

Lietuvos žiniasklaidos dešimtmečio transformacijos bruožai

Darija Ustilaite

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas
Žurnalistikos bakalauro studijų programos komitetas
Maironio g. 7, LT-01124 Vilnius
El. paštas: u.darija2013@gmail.com

Santrauka. *Pasauliniai įvykiai, informacinių technologijų plėtra ir kiti veiksniai per pastaruosius 10 metų išaugino informacijos srautus bei pakeitė žurnalistų darbo specifiką. Tačiau žurnalistai, nepaisant permainų, išaugusių galimybių plėsti naujienų spektrą, vis dar gali aprėpti tik tam tikrą informacijos dalį. Žiniasklaidos darbuotojai dėl ribotos vietos, laiko ar žmogiškųjų išteklių atrenka dalį įvykių, kurie tampa naujienomis. Žiniasklaidoje skelbiamos atrinktos naujienos daro įtaką tam, kaip visuomenė suvokia ir interpretuoja tikrovę.*

Šiame straipsnyje, taikant turinio analizės ir giluminių interviu metodus, buvo tiriama, kokias transformacijas per 10 metų patyrė Lietuvos žiniasklaidos priemonės, buvo siekta nustatyti, kokioms naujienoms žiniasklaida skyrė ir skiria daugiausia dėmesio, kaip ir kodėl keitėsi naujienų specifiška.

Esminiai žodžiai: *transformacija, radijo stotys, interneto dienraščiai, televizijos žinių tarnybos, naujienos, žurnalistai.*

Mokslinis straipsnis parengtas naudojant baigiamojo bakalauro darbo tyrimus. Lietuvos žiniasklaidos transformacija: kokioms naujienoms žurnalistai skiria daugiausia dėmesio ir kodėl? Darbo vadovė: lekt. Erika Fuks. 2022 m.

Received: 01/12/2021. Accepted: 03/05/2022

Copyright © 2021 Darija Ustilaite. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution Licence \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Features of the Transformation of the Decade of the Lithuanian Media

Summary. *World events, the development of information technology and other factors have increased the flow of information and changed the nature of journalists' work over the last 10 years. However, journalists, despite the transformation and increased opportunities to expand the range of news, can still cover only a certain part of the information. Media workers, due to limited space, time or human resources, select just part of the events that become news. Selected news published in the media influence how society perceives and interprets reality.*

In this article content analysis and in-depth interviews were used to investigate the transformations that Lithuanian media has undergone over the last 10 years, also the aim was to identify which news media has paid and are paying the most attention to, how and why the specificity of news has changed.

Key words: *transformation, radio stations, online newspapers, television news services, news, journalists.*

Įvadas

Formos, pavidalo, kokybės pakeitimas – transformacija, neišvengiamas reiškinys žiniasklaidoje. Norėdamos sėkmingai plėtoti savo veiklą, žiniasklaidos priemonės privalo stebėti naujas aplinkos tendencijas, vykstančius pokyčius ir į juos reaguoti. Anot Z. Zolubienės, konkurencinga žiniasklaidos lauko aplinka naujienų rengėjus verčia veikti rinkos principų pagrindu (2014:137), t. y. taikytis prie naujovių, atliepti auditorijos poreikius. Priešingu atveju žiniasklaidos priemonės aplenks, įveiks auditorijai patrauklesni informacijos gavimo šaltiniai, kadangi esminis veiksnys, leidžiantis informavimo priemonėms išlikti ir generuoti pajamas, tiesiogiai priklauso nuo klausytojų, skaitytojų, žiūrovų įsitraukimo.

Rinkos tendencijos, aplinkos veiksniai per pastarąjį dešimtmetį išskirtinai transformavo žiniasklaidos lauką. Pasauliniai įvykiai, informacinių technologijų tobulėjimas, auditorijos įsitraukimas, kuriant žurnalistinį produktą, ir kita išaugino informacijos srautus bei pakeitė žurnalistų darbo specifiką, jie turėjo išmokti dirbti nuotoliu, informaciją rinkti, teikti kaip niekada greitai. Negana to, per pastarąjį dešim-

tmetį išskirtinai pasikeitė informacijos pateikimo būdai, formos. Lietuvos žurnalistai daugiau dėmesio pradėjo skirti kelių raiškų įvaldymui, viename žurnalistiniame darbe pradėjo derinti vaizdus, garsus, tekstą tam, kad pritrauktų ir išlaikytų auditorijos dėmesį bei galėtų imtis temų, naujienų, kurios prieš porą dešimtmečių, naudojant vieną raišką, atrodė sunkiai išpildomos.

Informacinių technologijų plėtra, nauji informacijos pateikimo būdai reikšmingai praturtino žiniasklaidos lauką. Žurnalistinių raiškų simbiozė leido naujienas auditorijai pristatyti dar patrauklesne ir įtaigesne forma, taip tarsi įvelkant informaciją į apgaulingą, jaunatvišką rūbą (Aleknonis, 2011:97).

Prie pokyčių žiniasklaidos priemonėse prisidėjo ir atsiradusi dar aštresnė konkurencija. Dėl informacinių technologijų tobulėjimo išaugo galimybė greičiau atrinkti, surinkti, pateikti naujienas auditorijai, išaugo ir informavimo priemonių skaičius, o auditorija įgavo didesnę galimybę rinktis jai teikiamą informaciją. Be to, auditorijai buvo suteikta galimybė ne tik pasirinkti gaunamą informaciją, bet ir dažniau ją kurti (Šuminas, 2016:99-100). Šiandien bet kuris visuomenės narys turi galimybę tapti informacijos kūrėju ir sklaidėju, tad ne tik žurnalistų gebėjimas įdomiai pateikti naujienas, bet ir ryšio su auditorija palaikymas, mokėjimas pajauti, kas ją domina, ir kokioms naujienoms verta skirti daugiausia dėmesio, tapo labai reikšmingu faktoriumi, padedančiu užtikrinti sėkmingą žiniasklaidos priemonių veiklą. Tačiau žiniasklaidos darbuotojai vis dar gali aprėpti tik tam tikrą dalį informacijos. Žurnalistai, nepaisant pastarojo dešimtmečio pokyčių, dėl ribotos vietos, laiko ar žmoniškųjų išteklių iš naujienų gausybės vis dar atrenka tik dalį įvykių, kurie tampa naujienomis. Atrinktos naujienos, nušviečiančios tam tikrus įvykius, problemas, daro įtaką tam, kokias žinias auditorija laiko svarbiausiomis. „Žiniasklaidos pateikiamos informacijos gausa ir kokybė lemia, kokiomis žiniomis operuos visuomenės nariai, formuodami savo nuomonę <...>“ (Martišius, 2014:143). Kitaip sakant, žiniasklaidos priemonėse skelbiamos naujienos turi įtakos tam, kaip visuomenė suvokia ir interpretuoja realybę, kaip elgiasi vienu ar kitu atveju.

Visgi, žurnalistai vis dar yra verčiami balansuoti tarp naujienų, kurios domina auditoriją, ir informacinio turinio, kuris yra visuotinai svarbus, bet dažnu atveju įdomus mažesniai kiekiui skaitytojų, klausytojų, žiūrovų. Šiame straipsnyje, pasitelkus turinio analizės bei giluminių interviu metodus, **tirta mokslinė problema:** ar transformuodamasi Lietuvos žiniasklaida teikia kokybiškesnes, visuotinai svarbesnes naujienas?

Šio tyrimo objektas: 2021 metų klausomiausių radijo stočių „M-1“, „Radiocentras“, lankomiausių interneto dienraščių „Delfi.lt“, „15min.lt“, „Lrytas.lt“ ir žiūrimiausių televizijų Lietuvoje „TV3“, „LNK“, „LRT“ transformacijos.

Tyrimo tikslas: tiriant žiniasklaidos transformaciją, nustatyti, kokioms naujienoms Lietuvos žiniasklaida skiria daugiausiai dėmesio, kaip ir kodėl per 10 metų pasikeitė naujienų pateikimas.

Tikslui pasiekti iškelti uždaviniai:

1. Naudojant turinio analizės metodą, ištirti, kokioms naujienoms ir kodėl Lietuvos žiniasklaida skyrė, skiria daugiausiai dėmesio.
2. Lyginant 2011-2021 metų naujienas, nustatyti, kaip per 10 metų pasikeitė naujienų pateikimo specifika.
3. Remiantis ekspertų įžvalgomis, nustatyti, kokias transformacijas per 10 metų išgyveno žiniasklaidos priemonės.

Metodologija: naujienų analizė pagal atrankos kriterijus ir sociologinio tyrimo organizavimas

Siekiant atsakyti į klausimus, kokias transformacijas per 10 metų patyrė lietuviškos žiniasklaidos priemonės, kokioms naujienoms žurnalistai skyrė, skiria daugiausia dėmesio, kaip ir kodėl per 10 metų pasikeitė žurnalistų pateikiamas turinys, naujienos, atliktas dvipakopis tyrimas. Pirmame tyrimo etape buvo pasitelktas turinio analizės metodas, antrame – giluminių interviu metodas.

Pirmame etape tyrimo objektais tapo dviejų interneto dienraščių „Delfi.lt“ ir „Lrytas.lt“ 2011-2021 metais išleistos naujienos. Interneto dienraščių žurnalistų išleistos naujienos analizei pasirinktos remiantis verslo konsultacijų įmonės „Gemius“ duomenimis. Šie portalai buvo

vieni skaitomiausių 2021 metų spalio mėnesį, kai buvo vykdoma tyrimo objektų atranka.

Taikant turinio analizės metodą analizuotos 2011 metų sausio mėnesio 17, 18, 19 dienų naujienos bei 2021 metų to pačio mėnesio, tų pačių dienų publikacijos, išleistos interneto dienraščiuose. Tokia tyrimo imtis leido objektyviai ir sistemiškai analizuoti dviejų interneto dienraščių publikacijas, nustatyti, kokioms naujienoms žurnalistai skyrė, skiria daugiausia dėmesio, atlikti turinio kokybinę bei lyginamąją analizę, apžvelgti, kaip keitėsi naujienų specifika.

Naujienos buvo analizuojamos remiantis interneto dienraščiuose randama publikacijų paieškos galimybe – naujienų archyvais. Taikant turinio analizės metodą, analizuojant publikacijas, naujienas pirmiausia buvo vertinamas jų priskyrimas tam tikrai rubrikai, tai leido nustatyti, kokios tematikos naujienoms žurnalistai skiria daugiausia dėmesio. Toliau analizuojant, sisteminant publikacijų turinį remtasi J. Galtung ir M. H. Ruge suformuluotais naujienų atrankos kriterijais (Galtung ir Ruge, 1965:70). Pritaikius, adaptavus tyrėjų išskirtus kriterijus, interneto dienraščių naujienos buvo skirstomos, rūšiuojamos, analizuojamos pagal šiuos aspektus:

Dramatiškumą – naujiena pateikiama užaštrinant įvykį, aprašoma kaip konfliktas.

Vizualinį patrauklumą – naujiena, kurią pristatant susiliejo kelios žurnalistinės raiškos (raštas, garsas, vaizdas), ar buvo panaudotas daugiau nei vienas vizualas, nuotrauka, lentelė, infografikas.

Pramoga – mažiau konfliktiškas turinys. Naujienos susijusios su sportu buvo traktuotos kaip pramoga.

Svarbumas – naujiena turėjo potencialą sudominti didelį kiekį Lietuvos skaitytojų, arba naujiena tiesiogiai siejosi su įprasto auditorijos gyvenimo ritmo sutrikdymu.

Naujienos aktualumas – aprašomas įvykis buvo svarbus dideliame skaičiui žmonių.

Artumas – publikacijų artumas buvo vertinamas išskiriant šalį, kurioje įvyko įvykis.

Neigiamas pobūdis – naujienos, kuriose aprašomi įvykiai turėjo įtampos ir sukrėtimo elementų.

Trumpumas – naujiena be daugžodžiavimo, kuri kardinaliai savo apimtimi neišsiskyrė iš anksčiau analizuotų publikacijų.

Naujumas – naujiena, įvykis įvykęs ne vėliau kaip prieš 24 valandas, kuris anksčiau nebuvo aprašytas spausdintinėse žiniasklaidos priemonėse ar publikuotas kitame interneto dienraštyje. Tačiau, jei sena naujiena buvo papildoma naujais dar neskaitytais faktais, ji vėl buvo laikoma nauja.

Elitas – naujienos, kuriose buvo cituojami žymių žmonių pasisakymai, aprašomos gyvenimo istorijos, pasiekimai.

Suasmėninimas – naujienos, kuriose tam tikras įvykis ar reiškinys buvo atskleidžiamas per žmogaus patirtį, nuomonę.

Siekiant iširti, kaip per 10 metų pasikeitė naujienų pateikimo specifi-ka, buvo atsižvelgta ir į tai, ar informacija naujienai aprašyti buvo pa-imta iš naujienų agentūrų, kitų žiniasklaidos priemonių, ar buvo origi-nali, parašyta „Delfi.lt“, „Lrytas.lt“ žurnalistų. Originalia medžiaga buvo laikytos ir auditorijos parašytos, užfiksuotos naujienos. Atitinkamai buvo vertinamas ir vizualinis naujienų išpildymas. Fiksuotas hipertekstų, infografikų, grafikų naudojimas bei tai, ar naujiena buvo atnaujinta, papildyta, ar informacija jai papildyti, vizualizuoti buvo paimta iš soci-alinių tinklų.

Atliekant tyrimą buvo analizuojami tik žurnalistiniai darbai, vadina-si publikacijos, kuriose buvo pateikiami receptai, taip pat publikacijos, priskirtos rubrikai horoskopai, analizuotos nebuvo. Į analizės rėmus ne-pateko ir naujienos pateiktos vaizdo formatu, kurios plačiau aprašytos nebuvo, akivaizdžiai buvo skirtos „Delfi TV“ ar „Lietuvos ryto“ televi-zijai.

Antrame etape tyrimo objektais pasirinktos dvi lietuviškos radijo stotys, trys interneto dienraščiai ir toks pats skaičius televizijos kanalų. Tyrimui parinktos radijo stotys: „M- 1“ ir „Radiocentas“. Radijo stotys pasirinktos remiantis įžvalgų, konsultacijų bendrovės „Kantar“ tyri-mais. Stotys pateko į dažniausiai klausomų radijo stočių penkioliktą

2020 metų žiemą – 2021 metų pavasarį. Pasirinkti interneto dienraščiai „Delfi.lt“, „15min.lt“ ir „Lrytas.lt“, kadangi, remiantis „Gemius“ duomenimis, šie portalai buvo vieni skaitomiausių 2021 metų spalio mėnesį. Televizijos kanalai „TV3“, „LNK“, „LRT“ buvo pasirinkti laikantis tos pačios logikos. „Kantar“ duomenimis, šie kanalai buvo populiariausi 2021 metų spalį.

Atrinkus žiniasklaidos priemones buvo susisiepta su jas atstovaujančiais asmenimis (vadovais, redaktoriais, vyriausių redaktorių pavaduotojais). Atstovai buvo kviečiami dalyvauti socialoginiame tyrime. Giluminiai interviu su žiniasklaidos priemonių atstovais buvo organizuojami todėl, kad jie stebėdami žiniasklaidos redakcijų darbą iš arti, gali įvardinti, kokie pokyčiai vyko, vyksta žiniasklaidos priemonėse.

Autorė dėkoja sociologiniame tyrime sutikusiems dalyvauti radijo stočių „M-1“, „Radiocentras“, interneto dienraščių „Delfi.lt“, „15min.lt“, „Lrytas.lt“, televizijų „TV3“, „LNK“, „LRT“ atstovams, generaliniams direktoriams, naujienų tarnybų vadovams, vyriausių redaktorių pavaduotojams.

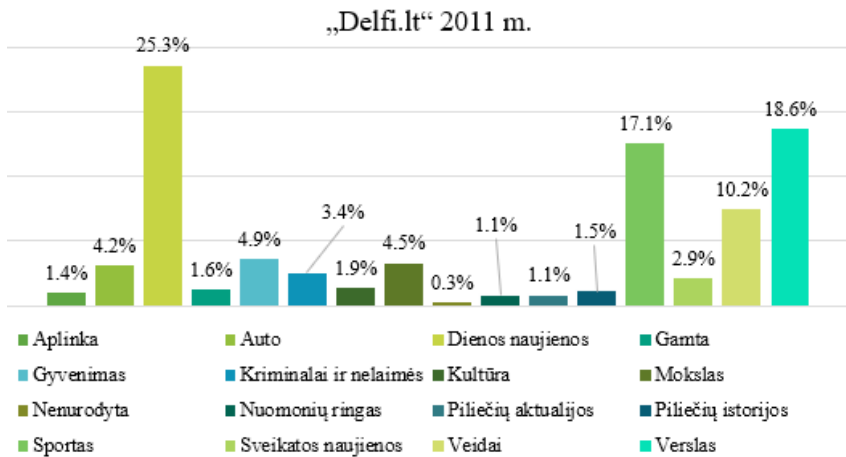
Tyrimo metu šių žiniasklaidos priemonių atstovams ne iš eilės buvo pateikiami tie patys keturi atviri klausimai:

1. Kokių naujų pareigybių atsirado redakcijoje, kurių nebuvo prieš 10 metų?
2. Kaip pasikeitė redakcija per 10 metų?/ Kaip pasikeitė redakcija Jums pradėjus dirbti?
3. Kokios srities darbuotojų/žurnalistų redakcijoje dabar reikia daugiausiai?
4. Kaip žurnalistų ir redakcijos darbą paveikė išmaniosios technologijos?

Tokia tyrimo logika leido nustatyti, kokius pokyčius per 10 metų patyrė žiniasklaidos priemonės, išvesti bendrus vardiklius, taip pat atskleisti skirtingą informavimo priemonių 10 metų transformaciją. Sisteminant ekspertų atsakymus į užduotus klausimus pasitelktas Delphi metodas. Taikant šį metodą apibendrintos ekspertų nuomonės, pateiktos išgrynintos tendencijos.

Publikacijų analizė: kokioms naujienoms žurnalistai skyrė daugiausiai dėmesio 2011 metais

Taikant turinio analizės metodą išaiškėjo, kad 2011 metais interneto dienraštis „Delfi.lt“ per tris dienas išleido 735 publikacijas. Daugiausiai dėmesio „Delfi.lt“ žurnalistai skyrė publikacijoms priskirtoms rubrikoms: „Dienos naujienos“, „Verslas“, „Sportas“ bei „Gyvenimas“, mažiausiai dėmesio buvo skirta publikacijoms, kuriose naujienomis dalinasi eiliniai skaitytojai arba savo nuomonę reiškė politikai, mokslininkai, visuomenininkai. Tokios publikacijos, naujienos buvo talpinamos rubrikose: „Piliečių istorijos“, „Piliečių aktualijos“ bei „Nuomonių ringas“.



1 paveikslas. 2011 m. interneto dienraščio „Delfi.lt“ naujienų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

Dramatiškos naujienos dienraštyje „Delfi.lt“ sudarė 76 proc. viso turinio. Vizualiniai patrauklios naujienos – 19 proc. turinio. Pramoginis turinys 2011 metais dienraštyje užėmė 60 proc.

Svarbios, lietuviškai auditorijai artimos naujienos sudarė 37 proc. Visuotinai svarbiu turiniu laikytos ne tik tos publikacijos, naujienos,

kuriuose buvo aprašyti įvykiai įvykę Lietuvoje, bet ir naujienos iš kitų šalių, kurios galėjo nulemti, daryti įtaką Lietuvos geopolitinei, socialinei ar verslo situacijai. Aktualios, dideliame skaičiui žmonių svarbios naujienos sudarė 16 proc. viso turinio.

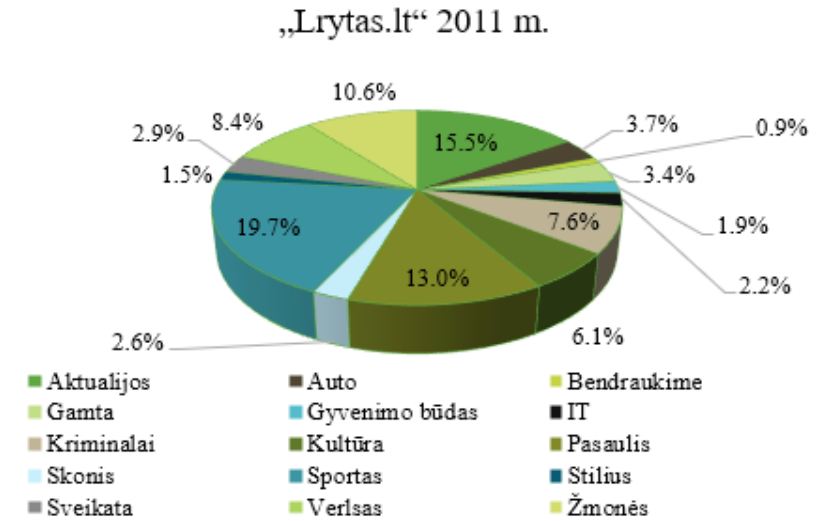
Analizuojant publikacijas, naujienas paaiškėjo, kad 2011 metais „Delfi.lt“ žurnalistai daugiausiai dėmesio skyrė įvykiams, naujienoms įvykusiems Lietuvoje, Jungtinėse Amerikos Valstijose (JAV), Jungtinėje Karalystėje (JK), Rusijoje, Vokietijoje, Ispanijoje.

2011 metais dienraštyje „Delfi.lt“ aprašomi įvykiai turėję įtampas ar sukretimo elementų sudarė 39 proc. viso turinio. Trumpos naujienos – 93 proc. Naujos, šviežios naujienos sudarė 63 proc. viso turinio. Publikacijos, kuriuose buvo tiesiogiai cituojami žymių žmonių pasisakymai arba aprašomos gyvenimo istorijos, siekė 26 proc. Suasmenintos naujienos sudarė 12 proc. viso turinio.

Originali „Delfi.lt“ žurnalistų sukurta medžiaga, aprašytos naujienos, kuriuose nebuvo remtasi naujienų agentūrų ar kitų internetinių, ar spausdintinių dienraščių, savaitraščių, žurnalų turiniu, sudarė 24 proc. Aprašant 64 naujienas šaltinis nurodytas nebuvo. Likusios publikacijos buvo parašytos remiantis naujienų agentūrų atsiųsta informacija arba buvo paimtos iš gerai Lietuvos visuomenei pažįstamų žmonių pasisakymų, įrašytų pokalbių radijo stotyse metu.

Atnaujintų, papildytų naujienų rasta 35. Hipertekstai buvo panaudoti 36 kartus aprašant skirtingas naujienas, socialinių tinklų medžiaga remtasi auditorijai pateikiant tik 3 naujienas. Viso, analizuojant 2011 metų publikacijas interneto dienraštyje „Delfi.lt“, rasta 13 publikacijų, kurios buvo identifikuotos kaip reklama, reklama užėmė 2 proc. viso turinio.

Išanalizavus 2011 metų naujienas dienraštyje „Lrytas.lt“, nustatyta, kad nurodytais metais interneto dienraščio žurnalistai per tris dienas išleido 407 publikacijas. Daugiausiai dėmesio „Lrytas.lt“ žurnalistai skyrė publikacijoms priskirtoms rubrikoms: „Sportas“, „Aktualijos“, „Pasaulis“ ir „Žmonės“. Mažiausiai dėmesio buvo skirta naujienoms, kuriuose įvykiais dalinosi eiliniai žmonės, nedaug dėmesio buvo skirta naujienoms informacinių technologijų, stiliaus, gamtos ir sveikatos temomis.



2 paveikslas. 2011 m. interneto dienraščio „Lrytas.lt“ naujienų pasiskirstymas
Šaltinis: sudaryta autorės

Dramatiškos naujienos dienraštyje „Lrytas.lt“ sudarė 67 proc. viso turinio, vizualiniai patrauklios naujienos – 19 proc. 2011 metais pramoginis turinys dienraštyje „Lrytas.lt“ sudarė šiek tiek daugiau nei pusę viso publikuoto turinio – 53 proc. Svarbios naujienos užėmė 26 proc. Aktualios naujienos – 20 proc.

Išanalizavus publikacijas paaiškėjo, kad daugiausiai dėmesio „Lrytas.lt“ žurnalistai 2011 metais skyrė naujienoms įvykusioms Lietuvoje, JAV, JK, Australijoje, Vokietijoje bei Tunise. Neigiamos naujienos 2011 metais dienraštyje „Lrytas.lt“ užėmė 53 proc., trumpos naujienos – 87 proc. Naujos, šviežios naujienos sudarė 83 proc. viso turinio, naujienos, kuriose buvo cituojamas elitas – 26 proc. Suasmenintos naujienos sudarė 12 proc. viso turinio.

Procentinė dalis, kurių 2011 metais sudarė originali „Lrytas.lt“ žurnalistų sukurta medžiaga, siekė 24 proc. Kaip internetiniame portale „Delfi.lt“, taip ir portale „Lrytas.lt“ didžioji dalis naujienų buvo parašy-

tos remiantis naujienų agentūrų atsiųsta informacija arba kitose žiniasklaidos priemonėse dirbančių žurnalistų parengtu turiniu.

Atnaujintų, papildytų naujienų dienraštyje „Lrytas.lt“ rasta 12, hipertekstai panaudoti 10 kartų, tik 1 publikacijai, naujienai atskleisti naudotasi socialiniuose tinkluose paskelbta informacija. Dienraštyje „Lrytas.lt“ rastas toks pats skaičius reklaminių naujienų, kurios pažymėtos nebuvo.

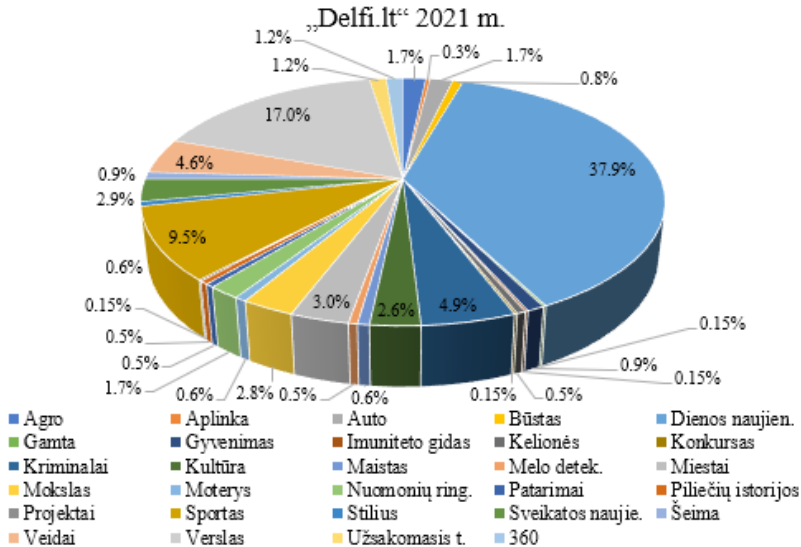
Apibendrinant teigtina, kad naujienos, kurioms 2011 metais žurnalistai skyrė daugiausiai dėmesio, dažnu atveju, buvo susiję su Lietuvos realijomis, aktualijomis bei sporto turiniu. Tai, jog sporto naujienos 2011 metais sudarė nemažą dalį viso išpublikuoto turinio, nestebina, kadangi tuo metu, sausio mėnesį, vyko pasiruošimas 2011 metų Europos krepšinio čempionatui Lietuvoje, vyko Lietuvos futbolo taurės turnyras ir t. t. Nemaža dalis publikacijų pasižymėjo dramatiškumu, negatyvumu, sensacingumu, kadangi toks turinys labiausiai traukia skaitytojus. Bendra tendencija, kuri išryškėjo tyrimo metu: pramoginės naujienos 2011 metais abiejuose dienraščiuose sudarė daugiau nei pusę viso turinio.

2021 metų naujienų analizė interneto dienraščiuose „Delfi.lt“, „Lrytas.lt“

Analizuojant 2021 metų naujienas dienraščiuose „Delfi.lt“, „Lrytas.lt“ nustatyta, kad 2021 metais interneto dienraštis „Delfi.lt“ per tris dienas išleido 652 publikacijas. Daugiausiai dėmesio „Delfi.lt“ žurnalistai skyrė naujienoms priskirtoms rubrikoms: „Dienos naujienos“, „Verslas“, „Sportas“, „Kriminalai“, „Veidai“, „Miestai“ bei „Sveikatos naujienos“. Mažiausiai dėmesio buvo skirta įvykiams, kuriuose buvo aprašomos aplinkos, gamtos naujienos, taip pat konkursai, projektai. Visai nedaug dėmesio buvo skirta rubrikai „Sveikatos gidas“.

Lyginant 2021 metų naujienų turinį su 2011 metų – užaštrintų, dramatiškų naujienų padaugėjo. Dramatiškumu pasižymėjusios naujienos 2021 metais sudarė 94 proc. viso išpublikuoto turinio, 2011 metais dramatiškos naujienos užėmė 76 proc. Vaizdingumu 2021 metais pa-

sižymėjo 35 proc. naujienų, kai 2011 metais patraukliai pateiktų naujienų buvo 19 proc. Pramoginis turinys 2021 metais dienraštyje „Delfi.lt“ sudarė 40 proc., kai 2011 metais „lengvesnis“ turinys užėmė 60 proc. viso išpublikuoto turinio.



3 paveikslas. 2021 m. interneto dienraščio „Delfi.lt“ naujienų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

Svarbios naujienos 2021 metais sudarė 40 proc. viso turinio, 2011 metais tokios naujienos užėmė 37 proc. Aktualios naujienos sudarė 38 proc. turinio, kai 2011 metais tokios naujienos sudarė 16 proc. Teigtina, kad dienraščio „Delfi.lt“ žurnalistai pradėjo skelbti daugiau visuotinai svarbaus turinio, sumažino pramoginių naujienų apimtį. Tam įtakos turėjo ir pasauliniai įvykiai, pandemija, neramumai Rusijoje, Baltarusijoje. Ši teiginį įrodo ir tai, kad 2021 metais „Delfi.lt“ žurnalistai daugiausiai dėmesio skyrė įvykiams, naujienoms įvykusioms Lietuvoje, JAV, Rusijoje, JK, Baltarusijoje, Vokietijoje.

Neigiamos naujienos 2021 metais sudarė 56 proc., kai 2011 metais sudarė 39 proc. Teigtina, kad dėl išaugusio neigiamo naujienų turinio kalta prasidėjusi pandemija, naujienos susijusios su Aleksejumi Navalnu, suirute Baltarusijoje.

Išanalizavus naujienas paaiškėjo, kad trumpos naujienos 2021 metais sudarė 86 proc. Naujos, šviežios naujienos sudarė 78 proc. Prieš 10 metų tokios naujienos sudarė 63 proc. viso turinio. Naujienos, kuriose buvo cituojami žymūs žmonės užėmė 24 proc. viso turinio. Suasmenintos naujienos siekė 15 proc. Vertinant naujienas tyrimo imties laikotarpiu, nustatyta, kad originalaus turinio apimtys smarkiai nepakito, 2021 metais originalus informacinis turinys sudarė 21 proc., 2011 metais 24 proc.

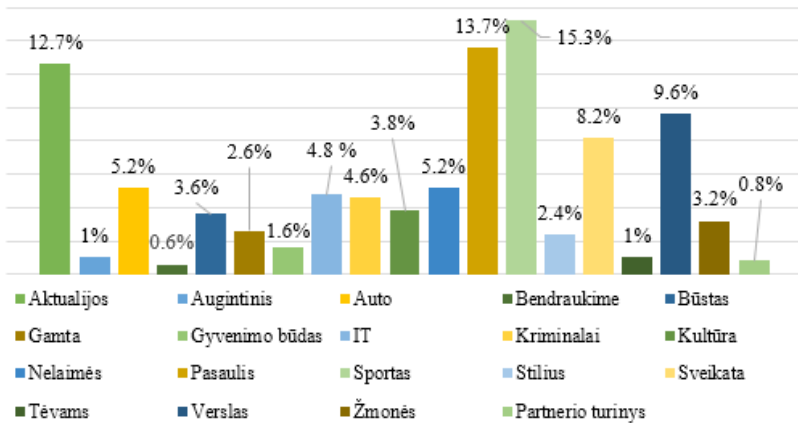
Analizuojant 2021 metų interneto dienraščio „Delfi.lt“ publikacijas, rastos 45 naujienos, kurias aprašant šaltinis nurodytas nebuvo. Atnaujintų, papildytų naujienų rasta 11. Hipertekstai buvo panaudoti 556 kartus, aprašant skirtingas naujienas. Socialinių tinklų medžiaga remtasi auditorijai pateikiant 73 publikacijas. Viso, analizuojant 2021 metų publikacijas, dienraštyje „Delfi.lt“ rasta 21 naujiena, kuri buvo identifikuota kaip reklama. Tik dalis, 8 iš 21 naujienos, publikacijos buvo pažymėtos kaip reklama.

Išanalizavus 2021 metų naujienas dienraštyje „Lrytas.lt“, išaiškėjo, kad per tris dienas žurnalistai išleido 498 publikacijas. Daugiausiai dėmesio „Lrytas.lt“ darbuotojai skyrė naujienoms priskirtoms rubrikoms: „Sportas“, „Aktualijos“, „Verslas“, „Sveikata“. Dienraščio „Delfi.lt“ žurnalistai 2021 metais taip pat skyrė daugiau dėmesio sveikatos naujienoms, tačiau dėl to, jog dauguma sveikatos įvykių buvo priskirta rubrikai „Dienos naujienos“, dramatiško pokyčio naujienų atžvilgiu šioje rubrikoje nepasimatė.

Sporto naujienos 2021 metais, kaip ir 2011, dienraštyje „Lrytas.lt“ sulaukė daugiausiai žurnalistų dėmesio. Įtakos tam galėjo turėti tai, kad tuo metu buvo sprendžiami klausimai dėl Tokijo olimpinių žaidynių organizavimo bei vietos, kurioje vyks Pasaulio ledo ritulio čempionatas. Tuo metu buvo priimtas sprendimas 2021-ųjų pasaulio čempionatą „iškelti“ iš Baltarusijos dėl saugumo sumetimų.

97 proc. dienraštyje „Lrytas.lt“ pateiktų naujienų pasižymėjo dramatiškumu. Vizualiniai, patraukliai pateiktos naujienos sudarė 73 proc. viso turinio. Pramoginės naujienos 2021 metais dienraštyje „Lrytas.lt“ sudarė 44 proc. viso turinio, pramoginis turinys 2011 metais siekė 52 proc. Lietuviškai auditorijai artimos naujienos dienraštyje „Lrytas.lt“ sudarė 39 proc. viso turinio, o 2011 metais svarbios naujienos užėmė 26 proc. turinio. Aktualios naujienos užėmė 32 proc. viso turinio, 2011 metais tokios naujienos sudarė 20 proc. Vadinas visuotinai svarbių naujienų kiekis dienraštyje išaugo.

„Lrytas.lt“ 2021 m.



4 paveikslas. 2021 m. interneto dienraščio „Lrytas.lt“ naujienų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

Kaip įprasta, daugiausiai naujienų žurnalistai aprašė iš Lietuvos, dažnai vienoje naujienoje buvo minimos ir visos Baltijos šalys. Nemažai žurnalistų dėmesio sulaukė naujienos, įvykiai iš JAV, kadangi tuo metu buvo ruošiamasi naujo prezidento inauguracijai, rašoma buvo ir apie įvykius iš Rusijos bei Baltarusijos.

2021 metais dienraštyje „Lrytas.lt“ neigiamos naujienos sudarė 50 proc. visų naujienų. Trumpos naujienos sudarė 98 proc. Naujumu

pasižymėjo 82 proc. turinio. Naujumo atžvilgiu kardinalių pokyčių per 10 metų neįvyko. Publikacijų, kuriose buvo cituojamas elitas, 2021 metais padaugėjo, jos sudarė 33 proc. turinio, kai 2011 metais sudarė 26 proc. Iš visų, 2021 metais tyrimo laikotarpiu išleistų „Lrytas.lt“ naujienų, suasmenintų rasta 16 proc., 2011 metais tokios naujienos sudarė 11 proc. viso turinio.

Originali „Lrytas.lt“ žurnalistų surinkta informacija užėmė 11 proc. viso turinio. Originalaus turinio 2011 metais rasta daugiau nei 2021. Tam įtakos galėjo turėti išaugę darbo apimtys ir siekis naujienas auditorijai pateikti kiek įmanoma greičiau. Naujienos, kurias aprašant šaltinis nurodytas nebuvo, sudarė 18 proc. turinio, vadinasi naujienų, kurias aprašant šaltinis nebuvo nurodytas, padaugėjo.

Atnaujintų, papildytų naujienų dienraštyje „Lrytas.lt“ rasta 17, hipertekstai panaudoti 333 kartus. Aprašant 40 naujienų buvo remtasi socialiniuose tinkluose paskelbta medžiaga, infografikų rasta 18. Dienraštyje „Lrytas.lt“ 23 naujienos identifikuotos kaip reklama, iš jų tik 4 buvo pažymėtos kaip užsakomasis turinys. Reklama 2021 metais dienraštyje užėmė 5 proc. turinio.

Giluminių interviu rezultatai: naujų pareigybių kūrimasis ir senųjų evoliucionavimas

Pasitelkiant giluminių interviu metodą, buvo siekta papildyti, sustiprinti pirmame tyrimo etape išryškėjusias tendencijas bei atrasti naują bendram tyrimui svarbią informaciją, detaliau atsakyti į klausimą, kokias transformacijas per 10 metų patyrė lietuviškos žiniasklaidos priemonės.

Giluminių interviu metu žiniasklaidos priemonių atstovų buvo klausiama, kokių naujų pareigybių atsirado redakcijoje. Mažiau nei pusė žiniasklaidos priemonių atstovų įvardijo naujas pareigybes redakcijose.

Atlikus giluminius interviu nustatyta, kad situacija redakcijose prieš 10 metų, darbuotojų ir jų užimamų pareigybių atžvilgiu, smarkiai skyrėsi: kai kuriose redakcijose tokios pareigybės kaip socialinių medijų redaktorius dar nebuvo, kai kuriose ji jau egzistavo.

1 lentelė. Nauji darbuotojai žiniasklaidos priemonėse

Informavimo priemonė	Pareigybė, kurios redakcijoje nebuvo prieš 10 metų
Radijo stotis „Radiocentras“	Grojaraščio redaktorius.
Interneto dienraštis „Delfi.lt“	Multimedijų redaktorius, lėtojo turinio redaktorius, socialinių tinklų ir dienos redaktoriai.
Interneto dienraštis „15min.lt“	Multimedijų redaktorius bei žmogus, dirbantis vien su garsu, tinklalaidėmis. Dienos redaktoriai, naujienų redaktoriai. Interneto dienraštyje prieš 10 metų taip pat nebuvo atskiro vaizdo skyriaus.

Šaltinis: sudaryta autorės

Daugiau nei pusė giluminių interviu dalyvių įvardijo, jog naujų pareigybių per 10 metų redakcijose neatsirado dėl to, kad naujos pareigybės redakcijose nesusikūrė, senosios tiesiog evoliucionavo. Tam tikras pareigas užimantys asmenys tapo atsakingi už kur kas didesnę kiekį dalykų, nei buvo prieš 10 metų. Darytina išvada, kad naujų pareigybių kūrimąsi ir senų evoliucionavimą lėmė išaugęs informacijos srautas, siekis pateikti auditorijai informaciją kuo greičiau ir sklandžiau, taip pat noras pritraukti didesnę auditorijos kiekį. Naujos pareigybės kūrėsi arba evoliucionavo redakcijų darbuotojams taikantis prie naujų tendencijų.

Darbuotojai, kurių žiniasklaidos priemonių redakcijose reikia daugiausia

Sociologinio tyrimo metu žiniasklaidos priemonių atstovų taip pat buvo klausiama: kokios srities darbuotojų/žurnalistų redakcijose dabar reikia daugiausiai. Susisteminus atsakymus, buvo išvesti keli bendri vardikliai.

ustatyta, kad redakcijose daugiausiai reikia žurnalistų informaciją pateikiančių aktualijų, verslo, politikos, sveikatos, gyvenimo būdo, sporto temomis. Šiomis temomis pateikiama informacija sudaro didžiąją dalį žiniasklaidos priemonių pateikiamų naujienų. Nors žurnalistų galinčių

informuoti visuomenę aktualijų, verslo, politikos, sveikatos, gyvenimo būdo, sporto temomis reikia labiausiai, tačiau jei redakcijose nebus žurnalistų gebančių informaciją pateikti kuo įvairesnėmis temomis, nebus tenkinami skirtingų auditorijų poreikiai, tai nei verslo, nei sporto naujienų skaitytojai, žiūrovai, klausytojai nesirinks.

2 lentelė. Darbuotojai, kurių reikia daugiausia

Informavimo priemonė	Darbuotojai, kurių reikia daugiausia	Darbo specifiška
Radio stotys	Radio stočių Informacijos tarnybose reikalingi universalūs žurnalistai.	Žurnalistų skirstymas pagal rubrikas ar skyrius, esant kompaktiškomis radijo stočių redakcijoms, nėra įmanomas.
Interneto dienraščiai	Daugiausiai žurnalistų reikia aktualijų, gyvenimo būdo, politikos ir sporto skyriuose. Prasidėjus COVID-19 pandemijai, smarkiai išaugo ir žurnalistų rašančių apie sveikatą poreikis.	Interneto dienraščiuose žurnalistai skirstomi į skyrius pagal naujienų pobūdį, temą, visgi informavimo priemonių darbuotojai turi gebėti informuoti visuomenę ir temomis, kurios jiems ne visada yra artimos.
Televizijų Žinių tarnybos	Televizijų žinių tarnybose svarbiausi yra aktualijų žurnalistai, trūksta verslo žurnalistų.	Televizijų Žinių tarnybose dirba universalūs žurnalistai, kurie nepriklausomai nuo reportažo temos privalo greitai ir operatyviai perteikti auditorijai naujausią informaciją.

Šaltinis: sudaryta autorės

Pokyčiai įvykę redakcijose per 10 metų

Giluminių interviu metu paaiškėjo, jog pokyčiai redakcijose vyko labai skirtingai, redakcijos keitėsi darbuotojų skaičiumi, darbo organizavimo principais.

3 lentelė. Pokyčiai įvykę redakcijose per 10 metų

Žiniasklaidos priemonė	Pokytis įvykęs per 10 metų	Prieš 10 metų	Dabar
Radijo stotis „M-1“	Informacijos tarnyba per 10 metų keitėsi darbuotojų skaičiumi, pateikiamos informacijos kiekiu.	2011 metais Informacijos tarnyboje dirbo 3 žurnalistai. Žmonių skaičius buvo sumažintas dėl sutrumpintų žinių, sumažinto reportažų skaičiaus, taip pat situacijos po 2008 metų finansinės krizės.	Šiuo metu „M-1“ Informacijos tarnyboje dirba 6 žmonės, kurie kuria visą žurnalistinę trijų „M-1“ radijo stočių grupės programą.
Radijo stotis „Radiocentras“	Informacijos tarnyba buvo atskirta nuo likusių darbuotojų.	Žurnalistai ir radijo laidų vedėjai dirbo vienoje patalpoje.	Dabar Informacijos tarnybos darbuotojai atskiroje patalpoje renka ir įrašo žinias, patys informaciją sukeldami radijo stočių eteriu.
Interneto dienraštis „Delfi.lt“	Vaizdams redakcijoje pradėta skirti kur kas daugiau dėmesio.	Žurnalistai prieš 10 metų daug dėmesio neskyrė vizualiniam naujienų išpildymui.	Per dešimtmetį kardinaliai pasikeitė informacijos pristatymo auditorijai būdai: dabar nebėra laiko skaityti, informaciją norima gauti kuo greičiau, vaizdo, garso formatu.

Žiniasklaidos priemonė	Pokytis įvykęs per 10 metų	Prieš 10 metų	Dabar
Interneto dienraštis „15min.lt“	Prieš 10 metų egzistavęs popierinis laikraštis visiškai persikėlė į internetą.	Popierinis laikraštis.	Redakcijoje kardinaliai keitėsi darbų organizavimas, kūrėsi naujos pareigybės, redakcija išsiplėtė, prisitaikė prie internetinės auditorijos poreikių.
Interneto dienraštis „Lrytas.lt“	Redakcijoje per 10 metų ypatingai daug dėmesio buvo pradėta skirti rinkodarai. Redakcijoje taip pat atsirado naujos rubrikos ir jų redaktoriai.	Mažiau dėmesio marketingui.	Daugiau dėmesio skiriama interneto dienraščio teigiamo įvaizdžio kūrimui. Išsiplėtė auditorijai pristatomų naujienų spektras. Atsirado rubrikos „Augintinis“ ir „Tėvams“.
„TV3“ ir „LNK“ televizijų Žinių tarnybos	Dėl laiko stokos, augančio informacijos srauto Žinių tarnybų žurnalistai turėjo vieni išmokti surinkti, parengti ir pateikti informaciją auditorijai.	Reportažą žinioms kūrė kelių žmonių komanda.	Už reportažą nuo pradžios iki galo dabar atsako pats žurnalistas/ reporteris. Jis turi gebėti ne tik surinkti informaciją, bet ir ją sumontuoti.

Žiniasklaidos priemonė	Pokytis įvykęs per 10 metų	Prieš 10 metų	Dabar
„TV3“ ir „LNK“ televizijų Žinių tarnybos	Televizijų žinioms pradėta skirti daugiau laiko, dėl to ilgesni tapo ir žurnalistų reportažai.	Anksčiau reportažai žiniuose trukdavo nuo 1 iki 2 minučių.	Dabar, vis dažniau dirbant nuotoliniu, informacijos galima surinkti daugiau, tad žinių reportažai pasidarė 3 minučių, o kai kurie ir 4, 5.
„LRT“ televizijos Naujienų departamentas	Naujienų departamente atsirado struktūra.	Trūko struktūros ir bendradarbiavimo tarp televizijos, radijo ir interneto dienraščio redakcijų.	Televizijos naujienų tarnyba padalinta į tris skyrius: Informacinių programų skyrių, Audiovizualinio turinio kūrimo skyrių ir Sporto skyrių. Atsirado didesnis bendradarbiavimas tarp televizijos, radijo ir interneto dienraščio redakcijų.

Šaltinis: sudaryta autorės

Atlikus sociologinį tyrimą nustatyta, jog pokyčiai redakcijose vyko labai skirtingai, bet iš jų galima išvesti ir kelis bendrus vardiklius: daugumoje redakcijų daugiau dėmesio pradėta skirti naujienų vizualiniam išpildymui, informavimo priemonės pasikeitė savo struktūra ir darbo organizavimo principais, redakcijose dar daugiau dėmesio buvo pradėta skirti universalios žurnalisto kompetencijų ugdymui. Daugumoje

redakcijų išaugo pateikiamų naujienų kiekis, o tai lėmė išaugusias žurnalistinio darbo apimtis.

Pokyčiai nulemti išmaniųjų technologijų plėtros

Atlikus tyrimą nustatyta, kad išmaniųjų technologijų proveržiai per 10 metų turėjo didelę įtaką redakcijų kaitai.

4 lentelė. Išmaniųjų technologijų įtaka žurnalistų darbui

Pokytis	Pokyčio reikšmė žurnalistams
Daugiau galimybių greičiau surinkti informaciją	Technologijų dėka per pastarąjį dešimtmetį atsirado daugiau būdų, kaip įrašyti garsą, vaizdą, rasti pašnekovą bei palaikyti su juo ryšį.
Informacijos rinkimas nuotoliu	Dabar žurnalistai informaciją vis dažniau renka informacinių technologijų pagalba. Žiniasklaidos darbuotojai dalyvauja nuotolinėse spaudos konferencijose, organizuoja nuotolinius interviu naudodami „Viber“, „Microsoft Teams“ ar kitas platformas.
Pašnekovams, informantams atsirado galimybė dažniau prisidėti prie informacinio turinio kūrimo.	Informantai fiksuoja įvykius, patys save filmuoja, medžiagą atsiunčia žurnalistams.
Darbas ne tik redakcijoje	Išmaniosios technologijos, ypač pandemijos metu, parodė, kad redakcijos kolektyvas gali dirbti iš įvairių vietų.
Patogesnis ir greitesnis informacijos rinkimas	Žurnalistai vis rečiau keliauja didelius atstumus tam, kad pakalbintų pašnekovą, nes suprato, kad tai gali daryti technologijų pagalba.
Išmaniųjų technologijų pažanga žurnalistams suteikė galimybę sudėtingus dalykus auditorijai pateikti, paaiškinti paprasčiau.	Per 10 metų į priekį pažengę technologijos redakcijų darbuotojams leido imtis temų, kurias prieš dešimtmetį vargu ar būtų pavykę įgyvendinti. Technologijos, multimedija, vaizdo formatai, infografikai leido tai pakeisti.

Pokytis	Pokyčio reikšmė žurnalistams
Išmaniosios technologijos leido sutaupyti žmoniškųjų resursų.	Į Dakaro lenktynes prieš 10 metų būtų važiavusi mažiausiai trijų žmonių komanda: fotografas, žurnalistas ir vaizdo operatorius. Dabar į įvykį vis dažniau siunčiamas vienas žurnalistas, reporteris.
Išmaniosios technologijos nulėmė ir išaugusį informacijos srautą.	Dabar žurnalistai neapsiriboja naujienų ruošimu tik vienai platformai.

Išmaniųjų technologijų proveržiai per 10 metų suteikė galimybę žurnalistams informaciją surinkti ir pateikti lengviau. Naudojant technologijas, multimedžiškumą, vaizdo formatą, infografikus temų spektras, kuriomis redakcijos darbuotojai gali informuoti visuomenę, išsiplėtė, tačiau kartu išmaniosios technologijos nulėmė ir išaugusias žurnalistinio darbo apimtis. Be to, auditorijai atsirado geresnės galimybės įsitraukti į naujienų kūrimo procesą. Auditorijos įsitraukimas, kuriant naujienas, iš dalies palengvino žurnalistų darbą, tačiau kartu jį ir apsunkino. Dėl informacijos gausos žurnalistai pradėjo konkuruoti su kitomis, tradicinėmis arba ne, informavimo priemonėmis.

Išvados

1. Turinio analizės tyrimu nustatyta, kad per 10 metų naujienų įvairovė interneto dienraščiuose išaugo, atsirado daugiau rubrikų tam tikroms naujienoms atskleisti. Dienraštyje „Delfi.lt“ atsirado rubrikos: „Agro“, „Būstas“, „Imuniteto gidas“, „Kelionės“, „Maistas“, „Melo detektorius“, „Miestai“ ir t. t. „Lrytas.lt“ atsirado rubrikos: „Augintinis“, „Būstas“, „Nelaimės“ bei rubrika „Tėvams“. „Lrytas.lt“ žurnalistai, kaip ir „Delfi.lt“ darbuotojai, dažniau rašė sveikatos temomis. Išaugusį naujienų skaičių, kuriose buvo rašoma sveikatos temomis, nulėmė prasidėjusi COVID-19 pandemija. Visgi, daugiausiai dėmesio žurnalistai 2011-2021 metais skyrė: sporto, dienos aktualijų bei verslo naujienoms.

2. 2021 metų naujienos dažniau pasižymėjo dramatiškumu. Vizualiniai pateiktų naujienų dalis per 10 metų taip pat smarkiai išaugo. Taip atsitiko dėl informacinių technologijų tobulėjimo, atsiradusių geresnių galimybių įrašyti vaizdą, garsą, derinti kelias raiškas. 2021 metų naujienos dažnu atveju buvo ir kur kas ilgesnės nei prieš 10 metų, tačiau daugžodžiavimo jose dažniausiai buvo išvengta. Originalaus turinio, naujienų apimtys per 10 metų dienraštyje „Delfi.lt“ smarkiai nepakito. Originalios medžiagos dienraštyje „Lrytas.lt“ 2021 metais buvo pateikta mažiau. „Lrytas.lt“ žurnalistų aprašytų naujienų per dešimtmetį sumažėjo 13 procentinių punktų, tam įtakos galėjo turėti noras naujienas pateikti greičiau už kitus bei išaugę darbo apimtys.
3. 2021 metų publikacijos kur kas dažniau buvo atnaujintos, papildytos. Per dešimtmetį žymiai išaugo ir hipertekstų naudojimas. Jei hipertekstai 2011 metais buvo panaudoti vos keliuose publikacijose, tai 2021 metais hipertekstai dienraščiuose naudoti pateikiant beveik visas naujienas. 2021 metais pradėti naudoti ir infografikai, kurie leido, leidžia auditorijai greičiau įsisąmoninti didelius kiekius informacijos.
4. Nustatyta, kad 2021 metais žurnalistai pateikė mažiau pramoginio turinio. Daugiau dėmesio skyrė artimoms, didelėms naujienoms. Vadinasi, žiniasklaidos priemonės prisitaikė prie pasaulį veikiančių geopolitinių, sveikatos ir kitų veiksnių. Atsižvelgdamos į naujas realijas, žiniasklaidos priemonės visuomenei pradėjo teikti kokybiškesnes, visuotinai svarbesnes naujienas.
5. Atlikus giluminius interviu nustatyta, jog redakcijos per 10 metų keitėsi, tačiau pokyčiai jose vyko nevienodai. Dviejuose dienraščiuose atsirado naujos pareigybės: multimedijų redaktoriai, socialinių tinklų ir dienos redaktoriai, atskirų rubrikų redaktoriai. Redakcijos pagal poreikį pasipildė ir kitais darbuotojais: lėtojo turinio redaktoriumi, „15min.lt“ redakcijoje atsirado žmogus dirbantis vien su garsu, vaizdais. Radijo stotyje „Radiocentras“ per 10 metų atsirado grojaraščio redaktorius. Didžiojoje dalyje redakcijų naujos pareigybės nesusikūrė, tačiau senosios smarkiai evoliucionavo. Nau-

jų pareigybių kūrimąsi ir senų evoliucionavimą lėmė išaugęs informacijos srautas, siekis pateikti auditorijai informaciją kuo greičiau ir sklandžiau.

8. Per 10 metų redakcijos tapo labiau priklausomos nuo išmaniųjų technologijų, pasikeitė savo struktūra ir darbo organizavimo principais. Žurnalistai per 10 metų turėjo išmokti dirbti greičiau, efektyviau. Daugumoje redakcijų išaugo pateikiamų naujienų kiekis, tai lėmė išaugusias žurnalistinio darbo apimtis.
9. Technologijų tobulėjimas – ypač svarbus veiksnys nulėmęs kaitą redakcijose. Išmaniosios technologijos pakeitė darbų organizavimą redakcijose. Informaciją surinkti ir pateikti tapo lengviau.

Bibliografinis nuorodų sąrašas

1. Aleknonis G. (2011). Naujoji cenzūra: monografija, p. 97, 122. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras.

2. J. Galtung and M. H. Ruge (1965). The Structure of Foreign News In Journal of Peace Research [interaktyvus]. Sage Publications, 2(1), p. 70. [žiūrėta 2022 02 09]. Prieiga per internetą: <https://www.jstor.org/stable/423011>

3. Martišius M. (2014). Informaciniai nutylėjimai: priežastys ir pasekmės. *Informacijos mokslai*, 68, 143. [žiūrėta 2022 02 07]. Prieiga per internetą: <https://www.zurnalai.vu.lt/IM/article/view/3916/2711>

4. Šuminas A. (2016). Socialinių medijų naudojimo galimybės žiniasklaidos veikloje. Iš: Mažylė J. (Sud.), *Žiniasklaidos atskaitingumas ir žurnalisto atsakomybė. Monografija* (p. 99-100). Vilnius: Petro ofsetas.

5. Zolubienė Z. (2014). Socialiniai rizikos kontūrai žiniasklaidoje: televizijos naujienų pranešimų analizė. *Informacijos mokslai*, 67, p. 137. [žiūrėta 2022 02 09]. Prieiga per internetą: <https://www.zurnalai.vu.lt/IM/article/view/3099/2227>