

Vilniaus universitetas
TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS

POLITIKOS IR MEDIJŲ MAGISTRO PROGRAMA

AGNĖ ČEPLINSKIENĖ

II kurso studentė

**ŽURNALISTŲ ELGSENOS YPATUMAI
SOCIALINIAME TINKLE PRIEŠ SEIMO RINKIMUS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė: doc. dr. Inga Vinogradnaitė

Vilnius, 2021

MAGISTRO DARBO PRIEŠLAPIS

Magistro darbo vadovės išvados dėl darbo gynimo:

.....
.....
.....

.....

(data)

.....

(v., pavardė)

.....

(parašas)

Magistro darbas įteiktas gynimo komisijai:

.....

(data)

.....

(Gynimo komisijos sekretoriaus/ės parašas)

Magistro darbo recenzentas/ė:

.....

(v., pavardė)

Magistro darbų gynimo komisijos įvertinimas:

.....

Komisijos pirmininkas/ė:

Komisijos nariai:

BIBLIOGRAFINIO APRAŠO LAPAS

Čeplinskienė A. Žurnalistų elgsenos ypatumai socialiniame tinkle prieš Seimo rinkimus: Politikos ir medijų mokslų specialybės, magistro darbas / VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas; darbo vadovė I. Vinogradnaitė. – V., 2021. – 120 p.

Reikšminiai žodžiai: žiniasklaida, žurnalistinė etika, šališkumas, politinė priklausomybė, socialiniai tinklai, socialinės medijos.

Šiuolaikinių medijų amžiuje, kai sparti melagingų naujienų sklaida tampa grėsminga, o tendencingai formuojamų nuomonių daugėja, vis dažniau kalbama apie žurnalistų atsakomybę už objektyvios, patikrintos ir etiškos informacijos sklaidą ne tik profesinėje veikloje, bet ir žurnalistų, kaip privataus asmens, raiškoje viešojoje erdvėje. Darbe keliamą problemą – takoskyra tarp profesinių etikos standartų ir praktinės žurnalistų veiklos socialiniuose tinkluose. Iš to kyla pagrindinis darbo klausimas – jeigu žurnalistų veiklą aiškiai apibrėžia etikos kodeksas, teisės aktai, o viena pagrindinių žurnalistikos vertybių laikomas objektyvumas, nešališkumas, kaip žurnalistų veikla socialiniuose tinkluose tas ribas išplečia ar net pakeičia. Šiame darbe nagrinėjami žurnalistų elgsenos ypatumai socialiniame tinkle „Facebook“ prieš Seimo rinkimus, ypatingą dėmesį skiriant galimai politinės įkrovos turintiems atvejams. Pagrindinis darbo tikslas – išsiaiškinti, kaip socialinės medijos išplečia/keičia žurnalistų profesinės veiklos galimybes ir etikos standartus. Išsamiai analizuojamas visas žiniasklaidos laukas nuo redaktorių iki reporterių, atsižvelgiama į užimamas pareigas, kuriamą turinį, darbo stažą, patirtį, lytį ir žiniasklaidos priemonių įvairovę. Siekiant išžvelgti galimas tendencijas lyginami du priešrinkiminiai laikotarpiai 2016 m. ir 2020 m., kai politinio turinio kiekio tikimybė didžiausia.

Turinys

Įvadas	6
1. Socialinių medijų naudojimas žiniasklaidos veikloje	15
1.1. Socialinių medijų įtaka žiniasklaidos naudojimui	15
1.2. Socialinių medijų išnaudojimo būdai ir žiniasklaidai suteikiamos galimybės	18
2. Žurnalistų elgsenos ypatumai socialiniuose tinkluose	20
2.1. Tyrimo metodologija	20
2.2. Žurnalistų elgsenos ypatumai 2016 m.	26
2.3. Žurnalistų elgsenos ypatumai 2020 m.	37
2.4. Lyginamoji 2016 ir 2020 m. rezultatų analizė	46
2.5. Tyrimo išvados	51
Išvados	53
1 priedas. 2016 m. žiniasklaidos laukas	55
2 priedas. Žiniasklaidos lauko dalyviai 2016 m.	55
3 priedas. 2016 m. žiniasklaidos lauko tyrimas	56
4 priedas. 2016 m. žiniasklaidos lauko tyrimo suvestinė	81
5 priedas. 2016 m. tyrimo suvestinė pagal lytį	82
6 priedas. 2016 m. tyrimo suvestinė pagal darbo stažą	83
7 priedas. 2016 m. tyrimo suvestinė pagal darbo sričių įvairovę	84
8 priedas. 2020 m. žiniasklaidos laukas	85
9 priedas. Žiniasklaidos lauko dalyviai 2020 m.	85
10 priedas. 2020 m. žiniasklaidos lauko tyrimas	86
11 priedas. 2020 m. žiniasklaidos lauko tyrimo suvestinė	112

12 priedas. 2020 m. tyrimo suvestinė pagal lytį	113
13 priedas. 2020 m. tyrimo suvestinė pagal darbo stažą	114
14 priedas. 2020 m. tyrimo suvestinė pagal darbo sričių įvairovę	115
Literatūros sąrašas	116
Summary	118

Įvadas

Politika neatskiriama nuo žiniasklaidos. Žiniasklaida neatskiriama nuo politikos. Tokias tradicijas Lietuva turėjo sovietmečiu. Atgavus nepriklausomybę, Lietuvos žiniasklaida iš esmės turėjo sukurti naujas tradicijas – veikti savarankiškai, autonomiškai, be valdžios įsikišimo ir cenzūros. Vis dėlto pastebima, kad sukurti idealaus, aukščiausius žurnalistikos standartus atitinkančio mechanizmo iki šiol nepavyko. Dalis žiniasklaidos priemonių atstovauja politiniams ir verslo interesams, pasigendama kokybiško turinio, nepaisoma profesionalumo kriterijų, profesinės darbo etikos ir taip toliau. Stebimas ir dar vienas fenomenas – socialinių tinklų įsigalėjimas žurnalistinėje veikloje.

Masinės komunikacijos priemonių įtaka išaugo praėjusį šimtmetį, kuomet žiniasklaida atsirado kaip tarpininkas tarp valdžios institucijų ir visuomenės, o piliečiai tapo svariu politikos veikėju, turinčiu teisę dalyvauti valstybės valdyme. Viena iš veikiančios demokratijos sąlygų yra laikomas piliečių informuotumas, o žiniasklaida kaip sarginis šuo yra laikomas svarbiausiu visuomenės informuotumo garantu. Išsiaiškinus, kaip socialinės medijos, o tiksliau, socialiniai tinklai keičia/papildo žurnalistinės veiklos standartus, principus ir atliepia žurnalisto profesijai apskritai, būtų galima suprasti, ne tik ko reikia siekiant kokybiškesnės, profesionalesnės žiniasklaidos, koku keliu šiandien eina žurnalistika, tačiau būtų galima rasti atsakymą, ko reikia piliečių, kaip pagrindinio valstybės suvereno, informuotumui, politiniam raštingumui gerinti ir demokratijai apskritai.

Vakarų pasaulio tradicijos lėmė tai, kad žiniasklaida viešai skelbia, kokią politinę srovę palaiko. Pavyzdžiui, Prancūzijos „Libération“ ar Britanijos salų „The Guardian“ yra kairieji, o „The New York Times“ yra Amerikos kairesniųjų liberalų dienraštis. Tuo metu Lietuvoje oficialiai nė viena žiniasklaidos priemonė politinių pažiūrų nedeklaruoja. Tai galima įžvelgti tik atidžiai analizuojant redakcijos komentarus arba politinėse reklamose prieš rinkimus. Tačiau socialiniai tinklai pasitarnauja kaip vieša tribūna, iš kurios žurnalistai leidžia sau kur kas atviriau ir tiesiau nei tiesioginio darbo metu savo auditorijai pranešti tam tikrą informaciją, išsakyti savo nuomonę ar netgi mėginti įteigti savo teisumą, akivaizdžiai pasišaipyti iš savo pašnekovų.

Pavyzdžiui, žurnalistinės etikos ir šališkumo klausimas iškilo 2016 m. Seimo priešrinkiminės kampanijos metu, kai LRT laidos vedėjas, žurnalistas Edmundas Jakilaitis nusprendė aplankyti Naujosios Vilnios gyventojus ir paraginti juos balsuoti prieš kandidatą į Seimą Algirdą Paleckį.

Apie tokį savo poelgį žurnalistas paskelbė ir savo socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje¹. E.Jakilaitis pasidalijo įrašu raginančiu nebalsuoti už A.Paleckį, o nuotraukoje pozavo su savanore, rankoje laikančia kitos kandidatės – konservatorių partijos narės Monikos Navickienės rinkiminį bukletą. Taigi akivaizdus E.Jakilaičio noras, kad po antrojo rinkimų turo A.Paleckis nepatektų į Seimą, virto agitacine akcija už jo konkurentę M.Navickienę.

Natūraliai kyla klausimas, kokia yra žurnalisto misija – formuoti ar informuoti visuomenę? Žurnalistų bendruomenė ir visuomenė tuo metu skilo dvi puses – vieni tokį E.Jakilaičio poelgį vertino kaip pilietiškumo išraišką, kiti kaip žurnalistinės etikos principų nepaisymą. Taigi ši situacija iš esmės yra puikus ir tikrai ne vienintelis abejonių keliančios žurnalistų veiklos pavyzdys. Kita vertus, profesinė etika po darbo valandų nesibaigia, kaip ir darbo santykiai su tam tikra redakcija. Tuomet klausimų gali kilti dar daugiau, pavyzdžiui, kas jeigu asmeninė nuomonė kertasi su redakcijos politika, kaip tokie atvejai gali paveikti ir iškreipti žurnalisto viešus pasisakymus socialiniuose tinkluose. Tokios situacijos iš esmės atskleidžia problemos daugiasluksniškumą.

Lietuvos žiniasklaidos veiklą reglamentuoja tokie teisės aktai kaip Lietuvos Respublikos Konstitucija, Visuomenės informavimo įstatymas, Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymas, Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencija, kiti tarptautiniai ir nacionaliniai teisės aktai, Lietuvos visuomenės informavimo kodeksas, taip pat – Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas.

Lietuvos žurnalistų sąjungos (toliau LŽS) Etikos komisija 2010 m. spalį išaiškino, kad žurnalistai negali dalyvauti politinėje/partinėje veikloje, nes ji iš esmės nesiderina su profesine veikla. Pirmiausia dėl to, kad politikoje dalyvaujančiam žurnalistui sunku išvengti interesų konfliktų ir objektyviai vertinti valdžios sprendimus. Taip pat neįmanoma įsivaizduoti nešališko žurnalisto darbo žiniasklaidos priemonėje, kurios redaktoriai, vadovai demonstruoja palankumą kuriai nors politinei grupei. Žurnalisto suverenitas yra skaitytojas, klausytojas, žiūrovas, kuris turi būti tikras, kad jam teikiama informacija yra nešališka.² Taigi žurnalisto dalyvavimas partinėje ar politinėje veikloje kompromituoja ir pačią žiniasklaidą.

¹ Jakilaitis, Edmundas. [žiūrėta 2017 vasario 10 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.facebook.com/edmundas.jakilaitis/posts/1291683964188974>

² Dėl žurnalistų dalyvavimo partinėje-politinėje veikloje (2010 spalio 27 d.). [žiūrėta 2017 kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: http://www.lzs.lt/lt/lzs_etikos_komisija/lzs_etikos_komisijos_sprendimai/p15/del_zurnalistu_dalyvavimo_partineje-politineje_veikloje.html

Siekdami užtikrinti nepriekaištingą žurnalistų reputaciją, 2017 m. „The New York Times“ savo žurnalistams netgi pateikė rekomendacijas, kaip jie turėtų elgtis socialinėse medijose. Viešai nurodyta, kad žurnalistai neturi reikšti politiškai angažuotų nuomonių, remti kandidatų ir skelbti įžeidžiančių komentarų. Prieš paskelbiant bet kokį įrašą netgi siūloma dar kartą įvertinti, ar jis tikrai nesukels abejonių dėl žurnalisto gebėjimo naujienas pateikti nešališkai. Jeigu kokioje nors socialinėje medijoje žurnalistas visgi pateikė klaidingą arba netinkamą pranešimą ir nori tuoj pat jį ištrinti, apie tai rekomenduojama pranešti kitame pranešime.³ Tokių ar bent panašių rekomendacijų, kaip žurnalistai turėtų elgtis socialinėse medijose, Lietuvos redakcijos taip pat yra pateikusias.

2003 m. portalas Delfi.lt pristatė savo etikos kodeksą. Jame numatyta, kad redakcijos darbuotojas gali turėti asmeninius ir profesinius tinklapius ar blogus. Etikos kodekso reikalavimai turi būti taikomi rašant profesinėmis temomis ir taikant žurnalisto tapatybę. Čia taip pat nurodyta, kad savo tinklapyje ar bloge žurnalistas neturi kenkti savo profesiniam prestižui, redakcijos interesams ir atskleisti konfidencialios įmonės informacijos.⁴

Naujienų portalas 15min.lt savo etikos kodekse nurodo, kaip redakcijos darbuotojai turėtų elgtis už redakcijos ribų: „Darbo ir nedarbo metu 15min redakcijos darbuotojai privalo vengti veiksmų, kurie galėtų pakirsti 15min skaitytojų pasitikėjimą jo (jos) sprendimais; redakcijos personalo narys 15min vardu gali kalbėti tik įgaliotas savo vadovo; visi 15min žurnalistai raginami atskleisti savo tapatybę, reikšdami nuomones internetiniuose žiniasklaidos kanaluose ir socialiniuose tinkluose; 15min viešąsias socialinių tinklų paskyras traktuoja kaip viešąją erdvę ir laisvai prieinamą informacijos šaltinį; jose žurnalistai veikia, vadovaudamiesi žurnalistų etiką reglamentuojančiais teisės aktais ir šiuo kodeksu, skelbdami informaciją iš socialinių tinklų asmeninių paskyrų, žurnalistai įvertina, ar yra viešasis interesas tokiai informacijai gauti ir ją skelbti, prieš skelbdami informaciją iš socialinių tinklų viešų ir asmeninių paskyrų, redakcijos darbuotojai privalo patikrinti jos atitiktį tikrovei.“⁵

³ The Times Issues Social Media Guidelines for the Newsroom (2017 spalio 13 d.). [žiūrėta 2017 gruodžio 20 d.].

Prieiga per internetą: <https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html>

⁴ Garbačiauskaitė-Budrienė, Monika. DELFI pristato savo etikos kodeksą (2013 rugsėjo 18 d.). [žiūrėta 2020 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/delfi-pristato-savo-etikos-kodeksa.d?id=62344011>

⁵ Etikos kodeksas. [žiūrėta 2020 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.15min.lt/etikos-kodeksas>

LRT žurnalistų bendruomenė nuo 2019 m. oficialiai vadovaujasi naujai sukurtu profesinės etikos kodeksu, kuris turėtų ne tik padėti visuomeniniam transliuotojui siekti aukščiausių profesinių standartų, bet ir papildyti Lietuvos visuomenės informavimo etikos kodeksą.⁶

Svarbu atkreipti dėmesį, kad būtent šiame LRT etikos kodekse aiškiai apibrėžta žurnalistų veikla socialiniuose tinkluose. Kodeksas įpareigoja žurnalistus itin kritiškai vertinti socialiniuose tinkluose matomą informaciją ir tuo pačiu prieš viešai skelbiant tam tikrą informaciją ją dar kartą patikrinti, įvertinti. Be to, siekiant užtikrinti žurnalistų nešališkumą, pabrėžtina, kad jie negali reklamuoti jokių produktų ar paslaugų, išskyrus atvejus, kai tokio pobūdžio informacija siekiama socialinių ar humanistinių tikslų ar reklamuojant žurnalistų sukurtą kūrinį ar LRT. Kodekso nuostatų pažeidimams nagrinėti sudaryta LRT žurnalistų etikos komisija iš 7 narių. Savus etikos standartus turi BNS, „Verslo žinios“ ir kitos redakcijos. Nuo 2016-ųjų žurnalistų veiklą socialiniuose tinkluose reglamentuoja ir Visuomenės informavimo etikos kodeksas.

Visuomenės informavimo kodeksas priimtas 1996-aisiais, keistas 2005-aisiais. 2016 m. Visuomenės informavimo etikos asociacija priėmė Visuomenės informavimo etikos kodeksą⁷, kuris atiboja žurnalistiką nuo partinės priklausomybės, ragina skelbti tik patikrintą informaciją. Jame numatyta, kad žurnalistas ne tik savo profesinėje veikloje, bet ir po darbo valandų, pavyzdžiui, reikšdamas savo nuomonę socialiniuose tinkluose ar kitur, turi laikytis Etikos kodekso. Naujas Visuomenės informavimo etikos kodeksas, pakeitęs du dešimtmečius galiojusią redakciją, numato, kad žurnalistai turi kritiškai vertinti socialinių tinklų informaciją, kai skelbia nepatikrintą ar nepatvirtintą informaciją. Visgi teorija nuo praktikos skiriasi.

Remiantis naujausia žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos veiklos ataskaita, 2019 m. išsiskyrė rekordiškai daug gautų skundų – 380. Inspektoriaus tarnyba pastebi, kad skundų dėl internete, o ypač socialiniuose tinkluose, skelbiamos informacijos daugėja (pavyzdžiui, skundų dėl feisbuke paskelbtos informacijos 2019 m. gauta 94, 2018 m. – 61). Dauguma jų yra dėl asmens duomenų tvarkymo pažeidimų, asmens garbės ir orumo pažeidimų, teisės į privataus gyvenimo apsaugą pažeidimų, kitų visuomenės informavimo principų (informaciją teikti teisingai, tiksliai ir nešališkai, laikytis pagarbos kitam žmogui, nuomonę reikšti sąžiningai ir etiškai) nesilaikymo.⁸

⁶ LRT žurnalistų etikos kodeksas. [žiūrėta 2020 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: https://apie.lrt.lt/storage/app/media/LRT%20Dokumentai/LRT%20žurnalistų%20etikos%20kodeksas_galutinė%20versija.pdf

⁷ Lietuvos visuomenės informavimo etikos kodeksas (2016). [žiūrėta 2020 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą <https://www.etikoskomisija.lt/teisine-informacija/etikos-kodeksai/item/215-visuomenes-informavimo-etikos-kodeksas>

⁸ Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos 2019 metų veiklos ataskaita. Vilnius, 2020 kovo 31 d. [žiūrėta 2020 gruodžio 20 d.]. Prieiga per internetą: http://zeit.lt/data/public/uploads/2020/04/2019-metu_-veiklos-ataskaita.pdf

Šiandien, kai socialinės medijos suteikia galimybę piliečiams informaciją gauti iš pirmų lūpų, žurnalisto atsakomybė tapti tuo, kuris neleidžia pasiklysti informacijos sraute ir turinyje. Tačiau pastebima, kad žurnalistai vis aktyviau reiškia asmeninę nuomonę apie politinius procesus, pasisako įvairiais politiniais klausimais. Natūraliai kyla klausimas, kas, jeigu tiesos orientyras nėra objektyvus, kas, jeigu kiekvienas žodis, viešas pasisakymas turi tam tikrą politinę įkrovą?

Taigi šio darbo problema – takoskyra tarp profesinių žurnalistikos etikos standartų ir praktinės žurnalistų veiklos socialiniuose tinkluose. Iš to kyla pagrindinis darbo klausimas – jeigu žurnalistų veiklą aiškiai apibrėžia etikos kodeksas, teisės aktai, o viena pagrindinių žurnalistikos vertybių laikomas objektyvumas, nešališkumas, kaip žurnalistų veikla socialiniuose tinkluose tas ribas išplečia ar net pakeičia.

Nors pastaruoju metu vis pasigirsta prognozių apie socialinių tinklų pabaigos pradžią, skaičiai rodo ką kita. Naujausia 2020 m. paviešinta ataskaita rodo, kad socialiniai tinklai pasiekė naujas aukštumas: jų auditorija siekė 3,96 mlrd. žmonių, o tai reiškia, kad socialiniais tinklais naudojasi daugiau nei pusė žemės gyventojų. Pačiu populiariausiu socialiniu tinklu pasaulyje išlieka „Facebook“.⁹

Rinkos lyderis „Facebook“ šiuo metu turi daugiau nei 2,7 mlrd. aktyvių vartotojų per mėnesį. Suvokiant, kad kai kuriuose šalyse „Facebook“ yra blokuojamas, statistikos mastai atrodo iškalbingai. Antroje vietoje šiuo metu yra „Youtube“, turintis 2 mlrd. vartotojų, ir feisbukui priklausanti platforma „WhatsApp“, taip pat turinti 2 mlrd. vartotojų.¹⁰ Tuo metu Lietuvoje 2020 m. gruodį buvo 1,9 mln. „Facebook“ vartotojų, o tai sudarė 70,1 proc. visų gyventojų. Daugiausia naudotojų yra moterys (55,6 proc.), o didžiausia vartotojų grupė yra 25-34 m. žmonės.¹¹

Žiniasklaidos priemonės aiškiai suvokia socialinių tinklų nešamą naudą, galimybes ir aktyviai veikia socialiniuose tinkluose. Remiantis naujausia statistika, daugiausia sekėjų feisbuke turi naujienų portalas 15min.lt (599 tūkst.), Delfi.lt (568 tūkst.), Lrytas.lt (529,4 tūkst.), TV3 televizija

⁹ Kemp, Simon. More than half of the people on earth now use social media (2020 liepos 21 d.). [žiūrėta 2020 gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <https://datareportal.com/reports/more-than-half-the-world-now-uses-social-media>

¹⁰ Most popular social networks worldwide as of October 2020m ranked by number of active users. [žiūrėta 2020 gruodžio 17 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

¹¹ Facebook users in Lithuania (2020 gruodis). [žiūrėta 2020 sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-lithuania/2020/12>

(398 tūkst.), M-1 (377 tūkst.).¹² Atsižvelgiant į šio socialinio tinklo populiarumą Lietuvoje ir visame pasaulyje buvo nuspręsta darbo objektu pasirinkti žurnalistų įrašus asmeninėse socialinio tinklo „Facebook“ paskyrose.

Šio darbo tikslas – išsiaiškinti, kaip socialiniai tinklai išplečia/keičia žurnalistų profesinės veiklos galimybes ir standartus. Šiam tikslui pasiekti darbe keliami šie uždaviniai:

1. Žvelgiant iš žurnalistinės veiklos perspektyvos, nustatyti socialinių tinklų mechanizmus ir galimas poveikio teorijas;
2. Ištirti, kokią informaciją žurnalistai skelbia savo asmeninėse „Facebook“ paskyrose, ypatingą dėmesį skiriant galimai politinės įkrovos turintiems atvejams;
3. Įvertinti, kaip socialiniai tinklai išplečia/papildo, o gal net keičia žurnalistų misiją ir veiklos principus.

Tyrimo metodologija sudaroma atsižvelgiant į keletą svarbių kriterijų, kurie iš esmės padėtų ištirti viso žiniasklaidos lauko situaciją. Pirmiausia respondentai atrenkami pagal žiniasklaidos priemonių įvairovę – televizijos, radijo, spaudos, interneto, naujienų agentūrų, socialinių medijų. Toliau konkrečioms žiniasklaidos priemonėms taikomi specifiniai reikalavimai: televizijos bendrovės renkamos pagal žiūrimumą (TV3, LNK, LRT, Lietuvos ryto TV), radijo – klausomumą (M1, LRT radijas, Radiocentras, Žinių radijas), spaudos – skaitomumą ir specifiškumą (dienraštis „Lietuvos rytas“, „Verslo žinios“, žurnalai „IQ“ ir „Valstybė“), naujienų portalai – populiarumą (15 min.lt, Delfi.lt, Lrytas.lt), naujienų agentūros – BNS ir ELTA, socialinės medijos – „YouTube“ video platforma.

Siekiant apimti visą žiniasklaidos lauką, respondentai atrenkami pagal šiuo metu užimamas pareigas nuo redakcijai vadovaujančių iki informaciją renkančių grandžių: išskiriami vyr. redaktoriai, redaktoriai, laidų vedėjai, apžvalgininkai, reporteriai/žurnalistai. Svarbu paminėti tai, kad vienas svarbiausių atrankos kriterijų renkantis respondentus buvo žurnalistų kuriama vertė įmonėje, t.y. žurnalistas turi būti dirbantis ne pramoginiame formate, o informaciniame, besidomintis politika, šalies aktualijomis.

Toliau potencialių respondentų ratas išplečiamas atsižvelgiant į jų patirtį. Manoma, kad tyrime naudinga atsižvelgti į tai, ar žurnalistas yra dirbęs tik žiniasklaidoje ar turi kitos patirties,

¹² Facebook Pages Stats in Lithuania. [žiūrėta 2020 gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/lithuania>

pavyzdžiui, viešųjų ryšių, reklamos, politikos ar kitose srityse. Taip pat manoma, kad tam tikrą elgseną socialiniuose tinkluose gali nulemti ir sukauptas stažas sovietmečiu, todėl potencialių respondentų sąrašas dar išplečiamas į tuos, kurie žiniasklaidoje dirbo dar iki Lietuvos nepriklausomybės ir tik nepriklausomybės metais. Galiausiai žurnalistai atrenkami pagal lytis.

Šiame darbe bus tiriami žurnalistų įrašai, „Facebook“ paskelbti priešrinkiminiu laikotarpiu nuo 2016 m. liepos 16 iki spalio 23 – pakartotinio balsavimo pabaigos rinkimų apylinkėse.¹³ Taip pat bus tiriami žurnalistų įrašai praėjus ketveriems metams – prieš 2020 m. Seimo rinkimus. Įrašai bus tiriami nuo 2020 m. liepos 20 iki spalio 25. Laikas prieš pat rinkimus pasirinktas neatsitiktinai. Tikimasi, kad šis laikotarpis padėtų objektyviausiai nustatyti galimai šališką žurnalistų poziciją, siekį palaikyti vieną ar kitą politinę pusę, sprendimus, geriausiai padėtų atskleisti žurnalistų polinkį kurti tam tikrą nuomonę, naratyvą apie kai kurias partijas ir kandidatus į Seimą.

Tiesa, atliekant tyrimą svarbu suvokti, kad šališkumas nebūtinai reiškiasi per savo politinės pozicijos deklaravimą t.y. sudėtinga ir vargiai įmanoma nustatyti politinę poziciją, kai, pavyzdžiui, ji specialiai nutylima, arba pasitelkiamos kitos galimos strategijos, kai formaliai pateikta informacija atrodo objektyvi, tačiau realiai yra šališka. Maža to, neretai žurnalistai naudoja klišes, kurios bent jau Lietuvoje – nekvestionuojamos, todėl tarsi ir neturi politinio krūvio, nors iš tiesų yra priešingai. Todėl turinio analizė būtų naudinga problemai atskleisti, patvirtinti arba paneigti.

Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas gana aiškiai nurodo kriterijus, keliamus žurnalistui ir viešosios informacijos rengėjui. Jis turi skelbti tiksliai, teisingas žinias bei įvairias nuomones; negali skleisti nuomonių, kurios pažeistų teisę ir etiką; turi kritiškai vertinti savo informacijos šaltinius, atidžiai ir rūpestingai tikrinti faktus, remtis keliais šaltiniais; informaciją turi rinkti ir skelbti tik etiškais ir teisėtais būdais. Išlyga skelbti nepatikrintą informaciją numatyta tik įvertinus viešąjį interesą ir nurodant, kad tokia informacija nėra patikrinta. Taip pat išskiriami vien tik žurnalistų profesinei bendruomenei svarbūs principai: žurnalistas turi atsisakyti viešosios informacijos rengėjo ar jo vadovo užduoties, jeigu ši prieštarauja šalies įstatymams, žurnalistų etikai bei jo įsitikinimams; žurnalistas turi būti profesionaliai pasirengęs; taisyklingai kalbėti, laikytis kalbos kultūros taisyklių; žurnalistas turi teisę atsisakyti rengti reklamą; žurnalistas neturi reklamai naudoti savo vardo, atvaizdo ir balso, išskyrus tuos atvejus, kai tokia reklama siekiama humanitarinių tikslų; vykdydamas savo veiklą žurnalistas neturi teisės priimti

¹³ 2016 m. spalio 9 d. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų organizavimo grafikas. [žiūrėta 2017 spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: https://www.vrk.lt/documents/10180/608073/2016_Grafikas_v1.pdf/44975c13-97c1-48dc-86fe-da9cc5356f18

jokių kitų įsipareigojimų, išskyrus profesinius įsipareigojimus viešosios informacijos rengėjui; žurnalistas neturi teisės priimti dovanų, mokamų kelionių, apmokamų atostogų ir kitokio įsiteikimo, kuris gali pakenkti jo priklausomumui.¹⁴

Abejonės dėl žurnalistų darbo objektyvumo pasėtos 7-ajame ir 8-ajame dešimtmečiais. Objektyvumo šalininkai aiškina, kad objektyvumas yra ne kas kita kaip informacijos pateikimo būdas ar stilius – kitaip tariant, jeigu žurnalistas sistemingai renka informaciją, aiškiai pateikia surinktą medžiagą tarsi aprašydamas įvykį taip, kad skaitytojas tarsi pats galėtų stebėti įvykį kiek įmanoma platesniu kampu, tuomet medžiagą galima laikyti nešališka.¹⁵

Kita akademinio ginčo pusė tvirtina, kad žurnalistinis objektyvumas laikomas garbingu dalyku, tačiau praktiškai nepasiekiamu, nes žurnalistika iš esmės yra subjektyvi veikla – žurnalistui tenka išrinkti, susisteminti faktus ir jais manipuliuoti; žurnalistas taip pat turi jausmus, išankstines nuostatas. Vadinas, visuomenei yra pateikiamos subjektyvios ir paviršutiniškos naujienos. To priežasčių esama ir daugiau: laiko trūkumas, konkurencija, žiūrovų spaudimas, autocenzūra, reikiamo pašnekovo nesutikimas duoti informacijos ir taip toliau – visa tai neleidžia žurnalistinio pranešimo nekvestionuojamai laikyti moksline prasme objektyviu.¹⁶

Kitaip tariant, žurnalistinis objektyvumas yra siektina, nors ir sunkiai pasiekama ir įgyvendinama realybė, o svarbiausia siekiant objektyvumo neturi ir negali būti eliminuotas pamatinis demokratijos pamatas – politinė ir kartu ekonominė laisvė.¹⁷

Žiniasklaidos, politikos ir socialinių medijų santykį Lietuvoje išsamiai tyrinėja Lauras Bielinis, Laima Nevinskaitė, Renata Stonytė, Andrius Vaišnys, Deimantas Jastramskis, Žygintas Pečiulis, Andrius Šuminas ir kiti. Žiniasklaidos lauko santykį su politikos lauku magistriniame darbe yra nagrinėjusi Džina Donauskaitė. Naudodama Bourdieu lauko teoriją, autorė nustatė, kaip žiniasklaidos elitas suvokia santykį su politikos lauku, ir išskyrė tris suvokimo pozicijas: 1) politikos žurnalistika kaip visavertė politikos lauko dalyvė, 2) politikos žurnalistika kaip aktyvi pilietinė institucija ir 3) politikos žurnalistika kaip visiškai autonomiška nuo politikos lauko institucija. Tiesa, tyrime buvo kalbinami tik 6 žiniasklaidos atstovai, todėl kyla klausimas, kiek tai atspindi situaciją visoje Lietuvoje.

¹⁴ Sprendimas dėl naujos redakcijos Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodekso paskelbimo (2005). [žiūrėta 2020 gruodžio 1 d.] Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.257884?jfwid=rivwzvvpvg>

¹⁵ Dennis, Merrill, 97-109

¹⁶ Pečiulis, 1997: 191-193, 259-260

¹⁷ McQuail, 2000, 172-175

Taigi šiame magistro darbe bus išsamiai tyrinėjamas žiniasklaidos laukas socialiniame tinkle. Darbo naujumas pasižymi tuo, kad siekiama išanalizuoti visų žiniasklaidos lauko dalyvių elgsenos ypatumus politinio sezono piko metu ir įvertinti, kuo praktinė žurnalistų veikla socialiniuose tinkluose skiriasi nuo deklaruojamų vertybių. Pirmiausia bus apžvelgiamas socialinių medijų naudojimas žiniasklaidos veikloje, aptariami socialinių medijų veikimo mechanizmai, galimos poveikio teorijos žiniasklaidos naudojimui, jų išnaudojimo būdai ir suteikiamos galimybės. Antroje magistro darbo dalyje bus tiriamos žurnalistų paskyros feisbuke. Norint pastebėti tam tikras tendencijas ir ypatumus, paskyros bus analizuojamos dviem skirtingais laikotarpiais: 2016 ir 2020 metais. Tuomet bus lyginami rezultatai ir konstatuojamos tyrimo išvados. Galiausiai įvertinus teorinį pagrindą ir gautus tyrimo rezultatus bus aprašomos magistro darbo išvados.

1. Socialinių medijų naudojimas žiniasklaidos veikloje

Išpopuliarėjusios socialinės medijos tapo iššūkiu tradicinėms žiniasklaidos priemonėms. Norėdamos išlikti konkurencingomis, šiandien žiniasklaidos organizacijos, nori to ar nenori, negali ignoruoti naujovių. Jos privalo prisitaikyti prie socialinių medijų diktuojamos naujos realybės.

Socialinių tinklų atsiradimas pirmiausia neatsiejamas nuo technologinės socialinių medijų platformos – žiniatinklio web2.0 sukūrimo, kuris leidžia daugiakryptę komunikaciją, kitaip tariant, tekstus, nuotraukas, vaizdo įrašus gali kelti bet kas, jais dalintis, redaguoti, ištrinti. Šios galimybės neabejotinai daro poveikį žiniasklaidos objektams.

1.1. Socialinių medijų įtaka žiniasklaidos naudojimui

Iki šiol mokslininkai vieningos nuomonės, kokį poveikį internetas daro tradicinėms žiniasklaidos priemonėms, neturi. Tačiau išskiriami du esminiai požiūriai: vieni tvirtina, kad internetas papildė tradicinę žiniasklaidą¹⁸, kiti pastebi, kad internetas iš esmės pakeičia tradicinę žiniasklaidą¹⁹.

Pirmuoju atveju kalbama apie tai, kad iš esmės auditorijos tikslai ir poreikiai daro kur kas didesnę įtaką žinių gavimo procesams nei, pavyzdžiui, konkrečios žiniasklaidos priemonės ir jų kanalai.²⁰ Kitaip tariant, vartotojai patys pasirenka, kur, kaip ir kokią informaciją jie nori gauti. Antruoju atveju kalbama apie pakeitimo efektą, kai socialinės medijos mažina tradicinės žiniasklaidos vartojimą.²¹ Šį požiūrį patvirtina laikraščių tiražų mažėjimas visame pasaulyje, socialinių medijų kaip nuolatinio pastovaus naujienų šaltinio išpopuliarėjimas.

Esama ir visai radikalių požiūrių. Pavyzdžiui, kad atsiradus ir išpopuliarėjus socialiniams tinklams žiniasklaida apskritai eliminuojama, nes politikams suteikiama galimybė tiesiogiai pasiekti elektoratą ir betarpiškai su juo komunikuoti.²²

¹⁸ Dutta-Bergman, 2004

¹⁹ Mitchelstein, Boczkowski, 2010

²⁰ Dutta-Bergman, 2004

²¹ Mitchelstein, Boczkowski, 2010

²² Young Kim, Nicholas Geidner, *Politics as Friendship: The Impact of Online Social Networks on Young Voters' Political Behavior*. Canada, 2008. [žiūrėta 2017 gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: http://www.allacademic.com/meta/p233811_index.html

Apžvelgiant socialinių tinklų ir žiniasklaidos santykį, ko gero, neįmanoma aplenkti paties mediatizacijos proceso, kai stebima medių integracija ir didėjanti įtaka, pavyzdžiui, visuomenei, kuri iš esmės tampa priklausoma nuo medių²³. Mediatizacijos procesas neatsiejamas nuo globalizacijos, modernizacijos, individualizacijos. Pastebima, šiame kontekste žiniasklaida eina profesionalizacijos, komercializacijos ir technologinių pokyčių link.

Dėl besikeičiančios tikrovės neabejojama. Klausimų kyla kur link tai veda – evoliucijos ar revoliucijos. Teoretikai mato ženklus pokyčius informacijos ir turinio sklaidos procesuose. Žiniasklaida nebėra pagrindinis informacijos šaltinis, nes naujienos pasiekia per draugus, pažįstamus, sekamus autoritetus ir nuomonių lyderius socialiniuose tinkluose.²⁴ Taigi pasyvi auditorija, kuri tradiciškai įsitaiso prie televizoriaus ar varto laikraštį dabar tampa aktyvia turinio kūrėja. Įprastą tradicinės žiniasklaidos ir medių veikimo principą „vienas – daugeliui“ socialiniai tinklai, kaip socialinė medija, keičia į „daugelis – daugeliui“ arba „vartotojas – vartotojui“²⁵.

Kai kurie autoriai, pavyzdžiui, L.Rainie, B.Wellman, kalba apie trigubą socialinių tinklų revoliuciją. Visų pirma todėl, kad socialiniai tinklai suteikė viena vertus – naujų galimybių, pavyzdžiui, užmegzti daugiau įvairių ryšių, santykių, parodyti, išreikšti save. Visų antra, internetas suteikė naujų informacijos rinkimo galimybių. Be to, vartotojai gali būti patys turinio kūrėjai, transliuotojai, publikuotojai. Ir trečia, mobilios technologijos leidžia informacija dalytis bet kuriame pasaulio krašte. Ši triguba revoliucija įgalino tinklinį individualizmą, kuomet žmonės labiau veikia ne kaip tam tikros bendruomenės nariai, o individai.

Pradedama diskutuoti apie šios trigubos revoliucijos naudą ir žalą. Teoretikai svarsto, kad viena vertus, internetas padeda palaikyti glaudesnius ryšius su tais žmonėmis, kurie gyvena toli, socialiniai tinklai keičia socialinę rutiną – palaikyti ryšį galima kur kas aktyviau; tinkliniai individai gali būti geriau išgirsti, o jų nuomonę gali girdėti platesnė auditorija; išnyko ribos tarp informacijos, komunikacijos ir veikimo, t.y. sprenddami tam tikras problemas žmonės ieško panašią patirtį turinčių žmonių, pavyzdžiui, įsigyję produktą tampa ekspertais – internete gali pareikšti nuomonę apie jį; tinkle individai gali keisti, modeliuoti savo identitetą ir parodyti skirtingą savo veidą, priklausomai nuo gyvenimo būdo, hobių, darbo interesų; pats darbas tampa mažiau formalus, komunikacija per socialinius tinklus labiau horizontali nei vertikalė; darbo organizavimas labiau paskirstytas

²³ Esser, 2013

²⁴ Evans, 2008

²⁵ Solis, 2009

erdviškai, visi dokumentai saugomi duonbazėse, talpinami socialinių tinklų grupėse ir panašiai, todėl darbuotojai gali bet kada juos pasižiūrėti.

Kita vertus, pastebima, kad namai ir darbas yra persipynę labiau nei bet kada anksčiau — žmonės dirba iš namų; pažeista riba tarp viešo ir privataus gyvenimo: kalbėjimas mobiliuoju telefonu viešose vietose arba asmeninio kompiuterio naudojimas kavinėse tampa pusiau viešu reiškiniu; kyla nauji lūkesčiai ir realijos apie skaidrumą, prieinamumą ir privatumą, žmonės renkasi, kokią informaciją skelbti apie save, kokios ne, ar pasitikėti vieni kitais, atsiranda daugiau netikrumo, ar galima pasitikėti šaltiniu.²⁶

Panašios tendencijos pastebimos ir pačioje žiniasklaidoje. Kai kurie mokslininkai pastebi, kad neoliberalizmas ir dereguliacija Vakarų žiniasklaidos sistemose ėmė stumti žiniasklaidą link verslo ir pramogų pasaulio, toliau nuo politikos. Dėl komercinių aspektų dažnai nebepakankamai aiškiai ir plačiai nušviečiama reali situacija, mažėja susidomėjimas politika, vietoj to svarbesnės tampa asmeninės politikų gyvenimo smulkmenos ir taip toliau. Kita vertus, susiduriama su greitai vertės netenkančios informacijos problema. Vieną kartą auditoriją pasiekusi informacija iš esmės praranda savo vertingumą. Informacijos vertė mažėja ir tuomet, kai ji skleidžiama ne laiku ir ne efektyviausiu būdu.²⁷

Nors šiuolaikinė visuomenė iš esmės turi galimybę ne tik pasirinkti, kokiomis priemonėmis, būdais, kanalais, kokią informaciją gauti, tai nereiškia, kad žmonės yra geriau informuoti. Pavyzdžiui, kai kas gali būti sąmoningai nepaskelbiama dėl savicenzūros, nuosavybės, verslo santykių ir pan. Arba dėl didžiulio informacinio srauto vartotojai gali tiesiog nepastebėti²⁸. Tokiomis sąlygomis, kai gaunama daugiau informacijos nei įmanoma suvartoti, pradedama galvoti apie informaciją kaip foninį triukšmą, kai žmogus informaciją tiesiog skenuoja, nesigilindamas į turinį, kai ką visai praleisdamas²⁹. Kita vertus, socialinės medijos suteikia galimybę vartotojams filtruoti informaciją. Tačiau tokios galimybės vertinamos dviprasmiškai. Žvelgiant optimistiškai, tai leidžia gauti tas žinias, kurios iš tiesų domina. Vis dėlto tokia suteikiama laisvė gali ugdyti vartotojus, o ne piliečius.³⁰

²⁶ L.Rainie, B.Wellman, 2012

²⁷ Lavine, Wackman, 1988

²⁸ Ramonet, 1999

²⁹ Eriksen, 2004

³⁰ Sunstein, 2001

Taigi rodo, kad žiniasklaidai kaip piliečių informuotumo garantui demokratinėse šalyse kyla grėsmė, nes rūpinamasi ne viešosios nuomonės formavimu ar sarginio šuns funkcija, o kaip parduoti daugiau, kaip tapti žiūrimiausiaisiais, skaitomiausiaisiais, klausomiausiaisiais.

1.2. Socialinių medijų išnaudojimo būdai ir žiniasklaidai suteikiamos galimybės

Klasikinėje komunikacijos teorijoje³¹ žiniasklaida atlieka darniam visuomenės funkcionavimui reikalingą vaidmenį. Teoriškai spauda, radijas, televizija kaip medijos priskiriamos masinės žiniasklaidos priemonės, kurių svarbiausi bruožai – galimybė perduoti informaciją, skatinti visuomenę dalyvauti demokratiniuose procesuose išreiškiant savo nuomonę.³² Dabar jau kalbama apie naująsias medijas, kurios apibrėžia priemones ir kanalus, leidžiančius vartotojams kurti, platinti savo autorinį turinį, sukuriat interaktyvaus dalyvavimo galimybę³³. Būtent šiam terminui priskiriami ne tik skaitmeninės medijos, pavyzdžiui, el. paštas, tinklaraščiai, blogai, kompiuteriniai žaidimai ir t.t., bet ir socialiniai tinklai.

Tradicinę žiniasklaidą ir socialines medijas mokslininkai dažniausiai lygina pagal 9 kriterijus (pagal juos išryškinami vienu ir kitų panašumai bei skirtuma): vartotojų įsitraukimo laispmę; auditorijos pasiekiamumą; medijų prieinamumą; naudojimosi patogumą; turinio naujumą ir kintatumą t.y. galimybę keisti, papildyti, atnaujinti; auditorijos vaidmenų kintatumą, kai žmogus gali būti ir kūrėjas, pranešėjas ir auditorijos dalis; tarpusavio sąsajas (grotažymes, nuorodos ir t.t.); bendruomeniškumą, kai informacijos vartotojai gali komunikuoti tarpusavyje³⁴. Pagal šiuos kriterijus socialinės medijos neabejotinai pranašesnės už tradicinės žiniasklaidos priemones.

Prie naujos realybės turinti prisitaikyti žiniasklaida privalo ieškoti naujų būdų, kaip žengti koja kojon su laiku ir technologijomis. Atsiranda nauja žiniasklaidos rūšis – online žurnalistika, kuriai būdingas intertekstualumas, interaktyvumas ir multimedialumas. Online žurnalistiką galime suprasti kaip naują redakciją, darbo vietas žurnalistams. Tačiau taip pat galima galvoti ir kaip apie naują atskirą profesionalizmo tendenciją.³⁵ Pirmiausia todėl, kad hiperteksto sistema įvairaus tipo

³¹ H. Lasswell, C. Wright Mills

³² James, 2002

³³ Manovich, 2009

³⁴ Vincas Grigas, Andrius Šuminas, kt. Šiuolaikinės medijos ir informacija. Požeminiai garažai Google karalystėje, Vilnius, 2016, 114-115

³⁵ Deuze, 2003

dokumentus paverčia prieinamais daugeliui, leidžia dalytis turiniu, nuorodomis ir panašiai. Kita vertus, gali atsirasti problemų dėl autorių teisių, etikos.

Multimedialumas daugiausia grindžiamas technologine pažanga, kuri suteikia galimybę informaciją pateikti skirtinguose formatuose (pavyzdžiui, kompiuteryje, mobiliuosiuose telefonuose, „Ipaduose“). Tai iš esmės praplečia žiniasklaidos naudojimo galimybes. Iš kitos pusės, praplečiamos pačios žiniasklaidos galimybės dalintis tekstu, vaizdais, tiesiogiai transliuoti, bendrauti su auditorija ir visa tai daryti vienu metu.

Socialinės medijos iš esmės suteikia galimybę žurnalistams pasiekti didesnę auditoriją t.y. būti ten, kur yra esami ir potencialūs skaitytojai, žiūrovai ar klausytojai. Pavyzdžiui, socialiniuose tinkluose žiniasklaidos organizacijos gali kurti savo puslapius ir dalintis kuriamu turiniu ir nuorodomis, kuriomis galima pritraukti auditoriją į kitas virtualias prieigas.³⁶ Kita vertus, suteikiama galimybė pačiai auditorijai įsitraukti į turinio kūrimą.

Interaktyvumas iš esmės žurnalistams leidžia skirtingais būdais pristatyti naujienas, jas papildyti, pataisyti, tuo metu vartotojas vėlgi nėra tik informacijos gavėjas, jis gali reikšti nuomonę, komentuoti. Taip sugriaunamas tradicinis modelis, paremtas „Aš rašau, tu skaitai“ principu. Tai suteikia galimybę ne tik tiesioginio bendravimo galimybę, bet ir progą užmegzti artimesnį kontaktą su savo auditorija, parodyti „žmogiškąjį veidą“.

Tokį bendravimą su auditorija žiniasklaidos priemonės gali išnaudoti ir kitiems tikslams. Pavyzdžiui, stiprinti žiniasklaidos priemonės prekės ženklą, didinti jos žinomumą. Tai itin vertinga ne tik kovoje su kitais žiniasklaidos lauko dalyviais, organizacijomis, tačiau ir konkuruojant dėl žmonių dėmesio skirtingais medijų kanalais.³⁷ Kita vertus, žiniasklaidoms priemonėms svarbu turėti autoritetingus, išskirtiniu profesionalumu ir charizma pasižyminčius žurnalistus, kurie didintų kuriamo turinio vartojimą, domėjimąsi kitu žiniasklaidos priemonės turiniu. Taigi socialinės medijos iš esmės suteikia galimybę kurti bei stiprinti ir pačių darbuotojų prekės ženklą.³⁸

³⁶ Šuminas, Andrius. Socialinių medijų naudojimo galimybės žiniasklaidos veikloje. In Žiniasklaidos atskaitingumas ir žurnalisto atsakomybė. p. 96

³⁷ Ten pat

³⁸ Ten pat

2. Žurnalistų elgsenos ypatumai socialiniuose tinkluose

2.1. Tyrimo metodologija

Tyrimo metodologija sudaroma atsižvelgiant į keletą svarbių kriterijų, kurie iš esmės padėtų ištirti viso žiniasklaidos lauko situaciją. Pirmiausia respondentai atrenkami pagal **(1) žiniasklaidos priemonių įvairovę** – televizijos, radijo, spaudos, interneto, naujienų agentūros. Toliau konkrečioms žiniasklaidos priemonėms taikomi specifiniai reikalavimai: televizijos bendrovės renkamos pagal žiūrimumą (TV3, LNK, LRT, Lietuvos ryto TV), radijo – klausomumą (M1, LRT radijas, Radiocentras, Žinių radijas), spaudos – skaitomumą ir specifiškumą (dienraštis „Lietuvos rytas“, „Verslo žinios“, žurnalai „IQ“ ir „Valstybė“), naujienų portalai – populiarumą (15 min.lt, Delfi.lt, Lrytas.lt), naujienų agentūros – BNS ir ELTA. Taip pat svarbu įtraukti ir tai, be ko šiuolaikinis gyvenimas neįsivaizduojamas – tai socialinę mediją. Tyrimui pasirinkta video platforma „Youtube“ ir čia veikianti alternatyvi internetinė televizija „Laisvės TV“.

Siekiant apimti visą žiniasklaidos lauką, respondentai atrenkami pagal šiuo metu užimamas **(2) pareigas** nuo vadovaujančių iki informaciją renkančių grandžių: išskiriami vyr. redaktoriai, redaktoriai, laidų vedėjai, apžvalgininkai, reporteriai/žurnalistai. Svarbu paminėti tai, kad vienas svarbiausių atrankos kriterijų renkantys respondentus buvo žurnalisto **(3) kuriama vertė įmonėje**, t.y. žurnalistas turi būti dirbantis ne pramoginiame formate, o informaciniame, besidomintis politika, šalies aktualijomis.

Vykdam atranką siekta kuo didesnės įvairovės sudarytoje imtyje, todėl toliau potencialių respondentų ratas tikslinamas atsižvelgiant į jų **(4) patirtį**. Manoma, kad tyrime naudinga atsižvelgti į tai, ar žurnalistas yra dirbęs tik žiniasklaidoje ar turi kitos patirties, pavyzdžiui, viešųjų ryšių, reklamos, politikos ar kitose srityse. Taip pat manoma, kad tam tikrą elgseną socialiniuose tinkluose gali nulemti ir sukauptas **(5) stažas sovietmečiu**, todėl potencialių respondentų sąrašas dar išplečiamas į tuos, kurie žiniasklaidoje dirbo dar iki Lietuvos nepriklausomybės ir tik nepriklausomybės metais. Galiausiai žurnalistai atrenkami pagal **(6) lytį**, siekiant užtikrinti, kad ir vyrai, ir moterys pakliūtų į tyrimo lauką (žr. skiltyje „Priedai“ lenteles „Žiniasklaidos laukas 2016“ ir „Žiniasklaidos laukas 2020“).

Siekiant, kad į tyrimą pakliūtų visi žiniasklaidos lauko dalyviai, o tarp jų ir žurnalistikos elito atstovai – tyrimo respondentai atrenkami papildomai atsižvelgiant į naujienų portalo „Delfi“ užsakymu žurnalo „Reitingai“ atliktą Lietuvos elito nuomonės tyrimą, pagal kurį penkerius

metus iš eilės sudaromas Lietuvos įtakingiausiųjų sąrašas, tarp įtakingiausių politikų, ekonomistų, visuomenininkų, verslininkų, teisininkų ir kitų, renkami ir įtakingiausi žiniasklaidos atstovai. Tyrimo metu apklausiami apie tūkstantį asmenų: politikų, verslininkų, įmonių vadovų, ekonomistų, tarnautojų, valstybinių įstaigų vadovų, pareigūnų, teisėjų, prokurorų, žiniasklaidos priemonių vadovų ir atstovų, visuomenininkų, sporto veikėjų, popkultūros, mados ir interneto veikėjų ir taip toliau, kas, jų vertinimu, Lietuvoje yra įtakingiausi žiniasklaidos asmenys.³⁹

Puikiai suprantama, kad elito nuomonės tyrimas iš esmės gali kelti klausimų, ar apklausiami įvairių sričių atstovai iš tiesų priklauso vadinamajam elitui, kaip tyrime suvokiama įtaka, ar išrinkti patys įtakingiausieji gali daryti ir ar iš tikrųjų daro kam nors įtaką, o galbūt išrenkami tik dėl to, kad, pavyzdžiui, yra dažnai televizijoje matomi veidai. Tačiau naudodamiesi į dešimtuką pakliuvusių žurnalistų sąrašu, galime užsitikrinti, kad metai iš metų pastebimi ir įvertinami asmenys yra laikomi vienais svarbiausių žiniasklaidos lauko dalyvių, kurie tarsi ir sudaro žiniasklaidos elitą, nustato žurnalistikos standartus, diktuoja naujausias žurnalistikos tendencijas ir galimai padės geriau suprasti ir paaiškinti, kas vyksta žurnalistikos lauke.

Taigi išanalizavus, kas 2015-2020 metais buvo išrinkti įtakingiausiais žiniasklaidos atstovais ir pateko į dešimtuką, taip pat įtraukiami į tyrimo lauką (žr. 1 lentelė). Tiesa, išskyrus Audrių Siaurusevičių ir Tomą Balžeką – jie vertinami kaip žiniasklaidos priemonių valdytojai, o ne turinio kūrėjai. Taip pat iš įtakingiausiųjų sąrašo į tyrimą nepakliuvo Edita Mildažytė dėl kuriamo žurnalistinio turinio – ji dirba labiau pramoginio formato laidose nei informacinio, politinio. Taigi iš viso imtį sudarė 171 žurnalistas (2016 m. – 84, 2020 m. – 87). 2020 m., palyginus su 2016 m., žiniasklaidos lauke pasikeitė 22 personas t.y. pakeitė darbo poziciją, darbovietę, naujai atėjo į žiniasklaidos lauką arba iš jo išėjo.

1 lentelė. Įtakingiausiųjų žiniasklaidos atstovų sąrašas

	Žurnalistas/Metai	2020	2019	2018	2017	2016	2015
1	Edmundas Jakilaitis	1	1	1	1	1	1
2	Andrius Tapinas	2	2	3	2	2	6
3	Monika Garbačiauskaitė-Budrienė	3	3	2	3	4	2
4	Rimvydas Valatka	4	4	4	4	3	3
5	Rūta Miliūtė	5	5	6	5	5	8
6	Indrė Makaraitytė	7	8	5	7		

³⁹ Daugiau apie tyrimo metodiką: <https://www.delfi.lt/apps/itakingiausieji2019/metodika>

7	Gedvydas Vainauskas					9	4
8	Audrius Siaurusevičius				8	8	5
9	Rolandas Barysas	6	6	7	6	6	7
10	Vytautas Bruveris	8	7	8	10	7	
11	Tomas Balžekas					10	
12	Daiva Žeimytė		9				
13	Nemira Pumprickaitė	9	10				
14	Edita Mildažytė			9	9		9
15	Rūta Janutienė						10
16	Vladimiras Laučius			10			
17	Aurimas Perednis	10					

1 - Įtakingiausias 10 - Mažiausiai įtakingas
 Nepateko į tyrimą

Šiame darbe bus tiriami žurnalistų įrašai, feisbuke paskelbti prieš 2016 m. Seimo rinkimus: tiksliau nuo 2016 m. liepos 16 d., kai oficialiai prasidėjo politinės kampanijos dalyvių registracija iki 2016 m. spalio 23 d. – pakartotinio balsavimo pabaigos rinkimų apylinkėse.⁴⁰ Iš viso tai yra 99 dienos arba 3 mėnesiai ir 8 dienos.

Siekiant pastebėti galimas tendencijas ir susidaryti pilnesnį vaizdą, socialiniame tinkle „Facebook“ taip pat bus tiriami žurnalistų įrašai praėjus ketveriems metams – prieš 2020 m. Seimo rinkimus. Įrašai bus tiriami nuo 2020 m. liepos 20 d. – oficialios Seimo rinkimų dalyvių registravimo ir politinių kampanijų pradžios – iki 2020 m. spalio 25 d. – pakartotinio balsavimo pabaigos rinkimų apylinkėse⁴¹. Tai yra 97 dienos arba 3 mėnesiai ir 6 dienos.

Abu laikotarpiai pagrįsti nacionalinės svarbos įvykiais ir pasirinkti politinio sezono piko metu, kai politinio turinio kiekio tikimybė didžiausia.

Toliau tiriamos atrinktų žurnalistų feisbuko paskyros. Siekiant užtikrinti, kad visų tiriamųjų skelbiama informacija Feisbuko paskyrose būtų tirama vienodomis sąlygomis ir vienodais privatumo nustatymais, visiems respondentams buvo išsiųsti kvietimai „Draugauti“. Buvo tokių, kurie socialiniuose tinkluose yra labai aktyvūs ir dėl feisbuko nustatymų – galimybės turėti

⁴⁰ 2016 m. spalio 9 d. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų organizavimo grafikas. [žiūrėta 2017 spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: https://www.vrk.lt/documents/10180/608073/2016_Grafikas_v1.pdf/44975c13-97c1-48dc-86fe-da9cc5356f18

⁴¹ 2020 m. spalio 11 d. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų organizavimo grafikas. [žiūrėta 2020 lapkričio 25 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.vrk.lt/documents/10180/712974/Seimo+rinkimu+grafikas+atnaujintas+%289%29%20%283%29.pdf/a5149541-5a4d-4236-b5a2-147861e32289>

daugiausia 5 tūkstančius draugų – kvietimo priimti negalėjo, tačiau tokių asmenų paskyros pasirodė pakankamai atviros. Jeigu tiriamasis į kvietimą neatsakė, buvo tiriami tik viešai prieinami įrašai. Taigi iš 171 į tiriamąjį lauką patekusių žurnalistų, paskyras feisbuke turėjo 158.

Naudojimosi feisbuku priežastingumas. Pirmiausia žurnalistų skelbiami įrašai buvo klasifikuojami į tokias kategorijas: asmeninė, darbinė, visuomeninė, politinė, reklama. Kiekviena nauja klasifikacija buvo sukuriama pastebėjus pasikartojančią įrašų tematiką.

- Asmeninė. Asmeninei kategorijai buvo priskiriami įrašai, kuriuose buvo dalijamasi kelionių įspūdžiais, savo pomėgiais, su vaikais, šeima, draugais susijusi informacija. Tai dažniausiai lengvo turinio, emocijų, įspūdžių, asmeninio dienoraščio formos pranešimai.
- Darbinė. Įrašai su nuorodomis į redakcijos kuriamą žurnalistinį turinį, laidų įrašus ir anonsus, žurnalisto publikacijomis buvo priskiriamos darbinei kategorijai. Kitaip tariant, tokius įrašus galima laikyti asmeninės (žurnalisto kaip asmens ir jo profesinės veiklos) ir organizacinės (žiniasklaidos priemonės, kurioje dirba žurnalistas) rinkodaros/viešųjų ryšių dalimi.
- Visuomeninė. Visuomeninei kategorijai priskiriami tie įrašai, kuriuose žurnalistai pasisako visuotiniais įvykiais, reiškiniais, pavyzdžiui, akcijos, peticijos, muzikiniai konkursai, sporto varžybos. Čia žurnalistas pasireiškia kaip tam tikros bendruomenės narys, pilietis, visuomenininkas.
- Politinė. Įrašai, kuriuose kalbama apie politikus, politines partijas, prezidentus, įstatymus, politinius sprendimus, įvykius, yra priskiriami politinei kategorijai.
- Reklama. Produktų, paslaugų, renginių reklamavimas.

Svarbu pažymėti, kad pasitaikė įrašų, kurie atitiko ne vieną, o kelias kategorijas, pavyzdžiui, tą patį įrašą feisbuke buvo galima priskirti ir darbinei, ir politinei tematikai, nes žurnalistas dalijosi naujienų portalo, kuriame dirba, nuoroda su savo publikacija, o nuorodą papildė savo komentaru apie tam tikrą politinį sprendimą. Tokiais atvejais tyrime buvo žymimos abi kategorijos, nes įrašas iš esmės atitiko ir darbinės, ir politinės kategorijos aprašus.

Politinių įkrovų atvirumas ir masiškumas. Žurnalistų įrašai asmenine tematika toliau tiriami nebus. Taip pat nebus analizuojami įrašai, susiję su darbine ir visuomenine tematika. Tačiau neatmetama, kad tai galėtų būti ateities tyrimų objektas. Šiame darbe toliau bus gilinamasi į politinės tematikos įrašus. Kitaip tariant, domina tie žurnalistai, kurie socialinius tinklus naudoja

kaip politinės komunikacijos platformą. Pirmiausia šiame darbe bus siekiama aptikti ir nustatyti tam tikras politines įkrovas. Įdomu sužinoti, kaip žurnalistai socialiniuose tinkluose pateikia su politika susijusią informaciją. Politinių įkrovų klasifikacija atsirado ieškant tam tikro šališkumo laipsnio įrašuose, kategorijos išskiriamos pastebėjus žinučių pateikimo būdų tendencijas. Taigi pastebėta, kad žurnalistų skelbiami įrašai gali būti numatomos ir atviros politinės įkrovos, numatomos, bet ne atviros politinės įkrovos ir neutralūs:

- Numatoma ir atvira. Šiai kategorijai priskiriami tie įrašai, kuriuose žurnalistai aiškiai išreiškia tam tikrą palaikymą vienai ir kitai pusei, asmeniui, sprendimui. Tokiuose įrašuose aiškiai ir atvirai pritariama, palaikoma, kritikuojama, juokauja, ironizuojama, pašiepiama. Skaitant tokius įrašus juntamas autoriaus teisumas, jo nuomonės nenuginčijamumas. Čia galima rasti daug skambių palyginimų, epitetų, fraziologizmų. Tekstai neretu atveju atrodo emocionalūs, sudramatinami, siekiant iš skaitytojų grįžtamojo ryšio, diskusijos, reakcijų. Taigi tokiuose įrašuose politinės įkrovos yra numatomos ir atviros.

- Numatoma, bet ne atvira. Į šią kategoriją patenka tie atvejai, kai nėra aiškiai ir atvirai išreiškiama kritika ar palaikymas, tačiau galima numanyti, kad autorius yra šališkas ar turi kitų intensijų. Ši kategorija yra gana problematiška dėl jos komplikotumo ir daugiasluoksniškumo, kadangi sudėtinga tiksliai ir objektyviai įvertinti, kai autoriaus specialiai nutylima arba naudojamos klišės, kurios tarsi yra nekvestionuojamos, tarsi neturi politinio krūvio, tačiau yra priešingai.

- Neutralūs. Suvokiama, kad neutralumas visada gali būti kvestionuojamas ir netgi iš pirmo žvilgsnio nešališkai pateikiamas pranešimas jau yra subjektyvus. Tačiau šiame darbe neutraliais laikyti tokie įrašai, kurie pasirodė neturintys nei teigiamo, nei neigiamo krūvio. Tokiuose įrašuose buvo tik konstatuojamas faktas. Taip pat jeigu pateikiamos tam tikros pozicijos, stengiamasi apžvelgti visas puses. Neutraliais įrašais laikomi tie, kuriuose neaptinkama emocinio fono, kalba skamba daugiau dalykiškai, vengiama fraziologizmų, deminutyvų, epitetų ir t.t.

Šališkumo požymiai ir būdai manipuluoti. Nustačius žurnalistų šališkumo, galimo šališkumo ir neutralių įrašų mastą socialiniuose tinkluose, svarbu išsiaiškinti, kaip konkrečiai konstruojamos tokio pobūdžio žinutės. Čia bus ieškoma konkrečių požymių, būdų, metodų, kaip žurnalistai,

platindami įrašus socialiniuose tinkluose, vienaip ar kitaip išduoda turintys tam tikrų politinių intensijų: numatomų ir atvirų, numatomų, bet neatvirų, neutralių.

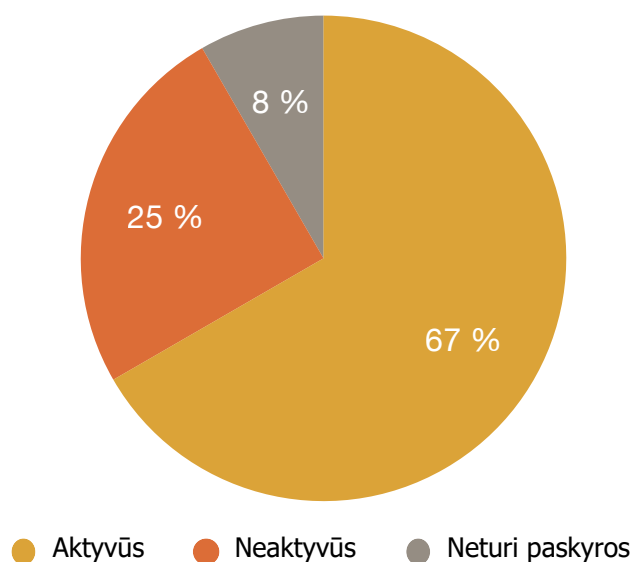
Tyrimas atliekamas indukcinį kategorijų formulavimo metodą. Pirmiausia tyrime norima išsiaiškinti, kaip užtikrinama nuomonių įvairovė. Siekiant objektyvumo ir nešališkumo, žurnalisto tikslas surasti ir pateikti visas puses, vengti vienpusiškumo. Dėl to svarbu išanalizuoti, kuo remdamiesi žurnalistai konstruoja žinutes socialiniuose tinkluose. Taip pat tiriama, kaip žurnalistai rašo žinutes socialiniuose tinkluose: konstatuoja faktą, išreiškia abejonę, piktinasi įstatymu, sprendimu ar politiko elgesiu, kaltina vieną ar kitą pusę, partiją, lyderį, o gal palaiko. Dėmesys skiriamas ir paties įrašo emociniam fonui. Tai, be abejo, gana subjektyvus požymis, tačiau detaliam analizuojant įrašo visumą (tekstą, vaizdą, grotąžymes, nuorodas, jaustukus), nustatoma, kokią emocinę įkrovą turi pranešimas – žurnalistas siekia pasišaipyti, sukelti užuojautą ar baimę. Taip pat tyrime atkreipiamas dėmesys į rašymo kalbą – ji vaizdinga, naudojama daug palyginimų, epitetų, deminutyvų, fraziologizmų ir pan. Arba ji priešingai – konkreti, dalykiška. Jeigu įrašui galima priskirti kelis kriterijus, pavyzdžiui, jame išreiškiamas ir kaltinamas, ir abejojimas, abu požymiai yra žymimi.

2.2. Žurnalistų elgsenos ypatumai 2016 m.

Į 2016-ųjų tyrimą iš viso pateko 84 žiniasklaidos lauko atstovai: 24 redaktoriai, 11 apžvalgininkų, 19 laidų vedėjų ir 30 žurnalistų/reporterių (žr. skyriuje „Priedai“ 2 lentelė).

Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad dauguma žiniasklaidos lauko veikėjų feisbuku naudojami aktyviai. Čia informaciją tiriamuoju laikotarpiu bent kartą skelbė 67 proc. žurnalistų. Taip pat buvo nustatyta, kad 25 proc. feisbuko paskyras turėjo, tačiau jokios informacijos neskelbė. Socialiniu tinklu visiškai nesinaudojo 8 proc. redaktorių, apžvalgininkų, laidų vedėjų ir žurnalistų/reporterių (žr. 1 paveikslas).

1 paveikslas. ŽINIASKLAIDOS LAUKO VEIKĖJŲ NAUDOJIMASIS SOCIALINIŲ TINKLŲ 2016 m.

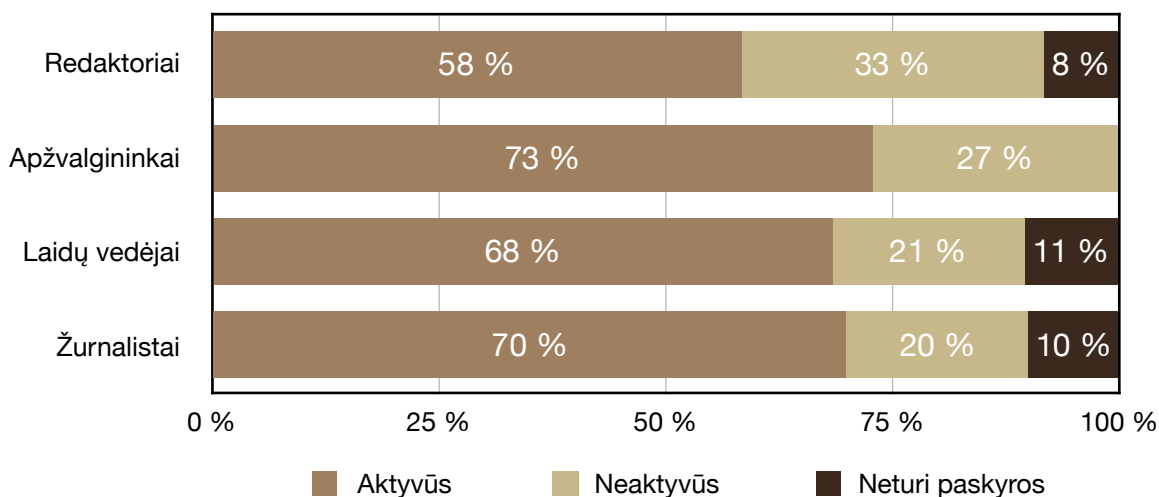


Tai rodo, kad žiniasklaidos lauke feisbukas yra populiarus ir plačiai naudojama socialinė medija. Ketvirtadalis žurnalistų, tikėtina, feisbuką naudoja kaip pasyvūs vartotojai t.y. stebi, analizuoja aplinką, surinktą informaciją naudoja profesiniams ar asmeniniams tikslams, tačiau patys socialinėje erdvėje nesireiškia. Ir tik nedidelė dalis žurnalistų neturi feisbuko anketos galimai dėl kelių priežasčių: nenori arba nemoka naudotis socialiniais tinklais, yra ištikimi tradicinei žiniasklaidai.

Toliau siekta išsiaiškinti žiniasklaidos lauko veikėjų naudojimosi feisbuku tendencijas pagal einamas pareigas. Paaiškėjo, kad tam tikra informacija feisbuke bent kartą pasidalijosi 58 proc. redaktorių. Tiriamuoju laikotarpiu visai neaktyvūs buvo 33 proc. Tai reiškia, kad 2016 m. liepos 16- spalio 23 dienomis redaktoriaus feisbuko paskyroje nebuvo rastas nė vienas įrašas. 8 proc.

redaktorių paskyros neturėjo. 2016 m. socialiniame tinkle aktyvūs buvo 73 proc. apžvalgininkų. Likę 27 proc. paskyras turėjo, tačiau jokios informacijos neskelbė. Iš 19 laidų vedėjų feisbuke aktyviai rašė 68 proc., 21 proc. buvo neaktyvūs, o 11 proc. paskyros neturėjo. 90 proc. žurnalistų/reporterių aktyviai reiškęsi socialinėje erdvėje. 20 proc. neparašė nė vieno įrašo ir 10 proc. neturėjo paskyros (žr. 2 paveikslas).

2 paveikslas. AKTYVUMAS SOCIALINIAME TINKLE PAGAL PAREIGAS 2016 m.

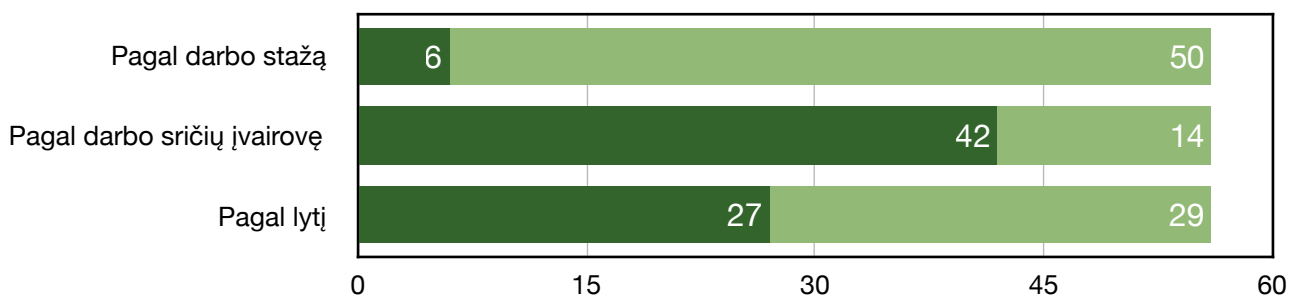


Ši analizė parodė, kad socialinį tinklą dažniausiai aktyviai išnaudoja apžvalgininkai. Galima numanyti, kad feisbukas pasitelkiamas kaip darbo įrankis, platforma, kurioje galima skelbti savo apžvalgas, dalintis kuriu turiniu ir idėjomis su auditorija, didinti savo kaip apžvalgininko žinomumą, populiarumą. Taip pat aktyvias paskyras turi didžioji dauguma laidų vedėjų ir žurnalistų. Čia jie galimai renka informaciją straipsniams ir reportažams, ieško temų ir pašnekovų. Taip pat turi galimybę bendrauti su informacijos šaltiniais, plėsti savo auditoriją, pozicionuoti save ar darbovietę. Daugiausia neaktyvių paskyrų turėjo redaktoriai – jų buvo trečdalis. Tokį ypatumą galima paaiškinti darbo specifika – redaktoriai stebi ir analizuoja žmonių reakcijas, nuotaikas, komentarus įvairiais klausimais, sprendžia, kokios temos būtų įdomios ir aktualios jų skaitytojui/žiūrovui/klausytojui, o patys yra labiau stebėtojai nei dalyviai.

Taip pat buvo aiškinamasi, kaip keičiasi socialinio tinklo naudojimas remiantis kitais kriterijais, pavyzdžiui, darbo stažu, darbo sričių įvairove ir lytimi. Nustatyta, kad aktyviai feisbuku naudojosi tie žurnalistai, kurie savo karjerą pradėjo po Nepriklausomybės atgavimo. Iš viso tokių buvo net 50. Tuo metu dar sovietmečiu dirbusių žiniasklaidos lauko veikėjų, kurie aktyviai naudojo feisbuką, buvo tik 6 (žr. paveikslas 3). Spėjama, kad tokią situaciją gali lemti amžiaus skirtumai: jaunesni žurnalistai kur kas lengviau priima socialines medijas ir jomis naudojasi nei vyresnės kartos atstovai.

Darbo patirtis įvairiose srityse taip pat galėjo atskleisti tam tikras feisbuko naudojimo tendencijas. Paaiškėjo, kad tik žiniasklaidos lauke dirbę žurnalistai kur kas aktyviau naudojami socialiniais tinklais nei tie, kurie turėjo patirties ir kitose srityse, pavyzdžiui, viešųjų ryšių, reklamos, vadybos ir t.t. (žr. 3 paveikslas). Nors tiksliai tokios situacijos priežastis numatyti sudėtinga, daroma prielaida, kad tam galėjo turėti įtakos savo, kaip žurnalisto profesionalo, misijos suvokimas – sekti naujienas, bendrauti su informacijos šaltiniais, plėsti ryšius, būti atviram pasauliui, palaikyti ryšį su auditorija.

3 paveikslas. AKTYVUMAS SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE PAGAL KITUS KRITERIJUS



Taip pat buvo mėginta atsekti, kas socialinius tinklus naudoja aktyviau: žurnalistai vyrai ar žurnalistės moterys. Tačiau esminių skirtumų pastebėta nebuvo (žr. 3 paveikslas). Tai reiškia, kad lytis socialinio tinklo naudojimui ir paskyros aktyvumui įtakos neturi.

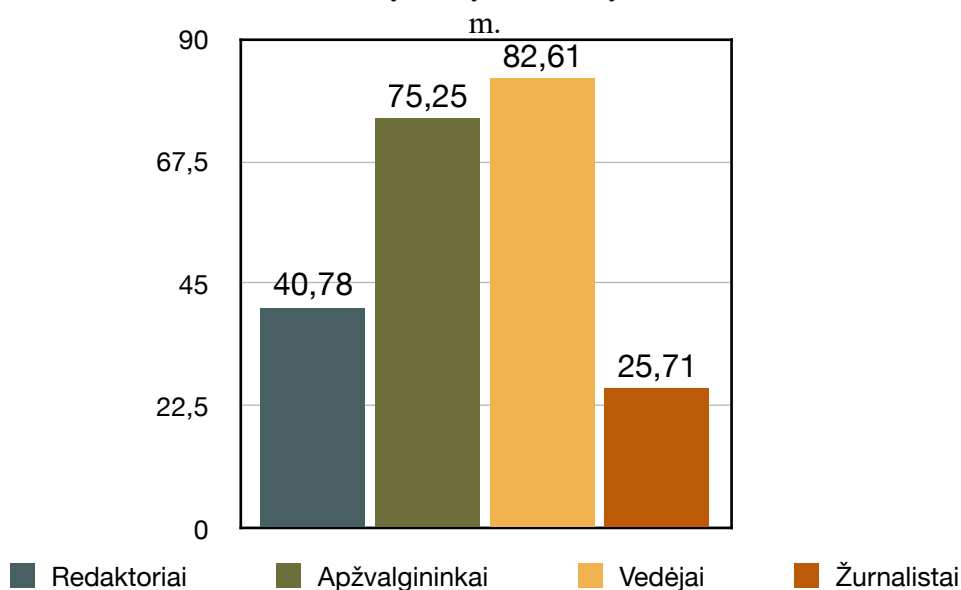
Toliau buvo tiriamos tik aktyvios redaktorių, apžvalgininkų, laidų vedėjų ir žurnalistų paskyros. Atliekant tyrimą iš viso buvo rasti 2787 įrašai. Daugiausia įrašų (viso 1074) feisbuke paskelbė laidų vedėjai. Tiriamuoju laikotarpiu vienas laidų vedėjas vidutiniškai parašydavo 82,61 įrašų. Vienas laidų vedėjas daugiausia buvo paskelbęs 257 įrašus, mažiausiai – 1.

Antrąją vietą pagal skelbiamų įrašų skaičių (viso 602) užėmė apžvalgininkai. Vienas apžvalgininkas vidutiniškai paskelbė 75,25 įrašus. Vienas apžvalgininkas daugiausia yra paskelbęs 203 įrašus, mažiausiai – 10. Trečioje vietoje buvo redaktoriai, viso parašę 571 įrašą. Vienas redaktorius vidutiniškai pasidalijo 40,78 įrašais. Vienas redaktorius daugiausia yra parašęs 249 įrašus, mažiausiai – 2.

Rečiausiai informacija socialiniame tinkle dalijasi žurnalistai/reporteriai, viso paskelbė 540 įrašų. Vienas žurnalistas tiriamuoju laikotarpiu vidutiniškai parašė 25,71 įrašus. Daugiausia yra paskelbti 220 įrašai, mažiausiai – 1 (žr. 4 paveikslas).

Daroma prielaida, kad sugebėjimas būti aktyviam, matomam ir populiariam socialiniame tinkle galimai yra neatsiejama laidų vedėjų darbo dalis. Vedantieji, kurie yra dažnai matomi ekrane ar girdimi per radiją, Lietuvoje tampa gana gerai atpažįstamos asmenybės. Savo žinomumą jie

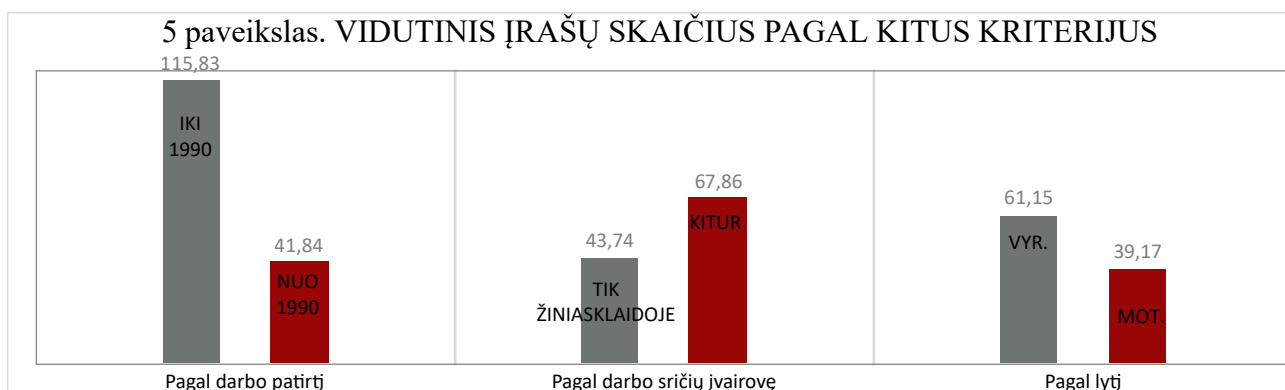
4 paveikslas. AKTYVUMAS
SOCIALINIAME TINKLE
PAGAL ĮRAŠŲ SKAIČIŲ 2016



perkelia ir į feisbuką, šitaip norėdami pasiekti dar daugiau žmonių, didinti savo asmenybės, kuriamo turinio, įmonės populiarumą, formuoti nuomonę. Apžvalgininkai taip pat itin dažnai dalijasi įrašais feisbuke galimai dėl kelių priežasčių: reklamuoja save, savo darbo rezultatus, stiprina savo kaip apžvalgininko pozicijas, siekia garsinti darbovietę, formuoti auditorijos nuomonę tam tikrais klausimais.

Kone perpus rečiau informacija feisbuke dalijasi redaktorai. Šitai būtų galima paaiškinti dėl atliekamų funkcijų: jie redaguoja tekstus, stebi, analizuoja informacinį srautą, priima sprendimus dėl turinio ir taip toliau. Kadangi užimamos pareigos iš esmės nereikalauja būti nuolat matomu, redaktorai feisbuke rašo rečiau. Žurnalistai/reporteriai įrašus feisbuke skelbia rečiausiai. Galimai dėl to, kad pagrindinė jų užduotis – ne formuoti auditorijos nuomonę ar populiarinti kuriamą turinį, idėjas, o rinkti, apdoroti ir pateikti susistemintą informaciją ir žinias.

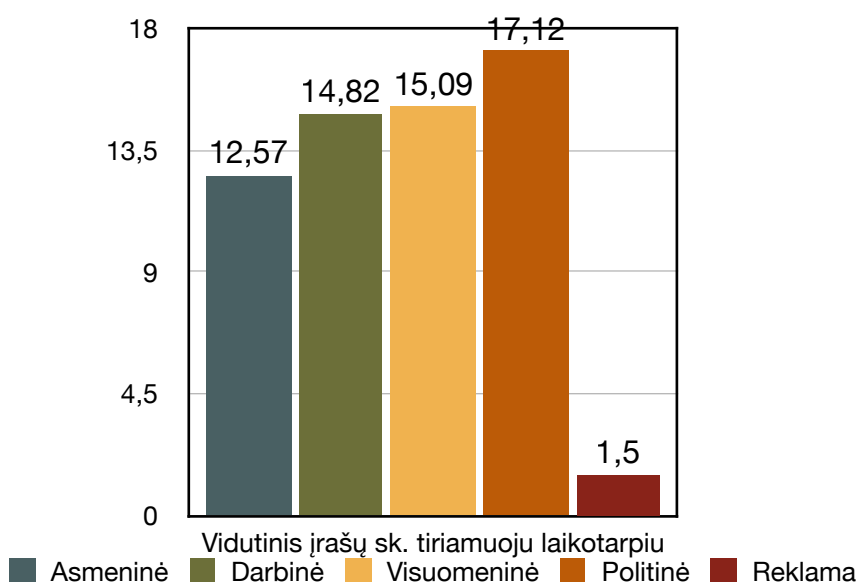
Įdomu tai, kad sovietmečiu savo karjerą pradėję žurnalistai feisbuke rašė gerokai dažniau už tuos, kurie pradėjo dirbti po 1990-ųjų. Taip pat daugiau įrašų skelbė tie, kurie dirbo įvairiose srityse,



ne tik žiniasklaidoje. Tiriamuoju laikotarpiu vyrai kur kas dažniau dalijosi tam tikra informacija feisbuke nei moterys (žr. 5 paveikslas).

Toliau buvo siekiama išsiaiškinti, apie ką žiniasklaidoje dirbantys asmenys dažniausiai kalba socialiniame tinkle. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad daugiausia t.y. 28 proc. įrašų buvo apie politinį gyvenimą. Kiek mažiau t.y. 25 proc. įrašų buvo skirti visuomeniniams klausimams (įvykiams, renginiams, reiškiniams). 24 proc. įrašų sudarė darbinė tematika, kai dalijamasi savo darbo rezultatais, populiarinama darbovietė ir pan. 21 proc. įrašų buvo asmeniniai (šeima, draugai, kelionės, maistas, pomėgiai, augintiniai). 2 proc. įrašų sudarė produktų ar paslaugų reklama (žr. 6 paveikslas).

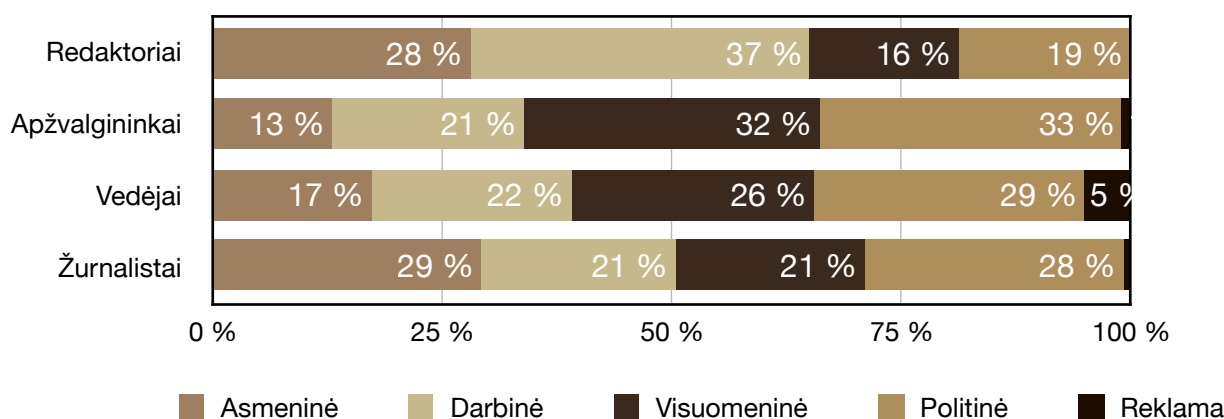
6 paveikslas. SKELBIAMŲ ĮRAŠŲ TEMŲ LAUKAS 2016 m.



Redaktoriai dažniausiai dalijosi savo ar kolegų darbais, anonsavo laidas ir taip toliau. Tokie įrašai sudarė 37 proc. Antroje vietoje pagal populiarumą t.y. 28 proc. skelbiamos informacijos tarp redaktorių buvo asmeniniai įrašai: vaizdais ir tekstu jie pasakojo apie savo atostogas, nuotykius su draugais ar šeima ir pan. 19 proc. redaktorių paskelbtų įrašų buvo apie politiką: komentavo valdžios sprendimus, politikų pasisakymus ar veiksmus. 16 proc. redaktorių įrašų buvo visuomeninės tematikos t.y. skelbiama informacija apie įvairias socialines akcijas, visuotinius reiškinius, įvykius, renginius. Iš visų 571 įrašų tik vieną įrašą buvo galima palaikyti akivaizdžia reklama, skatinančia vartoti tam tikrą produktą (žr. 7 paveikslas).

Tuo metu apžvalgininkai daugiausia dėmesio skyrė politikai. Tokie įrašai sudarė 33 proc. Antroje vietoje su 32 proc. atsidūrė apžvalgininkų įrašai visuomeniniams klausimams aptarti. 21

7 paveikslas. ŽINIASKLAIDOS LAUKO PALYGINMAS
PAGAL ĮRAŠŲ TEMAS 2016 m.



proc. įrašų buvo asmeninių, kolegų, darbovietės pasiekimų ar darbų viešinimui. Tik 13 proc. apžvalgininkų įrašų buvo asmeniniai. 1 proc. buvo reklama (žr. 7 paveikslas).

Tyrimo metu paaiškėjo, kad laidų vedėjai socialiniuose tinkluose taip pat daugiausia dėmesio skiria politinėms temoms gvildinti. Tokie įrašai sudarė 29 proc. Įrašai visuomenine tematika sudarė 26 proc. Su profesija susijusių įrašų buvo 22 proc. Asmeninės informacijos buvo 17 proc. Ir 5 proc. užėmė reklama (žr. 7 paveikslas).

Tuo metu žurnalistai/reporteriai daugiausia įrašų paskelbė asmenine tematika. Tai sudarė 29 proc. 28 proc. įrašų buvo apie politiką. Po 21 proc. buvo skirta darbiniam ir visuomeniniam laukui. 1 proc. įrašų buvo reklama (žr. 7 paveikslas).

Taigi daugiausia asmenine informacija feisbuke dalijosi žurnalistai/reporteriai. Tai rodo, kad kitaip nei kiti žiniasklaidos lauko veikėjai, reporteriai feisbuką suvokia labiau kaip asmeninę, o ne darbinę erdvę. Mažiausiai apie save internete pasakojo apžvalgininkai. Tai reiškia, kad jie socialinį tinklą naudoja kaip darbo priemonę, sistemingai skirdami dėmesį visuomeniniams ir politiniams klausimams.

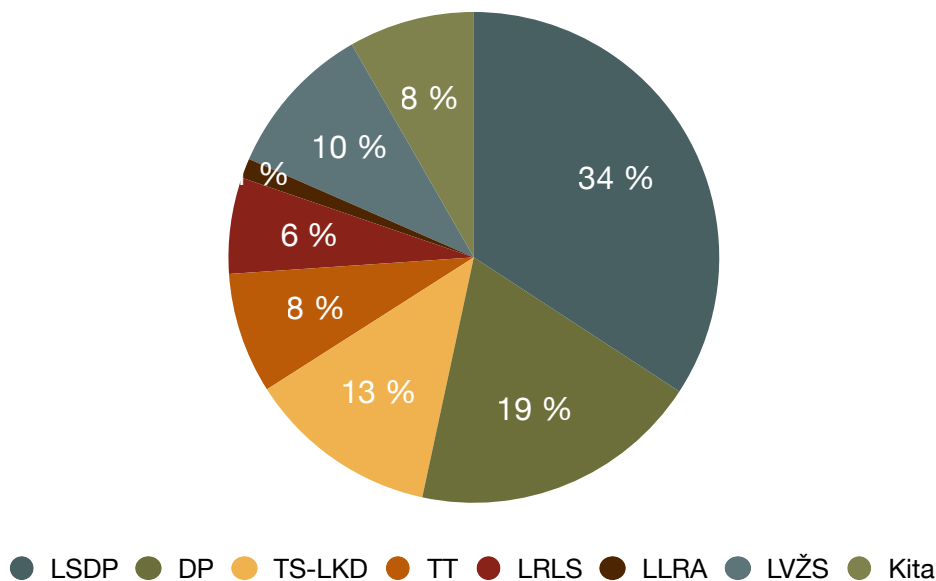
Tyrimas parodė, kad dažniausiai savo darbovietės ar asmeniniais profesiniais viešaisiais ryšiais užsiima redaktoriai. Tačiau pareikšti savo nuomonę visuomeniniais, politiniais klausimais jie vengia. Galima daryti prielaidą, kad toks elgesys yra sąmoningas, siekiant išvengti bereikalingų interpretacijų, kaltinimų šališkumu.

Daugiausia paslaugas ar produktus socialiniame tinkle reklamuoja laidų vedėjai, galimai šitaip išnaudodami savo žinomumą. Jie taip pat linkę pasisakyti politiniais, visuomeniniais klausimais, taip formuodami auditorijos nuomonę, siekdami atkreipti dėmesį į tam tikrus įvykius, poelgius, reiškinius.

Darbine, visuomenine ir politinė tematika dažniau rašė vyrai nei moterys. Tuo metu žurnalistės moterys dažniau skelbė asmeninę informaciją ir reklamavo tam tikrus renginius, produktus, paslaugas. Svarbu paminėti, kad visuomeniniais ir politiniais klausimais kone keturis kartus dažniau pasisakė dar sovietmečiu dirbti pradėję žurnalistai. Tuo metu mažesnę patirtį turintys žurnalistai dažniau dalijosi asmenine informacija.

Tęsiant tyrimą toliau dėmesys buvo skiriamas įrašams tik politinė tematika. Pirmiausia buvo siekiama išsiaiškinti, kokioms partijoms žiniasklaidos lauko atstovai skyrė daugiausia dėmesio. Paaikškėjo, kad dažniausiai minima partija buvo Lietuvos socialdemokratų (LSDP). Įrašai apie socdemus sudarė 34 proc. visų minimų partijų (žr. 8 paveikslas). Apie šią partiją daugiausia kalbėjo visas žiniasklaidos laukas: laidų vedėjai, apžvalgininkai, žurnalistai ir redaktoriai. Įdomu tai, kad apie socialdemokratus kone keturis kartus dažniau kalbėjo žiniasklaidoje pradėjęs dirbti sovietmečiu. Taip pat juos dažniau minėjo žurnalistai, dirbę ir kitose srityse.

8 paveikslas. DAŽNIAUSIAI
MINIMOS POLITINĖS PARTIJOS
2016 m.



Antroje vietoje su 19 proc. tarp dažniausiai minimų partijų atsidūrė Darbo partija (DP) (žr. 8 paveikslas). Daugiausia įrašais apie darbiečius dalijosi laidų vedėjai, apžvalgininkai ir žurnalistai. Dukart dažniau apie juos kalbėjo iki Nepriklausomybės atgavimo žiniasklaidoje dirbę žmonės.

Trečiąją vietą užėmė įrašai apie Tėvynės sąjungą-Lietuvos krikščionis demokratus (TS-LKD). Tokie įrašai sudarė 13 proc. (žr. 8 paveikslas). Daugiausia jiems dėmesio skyrė laidų vedėjai ir apžvalgininkai. Dukart dažniau apie konservatorius kalbėjo vyresnės kartos žurnalistai. Taip pat juos dažniau minėjo žurnalistai, dirbę ir kitose srityse.

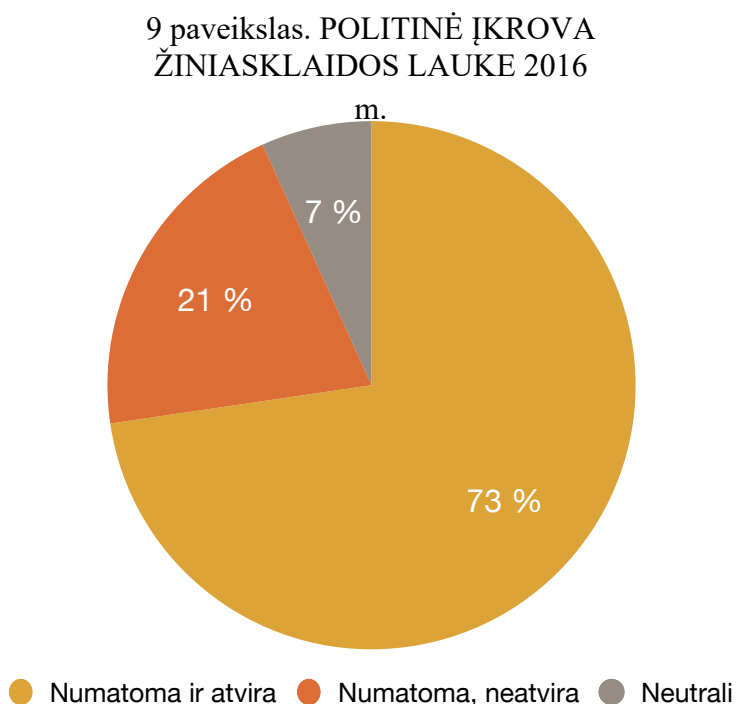
Ketvirtoje vietoje tarp dažniausiai žiniasklaidos lauke minimų partijų buvo Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga (LVŽS). Įrašai apie juos sudarė 10 proc. (žr. 8 paveikslas). Informacija apie LVŽS daugiausia dalijosi laidų vedėjai, apžvalgininkai ir redaktoriai. Dukart dažniau juos minėjo žurnalistai, dirbę ir kitose srityse.

Tvarka ir teisingumas (TT) sudarė 8 proc. minimų partijų (žr. 8 paveikslas). Daugiausia apie ją rašė apžvalgininkai (žr. 8 paveikslas). 6 proc. užėmė įrašai apie Liberalų sąjūdį (LRLS) (žr. 8 paveikslas). Daugiausia apie šią partiją kalbėjo laidų vedėjai, apžvalgininkai ir redaktoriai.

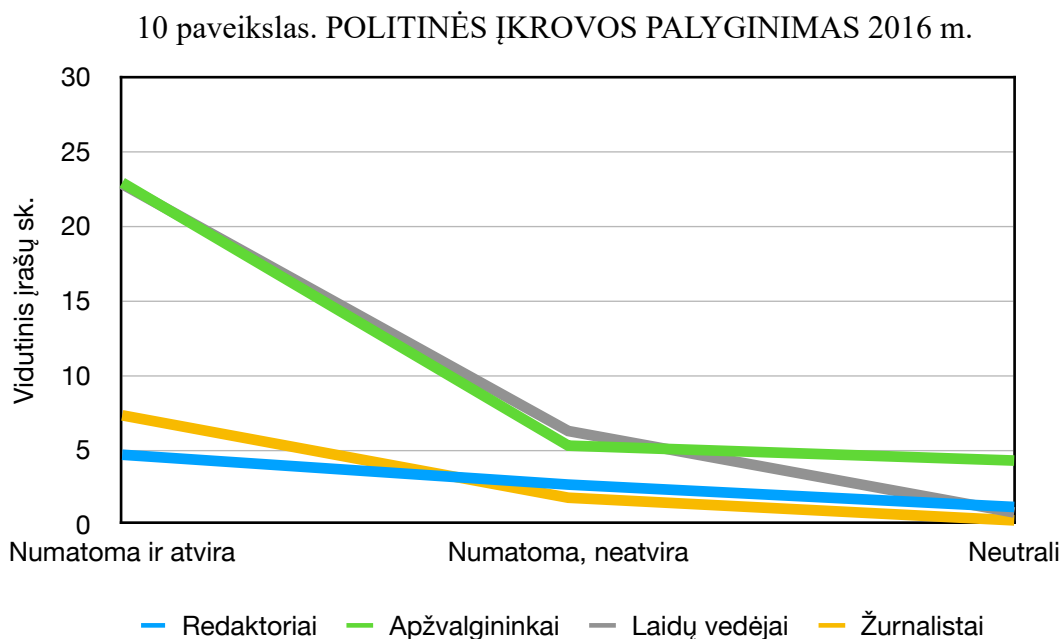
Vos 1 proc. atvejų buvo apie Lietuvos lenkų rinkimų akciją (LRLA) (žr. 8 paveikslas). Jiems dėmesio daugiausia skyrė apžvalgininkai.

Daroma prielaida, kadangi iki 2016 m. Seimo rinkimų visus ketverius kadencijos metus dirbo socialdemokrato Algirdo Butkevičiaus vadovaujama Vyriausybė, o valdančiąją daugumą sudarė LSDP, DP, TT ir LRLA, natūralu, kad šioms partijoms žurnalistiniame lauke dirbantys asmenys jiems skyrė daugiausia dėmesio. Tiesa, LRLA po beveik dvejų metų darbo iš valdančiųjų rato pasitraukė, todėl apie šią partiją priešrinkiminiu laikotarpiu ir buvo kalbama mažiausiai. TS-LKD pateko į trejetuką tarp dažniausiai minimų partijų kaip opozicija.

Toliau buvo mėginama nustatyti galimas politines įkrovas viešai skelbiamuose žurnalistų įrašuose. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad 73 proc. politinių įrašų yra numatomos ir atviros politinės įkrovos. 21 proc. įrašų yra numatomos, tačiau neatviros politinės įkrovos. Ir 7 proc. žurnalistų įrašų galima laikyti neutraliais (žr. 9 paveikslas). Tai rodo, kad socialiniame tinkle žurnalistai leidžia sau kur kas daugiau nei tiesioginiame savo darbe. Feisbukas yra ta vieta, kur didžioji dauguma žurnalistų linkę tiesiai ir atvirai išsakyti savo nuomonę politiniais klausimais.



Numatoma ir atvira politinė įkrova ryškiausiai juntama laidų vedėjų ir apžvalgininkų tekstuose. Vienas apžvalgininkas vidutiniškai paskelbė 22,87 įrašus su numatoma ir atvira politine įkrova. Vienas laidų vedėjas vidutiniškai pasidalijo 22,77 įrašais, kurie buvo numatomos ir atviros politinės įkrovos. Tuo metu tik 9 proc. žurnalistų atvirai skelbė savo nuomonę socialiniame tinkle. Vienas žurnalistas tiriamuoju laikotarpiu vidutiniškai parašė 7,28 įrašus, kuriuos būtų galima laikyti numatomos ir atviros politinės įkrovos. Rečiausiai tiesiai ir atvirai nuomone dalijosi redaktoriai. Jie vidutiniškai paskelbė 4,64 tokius įrašus (žr. 10 paveikslas).



Numatoma, tačiau neatvira politinė įkrova dažniausiai sutinkama laidų vedėjų, taip pat apžvalgininkų įrašuose. Rečiausiai taip elgėsi žurnalistai/reporteriai – vidutiniškai tokių įrašų rasta 1,76 (žr. 10 paveikslas).

Tokią aiškią takoskyrą tarp laidų vedėjų, apžvalgininkų ir redaktorių, reporterių būtų galima paaiškinti atliekamomis funkcijomis. Laidų vedėjai ir apžvalgininkai socialiniame tinkle veikia labiau kaip nuomonės formuotojai, todėl aiškiai pasisako politiniais klausimais. Tuo metu redaktoriai, reporteriai kur kas labiau linkę paisyti žurnalistų etikos kodekso, savo asmeninę nuomonę linkę pasilaikyti sau, siekti objektyvumo, nešališkumo.

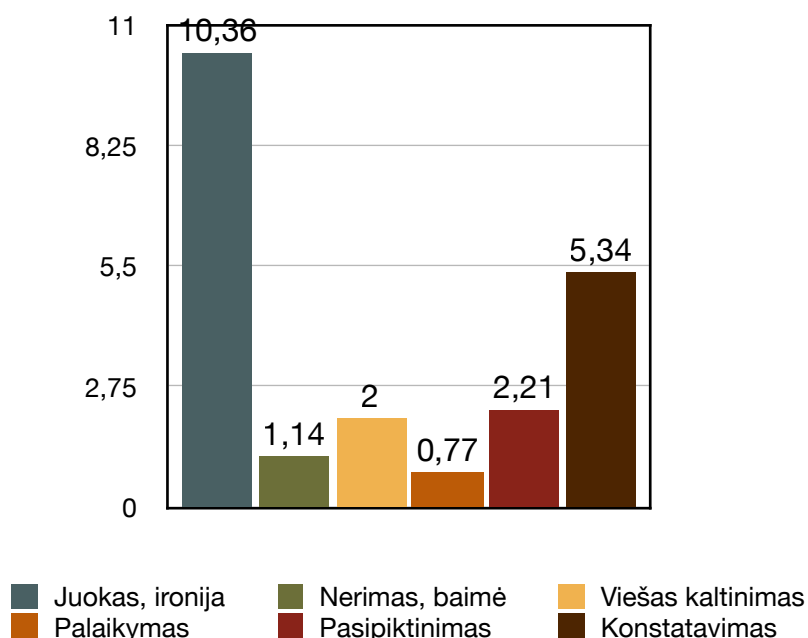
Įdomu pastebėti tai, kad įrašus su numatoma ir atvira politine įkrova reporteriai skelbia dažniau nei redaktoriai. Tačiau redaktoriai lenkia reporterius įrašais su numatoma, tačiau neatvira politine įkrova. Galima daryti išvadą, kad reporteriai linkę išsakyti savo nuomonę drąsiau, tuo metu redaktoriai labiau linkę naudoti ezopo kalbą.

Pastebėta, kad politinės įkrovos dažniau sutinkamos žurnalistų vyrų nei moterų įrašuose. Numatoma ir atvira politinė įkrova ypatingai (t.y. net keturis kartus dažniau) juntama sovietmečiu

dirbti pradėjusių žurnalistų įrašuose. Tuo metu numatos, tačiau ne atviros politinės įkrovos ilgametę patirtį turinčių žurnalistų įrašuose yra net 3,7 karto daugiau. Galima paminėti ir tai, kad pusantro karto daugiau numatomos ir atviros politinės įkrovos buvo rasta keliose skirtingose srityse dirbusių žurnalistų įrašuose. Tuo metu tik žiniasklaidos lauke dirbusių žmonių įrašuose rasta dukart mažiau numatomos, tačiau ne atviros politinės įkrovos.

Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad viena pagrindinių manipuliacinių priemonių, naudojamų žurnalistiniame lauke, yra juokas ir ironija (47 proc.). Antrąją vietą pagal populiarumą užima konstatavimas (24 proc.), kai žurnalistai užima teisinguolio poziciją („aš žinau, kaip yra“), o jų skelbiama informacija yra tarsi nekvestionuojama. Trečioje vietoje yra pasipiktinimas (10 proc.), kai atvirai išreiškiamas nepasitenkinimas koku nors klausimu ar sprendimu. Viešo kaltinimo strategija naudojama 9 proc. Taip pat 5 proc. nerimo ir baimės, kuomet reiškiamas abejonė dėl sprendimo ar veiksmo, kuriamas gąsdinantis naratyvas. 4 proc. atvejų buvo priskirti palaikymui, kai atvirai pasisakoma už kokią nors politinę jėgą ar asmenybę, palankiai vertinamas koks nors sprendimas, poelgis ar pan. (žr. 11 paveikslas).

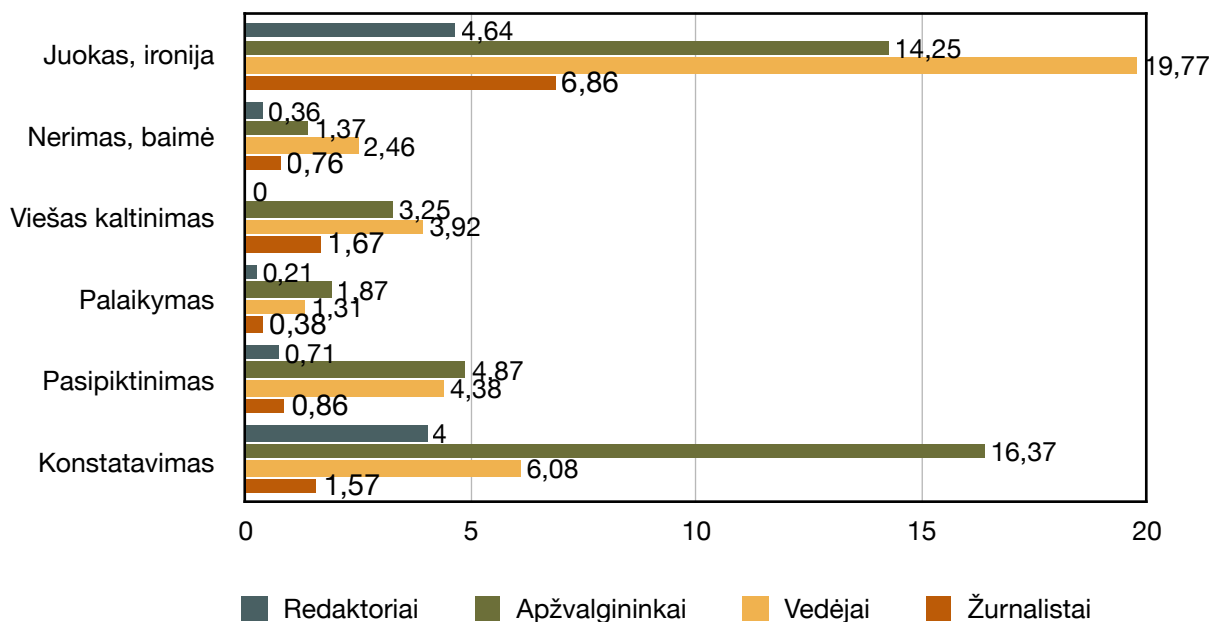
11 paveikslas. DAŽNIAUSIAI
NAUDOJAMOS
MANIPULIACINĖS PRIEMONĖS
2016 m.



Taip pat pastebėta, kad juoką ir ironiją dažniausiai pasitelkia laidų vedėjai. Kone dvigubai rečiau, tačiau lyginant su kitais taip pat dažnai naudojama konstatavimo technika. Redaktoriai dažniausiai naudoja juoką ir ironiją bei konstatavimą. Rečiausiai galima pastebėti viešą kaltinimą ir

atvirą palaikymą. Apžvalgininkai dažniausiai linkę konstatuoti. Ne ką mažiau jų tekstuose naudojama ironija ir juokas. Rečiausiai aptinkamas polinkis sėti nerimą, baimę, taip pat retai sutinkamas palaikymas. Žurnalistai/reporteriai taip pat dažniausiai naudoja juoką ir ironiją. Kita vertus, viešas kaltinimas ir konstatavimas taip pat gana dažnai naudojama priemonė. Rečiau iš žurnalistų galima tikėtis palaikančių įrašų (žr. 12 paveikslas).

12 paveikslas. MANIPULIACIJOS FORMOS ŽURNALISTŲ ĮRAŠUOSE 2016 m.



Kone visas manipuliacijos priemones dažniau naudoja vyrai nei moterys. Tiesa, moterys vyrus lenkia viešai reikšdamos pasipiktinimą tam tikrais politiniais sprendimais. Verta paminėti ir tai, kad manipuliacijos priemones gerokai dažniau naudoja sovietmečiu karjerą pradėję ir kelias profesijas turintys žurnalistai.

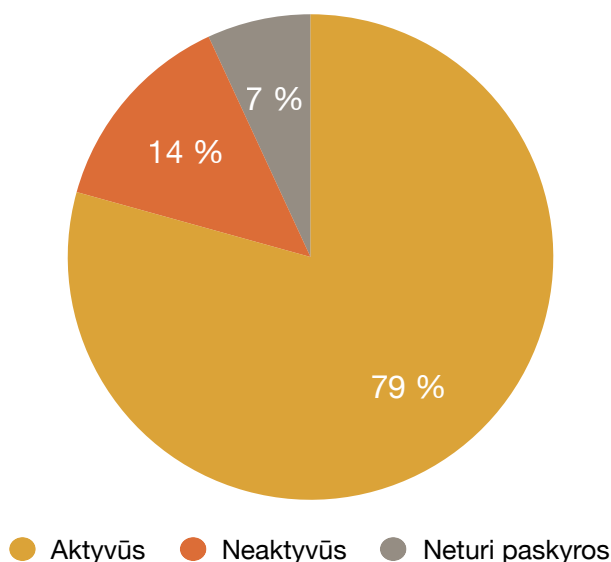
Taigi 2016 m. duomenys rodo, kad žurnalistai aktyviai naudojami feisbuku, tačiau matomos tam tikra variacijos, t.y. tai, kaip naudojamosi, priklauso nuo darbo pobūdžio ir patirties.

2.3. Žurnalistų elgsenos ypatumai 2020 m.

Į 2020 m. tyrimą iš viso pateko 87 žurnalistai: 28 redaktoriai, 10 apžvalgininkų, 20 laidų vedėjų ir 29 reporteriai (žr. skiltyje žr. skyriuje „Priedai“ 2 lentelė). Iš 87 žurnalistų 65 buvo persidengiantys t.y. tiriami 2016 m.

Išanalizavus žiniasklaidos lauką paaiškėjo, kad prieš 2020 m. Seimo rinkimus didžioji dauguma t.y. 78 proc. žurnalistų aktyviai naudojosi feisbuku. 15 proc. žurnalistų paskyras turėjo, tačiau jokių įrašų rasta nebuvo. 7 proc. žiniasklaidos lauko veikėjų socialiniu tinklu nesinaudojo (žr. 13 paveikslas).

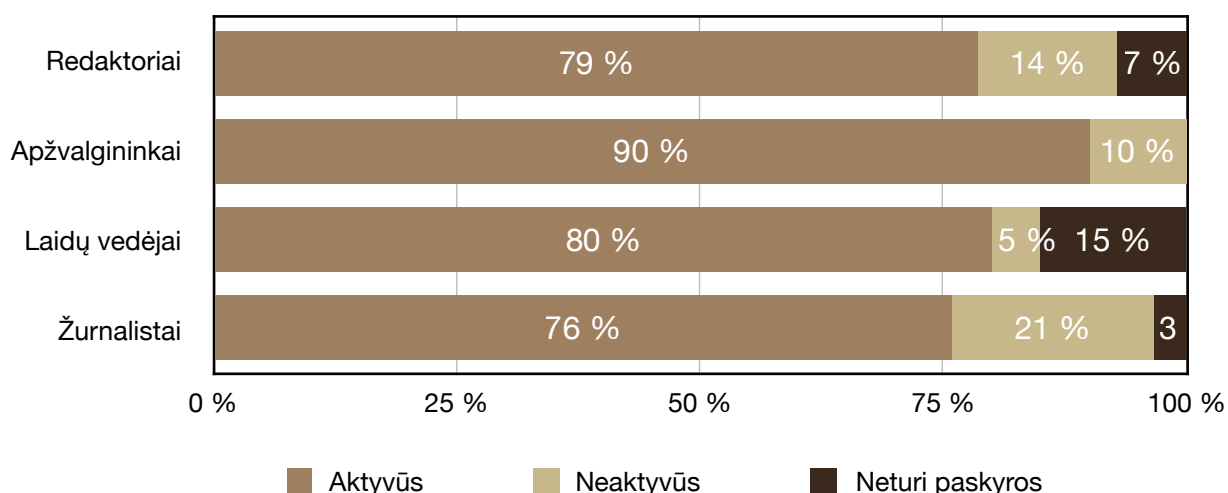
13 paveikslas. ŽINIASKLAIDOS LAUKO VEIKĖJŲ NAUDOJIMASIS SOCIALINIŲ TINKLU 2020 m.



Tai reiškia, kad žurnalistiniame lauke feisbukas buvo naudojamas itin plačiai, o tie, kurie socialiniu tinklu nesinaudojo visiškai, buvo labiau išimtis nei taisyklė.

Išanalizavus, kaip aktyviai žiniasklaidos lauko dalyviai naudojosi feisbuku 2020 m. pagal pareigas, paaiškėjo, kad 76 proc. redaktorių reguliariai dalijosi informacija socialiniame tinkle. 17 proc. redaktorių tiriamuoju laikotarpiu buvo pasyvūs, o 7 proc. visiškai nesinaudojo feisbuku. Tuo metu net 90 proc. apžvalgininkų buvo aktyvūs feisbuko naudotojai. Dešimtadalis paskyras turėjo, tačiau jokia informacija nesidalijo. 80 proc. laidų vedėjų buvo aktyvūs, pasyvių – 5 proc., o tų, kurie socialiniu tinklu nesinaudojo buvo 15 proc. Galiausiai aktyvių žurnalistų/reporterių buvo 76 proc., neaktyvių – 21 proc., neturinčių paskyros – 3 proc. (žr. 14 paveikslas).

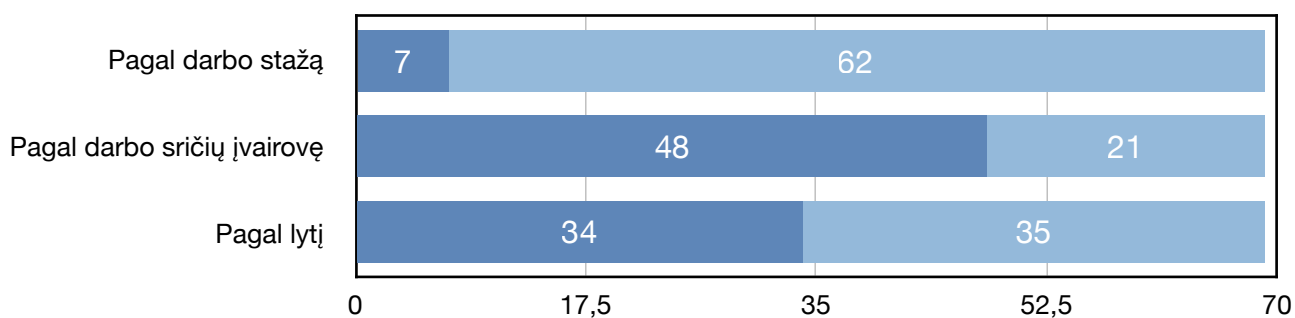
14 paveikslas. AKTYVUMAS SOCIALINIAME TINKLE
PAGAL PAREIGAS 2020 m.



Tyrimas atskleidė, kad aktyviausiai socialinį tinklą naudoja apžvalgininkai, o tų, kurie feisbuku nesinaudojo, netgi nebuvo rasta. Kuriama prielaida, kad feisbuką jie naudoja savo kuriamų apžvalgų sklaidai, viešinimui, diskusijai su skaitytojais, kuri tarsi galėtų paaiškinti tokius tyrimo rezultatus. Verta atkreipti dėmesį, kad iš visų žiniasklaidos lauko dalyvių net 15 proc. laidų vedėjų feisbuku visiškai nesinaudojo.

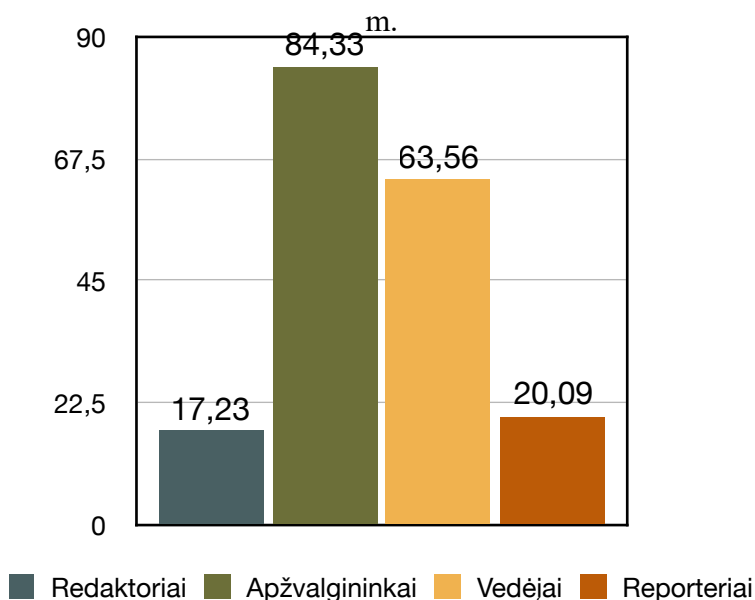
Socialinių tinklų naudojimas taip pat buvo analizuojamas ir pagal daugiau kriterijų: darbo stažą, darbo sričių įvairovę, lytį. Paaiškėjo, kad 2020 m. tiriamuoju laikotarpiu feisbuką daugiausia naudojo žurnalistai, pradėję dirbti po Nepriklausomybės atgavimo. Jų buvo 62. Tų, kurie turėjo žurnalistinės patirties sovietmečiu, buvo 7. Tų, kurie dirbo platesniame nei žiniasklaidos lauke, buvo 21. Tik žurnalistinį darbą dirbusių žmonių buvo dvigubai daugiau – 48. Vyrų ir moterų skaičius buvo apylygis. Vyrų 34, moterų 35 (žr. 15 paveikslas).

15 paveikslas. AKTYVUMAS SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE
PAGAL KITUS KRITERIJUS

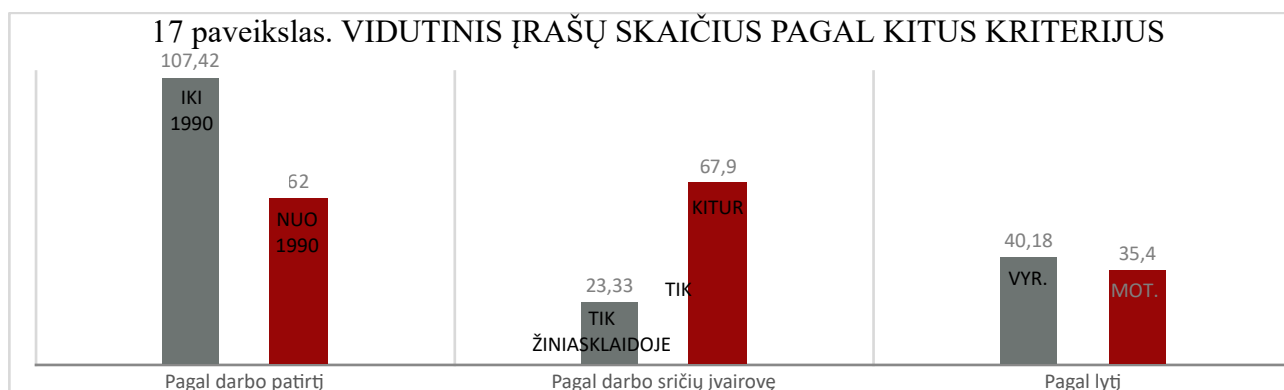


Toliau buvo tiriamos tik aktyvios žurnalistų paskyros. Iš viso buvo rasti 2597 įrašai. Daugiausia įrašų paskelbė laidų vedėjai – 1017. Vienas laidų vedėjas vidutiniškai parašė 63,56. Mažiausiai buvo parašytas 1, daugiausia – 289 įrašai. Apžvalgininkai iš viso pasidalijo 759 įrašais. Vienas apžvalgininkas vidutiniškai paskelbė 84,33 įrašus. Mažiausia buvo 1, daugiausia – 282 įrašai. Tiriamuoju laikotarpiu reporterių paskyrose iš viso buvo rasti 442 įrašai. Vienas reporteris vidutiniškai paskelbė 20,09 įrašus. Mažiausias rastas įrašų skaičius paskyrose buvo 1, didžiausias – 92. Mažiausiai įrašų paskelbė redaktoriai – 379. Vienas redaktorius vidutiniškai parašė 17,23 įrašus. Mažiausia įrašų redaktorių paskyrose buvo 1, daugiausia – 60 (žr. 16 paveikslas).

16 paveikslas. AKTYVUMAS
SOCIALINIAME TINKLE
PAGAL ĮRAŠŲ SKAIČIŲ 2020

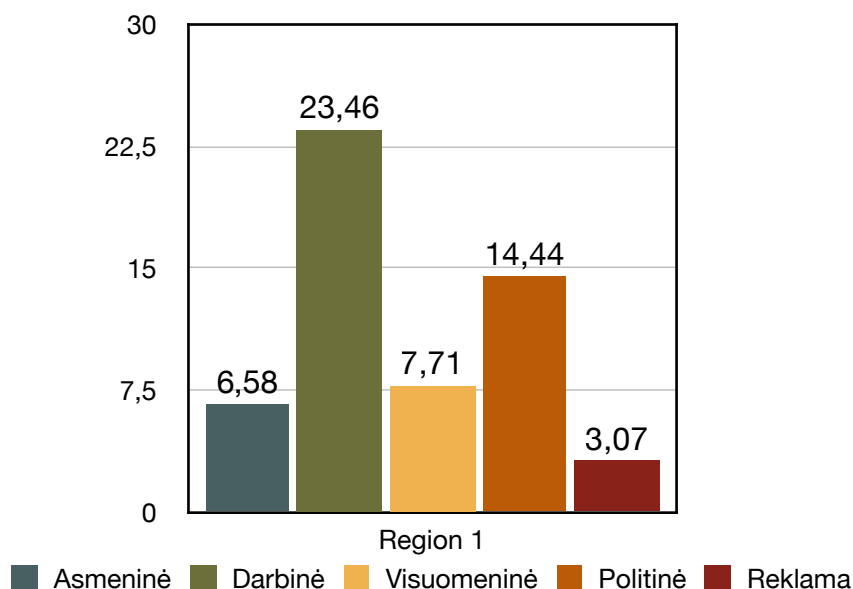


Gerokai daugiau įrašų skelbė sovietmečiu karjerą pradėję ir ne tik žiniasklaidoje dirbę žurnalistai. 2020 m. feisbuke dažniau rašė žurnalistai vyrai nei moterys (žr. 17 paveikslas).



Toliau buvo siekiama nustatyti, kam žurnalistai prieš 2020 m. rinkimus skyrė daugiausia dėmesio. Paaiškėjo, kad 42 proc. įrašų buvo apie darbą: laidų anonsai, įmonės viešieji ryšiai, pasidalijimai savo ir/ar kolegų darbo vaisiais. 26 proc. paskelbtų įrašų buvo politinės tematikos. 14 proc. visuomeninės tematikos. 12 proc. įrašų buvo asmeniniai. 6 proc. įrašų sudarė reklama (žr. 18 paveikslas).

18 paveikslas. SKELBIAMŲ ĮRAŠŲ TEMŲ LAUKAS 2020 m.

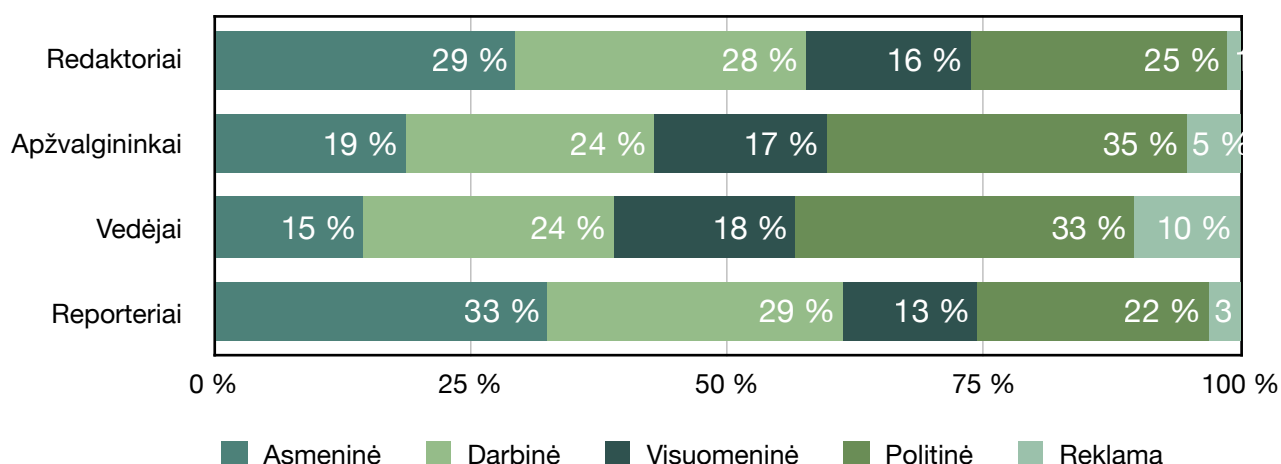


Redaktorių paskyros daugiausia buvo asmeninės. 29 proc. įrašų buvo apie šeimą, draugus, gamtos vaizdai, anekdotai ir pan. 28 proc. įrašų buvo susiję su profesija, darbovieta. 25 proc. apie politiką. 16 proc. buvo visuomeniniais klausimais. 1 proc. reklamos. Apžvalgininkai daugiausia dėmesio skyrė politinėms temoms aptarti. Tokie įrašai sudarė 35 proc. 24 proc. buvo darbine tematika. 17 proc. visuomenine. 19 proc. asmeniniai pasidalijimai. 5 proc. reklama.

Tuo metu laidų vedėjai daugiausia pasisakė politiniais klausimais – politinė tematika sudarė 33 proc. visų laidų vedėjų įrašų. 24 proc. įrašų buvo darbiniai. 18 proc. apie visuomeninius reikalus. 15 proc. sudarė asmeniniai įrašai ir 10 proc. reklama. 33 proc. reporterių skelbiamų įrašų buvo asmeniniai. 29 proc. buvo skirti darbui. 22 proc. apie politiką, 13 proc. apie masinius reiškinius, 3 proc. reklama (žr. 19 paveikslas).

Ši analizė atskleidė, kad feisbuką asmeniniams reikalams daugiausia naudoja reporteriai, redaktoriai. Greičiausiai tam įtakos turi užimamos pareigos ir atliekamos funkcijos: rinkti, analizuoti informaciją, siekti būti daugiau objektyviu stebėtoju, nei aktyviu kūrėju, nuomonės formuotoju. Tuo metu apžvalgininkai ir laidų vedėjai feisbuką išnaudojo kaip darbo įrankį, erdvę,

19 paveikslas. ŽINIASKLAIDOS LAUKO PALYGINMAS PAGAL ĮRAŠŲ TEMAS 2020 m.



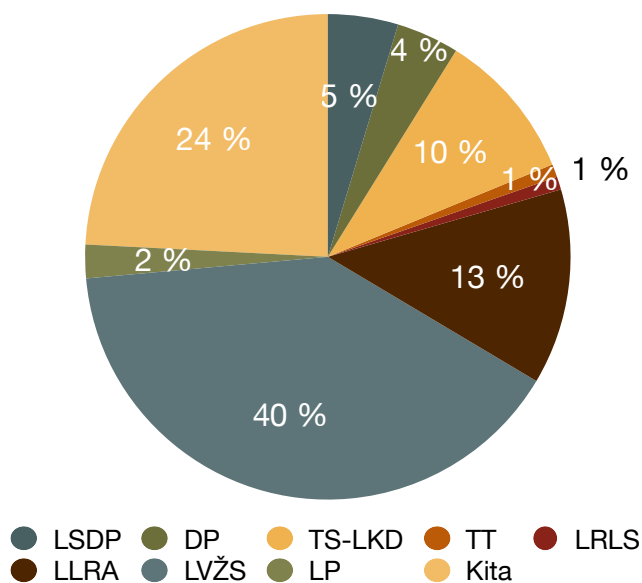
kurioje gali užsiima asmeniniais ar įmonės viešaisiais ryšiais, diskutuoti su savo auditorija visuomeniniais, politiniais klausimais, formuoti nuomonę.

Taip pat pastebėta, kad politiniais klausimais kone dvigubai dažniau pasisakė žurnalistai vyrai. Jie taip pat dažniau skelbė darbinę informaciją. Tuo metu moterys dažniau rašė asmeninėmis, visuomeninėmis temomis. Žurnalisčių paskyrose rasta daugiau reklamos.

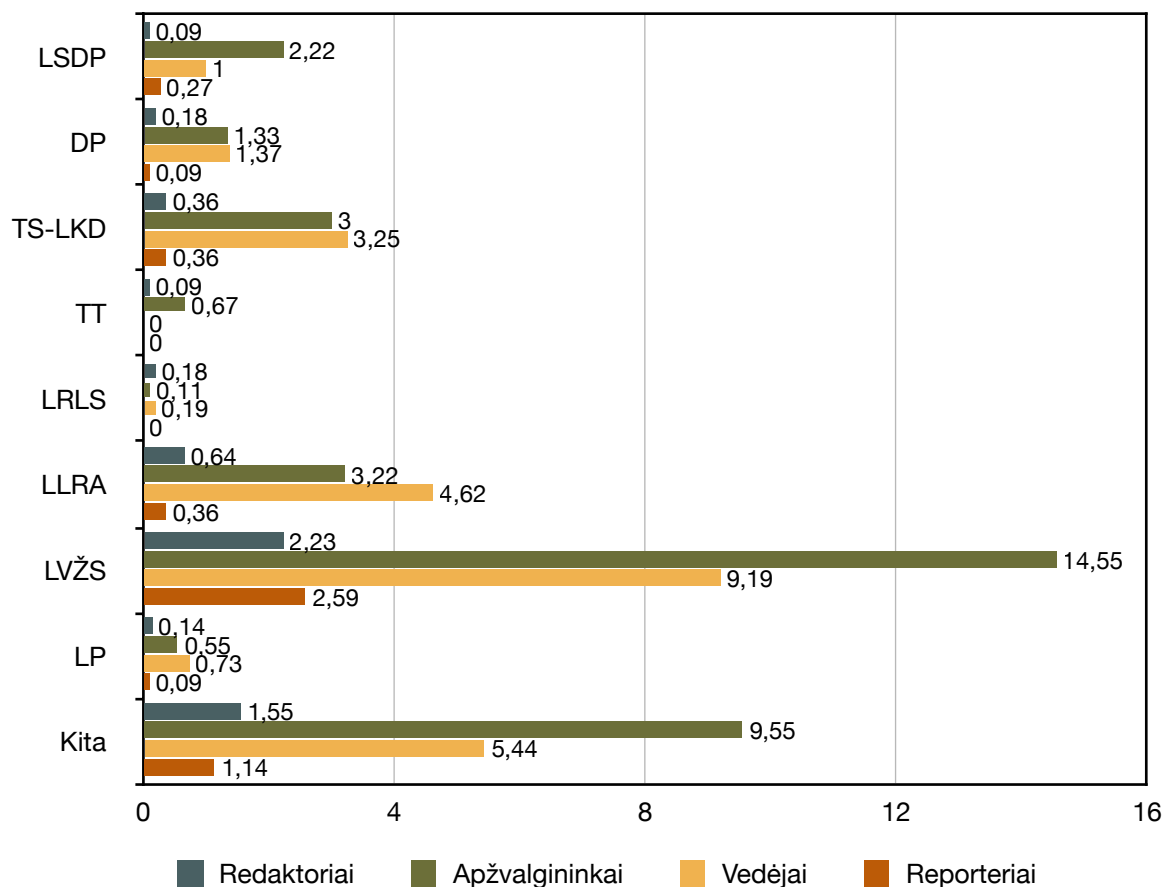
Svarbu paminėti, kad net 6,6 karto dažniau politinėmis ir 3,9 karto visuomeninėmis temomis pasisakė sovietmečiu dirbti pradėję žurnalistai. Jų tekstuose taip pat buvo rasta net 8,5 karto daugiau reklamos nei jaunesnės kartos žurnalistų. Tik žiniasklaidos lauke dirbę žmonės gerokai rečiau pasisakė visomis temomis nei tie, kurie turėjo įvairios profesinės patirties.

Toliau buvo nagrinėjamos tik politinės žinutės. Pirmiausiai buvo siekiama nustatyti, kokioms politinėms partijoms buvo skiriama daugiausia dėmesio. Paaaiškėjo, kad didžioji dauguma t.y. 40 proc. įrašų buvo apie LVŽS. Išskirtinai daug apie juos kalbėjo apžvalgininkai bei laidų vedėjai. Antrąją vietą su 13 proc. užėmė LLRA. Apie šią partiją daugiausia kalbėjo laidų vedėjai ir apžvalgininkai. Trečioje vietoje tarp dažniausiai minimų partijų buvo TS-LKD. Įrašai apie TS-LKD sudarė 10 proc. Apie konservatorius daugiausia kalbėjo laidų vedėjai ir apžvalgininkai. 5 proc. sudarė įrašai apie LSDP, 4 proc. – DP, 2 proc. Laisvės partija (LP) ir po 1 proc. LRLS bei TT. 24 proc. sudarė kitos partijos, pavyzdžiui, Alytaus tarybos nario Tomo Pačeso vadovaujama partija „Lietuva – visų“, Centro partija – tautininkai, Lietuvos liaudies partija, Lietuvos žaliųjų partija, „Drąsos kelias“, „Lietuvos sąrašas“, „Laisvė ir teisingumas“, Nacionalinis susivienijimas ir pan. (žr. 20 ir 21 paveikslas)

20 paveikslas. DAŽNIAUSIAI
MINIMOS POLITINĖS PARTIJOS
2020 m.



21 paveikslas. ĮRAŠAI APIE POLITINES PARTIJAS 2020 m.

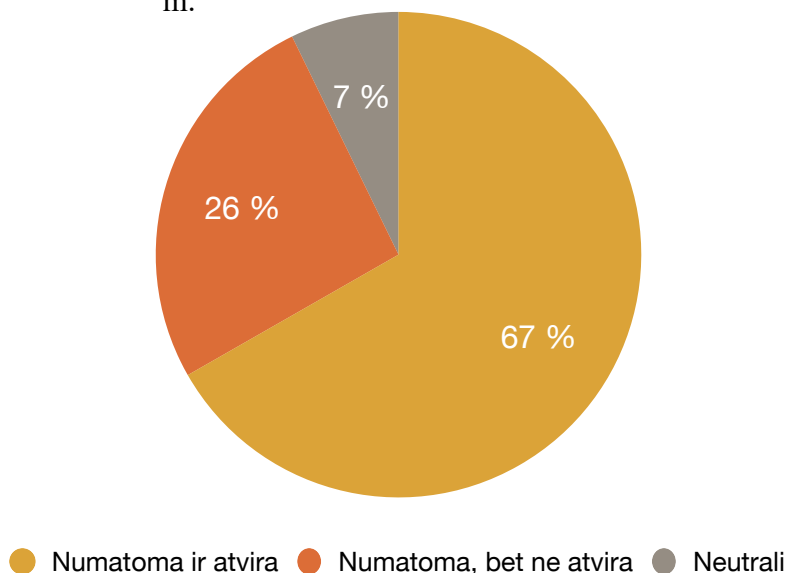


Praktiškai apie visas politines jėgas dažniau kalbėjo žurnalistai vyrai nei moterys. Išskyrus LVŽS. Apie šią partiją nors ir ne ženkliai, visgi dažniau pasisakė žurnalistės. Apie visas partijas

gerokai daugiau rašė sovietmečiu dirbti pradėję žurnalistai. Lygiai taip pat elgėsi tie, kurie į žiniasklaidą atėjo iš kitų sričių.

Išsiaiškinus, apie kokias politines jėgas buvo kalbama daugiausia, toliau buvo gilinamasi, kaip tai daroma. Pirmiausia buvo siekiama nustatyti galimas politines įkrovas. Paaiškėjo, kad dauguma t.y. 67 proc. politinių įrašų buvo numatomos ir atviros politinės įkrovos, tai reiškia, kad žurnalistai tiesiai be užuolankų išsako savo nuomonę, vertinimą dėl tam tikrų politinių sprendimų, veiksmų ir pan. 26 proc. politinių įrašų buvo numatomos, tačiau ne atviros politinės įkrovos. Tai reiškia, kad mažiau nei trečdalyje įrašų žurnalistų pozicija buvo išsakoma, tačiau daryta netiesiogiai. 7 proc. įrašų buvo neutralūs, juose politinės įkrovos nepastebėta (žr. 22 paveikslas).

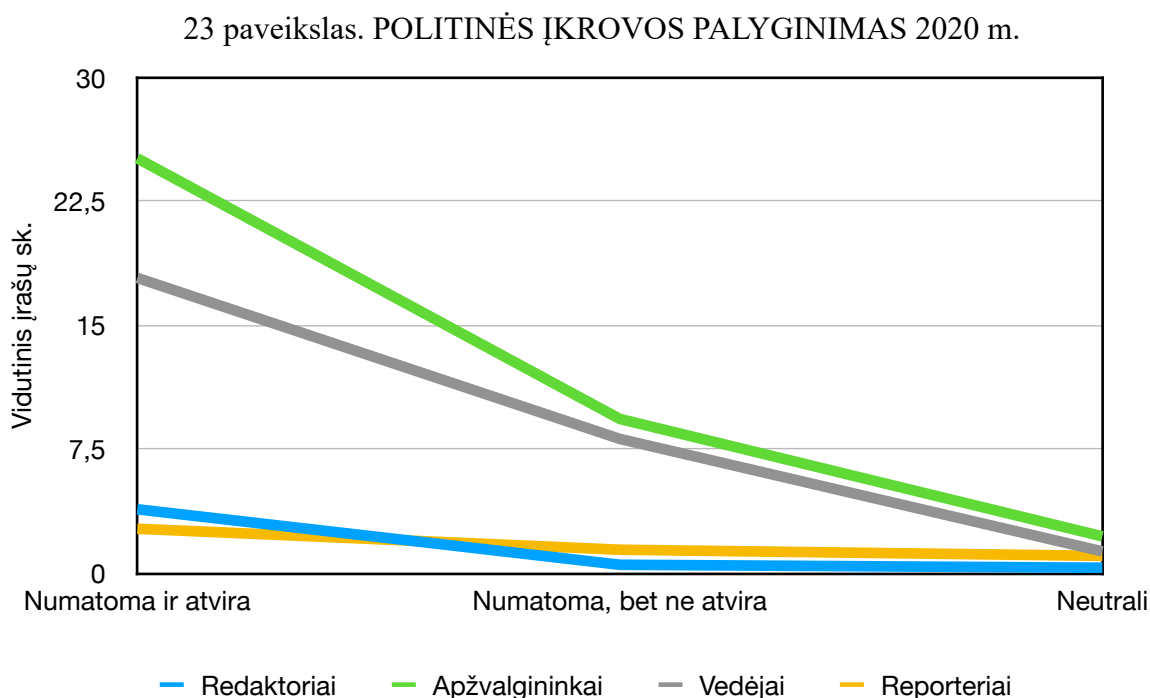
22 paveikslas. POLITINĖ ĮKROVA
ŽINIASKLAIDOS LAUKE 2020
m.



Daugiausia numatomos ir atviros politinė įkrovos buvo apžvalgininkų įrašuose. Vienas apžvalgininkas vidutiniškai paskelbė 25,11 tokių įrašų. Kiek mažiau t.y. vidutiniškai 17,87 numatomos ir atviros politinės įkrovos įrašų paskelbė laidų vedėjai. Bene didžiausias atotrūkis skelbiant numatomos ir atviros politinės įkrovos įrašus buvo redaktorių ir reporterių. Vidutiniškai vienas redaktorius pasidalindavo 3,86, o reporteris – 2,68 tokiais įrašais.

Numatoma, tačiau neatvira politinė įkrova taip pat daugiausia dalijosi apžvalgininkai ir laidų vedėjai. Vienas apžvalgininkas paskebė vidutiniškai 9,33, o vedėjas – 8,12 tokius įrašus. Kur kas mažiau tokių įrašų rasta reporterių ir redaktorių įrašuose. Vienas reporteris vidutiniškai parašė 1,41, o redaktorius 0,5 numatomos, tačiau ne atviros politinės įkrovos įrašų.

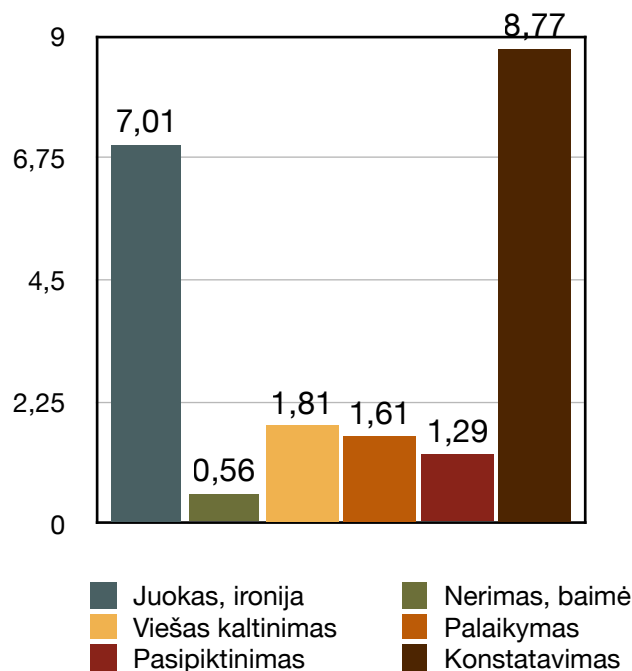
Neutralių įrašų daugiausiai rasta pas apžvalgininkus. Vienas vidutiniškai paskelbė 2,22 neutralios informacijos. Vienas vedėjas vidutiniškai pasidalijo 1,31, reporteris – 1,04, o redaktorius – 0,32 neutraliais įrašais (žr. 23 paveikslas).



Pastebėta, kad numatomos ir atviros politinės įkrovos kur kas daugiau sutinkama žurnalistų vyrų įrašuose. Tuo metu žurnalisčių moterų įrašuose yra daugiau numatomos, tačiau ne atviros politinės įkrovos. Neutralių įrašų daugiau rasta žurnalistų vyrų paskyrose. Sovietmečiu pradėję dirbti žurnalistai jaunesnę kartą tiek atvirais, tiek numatomais, tačiau ne atvirais įrašais lenkia net 7 kartus. Įvairiose srityse patirties turėję žurnalistai atvirais pareiškimais taipogi lenkia tik žiniasklaidoje dirbusius kolegas net 4 kartus.

Taip pat mėginta patikslinti, kokiais konkrečiais būdais/priemonėmis atvira ir ne atvira politinė įkrova pasireiškia. Išanalizavus politinius įrašus, paaiškėjo, kad dažniausiai žurnalistai naudoja konstatavimo techniką (42 proc.), kai jų nuomonė/ižvalgos tarsi nekvestionuojamos, informacija pateikiama tarsi nenuginčijama tiesa. Taip pat gana dažnai žurnalistai pasitelkė juoką ir ironiją ir tai sudarė 33 proc. naudotų priemonių. 9 proc. buvo vieši kaltinimai, pareiškimai kažką padarius ar nepadarius. 8 proc. įrašų buvo išreiškiamas palaikymas tam tikros politinės jėgos ar idėjų, poelgių, sprendimų. Taip pat pastebėta, kad žurnalistai linkę piktintis tam tikrais politikų sprendimais, veiksmais. Tai sudarė 6 proc. Ir 3 proc. įrašų, kuriuose buvo sėjama baimė ir nerimas, auditorija gąsdinama, bauginama (žr. 24 paveikslas).

24 paveikslas. DAŽNIAUSIAI
NAUDOJAMOS
MANIPULIACINĖS
PRIEMONĖS 2020 m.



Pastebėta, kad konstatavimą ir juoką dažniausiai naudojo apžvalgininkai ir laidų vedėjai. Be to, laidų vedėjai kur kas labiau nei apžvalgininkai linkę palaikyti ir piktintis. Kitaip nei redaktoriai, žurnalistai labiau renkasi juoką ir ironiją.

Žurnalistai vyrai dažniausiai rinkosi ironizuoti ar konstatuoti. Tuo metu žurnalistės moterys gerokai dažniau išreiškė palaikymą tam tikrai politinei jėgai ar politiniam sprendimui. Taip pat žurnalistės moterys dažniau viešai piktinosi, kaltino, sėjo baimę, nerimą.

Nuo 1990-ųjų žiniasklaidos lauke dirbti pradėję žurnalistai elgėsi kur kas santūriau, tuo metu sovietmečiu karjerą pradėję jų kolegos nuo kelių iki keliasdešimt kartų dažniau naudojo absoliučiai visas manipuliacijos priemones.

Lygiai taip pat išsiskyrė iš kito lauko į žiniasklaidą atėję dirbti žmonės. Jie taip pat nuo kelių iki keliolikos kartų dažniau naudojo konstatavimą, juoką, pasipiktinimą, palaikymą, kaltinimą, nerimo ir baimės sėjimą nei jų kolegos dirbę tik žurnalistiniame lauke.

Taigi 2020 m. duomenys rodo, kad žurnalistai aktyviai naudojami feisbuku, tačiau naudojimasis priklauso nuo darbo pobūdžio ir patirties.

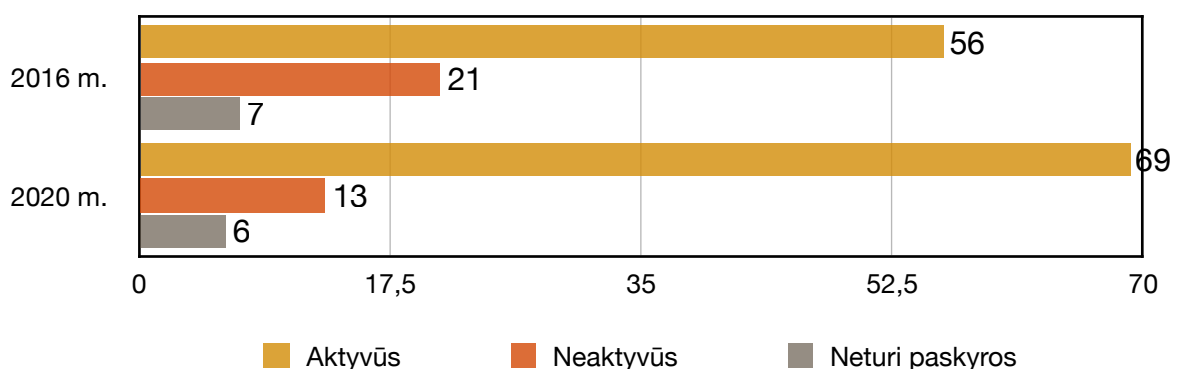
2.4. Lyginamoji 2016 ir 2020 m. rezultatų analizė

2016 m. į žiniasklaidos lauko tyrimą pateko 84 žurnalistai, iš jų 56 buvo aktyvūs (t.y. paskelbė bent 1 įrašą tiriamuoju laikotarpiu) ir analizuojami detaliau. 2020 m. numatytus atrankos kriterijus atitiko 87 žurnalistai, iš jų 69 feisbuke buvo aktyvūs ir tiriama detaliau. Taigi prieš 2016 ir 2020 m. Seimo rinkimus iš viso išsamiai buvo ištirtos 125 žurnalistų paskyros (2016 m. – 84, 2020 m. – 87; iš 87 – 65 buvo persidengiantys t.y. pateko į tyrimą abiem laikotarpiais, o 22 pasikeitė darbovietė, einamos pareigos, tik atėjo į žiniasklaidos lauką ar iš jo išėjo). Tai svarbu, nes padeda aiškiau suvokti ir paaiškinti stebimus pokyčius – ar jie yra individo lygmenyje (t.y. tas pats asmuo pradėjo elgtis skirtingai) ar grupės lygmenyje (ta pati grupė elgiasi skirtingai, galimai dėl personalinio pokyčio).

Iš viso buvo rasti ir išanalizuoti 5384 žurnalistų įrašai.

Palyginus 2016 m. ir 2020 m. tyrimo rezultatus paaiškėjo, kad feisbuką naudoja vis daugiau žurnalistų. Viena vertus, daugėja tų, kurie bent kartą pasidalijo vienokia ar kitokia informacija feisbuke. Kita vertus, mažėja tų, kurie yra pasyvūs feisbuko naudotojai. Tai reiškia, kad žurnalistams nebeužtenka tik turėti paskyrą, stebėti, analizuoti aplinką, jie tampa praktiniais socialinio tinklo naudotojais. Tų, kurie apskritai neturi paskyros feisbuke, taip pat mažėja. Taigi šiuolaikinės medijos tampa vis reikšmingesnės ir svarbesnės žiniasklaidos lauko dalyviams. Žurnalistai jaučia poreikį „būti“ ir „dalyvauti“ socialinio tinklo gyvenime (žr. 25 paveikslas).

25 paveikslas. ŽINIASKLAIDOS LAUKO VEIKĖJŲ NAUDOJIMASIS FEISBUKU 2016 m. ir 2020 m.

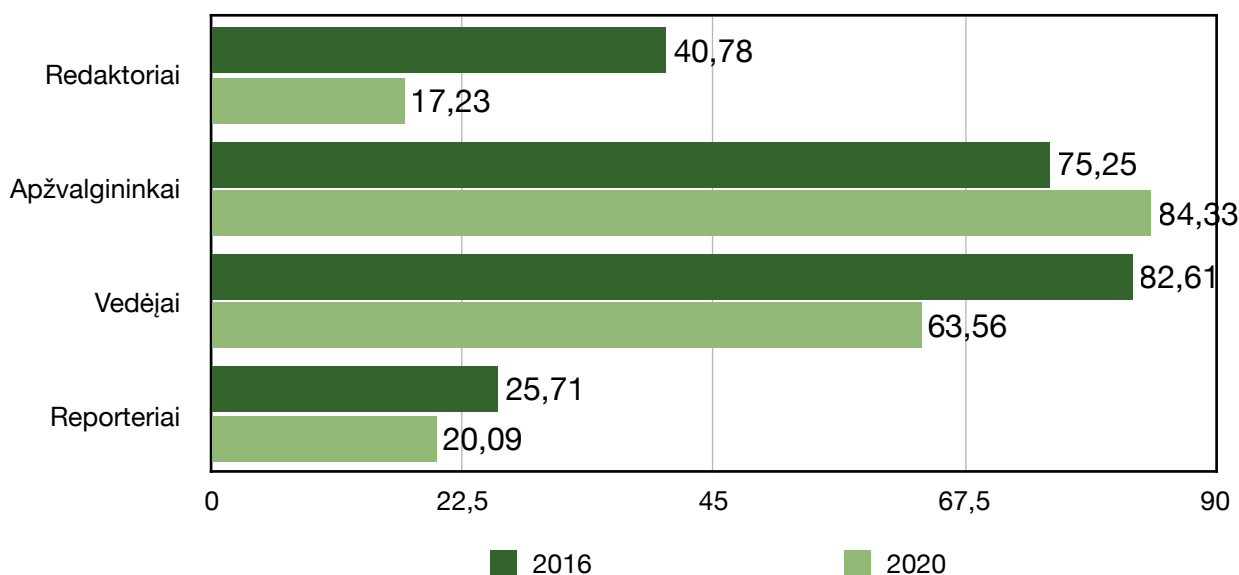


Nors paskyras feisbuke turi vis daugiau žurnalistų, augantis socialinių tinklų naudojimas nereiškia dalyvavimo socialinio tinklo gyvenime augimo. Analizuojant aktyvumą pagal paskelbtus įrašus 2016 ir 2020 m. paaiškėjo, kad socialiniame tinkle žurnalistai rašo rečiau – 2020 m. rasta 10

proc. mažiau įrašų nei 2016 m. Spėjama, kad tokia situacija gali būti sustiprėjusios dėl savikontrolės: galbūt griežčiau atsirenkama, kokią žinutę skelbti, kokios ne dėl galimos įtakos, nuomonės formavimo ir pan. Neatmetama galimybė, jog tam įtakos gali turėti žmogiškasis faktorius. Kitaip tariant, aktyviai naudojęsi socialiniais tinklais žurnalistai pavargo nuolatos dalintis, skelbti įrašus, todėl tai daro tik esant svarbioms aplinkybėms.

Didžiausias pokytis pastebėtas tarp redaktorių. Redaktoriai 2020 m. paskelbė net dvigubai mažiau įrašų nei 2016 m. – toks rezultatas gali būti aiškinamas dėl pasikeitusių personalijų redaktorių lauke bei sustiprėjusios savicenzūros. 19,05 mažiau įrašų paskelbė laidų vedėjai. 5,62 įrašais mažiau paskelbė reporteriai. Tiesa, išsiskyrė apžvalgininkai – jie įrašų parašė vidutiniškai 9,08 daugiau nei 2016 m. Greičiausiai tam įtakos turėjo dalies personalijų pasikeitimas ir feisbuko, kaip potencialios erdvės savo žinomumui didinti bei apžvalgoms viešinti, suvokimas (žr. 26 paveikslas).

26 paveikslas. AKTYVUMAS SOCIALINIAME TINKLE PAGAL ĮRAŠŲ SKAIČIŲ 2016 m. IR 2020 m.



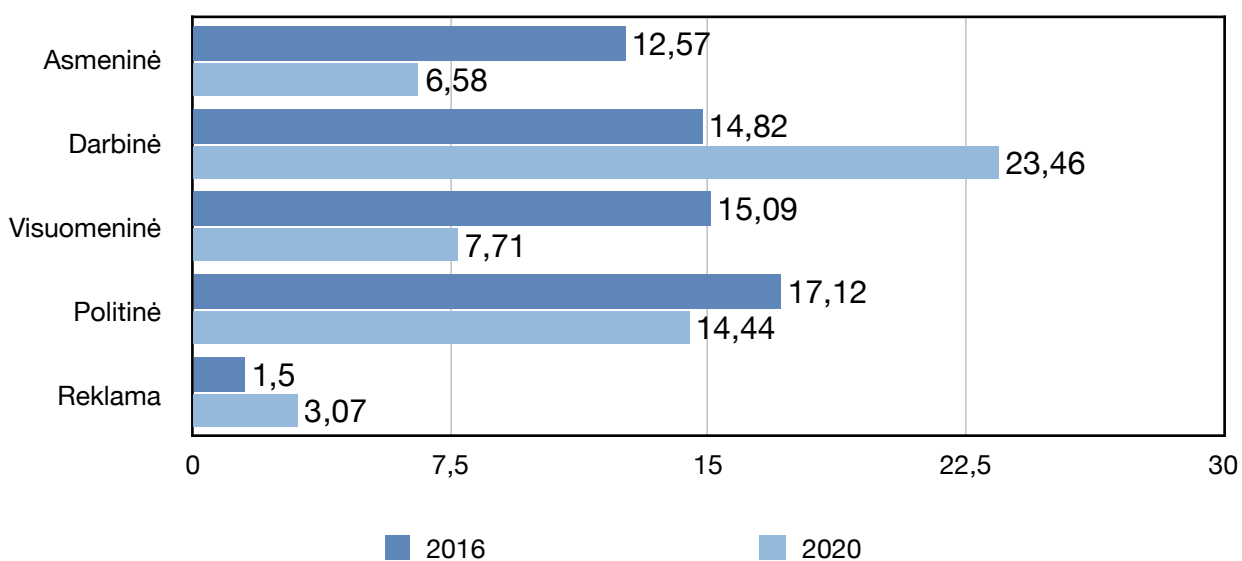
Palyginus, kokiomis temomis rašė žurnalistai 2016 m. ir 2020 m., taip pat išryškėjo tam tikros tendencijos. 2020 m. asmenine informacija žurnalistai dalijosi kone dvigubai rečiau nei 2016 m. Tuo metu profesiniais dalykais – pusantro karto dažniau. Tai reiškia, kad feisbukas tampa labiau darbo nei laisvalaikio priemone, kur žurnalistai gali pasiekti ir auginti savo auditoriją, dalintis su ja informacija, žiniomis, nuomone tam tikrais klausimais.

Įrašų visuomeninėmis ir politinėmis temomis 2020 m. rasta mažiau nei 2016 m. Tai rodo, kad žurnalistai tarsi stengiasi riboti savo pareiškimus visuomeniniais ir politiniais klausimais viešojoje

erdvėje. Galima numanyti, kad šiuos pokyčius gali lemti žurnalistinės etikos profesinėje veikloje sustiprėjimas, savicenzūra bei personalijų pokyčiai žiniasklaidos lauke.

Verta atkreipti dėmesį į tai, kad reklamos žurnalistų feisbuko anketose išaugo dvigubai. Šis pokytis kelia nerimą žvelgiant iš objektyvaus, nešališko, aukščiausius etikos standartus atitinkančio žurnalistų etalono. Kita vertus, suvokiama komercializmo įtaka, žurnalistų kaip nuomonės formuotojų, žinomo veido išnaudojimas reklamos tikslais ir pačių žurnalistų siekis užsidirbti papildomų pajamų (27 paveikslas).

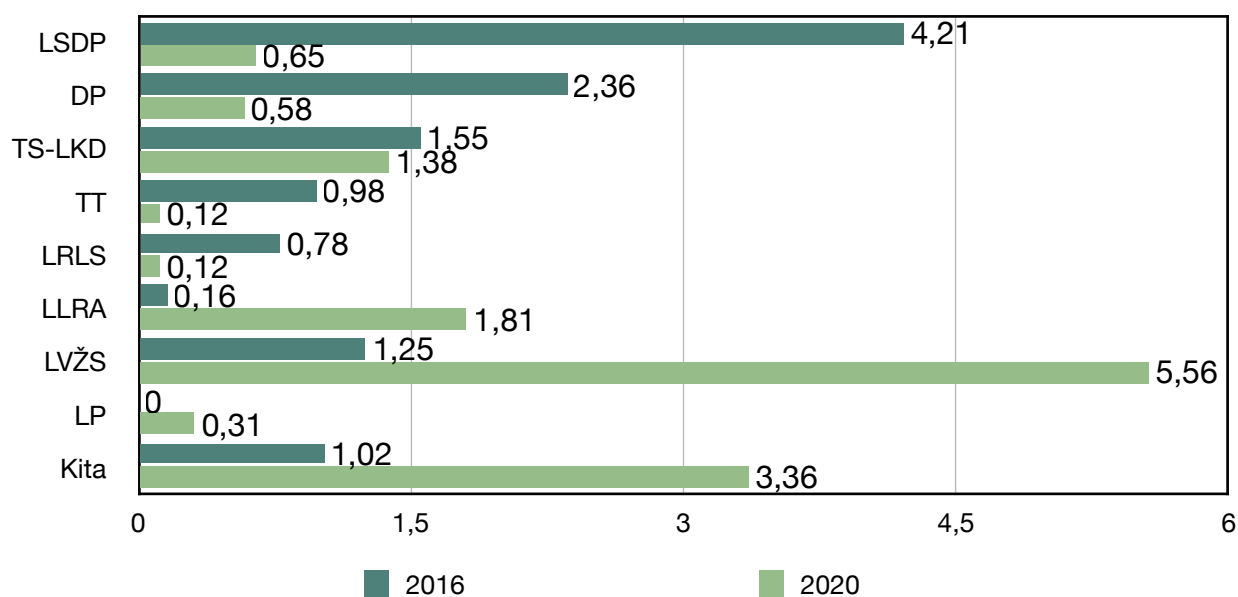
27 paveikslas. ĮRAŠŲ TEMŲ LAUKAI 2016 m. IR 2020 m.



Atlikus 2016 ir 2020 m. analizę taip pat buvo nustatyta, kad iki rinkimų valdžiusios partijos buvo dažniausiai žurnalistų aptarinėjamos socialiniuose tinkluose. Pavyzdžiui, 2012-2016 m. valdančiąją daugumą sudarė LSDP, DP, TT ir LRLA. Kiek vėliau pastaroji pasitraukė iš valdančiosios koalicijos. Tyrimas atskleidė, kad būtent LSDP, DPP ir TT buvo tos, apie kurias 2016 m. buvo kalbėta ženkliai daugiau nei 2020 m. (žr. 28 paveikslas).

Tuo metu po 2016-2020 m. Seimo rinkimų paaiškėjo, kad didžiausią frakciją naujajame Seime turės Vyriausybę kartu su socialdemokratais formuosianti LVŽS. Per ketverius metus susitarimai dėl valdančiosios daugumos keitėsi. Galiausiai 2019 m. LVŽS, LSDP, TT, LLRA-KŠS sudarė koalicijos sutartį. Daugiausia mandatų Seime turėjusi LVŽS tiriamuoju laikotarpiu 2020 m. buvo minima labiausiai iš visų. Akivaizdus skirtumas ir dėl išaugusio LLRA-KŠS populiarumo – tapusi koalicijos partnere ši partija tarp žurnalistų buvo aptarinėjama itin dažnai.

28 paveikslas. DAŽNIAUSIAI MINIMOS POLITINĖS PARTIJOS
2016 m. IR 2020 m.



TS-LKD tiek 2016 m., tiek 2020 m. buvo opozicinė partija, turėjusi panašų skaičių mandatų (2012-31, 2020-33). Greičiausiai tai lėmė, kad dėmesys konservatoriams iš žiniasklaidos atstovų buvo apylygis.

Taip pat pastebėta, kad 2016 m. kur kas daugiau kalbėta apie LRLS nei 2020. Viena svarbiausių priežasčių – 2016 m. kilęs skandalas dėl buvusio partijos lyderio Eligijaus Masiulio galimai paimto kyšio ir skausmingas partijos reitingų smukimas.

Tuo metu 2020 m. iškilo naujai susikūrusi liberalių pažiūrų Laisvės partija (LP), kurią įsteigė buvę LRLS lyderiai Remigijus Šimašius ir Aušrinė Armonaitė. Manoma, kad personalijų pasikeitimas taip pat galėjo turėti įtakos ženkliam žurnalistų dėmesio LRLS sumažėjimui 2020 m., nes dėmesys automatiškai buvo nukreiptas naujai liberalų partijai.

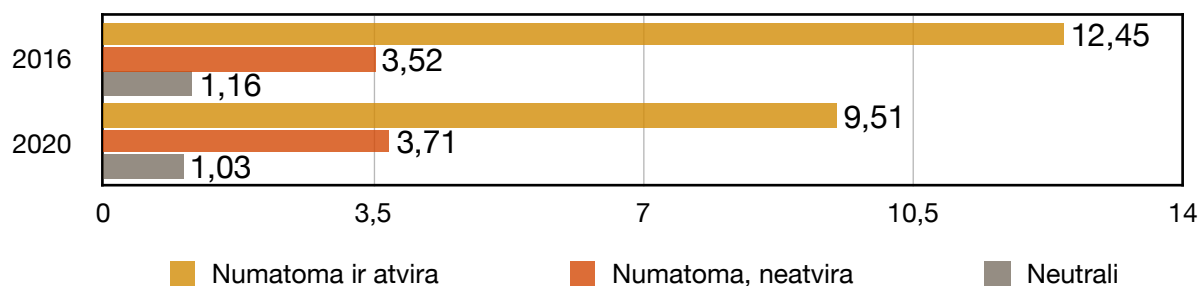
2020 m. tris kartus dažniau nei 2016 m. buvo minimos įvairios kitos partijos ir politiniai judėjimai. Manoma, kad tai galėjo lemti išaugęs politinės kampanijos dalyvių skaičius: 2020 m. Seimo rinkimuose dalyvavo 22 partijos, o 2016 – 19; save išsikėlusius kandidatų 2020 m. buvo 22, o 2016 – 20; politinių partijų iškeltų atstovaujamųjų kandidatų 2020 m. buvo 460, o 2016 m. – 350⁴².

Išanalizavus, kaip keitėsi žurnalistų įrašai pagal politines įkrovas, nustatyta, kad 2016 m. tiriamuoju laikotarpiu vienas žurnalistas vidutiniškai pasidalijo 12,45 įrašais su numatoma ir atvira politine įkrova. Tuo metu 2020 m. tokių įrašų buvo mažiau – vidutiniškai 9,51. Numatomos, tačiau

42 <https://www.vrk.lt/politines-kampanijos-dalyviai-2020-sei>
<https://www.vrk.lt/pk686/dalyviai>

ne atviros politinės įkrovos rezultatai priešingi – 2016 m. ne atvirų įrašų vidutiniškai buvo 3,52, o 2020 m. išaugo iki 3,71. Neutralių žinučių 2020 m. buvo mažiau nei 2016 (žr. 29 paveikslas).

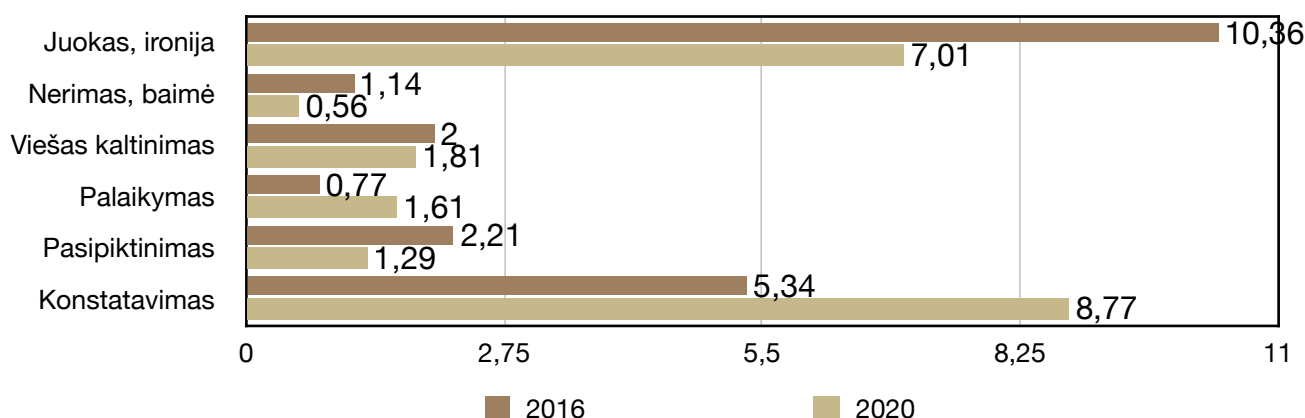
29 paveikslas. POLITINĖ ĮKROVA ŽINIASKLAIDOS LAUKE 2016 m. IR 2020 m.



Ši analizė parodė, kad viešai deklaruoti savo nuomonę vienais ar kitais politiniais klausimais socialinėje erdvėje žurnalistai imasi rečiau. Šitokią elgesį galimai paskatino savicenzūra dėl įvairių priežasčių: asmeninių, profesinių, darbovietės vidinės politikos, išaugęs žurnalisto atsakomybės suvokimas dėl pasisakymų viešojoje erdvėje, galimo poveikio auditorijai ir nuomonės formavimo vengimo. Mažėjantis neutralių žinučių skaičius taip pat signalizuoja apie galimą savicenzūrą. Kita vertus, nors ir ne ženkliai, tačiau išaugęs numatomos, tačiau ne atviros politinės įkrovos skaičius žurnalistų įrašuose reiškia, kad ieškoma naujų subtilesnių būdų savo nuomonei, įsitikinimams reikšti.

Dažniausiai naudojamos manipuliacinės priemonės palyginus 2016 m. ir 2020 m. skiriasi (žr. 30 paveikslas). Juokas ir ironija 2016 m. buvo dažniau naudojami nei 2020 m. Tuo metu konstatavimas naudojamas dažniau 2020 m. Pastebėta, kad nerimas, baimė, viešas kaltinimas, pasipiktinimas buvo dažnesnis 2016 m. Tuo metu palaikymo atvejų dažniau pasitaikė 2020 m. (žr. 30 paveikslas).

30 paveikslas. DAŽNIAUSIAI NAUDOJAMOS MANIPULIACINĖS PRIEMONĖS 2016 m. IR 2020 m.



2.5. Tyrimo išvados

Atlikus žiniasklaidos lauko dalyvių 2016 m. ir 2020 m. tyrimą socialiniame tinkle, buvo prieita šių išvadų:

1. Šiuolaikinės medijos tampa vis reikšmingesnės ir svarbesnės žiniasklaidos lauko dalyviams. Daugėja tų, kurie bent kartas nuo karto pasidalija vienokia ar kitokia informacija feisbuke. Mažėja tų, kurie turi paskyrą feisbuke, tačiau yra stebėtojai, o ne dalyviai. Taip pat mažėja tų, kurie socialiniu tinklu apskritai nesinaudoja.

2. Nors į tiriamą žiniasklaidos lauką 2020 m. pateko daugiau žurnalistų nei 2016 m. ir aktyvių detaliai tiriamų paskyrų 2020 m. taip pat buvo daugiau nei 2016 m., įrašų 2020 m. buvo rasta mažiau. Tai reiškia, kad žurnalistai jaučia poreikį „būti“ socialiniame tinkle, tačiau savo pasisakymus viešojoje erdvėje dėl vienokių ar kitokių priežasčių riboja labiau nei anksčiau.

3. Feisbukas tampa daugiau darbo priemone, o ne asmenine erdve. Vis labiau žurnalistai socialiniame tinkle užsiima savo ar kolegų darbo rezultatų viešinimu, darbovietės įvaizdžio stiprinimu.

4. Visuomeniniams ir politiniams klausimams skiriama mažiau dėmesio nei anksčiau. Galima daryti prielaidą, kad šiuos pokyčius lėmė žurnalistinės etikos profesinėje veikloje sustiprėjimas, savicenzūra ir/ar personalijų pokyčiai žiniasklaidos lauke.

5. Išaugęs reklamos kiekis žurnalistų paskyrose kelia vertybinius klausimus dėl objektyvumo, nešališkumo. Kita vertus, tai rodo, kad žurnalistai vis labiau save pozicionuoja ir kaip nuomonės formuotojus, iš to gaudami naudos, pavyzdžiui, simbolinį, socialinį, kultūrinį, ekonominį kapitalą.

6. Valdančioje daugumoje esančios politinės jėgos socialiniame tinkle sulaukia didžiausio žurnalistų dėmesio. Kiek mažiau – opozinės partijos. Visos kitos partijos aptarinėjamos daugiau epizodiškai, tarsi nelabai pastebimos ir vertos dėmesio.

7. Atvirai deklaruoti savo nuomonę politiniais klausimais žurnalistai imasi rečiau. Įtariama, kad tokius pokyčius galėjo paskatinti savicenzūra dėl asmeninių priežasčių, pasikeitusios darbovietės vidinės politikos, išaugusio atsakomybės suvokimo dėl galimo poveikio auditorijai. Kita vertus, išaugęs numatomas, tačiau ne atviros politinės įkrovos skaičius žurnalistų įrašuose signalizuoja tai, kad ieškoma naujų subtilesnių būdų savo nuomonei reikšti.

8. Pagal gautus politinės tematikos įrašų duomenis, kaip žurnalistai elgiasi feisbuke, galima išskirti žurnalistų tipažus. Ši žurnalistų klasifikacija iš esmės atspindi žurnalistų elgsenos socialiniuose tinkluose ypatumus ir tendencijas:

- Žurnalistai – aktyvūs politikos dalyviai. Tai žurnalistai, kurie tuoj pat skuba pareikšti savo nuomonę socialiniuose tinkluose. Jie aktyviai pasisako politiniais klausimais, savo auditorijai pasako ne tik apie kokius politinius įvykius galvoti, bet ir kaip juos vertinti.

- Žurnalistai – politikos ekspertai. Politikos ekspertais galima laikyti tuos žurnalistus, kurie rašydami komentarus socialiniuose tinkluose tarsi užima žinovo-politikos apžvalgininko-eksperto poziciją. Tokio žurnalistų kalba labiau dalykiška nei žurnalistų-aktyvaus politikos dalyvio. Asmeninės nuomonės jis nepateikia, tačiau komentuodamas sudaro sąlygas skaitytojams susipažinti su visomis galimomis įvykio interpretacijomis, nurodo daugiau įvykio matymo galimybių, apžvelgia visas galimas pasekmes.

- Žurnalistai – politinių naujienų pranešėjai. Tokie žurnalistai aktyviu politikavimu neužsiima. Pagrindinis jų tikslas – pranešti faktą, naujieną, tačiau nepateikiant jokio asmeninio vertinimo, nuomonės. Tokie žurnalistai taip pat neužsiima politinių įvykių interpretacija, nepalieka kelių dviprasmybėms, o atvirai leidžia patiems skaitytojams susidaryti nuomonę apie įvykį.

- Žurnalistai – satyrininkai. Daugiausia linkę pasijuokti, atvirai pasišaipyti iš politinių sprendimų, politikų veiksmų ar aplinkybių.

Išvados

2004 m. atsiradus socialiniam tinklui „Facebook“ – šis sparčiai išpopuliarėjo daugelyje pasaulio šalių. Lietuva ne išimtis. Siekiant išsiaiškinti, kaip socialiniai tinklai išplečia/keičia žurnalistų profesinės veiklos galimybes ir standartus, išanalizavus akademinę literatūrą, žiniasklaidos veiklą reglamentuojančius teisės aktus ir galiojančius etikos kodeksus, atlikus žiniasklaidos lauko tyrimą priešrinkiminiais laikotarpiais, buvo prieita išvadų:

1. Viena vertus, socialinės medijos iš esmės skiriasi nuo tradicinių medijų, pavyzdžiui, įsitraukimo laipsniu, pasiekiamumu, prieinamumu, naudojimosi patogumu, naujumu, turinio kintamumu, vaidmenų kintamumu, tarpusavio sąsajomis ir bendruomeniškumu. Kita vertus, tiek socialinės medijos, tiek tradicinės žiniasklaidos priemonės kuria ir užpildo viešąją erdvę.

2. Socialinių tinklų svetainės išpopuliarėjo dėl teikiamų galimybių patogiai ir greitai skleisti informaciją, komunikuoti, palaikyti ryšius. Maža to, socialiniai tinklai suteikia galimybę išreikšti save, atskleisti ar sukurti savo asmenybę. Tuo metu kiti vartotojai gali sekti, stebėti žmones, kurie jiems dėl vienokių ar kitokių priežasčių yra įdomūs.

3. Dauguma žiniasklaidos priemonių iš esmės išmoko prisitaikyti prie naujos realybės ir socialines medijas išnaudoja savo veikloje: čia žurnalistai gali pasiekti esamą ar potencialią auditoriją, ją auginti ir didinti, palaikyti ryšį su informacijos šaltiniais, tiesiogiai bendrauti su savo skaitytojais, žiūrovais ar klausytojais, įtraukti juos į turinio kūrimo procesą, didinti darbuotojų ir darbovietės žinomumą, kurti ir stiprinti žiniasklaidos priemonės ir pačių žurnalistų prekės ženklus. Socialiniai tinklai žiniasklaidai suteikia interaktyvumo, betarpiškumo, greičio, papildomo turinio pateikimo galimybes.

4. Šiuolaikinių medijų amžiuje etikos standartų laikymasis tampa rimtu iššūkiu visiems žiniasklaidos lauko dalyviams. Nors socialiniai tinklai iš esmės papildė ir keičia žurnalistų veiklos galimybes, jie negali pakeisti visuomenės informavimo principų ir žurnalistikos vertybių. Dėl to žiniasklaidos priemonės kuria vidinius etikos kodeksus, kuriuose nurodomos taisyklės, kaip žurnalistai turėtų elgtis socialiniuose tinkluose.

5. Tiek augantis skundų kiekis dėl žurnalistų veiklos socialiniuose tinkluose Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybai, tiek atliktas žurnalistų elgsenos tyrimas rodo, kad laikytis aukščiausių profesinės etikos standartų praktinėje veikloje sudėtinga: panieka, atviras politikų žeminimas, menkinimas, išjuokimas yra panašesnis į patyčias nei į argumentuotą kritiką. Tam,

kad valstybė būtų stipri, politinio cinizmo, užgauliojimų turėtų mažėti. Argumentuota, faktais, o ne emocijos paremta kalba galėtų vesti šalį į pažangą.

6. Žurnalistai socialiniame tinkle ne kiek informuoja, o kiek mitologizuoja įvykį ir kuria emocinį tam tikro įvykio vaizdinį ar politiko portretą. Vietoj įvykių atspindėtojų jie tampa valdžios kritikai, tikslingai veikdami konkrečios t.y. daugumoje esančios politinės jėgos/asmens atžvilgiu. Dominuoja nebe objektyvus informavimas, o nuomonės formavimas, turintis tam tikros politinės įkrovos. Įsitvirtina žurnalistų – nuomonių lyderių/formuotojų fenomenas.

7. Socialiniuose tinkluose dažnai plinta melagingos naujienos, ir dezinformacija, todėl žurnalistų ir žiniasklaidos vaidmuo tampa itin svarbus. Vieno ar kelių žiniasklaidos lauko dalyvių prarastas pasitikėjimas dėl galimo šališkumo, tendencingo faktų iškreipimo ar kitų su žurnalistika nesuderinamų dalykų neabejotinai pakenkia visam žiniasklaidos laukui ir žurnalistų reputacijai apskritai.

Taigi socialiniai tinklai iš esmės tampa neatsiejama žurnalistų profesijos dalimi. Viena vertus, suteikia daugybę galimybių. Kita vertus, reikalauja dar didesnės atsakomybės ir dar gilesnio žurnalistų misijos suvokimo. Visuomenės informavimo principai ir žurnalistikos vertybės žurnalistams turėtų galioti ir po darbo valandų, o didesnės auditorijos, peržiūrų ir kiti žiniasklaidos kaip verslo interesai neturėtų užgožti kertinių žurnalistikos vertybių.

1 priedas. 2016 m. žiniasklaidos laukas

Tyrimas	ŽINIASKLAIDOS LAUKAS 2016 m.																																			
	Vyriausybės institucijos												Laisias vedėjas												Aplūbininkas						Žurnalai ir žurnalai					
	Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis		Dalyvis									
Žiniasklaidos priemonės	TV																																			
	LIK																																			
Radijas	Laisvas rėm. TV																																			
	LPT radijas																																			
Spauda	Ypatingasis																																			
	Ypatingasis																																			
Internetas	FB																																			
	FB																																			
Vėdinimas	Laisvas rėm. TV																																			
	LIK																																			
Naujųjų agentūra	LIK																																			
	LIK																																			

2 priedas. Žiniasklaidos lauko dalyviai 2016 m.

	Redaktoriai	Apžvalgininkai	Laidų vedėjai	Žurnalistai
Televizija	8	3,5*	11	11
Radijas	3	1,5*	7	9
Spauda	5	3	0	0
Naujųjų portalas	5	3	0	5
YouTube kanalas	0	0	1	0
Naujųjų agentūra	3	0	0	5
VISO: 84	24	10	19	30

*0,5 – žmogus dirbo daugiau nei vienoje darbovietėje

3 priedas. 2016 m. žiniasklaidos lauko tyrimas

Irašo data	Irašo tema					Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kiti	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaiškymas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
16		1																						
19		1																						
20				1								1			1				1					
21				1						1					1				1					
23			1																					
24				1						1					1									1
26		1		1								1			1				1				1	
27		1		1			1								1				1					
28				1								1			1									1
1		1																						
2			1																					
5				1													1							
4	1																							
24				1						1					1				1					
26				1																				
27		1																						
28				1																				
31		1		1																				
4		1																						
6				1			1			1					1				1					Puskepas per ža-
8		1																						
9				1																				1
10			1																					
14	1																							
15				1																				
19		1		1						1					1				1					
22	1																							
4		1																						
19		1																						
21				1											1				1					
23				1											1				1					
REDAKTORIUS 1	4	12	3	19	0	0	3	0	3	3	0	7	0	0	11	7	1	15	1	0	0	0	4	

Irašo data	Irašo tema					Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kiti	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaiškymas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
18	1																							
20	1																							
21	1																							
22		1		1											1						1			1
23				1											1				1					
1	1																							
1	1																							
25			1																					
28	1		1	1											1								1	
1	1																							
4			1																					
5			1																					
8			1																					
10			1	1											1						1		1	
12		1		1														1	1			1	1	
18			1																					
19			1																					
1	1		1																					
22			1	1											1				1				1	
23			1																					
24			1																					
25			1																					
1			1																					
1	1																							
26	1	1																						
27	1																							
28			1																					
29			1																					
30			1																					
31			1																					
1			1																					
1	1																							
2		1	1																					
1			1																					
3	1																							
6			1																					
1			1																					
1			1																					
8			1	1											1			1						
22			1																					
5	1																							
REDAKTORIUS 2	19	6	31	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	3	2	0	2	5	3	

Irašo data	Irašo tema					Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kiti	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaiškymas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
5		1																						
14			1																					
18			1																					
9		1																						
28		1																						
11			1																					
26	1																							
30	1																							
1	1																							
REDAKTORIUS 3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

REDAKTORIUS 11																							
Irašo data	Irašo tema					Partija							Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kiti	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaikymas	Pasipiktinimas
18	1																						
20	1																						
26	1																						
28	1																						
29	1																						
30	1																						
31	1																						
2	1																						
4	1																						
6	1																						
7	1																						
8	1																						
9	1																						
11	1																						
15	1																						
16	1																						
18	1																						
19	1																						
24	1	1			1									1	1					1			
27	1																						
28	1																						
31	1																						
1	1																						
3	1																						
7	1																						
8	1																						
9	1																						
13	1																						
16	1																						
17	1																						
20			1																				1
22	1	1																				1	1
24	1																						
26	1																						
28	1																						
30														1	1								1
1	1																						
2	1																						
5	1																						
7		1																					
9	1																						
13	1														1								1
14	1																						
20	1																						
21	1																						
22	1																						
REDAKTORIUS 11	52	3	1	7	0	1	1	0	0	2	0	0	0	2	6	1	0	5	0	0	0	2	3

REDAKTORIUS 12																							
Irašo data	Irašo tema					Partija							Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kiti	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaikymas	Pasipiktinimas
23	1																						
29	1																						
1																							
2		1																					
17			1																				
19																							
23	1																						
24																							
25																							
29																							
30																							1
7																							
12																							
13																							
14																							
15																							
16																							
19																							
20																							
21																							
22																							
23																							
23		1																					
24																							
27																							
28																							
29																							
30																							
2																							
4		1																					
5																							
6																							
7																							
8																							
9																							
17																							
21																							
23																							
REDAKTORIUS 12	5	6	33	43	0	10	2	3	2	4	1	3	0	3	23	18	2	23	0	0	0	1	28

Irašo data	REDAKTORIUS 13										Manipuliacijos forma				Irašo nuoroda										
	Asmeninė	Darbinė	Irašo tema	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita		Politinė įkrova	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaišymas	Pasiipiktinimas	Konstatavimas		
17			1																						
19			1																						
20		1																							
21			1																						
22			1																						
23			1																						
24			1																						
25			1																						
26			1																						
27			1																						
28			1																						
29			1																						
30			1																						
31			1																						
1			1																						
2			1																						
3			1																						
4			1																						
5			1																						
6			1																						
7			1																						
8			1																						
9			1																						
10			1																						
11			1																						
12			1																						
13			1																						
14			1																						
15			1																						
16			1																						
17			1																						
18			1																						
19			1																						
20			1																						
22			1																						
23			1																						
25			1																						KSDIF KIEK
29			1																						
30			1																						ĮDOMIE, IR PO
31			1																						
1			1																						PAZICIJŲ TESTAS: CIA
3			1																						
4			1																						
5			1																						
6			1																						

REDAKTORIUS 14																								
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma						Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaikymas		Pasišaipinimas	Konstatavimas
16	1																							
17	1																							
REDAKTORIUS 14	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

APŽVALGININKAS 1																									
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma						Irašo nuoroda			
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaikymas		Pasišaipinimas	Konstatavimas	
16			1												1										
17			1																						
18	1			1												1									
19	1																								
20				1											1										
21			1																						Mazuronis sako.
22															1										
25	1																								
26			1																						
28				1																					
				1											1										1
	1																								
29		1																							
30				1											1										
31				1												1									
1			1												1										
2				1											1										
3				1											1										
4				1											1										
6			1												1										
7				1											1										
8				1											1										
9				1											1										
10				1											1										
11			1	1																					
12				1											1										
15				1											1										1
16				1											1										
				1											1										
17	1														1										
18				1											1										
20	1																								
22				1																					
23			1												1										
24				1											1										
25				1											1										
26			1												1										1
28				1											1										
29				1											1										
30				1											1										
31				1											1										
1				1											1										
2				1											1										
5			1												1										
6			1	1											1										
7			1												1										
8				1											1										
12				1											1										
13				1											1										
14				1											1										
15			1	1																					
16				1											1										
20				1											1										1
21				1											1										
22				1											1										
23				1											1										
28				1											1										
29			1												1										
30			1												1										
3				1																					
4			1												1										
8			1												1										
11				1											1										1
13				1											1										1
14			1												1										1
15				1											1										1
18				1											1										1
20				1											1										1
23				1											1										1
25				1											1										1
APŽVALGININKAS 1	11	19	16	64	3	15	19	2	3	5	0	0	0	3	58	3	0	58	0	0	0	6	5		

Table with columns 1-23 and rows 16-23. The table contains numerical data (mostly 1s) and labels in Lithuanian such as 'Uždarasis Dėvi...', 'KIBUSI...', 'Vežimėlis pasist...', 'PARKINIO...', 'Priežiūra apl...', and 'ATVIRA'. The bottom row shows a summary with values like 13, 32, 105, 75, etc., and the label 'APŽVALGININKAS 3'.

VEDĒJAS 5																								
Irašo data	Irašo tema					Partija								Politiskā iekrova			Manipulācijas forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politiskā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baimē	Viešas kaltināmas	Palaikymas		Paspikītināmas	Konstatatīvas
20			1																					
25		1		1											1				1					1
29			1																					
1			1																					
20			1																					
28		1	1	1			1							1						1		1	1	
12		1	1	1										1		1				1			1	
26		1	1	1										1						1				
9			1																					
10			1																					
12				1																				
14					1																			
VEDĒJAS 5	1	6	9	6	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	3	3	0	1	1	2	2	1	3

VEDĒJAS 6																								
Irašo data	Irašo tema					Partija								Politiskā iekrova			Manipulācijas forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politiskā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baimē	Viešas kaltināmas	Palaikymas		Paspikītināmas	Konstatatīvas
17		1																						
1		1																						
13		1																						
VEDĒJAS 6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

VEDĒJAS 7																								
Irašo data	Irašo tema					Partija								Politiskā iekrova			Manipulācijas forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politiskā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baimē	Viešas kaltināmas	Palaikymas		Paspikītināmas	Konstatatīvas
19		1																						
25		1																						
VEDĒJAS 7	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

VEDĒJAS 8																								
Irašo data	Irašo tema					Partija								Politiskā iekrova			Manipulācijas forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politiskā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baimē	Viešas kaltināmas	Palaikymas		Paspikītināmas	Konstatatīvas
17		1																						
18		1		1																				
20		1																						
21		1																						
25		1																						
26			1																					
28			1																					
1		1																						
3		1																						
5		1																						
6		1																						
9		1		1		1									1				1					
10			1																					
11		1																						
12		1																						
13		1																						
14			1																					
15				1																				
16		1																						
17		1		1																				
18				1																				
19		1																						
22			1																					
23			1																					
24			1																					
25		1																						
28			1																					
30		1																						
1		1																						
5		1				1			1													1		
6			1																					
8			1												1				1					1
9			1																					
10			1																					1
11			1																					
12			1																					
13			1																				1	1
14			1																					
15			1																					
16			1																					
18			1																					
19			1																					
21			1												1						1			
22			1																					
23			1																					
VEDĒJAS 8	33	48	22	16	7	2	1	3	0	2	0	2	0	0	9	6	1	8	0	2	2	4	4	

Irašo data	Irašo tema				Partija							VEDĒJAS 9			Manipulācijas forma				Irašo norāda					
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politinē	Reklāme	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neatvira	Juokas, ironija		Nerimas, baime	Viešas kaltināms	Palaikymas	Pasipiktināms	Konstatavāms
19				1		1		1								1		1						
20			1	1			1	1	1									1						
21			1	1											1			1						
22			1	1		1								1				1					1	
24			1	1											1								1	
25			1	1											1								1	
26	1			1			1								1			1						
27			1	1				1							1			1						
28			1	1			1								1			1						
29			1	1				1							1			1		1				
31			1	1											1			1						
1			1	1				1							1			1						
2			1	1				1							1			1						
3	1			1											1									1
4			1	1			1								1			1						
5			1	1				1							1			1						
6			1	1											1			1						
7			1	1											1			1						
8			1	1											1			1						
9			1	1			1								1			1						
10			1	1				1							1			1						
11			1	1											1			1						
12			1	1											1			1						
13			1	1											1			1						
15	1			1				1							1			1						
16	1			1				1							1			1						
17			1	1				1							1			1						
18			1	1					1						1			1						
19			1	1											1			1						
21			1	1											1			1						
22			1	1											1			1						
23			1	1											1			1						1
24			1	1											1			1						
25			1	1											1			1		1				1
26			1	1											1			1						
29			1	1											1			1						
30			1	1											1			1						1
31	1			1				1							1			1						
1			1	1				1							1			1						
2			1	1				1							1			1						1
4	1			1											1			1						
5			1	1											1			1						
6			1	1											1			1						
7			1	1											1			1						1
8			1	1											1			1						
9			1	1											1			1						1
10			1	1											1			1						
11			1	1											1			1						
13			1	1											1			1						1
14			1	1											1			1						
15			1	1											1			1						
16			1	1											1			1						

Irašo data	Irašo tema				Partija										VEDĒJAS 10			Manipulācijas forma					Irašo nuoroda	
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politiinē	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir arvira	Numatoma, bet nearvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baime	Viešas kaltinims	Palikymas	Pasipiktinims		Konstatavims
17																								
19	1																							
20		1		1																				
21	1																							
22		1																						
	1																							
23				1												1								
25	1																							
26		1																						
28	1																							
29	1																							
30	1																							
1	1																							
3	1																							
6	1																							
7	1																							
8	1																							
10	1																							
17	1																							
18	1																							
23				1											1									
24					1																			
26	1																							
27	1																							
29	1																							
30	1																							
31	1																							
1	1																							
2	1																							
3	1																							
4	1																							
6	1																							
7	1																							
9		1																						
10	1																							
11	1																							
14	1				1										1									
17	1																							
19	1																							
20	1																							
21	1														1									
22	1																							
				1																				
23	1																							
24	1																							
26	1																							
27	1																							
30	1																							
1	1																							
2	1																							
3	1																							
4	1																							
5	1																							
6	1																							
7	1																							
8	1																							
9	1																							
	1																							
		1																						
10		1													1									
				1																				
11	1																							
	1																							
12	1																							
13	1																							
15	1																							
	1																							
18	1																							
	1																							
20	1																							
	1																							
21	1																							
	1																							
22	1																							
23	1																							
	1																							
VEDĒJAS 10	74	16	10	7	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	3	0	7	0	0	0	0	0	0

Irašo data	Irašo tema				Partija										Politiskā jukrova			Manipulācijas forma				Irašo mrooda		
	Asmeņinē	Darbinē	Visuomeņinē	Politiskā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TI	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baime	Viesās kaltināmas	Palakymas		Pasipiktināmas	Konstatavimas
16			1																					
18	1																							
19	1	1	1																					
20			1																					
21	1		1	1											1						1			1
22		1	1	1		1									1				1		1			1
23		1	1	1											1									1
27			1																					
28			1																					
5	1		1	1					1						1								1	1
10			1	1											1									1
13	1																							
15			1																					
16			1	1						1					1			1						1
17		1	1	1																				1
21		1	1																					1
22		1																						1
24			1	1											1						1			1
25		1	1	1		1									1									1
26		1	1																					
30		1	1	1			1								1									1
1	1			1		1									1								1	1
2		1	1	1											1									1
3		1	1	1											1									1
4	1		1																					
5		1	1																					
6		1	1																					
7		1	1	1					1						1									1
8		1	1	1																				
9		1	1	1											1									1
10		1	1																					
11			1																					
12			1																					
13		1	1	1		1									1						1			1
14		1	1	1																				
15		1	1																					
16		1	1	1																				
17		1	1																					
19		1	1																					
21		1	1	1											1									1
23		1	1																					
26		1	1																					
27		1	1			1																		
28		1	1	1											1									1
29	1		1	1											1									1
30		1	1																					
1	1		1																					
2		1	1	1											1									1
3		1	1																					
4		1	1																					
5		1	1																					
6		1	1																					
7		1	1																					
9	1		1																					
10		1	1																					
11		1	1																					
12		1	1																					
13		1	1																					
14		1	1																					
16		1	1	1																				1
17		1	1																					
18		1	1																					
19		1	1																					
20		1	1	1											1									1
21		1	1												1									1
23		1	1	1					1						1									1
VEDEJAS 11	14	46	78	30	6	6	1	1	1	2	0	1	0	0	30	0	0	1	2	0	2	3	28	

Irašo data	ŽURNALISTAS 12										Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda									
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir avira		Numatoma, bet neavira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palankumas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
16			1	1											1			1						Sutis, as suprantu visą	
17			1	1													1								
18			1	1																					
20				1			1								1			1							
21		1		1											1					1			1		
22				1						1					1						1				
23			1	1											1					1					
25		1	1																						
26				1			1								1			1							
27		1	1	1			1								1					1					Dažniausiai panašūs
28	1	1	1	1																					
30	1			1				1															1		
1		1	1	1											1					1				1	
2	1			1											1					1					Petrus Cizgaitis ančiukas
3		1		1													1								
4			1	1							1	1			1										
5		1	1	1																					
6	1		1	1																					Krepsinis kaip prengero
7			1	1			1								1										
8		1		1																					
9			1	1			1								1								1		#LOLreta
10			1	1																					
11		1	1	1																					
12			1	1																					
13			1	1			1								1										
14			1	1			1								1					1					
19	1			1			1								1										
21	1		1	1																					
22			1	1											1										
25	1		1	1			1								1										
26			1	1			1								1					1			1		
27	1	1	1	1																					
28			1	1			1								1										Figurinis vaizdas, kaip
29			1	1											1										krepsinis kaip prengero
30			1	1			1								1								1		
31			1	1			1								1										
1	1	1	1	1											1					1			1		
2		1	1	1			1								1					1			1		
4			1	1			1								1									1	
6	1	1	1	1			1								1										
7			1	1			1								1										
8	1		1	1			1								1					1					
9			1	1			1								1										
12	1		1	1			1								1										
13		1	1	1			1								1					1					Kaip vaizdas
14	1		1	1			1								1					1			1		
15	1	1	1	1			1								1										
16		1	1	1			1								1										
17		1	1	1			1								1										
20			1	1			1								1										
21	1		1	1			1								1										
22			1	1			1								1										
23			1	1			1								1									1	
24			1	1			1								1										

ŽURNALISTAS 16																							
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaišymas	Pasiųktinimas
25				1			1								1								1
26		1		1			1								1								
27			1											1									
29	1																						
1		1							1						1								
9																							
12		1		1			1									1							
21	1																						
1		1																					
5	1																						
22				1								1				1							
25				1										1								1	
27		1		1											1								1
2				1										1									1
4	1	1	1	1																			
7				1				1							1								
10	1	1																					1
11				1			1	1							1								
17	1						1																
23	1			1			1								1								1
ŽURNALISTAS 16	8	6	2	13	0	3	3	2	1	0	0	2	0	1	9	4	0	11	0	0	0	1	6

ŽURNALISTAS 17																							
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaišymas	Pasiųktinimas
3	1																						
27	1																						
ŽURNALISTAS 17	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ŽURNALISTAS 18																							
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaišymas	Pasiųktinimas
22	1																						
3	1																						
12	1	1																					
13	1	1																					
ŽURNALISTAS 18	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ŽURNALISTAS 19																							
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaišymas	Pasiųktinimas
15	1			1																			
20		1		1																			
28	1																						
22	1																						
1	1																						
14	1																						
21	1			1																			
2	1																						
3	1																						
8	1			1																			
11	1	1		1			1						1				1						
14	1																						
22	1																						
ŽURNALISTAS 19	11	3	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

ŽURNALISTAS 20																							
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas		Palaišymas	Pasiųktinimas
20	1																						
21	1																						
22	1																						
24	1																						
5		1																					
17	1	1																					
18	1																						
20	1			1																			
21	1																						
23	1																						
1	1																						
11	1																						
18	1																						
ŽURNALISTAS 20	12	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ŽURNALISTAS 21																										
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda					
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Rešama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Višas kaltinimas		Palaikymas	Pasiptinimas	Konstatavimas		
16		1		1		1									1						1					
18		1	1	1				1							1					1	1					
20		1	1	1		1									1					1						
21		1		1											1					1						
22		1	1	1						1					1				1	1	1					
23	1																1			1						
25		1		1							1				1					1						
27		1		1								1			1				1	1	1					
31		1		1											1					1						
2		1																								
4						1									1					1						
5										1					1					1						
6				1											1						1					
7				1											1											
11		1		1						1					1					1						
12				1						1					1				1	1	1					
14		1																								
22		1																								
1		1		1		1	1								1					1						
2		1		1		1	1	1	1						1				1	1	1					
4		1																								
6		1				1		1							1					1						
7		1																								
11		1																								
13		1		1		1									1					1						
16		1		1																						
17		1		1																						
26		1																								
27		1																								
30				1		1		1							1					1						
5		1				1		1							1					1	1	1				
8		1																								
16		1	1																							
17		1																								
19				1		1											1			1						
21				1		1									1					1		1				
23				1		1									1						1	1				
ŽURNALISTAS 21	11	27	11	27	0	15	1	4	3	2	1	3	0	0	25	2	0	21	11	18	1	0	0			

4 priedas. 2016 m. žiniasklaidos lauko tyrimo suvestinė

Pareigybė	Irašu	Irašo tema										Partija										Politinė įrampa			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda
		Asmeninė	Darbinė	Visionierinė	Politinė	Reklamą	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRIS	LIERA	LVŽS	LP	Kia	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālė	Juokas, ironija	Nezimas, baimė	Veisas, kaltinimas	Palykimas	Pasipikūnimas	Konstatavimas						
REDAKTORIUS 1	36	4	12	3	19	0	0	3	0	3	3	0	7	0	0	11	7	1	15	1	0	0	0	4						
REDAKTORIUS 2	53	19	6	31	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	3	2	0	2	5	3							
REDAKTORIUS 3	9	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
REDAKTORIUS 4	44	12	32	0	15	0	0	0	0	0	0	1	10	1	2	12	0	1	0	0	0	1	12							
REDAKTORIUS 5	20	16	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
REDAKTORIUS 6	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
REDAKTORIUS 7	3	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1							
REDAKTORIUS 8	2	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1							
REDAKTORIUS 9	12	12	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
REDAKTORIUS 10	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
REDAKTORIUS 11	58	52	3	1	7	0	1	1	0	0	2	0	0	2	6	1	0	5	0	0	0	2	3							
REDAKTORIUS 12	78	5	6	33	43	0	10	2	3	2	4	1	3	0	3	23	18	2	23	0	0	1	28							
REDAKTORIUS 13	249	46	155	30	22	1	7	1	0	0	2	0	1	0	0	14	8	0	19	0	0	0	4							
REDAKTORIUS 14	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
APŽVALGININKAS 1	92	11	19	16	61	3	15	19	2	3	5	0	0	3	58	3	0	58	0	0	0	0	6	5						
APŽVALGININKAS 2	74	19	8	27	37	0	6	6	1	3	2	5	3	0	3	23	8	6	10	4	10	3	10	17						
APŽVALGININKAS 3	203	13	32	105	75	2	9	6	4	5	2	0	7	0	1	59	9	7	32	2	2	4	11	53						
APŽVALGININKAS 4	10	3	3	4	4	0	3	0	1	0	0	1	0	0	2	2	0	1	0	0	1	0	2	0						
APŽVALGININKAS 5	10	16	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
APŽVALGININKAS 6	98	21	30	36	45	1	15	10	7	8	0	0	4	0	2	22	10	13	5	4	12	4	5	24						
APŽVALGININKAS 7	80	9	60	52	19	2	7	3	5	1	1	0	7	0	1	11	6	2	2	1	2	3	7	14						
APŽVALGININKAS 8	35	9	12	4	18	0	3	3	5	0	0	0	0	0	8	4	6	6	0	0	0	0	0	16						
VEJEJAS 1	72	34	12	16	18	0	4	2	9	1	2	0	2	0	1	9	6	3	3	5	0	0	0	5						
VEJEJAS 2	22	5	14	4	17	0	4	1	3	0	2	2	1	0	1	6	6	5	6	4	4	1	0	0						
VEJEJAS 3	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
VEJEJAS 4	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
VEJEJAS 5	15	1	6	9	6	0	1	0	1	0	1	0	0	1	3	3	0	1	1	2	2	2	1	3						
VEJEJAS 6	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
VEJEJAS 7	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
VEJEJAS 8	88	33	48	22	16	7	2	1	3	0	2	0	2	0	9	6	1	8	0	2	2	2	4	4						
VEJEJAS 9	257	13	6	106	149	4	44	19	7	10	3	0	6	0	13	120	29	0	140	2	0	2	17	5						
VEJEJAS 10	104	74	16	10	7	2	1	1	0	0	0	0	0	0	4	3	0	7	0	0	0	0	0	0						
VEJEJAS 11	132	14	46	78	30	6	6	1	1	2	0	1	0	0	30	0	0	1	2	0	2	3	28							
VEJEJAS 12	209	28	70	67	85	10	26	18	10	1	3	0	4	0	2	76	8	1	74	7	22	2	7	10						
VEJEJAS 13	166	16	66	36	59	38	19	2	13	0	0	0	8	0	39	39	20	0	17	11	21	6	25	24						
ZURNALISTAS 1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 2	87	31	42	21	17	0	2	1	0	0	0	0	0	0	11	5	1	4	3	1	2	5	6							
ZURNALISTAS 3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 4	42	34	9	7	5	5	2	1	1	0	0	0	1	0	4	1	0	4	0	0	0	2	0	0						
ZURNALISTAS 5	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 6	29	29	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 7	9	7	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 8	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 9	8	5	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 10	16	11	0	6	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 11	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 12	220	18	52	84	131	1	29	27	3	13	6	0	4	0	12	103	25	3	103	2	16	3	12	21						
ZURNALISTAS 13	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 14	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 15	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 16	21	8	6	2	13	0	3	3	2	1	0	0	2	0	1	9	4	0	11	0	0	0	1	6						
ZURNALISTAS 17	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 18	4	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 19	14	11	3	5	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 20	15	12	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
ZURNALISTAS 21	54	11	27	11	27	0	15	1	4	3	2	1	3	0	0	25	2	0	21	11	18	1	0	0						
VISO	2787	704	830	845	959	84	236	132	87	55	44	9	70	0	57	697	197	65	580	64	112	43	124	299						

5 priedas. 2016 m. tyrimo suvestinė pagal lytį

Vyrai	Irašų skaičius	Irašo tema					Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo moroda
		Asmeninė	Darbinė	Viešoseinė	Politinė	Ekstremistinė	LSDP	DP	TS-LAD	TT	LRUS	LIBA	AKR	LP	Km	Nematoma ir atvira	Nematoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaidyimas	Pasikūpinimas	Konstatavimas	
REDAKTORIUS 2	53	19	6	31	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	2	2	0	2	5	3	
REDAKTORIUS 10	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
REDAKTORIUS 13	249	46	155	30	22	1	7	1	0	0	2	0	1	0	0	14	8	0	19	0	0	0	0	4	
REDAKTORIUS 5	20	16	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
REDAKTORIUS 8	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	
REDAKTORIUS 12	78	5	6	33	43	0	10	2	3	2	4	0	3	0	3	23	18	2	23	0	0	0	1	28	
REDAKTORIUS 1	36	4	12	3	19	0	0	3	0	3	3	0	7	0	0	11	7	1	15	1	0	0	0	4	
VEDEJAS 4	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VEDEJAS 2	22	5	14	4	17	0	4	1	3	0	2	2	1	0	1	6	6	5	6	4	4	1	0	0	
VEDEJAS 6	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VEDEJAS 7	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VEDEJAS 11	132	14	46	78	30	6	6	1	1	1	2	0	1	0	0	30	0	1	2	0	2	3	28	2	
VEDEJAS 1	72	34	12	16	18	0	4	2	9	1	2	0	2	0	1	9	6	3	3	5	0	0	0	5	
VEDEJAS 12	209	28	70	67	85	10	26	18	10	1	3	0	4	0	2	76	8	1	74	7	22	2	7	10	
APŽVALGININKAS 6	98	21	30	36	45	1	15	10	7	8	0	0	4	0	2	22	10	13	5	4	12	4	5	24	
APŽVALGININKAS 1	92	11	19	16	61	3	15	19	2	3	5	0	0	0	3	58	3	0	58	0	0	0	6	5	
APŽVALGININKAS 4	10	3	3	4	4	0	3	0	1	0	0	0	1	0	0	2	2	0	1	0	0	1	0	2	
APŽVALGININKAS 3	205	13	32	105	75	2	9	6	4	5	2	0	7	0	1	59	9	7	32	2	2	4	11	53	
APŽVALGININKAS 8	35	9	12	4	18	0	3	3	5	0	0	0	0	0	0	8	4	6	6	0	0	0	0	16	
ZURNALISTAS 13	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 14	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 5	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 12	220	18	52	84	131	1	29	27	3	13	6	0	4	0	12	103	25	3	103	2	16	3	12	21	
ZURNALISTAS 15	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 2	87	31	42	21	17	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	11	5	1	4	3	1	2	5	6	
ZURNALISTAS 19	14	11	3	5	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
Moters																									
REDAKTORIUS 14	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
REDAKTORIUS 3	9	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
REDAKTORIUS 7	3	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	
REDAKTORIUS 6	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
REDAKTORIUS 11	58	52	3	1	7	0	1	1	0	0	2	0	0	0	2	6	1	0	5	0	0	0	2	3	
REDAKTORIUS 4	44	12	32	0	15	0	0	0	0	0	0	0	1	0	10	1	2	12	0	1	0	0	1	12	
REDAKTORIUS 9	12	12	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VEDEJAS 9	257	13	6	106	149	4	44	19	7	10	3	0	6	0	13	120	29	0	140	2	0	2	17	5	
VEDEJAS 8	88	33	48	22	16	7	2	1	3	0	2	0	2	0	0	9	6	1	8	0	2	2	4	4	
VEDEJAS 10	104	74	16	10	7	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	3	0	7	0	0	0	0	0	
VEDEJAS 5	15	1	6	9	6	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	3	3	0	1	1	2	2	1	3	
VEDEJAS 13	166	16	66	36	59	38	19	2	13	0	0	0	8	0	0	39	20	0	17	11	21	6	25	24	
VEDEJAS 3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
APŽVALGININKAS 2	74	19	8	27	37	0	6	6	1	3	2	5	3	1	3	23	8	6	10	4	10	3	10	17	
APŽVALGININKAS 5	10	16	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
APŽVALGININKAS 7	80	9	60	52	19	2	7	3	5	1	1	0	7	0	1	11	6	2	2	1	2	3	7	14	
ZURNALISTAS 16	21	8	6	2	13	0	3	3	2	1	0	0	2	0	1	9	4	0	11	0	0	0	1	6	
ZURNALISTAS 4	42	34	9	7	5	5	2	1	1	0	0	0	1	0	0	4	1	0	4	0	0	2	0	0	
ZURNALISTAS 10	16	11	0	6	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 9	8	5	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 17	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 18	4	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 7	9	7	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 21	54	11	27	11	27	0	15	1	4	3	2	1	3	0	0	25	2	0	21	11	18	1	0	0	
ZURNALISTAS 20	15	12	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 11	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 8	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZURNALISTAS 6	29	29	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

8 priedas. 2020 m. žiniasklaidos laukas

Tiesotinis	ŽINIASKLAIDOS LAUKAS 2020 m.																															
	Viešas redakcinis leidinys												Laidos leidinys												Apžvalgininkas							
	Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas		Dėtybų tikslas							
Žiniasklaidos priemonė	Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas		Dėtybų tikslas 1990		Dėtybų svoriamas							
	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Moteris						
Televizija	TVO	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0					
	LRT	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0					
	Lietuvos ryšiai TV	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0					
	VEI	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0	REDAKTORIAI 11	0	0					
Radijas	LRT radijas	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Radijo centras	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Žiniasklaidos	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Lietuvos radijas	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
Spauda	Viešasis žurnalas	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Informacija	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	TV	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Šešėlis	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
Internetas	Dėtybų tikslas	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Lietuvos žurnalas	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
Socijalinė medija	Lietuvos TV	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	RSN	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
Sąjonių agentūra	RSN	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	ETA	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
Kitos žiniasklaidos priemonės	Kitos žiniasklaidos priemonės	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Kitos žiniasklaidos priemonės	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Kitos žiniasklaidos priemonės	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					
	Kitos žiniasklaidos priemonės	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0	REDAKTORIAI 14	0	0					

9 priedas. Žiniasklaidos lauko dalyviai 2020 m.

	Redaktoriai	Apžvalgininkai	Laidų vedėjai	Žurnalistai
Televizija	9	3	12	10
Radijas	4	1	6	8
Spauda	4,5	3	0	0
Naujienų portalas	7,5*	3	1	5
YouTube kanalas	0	0	1	2
Naujienų agentūra	3	0	0	4
VISO: 84	28	10	20	29

*0,5 – žmogus dirbo daugiau nei vienoje darbovietėje

Irašo data	Irašo tema		Partija										Politinē krova			Manipulācijas forma				Irašo nuoroda					
	Asmeninā	Darbinē	Politiņā	Reklāma	LSDP	DP	TS-LKD	TT	URLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatzvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baime	Viešas kaltināmas	Palaikymas	Pasipktināmas	Konstatāvas			
2020 liepos 20	1																								
2020 liepos 21	1																								
2020 liepos 22	1																								
2020 liepos 23	1																								
2020 liepos 24	1																								
2020 liepos 25	1																								
2020 liepos 26	1																								
2020 liepos 27	1																								
2020 liepos 28	1																								
2020 liepos 29	1																								
2020 liepos 30	1																								
2020 liepos 31	1																								
2020 rugšņčio 1	1																								
2020 rugšņčio 2	1																								
2020 rugšņčio 3	1																								
2020 rugšņčio 4	1																								
2020 rugšņčio 5	1																								
2020 rugšņčio 6	1																								
2020 rugšņčio 7	1																								
2020 rugšņčio 8	1																								
2020 rugšņčio 9	1																								
2020 rugšņčio 10	1																								
2020 rugšņčio 11	1																								
2020 rugšņčio 12	1																								
2020 rugšņčio 13	1																								
2020 rugšņčio 14	1																								
2020 rugšņčio 15	1																								
2020 rugšņčio 16	1																								
2020 rugšņčio 17	1																								
2020 rugšņčio 18	1																								
2020 rugšņčio 19	1																								
2020 rugšņčio 20	1																								
2020 rugšņčio 21	1																								
2020 rugšņčio 22	1																								
2020 rugšņčio 23	1																								
2020 rugšņčio 24	1																								
2020 rugšņčio 25	1																								
2020 rugšņčio 26	1																								
2020 rugšņčio 27	1																								
2020 rugšņčio 28	1																								
2020 rugšņčio 29	1																								
2020 rugšņčio 30	1																								
2020 rugšņčio 31	1																								
2020 rugsējs 1	1																								
2020 rugsējs 2	1																								
2020 rugsējs 3	1																								
2020 rugsējs 4	1																								
2020 rugsējs 5	1																								
2020 rugsējs 6	1																								
2020 rugsējs 7	1																								
2020 rugsējs 8	1																								
2020 rugsējs 9	1																								

ŽURNALISTAS 17																								
Irašo data	Irašo tema				Partija								Politinė įkrova					Manipuliacijos forma				Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Višas kaltinimas	Palaikymas		Pasipiktinimas	Konstatavimas
2020 liepos 20	1			1										1	1									1
2020 liepos 23	1	1		1										1										1
	1			1										1	1						1			1
	1			1										1	1						1			1
	1			1										1	1						1			1
2020 liepos 28	1			1										1	1						1		1	1
	1			1										1	1						1			1
2020 liepos 30			1																					
2020 rugpjūčio 3	1			1										1	1									1
	1			1										1	1									1
2020 rugpjūčio 4	1			1	1									1	1									1
2020 rugpjūčio 5	1			1										1	1									1
2020 rugpjūčio 6	1	1												1	1									1
2020 rugpjūčio 8	1													1	1									1
2020 rugpjūčio 10		1				1																		
	1																							
2020 rugpjūčio 12	1																							
2020 rugpjūčio 13	1																							
	1																							
		1																						
		1																						
2020 rugpjūčio 14			1																					
2020 rugpjūčio 19	1	1		1										1	1									1
2020 rugpjūčio 22	1																							
2020 rugpjūčio 28	1																							
	1			1										1	1						1			1
	1			1										1	1									1
2020 rugsėjo 4	1																							
2020 rugsėjo 16	1																							
2020 rugsėjo 25				1										1	1									1
2020 spalio 2	1																							
2020 spalio 5	1	1																						
	1	1																						
	1	1																						
	1	1																						
	1	1																						
	1	1																						
	1	1																						
2020 spalio 7	1																							
2020 spalio 11			1																					
2020 spalio 16		1																						
		1																						
		1																						
		1																						
2020 spalio 17	1																							
2020 spalio 18	1																							
2020 spalio 19	1																							
	1																							
2020 spalio 22				1										1	1									1
2020 spalio 23				1										1	1									1
2020 spalio 24			1																					
ŽURNALISTAS 17	11	37	7	19	2	0	0	0	0	0	0	0	15	0	3	16	1	2	9	0	4	0	1	16

Irašo data	Irašo tema	Partija	ŽURNALISTAS 19											Irašo nuoroda									
			Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Politinė įkrova												
Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Vičas kaltinimas	Palaikymas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
2020 liepos 22	1																						
2020 liepos 23	1																						
2020 liepos 24											1						1						1
2020 liepos 28					1																		
2020 liepos 30	1																						
2020 rugpjūčio 1	1																						
2020 rugpjūčio 2	1																						
2020 rugpjūčio 3											1												1
2020 rugpjūčio 5	1																						
2020 rugpjūčio 8	1																						
2020 rugpjūčio 9	1																						
2020 rugpjūčio 11	1																						
2020 rugpjūčio 12	1																						
2020 rugpjūčio 15	1																						
2020 rugpjūčio 18	1																						
2020 rugpjūčio 20	1																						
2020 rugpjūčio 24	1											1											1
2020 rugpjūčio 27																							1
2020 rugpjūčio 28					1											1		1					
2020 rugsėjo 2	1																						
2020 rugsėjo 3														1									
2020 rugsėjo 4	1																						
2020 rugsėjo 8																							1
2020 rugsėjo 10																							
2020 rugsėjo 11	1																						
2020 rugsėjo 14	1																						
2020 rugsėjo 20	1																						
2020 rugsėjo 22											1						1						
2020 rugsėjo 23													1										1
2020 rugsėjo 24														1				1					
2020 rugsėjo 25	1																						
2020 rugsėjo 27	1																						
2020 rugsėjo 30																							1
2020 spalio 1																							
2020 spalio 3	1																						
2020 spalio 5	1																						
2020 spalio 7																							
2020 spalio 8																							
2020 spalio 9																							
2020 spalio 10																							
2020 spalio 11	1																						
2020 spalio 12																							
2020 spalio 14	1																						
2020 spalio 15																							
2020 spalio 16																							
2020 spalio 21	1																						
2020 spalio 23																							
2020 spalio 24	1																						
ŽURNALISTAS 19	35	1	4	26	0	3	1	1	0	0	1	7	2	10	14	10	2	22	0	0	0	3	18

Irašo data	Irašo tema	Partija	ŽURNALISTAS 20											Irašo nuoroda									
			Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Politinė įkrova												
Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVŽS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Vičas kaltinimas	Palaikymas	Pasipiktinimas	Konstatavimas	
2020 rugpjūčio 9	1																						
ŽURNALISTAS 20	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Irašo data	Irašo tema				Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda	
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaikymas	Pasipiktinimas		Konstatavimas
2020 liepos 20	1																							
2020 liepos 22	1																							
2020 liepos 23	1																							
2020 liepos 27	1																							
2020 liepos 29	1																							
2020 liepos 30	1																							
2020 liepos 31	1																							
2020 rugpjūčio 5	1																							
2020 rugpjūčio 6	1																							
2020 rugpjūčio 7	1																							
2020 rugpjūčio 9	1																							
2020 rugpjūčio 10	1																							
2020 rugpjūčio 11	1																							
2020 rugpjūčio 14	1																							
2020 rugpjūčio 15	1																							
2020 rugpjūčio 19	1																							
2020 rugpjūčio 21	1																							
2020 rugpjūčio 24	1																							
2020 rugpjūčio 25	1																							
2020 rugpjūčio 26	1																							
2020 rugpjūčio 28	1																							
2020 rugpjūčio 29	1																							
2020 rugpjūčio 30	1																							
2020 rugpjūčio 31	1																							
2020 rugsėjo 1	1																							
2020 rugsėjo 2	1																							
2020 rugsėjo 4	1																							
2020 rugsėjo 7	1																							
2020 rugsėjo 8	1																							
2020 rugsėjo 9	1																							
2020 rugsėjo 10	1																							
2020 rugsėjo 11	1																							
2020 rugsėjo 13	1																							
2020 rugsėjo 17	1																							
2020 rugsėjo 18	1																							
2020 rugsėjo 22	1																							
2020 rugsėjo 23	1																							
2020 rugsėjo 24	1																							
2020 rugsėjo 25	1																							
2020 rugsėjo 27	1																							
2020 rugsėjo 30	1																							
2020 spalio 2	1																							
2020 spalio 7	1																							
2020 spalio 8	1																							
2020 spalio 9	1																							
2020 spalio 14	1																							
2020 spalio 21	1																							
ŽURNALISTAS 21	10	60	0	14	0	1	0	2	0	0	3	0	5	0	0	14	0	0	0	0	0	0	14	TIM

Irašo data	Irašo tema				Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaikymas	Pasipiktinimas		Konstatavimas	
2020 liepos 26	1																								
2020 liepos 27	1																								
2020 liepos 29	1																								
2020 liepos 30	1																								
2020 liepos 31	1																								
2020 rugpjūčio 4	1																								
2020 rugpjūčio 14	1																								
2020 rugpjūčio 22	1																								
2020 rugpjūčio 24	1																								
2020 rugpjūčio 27	1																								
2020 rugsėjo 6	1																								
2020 rugsėjo 7	1																								
2020 rugsėjo 8	1																								
2020 rugsėjo 23	1																								
2020 spalio 17	1																								
2020 spalio 19	1																								
2020 spalio 23	1																								
ŽURNALISTAS 22	2	22	0	4	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4		

Irašo data	Irašo tema				Partija										Politinė įkrova			Manipuliacijos forma					Irašo nuoroda		
	Asmeninė	Darbinė	Visuomeninė	Politinė	Reklama	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrali	Juokas, ironija	Nerimas, baimė	Viešas kaltinimas	Palaikymas	Pasipiktinimas		Konstatavimas	
2020 rugsėjo 16	1																								
VEDĖJAS 1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

VEDĒJAS 16																								
Irašo data	Irašo tema					Partija							Politiskā krava					Manipulācijas forma				Irašo moroda		
	Asmeninē	Darbinē	Visuomeninē	Politinē	Reklamā	LSDP	DP	TS-LKD	TT	LRLS	LLRA	LVZS	LP	Kita	Numatoma ir atvira	Numatoma, bet neatvira	Neutrālā	Juokas, ironija	Nerimas, baime	Viesas kaltrināmas	Palāikymas		Pasipiktināmas	Konstatavimas
2020 guggpēdēio 25	1														1									1
2020 guggpēdēio 17	1			1																				
2020 guggpēdēio 25	1							1			1				1			1						1
2020 guggpēdēio 28	1			1																				1
2020 guggpēdēio 11	1			1									1		1									1
2020 guggpēdēio 12	1			1									1		1									1
VEDĒJAS 16	0	6	0	4	0	0	0	1	0	0	1	0	2	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4

Literatūros sąrašas

1. Dennis, Everette E., Merrill, John C. Pokalbiai apie žurnalistiką. Vilniaus universiteto leidykla, 1997.
2. Aleknonis, Gintaras. Naujoji cenzūra. Vilnius, 2011.
3. Čiužaitė, Giedrė, et al. Medijos, žiniasklaida, žurnalistika tradicinėje ir tinklaveikos visuomenėje. Vilnius, 2012.
4. Jastramskis, Deimantas. Žiniasklaidos organizacijos nuosavybės struktūros ir žiniasklaidos priemonės naujų šališkumo ryšys. Informacijos mokslai. 2009 51. 124-143.
5. Manovich, Lev. Naujųjų medijų kalba. Vilnius: Mene, 2009.
6. Young Kim, Nicholas Geidner, Politics as Friendship: The Impact of Online Social Networks on Young Voters' Political Behavior. Canada, 2008. [žiūrėta 2017 gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: http://www.allacademic.com/meta/p233811_index.html
7. Vincas Grigas, Andrius Šuminas, kt. Šiuolaikinės medijos ir informacija. Požeminiai garažai Google karalystėje, Vilnius, 2016, 114-115.
8. Mažylė, Jolanta, et al. Žiniasklaidos atskaitingumas ir žurnalisto atsakomybė. Vilnius, 2016.
9. Jankauskas, Algimantas. Politinė kultūra ir visuomenės kaita. Vilnius, 2002.
10. Russell, Nicholas. Communicating science. New York, 2010.
11. Harcup, Tony. Journalism: principles and practice. 3rd edition. Sage, 2015.
12. Katz, James E.; Mays, Kate K. Journalism and Truth in a Age of Social Media. Oxford University Press, 2019.
13. Nevinskaitė, Laima. Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos priemonės. Vilnius, 2011.
14. Esser, Frank. Mediatization as a Challenge: Media Logic versus Political Logic. In H. Kriesi, S. Lavanex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, & D. Bochsler, Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 155-176.

15. Freedman, Des. *The Contradictions of Media Power*. London, New York: Bloomsbury, 2014.
16. Fraser, Matthew; Dutta, Soumitra. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia darbą, gyvenimą ir pasaulį*. Vilnius: Eugrimas, 2010.
17. Lavine John M., Wackman Daniel B. *Managing Media Organizations: Effective Leadership of the Media*. New York, London: Longman, 1988.
18. Bielinis, Lauras. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas, 2005.

Summary

Today social media provides citizens with the opportunity to receive news from the first source of information. It is the responsibility of the journalist to become the one who does not allow himself to get lost in the flow of information and content. However, it is noticeable that journalists are increasingly expressing personal opinions on political processes, speaking on various political issues in the public sphere. Thus, the problem of this work is the gap between the ethical standards of journalism and the practical activities of journalists in social networks. This raises the main question of this work – if the activities of journalists are clearly defined in the code of ethics, legal acts, and one of the main values of journalism is considered to be objectivity, impartiality, how the activities of journalists in social networks expand or even change those boundaries.

This paper examines the peculiarities of journalists' behaviour on the social network Facebook before the Seimas elections, paying special attention to the cases that may have a political charge. The main goal of the work is to find out how social media expands/changes the professional opportunities and ethical standards of journalists. The entire field of media, from editors to reporters, is analysed in detail, taking into account positions held, seniority, experience, gender and media diversity. In order to see possible trends, two pre-election periods in 2016 and 2020 are compared, when the amount of political content is most likely.

To achieve this goal, the following goals are set in the work:

- 1) From the perspective of journalistic activity, to identify the mechanisms of social networks and possible theories of impact;
- 2) To investigate what information journalists post on their personal Facebook accounts, with a particular focus on potentially politically charged cases;
- 3) To evaluate how social networks expand/complement, and perhaps even change, a journalist's mission and operating principles.

A total of 125 journalists' accounts were examined in detail during the 2016 and 2020 Seimas elections (84 in 2016 and 87 in 2020). A total of 5,384 journalist records were found and analysed.

The study found that modern media is becoming increasingly relevant and important to media players. There are more and more people who share information on Facebook at least from time to time. The number of people who have a Facebook account but are followers, not participants, is declining. There is also a decline in those who do not use the social network at all.

Facebook is becoming more of a work tool than a personal space. More and more journalists are engaged in publicising the results of their work or the work of their colleagues on the social network, strengthening the image of the workplace. Social and political issues receive less attention than before. It can be assumed that these changes were caused by the strengthening of journalistic ethics in professional activities, self-censorship and/or changes in personnel in the field of media.

The ruling majority receive the most attention from journalists in the social network. Slightly less - the opposition parties. All the other parties are discussed more episodically, as if they were not very noticeable and noteworthy.

Journalists are less likely to openly express their personal views on political issues. It is suspected that such changes may have been driven by self-censorship for personal reasons, a change in the workplace's internal policies, and an increased sense of responsibility for the potential impact on the audience. On the other hand, the growing number of predictable but not openly political charges in journalists' records signals the search for new, more subtle ways to express their views.

Based on the obtained data on political topics, several types of journalists can be distinguished from the way journalists behave on Facebook. This classification of journalists largely reflects the peculiarities and tendencies of journalists' behaviour in social networks:

- Journalists – active political actors. They immediately rush to express their views on social networks. They actively speak out on political issues, telling their audience not only what political events to think about, but also how to evaluate them.
- Journalists – political experts. When writing comments on social networks, they seem to take the position of an expert. The speech of such a journalist is more businesslike than that of a journalist-active participant in politics. He does not provide a personal opinion, but by commenting, enables readers to get acquainted with all possible interpretations of the event, indicates more possibilities to see the event, and reviews all possible consequences.
- Journalists – political news presenters. Their main purpose is to report the fact, news, but not to provide any personal assessment or opinion. Such journalists also do not engage in the interpretation of political events, do not leave room for ambiguity, and, conversely, allow readers to form their own opinion about the event.
- Journalists – satirists. They mostly tend to laugh at and openly make fun of political decisions, political actions, or circumstances.

This master's thesis has revealed that adhering to ethical standards in the age of modern media is becoming a serious challenge for all players in the media field. While social networks

expand the opportunities for journalists, the principles of informing the public and the values of journalism should also apply to journalists after work.

Information literacy and critical thinking are among the most important skills that can help social network users not to get lost in the information field.