sudarytais trimis žiniasklaidos sistemų modeliais (polarizuotuoju pliuralistiniu, demokratišku korporaciniu ir liberaliuoju), nustatyti, kokius šių trijų modelių bruožus yra įgijusi (ir neįgijusi) Lietuvos žiniasklaidos sistema. Straipsnio tikslui pasiekti analizuojama mūsų šalies žiniasklaidos sistemos elementų kaita, jos priežastingumas ir pasekmės, atliekama pagal minėtus tris modelius funkcionuojančių žiniasklaidos sistemų ir Lietuvos žiniasklaidos sistemos modelių bruožų lyginamoji analizė.

Liberalusis žiniasklaidos sistemos modelis vyrauja Didžiojoje Britanijoje, Airijoje, JAV ir Kanadoje, demokratinis korporacinis – žemyninėje Šiaurės Europoje (Skandinavijos šalys, Nyderlandai, Belgija, Vokietija), taip pat Austrijoje ir Šveicarijoje, polarizuotasis pliuralistinis – Viduržemio jūros šalyse arba Pietų Europoje (Prancūzijoje, Italijoje, Graikijoje, Ispanijoje ir Portugalijoje).

Liberaliajam modeliui būdingas santykinis rinkos mechanizmo ir komercinės žiniasklaidos dominavimas; demokratiniam korporaciniam – istorinis komercinės žiniasklaidos ir žiniasklaidos, susijusios su organizuotomis socialinėmis ir politinėmis grupėmis, sambūvis (koegzistencija) bei santykinai aktyvus, bet teisiškai ribotas valstybės vaidmuo; polarizuotajam pliuralistiniam – žiniasklaidos integracija į partijų politiką, silpnesnė istorinė komercinės žiniasklaidos raida ir stiprus valstybės vaidmuo.

Žiniasklaidos sistemos modeliai yra idealūs tipai ir kiekvienos šalies žinias-

klaidos sistemos atitinka juos tik apytikriai (Hallin, Mancini, 2004). Autoriai pateiktus žiniasklaidos sistemų modelius susieja su keturiomis dimensijomis (ir pagal jų parametrų reikšmes atskiros šalies žiniasklaidos sistemą priskiria vienam iš modelių arba tam tikram mišriam jų deriniui): 1) žiniasklaidos rinkos plėtra, ypač pabrėžiant stiprią ar silpną masinio tiražo spaudos plėtrą; 2) politinis paralelizmas, t. y. ryšių tarp politinių partijų ir žiniasklaidos pobūdis ir laipsnis arba plačiau – mastas, kuriuo žiniasklaidos sistema atspindi pagrindinius politinius visuomenės pasidalijimus; 3) žurnalistinio profesionalumo plėtra; 4) valstybės intervencijos į žiniasklaidos sistemą laipsnis ir pobūdis.

Kadangi D. Hallino ir P. Mancini pateikti žiniasklaidos sistemos modeliai skirti tik Vakarų Europos ir Šiaurės Amerikos šalims, žiniasklaidos tyrėjai iš užsienio valstybių savo darbuose nagrinėjo atskirų Vidurio ir Rytų Europos šalių ir jų grupių žiniasklaidos sistemų panašumus ir skirtumus, palyginti su liberaliuoju, demokratišku korporaciniu ir poliarizuotuoju pliuralistiniu modeliu.

Nors Baltijos šalių žiniasklaidos tyrėjai savo darbuose palyginti nedaug nagrinėjo visas keturias D. Hallino ir P. Mancini išskirtas žiniasklaidos sistemų dimensijas savo šalių sistemose ir jų tarpusavio sąveiką, akcentuojama, kad besivystančios Baltijos šalių žiniasklaidos sistemos įgijo liberaliojo modelio pavidalų; pagrindiniai jų argumentai – mažas žiniasklaidos reguliavimas, t. y. liberalus, ir silpna žiniasklaidos atskaitomybė (Vihalemm, 2002; Harro-Loit, 2005; Balčytienė, 2008).

Tačiau E. Lauk (2008) teigimu, pastangos eksportuoti liberalųjį modelį (vertinant žurnalistikos profesionalumo aspektą) į

naujas Rytų ir Vidurio Europos demokratijas buvo daug mažiau sėkmingos, nei tikėtasi. Labai liberali žiniasklaidos politika ir neribota raiškos laisvė Baltijos šalyse sudarė santykinai palankias sąlygas liberaliojo modelio principams ir bruožams pritaikyti, bet yra jėgų, ypač rinkos spaudimas ir didėjanti komercializacija, kliudančių įgyvendinti profesines vertybes. Profesionalizacija yra ilgas procesas su savo potvyniais ir atoslūgiais, ir mažiau nei du laisvos spaudos dešimtmečiai yra tik šio proceso pokomunistinėse šalyse pradžia.

Tam tikros pastangos integruoti Rytų Europos žiniasklaidos sistemas į D. Hallino ir P. Mancini sudarytus modelius buvo vainikuotos išvadomis, kad šios sistemos turi daugiausia panašumų į Pietų Europos, t. y. poliarizuotąjį pliuralistinį modelį (Dobek-Ostrowska, Glowacki, 2008). D. Hallinas ir P. Mancini (2004), pateikę išvargą, kad demokratinis korporacinis Europos šalių modelis galėtų būti ypač svarbus tiems Rytų ir Vidurio Europos regionams, kurie turi daug tos pačios istorinės patirties, t. y. Lenkijai, Vengrijai, Čekijai ir Baltijos šalims, o poliarizuotasis pliuralistinis – daugeliui pasaulio valstybių, tarp jų ir Rytų Europai, po keleto metų (pasirodžius nemažam kiekiui tyrimų, analizuojančių įvairių šalių žiniasklaidos sistemas), tvirtina, kad poliarizuotasis pliuralistinis modelis yra reikšmingiausias kitų pasaulio dalių (išskyrus liberaliojo ir demokratinio korporacinio modelio šalis, kurių istorijos raida skiriasi nuo daugumos likusio pasaulio) žiniasklaidos sistemų supratimui ir tai ypač teisinga kalbant apie Rytų Europos šalis (Hallin, Mancini, 2010).

Kai kurie mokslininkai, konstatuodami prieštarigus analizių rezultatus bandant apibendrinti Rytų Europos valstybių ži-

niasklaidos sistemas D. Hallino ir P. Mancini sudarytų trijų modelių atžvilgiu, ne-skuba daryti visa apimančių išvadų, tačiau numato galimybę, kad ateities studijos leis suformuoti atskirą šių valstybių žiniasklaidos sistemų modelį. Juolab kad iniciatyva apibūdinti pokomunistinių Europos valstybių žiniasklaidos sistemų raidos padarinių yra parodyta. K. Jakubowiczius (2007) ke-tvirtąjį žiniasklaidos sistemų modelį apibrėžia kaip Rytų Europos / pokomunistinį ir teigia, kad kalbant apie Rytų Europos valstybes „bet kokia mintis apie peršokimą į liberaliąją sistemą turėtų būti vertinama kaip gryna fantazija. „Pažanga“ demokratinio korporacinio modelio link yra reališkėsnis tvirtinimas, tačiau sunkiai gali būti tikėtina greitu laiku“ (p. 312).

G. Terzis (2007) iš keturių žiniasklaidos sistemos modelių siūlo sudaryti dvi modelių grupes, kurių kiekvienos valstybių sistemos turi daug bendrybių, tačiau abi grupės daug kuo skiriasi viena nuo kitos: vienoje grupėje – liberalusis ir demokratinis korporacinis, kitoje – poliarizuotasis pliuralistinis ir pokomunistinis modeliai. Šio autoriaus teigimu, lemiamą grupių skirtybę yra skirtumas tarp senos ir jaunos demokratijų su stipria prieš silpną formalia teisine valdžia ir gerai išplėtotos viešosios sferos ir pilietinės visuomenės buvimu arba nebuvimu.

Tačiau vertėtų atkreipti dėmesį, kad abiejose didelėse valstybių grupėse įvairių šalių žiniasklaidos sistemos yra labai skirtingos. O vadinamojo pokomunistinio modelio valstybes vienija tik vienas akivaizdus dalykas – komunistinė istorijos praeitis iki 1989 m., kuri atitinkamuose regionuose (pvz., Baltijos, buvusios Varšuvos sutarties organizacijos, išskyrus SSRS, ar buvusios Jugoslavijos šalyse) buvo kons-

truojama remiantis gana skirtingais politiniais principais. Tad nustatyti tam tikrus D. Hallino ir P. Mancini keturių dimensijų sistemiškumus ir suformuoti modelį labiau tikėtina ne visam Vidurio ir Rytų Europos regionui, o submodelius mažesnėms šalių grupėms, kurias pagal bendresnius kriterijus būtų galima jungti į didesnes grupes. Todėl pirmiausia tikslinga pagal keturias minėtas dimensijas įvertinti vienos šalies, t. y. Lietuvos, žiniasklaidos sistemą.

### **Žiniasklaidos rinka: masinės spaudos plėtra**

Vienas iš akivaizdžiausių žiniasklaidos sistemų skirtumų yra susijęs su masinio tiražo spaudos plėtojimusi (Hallin, Mancini, 2004). Daugelyje Šiaurės Europos šalių ir JAV spauda tapo masinės komunikacijos priemone XIX amžiaus antroje pusėje ir XX amžiaus pradžioje, tačiau Pietų Europoje dėl kitokių istorinių aplinkybių (spaudos laisvių varžymo, ekonominio atsilikimo, žemo raštingumo lygio) analogiškas procesas vyko labai lėtai. Šis skirtumas tarp europietišku šiaurės ir pietų regionų išliko ir XXI amžiaus pradžioje (1 lentelė).

Tai ne vien kiekybinis tiražo skirtumas, bet, anot D. Hallino ir P. Mancini, taip pat laikraščių pobūdžio, jų santykio su auditorija bei jų vaidmens platesnėje socialinėje ir politinėje komunikacijoje skirtumas. Šių autorių teigimu, pietinės Europos laikraščiai adresuojami palyginti nedidelei elito grupei, kuri daugiausia gyvena miestuose, yra gerai išsilavinusi ir politiškai aktyvi. Laikraščių turinys politizuotas ir gana rafinuotas bei tarnaujantis elito grupių debatų ir derybų procesui. Šiaurės Europos ir Šiaurės Amerikos laikraščiai, priešingai, adresuoti masinei publikai, nebūtinai užsiimančiai politika. Jie yra tarpininkai tarp

1 lentelė. *Laikraščių tiražai ir pasiekiamumas 2006 m.*

Modelis	Šalis	Laikraščių tiražas/1000 suaugusiųjų	Laikraščių pasiekiamumas (proc.)
Demokratinis korporacinis	Norvegija	601,2	83,0
	Švedija	466,2	84,0
	Suomija	514,7	82,0
	Danija	287,3	82,5
	Šveicarija	370,5	77,5
	Austrija	340,7	72,7
	Vokietija	297,9	73,7
	Nyderlandai	287,0	72,5
	Belgija	163,4	51,7
Liberalusis	Didžioji Britanija	335,4	33,2
	Airija	245,2	53,7
	JAV	241,2	48 (2008)*
	Kanada	169,5	73 (2008)*
Poliarizuotasis pliuralistinis	Graikija	282,0	13,0
	Prancūzija	155,8	43,5
	Italija	115,9	41,8
	Ispanija	109,8	41,8
	Portugalija	74,7	82,3
	<b>Lietuva</b>	<b>194,7</b>	<b>56,1</b>

Šaltiniai: WAN (2007); \* OECD (2010).

paprastų piliečių ir politinio elito, nors tuo pačiu metu gali atlikti ir elito grupių ryšinininko vaidmenį.

Nagrinėjant laikraščių plėtrą svarbus ir ekonominis-politinis aspektas, t. y. ar spauda istorijos raidoje buvo pelningas verslas, ar išlaikoma tam tikrų politinių veikėjų. Mažų tiražų Pietų Europos laikraščiai dažnai buvo subsidijuojami iš politikų kontroliuojamų lėšų, o didelių tiražų Šiaurės Europos rinkose ištvirtino stiprios spaudos bendrovės, veikiančios komerciniais principais, nors dažnai įleidusios šaknis ir į politikos pasaulį (anot D. Hallino ir P. Mancini, masinio tiražo spaudos augimas anaipol nėra komercializacijos sinonimas).

Kaip matyti iš 1 lentelės duomenų, Lietuvoje laikraščių leidžiama ir skaito-

ma daugiau nei vidutiniškai Pietų Europos šalyse, tačiau pagal šiuos rodiklius atsiliekama nuo daugumos Šiaurės Europos ir Šiaurės Amerikos šalių. Istorinės aplinkybės Lietuvoje plėtosis masinei spaudai XIX amžiaus pabaigoje – XX amžiaus pradžioje, palyginti su daugeliu Vakarų Europos valstybių, buvo labai nepalankios. Pirmiausia – tai okupacija ir keturiasdešimties metų lietuviškos spaudos draudimo lotyniškais rašmenimis laikotarpis.

Net ir atkūrus XX amžiuje nepriklausomybę ir sustiprėjus Lietuvos valstybei, sąlygos plėtoti masinio tiražo spaudai buvo gana ribotos. Tai nuolatinis spaudos laisvės varžymas (išskyrus 1926 m. antrąją pusę, kai Lietuvos prezidento pareigas ėjo Kazys Grinius, o valdančiąją daugumą Seime ir Vyriausybę sudarė valstiečių liau-

dininkų, socialdemokratų ir tautinių mažumų partijų atstovai), menkas ekonominis pajėgumas, nepakankamas visuomenės narių raštingumas. Tačiau tokiomis politiškausiai suvaržytomis ir ekonomiškai palyginti sunkiomis sąlygomis kai kurie laikraščiai buvo įgiję gana solidžius tiražus. Didžiausiu tiražu (1932 m. – 100 000 egz.) buvo leidžiamas savaitraštis ūkininkams „Mūsų rytojus“, ėjęs 1927–1936 m. Lietuvių tautininkų sąjungos ir Lietuvos Vyriausybės oficiozas dienraštis „Lietuvos Aidas“ 1939 m., prasidėjęs Antrajam pasauliniam karui, kelis mėnesius ėjo net tris kartus per dieną, jo tiražas – iki 90 000 egz. (Žurnalistikos enciklopedija, 1997).

Iš viso 1938 m. buvo leidžiama 170 periodinių leidinių bendru 1 milijono tiražu (Vaišnys, 1998). Tačiau ekonomiškai stiprios, pakankamai išlaidas kompensuojančių pajamų gaunančios iš komercinės veiklos spaudos bendrovės tuometinėje Lietuvos rinkoje neįsitvirtino. Spauda buvo visiškai arba iš dalies finansuojama valstybės, politinių partijų, pavienių politikų. Net ir didžiausio tiražo pasiekusio laikraščio „Mūsų rytojus“ leidyba buvo finansuojama Žemės ūkio ministerijos (vėliau – vieno iš leidėjų) lėšomis (Vaišnys, 1998). Todėl galima teigti, kad palyginti didelius tiražus pasiekusi spauda liko ne tik politiškausiai užgniaužta, cenzūruojama, bet ir ekonomiškai nepajėgi atsispirti valdžios įtakai. Tai lėmė ir daugelio leidinių turinį, kuriame, be privalomų (įstatymo įpareigojimų spausdinti) su valstybės institucijomis suderintų publikacijų, redakcijos nemažai dėmesio turėjo skirti politinės konjunktūros paramai arba rinktis kitą alternatyvą – užsidaryti ar keliauti į pogrindį.

Savotišką masiškumą spauda įgijo sovietinės okupacijos laikotarpiu po Antrojo

pasaulinio karo. Komunistų partijos įgaliotinių kontroliuojama ir cenzūruojama spauda buvo leidžiama ne tik visos respublikos mastu, bet ir kiekviename rajone, didesnėse įmonėse. Darbovietėse, mokyklose buvo aktyviai agituojiama pranešimais ruoti spaudą.

Kadangi konkurencijos tarp vienodo pobūdžio leidinių atskiruose spaudos segmentuose beveik nebuvo, daugelis leidinių buvo leidžiami gana dideliais tiražais. LKP CK, LTSR Aukščiausiosios Tarybos ir LTSR Ministrų Tarybos organas „Tiesa“ 1987 m. buvo leidžiamas 311 000 egz. tiražu, LKJS CK organas „Komjaunimo tiesa“ 1986 m. – 242 000 egz. lietuvių kalba ir 26 000 egz. rusų kalba (Žurnalistikos enciklopedija, 1997).

Ypač dideli laikraščių tiražai (skaičiuojant tūkstančiui gyventojų) buvo daugelyje Lietuvos rajonų. Pavyzdžiui, šiek tiek daugiau nei 50 000 gyventojų turėjusiuose Ukmergės ir Utenos rajonuose vietiniai laikraščiai 1987 m. ėjo beveik 13 000 egz. tiražu (Žurnalistikos enciklopedija, 1997 m.). Taigi, vietinius (rajonų ar miestų) laikraščius pranešė (ir skaitė) beveik kiekviena šeima. Laikraščių kainos buvo palyginti nedidelės.

Formaliai galima teigti, kad Lietuvoje sovietmečiu buvo išplėtotas masinio tiražo spauda. Tačiau šis spaudos masiškumas buvo pasiektas planinės ekonomikos sąlygomis, kai nebuvo konkurencijos ir spaudos negalėjo leisti, kas panorėjo. Monopolines leidybos sąlygas tam tikruose „planinės rinkos“ segmentuose turėjusios redakcijos savarankiškos ekonominės veiklos nevykdė. Pavyzdžiui, visų miestų (išskyrus Vilniaus) ir rajonų bei daugelio respublikinių redakcijų ūkinę veiklą vykdė laikraščių ir žurnalų susivienijimas „Pe-

riodika“, skirstęs visus materialiuosius išteklius. Perskirstant lėšas, daugiau pajamų uždirbančios redakcijos tapdavo netiesioginėmis mažiau gaunančių rajonų (bei demografiniu požiūriu mažiau palankių) redakcijų finansuotojomis.

Apibendrinant sovietiniu Lietuvos laikotarpiu vykusią masinės spaudos plėtotę galima teigti, kad politiškai cenzūruojama spauda buvo leidžiama dirbtinai sudarytomis ekonominėmis sąlygomis, tačiau jos prieinamumas padėjo ugdyti masinės auditorijos skaitymo įpročius.

Pogrindinė sovietmečio disidentų leidžiama spauda atliko svarbų vaidmenį telkiant pasipriešinimo sovietiniam režimui dalyvius ir rėmėjus, tačiau plačioji to meto visuomenė dėl labai riboto pasiekiamumo ir persekiojimo jos skaitytoja nebuvo.

1988 m. susikūrus Lietuvos persitvarkymo sąjūdžiui (toliau – Sąjūdis), pradėta leisti alternatyvi, LKP nekontroliuojama Sąjūdžio spauda – respublikos, miestų, rajonų, organizacijų leidiniai. 1989–1991 m. spauda pasiekė didžiausius tiražus per visą Lietuvos istoriją (Žurnalistikos enciklopedija, 1997), tačiau masinė Atgimimo laikotarpio spauda politinę priklausomybę išlaikė neilgai. Valdžios institucijų, politinių organizacijų leidžiamą bei kontroliuojamą spaudą pradėta privatizuoti nuo 1989 m. Laikraščių leidejai ir žurnalistai stengėsi atsikratyti formalių politinių saitų. Tai skatino daryti susidariusios palankios aplinkybės įgyti privačią nuosavybę bei laisvai užsiimti spaudos verslu. Taip pat – ilgos komunistų partijos spaudos cenzūros ir kontrolės sukurtas neigiamas supratimas, kad iš esmės jokia politinė institucija (net ir naujai susikūrusi) nėra tinkama būti spaudos leideja.

Analizuojamu aspektu labai dinamiškai formavosi dienraščių rinka. LKJS CK

organo „Komjaunimo tiesa“ redakcijos turtas buvo privatizuotas 1989 m. pabaigoje. Įsisteigusi privati bendrovė pradėjo leisti „Lietuvos rytą“ 1990 m. pradžioje. Nuo tiesioginės politikų kontrolės buvo atskirtas ir Sąjūdžio dienraštis „Respublika“ – pradėta leisti 1989 m., jau 1990 m. privatizavo redakcijos vadovai. 1990 m. Aukščiausiosios Tarybos įsteigtą laikraštį „Lietuvos aidas“ po kelerių metų leista privatizuoti jo darbuotojams. Partinius saitus išsaugojęs LKP (vėliau – LDDP) leistas dienraštis „Tiesa“ (vėliau – „Diena“), neatlaikęs laisvosios rinkos konkurencijos su privačiais komerciniais dienraščiais, 1996 m. nutraukė savo gyvavimą. Kitas su politinėmis jėgomis (dešiniuosiomis) siejamas, nors ir privatizuotas, dienraštis „Lietuvos aidas“ neteko didelės auditorijos dalies ir nesudarė rimtos konkurencijos kitiems komerciniams dienraščiams. Likusieji valdžios, partijų periodiniai leidiniai pagal tiražus ir auditoriją taip pat nepriėjo komercinei spaudai ir buvo priversti pasitraukti iš rinkos arba vegetuoti.

Rinkoje įsitvirtinus privačiai komercinei žiniasklaidai, 1996 m. buvo priimtas naujasis Visuomenės informavimo įstatymas, kuris uždraudė Valstybės ir savivaldybių institucijoms (išskyrus mokslo ir mokymo įstaigas) būti žiniasklaidos priemonių savininkams. Šiuo įstatymu taip pat buvo įteisintas draudimas politinėms partijoms ir politinėms organizacijoms būti radijo ir televizijos stočių savininkams (Lietuvos Respublikos visuomenės..., 1996). Tokiu būdu politinėms partijoms buvo palikta teisinė galimybė leisti periodinę spaudą. Tačiau Lietuvos rinkoje neįsitvirtinusios partinės periodinės spaudos galimybės buvo galutinai suvaržytos Seimui 2004 m. priėmus Visuomenės informavimo įstatymo pakeitimą (Lietuvos

Respublikos visuomenės..., 2004), kuriuo nustatyta, kad politinės partijos ir politinės organizacijos negali būti viešosios informacijos rengėjos ir (ar) jų dalyvės bei gali leisti tik neperiodinius informacinio pobūdžio leidinius, skirtus visuomenei informuoti apie savo veiklą.

Politinėms organizacijoms priklausanti Lietuvos masinio tiražo spauda laisvosios rinkos sąlygomis gyvavo labai trumpai. Palyginti su Skandinavijos šalimis (demokratinis korporacinis modelis), kur partijų spaudos tapimas komercine vyko keletą dešimtmečių, Lietuvoje tai atsitiko per kelerius metus – paskutinio XX amžiaus dešimtmečio pradžioje. Pagal tai, kad privatūs komerciniai laikraščiai tapo dominuojantys, palyginti su partijų bei visuomeninių organizacijų spauda, Lietuvos periodinės spaudos plėtra įgijo liberaliojo modelio bruožų. Tačiau kadangi ji dėl nepalankių istorinių aplinkybių išsiplėtojo tik XX amžiaus pabaigoje bei tam tikri rinkos segmentai tapo nedidelio skaičiaus savininkų nuosavybe (nacionaliniai dienraščiai, regionų, vietiniai laikraščiai), galima teigti, jog Lietuvos periodinės spaudos plėtra taip pat įgijo ir poliarizuotojo pliuralistinio modelio bruožų. Artimumas šiam modeliui būdingas ir dėl mažesnės rinkos bei ribotų reklamos pajamų galimybių, nes skurdžioje rinkoje (ypač ekonominio sunkmečio sąlygomis) veikianti žiniasklaida turi nepakankamą laisvę būti nepriklausoma nuo valdžios, politinių partijų, pavienių politikų (galinčių kaip fiziniai asmenys valdyti žiniasklaidos nuosavybę) ir verslo magnatų interesų.

### **Politinis paralelizmas**

Atgimimo ir valstybės kūrimo laikotarpiu politikos ir spaudos sąveikoje organizacijų

lygmeniu egzistavęs stiprus politinis paralelizmas žiniasklaidos nuosavybės aspektu buvo panaikintas. Tačiau formalus žiniasklaidos priemonių nuosavybės atskyrimas nuo valstybės, savivaldybės institucijų ir politinių partijų nereiškia, kad Lietuvoje valdžia ir partijos liko be įtakos svertų žiniasklaidai, o žiniasklaida pateikia visas naujienas politiškai neutraliai. Be to, žiniasklaidos nuosavybę apribojus juridiniams asmenims, susijusiems su politika, buvo palikta galimybė politikams, kaip ir kitiems fiziniams asmenims, įsigyti ir valdyti žiniasklaidos priemones.

Lietuvoje kai kurie redakcijų savininkai, taip pat redaktoriai ir žurnalistai aktyviai dalyvauja politikoje, o jų administruojamos žiniasklaidos priemonės skleidžia atitinkamai angažuotą politinį turinį. Tai ypač akivaizdu rajonų savivaldybėse, kur vietinės žiniasklaidos priemonės administruojančių bendrovių pagrindiniai akcininkai, redakcijų vadovai ir žurnalistai tampa savivaldybių tarybų nariais ar net rajonų vadovais. Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos komisijai 2009 m. priėmus sprendimą, kad žurnalistas, dirbdamas savivaldybės taryboje, pažeidžia Žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksą (Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos komisija, 2009), bei Lietuvos žurnalistų sąjungai ir LRT tarybai pradėjus aktyviau diskutuoti dėl žurnalistų interesų konflikto einant pareigas savivaldybės taryboje, politinis paralelizmas personalinės dimensijos aspektu pradėjo šiek tiek silpnėti, tačiau politikams kaip fiziniams asmenims nėra juridinių ribojimų valdyti žiniasklaidos nuosavybę, todėl politinis paralelizmas vietinėje žiniasklaidoje išlieka stiprus.

Nesant tiesioginės politinės žiniasklaidos organizacijų kontrolės ir dominuo-



jant komercinei žiniasklaidai, vienas iš svarbiausių žiniasklaidos politinio turinio pateikimo veiksnių yra ekonominis reklamuotojų veiksnys. 2004 m. Lietuvos prezidento rinkimų kampanijos metu pateiktų naujienų apie kandidatus į prezidento pareigas atitinkamo pobūdžio turinio apimčių ir kandidatų pateiktos reklamos apimčių ryšio visuose nacionaliniuose dienraščiuose tyrimas parodė, kad keturiuose iš aštuonių nacionalinių dienraščių buvo skleidžiamos palankesnės naujienos apie tuos politikus (kandidatus), kurie redakcijoms pateikė daugiau reklamos užsakymų nei kiti, apie kuriuos buvo skleidžiamos mažiau palankios arba nepalankios naujienos (Jastramskis, 2009).

Tokia politinio paralelizmo atmaina tarpsta ne ant ideologinio, o ant komercinio pagrindo, kai ekonominis reklamuotojų veiksnys per žiniasklaidos organizacijai skirtą politinės reklamos finansavimą tampa politiniu veiksmu. Žiniasklaidos organizacija, gaudama pajamas iš politinės reklamos užsakovų, auditorijai skleidžia politinę reklamą, o naujienų turinyje gali skleisti objektyvius pranešimus apie reklamuotojų politinę veiklą arba naujienas pateikti taip, kaip naudinga reklamuotojui. Todėl, nesant tiesioginės politinės žiniasklaidos kontrolės ir rinkoje vyraujant komercinėms žiniasklaidos organizacijoms, vienu iš pagrindinių žiniasklaidos turinio politinės kontrolės įrankių tampa žiniasklaidos finansavimas iš reklamos, ir tuo gali pasinaudoti valdžios institucijos, politinės partijos ir tam tikros politinių interesų grupės arba pavieniai politikai.

Formalūs veiksmai, siekiantys atitolinti žiniasklaidos priemonių funkcionavimą nuo artimų sąsajų su politinės veiklos dalyviais, buvo politinė, teisinė ir ekonominė

inicatyva mūsų šalies žiniasklaidos sistemos plėtotę pasukti liberaliojo žiniasklaidos sistemos modelio link. LRT tarybos, kurios po keturis narius skiria Seimas ir Prezidentas, po vieną – Lietuvos mokslo taryba, Lietuvos švietimo taryba, Lietuvos meno kūrėjų asociacija ir Lietuvos vyskupų konferencija, formavimo principas rodo, kad visuomeninio transliuotojo kontrolė padalijama tarp skirtingų politinių ir visuomenės sluoksnių atstovų, o tai būdinga demokratinio korporacinio modelio šalių žiniasklaidos sistemoms. Du trečdaliai LRT tarybos narių, paskirtų aukščiausios šalies politinės valdžios atstovų, rodo gana stiprų politinį paralelizmą šios institucijos vadyboje. Tačiau artimos vietinės žiniasklaidos sąsajos su savivaldybių politikais bei žiniasklaidos sistemoje egzistuojantis politinis-komercinis paralelizmas suteikia Lietuvos žiniasklaidos sistemai ir poliarizuotojo pliuralizmo modelio bruožų, kuriam, D. Hallino ir P. Mancini (2004) teigimu, yra būdingas santykių tarp politinių veikėjų ir žiniasklaidos artumas, išskirtinis žiniasklaidos dėmesys politiniam gyvenimui ir santykinai elitinis žurnalistikos pobūdis, labiau nukreiptas į besivaržančius politikus nei į plačiąją visuomenę. Todėl galima teigti, kad politinio paralelizmo dimensijos aspektu Lietuvoje egzistuoja mišrus trijų D. Hallino ir P. Mancini pateiktų modelių variantas, artimesnis poliarizuotajam pliuralistiniams modeliams.

## **Valstybės vaidmuo**

Žiniasklaidos sistemos funkcionavime svarbų vaidmenį atlieka valstybė. Jos atstovų teisinė ir organizacinė elgsena sudaro aplinką, lemiančią žiniasklaidos sistemos subjektų veiksmus.

## **Žiniasklaidos reguliavimas – teisė.**

1996 m. Seimui priėmus Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymą, buvo panaikinta Spaudos kontrolės valdyba prie Vidaus reikalų ministerijos ir tokiu būdu atsisakyta tiesioginės Vyriausybės kontrolės žiniasklaidai. Šis įstatymas įteisino žiniasklaidos reguliavimo sistemą ir žiniasklaidos subjektų priežiūros, savitvarkos bei paramos institucijas: Žurnalistų etikos inspektorių, Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos komisiją (LŽLEK), Lietuvos radijo ir televizijos komisiją bei Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondą. Po ketverių metų valstybei buvo priskirtas visuomenės informavimo politikos koordinuotojos vaidmuo, t. y. 2000 m. išleistame Visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatyme (Lietuvos Respublikos visuomenės..., 2000) buvo nustatyta, kad valstybės politikos visuomenės informavimo srityje įgyvendinimą koordinuoja Vyriausybės įgaliota institucija. Vyriausybė įgaliotojai daryti Kultūros ministeriją.

Žiniasklaidos teisinės aplinkos formavimo procesui būdinga tai, kad nauji visuomenės informavimo įstatymai būdavo priimami po ilgų svarstymų, kurie trukdavo kelerius metus, Seimo kadencijos pabaigoje. Taip buvo ir 1996 m., ir 2000 m. – skirtingos politinės valdančiosios daugumos (atitinkamai – kairiosios ir dešinėsios politinės partijos) tokiu būdu išreiškėdavo savo (kaip valstybės atstovų) požiūrį į tai, kokios turi būti visuomenės informavimo subjektų veiklos ribos.

Žurnalistų etikos inspektorių skiria Seimas (LŽLEK teikimu). Tai politinės daugumos valios išraiškos rezultatas, nors šis pareigūnas kadencijos laikotarpiu negali dalyvauti politinėje veikloje. Žurnalistų etikos inspektorius už savo veiklą yra

atskaitingas Seimui, jo paties ir jo vadovaujamos tarnybos veikla finansuojama iš valstybės biudžeto. Lietuvos radijo ir televizijos komisija taip pat atskaitinga Seimui, tačiau iš 13 jos narių tik keturis skiria politikai (tris – Seimas, vieną – prezidentas), kitus narius po vieną skiria devynios visuomeninės organizacijos. Jos veikla finansuojama iš komercinių transliuotojų lėšų. LŽLEK yra savitvarkos institucija, neatskaitinga politinei valdžiai. Šios Komisijos veiklą finansuoja Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas.

Iš sovietinės sistemos gniaužtų išsiveržusi valstybė savo gyvavimo pradžioje prisiėmė žiniasklaidos kontrolės funkciją (ją patikėjo Vyriausybei, t. y. Vidaus reikalų ministerijai, koordinuojančiai baudžiamąjį persekiojimo institucijų veiklą), paskui žiniasklaidos reguliavimo funkcijos iš Vyriausybės buvo atimtos ir perduotos naujai įkurtoms, Vyriausybei nepavaldžioms, bet atskaitingoms Seimui (išskyrus LŽLEK), savitvarkos institucijoms, vėliau žiniasklaidos politikos koordinatoriaus vaidmuo buvo patikėtas Vyriausybei. Nors sąvoka „savitvarka“ nurodo, kad pati žiniasklaidos sistema turi tvarkyti save, savitvarkos sistemos formavimas valstybės iniciatyva (remiantis teisės aktais) bei esant valstybei atskaitingoms žiniasklaidos veiklą reguliuojančioms institucijoms leidžia teigti, kad žiniasklaidai didelę formalią įtaką Lietuvoje turi valstybė. Kita vertus, šios įtakos suteikiamos galimybės savaime negarantuoja žiniasklaidos sistemos veikimo efektyvumo ir maksimalaus tarnavimo visuomenės interesams, o organizacijų, reguliuojančių žiniasklaidos sistemą, gausa (palyginti su kitomis šalimis, pvz., Danija ir Švedija) rodo padidintą reguliavimo funkcijos biurokratizavimą.

**Ekonominiai valstybės svertai.** Vienas iš svarbių valstybės ekonominės politikos žiniasklaidos atžvilgiu veiksnių yra valstybės biudžeto pinigų skyrimas žiniasklaidos organizacijų paramai. Lietuvoje valstybė remia viešosios informacijos rengėjų kultūrinius ir šviečiamuosius projektus. Ši parama teikiama per viešąją įstaigą Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondą, kurio dalininkai yra 16 visuomeninių organizacijų ir Kultūros bei Švietimo ir mokslo ministerijos (Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas, 2010). Nors į Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondą lėšas iš valstybės biudžeto kasmet skiria Seimas, valstybės tiesioginė įtaka skirstant paramą konkrečioms žiniasklaidos organizacijoms yra minimali.

Skirtos paramos dydis žiniasklaidos teikiamiems projektams 1997–2008 m. laikotarpiu buvo kiekvienais metais skirtingas (dažniausiai buvo skiriama 3–4 mln. litų, mažiausia suma 1,8 mln. litų – 2001 m., didžiausia 5,4 mln. litų – 2008 m.), nes įstatymais nėra nustatyta tiksli finansavimo tvarka ir lėšų skyrimas priklauso nuo politikų valios (Skarbalienė, 2008). 2009 m. valstybės parama žiniasklaidai, palyginti su 2008 m., padidėjo daugiau nei du kartus – iki 11,1 mln. litų (Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas, 2010). Lėšos buvo skirtos ne tik kultūriniais ir šviečiamiesiems projektams, bet ir laikraščių pristatymo išlaidoms kompensuoti (1,4 mln. litų). 2008 m. valstybės parama prilygo 1 proc. 2008 metų žiniasklaidos pajamų, gautų iš reklamos užsakovų (542,2 mln. litų – TNS LT, 2009), 2009 m. valstybės parama prilygo 3,4 proc. 2009 metų žiniasklaidos pajamų iš reklamos (329,6 mln. litų – TNS LT, 2010). Kadangi pajamos iš reklamos skaičiuoja-

mos pagal oficialiai skelbiamus įkainius, neįvertinus ūkio subjektų sutartų kainų nuolaidų, valstybės parama 2009 m. buvo didesnė nei 3,4 proc. reklamos rinkos.

Kitas būdas skirti valstybės ir savivaldybių biudžetų pinigus žiniasklaidos organizacijoms yra valstybės ir savivaldybių institucijų informacijos publikavimo užsakymų lėšos. 2009 m. Lietuvos valstybės institucijos buvo vienos iš pagrindinių reklamos užsakovų žiniasklaidoje ir didžiausios – spaudoje (TNS LT, 2010). Tai rodo, kad valstybės, kaip žiniasklaidos ekonomikos veikėjos ir jos turinio sudarytojos, vaidmuo yra gana didelis.

Valstybė, nustatydamą tam tikros ekonominės veiklos sritims skirtingus mokesčius, gali skatinti arba riboti tai, kas daugiau ar mažiau, jos požiūriu, reikalinga visuomenės gerovei. Daugelyje Europos valstybių galioja pridėtinės vertės mokesčio (PVM) lengvatos periodinei spaudai. Tokiu būdu valstybės sudaro sąlygas pigiau parduoti spaudą gyventojams, o žiniasklaidos organizacijoms – skirti daugiau lėšų kokybiškesniam turiniui formuoti. Tačiau šios galimybės Lietuvoje buvo iš žiniasklaidos atimtos nuo 2009 m., panaikinus PVM lengvatą periodinei spaudai. PVM tarifas padidėjo nuo 5 proc. iki 19 proc., vėliau – iki 21 proc. Dėl šio valstybės veiksmo žiniasklaidos organizacijos neteko dalies pajamų, o skirta parama kultūros, švietimo projektams bei platinimo išlaidoms mažinti kompensavo tik nedidelę dalį pavienių organizacijų prarastų pajamų. Europos Komisijos duomenimis (European Commission, 2010), Lietuva yra viena iš trijų Europos Sąjungos valstybių (kartu su Bulgarija ir Slovakija), kurioje netaikomos jokios PVM lengvatos periodinei spaudai.

Panaikinusi PVM mokesčio lengvatą ir padidinusį finansinę paramą, skirstomą konkurso būdu per Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondą, valstybė, būdama viena iš didžiausių žiniasklaidos organizacijų reklamos užsakovų, padidino žiniasklaidos ekonominę priklausomybę nuo savęs ir kartu sureikšmino savo politinį vaidmenį žiniasklaidos atžvilgiu.

Nuo 1990 m., kai buvo atkurta valstybė, joje dvidešimt metų vyravo liberalus požiūris į žurnalistų, dirbančių pagal autorines sutartis, socialinių garantijų ir žiniasklaidos nuosavybės įgijimo reguliavimą. Jis neatsitiktinis ir atitinkantis žiniasklaidos savininkų interesus. 2009 m. Lietuvoje buvo įvestas socialinio draudimo mokesčiai žurnalistų pajamoms, gaunamoms pagal autorines sutartis. Valstybė pasielgė socialiai atsakingai ir žurnalistai tapo labiau socialiai apdrausti. Tačiau nuosavybės įgijimo reguliavimo atžvilgiu valstybė laikosi pasyvios pozicijos. Apribojusi valstybės ir savivaldybės institucijoms, politinėms partijoms ir bankams įgyti žiniasklaidos nuosavybę, valstybė leidžia bet kuriam kitam veikėjui valdyti 100 proc. bet kurios žiniasklaidos organizacijos (-ų) akcijų ir sutelkti iki 40 proc. visos žiniasklaidos rinkos, nepriklausomai nuo žiniasklaidos rūšies: ar spauda, ar televizija, ar radijas, ar internetas. Tokiomis liberaliomis sąlygomis tarpsta žiniasklaidos magnatai, valdantys žiniasklaidos organizacijų ir priemonių grupes, naudojantys viešąją galią santykiyje su valstybe.

**Politinės ir žiniasklaidos sistemų santykis: klientelizmas.** Klientelizmas yra socialinis organizavimo modelis, kuriame priėjimą prie socialinių išteklių kontroliuoja patronai ir paskirsto klientams už pagarbą ir įvairių rūšių paramą (Hallin, Papat

nassopoulos, 2002; Hallin, Mancini, 2004). Tai toks modelis, kai viešosios politikos santykiai grindžiami asmeniniu pavaldumu, kai tam tikrus veiksmus atliekantys ar paslaugas teikiantys subjektai (patronas ir klientas) turi nevienodas galimybes. Klienteliniai bei patronažo elementai būdingi visoms politinėms sistemoms, todėl politiniame gyvenime ir viešojoje politikoje visada yra tam tikros korupcijos bei asmeninės naudos siekimo galimybių, nors galimybės aptikti patronažo ir klientelizmo elementų nedemokratinėse, nebrandžiose politinėse kultūrose, uždaroje visuomenėje yra kur kas didesnės (Lukošaitis, 2004). Politologo A. Lukošaičio (2004) teigimu, šiuo atžvilgiu „ne išimtis ir Lietuva: čia galima aptikti ir pliuralizmo, ir korporatizmo, kas be ko, ir patronažo-klientelizmo požymių“ (p. 208); „šiandien Lietuvoje <...> galima pastebėti daugybę pilietinei visuomenei nepriimtinių relikvų, tokių kaip asmeninės pažintys, nomenklatūriniai ar giminytės ryšiai, pagaliau – papirkinėjimai ir kyšiai. Visa tai verčia kalbėti apie tam tikras klientelizmo ir patronažo charakteristikas viešojoje politikoje“ (p. 209). Aiškius klientelizmo požymius turinčios Lietuvos politinės sistemos aplinkoje žiniasklaidos sistemos subjektai taip pat turi funkcionuoti pagal klientelistinės elgsenos principus.

Klientelistinėse sistemose informacija suvokiama kaip privatus išteklius, kuriuo nesidalijama viešai (Hallin, Mancini, 2004). Tai būdinga Lietuvos žiniasklaidos organizacijoms, kurių populiariausia organizavimo forma yra uždaroji akcinė bendrovė. Lietuvoje nėra nė vienos vietinės žiniasklaidos organizacijos, savo akcijas parduodančios vertybinių popierių biržoje bei viešai skelbiančios veiklos ir finansines

ataskaitas. Spaudos sektoriaus organizacijų uždaramą rodo tai, kad per dvidešimt valstybės gyvavimo metų nei valstybė, nei žiniasklaidos subjektai nesukūrė laikraščių ir žurnalų tiražų audito sistemos, kuri spaudos organizacijų veiklą padarytų skaidresnę.

„Transparency International“ Lietuvos skyriaus atlikto tyrimo „Skaidresnės žiniasklaidos link“ (2007) duomenimis, daugiau kaip 50 proc. apklaustų verslininkų, susidūrusių su žurnalistais, redaktorais, direktoriais ir savininkais, nurodė, kad jie leido suprasti, jog už reklamavimąsi žiniasklaidos priemonėje jos žurnalistai parengs ir palankią publikaciją apie įmonę. Vertindami Lietuvos institucijų korumpuotumą beveik 94 proc. apklaustų verslininkų manė, kad korumpuota ir labai korumpuota yra valdžia, per 79 proc. – žiniasklaida.

Kadangi vieni iš svarbių reklamos užsakovų žiniasklaidoje yra politikai ir valstybės institucijos, politinės sistemos dalyviai taip pat turi galią menkinti žiniasklaidos sistemos skaidrumą. Taigi galima teigti, kad žiniasklaida kaip verslo subjektas klientelistinėje sistemoje yra pasmerкта tarnauti neskaidriems verslininkų ir politikų interesams, o pati žiniasklaida turi mažai galimybių savarankiškai išsiveržti iš neskaidrios aplinkos, palaikomos politinės-klientelistinės sistemos.

Klientelizmas siejamas su visuomeninės ir privačios žiniasklaidos instrumentalizacija. Kaip teigia C. Hallinas ir P. Mancini (2004), visuomeninės žiniasklaidos atveju siekiama skirti politiškai lojalius, o ne grynai profesionalius vadovus. Privataus žiniasklaidos verslo savininkai yra priversti turėti politinių ryšių, kad gautų naudingų kontraktų iš valstybės ar jos įtakoje esančių įmonių. Savininkai tokioje

sistemoje dažnai naudoja įgytą viešąją galią ir daro spaudimą politikams, kad patenkintų nuosavo verslo interesus.

Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija (LRT) vadybiniu aspektu yra formaliai atskirti nuo tiesioginės valdžios įtakos. Nors LRT taryboje daugumą sudaro prezidento ir parlamento deleguoti atstovai, jų rotacija nepriklauso nuo naujos politinės daugumos formavimo po rinkimų į parlamentą. Tačiau valdantys šalį politikai teikia įstatymų pataisų pasiūlymus, kad LRT taryba būtų formuojama iš naujo po Seimo rinkimų, tuo norima padidinti politikų įtaką LRT ir visuomeninį transliuotoją faktiškai paversti valstybiniu (Pečiulis, 2010). Tai Lietuvos politinei sistemai suteikia papildomų patronažo bruožų.

Kitas svarbus valstybei atstovaujančių politikų požiūrio į LRT aspektas – visuomeninio transliuotojo finansavimo dydis ir pobūdis. Pagal LRT biudžeto dydį ir lėšas, tenkančias vienam šalies gyventojui, Lietuva užima paskutinę vietą tarp ES valstybių (Lange, 2008). LRT yra finansuojama iš valstybės biudžeto ir dalį (trečdalį arba mažiau) pajamų gauna iš komercinės veiklos. Tiesioginis visuomenės finansavimas per abonementinį mokesį, kaip yra daugelyje Europos valstybių, nėra įvestas. Valstybės vardu veikiantys politikai, neatidavę visuomeninio transliuotojo finansavimo funkcijos visuomenei ir teisiškai nenustatę finansavimo dydžio, pasiliko teisę kiekvienais metais svarstant valstybės biudžeto projektą Seime spręsti, kiek pinigų skirti LRT iš biudžeto. Lietuvos politikai dažnai reiškia pastabų dėl LRT kritikos jų atžvilgiu ir neskiria visuomeniniam transliuotojui pakankamo finansavimo. Ši santykį tarp valstybės atstovų (politikų) ir visuomeninio transliuotojo Ž. Pečiulis

(2010) apibūdina taip: „Nekritikuokite – ir visko gausite. Pinigų, lengvatų, kitų malonių. Svarbiausia, paliksime ramybėje.“ Tai klasikinio klientelizmo modelio variantas, kuriame išteklius kontroliuoja patronai (valstybei atstovaujantys politikai) ir juos skirsto klientams (visuomenei atstovaujantiems transliuotojui) mainais į pagarbą ir paramą.

Didelė formali ir ekonominė valstybės įtaka žiniasklaidai bei klientelistinių santykių politinės sistemos ir žiniasklaidos sistemos sąveikoje egzistavimas leidžia tvirtinti, kad Lietuvos žiniasklaidos sistema šiuo aspektu yra artima poliarizuotojo pliuralizmo modeliui.

## Profesionalizmas

Klientelistinėje sistemoje sukuriama nepalanki aplinka plėtotis žurnalistiniam profesionalizmui. Pasak C. Hallino ir P. Mancini (2004), klientelistiniai santykiai lėmė lėtesnę žurnalistinio profesionalizmo plėtrą Pietų Europoje, o liberaliosiose ir demokratinėse korporacinėse sistemose, kur ankstesni klientelizmo modeliai buvo pakeisti racionalios teisinės valdžios institucijomis, žurnalistinis profesionalizmas plėtojosi sėkmingai.

Lietuvos politinės sistemos klientelistinis mentalitetas ir patronažo elementai kliudo sparčiau tobulėti žurnalistiniam profesionalizmui. Daugelis Lietuvos politikų žiniasklaidą ir žurnalistus traktuoja kaip klientus, turinčius skleisti jiems reikalingą informaciją. Jeigu nepavyksta pateikti žiniasklaidoje informacijos politikams palankiu aspektu, pasitelkiamas ekonominis užsakomosios žurnalistikos modelis, kurį taikant norimą paskleisti informacija apmokama kaip reklamos užsakymas. Ne tik valstybės institucijos, bet ir pavieniai poli-

tikai ar pretenduojantys jais tapti asmenys investuoja lėšų į užsakomuosius straipsnius, laidas ir kitą panašaus pobūdžio redakcinį turinį.

Tokiu būdu žiniasklaida klientelistinėje sistemoje yra politiškai instrumentalizuojama ir smarkiai ribojama žurnalistų profesinė autonomija, kuriai neleidžia tarpiti ir koncentruotos nuosavybės instrumentalizmas. Abu kartu šie veiksniai – politinis ir koncentruotos nuosavybės instrumentai – žurnalistinį turinį paverčia kraštutinai tendencingu. Vieno dominuojančio akcininko valdomos „Respublikos“ grupės leidiniuose 2009 m. už 28 tūkst. litų išspausdinus Seimo pirmininko pareiškimą, vėliau buvo skelbiami ir jį giriantieji straipsniai (Bernardinai.lt, 2009). Tai rodo, kaip nesudėtinga instrumentalizuoti žiniasklaidą politiniu-komerciniu metodu, esant labai sutelktai žiniasklaidos nuosavybės struktūrai, kurioje žurnalistikos autonomijos būtis priklauso nuo vieno asmens valios.

Norvegijoje ir Nyderlanduose valstybės subsidijos redakcijoms skiriamos tik kai žurnalistai turi visišką redakcinę autonomiją. Lietuvoje valstybės parama nesusieta su šiuo profesionalizmo parametru ir tam tikrais atvejais valstybė, teikdama paramą žiniasklaidai, finansuoja bendroves, ribojančias žurnalistinę autonomiją.

Kiekviena profesinė bendruomenė turi laikytis tam tikrų formalizuotų etikos normų, kurias įvairių šalių žurnalistams apibrėžia jiems skirti etikos kodeksai. Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas (toliau – Kodeksas) nustato ne vien žurnalistų, bet ir jų vadovų, t. y. darbdavių atstovų, etikos normas. Kodeksas, reglamentuojantis dviejų skirtingų grupių profesinę etiką, neturi darnios tikslų visumos ir jo įgyvendinimas yra problemiškas (Mažylė, 2009).

Kodekso normas įgyvendinti sunku ir dėl to, kad jo priėmimui pritarė ne visos šalies redakcijos (pvz., viena iš didžiausių Lietuvos redakcijų – „Lietuvos rytas“). Jo normų įgyvendintoja – LŽLEK – sudaryta iš 15 narių. Septyni iš jų yra komercinių žiniasklaidos organizacijų asociacijų (darbdavių) atstovai, vienas – LRT, trys – žurnalistų profesinių organizacijų ir keturi – visuomeninių organizacijų atstovai. Visuomenės, kurios narių teisės etikos atžvilgiu gali būti pažeidžiamos žiniasklaidoje, atstovai komisijoje sudaro mažumą, o suteikta galimybė pačios žiniasklaidos industrijos atstovams lemti komisijos sprendimus (ar jų kolegos pažeidė etikos normas, ar ne) dažnai sukelia diskusijas dėl komisijos šališkumo.

Žurnalistų ir leidėjų etikos komisijos sprendimai svarbūs ne vien dėl etikos – jie susiję ir su galima valstybės finansine parama, nes komisijai pripažinus, kad redakcija pažeidė Kodeksą, ši vienerius metus netenka teisės pretenduoti į valstybės paramą, kurią pagal paraiškas finansuoti projektus skiria Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas. Etikos dalykų susiejimas su galima materialia nauda kai kurias redakcijas verčia elgtis etiškiau, skatina žurnalistinio profesionalizmo plėtotę.

Kitas svarbus žurnalistinio profesionalizmo plėtotės aspektas yra profesinių organizacijų veikla. Lietuvoje veikia trys žurnalistų interesams atstovaujančios organizacijos: Lietuvos žurnalistų sąjunga, Lietuvos žurnalistų draugija ir Nacionalinė žurnalistų kūrėjų asociacija. Lietuvos žurnalistų sąjunga (LŽS) turi daugiau nei 1000 narių (Lzs.lt, 2009), Lietuvos žurnalistų draugija (LŽD) – daugiau nei 200 (Visuotinė lietuvių enciklopedija, 2008), Nacionalinė žurnalistų kūrėjų asociacija

(NŽKA) – 79 narius (Lzs.lt, 2010). Dauguma NŽKA narių yra ir LŽS nariai, o kai kurie LŽD nariai priklauso ir LŽS.

Gausiausioje žurnalistus buriančioje organizacijoje LŽS tam tikra dalis narių yra ne tikrieji nariai, o nariai korespondentai, t. y. buvę žurnalistai ir įgiję žurnalistinį išsilavinimą asmenys – politikai, valstybės tarnautojai arba žiniasklaidos įmonių savininkai ir valdytojai. Todėl dirbančių žurnalistų (neskaiciuojant ir tikrųjų narių, išėjusių į pensiją), priklausančių profesinėms organizacijoms, yra daug mažiau nei tūkstantis.

Pirminės LŽS profesinės organizacijos veikia tik pavienėse žiniasklaidos organizacijose, o daugelyje didžiųjų žiniasklaidos organizacijų tik vienas kitas žurnalistas yra LŽS narys. Todėl kolektyvinės sutartys tarp redakcijų žurnalistų ir žiniasklaidos organizacijų darbdavių atstovų, suteikiančios daugiau teisių ir garantijų žurnalistams, sudaromos tik pavienėse organizacijose. Nors pastaraisiais metais LŽS narių daugėja, 2009 m. įkurta LŽS etikos komisija, o ši profesinė organizacija aktyviau veikia šalies visuomeniniame gyvenime, galima teigti, kad kol kas žurnalistų profesinės teisės Lietuvoje atstovaujamos nepakankamai.

Profesinių organizacijų veiklos aspektu Lietuvos žiniasklaidos sistema panašesnė į liberaliųjų ir poliarizuotojo pluralistinio modelių šalių (išskyrus Didžiąją Britaniją ir Italiją, kur yra stiprios žurnalistų profesinės organizacijos) žiniasklaidos sistemas ir negali prilygti demokratinio korporacinio modelio šalių žiniasklaidos sistemoms, kur žurnalistų narystė profesinėse organizacijose yra beveik visuotinė arba sudaro 50–60 proc. (Hallin, Mancini, 2004).

## Apibendrinimas ir išvados

Lietuvos žiniasklaidos sistemos analizės rezultatai, kurių suvestinė pateikiama 2 lentelėje, rodo, kad Lietuvos žiniasklaidos sistema yra įgijusi visų trijų D. Hallino ir P. Mancini sudarytų žiniasklaidos sistemų modelių (poliarizuotojo pliuralistinio, demokratinio korporacinio ir liberaliojo) bruožų, tačiau vyraujantys yra poliarizuotojo pliuralistinio modelio bruožai.

Teisinės žiniasklaidos aplinkos ir žiniasklaidos savitvarkos sistemos formavimas remiantis Vakarų šalių (daugiausia – Skandinavijos) modeliais, Lietuvoje negarantavo nei demokratinio korporacinio, nei liberaliojo žiniasklaidos sistemos modelio bruožų dominavimo. Istorinės pokomunis-

tinės šalies (Lietuvos) ir Pietų Europos valstybių (ypač Graikijos, Ispanijos, Portugalijos) patirties panašumai demokratijos kūrimo trukmės ir pilietinės visuomenės brandos lygmens aspektu sudaro atitinkamas sąlygas žiniasklaidos sistemoje vyrauti poliarizuotojo pliuralistinio modelio bruožams.

Liberaliajam modeliui būdingų, Lietuvoje vyraujančių komercinės žiniasklaidos, ūkinių subjektų silpninimas teisinėmis ir ekonominėmis priemonėmis, valstybės paramos žiniasklaidai didinimas ir valstybės, savivaldybių, politinių organizacijų reklamos užsakymų finansinė svarba žiniasklaidos organizacijų biudžetams lemia žiniasklaidos organizacijų priklausomybę nuo politinės sistemos subjektų. Todėl Lie-

2 lentelė. Lietuvos žiniasklaidos sistemos analizės suvestinė

Žiniasklaidos sistemos dimensija	Žiniasklaidos sistemos modelio bruožai	Žiniasklaidos sistemos modelio palyginimas
Laikraščių industrijos plėtra	Mažesni nei vidutiniai (palyginti su Vakarų Europos ir Šiaurės Amerikos šalimis) laikraščių tiražai; vėlyva masinio tiražo spaudos plėtra	Artimesnė poliarizuotam pliuralistiniam modeliui
Politinis paralelizmas	Komercinės žiniasklaidos dominavimas ir politinis-komercinis paralelizmas; išorinis pliuralizmas; nedidelė politinė-ekonominė visuomeninio transliuotojo autonomija	Mišrus poliarizuotojo pliuralistinio, demokratinio korporacinio ir liberaliojo modelių variantas, artimesnis poliarizuotajam pliuralistiniam modeliui
Valstybės vaidmuo	Didelė valstybės įtaka; didelis savitvarkos sistemos biurokratizavimas; didėjanti valstybės parama žiniasklaidai; klientelizmas	Artima poliarizuotojo pliuralizmo modeliui
Profesionalizmas	Silpna profesionalizacija; instrumentalizacija; nepakankamai veiksminga savitvarkos sistema	Artimesnė poliarizuotajam pliuralistiniam modeliui



tuvos žiniasklaidos sistema tolsta nuo liberaliojo komercinės žiniasklaidos modelio ir artėja link poliarizuotojo pliuralistinio modelio, kuriam funkcionuojant ūkiškai silpna žiniasklaida yra priklausoma nuo politinių subjektų finansavimo.

## LITERATŪRA

BALČYTIENĖ, Auksė (2006). *Mass media in Lithuania – development, changes, and journalism culture*. Berlin: Vistas. 190 p. ISBN 3-89158-436-9.

BALČYTIENĖ, Auksė (2008). Changing journalistic discourses in the Baltic states – how to deal with cheap journalism. In Karol Jakubowicz, Miklos Sukosd (eds.). *Finding the right place on the map*. Chicago, IL: Intellect Books, The University of Chicago Press, p. 213–226. ISBN 978-1-84150-193-2.

DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa; GLOWACKI, Michal (eds.) (2008). *Comparing Media Systems in Central Europe: Between Commercialization and Politicization*. Wroclaw: University of Wroclaw Press. 244 p. ISBN 97-88-322929-37-7.

LAUK, Epp (2008). How will it all unfold? Media systems and journalism cultures in Post-Communist countries. In Karol Jakubowicz, Miklos Sukosd (eds.). *Finding the right place on the map*. Chicago, IL: Intellect Books, The University of Chicago Press, p. 193–212. ISBN 978-1-84150-193-2.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo (2004). *Comparing Media Systems – Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. 342 p. ISBN 0-5215-4308-8.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo (2010). Preface. In Boguslawa Dobek-Ostrowka, Michal Glowacki, Karol Jakubowicz, Miklos Sukosd (eds.). *Comparative media systems – European and global perspective*. Budapest: Central European university share company, p. XI–XIV. ISBN 978-963-9776-54-8.

HALLIN, Daniel C.; PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos (2002). Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective. *Media Culture and Society*, vol. 24, no. 2, p. 175–195.

HARRO-LOIT, Halliki (2005). The Baltic and Norwegian Journalism. In Baerug, Richard (ed.). *The Baltic Media World*. Riga: Flera, p. 90–121.

JAKUBOWICZ, Karol (2007). The Eastern Eu-

Nesubalansuota valstybės politinė-ekonominė įtaka žiniasklaidos sistemos subjektams ir per daug biurokratizuota žiniasklaidos savitvarkos sistema kliudo nuosekliai plėtotis Lietuvos žiniasklaidos sistemai.

ropean/Post-Communist media model countries. In Terzis, Georgios (ed.), *European media governance – national and regional dimensions*. Chicago, IL: Intellect Books, The University of Chicago Press, p. 303–314. ISBN 978-1-84150-192-5.

JASTRAMSKIS, Deimantas (2009). *Žiniasklaidos organizacijos nuosavybės struktūros ir žiniasklaidos priemonės šališkumo raiškos santykis (Lietuvos nacionalinių dienraščių tyrimas 2004 m. Lietuvos Prezidento rinkimų kampanijos metu)*: Daktaro disertacija. Vilnius: Vilniaus universitetas. 208 p.

LUKOŠAITIS, Alvidas (2004). Interesų grupės. In Krupavičius, Algis; Lukošaitis, Alvidas (sud.). *Lietuvos politinė sistema: sąranga ir raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika, p. 179–212. ISBN 9986-850-51-7.

MAŽYLĖ, Jolanta (2009). Teisės ir etikos normų taikymas Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodekse. *Informacijos mokslai*. Nr. 51, p. 102–123. ISSN 1392-0561.

MATONYTĖ, Irmina (2008). Liberal mass media and the multi-party system in the post-communist Lithuania. *Central European Journal of Communication*, vol. 1, no. 1, p. 123–144. ISSN 1899-5101.

PEČIULIS, Žygintas (2010). Ar esame subrendę visuomeniniam transliuotojui? *Lrt.lt*, 2010 m. gegužės 17 d. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrt.lt/news.php?strid=2838146&id=5469964>> [žiūrėta 2010 m. spalio 5 d.].

SKARBALIENĖ, Danguolė (2008). Parama žiniasklaidai – pilietinė graža visuomenei. In *Žurnalistika 1990–2007: almanachas*, p. 21–23. ISSN 0135-1346.

TAPINAS, Laimonas (2000). Lietuvos žiniasklaidos priemonių ir jų sistemos teisinės bazės kūrimas. In *Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje*. Vilnius, p. 8–15. ISBN 9986-537-57-6.

TERZIS, Georgios (ed.) (2007). *European media governance – national and regional dimensions*. Chicago, IL: Intellect Books, The University of Chicago Press. 462 p. ISBN 978-1-84150-192-5.

URBONAS, Vytas (2003). *Pasaulio žiniasklaidos sistemos*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla. 244 p. ISBN 9955-456-99-X.

VAIŠNYS, Andrius (1998). *Spauda ir valstybė 1918–1940*. Vilnius: Biznio mašinų kompanija. 240 p. ISBN 9986-9174-3-3.

VAIŠNYS, Andrius (2008). Nusidavimai mūsų periodikos raidoje: draudimų diegimas, draudimų vengimas, draudimų tradicijos kūrimas. *Žurnalistikos tyrimai*, Nr. 1, p. 64–80. ISSN 2029-1132.

VIHALEMM, Peeter (ed.) (2002). *Baltic media in transition*. Tartu: Tartu university press. 303 p. ISBN 9985-5664-2-4.

Visuotinė lietuvių enciklopedija (2008). *Lietuvos žurnalistų draugija*, t. XIII. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, p. 355. ISBN 5-420-01486-6.

*Žurnalistikos enciklopedija* (1997). Vilnius: Pradai. 606 p. ISBN 9986-776-62-7.

## ŠALTINIAI

*Bernardinai.lt* (2009). A. Valinsko sandorį su „Respublika“ tirs Etikos komisija [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/archyvas/straipsnis/91061>> [žiūrėta 2010 m. spalio 24 d.].

European Commission (2010). *VAT Rates in the Members States of the European Union* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/resources/documents/taxation/vat/how\\_vat\\_works/rates/vat\\_rates\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf)> [žiūrėta 2010 m. spalio 4 d.].

Lange, Andre (2008). Comparative analysis of the financing of the public audiovisual sector in the European Union. *European Audiovisual Observatory* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://www.obs.coe.int/online\\_publication/expert/comparative\\_analysis\\_financing\\_public\\_av\\_sector.pdf.en](http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/comparative_analysis_financing_public_av_sector.pdf.en)> [žiūrėta 2010 m. spalio 5 d.].

Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas. *Valstybės žinios*, 1996-07-26, Nr. 71-1706.

Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas. *Valstybės žinios*, 2000-09-07, Nr. 75-2272.

Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 1, 2, 23, 24, 29, 31, 32, 33, 35, 38, 39, 47, 48, 49, 51, 53 straipsnių pakeitimo ir papildymo, 25, 41 straipsnių pripažinimo netekusiais galios ir įstatymo papildymo 56 straipsniu bei priedu įstatymas. *Valstybės žinios*, 2004-04-30, Nr. 73-2515.

Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos komisija (2009). *Sprendimai*, 2009-07-13, Nr. 13 [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.lzlek.lt/index.php?lang=1&sid=371&tid=387>> [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 12 d.].

*Lzs.lt* (2009). LŽS gretos pasipildė 14 naujų narių [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://www.lzs.lt/lt/naujienos/ziniasklaida\\_lietuvoje/archyvas/p270/lzs\\_gretos\\_pasipilde\\_14\\_nauju\\_nariu.html](http://www.lzs.lt/lt/naujienos/ziniasklaida_lietuvoje/archyvas/p270/lzs_gretos_pasipilde_14_nauju_nariu.html)> [žiūrėta 2010 m. spalio 17 d.].

*Lzs.lt* (2010). NŽKA narų sąrašas [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://lzs.lt/lt/nacionaline\\_zurnalistu\\_kureju\\_asociacija/nzka\\_nariu\\_sarasas.html](http://lzs.lt/lt/nacionaline_zurnalistu_kureju_asociacija/nzka_nariu_sarasas.html)> [žiūrėta 2010 m. spalio 17 d.].

Organisation for Economic Co-operation and Development (2010). *The evolution of news and the internet*, p. 98.

Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas (2010) [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://srts.somimis.lt/index.php?Dalininkai>> [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 20 d.].

TNS LT (2009). *Metinė žiniasklaidos tyrimų apžvalga 2008* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.tns.lt/>> [žiūrėta 2010 m. spalio 4 d.].

TNS LT (2010). *Metinė žiniasklaidos tyrimų apžvalga 2009* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.tns.lt/>> [žiūrėta 2010 m. spalio 4 d.].

Transparency International Lietuvos skyrius (2007). *Skaidresnės žiniasklaidos link* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://www.transparency.lt/new/images//media\\_skaidrumas\\_www.pdf](http://www.transparency.lt/new/images//media_skaidrumas_www.pdf)> [žiūrėta 2010 m. spalio 4 d.].

World Association of Newspaper (2007). *World press trends 2007*.

## FEATURES OF THE MODEL OF THE LITHUANIAN MEDIA SYSTEM

**Deimantas Jastramskis**

### S u m m a r y

The article analyzes the functioning of the Lithuanian media system. Based on the D. Hallin's and P. Mancini's theoretical scheme of media systems (Democratic Corporatist, Liberal and Polarized Pluralist), the main features of the system are delineated. This is achieved by the analysis of four media system dimensions: development of newspaper industry, political parallelism in the media, professionalization of journalism, and the role of the state in the media system.

The claim of the article is that in the formation process of, the media environment (legal, political, economic) and self-regulation, the Lithuanian media system acquired features of all three models of media systems. However, features of the Polarized Pluralist model (which are typical of Mediterranean countries) are predominant.