

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Žurnalistikos institutas

Greta Milašienė,
Žurnalistikos studijų programos studentė

TABLOIDIZACIJOS APRAIŠKOS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE

MAGISTRO DARBAS

Vadovė: doc. Audronė Nugaraitė

Vilnius, 2007

<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
<p style="text-align: center;">_____ Greta Milašienė _____ (bakalauro/ <u>magistro</u> baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)</p> <p style="text-align: center;">_____ Tabloidizacijos apraiškos Lietuvos žinaišklaidoje _____ (bakalauro/ <u>magistro</u> baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)</p> <p style="text-align: center;">_____ Tabloidisation in Lithuanian mass media _____ (bakalauro/ <u>magistro</u> baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)</p>	
<p>Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</p> <p style="text-align: center;">_____ (bakalauro/ <u>magistro</u> baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<p>Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</p> <p style="text-align: right;">_____ (bakalauro/ <u>magistro</u> baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
<p>Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti _____ (įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)</p> <p>_____ (data) _____ (bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
<p>Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas</p> <p style="text-align: center;">_____ (instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)</p> <p>_____ (data) _____ (instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>	
<p>Recenzentu skiriu _____ (recenzento vardas, pavardė)</p> <p>_____ (data) _____ (instituto/ katedros vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo recenzentas</i>	
<p>Darbą recenzuoti gavau. _____ (data) _____ (recenzento parašas)</p>	

Milašienė, Greta

Mi 182 Tabloidizacijos apraiškos Lietuvos žiniasklaidoje: magistro darbas / Greta Milašienė; mokslinis vadovas doc. dr. A. Nugaraitė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Žurnalistikos institutas. – Vilnius, 2007. – 64 [10]: Bibliogr.: p. 49–51 (45 pavad.).

UDK 070+791.45

Reikšminiai žodžiai: *tabloidas, tabloidizacija*, periodinė spauda, antraštės, nuotraukos, kalba, informacija, televizija.

Šio darbo **objektas** – *tabloidizacijos* apraiškos Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje. Darbo tikslas – atskleisti informacijos pateikimo pokyčius pastarojo meto Lietuvos žiniasklaidoje. Pagrindiniai **darbo uždaviniai** – aptarti *tabloidizacijos* sąvokos specifiką, nustatyti informacijos pateikimo pokyčių ypatumus Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje.

Tyrimo metodai. Literatūros šaltinių apžvalga ir analizė, loginė analizė ir sintezė, lyginimas. Praktinėje darbo dalyje naudojama kiekybinė turinio analizė.

Darbe prieita išvados, kad dėl pokyčių visuomenėje – padidėjusio informacijos srauto, prieinamumo prie įvairių informacijos šaltinių (vietos ir laiko prasme) ir menkėjančios naujienų reikšmės – keitėsi ir tradicinės žiniasklaidos funkcionavimas. Pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje radikalai pasikeitė informacijos pateikimo standartai. Kad patrauktų ir išlaikytų visuomenės dėmesį, Lietuvos žiniasklaidoje akivaizdžiai padaugėjo žmogaus dėmesį atkreipiančių priemonių, vadinamų dėmesio stimuliatorių, naudojimas. Daug dėmesio pradėta skirti vaizdumui, dydžiams, emocinei kalbos raiškai, perkeltinėms reikšmėms, naratyvo stilistikai.

Darbo naujumas. *Tabloidizacijos* apraiškų Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje analizė, pateikta darbe, šiandien laikytina aktualia ne vien žiniasklaidos kontekste, bet ir sąveikoje tarp visuomenės ir žiniasklaidos. Darbe plėtojamas netradicinis požiūris į *tabloidizacijos* reiškinių, o daromos išvalgos atskleidžia naujus šio proceso aspektus, kurie tokia diskurse iki šiol nebuvo išnagrinėti, nors panašios analizės apraiškų ir galima surasti kai kuriuose Lietuvos žiniasklaidos kritikų svarstymuose.

Šis darbas gali būti naudingas komunikacijos mokslų atstovams, žiniasklaidos analitikams ir būsiesiems šių sričių studentams.

TURINYS

Įvadas.....	5
1. <i>Tabloidizacija</i> : sąvokos kilmė ir vartojimas.....	8
1. 1. Sąvokos istorija.....	8
1. 2. Du požiūriai į <i>tabloidizaciją</i>	10
2. <i>Tabloidizacijos</i> egzistavimo prielaidos.....	12
2. 1. Informacinės technologijos ir pokyčiai žiniasklaidoje.....	12
2. 2. Skirtingų medijų sąveika ir <i>tabloidizacijos</i> efektas.....	13
2. 3. Žiniasklaida ir patirtinis žmogaus pažinimas.....	14
2. 4. Švietimo sistemos ir žiniasklaidos sąveika.....	17
3. Tyrimas „ Informacijos pateikimo pokyčiai pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996-2006m.).....	19
3. 1. Tyrimo metodologija.....	19
3. 2. Tyrimo duomenų analizė.....	22
3. 2. 1. Antraščių ir nuotraukų turinio pokyčiai.....	22
3. 2. 2. Antraščių turinio pokyčiai.....	26
4. <i>Tabloidizacijos</i> apraiškos televizijoje.....	34
4. 1. Rimtųjų ir lengvųjų naujienų laidų žanrų konvergencija.....	34
4. 1. 1. Rimosios ir lengvosios naujienos.....	34
4. 1. 2. Pokyčiai televizijos žinių laidose.....	36
4. 1. 3. <i>Infopramoga</i>	38
4. 2. Bulvarinė televizija.....	40
Išvados.....	45
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	48
Priedai.....	52
1 priedas. Features of Tabloidisation in Lithuanian mass media (summary).....	52
2 priedas. Interviu su televizijos programų analitiku Aldaru Stoniu.....	53
3 priedas Tyrimo medžiaga „Lietuvos rytas“ (1996 m.).....	55
4 priedas Tyrimo medžiaga „Lietuvos rytas“ (2006 m.).....	57
5priedas. Tyrimo medžiaga „Respublika“ (1996 m.).....	60
6 priedas. Tyrimo medžiaga „Respublika“ (2006 m.).....	63

ĮVADAS

Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje radikaliai pasikeitė informacijos pateikimo standartai. Dėl pokyčių visuomenėje – padidėjusio informacijos srauto, prieinamumo prie įvairių informacijos šaltinių (vietos ir laiko prasme) ir mažėjančios žiniasklaidos naujienų reikšmės – keitėsi tradicinės žiniasklaidos funkcionavimas. Kad patrauktų ir išlaikytų visuomenės dėmesį, Lietuvos žiniasklaidoje akivaizdžiai padaugėjo žmogaus dėmesį veikiančių priemonių, vadinamų dėmesio stimuliatorių. Visuomenės informavimo priemonėse daug dėmesio pradėta skirti vaizdumui, dydžiams, emocinei kalbos raiškai, perkeltinėms reikšmėms, naratyvo stilistikai. Šių žiniasklaidos pokyčių visumą galima apibūdinti *tabloidizacijos* (angl. k. „tabloidisation“) sąvoka.

Tabloidizacijos sąvoka, atsiradusi Jungtinėse Amerikos Valstijose kaip masinių (angl. k. „tabloido“ formato) dienraščių populiarėjimo ir jiems būdingų savybių plitimo visoje žiniasklaidoje tendencija, šiandien laikoma ne tik tam tikru žurnalistikos tipu ir diskursu. Kartu tai ir nauja visuomenės informavimo kryptis, apimanti visas žiniasklaidos rūšis. Nors dalis *tabloidizacijos* tyrėjų šį reiškinį linkę prilyginti visuomenės informavimo priemonių bulvarėjimui ir laikyti pilietinės visuomenės problema, griaunančia demokratijos pamatą, šiame darbe ji traktuojama laikantis daugumos tyrinėtojų nuomonės – kaip informacijos pateikimo pokyčių žiniasklaidoje tendencija bei susiformavusios jos žanrų konvergencijos visuma (nebūtinai turinti negatyvią konotaciją).

Kalbant apie *tabloidizacijos* reiškinio kilmę manoma, kad jis susiformavo masinės komunikacijos evoliucijos procese, kai informacinių technologijų atsiradimas ir plėtra nulėmė pokyčius visuomenėje, o šie paskatino žiniasklaidos kaitą. Taigi, šiame darbe *tabloidizacija* laikoma žiniasklaidos reakcija į aplinką, kurioje ji egzistuoja, į pakitusį visuomenės gyvenimo būdą ir požiūrius.

Darbo objektas – *tabloidizacijos* apraiškos – tai pakitusios (padidėjusios) vaizdo informacijos, antraščių, jų dydžių apimtys periodinėje spaudoje ir pramogos ir informacijos samplaika televizijoje, Vakarų žiniasklaidoje net apibūdinama specialiu terminu, nusakančiu informavimo ir pramogos sąveiką – „infotainment“ (liet. k. „infopramoga“). Taip pat padidėjęs dėmesys emocinei kalbos raiškai, perkeltinėms reikšmėms, naratyvo stilistikai nagrinėjamos Lietuvos visuomenės informavimo priemonėse.

Tabloidizacijos apraiškos šiame darbe nagrinėjamos periodinės Lietuvos spaudos ir televizijos kontekste. Kadangi Lietuvoje jos užima didžiąją tradicinės žiniasklaidos dalį, manoma, kad pokyčiai jose gali reprezentuoti pokyčius visoje šalies tradicinėje žiniasklaidoje.

Tabloidizacijos reiškinių tyrinėjimo užuomazgų galima aptikti *tabloidų* formatų laikraščių atsiradimo laikotarpio (1903-1910 m.) literatūroje. *Tabloidizacijos* reiškinys, jo egzistavimo priežastys, poveikis žiniasklaidai ir numatomos perspektyvos jau dvidešimtmetį išsamiai analizuojamos Vakarų šalių mokslininkų, žiniasklaidos kritikų bei atstovų – komunikacijos mokslų teoretiko Colino Sparkso, žiniasklaidos tyrinėtojo Matthew Ehrliko, antropologės Elizabeth Bird ir kitų šios srities specialistų mokslinėse studijose bei publikacijose. Teorinėje literatūroje sutinkamos dvi *tabloidizacijos* reiškinio interpretacijos – *tabloidizacija* kaip žiniasklaidos bulvarėjimo tendencija (dažniausiai turinti neigiamą konotaciją) ir *tabloidizacija* kaip žiniasklaidos informacijos pateikimo pokyčių diskursas. Šiame darbe remiamasi pastarąja.

Hipotezės, siekiamos patikrinti darbe:

- *Tabloidizacija* ne visuomet apibūdina žiniasklaidos priemonių virsmą bulvarinėmis. Į šį reiškinį galima žvelgti kaip į informacijos pateikimo žiniasklaidoje pokyčius, padedančius auditorijai atkreipti dėmesį į pateikiamą informaciją

- *Tabloidizacijos* egzistavimą Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje lėmė informacijos technologijų plitimas, skirtingų medijų sąveika, pakitęs žmogaus patirtinio pažinimo ir žiniasklaidos santykis, netiesioginė švietimo sistemos ir žiniasklaidos sąveika.- Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos žiniasklaidoje pakito informavimo pobūdis – padaugėjo vaizdinės informacijos, daugiau dėmesio skiriama kalbos raiškai, naratyviniam naujienų pateikimui.

- Per pastarąjį dešimtmetį, dėl pokyčių visuomenėje, Lietuvos žiniasklaidoje nyksta riba tarp rimto ir pramoginio informacijos turinio pateikimo, televizijoje išsivysto *infopramogos* programų tipas.

Šio **darbo tikslas** yra išanalizuoti per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje vykusius informacijos pateikimo pokyčius.

Darbo uždaviniai: aptarti *tabloidizacijos* sąvokos specifiką; ištirti informacijos pateikimo pokyčius šiandieninėje Lietuvos žiniasklaidoje (periodinėje spaudoje ir televizijoje); išnagrinėti pastarojo dešimtmečio informacijos pateikimo ypatumus Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje.

Tyrimo metodai. Literatūros šaltinių apžvalga ir analizė, loginė analizė ir sintezė, lyginimas. Praktinėje darbo dalyje naudojamas tyrimo metodas – kiekybinė turinio analizė.

Šį darbą sudaro keturi skyriai. Pirmajame jų gilinamasi į *tabloidizacijos* sąvokos užkulusius, aptariamos jos vartojimo interpretacijos. Antrasis darbo skyrius skirtas *tabloidizacijos* egzistavimo prielaidų analizei. Šiame skyriuje keturios *tabloidizacijos* reiškinio prielaidos pateiktos atskirose dalyse. Trečiajame darbo skyriuje analizuojamos *tabloidizacijos* apraiškos Lietuvos periodinėje

spauodoje. Šioje dalyje aprašomas kiekybinės turinio analizės metodu atliktas tyrimas „Informacijos pateikimo pokyčiai pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996-2006 m.)“. Tyrime analizuojamos dviejų šalies dienraščių – „Respublikos“ ir „Lietuvos ryto“ titulinų lapų antraščių bei nuotraukų plotų ir antraščių turinio pokyčiai lyginant 1996-uosius ir 2006-uosius metus. Ketvirtajame darbo skyriuje apžvelgiamos *tabloidizacijos* apraiškos televizijoje.

Darbo naujumas. *Tabloidizacijos* apraiškų Lietuvos periodinėje spaudoje ir televizijoje analizė, pateikta darbe, šiandien laikytina aktualia ne vien žiniasklaidos kontekste, bet ir sąveikoje tarp visuomenės ir žiniasklaidos. Darbe plėtojamas požiūris į *tabloidizacijos* reiškinį ir daromos išvalgos atskleidžia naujus šio proceso aspektus, kurie tokia diskurse iki šiol nebuvo išnagrinėti, nors panašios analizės apraiškų ir galima surasti kai kuriuose Lietuvos žiniasklaidos kritikų svarstymuose.

Šis darbas gali būti naudingas komunikacijos mokslų atstovams, žiniasklaidos analitikams, šių disciplinų dėstytojams ir būsimiems šių sričių studentams.

1. TABLOIDIZACIJA¹: SĄVOKOS KILMĖ IR VARTOJIMAS

Siekiant aiškesnio *tabloidizacijos* reiškinių suvokimo, pirmajame darbo skyriuje apžvelgiama *tabloidizacijos* sąvokos istorija ir skirtingų jos interpretacijų vartojimo diskursas. Verta paminėti, kad užsienio bibliografiniuose šaltiniuose *tabloidizacijos* sąvoka minima maždaug nuo 1990–ųjų metų, tuo tarpu lietuviškoje bibliografijoje sutinkama tik kraštutinė šios sąvokos atmaina – „bulvarėjimo“ sąvoka. Kodėl?

1. 1. Sąvokos istorija

Tabloidizacijos sąvoką derėtų pradėti nagrinėti nuo *tabloido* kalbinės reikšmės. Terminas *tabloidas* kildinamas iš medicininio termino „tabletė“ (angl. k. „tablet“), 1884-aisiais metais farmacijos įmonės „Burroughs-Wellcome's (JAV) užregistruoto kaip termino apibūdinančio „suspaustus vaistus“. Asociacija su tabletėmis, t.y. suspaustais vaistais, nulėmė naujo dienraščio formato Vakaruose pavadinimą – *tabloidas*.²

Periodinėje spaudoje *tabloido* sąvoka pradėta vartoti 1903-aisiais metais, kai Didžiojoje Britanijoje buvo išleistas pirmasis pasaulio *tabloidas*. Šio formato dienraščių pradininku laikomas „British Daily Mirror“ (Didžioji Britanija), kurio formatas nepakito iki šiol. Apskritai, ir pirmieji, ir šiandieniniai *tabloidai* siejami su sensacingais leidiniais, t.y. tokiais, kuriems būdinga ekspresyvi ir gausi vizualizacija (t.y. didelės, atkreipiančios dėmesį nuotraukos, iliustracijos, grafikai, didelės straipsnių ir nuotraukų antraštės), patogus skaitymui formatas (puse standartinio laikraščio dydžio, skirta skaityti autobuse, metro ir pan.), pasakojamasis rašymo stilius (naratyvas) (trumpos pastraipos, aiškūs, neilgi sakiniai (Bird, 1992, p. 143). Nors *tabloidams* būdingų savybių turi praktiškai visi periodinės spaudos leidiniai Lietuvoje, tikrojo *tabloido* šalies spaudoje nėra.

Pasak J. Sloano, sensacingos istorijos – nėra šiuolaikinės spaudos ar šiuolaikinio *tabloido* sukūrėjų išradimas. „Sensacijų vaikymasis pastebėtas kur kas anksčiau nei pirmojo laikraščio pasirodymas 1609 m. Vokietijoje. Jį galima rasti krauju pasrūvusiose baladėse, kurias dainavo keliaujantys dainiai šešioliktame amžiuje, miniose, kurios puldavo stebėti viešų egzekucijų viduramžiais, žiauriuose senovės Romos „žaidimuose“ ir net priešistoriniuose laikuose.“ (Sloan, 2001, p. 325).

¹ Darbe *tabloidizacijos, tabloido ir infopramogos* sąvokos vartojamos kaip vertiniai iš anglų kalbos, todėl išskiriamos naudojant *italic* šriftą.

² *Tabloidas* – tai maždaug 597 milimetrų ilgio ir 375 milimetrų pločio laikraščio formatas (prilygsta pusei standartinio britų laikraščio („Broadsheet“) dydžio). Pasaulio spaudoje priimta, kad didesnis formatas diktuoja leidinio turinio kokybę, t.y. vadinami „broadsheet“ laikomi kokybiška spauda, kai tuo tarpu *tabloidai* – menkavertės naujienos apie nusikaltimus, įžymybes ir pornografiją pateikiančiais leidiniais. Dar vienas paplitęs spaudos formatas – tai „Berliner“, kurio dydis yra per vidurį tarp *tabloido* ir kokybiško laikraščio („Broadsheet“).

Prieš atsirandant spausdintinei žurnalistikai, dainos ir folkloras: mitologija, pasakos – buvo vienos pirmųjų priemonių skleisti sensacingas istorijas masėms. Antropologė Elizabeth Bird, 1978 m. sakė, kad „Amerikoje „Šešių pensų spaudos“ („pigios spaudos“) (angl. k. „Six-penny press“) atsiradimas paskatino informacijos pateikimo pokyčius. Nors joje nebuvo sensacingų fotografijų, iliustracijų, piešinių ar didelių antraščių, „pigis spauda“ pradėjo apskritai spausdinti naujienas“ (Bird 1987, p. 143).

Iki 1920-ųjų metų *tabloidai* Vakarų šalyse įgijo daug pasekėjų ir blogą reputaciją. Moraliniai vadai bei etikos sargai skleidė įspėjimus apie jų pertekliaus blogį, ir perspėjo būsimuosius vartotojus vengti *tabloidų* spąstų. Tuomet pirmąkart Vakarų spaudoje pasirodė didelės sensacingos fotografijos, kuriose vyravo sekso, žiaurumo, nelaimių ir skandalų temos. Pasak Fiske' s, spaudos istorikai šią erą vadina spaudos nuosmikiu, apibūdinamu moralų ir etinių standartų praradimu, kuris, jų manymu, kėlė grėsmę viešajam ir asmeniniam gyvenimui (Fiske, 1992, p. 63). Tačiau nepaisant įspėjimų, per dešimties metų laikotarpį *tabloidai* paplito praktiškai visoje pasaulio spaudoje. Iki 1937-ųjų pasaulio spaudoje buvo 49 *tabloidai*, kurių bendras tiražas siekė apie 3,5 milijonų (Bird, 1992, p. 84).

Tabloidai pradėjo daryti įtaką kitoms žiniasklaidos formoms. Knygos „Dėmesio: žiniasklaida praleidžia naujieną apie nusikaltimą, nes persekioja seksą, pornografiją ir įžymybes!“ („*Scooped: Media Miss Real Story on Crime While Chasing Sex, Sleaze, and Celebrities*“) autorius Davidas Krajicekas teigia, kad „spauda transformuojasi į hibridinę kombinaciją, kuri turi ir kokybiškos spaudos, ir *tabloidų* bruožų (Krajicek, 1998, p. 97). Tokios hibridinės kombinacijos leidiniai ypač būdingi šiandieninėje Lietuvos spaudos rinkoje. Tai, kad viename leidinyje galima aptikti ir kokybiškiems leidiniams, ir *tabloidams* būdingų publikacijų įrodo *tabloidizacijos* proceso egzistavimą šalyje. Lietuvoje tokiam hibridiniam spaudos tipui priskirtini Lietuvos dienraščiai „Lietuvos rytas“, „Respublika“, „Lietuvos aidas“ ir kt.

Plačiai paplitusi *tabloido* sąvoka turi dar vieną reikšmę – *tabloidu* vadinamas laikraščiu spausdinimo būdas, kuomet naudojant specialias technologijas išgaunamas puse tradicinio amerikiečių dienraščio (angl. k. „broadsheet“) dydžio laikraščio formatas. Paminėtina, kad leidiniai, spausdinami, naudojant šį spausdinimo būdą, nebūtinai yra *tabloidai*.

Tabloidizacijos sąvoka atsirado kaip *tabloidų* populiarėjimo pasekmė, kuomet šio tipo leidiniams būdingas savybes, kurios buvo aptartos šioje darbo dalyje, perėmė kiti leidiniai, o vėliau ir kitos žiniasklaidos priemonės (radijas, televizija ir t.t.).

Tabloido sąvoką Valstybinė lietuvių kalbos inspekcija siūlo keisti „bulvaro“ ar „geltonosios spaudos“ sąvokomis. *Tabloidizacijos* sąvoka „Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne“ nėra apibrėžta. Tuo tarpu valstybinės lietuvių kalbos inspekcijos konsultantės A. Dvilytės teigimu, „šią sąvoką derėtų keisti į sąvoką „bulvarėjimas“ (Dvilytė, 2006, www.lzs.lt). Tačiau darbe į rekomendaciją neatsižvelgiama dėl egzistuojančių *tabloidizacijos* ir *bulvarėjimo* sąvokų reikšmių neatitikimo.

1. 2. Du požūriai į *tabloidizaciją*

Norint suvokti *tabloidizaciją* kaip šio darbo tyrimo objektą, svarbiausia išsiaiškinti, kas patenka į šios sąvokos rėmus. Darbe nagrinėjamas *tabloidizacijos* reiškinys nėra tapatus visuomenės informavimo priemonių bulvarėjimo procesui, t.y. pokyčiai žiniasklaidoje, kurie šiame darbe apibūdinami *tabloidizacijos* sąvoka, skiriasi nuo pokyčių, vykstančių žiniasklaidos bulvarėjimo procese. Kadangi, daugumoje pasaulio bibliografinių šaltinių *tabloidizacija* apibrėžiama būtent kaip žiniasklaidos priemonių virsmas bulvarinėmis, tiek visuomenėje, tiek tarp žiniasklaidos kritikų šiandien šis reiškinys turi neigiamą konotaciją. Pavyzdžiui, komunikacijos mokslų tyrintojas C. Sparksas, kalbėdamas apie *tabloidizacijos* reiškinį, teigia, kad „aukšti vakarykščiai žurnalistikos standartai nyksta, juos pakerta sensacijos, menkavertės naujienos ir dažnai neetiškas privataus gyvenimo viešinimas“ (Sparks, 1992, p. 114). Amerikiečių žiniasklaidos kritikas D. Samua *tabloidizaciją* taip pat apibūdina neigiamame kontekste, jis teigia, kad ji „sukelia tikrovės krizę, lemia žurnalistikos ir žinių prasmės žlugimą“ (Samua, 1998, p. 158.). Straipsnio „Ieškoma: etiškesnė spauda“ (angl. k. „*Needed: A More Ethical Press*“) autorius Johnas C. Merillas teigia, kad „visame pasaulyje nyksta spaudos kaip rimtos ir galinčios padėti socialinės institucijos įvaizdis ir reputacija. Už tai didelė dalimi atsakinga *tabloidizacija*“ (Merrill, 1999, p. 43). Anksčiau paminėtos citatos – tai teiginiai autorių, *tabloidizaciją* suvokiančių kaip reiškinį, tapatų žiniasklaidos virsmui bulvarine. Tačiau toliau darbe stengiamasi išvengti tokio minėtų reiškinų tapatinimo dėl keleto priežasčių.

Pirmiausia, *tabloidizaciją* tapatinant su žiniasklaidos bulvarėjimu susiduriama su dideliu neapibrėžtumu, t.y. nėra aiškios ribos, atskiriančios, kas tėra *tabloidizacijos* apraiška, o kas vadinama bulvarine žiniasklaida, todėl *tabloidizacija* darbe traktuojama kaip savarankiškas, žiniasklaidos bulvarėjimui netapatus procesas, o bulvarinė televizija ir spauda laikytina kraštutinėmis *tabloidizacijos* apraiškomis.

Tabloidizaciją apibrėžiant kaip šio darbo tyrimo objektą remiamasi komunikacijos tyrinėtojos B. Cotton požūriu, išdėstytu 2006 metų rugsėjo 23 d. konferencijoje „Tabloidisation of Media Today“. Kaip esminį skirtumą tarp „bulvarinio“ ir „*tabloidinio*“ B. Cotton įvardina naujieną, kurią jie skelbia. Anot tyrinėtojos, bulvarinės žiniasklaidos atveju „patį naujiena nėra rimta, ją tipiškai apibūdina vadinamoji „trijų S“ formulė: seksas, skandalai ir sportas“ (Cotton, 2006, www.pradeepnair.sulekha.com) Tuo tarpu *tabloidizacija* apima naujienų (ir „rimtųjų“, ir „lengvųjų“) pateikimo būdus, jų pokyčius žiniasklaidoje. *Tabloidizacijos* procese auditorijai pateikiama naujiena supaprastinama, paverčiama artimesne. Paminėtina, kad *tabloidizacija* nėra informacijos vertės sumažėjimo procesas. Priešingai nei žiniasklaidos bulvarėjimo atveju, *tabloidizacijos* procese

informacijos svarba, tematikos aktualumas dažnai išlieka, rimtųjų naujienų kiekis gali nesikeisti.

Dažniausiai kinta tik pats naujienų pateikimo būdas. *Tabloidizacija* – tai tam tikrų žmogaus dėmesio stimuliatorių – spalvų, grafikos, iliustracijų, emocingos kalbos naudojimas, tai būdas akcentuoti naujienas šiandieninei auditorijai tokiomis priemonėmis, kurios jai palengvina tų naujienų pastebėjimą. “Tai daugiau praktikos ir mažiau teorijos. Mažiau idėjų ir daugiau realybės“ (Grisprud, 2000, 324).

2. TABLOIDIZACIJOS EGZISTAVIMO PRIELAIDOS

Šiame darbo skyriuje apžvelgiamos keturios *tabloidizacijos* egzistavimo šiandienos šalies žiniasklaidoje prielaidos: informacinių technologijų atsiradimas ir plitimas, skirtingų medijų sąveika, patirtinio žmogaus pažinimo stimuliavimas žiniasklaidoje bei švietimo sistemos ir žiniasklaidos sąveika.

2. 1. Informacinės technologijos ir pokyčiai žiniasklaidoje

Informacinių technologijų išplitimas pasaulyje, pakeitė ne tik žiniasklaidos funkcionavimo aplinką, bet ir pačią žiniasklaidą. Natūralu, kad informacinės technologijos šiandien keičia visuomenę, o pokyčiai kasdieninėje realybėje keičia visuomenės informavimo priemones.

Šiandien, kai informacinės technologijos naudojamos beveik visose žmogaus gyvenimo srityse, egzistuoja daugybė būdų gauti informaciją – žinios ir naujienos sklinda mobiliųjų telefonų tinklais, internetu, spauda ir televizija. „Technologijos perkonstravo ne tik terpę, kurioje naujienos yra platinamos, bet ir naujienų pateikimo būdus – šioje vietoje ir atsirado niša *tabloidizacijai* (Grsiprud, 2000, p. 198). Jei palygintume Lietuvos televizijų laidas prieš keletą dešimtmečių ir dabar, nesunkiai pastebėtume, kad daugėja spalvų, specialiųjų efektų, naujausių technologijų pagalba kuriamas žaismingumo, malonumo, lengvumo įspūdis. Televizijos laidose šiandien ne vien pateikiamas tam tikras informacijos srautas, bet ir įsivyravo tam tikri žmogaus žiūrovo dėmesio stimulatoriai – besikeičiantys vaizdai, efektingos užsklandos, trumpi muzikiniai intarpai. Panaši situacija ir periodinėje spaudoje – nespaltotos nuotraukos, iliustracijos, paveikslėliai keičiami spalvotais, atsiranda nauji antraščių, teksto šriftai. Savo straipsnyje „Naujoji žiniasklaida: raida, tendencijos ir pažadai“, A. Balčytienė teigia, kad „šiandien tradicinė žiniasklaida priima moderniosios informacijos technologijos pasiūlytą iššūkį ir savaip bando taikytis prie naujų darbo sąlygų“ (Balčytienė, 2000, www.sk.mch.mii.lt).

Plintant informacinių technologijų naudojimui, o tuo pačiu elektroninei žiniasklaidai, tradicinė žiniasklaida iš pastarosios perėmė „interaktyvumo“ (sąveikos) su skaitytoju/žiūrovu savybę – tai yra tam tikras turinio individualizavimas – Lietuvos periodinėje spaudoje atsiranda vis daugiau rubrikų (kuriama sistema), teksto reikšmės vis dažniau perteikiamos vaizdu, iliustracijų, antraščių pagalba (*tabloidizacijos* apraiškos). Kalbėdama apie žiniasklaidos interaktyvumą, A. Balčytienė savo kitame straipsnyje „Naujosios žiniasklaidos taikymo perspektyvos: modernaus kūrinio ir skaitytojo paieškose“ rašo, kad interaktyvumas žiniasklaidoje – tai galimybės pateikti informaciją būdu,

gebančiu prisiderinti prie būsimo informacijos vartotojo interesų ir poreikių, interaktyvios žiniasklaidos kūrinys yra demokratiškas – jis derinasi prie kiekvieno skaitytojo norų bei pageidavimų. (Balčytienė, 2002, www.np.ipc.lt). Kažką panašaus galime atrasti ir tradiciniame dienraštyje: retas iš mūsų perskaitome absoliučiai visą dienraščio medžiagą, bet atsirenkame tik tai, kas mus domina ir skaitymo metu pasirodo esą svarbu“

Informacijos technologijos šiandien keičia žiniasklaidos galimybes ir suformuoja terpę naujiems informacijos pateikimo būdams. Pastarieji – dažnai žiniasklaidai palengvina auditorijos dėmesio atkreipimą, o tradicinėms žiniasklaidos priemonėms padeda kovoje su netradicinės žiniasklaidos populiarėjimu.

2. 2. Skirtingų medijų sąveika ir *tabloidizacijos* efektas

Šiandien globalinėje erdvėje egzistuojančias medijas sieja tam tikras ryšys, todėl pokyčiai vienoje medijoje keičia ir kitą medijos rūšį. Tai lemia vis naujų informacijos pateikimo būdų atsiradimą ir *tabloidizacijos* apraiškų egzistavimo galimybes.

Žiniasklaidoje palaipsniui susiformuoja žanrų stilių ir formatų samplaika, kurioje vystosi naujos *tabloidizacijos* apraiškų formos. Teigtina, kad dėl tokio *tabloidizacijos* efekto šiandien egzistuoja daug žiniasklaidos „per vidurį“ (tarp rimtosios ir bulvarinės žiniasklaidos). Pavyzdžiui, šiandieninėje Lietuvos žiniasklaidoje kokybiškos spaudos leidiniais laikomi dienraščiai nors ir išlieka informatyvūs, tampa kartu ir pramoginiai („Respublika“, „Lietuvos rytas“), tuo tarpu dažnai bulvariniais laikytini leidiniai („Vakaro žinios“, „L.T. laikraštis“) publikuoja ir rimtąsias (politikos, ekonomikos ir kt.) naujienas (angl. k. „hard news“). Skirtingų medijų sąveikos poveikis kombinuotų žiniasklaidos žanrų atsiradimui akivaizdus pažvelgus į istorinę žiniasklaidos priemonių raidą.

Televizijos kritikas Ž. Pečiulis, savo knygos „Iki ir po televizijos“ dalyje „Kuriuo keliu pasukti?“, kalbėdamas apie televizijos raidą, rašo, kad televizija savo egzistavimo pradžioje pateko į susiformavusią komunikacijos sistemą, todėl neišvengiamai tęsė žanrų, formų, raiškos būdų adaptavimo tradiciją. Jos programa iš kino perėmė tikrų ir išgalvotų vaizdų rodymą, informacinio spektaklio stilių, tuo tarpu iš XIX-ojo amžiaus spaudos – feljetono (pranc. k. „*feuille*“ – lapas) – reguliarumą, tęstinumą – vadinamą serijiškumą ir kitus auditorijos ištikimybės ugdymo būdus (Pečiulis, 2007 p. 64). XIX-ojo amžiaus spaudos žurnalistikoje vyravę kelionių reportažai, faktai ir liudijimai XX-ame amžiuje buvo akcentuoti tiesioginėse televizijos transliacijose įvykio ir jo stebėjimo simultaniškumu ir operatyvumu. Televizija iš radijo perėmė pramoginius žanrus: žaidimus, varjetė, situacijų komedijas, muilo operas, pokalbių šou, o rašytinė informacija per televiziją pradėta skleisti populiariu spaudos apžvalgos žanru“.

Analizuojant periodinės spaudos istorijos diskursą, pastebima, kad radijo skvarba ir didėjantis populiarumas praėjusio amžiaus ketvirtajame dešimtmetyje paskatino naujų žurnalų ir savaitraščių atsiradimą, formavosi dokumentinė ir vadinamoji kokybinė spauda (Elliott, Golding, 2000, p.146). Su masine televizijos plėtra praėjusio amžiaus septintajame dešimtmetyje siejamas naujienų savaitraščių bumai bei analitinių politikos savaitraščių atsiradimas. „Dėl gausaus televizijos programų srauto – „mozaikinio televizijos programos pobūdžio“ pasaulio spaudoje taip pat išsivyravo įvairesnė straipsnių tematika“ (Pečiulis, 2007, p. 68).

Įpratinta prie didžiulio informacijos srauto, audiovizualinės žiniasklaidos spartos ir pateikimo efektų, auditorija palaipsniui ėmė mažiau skaityti, tuomet rašytinė žiniasklaida pradėjo imituoti televizijos informacijos pateikimo manierą: keičiami maketavimo principai, didėja antraštės, dėmesys atkreipiamas ryškiais iliustracijomis (*tabloidizacijos apraiškos*) (Daley, 1999, www.tabloidbaby.lt). „Dienraštis pirmąjį puslapį pavertė anonsu, primenančiu televizijos ekraną, rinkiniu“ (Pečiulis, 2007, p. 72). Televizija padarė įtakos vis trumpėjantiems straipsnių tekstams spaudoje, jų skaidymui ir rubrikų pavadinimams (*tabloidizacijos apraiškos*). Kinas ir televizija paskatino žvaigždžių kulto eksploatavimą (bulvarėjimo tendencija) spaudoje. Taigi, laikraščių maketai laikui bėgant tapo nebe užbaigtu produktu, o grupuojama, redaguojama ir pagal tam tikrus kriterijus pateikiama informacijos terpe.

Istorijos kontekste apžvelgta medijų sąveika, įrodo, kad visuomenės informavimo priemonės vis intensyviau veikia viena kita. Tai skatina intensyvesnę žanrų, stilių ir formatų samplaiką žiniasklaidoje. Skirtingų medijų sąveika, suformavusi terpę naujiems informacijos pateikimo būdams, laikoma viena iš *tabloidizacijos* atsiradimo prielaidų.

2.3. Žiniasklaida ir patirtinis žmogaus pažinimas

Lietuvos spaudoje ir televizijoje siekiant leidinius ar programas adaptuoti šiandieninei auditorijai, kurią knygos „Turėti ar būti“ skyriuje „Vartotojiška visuomenė“ knygos autorius J. Fromas apibūdina kaip skubančią, kasdien apdorojančią didelį kiekį įvairios informacijos visuomenę (Fromas, 2005, p. 216), akivaizdžiai pasikeitė žurnalistikos redakciniai prioritetai. Šiandien Lietuvos spaudos ir televizijos žurnalistai pateikdami naujienas, ypatingai dažnai naudoja psichologines auditorijos poveikio priemones. Visas naujienas žurnalistai bando pateikti taip, kad į tai atkreiptų dėmesį šiandieninis skaitytojas/žiūrovas, o patikima tokio tikslo pasiekimo priemonė – patirtinio žmogaus pažinimo stimuliavimas. Todėl šiandien periodinėje spaudoje ir televizijoje auditorijos dėmesys vis smarkiau stimuliuojamas tokiomis informacijos pateikimo priemonėmis kaip nuotraukos, iliustracijos, didelės, efektingos antraštės, pasakojamasis kalbos stilius, emocionali kalbos raiška.

Kadangi žmonės įdėmiai klausosi istorijų ir pasakojimų, nes šie žanrai gerai pažįstami ir juos lengva atskirti, pasakojamasis kalbos stilius (naratyvas) šiandien tapo itin dažnu šalies periodinėje spaudoje ir televizijoje. Tai efektyvi skaitytojo/žiūrovo dėmesio išlaikymo priemonė – pirmosios pasakojimo eilutės spaudoje ar žodžiai televizijoje auditorijai sukelia pažįstamumo jausmą, suvokimą, kas bus pasakojama ir kokią elgesio schemą skaitytojui/žiūrovui reikia pritaikyti. „Nors tokio raštingumo niekas žmogaus nemokė, tačiau pasitelkęs patirtį jis nesunkiai atskiria įvairius tekstų žanrus. Panašiai skaitytojas/žiūrovas jaučiasi žiūrėdamas į nuotrauką ar paveikslėlį.“ (Hinerman, 2000, p. 118).

Psichologinio žmogaus elgesio tyrinėjimuose, bandant suprasti žmogaus smegenų veiklą, prieita išvados, kad išgirdęs triukšmą, žmogus atkreipia dėmesį į triukšmo šaltinį, netikėtų spalvų objektas patraukia jo žvilgsnį ir pan. Šis pirminis susipažinimas (su triukšmu, netikėtų spalvų objektu ir pan.) būna nesąmoningas, o tik vėliau įsijungia kognityviniai veiksniai ir žmogus pradeda mąstyti, kas nutiko, dėl kokios priežasties kilo triukšmas, ką reiškia vienokia ar kitokia objekto spalva ir pan. (Balčytienė, 2002, www.np.ipc.lt). Tokiais žmogaus elgesio studijų rezultatais šiandien naudojasi ir Lietuvos periodinės spaudos ir televizijos žurnalistai, siekdami patraukti auditorijos dėmesį ir „parduoti“ savo produktą. Pavyzdžiui, periodinėje Lietuvos spaudoje anksčiau minėta „triukšmą“ atstoja gerai matomos, „kalambūriškos“ antraštės, didelis šriftas, mažiau teksto, trumpesni žodžiai, didesnės, spalvotos nuotraukos ir didesnis jų kiekis – visa tai tapo standartinėmis sudėtinėmis šalies dienraščių „Lietuvos rytas“, „Respublika“ dalimis (žiūrėti 3-iaame darbo skyriuje „Tyrimas: „Informacijos pateikimo pokyčiai pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996-2006 m.)“).

Dar septintajame dešimtmetyje šveicarų filosofo ir psichologijos mokslininko Jeano Piageto atlikti tyrimai „Studies in Reflecting Abstraction“ parodė, kad vizualinis žmogaus suvokimas užgožia intelektualųjį (Piaget, 2003, p. 42). Todėl galima teigti, kad šiandieninėje žiniasklaidoje, kuri vis labiau „prisotinama“ vaizdu, garsu ir tekstais, išvaizdus ir netikėtas objektas visuomet patrauks skaitytojo dėmesį.

Jeigu šiandien visuomenės informavimo priemonės nenaudotų (ar neintensyviai naudotų) patirtinį žmogaus pažinimą stimuliuojančių priemonių, tai reikštų, kad jie nereaguoja į besikeičiančią visuomenę – į spartėjantį jos gyvenimo tempą, naują požiūrį į informaciją ir jos gausą. Tikėtina, kad tuomet periodinės spaudos leidinių tiražai ir televizijos laidų reitingai būtų gerokai mažesni. O gal daugumos jų apskritai nebūtų?

Psichologinio žmogaus elgesio poveikio priemonių naudojimas žiniasklaidoje, kaip teigiama A. Balčytienės straipsnyje „Naujoji žiniasklaida: raida, tendencijos ir pažadai“, gali nukelti skaitytoją į pačius neoptimaliausius pasirinkimus, niekuo nesusijusius su pirminiu vartotojo tikslu ir motyvais (Balčytienė, 2000, www.sk.mch.mii.lt). Šioje vietoje atsiranda niša *tabloidizacijos* reiškinių kritikai.

Nors vaizdu informacijos turinys perduodamas greičiau nei rašytiniu tekstu, tokio perdavimo metu gali kilti kitokio pobūdžio problemų, t.y. vaizdo informacija gali suteikti skaitytojui/žiūrovui nepagrįsto tikėjimo, kurio žiniasklaidos priemonės kūrinys gali nepatenkinti. Tokie skaitytojai/žiūrovai ne tik gali nusivilti kūrinium, bet laikui bėgant tapti atsargesniais, kol galiausiai toks atsargumas peraugtų į absoliutų nepasitikėjimą, o tai reikštų šiandienės žiniasklaidos žlugimą.

Tęsiant *tabloidizacijos* reiškinių kritiką paminėtina, kad žmogaus motyvaciją tyrinėjantys mokslininkai pripažįsta, kad patirtinis pažinimas, kuriam svarbu išpūdžiai, dažnai neturi išliekamosios vertės, nes tai sukelia tik nesąmoningą skaitytojo/žiūrovo reakciją. Jeigu laikraščio straipsnyje ar laidoje daugiau naudojamos vaizdinės ar garsinės priemonės, tai neskatina auditorijos mąstyti, analizuoti pateiktos informacijos, o priešingai, tai skatina atkreipti į ją dėmesį ir neužilgo pamiršti.

Taigi, informacijos pateikimas žiniasklaidoje panaudojant patirtinį pažinimą šiandien tampa svarbiausiu auditorijos viliojimo veiksmu. Šio reiškinių kritikos studijose teigiama, kad tokia ideologija didina pasaulio fragmentiškumo jausmą, naikina distanciją tarp įvykio ir jo vertinimo, lieka vis mažiau erdvės apmąstymams ar analizei. Anot F. Jamesono, „naujųjų technologijų epochai stinga gilumo, todėl silpnėja istorijos jautimas, kinta erdvės ir laiko samprata, kalba tampa fragmentiška“ (Pečiulis, 2007, p. 68). 2000 m. parašyto straipsnio „Naujienu vertės ir naujienu produkcija“ (angl. k. „*News Values and News Production*“) autoriai, komunikacijos mokslų tyrinėtojai Peteris Goldingas ir Filipas Eliottas, kalbėdami apie *tabloidizaciją* teigia, kad šiandieninės žiniasklaidos pastangos atkreipti auditorijos dėmesį stimuliuojant patirtinį žmogaus pažinimą, tikrai nepakerta ilgai žurnalistų bendruomenėje gyvuojančių profesionalumo ir moralės standartų, nes pastarieji dažnai prieštarauja vienam iš žiniasklaidos argumentų – kad norint auditoriją informuoti, reikia pirma patraukti jos dėmesį. Pasak Goldingo ir Eliotto, „Nėra jokio tikslo kurti kupiną gerų norų ir kilnią žurnalistiką, jei auditorija demonstruoja savo nuobodulį, tai skaitydama arba apskritai ignoruoja (Elliott, Golding, 2000, p. 76).

Taigi, *tabloidizacija* šiandieninėje žiniasklaidoje užima aukštą vietą ir kaip galutinis tikslas, ir kaip priemonė pasiekti kitų, naujų žurnalistinių idealų.

2. 4. Švietimo sistemos ir žiniasklaidos sąveika

Tabloidizacijos apraiškų egzistavimą šiandieninėje Lietuvos žiniasklaidoje verta aptarti švietimo sistemos ir žiniasklaidos sąveikos diskursu. Šioje darbo dalyje bandoma išsiaiškinti kaip specialistų paruošimas formuoja žiniasklaidos auditoriją; kaip aukštasis mokslas įtakoja informacijos pateikimo pokyčius; kodėl žiniasklaidoje nyksta ribos tarp rimtosios ir lengvosios informacijos – ar tai galima sieti su švietimo sistemos kritika.

C. Sparksas, kalbėdamas apie socialines *tabloidizacijos* egzistavimo JAV priežastis, kaip vieną pagrindinių socialinių pokyčių išsivysčiusiame pasaulyje tematiką nurodo didėjančią aukštąjį išsilavinimą turinčių žmonių skaičių, tačiau mažai kintantį specialistų skaičių „daugelis naujų išsilavinusių darbuotojų neturi ekonominės bei socialinės atsakomybės bei lyderystės bruožų, apibūdinančių elitinę rimtųjų naujienų laidų ar laikraščių auditoriją“ – savo knygoje „*Tabloid Tales*“ teigia Sparksas (Sparks, 2000, p. 159). Lietuvos visuomenėje besikeičiantys mokslo suteikimo standartai – aukštesiose mokyklose paruošiama vis mažiau specialistų, o aukštesnių mokyklų mokymo lygis praktiškai atitinka aukštųjų mokyklų lygį – įtakoja visuomenės mąstymo lygio vienodumą. Šie žiniasklaidos funkcionavimo aplinkos pokyčiai keičia ir pačią žiniasklaidą – kadangi atsiranda naujų informacijos pateikimo būdų, adaptuotų prie pakitusios visuomenės, poreikis, vienodėja žiniasklaidos turinys, o riba tarp rimtųjų ir lengvųjų naujienų šalies periodinėje spaudoje ir televizijoje tampa vis siauresnė. Mažėjantis specialistų skaičius įtakoja fundamentaliųjų (mokslinių) naujienų televizijos programų ar spaudos leidinių auditorijos nykimą. „Švietimo sistemos „spragos“ sukelia perversmą periodinės spaudos bei televizijos rinkoje – keičiasi auditorijos socialinis poreikis skaityti rimtąją spaudą ar žiūrėti rimtųjų naujienų laidas bei pageidaujamo turinio poreikis“ (Douglas, 2000, p. 225).

Dėl pakitusio išsilavinimo laipsnio visuomenėje, šiandien žurnalistai turi persvarstyti naujienas, kurios potencialiai gali nepatraukti didelės dalies vartotojų. Tokiame naujienų identifikacijos procese paaiškėja, kad auditorijai reikia daugiau suprantamai, aiškiai ir trumpai išdėstytos medžiagos negu yra priimtina rimtojoje žurnalistikoje. Atsiranda niša *tabloidizacijai* – visos žiniasklaidos tematikose integruojami patirtinio žmogaus pažinimo elementai (naratyvas, vizualizacija ir pan.).

Svarbiausiu vienodėjančio visuomenės mąstymo lygio veiksmu šiandien yra „vidutinio“ aukštojo mokslo paplitimas. Pastaraisiais dešimtmečiais universitetai tapo socialinių paslaugų, teikiamų visuomenei, valstybei, verslo struktūroms, karo pramonei ir t. t. institucijomis. Šį tipą, dažnai vadinamą „multiversitetu“, bene pirmasis teoriškai pagrindė Kalifornijos universiteto prezidentas Klarkas Keras Harvarde skaitytų paskaitų cikle. Tokia įstaiga buvo apibūdinta kaip sparčiai besiplečianti, dinamiška, itin paslanki, daugiafunkcinė institucija, nuolatos plečianti savo

programų repertuarą, keičianti tradicinius profilius ir veiklos kryptis (Samalavičius, 2000, www.bernardinai.lt)

Tokiame daugiafunkciniame ir daugialypiame organizme nebelieka jokio vienijančio centro, jis transformuojasi į socialinių paslaugų gamybos industriją. Šiandien universitetai, kolegijos ir kt. – tai masinio aukštojo lavinimo ir postindustrinės visuomenės laikų tvirtovės, pasiryžusios teikti bet kokias paslaugas bet kuriam socialiniam partneriui, gebančiam duoti universitetui solidžius finansinius užsakymus. Neatsitiktinai „paslaugų universitetai“ griežtai kritikuoja elitinės aukštojo mokslo įstaigos, humanitarai bei „griežtųjų mokslų“ atstovai, išvelgiantys grėsmę ir savo egzistencijai, ir visuomenės raidai.

„Multiuniversitetų“ egzistavimas tampa *tabloidizacijos* egzistavimo žiniasklaidoje prielaida, kuomet dėl esančių aukštojo mokslo standartų vienodėja visuomenės mąstymo lygis (didžioji visuomenės dalis turi aukštąjį išsilavinimą ir vienodą dažniausiai nekokybiškų žinių, lygį. Todėl žiniasklaidoje išivyrėja nauji informacijos pateikimo standartai – nyksta ribos tarp rimtųjų ir lengvųjų tematikų, vyksta žanrų konvergencija.

3. TYRIMAS: „INFORMACIJOS PATEIKIMO POKYČIAI PAGRINDINIUOSE LIETUVOS DIENRAŠČIUOSE (1996-2006 M.)“

Šioje darbo dalyje pateikiamas tyrimas - tai teorinės darbo dalies pagrindimas, naudojant faktinę medžiagą. Tyrimu „Informacijos pateikimo pokyčiai pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996-2006 m.)“ siekta pagrįsti *tabloidizacijos* apraiškų egzistavimą periodinėje šalies spaudoje. Tyrime nagrinėjama tik viena iš dviejų visuomenės informavimo priemonių, aptartų teorinėje darbo dalyje dėl to, kad periodinėje spaudoje *tabloidizacijos* apraiškos yra lengviau atpažįstamos ir užfiksuojamos, nes archyvinė spaudos leidinių medžiaga yra kaupiama bibliotekose ir pasiekama be jokių apribojimų, priešingai nei televizijos.

3. 1. Tyrimo metodologija

Informacijos pateikimo pokyčiams Lietuvos periodinėje spaudoje tirti ir duomenims apdoroti buvo pasirinktas empirinis kiekybinės turinio analizės metodas. Buvo tiriami du šalies dienraščiai – „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“. Šie leidiniai pasirinkti dėl keleto priežasčių. Pirmiausia, teorinėje darbo dalyje teigiama, kad *tabloidizacijos* banga Lietuvoje egzistuoja maždaug dešimtmetį, todėl tyrimui atlikti pasirinkti dienraščiai, periodinėje spaudoje egzistavę 1996-aisiais ir 2006-aisiais metais. Taip pat sudėjus 1996-ųjų ir 2006-ųjų metų laikotarpius, šie leidiniai yra skaitomiausi dienraščiai šalyje. **Tyrimo imtis** – dvidešimt (24) keturi 1996-ųjų ir 2006-ųjų metų sausio mėnesio dienraščio „Lietuvos rytas“ numeriai ir atitinkamai dvidešimt keturi (24) 1996-ųjų ir 2006-ųjų metų sausio mėnesio dienraščio „Respublika“ numeriai.

Tai, kad tiriami informacijos pateikimo skirtumai minėtais metais laikytini *tabloidizacijos* apraiškomis yra šio **tyrimo problema**, todėl **tyrimo tikslas** – kiekybiškai pagrįsti, kad 1996-ųjų ir 2006-ųjų metų laikotarpiu pakitę informacijos pateikimo būdai pagrindiniuose ir skaitomiausiuose (tyrimo laikotarpiu) Lietuvos dienraščiuose, patvirtina *tabloidizacijos* apraiškų egzistavimą.

Šiame tyrime buvo išsikeltos šios **hipotezės**:

- per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje padidėjo nuotraukų užimamas plotas;
- per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje antraštės tapo didesnės;

- per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje antraštėms suteikiami didesni emociniai krūviai – dažnesnis perkeltinių reikšmių vartojimas.

Šio tyrimo *darbo objektai* pasirinkti *tabloidizacijos* apraiškas periodinėje spaudoje identifikuojantys elementai – titulinių dienraščių lapų antraštės bei nuotraukos. *Tyrimo dalykas* – pasirinktų darbo objektų užimamas plotas tituliname dienraščio lape. Pasirinktas ploto mato vienetas – kvadratinis centimetras (kv.cm). Taip pat tyrime analizuojamas antraščių turinys. Šioje analizėje išskiriami prasminiai vienetai – perkeltinės antraštėse naudojamų žodžių reikšmės – vadinami kalbos tropai. Pagal tiesioginės ir perkeltinės reikšmės santykį bei jos pobūdį tyrime išskirtos pagrindinės ir lengviausiai atpažįstamos tropų rūšys: *metonimija, metafora, hiperbolė ir ironija*. Kalbos tropai pasirinkti šio tyrimo *prasminiais vienetais*, atsižvelgiant į jų vartojimo tikslą - sukurti ar paryškinti vaizdą ir sukelti emocijas. Teorinėje darbo dalyje toks informacijos pateikimo būdas laikytinas viena iš *tabloidizacijos* periodinėje spaudoje apraiškų. Kad būtų aiškiau suvokti ir interpretuoti tyrime vartojamas *sąvokas*, toliau apibrėžiamos jų reikšmės:

1. **Tropas** –perkeltine reikšme vartojamas žodis ar posakis („Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas“ 2000, p. 859)
2. **Metafora** – tropas, grindžiamas panašumu, paslėptas palyginimas.(„Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas“ 2000, p.394)
3. **Metonimija** – tropas, grindžiamas sąvokų gretimumu („Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas“, p. 396)
4. **Hiperbolė** – tropas, posakis, kur nepaprastai perdedama, siekiant didesnio įspūdžio („Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas“ 2000, p. 198).
5. **Ironija** –sąmojingas, pridengtos formos pašiepimas („Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas“, 2000, p. 218)

Tyrimo uždaviniai:

1. Apskaičiuoti ir palyginti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančių antraščių ir nuotraukų plotus;
2. Apskaičiuoti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančių antraščių ir nuotraukų plotų sumas;
3. Nustatyti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančių antraščių ir nuotraukų plotų pokytį (procentais) tiriamais metais.
4. Pagal kalbos tropus suklasifikuoti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančias antraštes.

5. Nustatyti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančias antraščių, kuriose naudojami kalbos tropai, kiekio pokytį (procentais) tiriamais metais.
6. Nustatyti pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinų lapų antraščių, kiekio pokyčius pagal kalbos tropų rūšis.

Tyrimas buvo vykdomas penkiais etapais. **Pirmajame etape** atliktas žvalgybinis tyrimas. Naudojant kiekybinės turinio analizės metodą buvo ištirti keturi sausio mėnesio dienraščių „Respublika“ ir „Lietuvos rytas“ numeriai. **Žvalgybinio tyrimo tikslas** – išsiaiškinti ar tiriamų dienraščių titulinio lapo nuotraukų ir antraščių užimamo ploto proporcijos gali reprezentuoti viso dienraščio numerio atitinkamas proporcijas. Nustatyta, kad tokia tyrimo kryptis yra korektiška.

Antrajame tyrimo etape buvo renkami duomenys pagrindiniam tyrimui atlikti, t.y. buvo išrinktos tiriamo periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančios antraštės, išmatuoti jų ir šalia publikuojamų nuotraukų plotai. Vėliau jie buvo sumuojami.

Trečiajame tyrimo etape buvo gilinamasi į surinktų antraščių turinį. Buvo išskirtos antraštės, kuriose naudojamos perkeltinės reikšmės, suteikiančios joms papildomą emocinį krūvį. Vėliau jos buvo suklasifikuotos pagal prasminius tyrimo vienetus – kalbos tropus.

Ketvirtajame tyrimo etape buvo apdorojami gauti duomenys, juos lyginant bei nustatant jų pokyčius tiriamais metais.

Penktajame etape buvo atliekama išsami gautų tyrimo rezultatų analizė, ji aprašoma, o gautos išvados pateikiamos bendrose šio darbo išvadose.

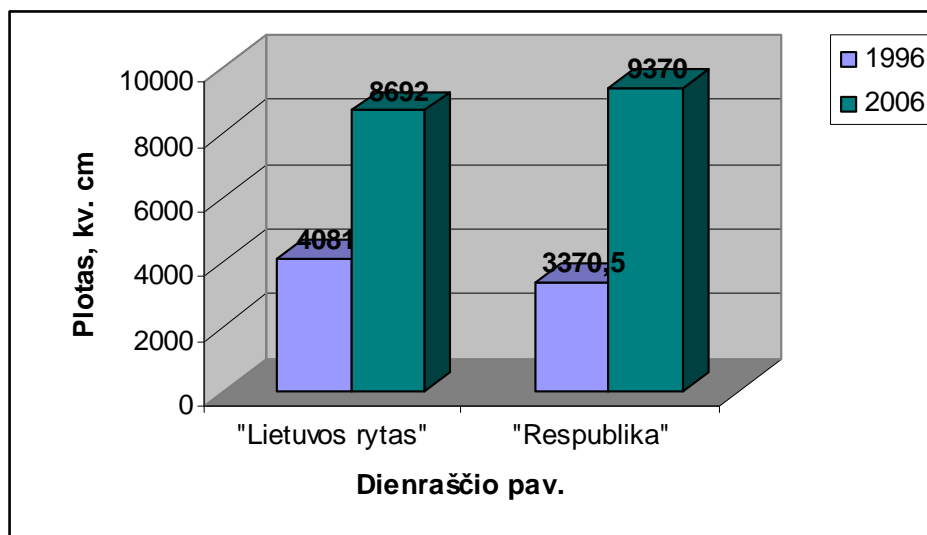
3. 2. Tyrimo duomenų analizė

3. 2. 1. Antraščių ir nuotraukų plotų pokyčiai

Atlikus pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančių nuotraukų ploto skaičiavimus, pastebėta, kad abiejuose tiriamuose dienraščiuose tituliname lape esančių nuotraukų užimamas plotas 2006-aisiais metais lyginant su 1996-aisiais metais ženkliai padidėjo (žiūrėti 1-ą grafiką).

Titulinio lapo nuotraukų ploto pokyčiai pagal dienraščius (1996-2006 m.)

1 grafikas



Metai	"Lietuvos rytas" (kv. cm)	"Respublika" (kv. cm)
1996	4081	3370,5
2006	8692	9370

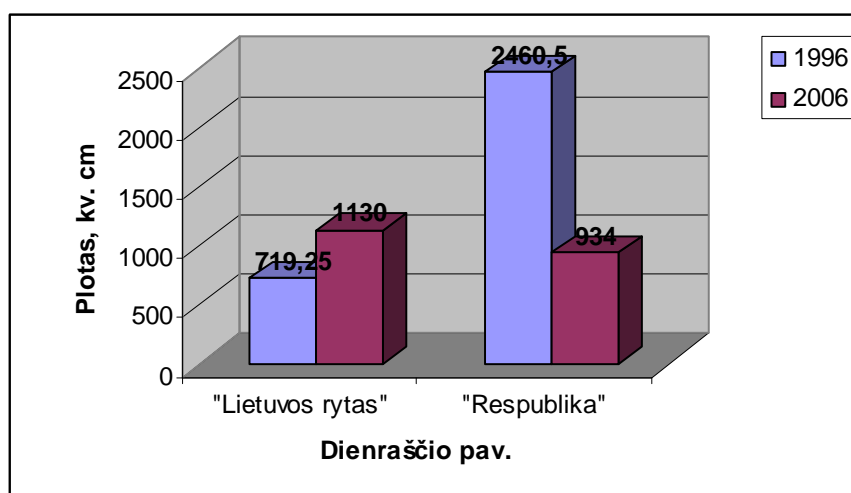
Abiejuose tiriamuose dienraščiuose 2006-ųjų metų numeriuose nuotraukų užimamas plotas padidėjo daugiau nei dvigubai. Šis faktas pagrindžia vieną iš šiame tyrime iškeltų hipotezių, teigiančių, kad per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje padidėjo nuotraukų užimamas plotas, o tai patvirtina vienos iš *tabloidizacijos* periodinėje spaudoje apraiškų egzistavimą.

Atlikus pasirinkto periodo ir imties „Lietuvos ryto“ ir „Respublikos“ titulinuose lapuose esančių antraščių ploto skaičiavimus, gauti netikėti rezultatai. Dienraštyje „Respublika“ titulinų lapų antraščių ploto pokytis buvo neigiamas, t.y. pastebėta akivaizdi antraščių ploto mažėjimo tendencija. 2006-aisiais metais „Respublikoje“ antraštės sumažėjo daugiau nei dvigubai. Tuo tarpu „Lietuvos ryto“ antraščių plotas neženkiai padidėjo. (žiūrėti 2-ą grafiką).

Taip pat šiame tyrimo etape pastebėta, kad 1996-ųjų metų leidiniuose naudojamas tik nespaltvotos nuotraukos, tuo tarpu 2006-ųjų metų leidiniuose tokių nuotraukų aptinkama itin retai.

Titulinio lapo antraščių ploto pokyčiai pagal dienraščius (1996-2006 m.)

2 grafikas



Metai	"Lietuvos rytas" (kv. cm)	"Respublika" (kv. cm)
1996	719,25	2460,5
2006	1130	934

Manytina, kad antraščių ploto mažėjimo tendencija „Respublikoje“ gali būti susijusi su nuotraukų ploto padidėjimu šiame leidinyje 2006-aisiais metais, t.y. nuotraukomis bandoma kompensuoti sumažėjusias antraštes arba nuotraukoms teikiama pirmenybė antraščių atžvilgiu. Nuotraukos laikomos labiau stimuliuojančios skaitytojų patirtinį pažinimą (skaityti 2.3. darbo dalį „Žiniasklaida ir patirtinis žmogaus pažinimas“), t.y. labiau atkreipiančios auditorijos dėmesį nei antraštėse pateikta tekstinė informacija.

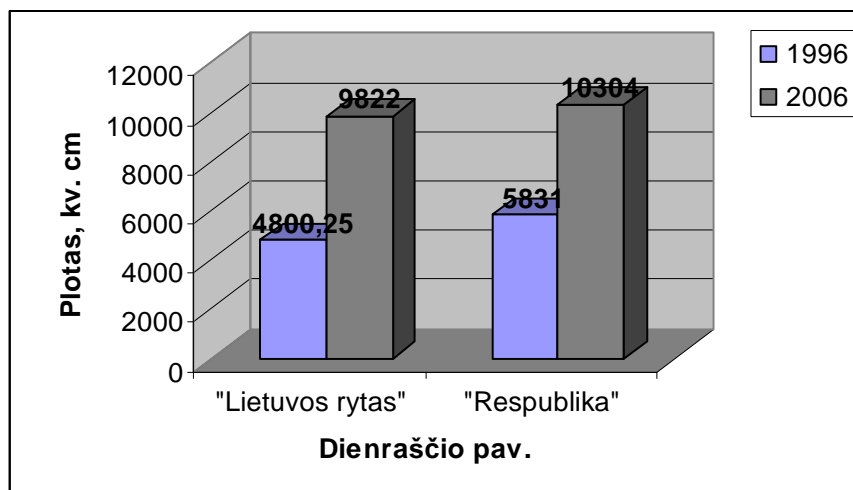
Šiuo atveju tik iš dalies pagrindžiama viena iš darbo hipotezių, kurioje teigiama, kad per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje antraštės tapo didesnės. Tačiau susumavus pasirinktos imties antraščių ir nuotraukų užimamus plotus visgi išlieka akivaizdi šių informacijos pateikimo

priemonių plotų sumų didėjimo tendencija (žiūrėti 3-ą grafiką). „Lietuvos ryte“ šių plotų suma 2006-aisiais metais išaugo beveik dvigubai, tuo tarpu „Respublikoje“ – nežymiai mažiau.

Tyrimo metu taip pat pastebėta, kad 1996-ųjų metų leidinių titulinuose lapuose s antraščių kiekis lyginant su 2006-ųjų metų leidiniais gerokai didesni. 1996-ųjų metų tituliniai tiriamų dienraščių lapai primena turinį, kuris išdėstytas naudojant straipsnių antraštes. Tuo tarpu 2006-ųjų metų leidinių titulinuose lapuose vyrauja kelios ryškios antraštės, o turinys pateikiamas atskirtame titulinio lapo plote. Šis pastebėjimas –dar viena iš galimų antraščių užimamo ploto mažėjimo „Respublikoje“ tiriamais metais priežasčių.

Titulinio lapo antraščių ir nuotraukų ploto pokyčiai pagal dienraščius(1996-2006 m.)

3 grafikas

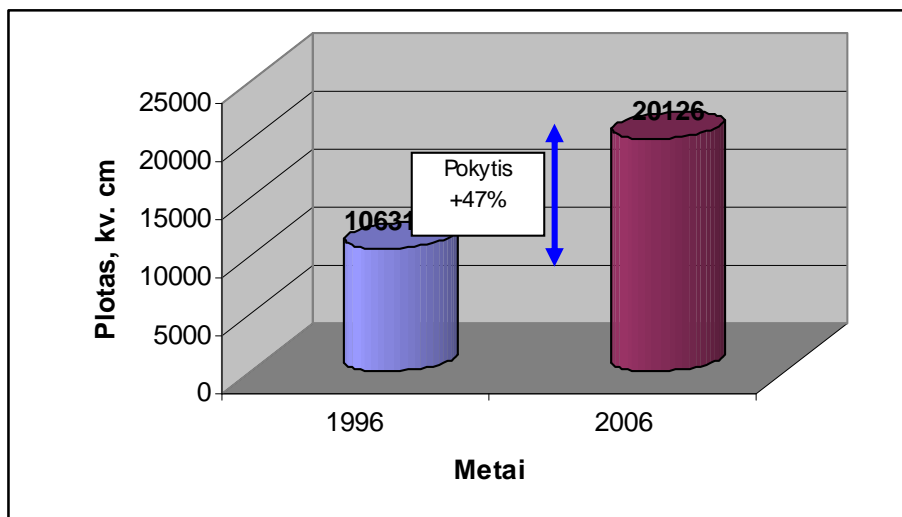


Metai	"Lietuvos rytas"(kv. cm)	"Respublika"(kv. cm)
1996	4800,25	5831
2006	9822	10304

Bendra pagrindinių šalies dienraščių antraščių ir nuotraukų plotų tendencija pateikta 4-ame grafike. Pastebima, kad bendras plotų pokytis tiriamais metais išaugo beveik dvigubai, t.y. 47 procentais.

**Bendras pagrindinių dienraščių titulinio lapo antraščių ir nuotraukų ploto pokytis
(1996-2006 m.)**

4 grafikas



Metai	Antraščių ir nuotraukų plotų suma pagrindiniuose dienraščiuose (kv. cm)
1996	10631,25
2006	20126

Išanalizavus pastarojo dešimtmečio antraščių ir nuotraukų plotų pokyčius pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose, pastebėta, kad informacijos pateikimas, naudojant šias žmogaus dėmesį atkreipiančias priemones, akivaizdžiai kito, t.y. 2006-aisiais metais, lyginant su 1996-aisiais, informacija pateikiama, naudojant gerokai didesnę nuotraukų skaičių. Iš to galima daryti išvadą, kad šiandien periodinės spaudos leidiniams tapo svarbiau atkreipti auditorijos dėmesį, nes auditorija tapo „išlepusi“ ir ją vis sunkiau sudominti. Todėl naudojant nuotraukas, stimuliuojančias patirtinį žmogaus pažinimą auditorijos pasiekiamumas išlieka efektyvus (turint omeny aukštus šiandieninius šių dienraščių tiražus).

Tuo tarpu, kalbant apie antraščių tendenciją, pastebėtas akivaizdus jų dydžių mažėjimas „Respublikos“ dienraštyje. „Lietuvos ryte“ antraščių dydžių skirtumas tiriamais metais labai nežymus. Galima teigti, kad šiandien antraštės laikytinos ne tokia efektyvia žmogaus patirtinio pažinimo stimuliavimo priemone kaip nuotraukos. Tai parodė ir septintajame dešimtmetyje šveicarų filosofo ir psichologijos mokslininko Jeano Piageto atlikti tyrimai „Studies in Reflecting Abstraction“, kurių išvadose teigiama, kad vizualinis žmogaus suvokimas užgožia intelektualųjį (Piaget, 2003, p. 42).

Taigi, teigtina, kad šioje darbo dalyje visiškai pasitvirtino viena iš tyrime iškeltų hipotezių apie nuotraukų naudojimą pateikiant informaciją, tačiau antroji tyrimo hipotezė (apie antraščių dydžių pokytį) pasiteisino tik iš dalies.

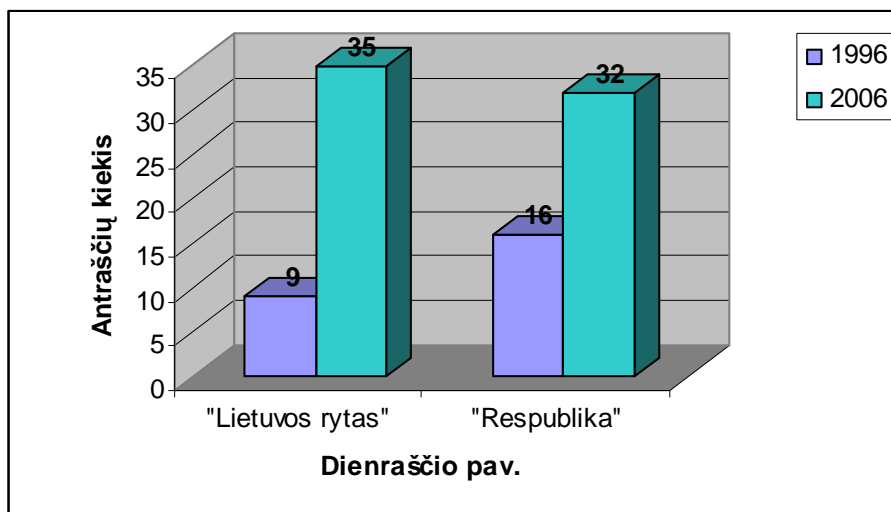
3. 2. 2. Antraščių turinio pokyčiai

Šioje darbo dalyje aptariamas tyrimo antraščių turinys, remiantis pasirinktais prasminiais vienetais – kalbos tropais. Kalbos tropai – tai leksinio stiliaus figūra, kai perkeltine reikšme vartojamas žodis ar posakis. Kalbos tropų vartojimas – „tai gebėjimas įvairiai deformuoti įprastinę kalbą“ (EAGLETON, 2000, 13 p.). Pasitelkus šią leksinę priemonę, įprastinė kalba tampa intensyvesnė, kondensuota, apgaulinga, daugiasluoksne. Dėl tokių kalbos pokyčių neatpažįstami įvykiai, faktai, tampa įprastiniais dalykais, jie tampa „jutimiškesni“. Kalbos tropus vartojant periodinėje spaudoje dėl didesnio emocinio krūvio paradoksaliai išplečiamas ir suintensyvinamas skaitytojo patirtinis pažinimas (skaityti 2.3. darbo dalyje). Taigi, toks informacijos pateikimo priemonės – kalbos tropų – vartojimas laikytina viena iš darbo objekto – *tabloidizacijos* apraiškų.

Lyginant 1996-ųjų ir 2006-ųjų metų tiriamus dienraščius, pastebima, kad 1996-aisiais metais antraštės daugiau naudojamos tiesioginiam minties išsakymui, t.y. jose naudojama labai mažai perkeltinių reikšmių. Tuo tarpu 2006-aisiais situacija akivaizdžiai keitėsi – abiejų dienraščių antraštėse perkeltinių reikšmių vartojimas padidėjo daugiau nei dvigubai (žiūrėti 5 - amę grafike).

Titulinio lapo antraščių, kuriose naudojami kalbos tropai, skaičius pagrindiniuose dienraščiuose (1996–2006 m.)

5 grafikas

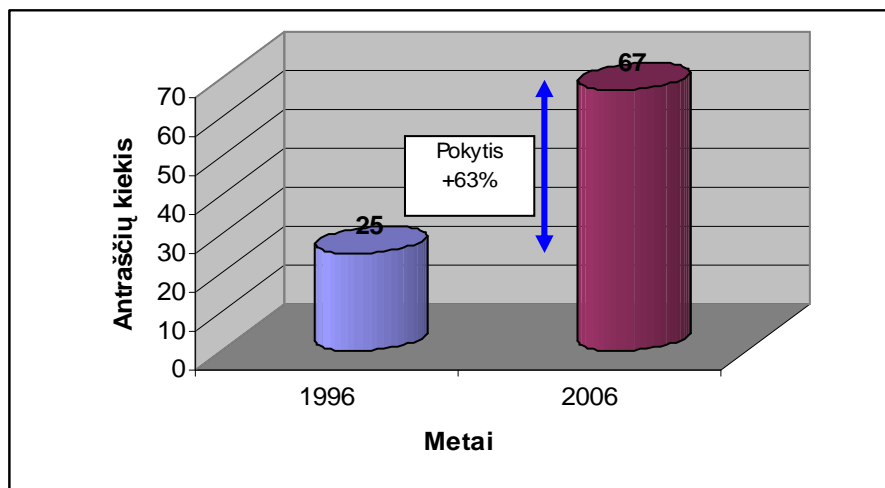


Metai	Kalbos tropų kiekis ("Lietuvos rytas")	Kalbos tropų kiekis ("Respublika")	Kalbos tropų kiekis („Lietuvos rytas“, „Respublika“)
1996	9	16	25
2006	35	32	67

Susumavus perkeltinių reikšmių – kalbos tropų vartojimą pagrindiniuose šalies dienraščiuose gautas ženklus – net 63 procentus siekiantis pokytis (žiūrėti 6 - amė grafike). Tai pagrindžia dar vieną šio tyrimo hipotezę, kad per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos periodinėje spaudoje antraštėms priskiriami didesni emociniai krūviai.

Titulinio lapo antraščių, kuriose naudojami kalbos tropai, kiekio pokytis pagrindiniuose dienraščiuose (1996-2006 m.)

6 grafikas

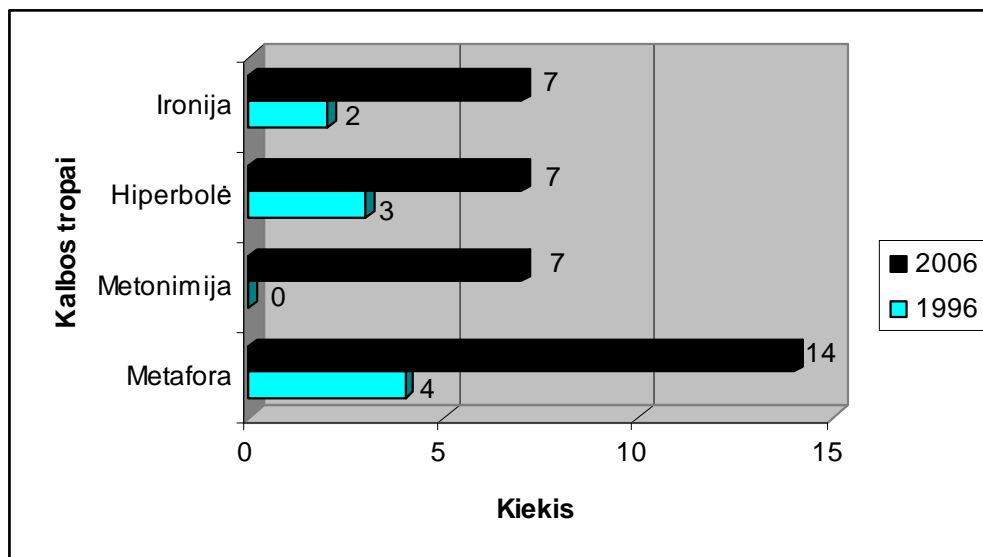


Metai	Antraščių su kalbos tropais kiekis ("Lietuvos rytas")	Antraščių su kalbos tropais kiekis ("Respublika")	Antraščių su kalbos tropais kiekis („Lietuvos rytas“, „Respublika“)
1996	9	16	25
2006	35	32	67

Kadangi tiriamų dienraščių antraštėse vartojamos skirtingos kalbos tropų rūšys (ironija, hiperbolė, metonimija ir metafora (sąvokos paaiškintos tyrimo metodologijoje (3.1. darbo dalyje), 7 - ame ir 8 - ame grafike pateikiami atskirų tropų rūšių kiekio pokyčiai dienraščiuose tiriamais metais. Akivaizdi visų rūšių tropų didėjimo tendencija abiejuose leidiniuose. Šie emocinio krūvio suteikimo antraštėms pokyčiai rodo, kad šalies periodinėje spaudoje, siekiant stimuliuoti skaitytojo (dienraščio pirkėjo) dėmesį, informacija pateikiama naudojant ganėtinai platų perkeltinių reikšmių spektrą. 2006 - aisiais metais perkeltinės reikšmės vartojamos gerokai intensyviau lyginant su 1996 – aisiais metais.

**Kalbos tropų skaičius „Lietuvos ryto“ titulinio lapo antraštėse pagal rūšį
(1996-2006 m.)**

7 grafikas

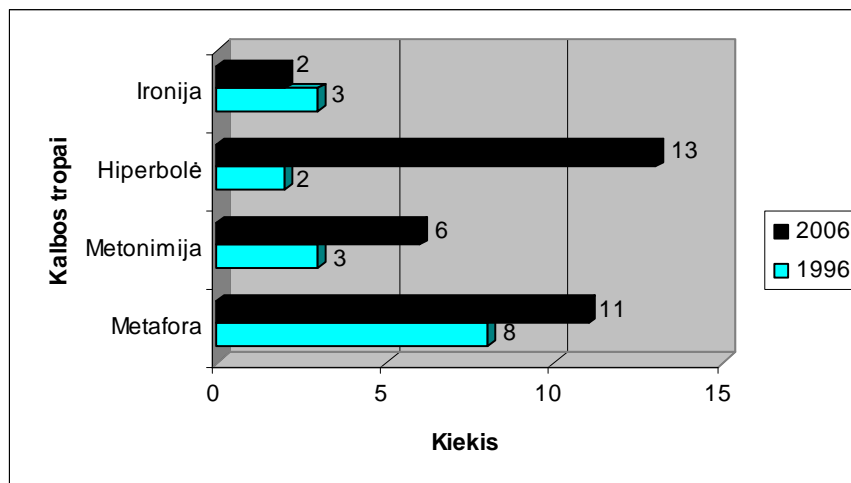


Metai	Metaforų kiekis antraštėse	Metonimijų kiekis antraštėse	Hiperbolių kiekis antraštėse	Ironijų kiekis antraštėse
1996	4	0	3	2
2006	14	7	7	7

„Lietuvos ryte“ akivaizdus metaforų naudojimo antraštėse padidėjimas 2006-aisiais metais, lyginant su 1996-aisiais (žiūrėti 8 grafike) rodo, kad šiame leidinyje skaitytojo dėmesį siekiama atkreipti informaciją pateikiant taip, kad skaitytojui tai iškart sukeltų asociacijas su jam pažįstamais reiškiniiais, kurie paslėpti naudojamuose palyginimuose – metaforose. Šis kalbos tropas dienraščio antraštėse dažniausiai sutinkamas ir 1996-aisiais metais, skiriasi tik jo vartojimo proporcijos. Pažymėtina, kad ironijos, hiperbolės ir metonimijos vartojimo lygis 2006-aisiais metais vienodas, o lyginant jį su 1996-aisiais – akivaizdi augimo tendencija. Ji rodo, kad šiandieniniams periodinės spaudos leidiniams dėl auditorijos dėmesio reikia kovoti kur kas smarkiau nei prieš dešimtmetį, todėl ir kalbos tropų įvairovės vartojimo proporcijos jose didėja, taip didindamos patirtinio skaitytojo pažinimo stimuliaciją, kuri padeda atkreipti jo dėmesį.

**Kalbos tropų skaičius „Respublikos“ titulinio lapo antraštėse pagal rūšį
(1996-2006 m.)**

8 grafikas



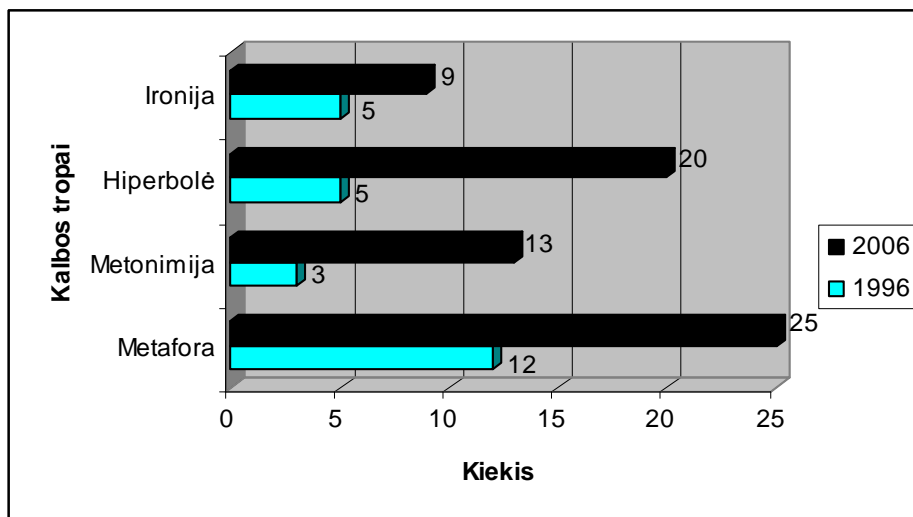
Metai	Metaforų kiekis antraštėse	Metonimijų kiekis antraštėse	Hiperbolių kiekis antraštėse	Ironijų kiekis antraštėse
1996	8	3	2	3
2006	11	6	13	2

„Respublikoje“ 2006-aisiais metais ženkliai padidėjo hiperbolių vartojimas antraštėse (žiūrėti 9 grafike). 1996-aisiais metais dienraščio antraštėse populiariausia perkeltinių reiškinių vartojime buvo metafora. Metaforų, hiperbolių ir ironijų vartojimo lygis lyginant su 1996-aisiais metais, išaugo dėl tų pačių priežasčių kaip ir „Lietuvos ryto“ atveju.

Kalbos tropų rūšių vartojimo skirtumai tarp pagrindinių šalies dienraščių rodo, kad 2006-aisiais metais „Respublikoje“ siekiama įvykius „išpūsti“ naudojant hiperboles, tuo tarpu „Lietuvos rytui“ būdingi paslėpti palyginimai (vartojamos metaforos). 1996-aisiais metais abiejų leidinių antraštėse dažniausiai sutinkami paslėpti palyginimai (metaforos).

**Kalbos tropų skaičius pagrindinių dienraščių titulinio lapo antraštėse pagal rūšį
(1996-2006 m.)**

9 grafikas



Metai	Metaforų kiekis antraštėse	Metonimijų kiekis antraštėse	Hiperbolių kiekis antraštėse	Ironijų kiekis antraštėse
1996	12	3	5	5
2006	25	13	20	9

2006-aisiais metais, lyginant su 1996-aisiais, didžiausias pokytis abiejuose leidiniuose pastebimas metaforų vartojime antraštėse, taip pat ženkliai išaugo hiperbolių vartojimas, metonimijų vartojimo lygio augimas mažesnis. Ironija tiek 1996-aisiais, tiek 2006-aisiais abiejų leidinių antraštėse sutinkama rečiausiai. (žiūrėti 9 grafiką).

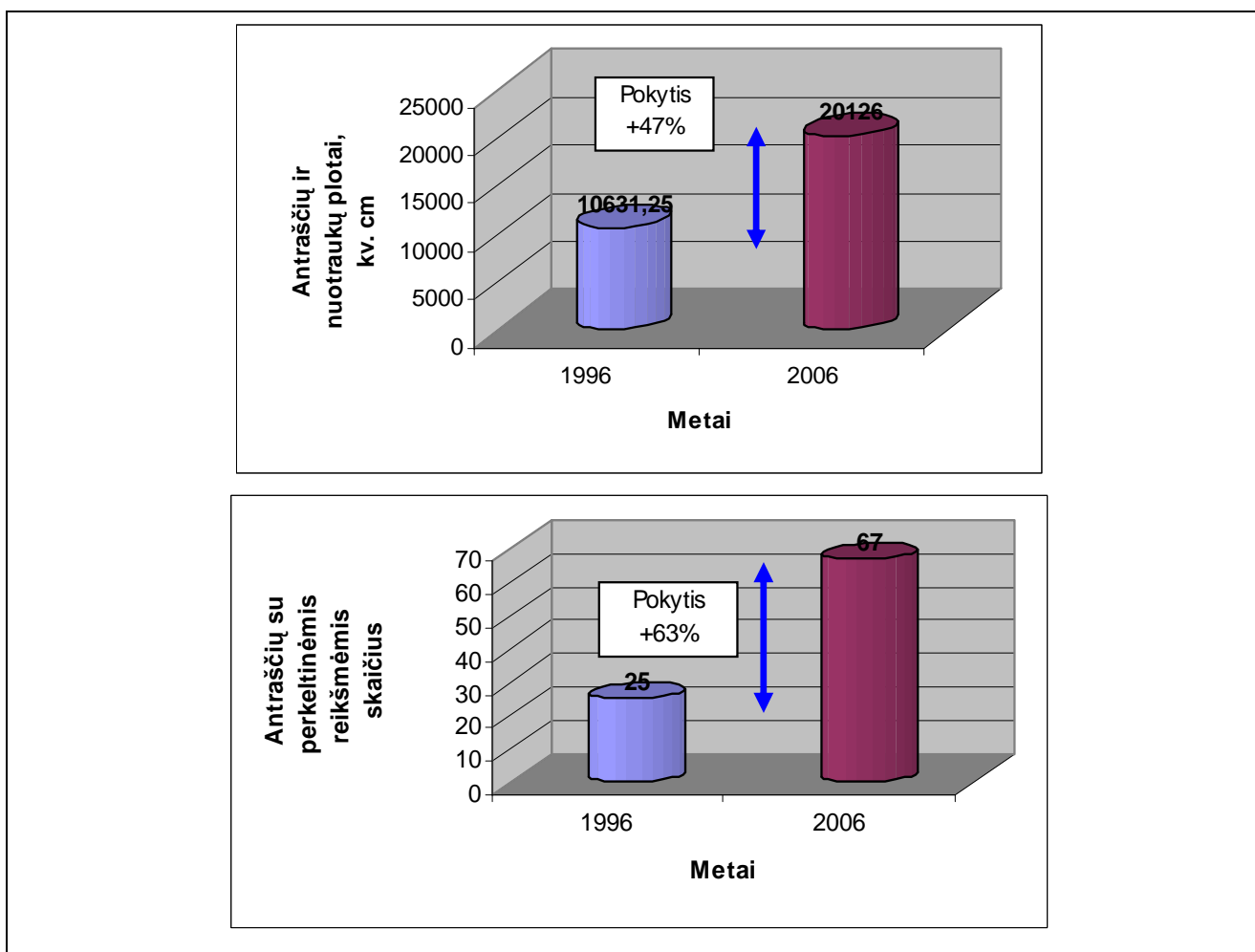
Šie tyrimo rezultatai leidžia daryti prielaidą, kad platus perkeltinių reiškinių vartojimo antraštėse spektras padeda atkreipti skaitytojo (dienraščio pirkėjo) dėmesį. Intensyvesnis perkeltinių reiškinių antraštėse vartojimas 2006-aisiais metais – tai žiniasklaidos reakcija į pokyčius visuomenėje. Dėl didėjančio informacijos srauto ir prieinamumo, visuomenės informavimo priemonėms vis sunkiau atkreipti auditorijos dėmesį. Tai bandoma daryti antraštėse vartojant perkeltines reikšmes ir didinant antraščių emocinius krūvius, kurie stimuliuoja patirtinį potencialaus skaitytojo pažinimą.

Akivaizdu, kad informacijos pateikimas pagrindiniuose šalies dienraščiuose lyginamuoju laikotarpiu ženkliai skiriasi (žiūrėti 10 grafike). 2006-aisiais metais naudojama daugiau ir didesnių nuotraukų, antraštėse vartojama daugiau perkeltinių reiškinių, suteikiančių joms emocinį krūvį – tai *tabloidizacijos* apraiškos. Tačiau kalbant apie antraščių dydžius, teigtina, kad viena iš tyrimo

hipotezių nevisai patvirtino. Priešingai, nei joje teigiama, pastebima antraščių mažėjimo tendencija. Viena iš galimų šio reiškinio prielaidų yra antraščių dydžio kompensavimas nuotraukų dydžiais, bei 2006-ųjų metų leidiniuose atskirtas dienraščio turinys (jis pateiktas atskirame titulinio lapo lange), tuo tarpu 1996-aisiais buvo pateikiamas naudojant antraštes.

Informacijos pateikimo tendencijos pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996-2006 m.)

10 grafikas



Taigi, lyginant šio tyrimo antraščių, nuotraukų plotų ir antraščių turinio rodiklių pokyčius, kurie atitinkamai lygus 47 ir 63 procentams, akivaizdu, kad tiriamuoju laikotarpiu neženkliai – 16 procentų didesnis yra antraščių turinio pokytis. Teigtina, kad *tabloidizacija* šalies periodinėje spaudoje šiandien reiškiasi daugiau pačiame turinyje (tyrimo atveju – antraščių turinyje) negu vizualizacijoje. Tačiau nepaneigiama, kad *tabloidizacijos* apraiškos akivaizdžios ir naudojant vizualines priemones. Šie informacijos pateikimo pokyčiai Lietuvos periodinėje spaudoje

identifikuoja sunkumus, su kuriais dėl visuomenėje vykstančių pokyčių susiduria šiandieniniai leidiniai. Aptartos *tabloidizacijos* apraiškos atskleidžia ir šiandieninėje žiniasklaidos rinkoje vykstančią konkurenciją, kurioje visos pastangos sutelkiamos į vartotojo dėmesio atkreipimą.

4. TABLOIDIZACIJOS APRAIŠKOS TELEVIZIJOJE

Kadangi *tabloidizacijos* apraiškos Lietuvos periodinėje spaudoje išnagrinėtos kiekybinės turinio analizės metodu trečiajame darbo skyriuje, šioje darbo dalyje jos apžvelgiamos televizijos kontekste. *Tabloidizacija* nagrinėjama rimtųjų naujienų laidų ir bulvarinės televizijos, dažniausiai turinčios neigiamą konotaciją tarp žiniasklaidos atstovų, kritikų bei pačioje visuomenėje, diskursais.

4. 1. Rimtųjų ir lengvųjų naujienų laidų žanrų konvergencija

4. 1. 1. Rimtosios ir lengvosios naujienos

Tabloidizacijos apraiškas šalies televizijose identifikuoja pokyčiai, įvykę rimtųjų naujienų laidose per pastarąjį dešimtmetį. Siekiant aiškesnės rimtųjų naujienų sąvokos reikšmės, šioje darbo dalyje rimtųjų naujienų reikšmė ir jos vartojimo problematika apibrėžiama priešpriešoje su lengvųjų naujienų sąvoka.

Vadinamų rimtųjų (angl. k. „hard“) ir lengvųjų (angl. k. „soft“) naujienų sąvokas įprasta vartoti siekiant nusakyti skirtumą tarp dviejų žurnalistikos spektro polių – profesionalios, tiriamosios žurnalistikos ir vadinamos „nerimtosios“ žurnalistikos. Šių sąvokų reikšmės samprata yra ganėtinai subjektyvus dalykas, priklausantis nuo kiekvieno žmogaus požiūrio, nuostatų ir įsitikinimų. Komunikacijos mokslų tyrinėtojo E. Harrio teigimu, „nerimtosios žurnalistikos šiandien pilnos visos žiniasklaidos priemonės. Ji duoda reitingus, bet smukdo dvasią. Siekdama „išgyventi“, visuomenės informavimo priemonė šiandien turi būti visokia – orientuotis ir į bulvarinį, ir į rimtąjį lygį. Todėl rimtoji tiriamoji žurnalistika paskęsta „nelabai rimtame sraute“ (Harris, 2006, www.etd.gsu.edu.com).

Temų rimtumo ir svarbumo skalėje žiniasklaidos tyrinėtojas C. Sparksas išskyrė bruožus, pagal kuriuos galima naujienas suskirstyti į rimtasias ir lengvasias. Tačiau paminėtina, kad žiniasklaidoje kriterijai, kuriais remiantis televizijos reporteriai ir redaktoriai sprendžia apie naujienų vertingumą dažnai iškreipia rimtųjų ir lengvųjų naujienų suvokimą. (dažnai lengvosios naujienos pateikiamos kaip labai svarbios, jų pateikimui skiriama daug laiko, tuo tarpu rimtosios naujienos nustumiamos į laidos pabaigą arba apskritai nerodomos).

Rimtųjų naujienų bruožai (Sparks, 2000, p. 48):

- **Rimtumas:** politika, ekonomika, kriminalai, karai, stichinės nelaimės, taip pat kaip tam tikri teisės, mokslo ir technologijų aspektai yra laikomi rimtomis temomis.

- **Savalaikiškumas:** tai istorijos apie dabar vykstančius įvykius – karo procesą, balsavimo rezultatus, gaisro kilimą, svarbų pranešimą visuomenei, kalinio išlaisvinimą, ekonominę ataskaitą ir pan.

Logiška, kad priešingoje barikadų pusėje atsidūrusios vadinamosios lengvosios (angl. k. “soft”) naujienos.

Lengvųjų naujienų bruožai(Sparks, 2000, p. 48):

- **Rimtų temų pateikimas naudojant pramogos elementus**

- **Nerimtos temos:** menai, pramogos, sportas, gyvenimo būdo pristatymai, „žmogiškųjų interesų“ sferoje esančios temos ir įžymybės.

- **Nebūtina sąsaja su aktualumu ir laiku:** nėra aktualaus ir šviežaus įvykio, kurstančio istoriją. Viskas remiasi tik reporterio smalsumu (susidomėjimu viena ar kita tema).

Žiniasklaidos tyrinėtojas A. Hinermanas pastebi, kad „rimtosioms naujienoms priklausanti televizijos pateikiama informacija, gali ir nebūti paremta tam tikru įvykiu. Pavyzdžiui, jie gali nagrinėti svarbias socialines, ekonomines, teises ar technologines tendencijas, taip pat gali išsivystyti į tiriamuosius reportažus, nagrinėjančius korupciją, išaikvojimą, amoralumą ar kelti diskusijas dėl sprendimo neturinčių politinių klausimų“. Tuo tarpu kalbėdamas apie lengvosiomis vadinamas naujienas, A. Hinermanas teigia, kad tokios progos, kaip jubiliejai, šventės, metų pabaiga, pirmųjų 100 vadovavimo dienų periodo pabaiga ir pan. gali reportažams pridėti aktualumo laiko prasme atspalvį, bet visgi tokie reportažai daugiau bus apžvalginio tipo ir tolimi nuo rimtųjų naujienų laidų stiliaus (Hinerman, 2000, p. 143).

Paplitusi marketingo frazė „naujienos, kuriomis galite pasinaudoti“ (angl. k. „News you can use“), pažymi būtent lengvasias naujienas. Televizijos kritiko F. Glyn. teigimu, „informacija apie kažkieno pomėgius aiškiai priklauso lengvųjų naujienų segmentui. Įspėjimai apie artėjantį neišvengiamą pavojų, katastrofas ar didelę saugumo pažeidimo grėsmę (pavyzdžiui, oro pavojų ar teroristų išpuolius) yra laikomi tokiais rimtais ir svarbiais, kad žiniasklaidos kanalai (net ne žinių kanalai) įprastai nutraukia programų transliacijas, kad juos paskelbtų. Medicininio pobūdžio istorija apie naują krūties vėžio gydymo būdą arba reportažas apie vietinės reikšmės giluminių vandenių

užteršimą, knygų apžvalgos ar svarstymai religijų tematika papuola kažkur per vidurį – tarp rimtųjų ir lengvųjų naujienų kategorijų.“ (Glyn, 2000, 156 p.).

Lengvosioms naujienoms priskiriamos temos, kuriose persipina rimtosios naujienos ir interviu su žymiais žmonėmis ar žmonių išgyventų dramų istorijomis. Anot, A. Hinermano, „daugelis istorijų, tokių kaip sveikatos ar sodininkystės patarimai, televizijos šou stiliaus laidos, analizuojančios keliones, apsipirkimą, jachtų sportą ar naujus vynus, t.y. temas, kurios iš tikro nėra „naujienos“, turint galvoje aktualius kasdien vykstančius dalykus, yra priskiriamos lengvosioms naujienoms, taip pat kaip ir laidos, kuriose aptariama tai, kas iš tikro vyksta, t.y. vystosi palengva, nuosekliai – pavyzdžiui, naujas vis labiau garsėjantis muzikos žanras, pokyčiai tautos politinėse pažiūrose, naujos seksualumo sampratos tendencijos, besiformuojantis kandidatų į politikus luomas, retro stilistikos sugrįžimas“ (Hinerman, 2000, p. 144).

Kadangi žmonėms pomėgiai ir pramogos dažnai yra labai vertinga gyvenimo dalis, „svarbumo“ aspektas asmeniniame lygmenyje yra gana subjektyvus dalykas. Vis dėlto pagal visuomenėje nusistovėjusius požiūrius į naujienas, jas galima skirstyti į rimtasias ir lengvasias. Šioje darbo dalyje nurodyti rimtųjų ir lengvųjų naujienų tipų bruožai toliau darbe padės atskleisti *tabloidizacijos* apraiškas Lietuvos televizijoje.

4. 1. 2. Pokyčiai televizijos žinių laidose

Šiame skyriuje *tabloidizacijos* apraiškos televizijoje aptiriamos pakitusių tradicinių žinių laidų kontekste. Televizijos žinių žanro analizė pasirinkta dėl šio žanro populiarumo ir egzistavimo visose televizijose, priskiriant jį rimtųjų naujienų laidų tipui. Todėl šioje darbo dalyje *tabloidizacijos* apraiškų žinių laidose analizės rezultatai laikytini apskritai rimtųjų laidų pokyčio rodikliais.

Lyginant Lietuvos televizijų žinių laidas šiandien ir prieš dešimtmetį, akivaizdu, kad jos pasikeitė (žiūrėti 1 priedą „Interviu su televizijos programų analitiku Aldaru Stoniu). Ankstesnį žinių laidų formatą drąsiai buvo galima priskirti rimtųjų naujienų laidų grupei (kalbant apie patį pateikimo pobūdį). O kaip yra šiandien? Jei prieš dešimtmetį tradicinėse žiniose naujienos buvo pateikiamos rimta forma – „rimti“ diktorių veidai“ – mažai emocijų ir pan., tai šiandien situacija visai kitokia. Lietuvos nacionalinių kanalų žinių laidose manipuluojant skirtingais emociniais žodžių ar posakių krūviais įvykis paverčiamas sensacija, kuriai suteikiama tam tikros įtampos, negatyvumo, dramatiškumo ar kito emocinio atspalvio. Realybė dažnai pristatoma pasitelkiant metaforas. Pavyzdžiui, 2007-ųjų metų balandžio mėnesio 2-os dienos LNK žinių laidoje Vilma Čereškienė, pristatydamą naujieną apie vieną didžiausių dujų tiekimo bendrovių – „Gasprom“, ją vadina „dujų milžinu“ (LNK žinios, 2007, www.tv.lt) .

Žiniasklaidos tyrinėtojai A. Mumby ir S. Spitzack 2000-aisiais metais tyrė metaforų naudojimą JAV televizijų žinių pranešimuose, susijusiuose su politika. Tyrimo metu paaiškėjo, kad politikos naujienos JAV televizijų žiniose dažniausiai yra pristatomos pasitelkiant žaidimo (30%), karo (60%) ir dramos (10%) metaforas (Burauskas, 2004, p. 58).

Lietuvos televizijų žinių laidose dažnai naudojami stereotipai. Tai taip pat viena iš metaforos formų. Stereotipų naudojimas supaprastina naujieną, priartina ją prie auditorijos, leidžia žurnalistams lengviau ją pateikti. Tačiau nuo pasirinkto stereotipo labai dažnai priklauso pranešimo esmė. Pagal situaciją pasitelkiant reikiamas metaforas ar stereotipus konstruojamas pranešimo turinys. To pavyzdys galėtų būti skirtumo tarp „laisvės kovotojų“ ir „teroristų“ nustatymas (skirtingi emociniai krūviai). Žurnalistas pasirenka vieną iš šių stereotipinių vaidmenų priklausomai nuo situacijos, t.y. minėtu atveju, Lietuvos žinių žurnalistų vartojamoje „teroristo“ sąvokoje slypinti reikšmė, Libano televizijos žurnalistų bus pateikta naudojant „laisvės kovotojų“ metaforą.

Aptartų perkeltinių reikšmių vartojimas žinių laidose padeda pateikti naujieną didžiajai visuomenės daliai žinoma ar lengvai atpažįstama konstrukcija. Taip atsiranda papildoma erdvė potekstei ir interpretacijoms, kurios gali įtakoti klaidingą naujienos priėmimą žiūrovo sąmonėje. Informacijos pateikimo būdas vartojant perkeltines reikšmes, laikomas efektyvia žmogaus dėmesio atkreipimo priemone.

Šiandieninė televizija, kaip ir kitos visuomenės informavimo priemonės, siekdama aukštų reitingų yra priversta auditorijos dėmesį stimuliuoti įvairiausiais informacijos pateikimo būdais. Pavyzdžiui, Vakarų televizijų žinių laidose dažnai galima stebėti atkurtus, pervaidintus įvykius nusikaltimus. Pavyzdžiui, JAV, „NBC News“ televizija 2000-aisiais metais panaudojo kompiuterinę modeliavimo technologiją tam, kad atkurtų žmogžudystę ir parodytų ją žiūrovams, o „Dateline NBC“ televizija sumodeliavo situaciją taip, kad benzino bakai kai kuriuose „Ford“ sunkvežimių modeliuose susprogtų, taip siekiant dramatiizuoti jų įtariamą grėsmę. (Cotton, 2006, www.pradeepnair.sulcha.com). Lietuvos televizijų žiniose prieš tai minėti pavyzdžiai nėra paplitusi praktika, tačiau kitų žanrų laidose („TV pagalba“(TV3)) įvykiai dažnai yra atkuriami ir pervaidinami. Televizijos kritikai teigia, kad įvykių atkūrimas televizijoje ištrina liniją tarp to, kas iš tikro įvyko ir fikcinės dalies, rodančios, kas hipotetiškai galėjo įvykti. Taip iškreipiamas realių įvykių, realybėje grėšiančių pavojų suvokimas, tačiau atkreipiamas, auditorijos dėmesys (Langer, 1998, p. 46.).

Šiandien Lietuvos televizijose žinių laidos vis dažniau ima cituoti mintis iš bulvarinės televizijos žanrų laidų, pavyzdžiui, TV3 žiniose minimos situacijos prieš tai parodytos „TV pagalbos“ (TV3) laidoje ir pan. Taigi, žinių laidos tampa nebe „svarbiausių įvykių nušvietėjomis“, bet ir „gandų nešėjomis“ „Smalsuolių patenkinimo žurnalistikos atmaina – pranešti tai, ką paskelbė bulvarinio žanro laida – sudaro sąlygas žinių laidose platinti tą pačią informaciją kaip bulvarinio

formato laidose“ (Golding, 2000). Tęstinis tokios informacijos pateikimas reiškia, kad vyksta bulvarinių ir rimtųjų žiniasklaidos žanrų sąveika (*tabloidizacijos* apraiška).

Matthew Ehrlichas savo knygoje „Piktinanti žurnalistika: Bulvarinės naujienos prieš nebulvarines“ (angl. k. „The Journalism of Outrageousness: Tabloid Television News vs. Investigative News“) įrodinėja, kad riba tarp bulvarinių ir rimtųjų naujienų laidų niekada nebuvo aiški ir konkreti, jis pabrėžia, kad esminiai bulvarinių naujienų bruožai visada buvo panašūs į esminius rimtųjų naujienų bruožus. Pavyzdžiui, abiejose atstovaujama tam tikra pozicija: teisingo ir nusikaltusiojo, abi pasižymi moralizuojančiu tonu, abi tyrinėja nusikaltimų ir sekso atvejus. Vienintelis skirtumas, kaip tvirtina Ehrlichas, yra tas, kad rimtųjų naujienų laidose naudojama medžiaga informavimui ir galimam problemos sprendimui, pasaulio pagerinimui, tuo tarpu bulvarinė žiniasklaida medžiagą naudoja tik pramogai (Erlich, 2000, p. 9).

Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos televizijų žinių laidos pakito. Prieš dešimtmetį, televizija Lietuvoje dar buvo naujiena ir sulaukdavo ypatingo auditorijos dėmesio. Todėl nereikėjo jo stimuliuoti papildomomis priemonėmis. Šiandien emocinių krūvių suteikimas skelbiamoms naujienoms, stereotipų vartojimas, naujienų pateikimas modeliuojant, pervaidinant įvyki, bulvarinių naujienų pateikimas žinių laidose – tai televizijos pastangos atkreipti auditorijos, kuri šiandien gali rinktis iš didelės informacijos šaltinių įvairovės, dėmesį.

4. 1. 3 . *Infopramoga*

Terminas *infopramoga* (angl. k. „infotainment“), kilęs iš informacijos ir pramogų (angl.k. „information and entertainment“) žodžių junginio, apibūdina bendrą žiniasklaidos transliuojamų programų tipą, kuriame susipina žinios apie aktualias naujienas ir ryškios (populistinės, reklaminės) naujienos ar istorijos (angl. k. „feature news“ arba „features stories“). Šis reiškinys identifikuoja lengvųjų ir rimtųjų televizijos laidų žanrų konvergenciją, o jo egzistavimas laikytinas viena iš *tabloidizacijos* apraiškų televizijoje.

Televizijos kritikai teigia, kad „infopramoga – tai korporatyvinių naujienų tarnybų – daugiausiai dėmesio skiriančių marketingui, o ne žurnalistikai – tikslas“ (Lang, 2000, www.questia.com). Todėl terminas *infopramoga* turi menkinamąją prasmę tarp tų, kurie vertina profesionaliąją žurnalistiką.

Nors kalbant apie *infopramogą* nederėtų jos minėti dokumentikos, mokomųjų ar tradicinių žinių laidų kontekste, nes pastarosios labiau gilinasi į analizuojamas temas ir netgi gali pateikti mokomosios įstaigos lygio žinių matematikos, gamtos mokslų, biologijos, rašymo ir kitose srityse visgi pripažįstama, kad riba tarp *infopramogos* tipo ir rimtųjų naujienų laidų tampa vis menkesnė. Pavyzdžiui, net ir rimtųjų naujienų laidose jaučiamas akivaizdus pokytis *infopramogos* link, t.y.

naudojama daug pramogos elementų – pasakojimai pateikiami vaizdo siužetais, naudojamos efektingos užsklandos, emocionalus pasakojimo stilius, vedančiųjų mimikos (šypsenos ir kt.).

Visgi norint atskirti *infopramogos* formato laidas (o tai darosi vis sunkiau, turint omeny, kad *infopramoga* vis aktyviau skverbiasi į rimtuosius TV žanrus), anot. J.Langer, reikia suvokti, kad *infopramogai* priskiriamos tos laidos, kurios pateikia tik bendrinę faktinę informaciją analizuojamomis temomis, kas neturėtų būti laikoma formaliu mokymu ar instruktavimu. „Pavyzdžiui, jūs iš tokių laidų galite sužinoti, kad motociklas turi variklį arba kaip greitai galima važiuoti motociklu, bet jūs niekuomet nesužinosite, kaip veikia vidiniai variklio mechanizmai, kokie fiziniai ar cheminiai procesai vyksta jo veikimo metu arba kaip individualiai pasidaryti motociklą, žiūrint į jo schemas“ (Langer, 1998, p. 46).

Visgi šiandien *infopramogos* etiketė tampa tarsi emblema, žyminčia *tabloidizacijos* proceso problematiką ir kritiką – „ji žymi nuogąstavimus, kad žurnalistika tolsta nuo tarpininko, kuris perduoda svarbią informaciją, rūpinčią visuomenei arba susijusią su ja, vaidmens ir transformuojasi į pramogą, siūlančią patrauklių naujienų kokteilį“ (Glyn, 2000, 145). Kai kurie kaltina žiniasklaidą už tokį reiškinį, už nesugebėjimą dirbti pagal pilietinės žurnalistinės atsakomybės idealus, kaltinamas daugelio žiniasklaidos priemonių komerciškumas, aukštesnių reitingų siekimas, kuris derinamas su auditorijos teikiama pirmenybe lengvosiomis naujienomis arba nerimtu rimtųjų naujienų pateikimu“ (Esser, 1999, 146).

Infopramogos egzistavimas keičia požiūrį į pačią žurnalistiką. Šiandien televizijos žurnalistika apima ne tik taip vadinamas rimtasias iki lengvasias naujienas. *Infopramoga* praplėtė televizijos žurnalistikos ribas į marketingą, reklamos pardavimus. Šiandien ji apima vis augantį „naujienų verslą“ arba „prekybą naujienomis“, todėl šioje situacijoje transformuojasi televizijos funkcijos – pramoginė keičia pagrindinę – informavimo funkciją.

Tačiau nemaža dalis pasaulio žiniasklaidos kritikų ir stebėtojų mano, visgi mano, kad „šiuolaikinių *infopramogos* blogių gaubiančios kalbos yra klaidinančios ir suvokiamos neteisingai“ (Bolls, 2000, www.questia.com). Jie tiki, kad *infopramogos* fenomenas arba yra žinomas seniai, arba yra revoliucingas, masėms naudingas įrankis, arba kad jo apskritai nėra. Jų teigimu, „*infopramoga* kelia susirūpinimą didžiajai daliai žiniasklaidos kritikų, akademikų ir moralistų seniau nei atsirado pirmasis *tabloidas*“ (Langer, 1998, p. 46). Visuomenės informavimo priemonių funkcionavimą visuomet motyvavo du siekiai, atskleidžiantys galimą konfliktą: teikti svarbiausią informaciją demokratinės visuomenės nariams ir linksminti publiką (trečias siekis galėtų būti pelnas). Nuo pat pradžių spaudos istorija buvo pažymėta pakilimų ir nuosmukių, sėkmingų ir nesėkmingų bandymų atrasti tinkamą informacijos, naujienų, istorijų pasakojimo, tiesos ir gandų mišinį – dabartinę *infopramogą*. Todėl teigtina, kad *infopramoga* gali būti ankstesnės žiniasklaidos raidos tąsa, o ne nauja tendencija. „Gali būti netiesa, kad situacija „darosi tik blogesnė“, kaip tai teigia daugelis

kritikų. Gali būti, kad jų akys pagaliau išvydo gerai žinomą fenomeną, kuri anksčiau pražiūrėjo“ (Sparks, 2000, p.2).

Jackas Levinas ir Arnoldas Arlukeas, 1987 m. išleistos knygos „Gandai: vidinė sensacija(angl. k. “*Gossip: The Inside Scoop*“) bendra autoriai pastebėjo, kad „žiniasklaidos gandai“, būdingi *infopramogos* programų tipui, – jei ir nebūtina demokratinių procesų dalis, tai bent teigiamai visuomenės gyvenimą veikianti jėga. Suteikdamos vietą viešajai nuomonei *infopramoginės* laidos „varžo politinių vadovų ir nacionalinių įžymybių elgesį beveik neleisdamos jiems pasislėpti nuo rinkėjų ir suteikdamos visuomenei galimybę „iš vidaus pažvelgti“ į jų neetišką elgesį“ (Esser, 1999, 146). Į *infopramogą* galima žvelgti kaip į vietą, kur skaitytojai/žiūrovai gali patys generuoti reikšmes ir tuo pat metu įgyti galios „galių bloko“³ sąskaita (Sparks, 2000). *Infopramogos* tipui priskiriamos laidos siūlo alternatyvą tokioms žinioms teikiant turinį, kuris dažnai neturi akivaizdžiai politinės informacijos.

Tabloidizacijos apraiškos televizijoje – tai lengvųjų ir rimtųjų naujienų laidų žanrų konvergencija, apibrėžiama *infopramogos* terminu. *Infopramoga* televizijoje naikina ribą tarp rimtųjų ir lengvųjų laidų. Šiandien akivaizdi šio tipo laidų samplaika keičia tradicinę žurnalistiką, kurios pagrindinė funkcija – informavimas. Informavimo svarba šiandieninėje televizijoje sparčiai nyksta dėl to, kad vis daugiau dėmesio skiriama tam, kaip informuoti, t.y. informacijos pateikimo būdams.

4.2. Bulvarinė televizija

Šioje darbo dalyje apžvelgiama kraštutinė *tabloidizacijos* apraiškos televizijoje forma – bulvarinė televizija. Be šiam televizijos tipui priskiriamų netradicinių televizijos žanrų, kurie bus apžvelgti šioje dalyje, bulvarinė televizija apima ir anksčiau aptartą *infopramogą*.

Apžvelgiant bulvarinės televizijos vystymąsi bei plitimą viso pasaulio televizijose, darbe remiamasi šios televizijos raida istoriniame Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) (kur ir atsirado šis televizijos tipas) kontekste. Paminėtina, kad darbe bulvarinės televizijos įtaka kitoms televizijos rūšims - laidų žanrų, jų formatų pokyčiai – laikytini viena iš *tabloidizacijos* reiškinio apraiškų.

Bulvarinės televizijos apimčių plitimą pakurstė daugybė ryškių pokyčių, įvykusių JAV televizijoje 8-ajame praeito šimtmečio dešimtmetyje. Svarbiausiais jų laikoma kabelinės televizijos plėtra, trigubai išaugęs nepriklausomų televizijos kanalų JAV skaičius ir FOX tinklo, valdomo bulvarinės spaudos magnato Ruperto Murdocho įkūrimas. Bulvarinės televizijos pradžia laikytini 1986-ieji metai, kai JAV televizija FOX pradėjo transliuoti pusės valandos trukmės šou „Einamieji reikalai“ (angl. k. „*A Current affair*“), sukurtą Ruperto Murdocho. FOX televizijos duomenimis,

³ „Galių blokas“ reguliuoja naujienas, paskleisdamas tik tą informaciją, kurią nori, kad žinotų žemesnės klasės

savo didžiausio populiarumo metu šis šou, turėjo vidutiniškai devyniasdešimt milijonų žiūrovų JAV. Bulvarinės televizijos formatas toliau vystėsi remiantis JAV nacionalinio lygmens laidomis, tokiomis kaip „Spausdintinė kopija“ (angl. k. „Hard copy“), „Iš vidaus“ (angl. k. „Inside edition“), kuriose derėjo ryški grafinė stilistika ir efektingos istorijos.

Šie televizijos pramonės pasikeitimai sukėlė staigų bulvarinės televizijos plitimą į visas televizijas.. Dėl palyginus žemų produkcijos kainų, lyginant su tradicine televizija, bulvarinės televizijos laidos tapo kur kas patrauklesnės prodiuseriams. Be to, ilgas scenarijų rašytojų streikas JAV 1988-ais metais, pakėlė „realybės televizijos“ (bulvarinės televizijos žanras) vertę ir lėmė tokių bulvarinės televizijos laidų, kaip „Farai“ (angl. k. „COPS“) (JAV) ir „Amerikos geidžiamiausi“ (angl. k. „*America's Most Wanted*“) (JAV) atsiradimą FOX televizijos tinkle. Šie šou buvo kuriami naudojant minimalius tekstus ir dialogus, todėl buvo apsaugoti nuo bet kokių produkcinų trukdžių (pavyzdžiui – streikų). Greitai tokio tipo bulvarinės televizijos laidos išplito beveik į viso pasaulio televizijas.

Bulvarinė televizija JAV suvaidino svarbų vaidmenį problemų, susijusių su „karu prieš narkotikus“, ir populistinės „nuskriaustųjų“ sampratos viešinimo procese. FOX laida „Amerikos geidžiamiausi“ (angl. k. „*America's Most Wanted*“), specializavosi kinematografiškai atkurtuose tikrų nusikaltimų pervaidinimuose, kuriuos žiūrėdami žmonės galėjo skambinti ir teikti pasiūlymus, kaip jų manymu policija galėtų pagauti dingusius įtariamuosius ar išsigelbėjusius pabėgėlius. Toks visuomenės įtraukimo mechanizmas ne tik davė galimybę paremti policijos departamentus ir nusikaltimų aukas, bet taip pat paskleidė tarsi užuominą, kad oficialiosios institucijos yra silpnos ir nepajėgia užtikrinti saugumo ir socialinės tvarkos. Taigi, tokių laidų populiarėjimas simbolizavo visuomenės nepasitikėjimo socialinėmis institucijomis lygį ir žmonių nutolinimą nuo jų. „Toks nepasitikėjimas dažnai laikomas kaip visuomenės sluoksnių priešiškus „sistemas“ atžvilgiu“ (Tulloch, 2000). Pavyzdžiui, Lietuvoje laidos „Srovės“ vedėja Audrė Kudabienė viename interviu teigia – „visą dėmesį skiriame nuskriaustiems ir nuo valdininkų nukentėjusiems žmonėms, paviešiname nelaimių priežastis, kurios dažniausiai kyla aukščiausiuose valdžios sluoksniuose“ (2003, www.ve.lt). Daugelis tokio formato laidų, siūlančių žiūrovams prisidėti prie nusikaltimų išaiškinimo, diegia populistinę nuomonę, kad tik patys žmonės yra pajėgūs atstovauti savo pačių interesus, nes „sistema“ dažnai turi siaurus interesus – atstovauja tik socialiai privileijuotuosius.

Bulvarinės televizijos (angl. k. „tabloid television“) termino kilmė siejama su žurnalistinių laidų formatų grupės, pasaulyje pasiekusią didelį žinomumą 1980-ųjų - 1990-ųjų metų laikotarpiu, apibūdinimu. Realybės televizija, netradicinių žinių laidos ir dokumentikos programos bei pokalbių laidos – tai trys pirmieji ir lengviausiai atpažįstami bulvarinės televizijos žanrai. Kadangi JAV atsiradusi bulvarinė televizija ypatingai greitai išplito viso pasaulio televizijose, ji neaplenkė ir Lietuvos. Šiandien nacionaliniuose Lietuvos kanaluose šio tipo televizijai priskiriami žanrai sudaro

didžiąją programų dalį. Aiškesniam vaizdui apie bulvarinę televiziją Lietuvoje susidaryti, 11-ame grafike pateikti visi bulvarinės televizijos žanrai, kurie egzistavo Lietuvos nacionalinių kanalų programose 2004-2006 metų laikotarpiu. Toks laikotarpis grafike vaizduojamas dėl to, kad iki 2004-ųjų metų Lietuvos televizijose nebuvo griežto laidų priskyrimo atitinkamiems žanrams.

Pirmasis bulvarinės televizijos žanras - tai vadinamoji „realybės televizija“ (angl. k. „reality-tv“), kurios principas – įmontuoti mini kameras daugybėje kasdieninių ar neįprastų situacijų arba po įvykio atkurti ir pervaidinti veiksmus, galinčius atstoti „tikrą filmuotą medžiagą“, kuri gali būti redaguojama daugybe būdų tam, kad atitiktų socialinius auditorijos lūkesčius (dažniausiai susijusius su policija, nusikaltimais, šeimos konfliktais ir pan.). Realybės televizijos Lietuvoje pradžia laikytini 2003-ieji metai, kuomet pirmą kartą TV3 kanalu buvo pradėtas transliuoti pirmasis lietuviškas realybės šou „Robinzono sala“, vėliau panašaus pobūdžio lietuviški realybės šou buvo pradėti transliuoti ir kitais šalies televizijos kanalais („Akvariumas“ (LNK), „Reaktorius“ (BTV), „Holivudas“ (TV3), „Ferma“ (TV3), „Baras“ (LNK), „Dangus“ (TV3), „Kelias į žvaigždes“ (LNK). Taip pat Lietuvos nacionaliniais kanalais buvo transliuojami ir užsienio šalių realybės šou (2004-2006 metais rodyti realybės šou pateikti 11-ame grafike).

Antrasis bulvarinės televizijos žanras yra netradicinės žinių laidos ir dokumentikos programos, tokios kaip „Uogos. Žinios ir orai“ (BTV), Lietuvoje. Tokio tipo laidose „kopijuojant vakarinių žinių laidų struktūrą, kartais darant tai tik tam, kad būtų parodijuojamos naujienos, pažeidžiančios realistinę žinių parodymą arba kad rimtas ir pagarbus žinių pristatymo tonas būtų pakeistas pašaipu ir ironija vienu metu ir įkūnijamos ir pažeidžiamos nustatytos žurnalistikos taisyklės“ (Langer, 1998, p. 46). Lietuvoje vienas iš bulvarinio žanro laidų išskirtinumų – tai tradicinės žurnalistikos rimtumo išsižadėjimas. Laida „Be tabu“, viena pirmųjų laidų apibrėžusių Lietuvos bulvarinės televizijos bulvarinį stilių, anot Maury Povich „tai, kad naujienos laikomos vos ne bažnytiniu reikalu, su kuriuo reikia elgtis itin pagarbiai, nuobodžiai ir baisia rimtai yra tradicinės žiniasklaidos problema“(Povich, 2001). Taip pat ji teigia, kad „oficialūs profesionaliosios žurnalistikos apibrėžimai, kurių mokoma universitetuose ir kurie sklaido profesionalios žurnalistikos sferoje tarsi sustiprina jau apibrėžtą viziją, kokia yra informacija, kurios reikia žmonėms, o iš tikrųjų „ji tėra primesta ekspertų, dažnai gyvenančių tokį gyvenimą, kuris yra gerokai nutolęs nuo paprastų žmonių gyvenimo“ (Povich, 2001). Fiske, kalbėdamas apie bulvarinę televiziją, teigia, kad bulvarinių televizijų propaguojamas tradicinės žurnalistikos rimtumo atsisakymas įkūnija nepagarbų, pajuokiantį ir populiarų skeptiškumą, nukreiptą į oficialias tiesas, kurios tarnauja aukštą socialinį statusą turinčiųjų interesams, nuolat pretenduojančių vadintis „objektyviais“. (Fiske, 1992, 46)

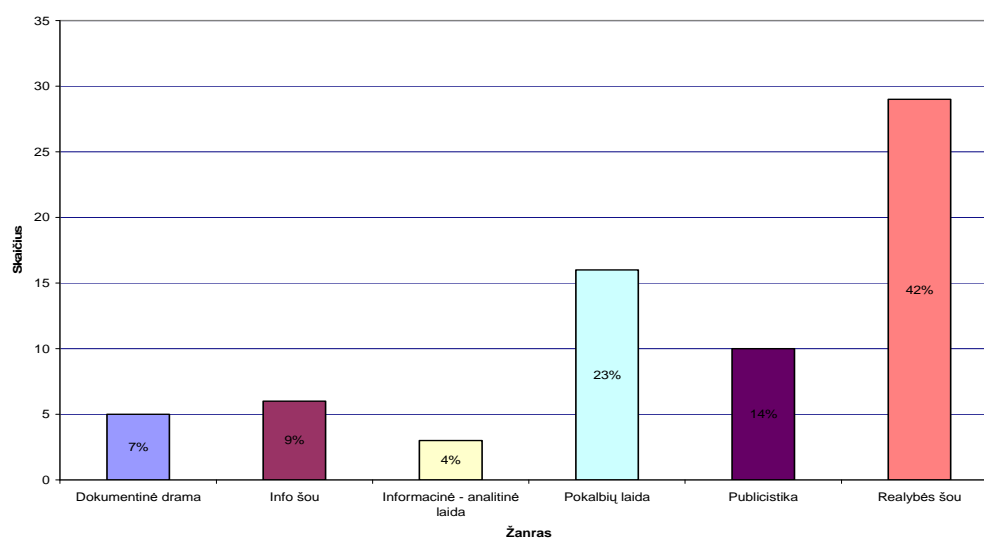
Trečiasis bulvarinės televizijos žanras - pokalbių laidos, Lietuvoje – „Korida“ (BTV), „Nomedas (TV3), „Labirintai“(TV3) . Kaip ir kitos bulvarinės televizijos laidos, jos dažniausiai

vertina konfrontaciją „neutralumui“ ir „objektyvumui“ bei pateikia daugybę prieštaringų nuomonių, metančių iššūkį žurnalistinės laidos komentatoriaus ar diktorius rolei. Be to, tokios laidos dažnai eskaluoja temas, kurios tradicinės žurnalistikos yra laikomos pernelyg „įžeidžiančiomis“ arba „lėkštomis“ (pvz. netradicinis seksualinis gyvenimas arba meilės, šeimos reikalai).

Teigtina, kad dažniausiai neigiamą konotaciją tarp žiniasklaidos kritikų turinčios bulvarinės televizijos laidos dažnai suteikia rimtumo tokioms temoms, kurios rimtųjų naujienų laidose apskritai nebūtų niekuomet analizuojamos. Pavyzdžiui, Lietuvoje laidos „Srovės“(LNK) arba „Lietuvos ryto televizija“(TV3) ne kartą narpliojo istorijas apie vaiduoklių medžiokles, parapsichologinius, paranormalių vietovių reiškinius, NSO ir ateivių pagrobimus. Tikėjimas tokiomis temomis ir jų populiarumas išlieka greičiausiai dėl to, kad šių temų „teisingumas“ ir rimtumas yra oficialiai neigiamas – „toks antagonizmas tarp populiarus tikėjimo ir oficialiosios „tiesos“ yra tik dalis dar bendresnio antagonizmo, susiformavusio tarp paprastų žmonių socialinių poreikių ir tarp galingųjų poreikių“ (Fiske, 1992, 46).

Bulvarinės televizijos žanrų kiekis Lietuvos nacionalinių TV kanalų programose (2004 - 2006 m.)

11 grafikas



Apžvelgiant bulvarinių televizijų žanrus Lietuvos televizijose 2004 - 2006 m. periode (žiūrėti 1 – amę grafike), akivaizdus realybės šou žanro populiarumas. Antroje vietoje pagal bulvarinių žanrų populiarumą yra pokalbių laidos. Mažiau populiarūs bulvarinė publicistika. Mažiausiai šalies nacionalinių kanalų programose sudaro info šou, informacinių – analitinių laidų ir dokumentinės dramos žanrai.

Bulvarinė televizija, kaip kraštutinė *tabloidizacijos* apraiška yra akivaizdi Lietuvos televizijose, o jos žanrams būdingus bruožus perima net rimtosios, t.y. žinių laidos. Bulvarinės televizijos žanrai paremti žmogaus patirtinio pažinimo stimuliavimu, t.y. realybės televizija žiūrovo sąmonėje skatina asociaciją su jo kasdienybės realybe, suvaidinti, sumodeliuoti nusikaltimų ar kitų įvykių scenarijai taip pat iššaukia pažįstamumo, baimės jausmus – šie informacijos pateikimo būdai televizijoje patvirtina *tabloidizacijos* reiškinio egzistavimą.

IŠVADOS

Tabloidizacijos reiškinyje ne visuomet apibūdina žiniasklaidos priemonių virsmą bulvarinėmis, todėl yra klaidinga šiuos du reiškinius (tuo pačiu ir dvi sąvokas – *tabloidizacija* ir bulvarėjimas) tapatinti. Tai, kad prieš daugiau nei šimtmetį atsiradusių masinių dienraščių – vadinamų *tabloidų* – bruožai šiandien išplito visoje žiniasklaidoje ir įgavo *tabloidizacijos* pavadinimą – nėra galingo *tabloidų* poveikio rezultatas.

Tabloidizaciją lėmė begalė reiškinių, pakeitusių visuomenę, žiniasklaidos funkcionavimo aplinką, o tuo pačiu informacijos pateikimo būdus joje, kurie jau šimtmetį siekiant atkreipti auditorijos dėmesį naudojami *tabloidų* formato dienraščiuose. Tai gausi vizualizacija, išaugusios nuotraukų, antraščių apimtys, emocinių krūvių suteikimas kalbos raiškoje, naratyvo stilistika. Šiandien šioms informacijos pateikimo priemonėms Lietuvos žiniasklaidoje skiriamas ypatingas dėmesys.

Dėl vis didėjančios informacijos šaltinių įvairovės, lengvėjančio prieinamumo prie jų (vietos ir laiko prasme) ir dėl to menkėjančios naujienų reikšmės, tradicinei Lietuvos žiniasklaidai iškilo pavojus prarasti savo pozicijas – čia atsirado niša *tabloidizacijai* – naujiems/pakitusiems informacijos pateikimo būdams (kuriais dar prieš šimtmetį auditorijos dėmesį prikastydavo populiariaji *tabloidai*). Nors informacinių technologijų plėtra Lietuvos tradicinei žiniasklaidai sukėlė sunkumų (konkurencijos prasme), ji palengvino jos egzistavimą ir suformavo terpę naujiems tradicinės žiniasklaidos informacijos pateikimo būdams, padedantiems atkreipti pakitusios, skubančios, daug žinančios auditorijos dėmesį (naujos vaizdinės informacijos pateikimo galimybės – spalvotos nuotraukos – periodinėje spaudoje, „judančios“ užsklandos, kokybiškesnis vaizdas – televizijoje).

Žiniasklaidos priemonėms (periodinei spaudai, radijui, televizijai) sąveikaujant tarpusavyje atsiranda jų formatų, žanrų, stilių konvergencija, kuri keičia informacijos pateikimo standartus – čia taip pat atsiranda niša *tabloidizacijai*. *Tabloidams* būdingas auditorijos dėmesio atkreipimo priemonės – didelės nuotraukos, iliustracijos, „kalambūriškas“ antraštes šiandien naudoja visa Lietuvos periodinė spauda, o pasakojamąjį kalbos stilių, vadinamąjį naratyvą, emociną kalbos raišką – perima ir televizija.

Šiandieninėje Lietuvos žiniasklaidoje įvairiomis skaitytojo/žiūrovo dėmesio atkreipimo priemonėmis stimuliuojamas žmogaus patirtinis pažinimas ir taip siekiama išlaikyti aukštus televizijos reitingus ir didelius dienraščių tiražus. Naratyvo vartojimas skaitytojo/žiūrovo sąmonėje sukelia pažįstamą asociaciją; emocinio krūvio suteikimas kalbai – veikia auditorijos emocijas. Nuotraukos, paveikslėliai, iliustracijos – ypatinga patirtinį žmogaus pažinimą stimuliuojanti priemonė, nes vizualinis žmogaus suvokimas visuomet užgožia intelektualųjį, todėl išvaizdus ar netikėtas objektas visuomet patraukia skaitytojo/žiūrovo dėmesį.

Dėl švietimo sistemos spragų Lietuvoje, didėjančio aukštąjį išsilavinimą turinčių žmonių skaičiaus, tačiau mažai kintančio specialistų skaičiaus, daugelis naujų išsilavinusių visuomenės narių sudaro vadinamą „vienodai mąstančios žiniasklaidos auditorijos“ terpę, kuri įtakoja ir žiniasklaidos informacijos pateikimo standartų vienodumą – dėl pakitusio išsilavinimo laipsnio visuomenėje, šiandien žurnalistai turi persvarstyti naujienas, kurios potencialiai gali nepatraukti didelės dalies vartotojų. Tokiame naujienų identifikacijos procese paaiškėja, kad auditorijai reikia daugiau suprantamai, aiškiai ir trumpai išdėstytos medžiagos negu buvo priimta žurnalistikoje iki šiol. Atsiranda niša *tabloidizacijai* – visose žiniasklaidos tematikose integruojami patirtinį žmogaus pažinimą stimuliuojantys elementai (naratyvas, vizualizacija ir t.t.), nyksta riba tarp rimto ir pramoginio informacijos turinio pateikimo – televizijoje įsivyrėja *infopramogos* programų tipas.

Atlikus tyrimą „Informacijos pateikimo pokyčiai pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose (1996 – 2006 m.)“ paaiškėjo, kad šalies periodinėje spaudoje informacijos pateikimas per pastarąjį dešimtmetį ženkliai pakito. Šiandien visos pastangos sutelkiamos į auditorijos dėmesio atkreipimą. *Tabloidizacija* šalies periodinėje spaudoje reiškiasi tiek turinyje, tiek jo vizualizacijoje. Lietuvos periodinėje spaudoje naudojama daugiau ir didesnių nuotraukų, antraštėse vartojama daugiau perkeltinių reikšmių, suteikiančių joms emocinį krūvį. Šios *tabloidizacijos* apraiškos, identifikuoja sunkumus, su kuriais dėl visuomenėje vykstančių pokyčių susiduria šiandieniniai leidiniai ir žiniasklaidos rinkoje vykstančią konkurenciją.

Tabloidizacijos apraiškos akivaizdžios ir šalies televizijoje. Joje pakito informacijos pateikimo standartai – skelbiamoms naujienoms suteikiama daugiau emocinių krūvių, kalboje sutinkama daugiau stereotipų, perkeltinių reikšmių, naratyvo stilistika, bulvarinių laidų naujienos patenka į rimtąsias šalies nacionalinių kanalų laidas. Šiandien Lietuvos televizijose nyksta ribos tarp nusistovėjusių rimtųjų ir lengvųjų televizijos žanrų. Vyksta intensyvi žanrų konvergencija, Vakaruose apibūdinama *infopramogos* terminu, kilusiu iš informacijos ir pramogų (angl.k. „information and entertainment“) žodžių junginio. Televizijos informavimo funkcija transformuojasi

į pramogos funkciją. *Tabloidizacijos* procesas iš esmės keičia šios informavimo priemonės funkcionavimą. Tokioje situacijoje transformuojasi televizijos funkcijos. Pagrindinę televizijos funkciją – informavimą – keičia pramoginė funkcija. Tai rodo, kad šiandien televizijoje tampa svarbu nebe pati informacija, o jos pateikimo būdai – *tabloidizacijos* apraiškos.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. BALČYTIENĖ, A. *Naujoji žiniasklaida: raida, tendencijos ir pažadai*. 2000. [interaktyvus] [žiūrėta 2006 01 02].
Prieiga per internetą: <<http://sk.mch.mii.lt/izanga1.html>>.
2. BALČYTIENĖ, A. *Naujosios žiniasklaidos taikymo perspektyvos: modernaus kūrinio ir skaitytojo paieškose*. 2002 [interaktyvus] [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: <http://np.ipc.lt/projektai/01-31_lt.html>
3. BARANAUSKAITĖ, A. *Lietuviškos spaudos strategijos: reitingai ar reputacija?* Iš Virtualios visuomenės naujienų tinklalapio. 2006 m. gruodžio 5 d. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/content/view/29579/239/>>.
4. BARŠAUSKIENĖ, V.; IVAŠKEVIČIENĖ-JANULEVIČIŪTĖ, B. *Komunikacija: teorija ir praktika*. Kaunas: Technologija, 2005. 213 p. ISBN 9955-09-903-8.
5. BIRD, S. E. For enquiring minds: A cultural study of supermarket tabloids. 1992. 210 p.
6. BIRD, E. What a Story! Understanding the Audience for Scandal. London. 1987. 220 p.
7. BOLLS, P. D.; GRABE, M. E.; ZHOU, S.; LANG, A. Packaging Television News: The Effects of Tabloid on Informatikon Processing and Evaluative Responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2000. 44 p. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: internetą:
<<http://www.questia.com/SM.qst?act=search&keywordsSearchType=1000&keywords=infotainment>>
8. COTTON B. Tabloidisation of media. 2006. Rugsėjo 23 d. konferencijos medžiaga. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 02 16]
Prieiga per internetą: <<http://pradeepnair.sulekha.com/blog/post/2006/09/tabloidisation-of-media.htm>>
9. Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. Vilnius: mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas. 2000. 967 p. ISBN 5 – 420 – 01242 – 1.
10. DALEY D. *The high times of tabloid TV*. 1999. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 03 12].
Prieiga per internetą: <<http://www.tabloidbaby.com/Book/Updates/hightimes.htm>>
11. DOUGLAS, G. H. *The Golden Age of the Newspaper*. London. 2000. 301 p.
12. DVYLYTĖ, Aurelija. *Kalbininkai pataria: Ar vartotinas žodis tabloidas?* Iš Lietuvos žurnalistų sąjungos tinklalapio. 2006. [interaktyvus] [žiūrėta 2006 12 12].
Prieiga per internetą: <http://www.lzs.lt/about.php?id=255&type=paper&page_menu=4>.

13. EAGLETON, T. Įvadas į literatūros teoriją. Vilnius: Baltos lankos. 2000. 271 p. ISSN 1392-1673
14. EDELMAN, M. J. *Politinio spektaklio konstravimas*. Vilnius: Eugrimas, 2002. 139 p. ISBN 9955-501-12.
15. ESSER, F. 'Tabloidization' of News. *European Journal*. London. 1999. 325 p. ISSN 0267-3231 324
16. ELLIOTT, P. GOLDING, P., News values and news production. 2000. 315 p.
17. FISKE, J. *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos, 1998. 239 P. ISBN 9986-861-60-8
18. FISKE, J. Popularity and the Politics of Information. *Journalism and Popular Culture*. London. 1992. 180 p.
19. FROMAS, E. *Turėti ar būti*. Kaunas: Verba Vera, 2005. 277 p. ISBN 9955-9430-5-X.
20. GRISPRUD, J. Tabloidization, popular journalism, and democracy. 2000. 346 p.
21. GLYN, K. Tabloid culture. Duke University press. 2000. 324 p. ISBN-10: 0822325691
22. HARRIS, N. R. Tabloidization in the Modern American Press: A Textual Analysis and Assessment of Newspaper and Tabloid Coverage of the Runaway Bride. 2006 [interaktyvus] [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: http://etd.gsu.edu/theses/available/etd11242005000721/unrestricted/harris_nichola_r_200512_ma.pdf.
23. HINERMAN, A. Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace. Cambridge: Polity Press. 2000. 210 p.
24. JUODYTĖ A. Vizualumo efektai žiniasklaidos pranešimuose. *Šiaurės Atėnai*. Vilnius. Nr. 19(749) 8 p. ISSN 1392 – 7760
25. KARDELIS, K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2 pataisytas leidimas. Kaunas: Judex, 2002. 400 p. ISBN 9986-948-65-7.
26. KELIUOTIS, J. *Žurnalistikos paskaitos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2000. 209 p. ISBN 9986-501-55-X.
27. KRAJICEK D. J.; *Scooped! Media Miss Real Story on Crime While Chasing Sex, Sleaze, and Celebrities*. Columbia: University Press. 1998. 220 p.
28. LANGER, J. Tabloid television: popular journalism and the other news. *Communication and society*. London: Routledge. 1998. 192 p. ISBN 0-415-06637-9
29. LNK žinios . 2006 m. balandžio 2 d. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 04 03].
Prieiga per internetą < www.tv.lt >

30. MCLUHAN, M. *Kaip suprasti medijas. Žmogaus tęsiniai*. Vilnius: Baltų lankų leidykla, 2003. 347 p. ISBN 9955-584-07-6.
31. Media Management and Transformation Centre. *Tabloidization of Newspapers*. 2004 [interaktyvus] [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: < http://www.ihh.hj.se/mmt/newsletter/newsletter_june.pdf>.
32. PEČIULIS, Ž. *Televizija: istorija, teorija, technologija, žurnalistika*. Vilnius: LRT leidybos centras, 1997. 270 p. ISBN 9986-9122-0-2.
33. PEČIULIS, Ž. *Iki ir po televizijos*. Vilnius: Versus Aureus, 2007. 255 p. ISBN 978-9955-699-73-6.
34. PEČIULIS, Ž. *Audiovizualinė žiniasklaida komunikacijos technologijų kontekste. Informacijos mokslai*. 2003. t. 25. p. 44-57.
35. PEČIULIS, Ž. *Televizijų transformacijos procesas: technologinis ir komunikacinis aspektai*. Knygotyra. 2005. t. 36. p. 155-167.
36. PEČIULIS, Ž. Žanrinis ir struktūrinis televizijos reportažo polifoniškumas. *Tiltai*. Klaipėda: Klaipėdos universitetinė leidykla, 2004. Nr.4, 132 p. ISSN 1392 – 3137.
37. PEČIULIS, Žyginas. *Televizijos vaidmenys visuomenėje: formalusis ir neformalusis instituciškumas*. Filosofija, Sociologija. 2005m. Nr.4 [interaktyvus] [žiūrėta 2005 12 19]. Prieiga per internetą: http://www.maleidykla.katalogas.lt/item.asp?by_group=1&company=0000&group=006020&id=2990
38. PEČIULIS Ž. *Audiovizualinės komunikacijos įgūdžiai: profesionalaus požiūrio formavimas, Informacijos mokslai*. Vilnius: VU leidykla. 2005. Nr. 33.
39. SAMALAVIČIUS A. *Universitetas kintančiame pasaulyje*. 2007. [interaktyvus] [žiūrėta 2007 03 09].
Prieiga per internetą: <http://www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/59431>
40. SAMUA., P. *Mapping the Cultural Space of Journalism*. 1998. 268 p. ISBN 0-275-95763-2
41. SPARKS, C. *The panic over tabloid news* [interaktyvus] 2000 [žiūrėta 2007 01 08].
Prieiga per internetą: < <http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/Sofia.pdf> >.
42. SPARKS, C. *Tabloid tales*, London. 2000 m. 220 p. ISBN13: 9780847695713
43. SPARKS, C. *Popular Journalism: Theories and Practice*. London. 1992. 120 p.
44. SLOAN, B. *I watched a wild hog eat my baby! A colorful history of tabloids and heir cultural impact*. 2001. 346 p.

45. TIDIKIS, R. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas, 2003. 626 p. ISBN 9955-563-26-5.

PRIEDAI

1 priedas

Features of Tabloidisation in Lithuanian mass media (summary)**Greta Milašienė**

The *subject-matter* of this thesis is the manifestation of the tabloidization in the Lithuanian periodicals and television. The objective of the thesis is to reveal the changes of information presentation in the Lithuanian mass communication of the recent years. The key *tasks of the thesis* are to discuss the particularity of the concept of *tabloidization* as well as determine the specifics of the changes of information presentation in the Lithuanian periodical press and television.

Research methods. Review and analysis of the sources of literature, logical analysis and synthesis, as well as comparison. A quantitative analysis of the content is used in the practical part of the thesis.

The conclusion is drawn in the thesis that due to the changes in the society – an increased flow of information, availability of different sources of information (in the sense of place and time), and significance of the news, which is getting more and more low – the functioning of the traditional mass media has been changing as well. The standards of information presentation have broken the mould in the Lithuanian periodicals and television during the last decade. In order to attract and keep the attention of the society, the Lithuanian media have visibly started using more of the means, catching the eye of the people, so called attention stimulators, a lot of attention now is given the image, dimensions, emotional expression of speech, figurative meaning, as well as narrative stylistics.

Originality of the thesis. Today the analysis of the manifestation of the *tabloidization* in the Lithuanian periodical press and television, presented in the thesis, is considered to be relevant both in the context of the mass communication as well as in the interaction between the society and the mass communication. An unconventional attitude towards the phenomenon of the *tabloidization* is elaborated in the thesis, and the insight reveals new aspects of this process, which in such discourse have yet not been explored, though the manifestation of similar analysis might be found in some considerations of the Lithuanian mass media reviewers.

This thesis might be useful for the representatives of the communication science, media analysts, and future students of these fields.

Interviu su televizijos programų analitiku Aldaru Stoniu

Šiandien televizija kitokia nei prieš gerą dešimtmetį – nauji laidų formatai, pakitę žanrai...

Kokie pastarojo dešimtmečio pokyčiai mūsų šalies televizijoje?

Šiandien televizija tikrai pasikeitusi. Iš principo, prasidėjus televiziniam bumui Lietuvoje, kuomet kūrėsi komerciniai kanalai, pirmoji šių kanalų darbuotojų mokykla buvo LTV. Todėl savo kūrimosi pradžioje visos Lietuvos televizijos bandė daryti rimtas laidas, kurias šiek tiek „praskiesdavo“ užsienietiškais filmais ir serialais. Bėgant metams ir sparčiai augant reklamos rinkai komercinės šalies televizijos pradėjo gaminti ženkliai daugiau ir įvairesnių autorinių laidų, tuo tarpu užsienio produkcijos proporcijos mažėjo. Populiariausias autorinių laidų žanras ilgą laiką buvo „sunkioji publicistika“ (kriminalinių naujienų laidos), tokios kaip „Srovės“, „Abipus sienos“, TV zondas“, „Pavojinga zona“ ir kitos. Iš mamos – LTV, paveldėjusios rimtumą, komercinės televizijos po truputį ėmė jo atsisakyti – net žinių laidos tapo atraktyvesnės – renkami gražūs vedėjai, kurie įvykius praneša nebe rimtais veidais, o dažnai netgi emociškai; vietoj vieno žinių vedėjo „įvesti“ du. Atsirado netgi info - pramoginių žinių – „Uogos. Žnios ir Orai (BTV)“ – tai visiškai naujas formatas Lietuvos televizijose. Maždaug nuo 2003 -ųjų į Lietuvos televizijas šviežumo įnešė iki tol nematytas formatas - realybės šou, kurio bumai tęsiasi iki šiandien.

Kaip šiandien televiziją veikia informacinių technologijų naudojimas?

Iš esmės informacinių technologijų atėjimas į televiziją įnešė daugiau vaizdo galimybių – statiką keičia judesys (televizijų užsklandos), gerėja vaizdo kokybė, spalvingumas (kalbant apie programinę įrangą). Taip pat analoginį signalą ruošiamasi keisti skaitmeniniu, tad televizijoms tenka ruošti šiam pokyčiui, bei keisti įrangą. Tai dar labiau padidins ir konkurenciją tarp kanalų, nes žiūrovas regionuose turės galimybę matyti daug daugiau kanalų.

Ar galima teigti, kad šiandieninėse TV laidose pateikiama daugiau vaizdinės medžiagos – efektingų užsklandų, siužetų ir reportažų negu prieš dešimtmetį?

Pati apimtis nepakito, daugiau keitėsi siužetų, reportažų turinys – net ir „rimtųjų“ naujienų laidų siužetuose atsirado pramogos elementų.

Kokias Lietuvos nacionalinių kanalų laidas laikytumėte pakeitusias savo formatą – į infopramoginį?

Anksčiau minėtos „sunkiosios publicistikos“ laidos „Srovės“, „Abipus sienos“, „Pavojinga zona“ nuo rimtosios publicistikos pereina prie lengvesnių temų, dažnai – net pramoginių.

Kokias šiandienines Lietuvos televizijų laidas priskirtumėte „rimtajai“, kokybiškai žurnalistikai?

Daugiausia „rimtosios“ žurnalistikos laidų sutinkama LTV eteryje. Pavyzdys galėtų būti Siaurusevičiaus vedamas „Spaudos klubas“ ar Rimo Bružo laida „Amžininkai“

Kokios „rimtųjų“ ir „lengvųjų“ naujienų laidų proporcijos Lietuvos televizijose šiandien?

Manyčiau, kad „rimtųjų“ naujienų laidos sudaro kokius penkis procentus programos, tuo tarpu „lengvųjų“ naujienų laidos dvigubai, o gal net trigubai daugiau, kokius dešimt – penkiolika procentų.

Aldaras Stonys

Tyrimo medžiaga „Lietuvos rytas“ (1996 m.)

1 lentelė

Data	Antraštė	Antraštės dydis (kv. cm)	Nuotraukos dydis (kv. cm)	Kalbos tropas
1996 01 03	Premjeras pinigus iš nemokaus banko spėjo pasiimti	10,25	80	
	Bankų krizė: teisėsaugos vadovai gali netekti postų	7,5	50	
	A. Sabonis: į NBA buvo galima važiuoti ir anksčiau	7,5	95	
	"Vilniaus brigada": ir vėl mirtini šūviai	4		
1996 01 04	Sumaištis LDDP: ką daryti su prasikaltusiu lyderiu	10,25	58	
	Klaipėdoje sulaikytas policijos "Aro" kuopos vadas	7,5	55	
	Sniegas pakeitė tvarkdaryų grafiką ir autobusų eismą	7,75	65	
	Konservatoriai siūlo paankstinti rinkimus	4		
1996 01 05	A. Brazauskas: būti europiečiais mums labai nelengva	10,25	60	
	Ministras R. Vaitekūnas taip pat spėjo atsiimti indėlį	7,5	60	
	"Litimpeks" banko vadovas išėjo pro Lukiškių vartus	7,5	60	Metafora
	A. Gričius pažadėjo išsiskirti su LDDP	4	27	
1996 01 06	Po skandalų bankuose ėmė irti LDDP vyriausybė	10,25	112,5	
	Ir premjerui bankas buvo skyręs didesnes palūkanas	7,5	20,25	
	Seimo narys nubaustas už vogtą elektrą	5	27,5	
	Banko skolininkas atsidūrė Lukiškėse	4		
1996 01 08	LDDP frakcija nutarė paaukoti Lietuvos banko vadovą	10,25	120	
	Premjeras primygtinai prašė, bet bankas neklausė?	7,5	24,75	
	Skrydžio per Atlantą idėja buvo brandinta Lietuvoje	7,75	42,5	
	Alytus: nuosprendis kapitalistų vadovui	4,5		
1996 01 09	Dviejų ministrų pasiryžimo užtėko tik trims paroms	10,25	95	Ironija
	F. Mitterrand'as: gyvenimas buvo paaukotas politikai	7,5	24,75	
	JAV lietuviui būti lietuviu savo tėvynėje - per sunku	7,75	60	Ironija
	Vokietijoje nutarta perduoti I. Tiomkiną	5		
1996 01 10	Seimas: nuo bankų krizės - iki pirmalaikių rinkimų	10,25	60	
	Čečėnų kariai smogė dar vieną teroro smūgį Rusijai	7,5	45	
	"Lietverslo" verslo pastatai Klaipėdoje virsta vaiduokliais	7,5	45	Hiperbolė
	Sprogimo Šventojoje scenarijus aiškesnis?	45		
1996 01 11	Mažeikių milijonierius - JAV, jo turtas - varžytinėse	10,25	85	
	Už gročių - dar viena "Vilniaus brigados" įžymybė	7,5	30	Metafora
	Čečėnų išpuolis Kizliare nevirto kruvina tragedija	7,5	55	
	Seimas: vėl dėmesys bankams ir pinigams	4		
1996 01 12	Lietuvos policija buvo atsidūrusi tarp kelių ugnių	10,25	120	Metafora
	Demokratinėje valstybėje kaltinti valdžią - normalu	7,5	24,75	
	F. Mitterrand'o mirtis suartino jo gyvenimo moteris	7,75	68,25	
	R. Rajecką iš Londono jau pasiūluta atšaukti	4	20,25	
1996 01 13	Didžiosios įtampos valandos: akis į akį su agresija	10,25	78	Hiperbolė
	Krizę Dagestano pasienyje išprovokavo rūsų kariai	7,5	68,25	
	Banko prezidentas paleistas už užstatą	4,75	37,5	
1996 01 15	Sparčiai kintantis pasaulis Suomijai nekelia nerimo	10,25	80	
	Krizė Pervomaiske: teroristai ultimatumų nepaiso	7,5	65	
	Opozicija numatė pirmalaikių Seimo rinkimų datą	7,5	55	
	Pas migrantų vedlį policija rado trotilo	4,5		
1996 01 16	Derybas dėl įkaito likimų nutraukė artilerijos salvės	10,25	100	

1 lentelės tęsinys

	Bankininkai savo įtaką didino skolintais milijonais	7,5	29,25	
	Pirmalaikius Seimo rinkimus gali skelbti tik LDDP	7,5	40	
	Ekspertų patarimas: neskubinti įstatymų	4		
1996 01 17	Prokurorai premjerą apklausė, bet kaltinti neskuba	10,25	75	
	Bankininkų klaidas ėmėsi taisyti inžinierius iš Kauno	7,5	27,5	
	Prezidento rinkimų štabo vadovas neteko savo posto	7,5	32,5	
	R. Vaitekūno karjera gali greit pasibaigti	4		
1996 01 18	LDDP ir jos vadovo maištas prieš šalies Prezidentą	10,25	31,5	
	Kodėl pramonininkams nebuvo gaila savo pinigų?	7,5	27	
	Čečėnų teroro akcijos išplito ir už Rusijos ribų	7,5	97,5	
	Prokuratūra palūkės premjero paaiškinimų	4		
1996 01 19	R. Vaitekūnas vogtu automobiliu važinėjo neteisėtai	10,25	72	
	Blogų paskolų dalytoja dirba banko administratore	7,5	32,5	
	Teroristams pavyko pabėgti iš Pervomaiskojės kaimo	7,5	68,25	
	Seimo nariai pasiūlė paramą Prezidentui	4		
1996 01 20	Prezidentas laimėjo: premjeras pasitraukė iš posto	10,25	75	
	Knyga apie KGB ir dabartinėje Rusijoje kelia baimę	7,5	33,75	
	V. Chomičius žais Mažeikių komandoje?	5	25	
	Vyriausybė nustebo ir pradėjo reaguoti	4		
1996 01 22	Karjera: nuo komjaunimo lyderio - iki įtariamąjo	10,25	27,5	
	Buvę Lietuvos piliečiai bandys laimės ieškoti kitur	7,5		
	Belgijoje mirė žymus lietuvių rašytojas Eduartas Cincas	7,5	65	
	Paryžiuje prasidėjo elito mados savaitė	4		
1996 01 23	Lietuvoje į kalėjimą gali būti uždarytas kiekvienas	10,25	50	
	Kredito bakas: grįžta tik dalis prarastų milijonų	7,5		
	Vidaus reikalų ministras susitaikė su pralaimėjimu	7,5	50	
	Banko vadovo likimą turės spręsti Seimas	4	16	
1996 01 24	Virš Ministro Pirmininko galvos - grėsmės ženklai	10,25	135	Hiperbolė
	Strazbūre svarbesnis bus ir Lietuvos atstovo balsas	7,5	24,75	
	Bankų krizė: pirmasis atsistatydino K. Ratkevičius	7,5	70	
	Teroristų įkaltai keltu grįžo į Sočį	4		
1996 01 25	Prezidentas ryžtingas: premjeras turės pasitraukti	10,25	54	
	Piktnaudžiavimas tarnyba: iškelta baudžiamoji byla	7,5	35	
	V. Ivanauskas: žaisti Lietuvos rinktinėje - rizikinga	7,5	100	
	Lenkijos premjero ateitis jau nulemta	4	18	
1996 01 26	Kovą su organizuotu nusikalstamumu griovė ministras	10,25	45	
	Prezidentas yra kantrus, o premjeras - užsispyręs	7,5	60	
	Dėl politinių interesų Europa paaukojo principus	7,5	60	
	Policininkai nušovė automobilio grobiką	4		
1996 01 27	Tarptautiniai ekspertai nesutaukė Lietuvos vadovų	10,25	120	
	Byloje - ne vien tik A. Šleževičiaus indėlių paslaptys	7,5		
	Lietuva nuolat primins Rusijos skolą	7,5	27,5	
	Žymus Estijos politikas yra susijęs su mafija?	4		
1996 01 29	Premjeras siekia bet kokia kaina išsilaikyti poste	10,25	65	
	Ukmergė: vidurdienį trys plėšikai pasmaugė kleboną	10,25	24,75	
	Vyriausybė indėlininkams žada tik po tūkstantį litų	7,5	80	
	Paryžius branduolinių bandymų dar nebaigė	4		
1996 01 30	Prezidento dekretai - iššūkis valdančiajai LDDP	10, 25	80	
	Už valdžios klaidas sumokės ir smulkieji akcininkai	7, 5		
	Prokurorai apstulbę: vėl išteisintas gaujos vadeiva	7,5	32,5	
	Prezidentas nervus ramino medžioklėje	4		Metafora

Tyrimo medžiaga „Lietuvos rytas“ (2006 m.)

2 lentelė

Data	Antraštė	Antraštės dydis (kv. cm)	Nuotraukos dydis (kv. cm)	Kalbos tropas
2006 01 03	Iš teatro vadovai suko skirtingais adresais	23,5	228	
	Rusija mojuoja dujų tiekimo vėzdu	7	63	Metonimija
	Metų pradžioje - tragedijos	4,5	66,5	
2006 01 04	Lietuvoje - garsaus pinigų plovėjo milijonai	23,5	228	
	Miegančias seseris prarijo ugnis	14	66,5	
	Netekęs kėdės - vėl prie durų	4,5	57	Metafora
	Čiuožyklą sniegas pavertė kapu	4,5		
2006 01 05	Smegduobių krašte nerimo dienos ir naktys	23,5	218,5	Hiperbolė
	Ivaikintojų norą mindo biurokratai	7	57	Hiperbolė
	Kaimynų sutartis - įtartina	4,5	72	
	Dingusio latvio neranda ir šuo	4,5		
2006 01 06	ES pinigų dalyboms diriguoja partijos ranka	23,5	218,5	Metonimija
	Žudikas aukos tykojo prie laiptinės	14	66,5	
	V. Adamkus laukia Elizabeth II	4,5	57	
	Šventojoje žemėje - nerimas	4,5		
2006 01 07	Mafijos vadeivos našlei - tremtinės dalia	23,5	218,5	
	Lukiškių monstro ateitis - miglose	14	71,25	Ironija
	Po žeme - nematoma grėsmė	4,5	57	
	Pakeliui į gaisravietę - kliūtys	4,5		
2006 01 09	Potvynis budina gelbėtojus iš žiemos miego	23,5	218,5	Metafora
	Tūkstančiai ūkininkų - nepaguosti	14	66,5	
	Laimikis - policininko ginklas	4,5	71,25	
	Š. Jasikevičius - įkandin vokiečio	4,5		
2006 01 10	Šiauliu valdžia išsigando paminklo šlepetėms	23,5	199,75	
	Keliuose - už privilegijų skydo	14	61,75	Metafora
	Europa nusilenkė V. Aleknai	4,5	76	
	Poilsis svarbiau už euro likimą	4,5		
2006 01 11	Rusijos traukiniuose - pavojingi išpuoliai	23,5	218,5	
	Žudiką demaskavo slaptasis agentas	14	66,5	
	Nuliu apšaukta politikė supyko	4,5	57	
	Ukrainą purto dar viena krizė	4,5		
2006 01 12	Vilniuje - skandalingo verslininko gaudynės	23,5	228	
	ES malšina maištą dėl elektros	14	61,75	
	Lietuvos skydas - trys pasai	4,5	66,5	
	Į bylos atomazgą - skirtingai	4,5		
2006 01 13	Lietuvoje - barikados, svetur - tyli kova	23,5	218,5	
	Tikslas - nuversti šalies valdžią	14	61,75	
	Turtuolis pasijuto apgautas	4,5	66,5	
	Pusbroliai - nužudymų užsakovai	4,5		
2006 01 14	Medikai ir ligoniai tampa grituoklių įkaitais	23,5	228	
	Prie Lukiškių - gėlės ir smūgiai	14	66,5	Ironija
	Garsios poros tranko durimis	4,5	57	Metafora
	Į valdžios silpnybes - su šypsena	4,5		
2006 01 16	Prokurorai krepšininkui grasina buldozeriais	23,5	218,5	

	Vilniaus zyzimas erzina Briuselį	7	57	Hiperbolė
	Dėl KGB šmėklų - į teismą	4,5	72	Metafora
	Priešininkai - iš keturių žemynų	4,5		
2006 01 17	Būsimiems pensininkams - nerimo signalai	23,5	218,5	Metafora
	V. Adamkui teks ilsėtis trumpiau	14	66,5	
	Bausmė žudikui rekordininkui	4,5	57	
	Koalicijos partneriai stumdosi	4,5		
2006 01 18	Darbo partijos apetitas siutina kairiuosius	23,5	218,5	Ironija
	Klaipėdoje - žemės kainos rekordas	14	71,25	
	Prarado ir darbą, ir pensiją	4,5	57	
	A. Brazausko atsakymai - raštu	4,5		
2006 01 19	Rusiško speigo sparnas užkabino ir Lietuvą	23,5	218,5	Metafora
	Pėdsakai atvedė į Vilniaus bendrovę	14	66,5	
	Pakeliui į ligoninę - tragedija	4,5	71,25	
	Universitete - vaikų pornografija	4,5		
	Į karą su nuožmiu šalčiu jau metami rezervai	23,5	199,75	Metafora
2006 01 20	Kolaboranto vardas - visam laikui	14	61,75	
	Vilniaus klube - naujas veidas	4,5	76	Metonimija
	Estijos vadovas - atsiprašinėja	4,5		
2006 01 21	Brendį pilsčiusi barmenė pasiekė Strazbūrą	23,5	218,5	Ironija
	Speigo replės nepaleidžia Lietuvos	14	66,5	Metafora
	Apkrato parama kolaborantui	4,5	57	Ironija
	Vengrijoje - 42 taikdarių žūtis	4,5		
2006 01 23	Akistatos su žiema - nešildomuose butuose	23,5	228	Hiperbolė
	Grįžimą paženklino Europos bronza	14	61,75	Metonimija
	Kontrolierė ėmė ginti šeimą	4,5	66,5	
	Gruzijoje - energetinis badas	4,5		Metafora
2006 01 24	Valdžia puotavo, o Telšiai tirtėjo nuo šalčio	23,5	218,5	Metonimija
	Prieš gaisrą - pranašiški ženklai	14	61,75	
	Dėl incidento kaltas šaltis?	4,5	66,5	
	Verslininkas kariauja su meru	4,5		Hiperbolė
2006 01 25	Šalčio įkaitais tapę vežėjai keikia lietuvius	23,5	228	Metafora
	Į Telšius - su "Rubicon" uodega	14	66,5	Metafora
	Keistuolis pribloškė kaimą	4,5	57	Hiperbolė
	Politinis bėglys - vėl pusto padus	4,5		Metonimija
2006 01 26	Sostinės vadovas pergudravo maištininkus	23,5	218,5	
	Telšiai sunkiai vaduojasi iš bėdos	7	57	Metonimija
	Žalgirietis atsibudo apvogtas	4,5	72	
	A. Brazauskas jau ėmė svyruoti	4,5		
2006 01 27	Dėl J. Borisovo kilo skandalai ir Lenkijoje	23,5	218,5	
	Talino politikai aplenkė lietuvius	14	66,5	
	Banko pinigai - lengvas grobis	4,5	57	
	Rumšams - prancūzų bausmės	4,5		
2006 01 28	Telšių dienos ir naktys - šalčio spąstuose	23,5	218,5	Hiperbolė
	Azijai - Šiaulių profesorių dainos	14	71,25	
	Dėstytojui atsirūgo smalsumas	4,5	57	Metafora
	Seimo vadovas prarijo mero jauką	4,5		Ironija
2006 01 30	Lietuvius nuo žūties Lenkijoje skyrė valanda	23,5	218,5	
	Po labdaros širma - prabangi puota	14	66,5	
	Vonioje - šturpi žmogžudystė	4,5	71,25	
	Neblaivaus policininko triukai	4,5		Ironija
2006 01 31	Vaikų globos aistras pakaitino mįslinga mirtis	23,5	199,75	Metafora
	Lošėjai bando tramdyti patys save	14	61,75	

	Šiurpus įspėjimas iš Lenkijos	4,5	76	
	Radinys - du sušalę naujagimiai	4,5		

Tyrimo medžiaga „Respublika“(1996 m.)

3 lentelė

Data	Antraštė	Antraštės dydis (kv. cm)	Nuotraukos dydis (kv. cm)	Kalbos tropas
1996 01 03	Kaip premjeras savo kišenę gelbėjo	42		Metonimija
	Prezidentas siūlo nekeisti K. Ratkevičiaus	15		
	Didžioji operos šventė	4,5	47,5	
	Šventinė mozaika liūdnam vaizdeliui	4,25		
	"Vilniaus brigada": vėl liejasi kraujas	11,25	48	
	Naujieji sostinėje	12	20	
1996 01 04	A. Šleževičius nori likti premjeru	24,5	40	
	A. Visokevičius nežino, kur laikyti pinigus	26		
	G. Konopliovo investicinių bendrovių fiasko	36		
	Išgyvenkite iki Vasario	8		
	VR ministras R. Vaitekūnas šantažuoja "Lietuvos rytą"	7		
1996 01 05	Indėlį iš LAIB atsiėmė ir R. Vaitekūnas	23	104	
1996 01 06	"Pasiklydo pienujų jūroj milžinai..."	45,5	109, 75	Metafora
	K. Ratkevičiaus pasiaiškinimas	22,5	58,5	
	Tragiškai žuvo mergina	10		
	Nušovė vaiką dėl lapės kailio	24		
	Atsistatydinimų banga Lietuvos banke	11		
1996 01 08	Nuosprendis R. Ratkevičiui - apšilimas A. Šleževičiui	35	99	Metafora
	25 kareiviško gyvenimo dienos	13,5	35	
	LAIB: kada bus atnaujinta veikla?	22,5		
	Kalba intelektualai	4		
	Gintautas Preidys: "Perkūnas trenkė iš giedro dangaus"	16		Metafora
1996 01 09	Prezidentas apsisprendė	34,5	178	
	LDDP griūva toliau	13,5		
	Baltasparniai, sugraužę šiltnamius	15		
	I. Tiomkinas bus deportuotas	20		
	Mirė buvęs Prancūzijos prezidentas F. Mitteranas	20	21	
	Teisinis debilumas ir korupcija	12		
1996 01 10	Valdžia "plaunasi rankas"	34,5	203	Metafora
	Kartojasi Budionovsko tragedija	15		
	Baltasparniai, sugraužę šiltnamius	13,5		
	Vyriausybės krizę pasieniečiai pasitiko kovine parengtimi	17,5		
1996 01 11	Prezidentas palieka K. Ratkevičių	34,5	129,5	
	Kovos po vandeniu	22,5		Metafora
	"Žalgiris" po Europą - kaip po savo kiemą	13		
	Atsargiai - padirbti banknotai	10		
	Vogtos mašinos valdžioje tampa madingos	13,5		
	"Istorinė klaida" išgelbėjo Lietuvą?	13,5	65	
1996 01 12	Premjeras riekalauja atsaukti R. Rajecką	39	136	
	A. Balkevičius antrą sykį apklaustas dėl A. Šleževičiaus indėlio	28,5		

	Moteris, norėjusi nusižudyti	36		
	Ar taškas keičia įstatymo esmę?	18		
	"Istorinė klaida" išgelbėjo Lietuvą?	12	57	
	Grandininė reakcija: po bankų - "Sodros" krizė	12		
1996 01 13	Iš Lukiškių paleistas A. Balkevičius	24	58,5	
	Sausio 13 - oji - po penkerių metų	16	72	
	JAV ketina deportuoti A. Lileikį	24		
	Panevėžys - dar viena auka	8		
1996 01 15	Vėl plaikstėsi gedulo kaspiniai	44		
	Žiežmarių kavalieriai	10	78,75	
	Algimantas Nasvytis - apie "pilis", senamiestį, licencijas	24	12	
	Stabilizacija - tai tik sunkumų perkėlimas į ateitį	16		
	"Atletas" dar kartą nulenkė "Žalgiriui" ranką	14		Metonimija
1996 01 16	Baudžiamoji byla premjerui?	46	49	
	K. Ratkevičiaus likimas nulemtas?	18		
	Rusai įkaitus vadavo artilerija ir raketomis	27	91	
	Ar pusantro milijono - pinigai?	16		
	Olandas Vasilevskis "parskriejo" namo	12,25		
1996 01 17	Šokis su kardais	27	135	
	"Ypač slaptų" komisarų atleidimas: už ir prieš	24		Hiperbolė
	Suomija padės stoti į Europos Sąjungą	18	54	
	Pervomaiskojė: "Žaibiškas karas" vėl nepavyko	18		Metafora
	Pradedama nagrinėti vienos iš LAIB skolininkų baudžiamoji byla	10		
1996 01 18	Ir R. Vaitekūnas nebeklauso prezidento	32,5	94,5	
	Žangliravimas galvomis	16		
	Čečėnai pagrobė keltą	18	63	
	Andrėjaus Martijanovo byla	12		
	Prezidento gėlės Laimai ir Maestro	14	49,5	
1996 01 19	Heil "trečiajai jėgai!"	36	144	
	Kas dirigavo "operų" operetėms?	27,5		
	R. Vaitekūnas vis neatsistatydina	25		
	Prezidento broliui verslas sekasi	24	10,5	
	Prokuratūra premjeru nebeturi klausimų	8		
	Naikintuvai - prieš keleivinį lėktuvą	14		
	Sulyginus kaimą su žeme, įkaltai išduoti?	8		Hiperbolė
1996 01 20	Žengte marš... į psichiatrinę	52	81	Ironija
	Areštuotas vienas iš "Vilniaus šiltnamių" savininkų - B. Balys	24	45	
	Kultūrai trūksta karaliaus	20	13,5	Ironija
	Rusija siūlosi išlaisvinti pagrobto kelto keleivius	13,5		
1996 01 22	Manevras su R. Vaitekūno "atsistatydinimu"	23	78,75	
	Lietuvai per daug vaikų	15		
	Videopiratai žlugdo kino distribuciją	14		
	Mirė Eduardas Cinzas	4,25	13,5	
1996 01 23	Premjeras išvedė iš kantrybės prezidentą	56	120	Metafora
	"Lietuvos avialinijose" slapta klausomasi pokalbių	22,5		
	Dekretas dėl K. Ratkevičiaus atleidimo	42		
	R. Vaitekūnas - apie bankus	11		
	A. Šleževičiui permokėta 20 000	18,75		
1996 01 24	Paskutinė prezidento ultimatumo diena	23,5		
	Pirmuoju krito K. Ratkevičius	22,5	46,75	
	"Esu vilkas, uždarytas į moralės narvą"	13		Metafora

	Gabaliukas "Lietuvos"	4,25		
1996 01 25	Laimingasis indėlininkas A. Šleževičius vėl meluoja ir šmeižia spaudą	57,5	104,5	
	Mokesčių inspekcija gniuždo "Baltijos tyrimus"	24	35	
	Embrionai	9,5		
	Patarimai, kaip iš uždarytų bankų atsiimti pinigus	18		
1996 01 26	Lietuvos spec. tarnybos prieš samdomus žudikus	28		
	Laimingasis indėlininkas A. Šleževičius prisidengia nelaimingaisiais	175,5	57	
	Keliautojai lenda į krūmus	13		Ironija
	Prezidentas pratęsė ultimatumo terminą	17		
	Diplomatų svajonės apie demokratiją	9	19,25	
1996 01 27	Partijos masės telkiasi prieš prezidentą	23,5	237,5	
	Kur dingo 100 milijonų?	14		
	Bankams trūksta tik milijardo...	22,5		
	Ukrainos Parlamento vadovai Lietuvoje pakliuvo į avariją	12		
1996 01 29	LDDP atskirta nuo Lietuvos	33,75	190,5	
	Už premjero kėdę - iš vaslybės kišenės	36		Metonimija
	Užtrakio dvaro kumiečiai ir ponai	8		
	Premjero kerštas ministrui?	12	20	
	Dievo balsas kiekvienai dienai	4,75		
1996 01 30	Prezidentas LDDP "klano" šantažui nepasidavė	42	128	
	Dešimt tūkstančių kamikadzių	14		
	Lietuvoje jau žudomi kunigai	10,5	27	

Tyrimo medžiaga „Respublika“(2006 m.)

4 lentelė

Data	Antraštė	Antraštės dydis (kv. cm)	Nuotraukos dydis (kv. cm)	Kalbos tropas
2006 01 04	Juodojo kapitalo diktatūra	19,5	292,5	Hiperbolė
	Motina prisiminė pragertus vaikus	7	95	Hiperbolė
	Pabrangus dujoms auga šilumos kainos	10		
2006 01 05	Žmonės bijo prasmegti	19,5	310	
	Žydai pykštasi dėl gražintino turto	9,75	36	
	Dviratininką veržia dopingo žnyplės	5	78,75	Metafora
2006 01 06	Dujos sprogdina valdžią	19	282,75	
	Žmonės neturi kur sumokėti už vandenį	9,75		
	Personalas vadinamas piliečiais	25		
	Valdininkams - kalakutai, vargšams - makaronai	13,5	80,75	Ironija
2006 01 07	V. Uspaskich ginklas - dujos	19,5	282,75	
	Vyras pasiaukojo dėl neįgalių seserų	6	96	
	Angliškas komunizmas lietuvių nesuviliojo	7		
	Tragiška meilės pabaiga	3		
2006 01 09	Valdžia neleidžia gyventi	29,25	240	
	Nežinomi sausio 13 - osios nakties užkulisiai	7,5	135	Metafora
	Patriotizmas. Riteriškas ir kitoks	6,5		
2006 01 10	Istorinė Lietuvos naktis	29,25	240	
	Adamkaus šlepetės - vertos paminklo	10,5	100	
	Lietuva, praradusi gailėstį	3,75	90,25	Metonimija
2006 01 11	Klerkai cenzūroja istoriją	19	250	
	Nelegalams Lietuvoje kuriamas rojus	6,25	118,75	Hiperbolė
	Jie vis dar gyvena "prie rusų"	7,5		
	Nekilnojamojo turto mokestis sukėlė sumaištį	7		
2006 01 12	LNK pelnosi iš vogtų dainų	19,5	273	
	Sausio 13 - osios patriotizmas virto neviltimi	13,5	49,5	
	Turtuolį J. Petraitių pražudė ikonos	5	70	Hiperbolė
2006 01 13	"Laisva Lietuva" išmesta iš istorijos	19,5	260	Hiperbolė
	A. Zuoko likimas - A. Brazausko rankose	11,25	61,75	Metonimija
	LNK gresia milijoniniai ieškiniai	4,75	65	
2006 01 14	Kartūs laisvės vaisiai	29,25	280	Metafora
	"Laisva Lietuva" buvo tautos vienybės simbolis	13,5	47,5	
	Lietuvos žvaigždės smerkia LNK	4,5		
2006 01 16	Lenkai lietuviams atsuko nugarą	19,5	273	Metonimija
	Kauno "Žalgiris" išmetė balastą	8,25	50	
	Lietuvoje - nelegalūs tabako fabrikai	5,25	38,5	
	Neįmanoma misija išsinuomoti butą	5,25		Hiperbolė
2006 01 17	Sužlugdė Europos parama	19,5	282,75	
	Liustracijos procesas virsta raganų medžiokle	7,5	36	Metafora
	"Lietuvos rytas" vėl apšmeižė A. Sabonį	6	82,5	
2006 01 18	"Rubicon" smogė Seimui	19	270	Hiperbolė
	LRT vadovai engia darbuotojus	5,75	92	
	Bankrutavusios mokyklos direktorę prislėgė įtarimai	10,5		
	Valdžia naikina smulkų verslą	6,75		Metafora

2006 01 19	Medikams - smūgis žemiau juostos	19,5	290	Metafora
	Į Lietuvą ateina arktinis šaltis	4,75	82,5	Hiperbolė
	"Rubicon" kaltinimai seimūnams - neįrodomi	12	40,5	
2006 01 20	"Rubicon" skelbia karą Abonentui	19	302,25	Hiperbolė
	Šalčio ataka ima kelti paniką	6,5	108,75	Metafora
	Europa nepasidavė homoseksualų spaudimui	10		Metonimija
2006 01 21	Telšiuose - šaltas pragaras	19	280	Hiperbolė
	Generolo dukros: istorijos sužalotas gyvenimas	6,5	108	
	"Žalgiryje" - NBA veteranas	11	27	
2006 01 23	Dvi paros lediniame mieste	19,5	260	Hiperbolė
	I. Rugovos mirtis Kosovą įstūmė į nežinią	13,5	42	Metonimija
	A. Sabonis treniruojasi	3,25		
	Bronzinis šokėjų sugrįžimas	4	68	Metafora
2006 01 24	Ledo mieste - pirmoji tragedija	19,5	260	
	Aklas ir vienišas gyvenimas speige	14	37,5	Hiperbolė
	J. Brazauskienės namą pasiglemžė ugnis	5,75	108	
2006 01 25	Vaistas nuo Alzheimerio - sauskelnės	19	292,5	
	Į Turiną išlydėti pretendentai į prizininkus	6,75	140	
	Brangs šildymas ir karštas vanduo	5		
2006 01 26	Vargetoms - smūgis įstatymu	19	263,25	Metafora
	A. Zuokas oponentus apgavo kaip vaikus	12	54	Ironija
	Šildymas gali dar pabrangti	4,5	35	
	KGB byloje - V. Adamkaus pavardė	4,5		
2006 01 27	Būstas: pirkti ar atsikratyti?	19	290	
	Prancūzai sugadino Rumšų gyvenimą	5,75	84	
	Panevėžys švaisto pinigus girtuokliams	6	45	Metonimija
2006 01 28	Pinigų melžimo aparatas	19	250	Metafora
	A. Zuokas bandė suvedžioti A. Paulauską	10,5	63	Hiperbolė
	Lietuva - prieš žvaigždes	4,5	27	
2006 01 30	Indėlius susišlavė aferistai	19,5	290	Metafora
	Balandžių paroda virto masine kapaviete	12,75	65	
	Kontrabandininkai - nuteisti, bet nepasodinti	7,5	26	
	Banditai įsiveržė į verslininko namus	4,75		
2006 01 31	Lietuvos pakrašty - šeimos tragedija	19,5	370,5	
	Telšiškiečiai skaičiuoja nuostolius	4,75	68,25	
	Dokumentų klastotės - banko vadovės kabinete	8	32	