

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS  
ISTORIJOS IR FILOSOFIJOS KATEDRA

**INGA VERBICKAJA**

Tarpkultūrinio ugdymo ir tarpininkavimo studijų programos  
II kurso studentė

**KULTŪRINĖ LIETUVIŠKOS TELEVIZIJOS KOMPETENCIJA IR JOS  
VARIACIJOS KOMUNIKUOJANT SOCIALINĖS ATSKIRTIES PROBLEMĄ**

Magistro darbas

Darbo vadovas: lekt. dr. Modestas Grigaliūnas

Darbas originalus – Inga Verbickaja \_\_\_\_\_

Šiauliai, 2016

# TURINYS

SANTRAUKA .....	2
SUMMARY .....	4
ĮVADAS .....	6
1. SOCIALINĖ ATSKIRTIS, KITYBĖ IR KULTŪRINĖ KOMPETENCIJA.....	9
1.1.Socialinės atskirties sampratos konceptualizavimas.....	9
1.2. Susitikimas su Kitu kaip egzistencinis išgyvenimas.....	15
1.3. Socialinio jautrumo ir kultūrinės kompetencijos vaidmuo socialinėje interakcijoje .....	17
2. ŠIUOLAIKINĖ ŽINIASKLAIDA .....	21
2.1.Masinės komunikacijos raiška viešojoje erdvėje.....	21
2.2. Šiuolaikinės žiniasklaidos sampratos konceptualizavimas .....	24
2.3. Šiuolaikinės žiniasklaidos vaidmuo socialiniame gyvenime.....	27
3. TYRIMO DUOMENŲ ANALIZĖ .....	32
3.1.Tyrimo metodologija .....	32
3.2 Duomenų analizė .....	36
3.2.1 Naratyvinis socialinės atskirties formų vaizdavimas .....	36
3.2.2. Vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas .....	41
3.2.3. Kultūrinės kompetencijos raiška komunikuojant su žiūrovu .....	46
3.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas.....	49
IŠVADOS .....	50
LITERATŪRA .....	51
ŠALTINIAI .....	56
PRIEDAI .....	57

## SANTRAUKA

Inga Verbickaja. KULTŪRINĖ LIETUVIŠKOS TELEVIZIJOS KOMPETENCIJA IR JOS VARIACIJOS KOMUNIKUOJANT SOCIALINĖS ATSKIRTIES PROBLEMĄ. Tarpkultūrinio ugdymo ir tarpininkavimo studijų programos magistro baigiamasis darbas. Mokslinis darbo vadovas lekt. dr. M. Grigaliūnas. Istorijos ir filosofijos katedra, Socialinių, Humanitarinių mokslų ir Menų fakultetas, Šiaulių universitetas, 2016. – 56 p.

Šiuolaikiniai socialiniai mokslai kreipia ypatingą dėmesį į tarpgrupinį būvį visuomenėje bei tarpkultūriškumo problemas. Lietuvoje socialinė atskirtis kaip reiškinys yra nuolat eksploatuojama masinės komunikacijos tema, ir televizija, kaip masinės komunikacijos instrumentas, yra atsakinga už komunikuojamos auditorijai žinutės turinį. Socialinė atskirtis visuotinai pripažįstama kaip problema, todėl svarbu suprasti, kaip vyksta šios problemos komunikacija lietuviškojoje televizijoje kultūrinės kompetencijos kontekste. Darbe iškeliami hipotezė, kad lietuviškoji televizija ženkliai stokoja kultūrinės kompetencijos, kas savo ruožtu implikuoja negatyvų (nepozityvų) poveikį atskirto Kito suvokimui masinėje TV laidų auditorijoje.

Atliekamo tyrimo objektas – kultūrinės kompetencijos vaidmuo lietuviškoje televizijoje. Darbe užsibrėžtas tikslas – ištirti kultūrinės lietuviškos televizijos kompetencijos ypatumus komunikuojant socialinės atskirties problemą. Šiam tikslui pasiekti iškelti teoriniai uždaviniai: konceptualizuoti socialinės atskirties reiškinį kultūrinės kompetencijos ir socialinio jautrumo požiūriu ir išgryninti esminius žiniasklaidos, kaip masinės komunikacijos instrumento, lygmenis; bei empiriniai uždaviniai: ištirti televizijos laidose vaizduojamas naratyvines socialinės atskirties formas bei jų vaizdavimo vizualines priemones bei išanalizuoti kultūrinės kompetencijos TV laidose raiškos ypatumus.

Atliekant tyrimą pasirinkta kokybinio tyrimo strategija – diskurso analizė bei taikyti kokybiniai metodai: kokybinė turinio analizė, judančio vaizdo analizė, lyginamoji duomenų analizė. Išanalizavus empirinius duomenis paaiškėjo, kad pokalbių šou ir žurnalistinių tyrimų žanro laidose dominuoja naratyvinis socialinės atskirties vaizdavimas. Vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas - tai tekstinio naratyvo pratęsimas, vaizdas yra pritraukiamas prie pasakojimo ir atkartoja jį struktūriškai bei semantiškai. Pastebėta, jog lietuviškojoje televizijoje komunikuojant socialinės

atskirties problemą dominuoja kultūrinio neįgalumo stadija. Laidose komunikuojami pasikartojantys stereotipinių vaizdinių apie skirtingas atskirties formas patiriančias asmenų grupes naratyvai neugdo socialinio intelekto ir palieka auditorijai menkas galimybes savarankiškai mąstyti apie šias grupes bei augti kultūrinės kompetencijos rėmuose.

## SUMMARY

Inga Verbickaja. CULTURAL COMPETENCE OF LITHUANIAN TELEVISION AND ITS VARIATIONS COMMUNICATING THE PROBLEM OF SOCIAL EXCLUSION. Master's thesis of Intercultural Education and Mediation study program. Scientific supervisor lect. doc. M. Grigaliūnas. Department of History and Philosophy, Faculty of Social Sciences, Humanities and Art, Sialiai University, 2016. – 56 p.

Social Sciences nowadays are especially focused on intergroup state in the society and problems of interculturality. Social exclusion as a phenomenon in Lithuania is constantly exploited topic of mass communication and television as an instrument of mass communication is responsible for the content of a message sent to audience. Social exclusion is universally recognized as a problem, therefore it is important to understand how the communicating of this problem proceeds in Lithuanian television in the context of cultural competence. The hypothesis of this thesis is that Lithuanian television has a significant lack of cultural competence and in turn this implicates negative (not positive) effect on mass TV audience's perception of the excluded, the Other.

The object of thesis – the role of cultural competence in Lithuanian television. The aim of thesis is to analyze peculiarities of cultural competence in Lithuanian television when communicating the problem of social exclusion. In order to achieve this aim theoretical objectives to conceptualize the phenomenon of social exclusion in the approach of cultural competence and social sensitivity and to highlight essential levels of media as an instrument of mass communication were set, as well as empirical objectives to analyze narrative forms and visual aids of social exclusion in TV shows, to analyze peculiarities of cultural competence expression in TV shows.

The strategy of this research is discourse analysis and research methods: qualitative content analysis, analysis of moving images. Research results shows that narrative portrayal of social exclusion is dominant in TV talk shows and investigative journalism genre. Visual portrayal of different forms of social exclusion is as an extension of narrative. The image is brought to narrative and repeats the narrative structurally and semantically. Also, cultural incapacity is a dominant stage of cultural competence in Lithuanian television while communicating social exclusion. There are many stereotypical images of social exclusion and narratives in these TV shows that do not develop social

intelligence of the audience and there is lack of opportunities left for the audience to think and perceive the situation on their own and to develop their skills in the area of cultural competence.

## ĮVADAS

**Temos aktualumas.** Šiuolaikiniai socialiniai mokslai kreipia ypatingą dėmesį į tarpgrupinį būvį visuomenėje bei tarpkultūriškumo problemas. Dažnai iškeliamas pozityvios tarpgrupinės komunikacijos klausimas, manytina, kad atsakymas į šį klausimą taptų skirtingų grupių socialinio dalyvavimo gerinimo prielaida. Kalbant apie konkrečias ir plačiai aptariamą atskirų grupių problemas, didelis dėmesys skiriamas socialinei atskirčiai.

Įprasta manyti, kad pati savaime atskirties problema egzistuoja empirinėje tikrovėje tarp realiai egzistuojančių žmonių, t. y. visuomenės procesų dalyvių, bei pasireiškia tam tikromis tarpgrupinės/tarpasmeninės realios interakcijos formomis. Akivaizdu, kad tai gana paviršutinis požiūris į problemą, kuri struktūriškai išsiskleidusi į sociumo sociokultūrinį, lingvistinį, ekonominį lygmenis. Atskirtis kaip reiškinys, kaip kažkas „nenormalaus“, nuolat reprodukuoja save simbolinėje plotmėje, ji aktualizuoja konkrečios visuomenės kultūros audinyje ir pasireiškia jos veiklos produktuose. Be abejonės, skirtingi produktai turi skirtingą poveikį visuomenei, bet kai kurie iš jų ne tik veikia socialinius procesus, bet ir turi fundamentalų poveikį visuomenės raidai bei jau minėtam atskirties suvokimo „normalioje“ visuomenėje reproduktivumui. Šiame darbe dėmesys skiriamas vienam iš tokių šiuolaikinės masinės kultūros produktų – TV žiniasklaidai. Šiuolaikybėje žiniasklaida – tai ne tik žinių sklaidos priemonė, bet ir ypatinga visuomenės nario (susiformavimo terpė, kurioje nariai sutinka vieni kitus, arba, kitaip tariant, ir kas tiksliau atspindėtų šiame darbe nagrinėjamą problematiką, žiniasklaida komunikuoja socialines grupes bei formuoja jų įvaizdžius, taip netiesiogiai žiniasklaida edukuoja ir ugdo auditoriją. Žiniasklaida – tai simbolinė konstrukcija, kuri gali nukreipti dėmesį į tam tikrus socialinių problemų aspektus ir tuo pačiu metu ignoruoti arba nutylėti likusiuosius. Būtent šios konstrukcijos dėmai „padeda“ žiniasklaidos vartotojams susivokti, „kas, kaip ir kur vyksta“ ir dažnai tampa pagrindiniu socialinės tikrovės suvokimo šaltiniu. Pabrėžtina, kad pati komunikacija nevyksta izoliuotai, kaip tik atvirkščiai – ji vyksta gyvame dinaminiame kontekste ir paklūsta tam tikroms „taisyklėms“, t. y. akivaizdžioms, kaip pavyzdžiui valstybės įstatymai arba populiarumo ir paklausos *trendai* ir mažiau pastebimoms arba kartais visai nepastebimoms, bet kurios kaip tik yra nagrinėjamos ir pažymimos ypatingai svarbiomis šiame darbe – kultūrinės kompetencijos vaidmuo kuriant TV laidų turinį. Kultūrinė kompetencija – tai sąmoningo arba nesąmoningo vystymosi proceso metu pasiekta kultūrinio jautrumo stadija, kuri savo ruožtu apima žinojimą, supratimą, įgūdžius, taisykles, kurie leidžia individui įsitraukti į komunikacijos procesus nepaisant kultūrinių ribų. Kultūrinis jautrumas

priklausomai nuo stadijos pasireiškia atitinkamo lygmens pagarbiu ir empatišku reagavimu į kitų grupių žmones pripažįstant ir priimant jų vertę. Akivaizdu, kad kultūrinė kompetencija yra lemiamas veiksnys tarpgrupiniame dialoge, todėl TV žiniasklaidoje komunikuojamos kultūrinės kompetencijos variacijos kaip pozityvaus auditorijos ugdymo prielaida, turi tapti mokslinių diskusijų ir įvairaus pobūdžio tyrimų objektu.

**Temos iširtumas.** Galima teigti, kad žiniasklaidos tyrinėjimai Lietuvoje yra paplitę ir apima pakankamai platų problemų spektrą. Socialiniuose tyrimuose daugiausiai dėmesio skiriama žiniasklaidos poveikio tyrimams, bei tyrimams, nagrinėjantiems konkrečių atskirties grupių įvaizdį Lietuvos žiniasklaidoje: neįgaliųjų - J. Saifulinaitė (2012), tautinių mažumų - V. Beresnevičiūtė (2006), kaimo gyventojų – I. Luobikienė (2011), vyresnio amžiaus žmonių - G. Rapolienė (2010), emigrantų - A. Pakėnaitė (2015), seksualinių mažumų - I. Švaraitė (2014). Komunikacijos profesorė A. Balčytienė savo darbuose (2000; 2002; 2009 ir kt.) tyrinėjo žiniasklaidos procesus, diskursą, o D. Jastramskis - Lietuvos žiniasklaidos ypatumus (2011; 2014 ir kt.). Dažniausiai tyrinėjami rašytiniai tekstai - šalies periodinė spauda, internetinių portalų straipsniai, tuo tarpu vaizdinės medžiagos analize paremti tyrimai atliekami rečiau. Užsienio šalių mokslininkai daug kalba apie poreikį integruoti kultūrinę kompetenciją į socialinio darbo sritį (R. Bhuyan ir kt., 2012; L. S. Abrams ir J. A. Moio, 2009), sveikatos priežiūros sritį (S. S. Rajaram ir S. Bockrath, 2014), psichologiją (C. R. Martell, 2015; A. S. Mak ir T. L. Shaw, 2015) edukologijos mokslą bei praktiką (T. C. Povenmire-Kirk, 2015). Pastaruoju metu ryškėja kultūriškai kompetentingų organizacijų kūrimo idėjos (T. Brownlee ir K. Lee, 2016). Minėtų tyrėjų darbuose svarstoma, jog siekiant kultūrinės kompetencijos yra susiduriama su daugybe iššūkių, tačiau būtent ji tampa prielaida sėkmingam socialiniam, edukologiniam, psichologiniam darbui su įvairiomis žmonių grupėmis, sukuriama sąlyga tobulėti tiek įvairių sričių specialistams, tiek plačiajai visuomenei. R. Nairn ir kt. darbe *Mass Media in Aotearoa: an Obstacle to Cultural Competence* (2011) analizuoja, kaip žiniasklaida formuoja ir palaiko homogeninį visuomenės vaizdinį, auditorijai pasiūlydama socialinės realybės suvokimą per *Mes-Jie* prizmę ir kaip mažumų, Kitokių portretas pristatomas kaip neigiamai kitoks. Žvelgiant į Lietuvos ir užsienio šalių mokslininkų tyrimus ir pasirinkta šio darbo tema, suformuluota problema, hipotezė, objektas, tikslas bei uždaviniai.

**Tyrimo problema.** Kaip vyksta socialinės atskirties, visuotinai pripažįstamos kaip problema, komunikacija lietuviškojoje televizijoje kultūrinės kompetencijos kontekste. Iškeliami **hipotezė**, kad lietuviškoji televizija ženkliai stokoja kultūrinės kompetencijos, kas savo ruožtu implikuoja negatyvų (nepozityvų) poveikį atskirto Kito suvokimui masinėje TV laidų auditorijoje.

**Tyrimo objektas** – kultūrinės kompetencijos vaidmuo lietuviškoje televizijoje.



**Tyrimo tikslas** – ištirti kultūrinės lietuviškos televizijos kompetencijos ypatumus komunikuojant socialinės atskirties problemą.

**Uždaviniai:**

1. Konceptualizuoti socialinės atskirties reiškinį kultūrinės kompetencijos ir socialinio jautrumo požiūriu;
2. Aptarti žiniasklaidos, kaip masinės komunikacijos instrumento, įtakos visuomenei teorines prielaidas;
3. Ištirti televizijos laidose vaizduojamas naratyvines socialinės atskirties formas bei jų vaizdavimo vizualines priemones;
4. Remiantis tyrimo rezultatais, nustatyti kultūrinės kompetencijos TV laidose raiškos ypatumus.

**Tyrimo metodai:**

*Mokslinės literatūros analizė*, kuri padėjo išgryninti socialinės atskirties dimensijas ir kultūrinės kompetencijos lygmenis;

*Lyginamoji duomenų analizė*, kuri leido išryškinti tendencingus ir pasikartojančius komunikacijos atvejus;

*Judančio vaizdo analizė*, kuri padėjo išanalizuoti televizijos laidose naudojamas technikas ir priemones komunikuojant socialinės atskirties problemą;

*Kokybinė turinio analizė*, kuri leido identifikuoti kultūrinės kompetencijos variacijas komunikuojant socialinės atskirties problemą.

**Baigiamojo magistro darbo dalys:** baigiamąjį darbą sudaro įvadas, trys dėstymo dalys: dvi teorinės ir tyrimo duomenų analizės dalis, išvados, literatūros sąrašas ir priedai. Įvade pristatoma darbo tema, jos aktualumas ir pasirinktos temos problematikos ištirtumas, t. p. įvardijamas darbo tikslas ir jam įgyvendinti pasirinkti uždaviniai, taikomų metodų sąrašas. Teorinėse dalyse yra analizuojamos skirtingų autorių socialinės atskirties, socialinio jautrumo ir kultūrinės kompetencijos koncepcijos bei žiniasklaidos funkcijos ir jos, kaip masinės komunikacijos instrumento, lygmenys. Tyrimo duomenų analizės dalyje, pasitelkus įvairių žanrų TV laidų naratyvo ir vizualinių priemonių analizę, atliktą komunikacijos su žiūrovu lygmenų masinės komunikacijos teorinėje perspektyvoje, yra nustatomos ir lyginamos kultūrinės kompetencijos variacijos. Išvadose pateikiami mokslinės literatūros ir duomenų analizės rezultatai. Prieduose pateikiama tyrimo metu surinkta informacija, kuri buvo naudota atliekant empirinių duomenų analizę.

# 1. SOCIALINĖ ATSKIRTIS, KITYBĖ IR KULTŪRINĖ KOMPETENCIJA

Socialinė atskirtis tai reiškiny, kurį nagrinėja socialiniai mokslai, dėl kurio diskutuojama viešumoje, o taip pat jį transliuoja, komunikuoja žiniasklaida ir medijos. Socialinė atskirtis aptarinėjama įvairiausiais aspektais, dažniausiai pati atskirtis įvardijama kaip problema, kurią reikia spręsti ir visuomenės imperatyvas jos atžvilgiu - atskirties mažinimas, o jei įmanoma – ir visiškai „pašalinimas“. Mažiau yra svarstoma apie tai, ką daryti su dar „nesumažinta“ ir „nepanaikinta“ atskirtimi. Be abejonės, vykdomos įvairios programos, projektai, kurie vėl ir vėl orientuoti į atskirties „patalpinimą“ į rezervatus, bet apie poreikį fundamentaliai keisti tai, kaip socialinė atskirtis yra suvokiama ir kaip yra mąstomas atskirtasis, ne toks kaip Aš, kalbama kur kas mažiau. Aptariant šį, kitokį suvokimą visų pirma būtina kalbėti apie socialinį jautrumą – poreikį, kuris kyla iš socialinės atskirties, kurios atstovai savo ruožtu juos sutinkantiems yra nepažįstami ir svetimi, t. y. Kiti. Šiame skyriuje aptariamos socialinės atskirties formos ir susitikimo su Kitu problema bei išgryninama socialinio jautrumo ir kultūrinės kompetencijos koncepcija.

## 1.1. Socialinės atskirties sampratos konceptualizavimas

Nepaisant to, kad socialinės atskirties termino vartojimas paplitęs tiek socialiniuose, politikos moksluose, tiek viešajame diskurse, pasak R. Levitas (2006) pradėtas vartoti jis buvo palyginti neseniai Prancūzijoje, 1974-aisiais metais, atkreipiant dėmesį į asmenis, negalinčius naudotis visomis socialinės apsaugos privilegijomis. Tuo metu tai buvo negalią turintys asmenys, vieniši tėvai ir bedarbiai. Galbūt dėl termino naujumo tarp daugelio mokslininkų ir nesiliauja diskusijos dėl socialinės atskirties apibrėžimo. Ir nors terminas yra sąlyginai naujas, pats reiškiny *egzistavo visą laiką*, nes visuomenė visada turėjo narių su negalia, kalinių, vienišų tėvų, kitataučių svetimuose kraštuose ir t.t.

R. Levitas (2006) skurdo ir socialinės atskirties tyrimuose remdamasi kolegų mokslininkų darbais rašo: „Walker ir Walker (1997) socialinę atskirtį siūlo apibrėžti kaip dinamišką procesą, kurio metu asmenys yra izoliuoti nuo socialinių, ekonominių ir kultūrinių sistemų, kurios sąlygoja asmens socialinę integraciją į visuomenę <...>. Ekonomikos ir socialinių tyrimų taryba teigia, kad socialinė atskirtis yra procesai, dėl kurių individai ir jų bendruomenės tampa poliarizuotos, socialiai diferencijuotos ir nelygiavertės <...>. O štai Europos kontekste socialinė atskirtis gali būti apibūdinama

kaip negalėjimas efektyviai dalyvauti ekonominiame, socialiniame, politiniame ir kultūriniame gyvenime, susvetimėjimas bei atitolimas nuo *mainstream* visuomenės (Levitas, 2006:126).

Misiūnas (2004) pateikia tokį socialinės atskirties apibrėžimą: tai visuomenės atsisakymas atskirų savo narių (pvz., buvusių kalinių, benamių, narkomanų, sergančių AIDS), jeigu jų gyvenimo būdas neatitinka visuomenės nuostatų arba jie negali palaikyti įprastos socialinės sąveikos, neturėdami tam reikalingų materialinių išteklių, išsilavinimo ir pan. Socialinę atskirtį gali sukelti ir socialinės apsaugos sistemos trūkumai, neleidžiantys daliai gyventojų pasinaudoti šios sistemos galimybėmis. „Socialinė atskirtis yra sudėtingas ir daugialypis procesas. Jis apima išteklių, teisių, prekių, paslaugų trūkumą ir (kaip pasekmę) negalėjimą įsitraukti į normalius socialinius santykius bei veiklas, prieinamas daugumai žmonių visuomenėje“ (Brazienė, Merkys, 2012). Tą pačią mintį, kad socialiai atskirti asmenys patiria apribojimus norėdami įsitraukti į visuomeninius procesus, išreiškia ir T. Burchardt, rašydama, jog individas yra socialiai atskirtas, jei jis tam tikru intensyvumu per tam tikrą laiką negali dalyvauti tam tikrose visuomenės veiklose, procesuose ir tai vyksta dėl priežasčių, kurių jis negali kontroliuoti, tačiau tose veiklose dalyvauti jis norėtų. Taigi, galima sakyti, kad nors ir egzistuoja skirtingi apibrėžimai, visi autoriai sutaria, jog atskirtis yra tai, kas yra už tam tikros visuomenės „normalumo“ ribų. Apibendrinant galima remtis A. Tereškino (2014) mintimi, jog socialinė atskirtis apibūdinama kaip potencialus daugelio rizikos veiksnių padarinys, tačiau ginčijamasi dėl to, kokius rizikos veiksnius laikyti svarbiausiais ir kokiomis priemonėmis remtis ją tiriant.

Socialinę atskirtį mokslininkai nagrinėja įvairiais aspektais ir tam, kad šį reiškinį būtų galima suvokti įvairiapusiškai įtraukiant, bet kartu nesumaišant, skirtingas grupes yra išskiriamos socialinės atskirties formos (rūšys), dimensijos, bruožai ir veiksniai. Pasak D. Miliband (2006), labai svarbu suvokti, jog „egzistuoja *plačioji*, *gilioji* bei *sutelktoji* socialinės atskirties rūšys...“. *Plačioji* socialinė atskirtis reiškia atskyrimą remiantis vienu konkrečiu rodikliu, *gilioji* – atskyrimą remiantis keleto rodiklių duomenimis, o *sutelktoji* nurodo problemų tam tikrose geografinėse teritorijose koncentraciją. Taip suvokta socialinė atskirtis leidžia priartėti prie labiausiai pažeidžiamų visuomenės grupių. Apie *gilioją* socialinę atskirtį kalbėjo ir R. Levitas. Su kolegomis ilgą laiką tyrinėję socialinę atskirtį, jie mano, kad šalia socialinės atskirties termino būtina vartoti ir „giliosios atskirties“ sąvoką, kuri nuo įprastinės atskirties skiriasi savo intensyvumu. Jų nuomone, „gilioji atskirtis reiškia atskirtį, kurią asmenys patiria skirtingose gyvenimo srityse ir kuri neigiamai paveikia gyvenimo kokybę, gerovę ir būsimą gyvenimo galimybes“ (Levitas et al. 2007, 29 iš Tereškinas, 2015, kolektyvinė monografija). Tiek Miliband, tiek Levitas pabrėžia giliosios atskirties totalumą, kai atskirtis paveikia visas asmens gyvenimo sferas – ekonominę, socialinę, kultūrinę ir pan.

Dar vienas socialinės atskirties analizavimo aspektas – reiškinio dimensijos. Pavyzdžiui, J. Bradshaw (2003) pateikia keturių socialinės atskirties dimensijų charakteristikas:

- *vartojimo* – prekių ir paslaugų įsigijimas, ribojamas mažų pajamų;
- *produktyvumo* – nepakankamas dalyvavimas ekonomiškai ir socialiai reikšmingose veiklose;
- *politinio angažuotumo* – nepakankamas įsitraukimas į sprendimų priėmimą vietos ar nacionaliniu lygmeniu;
- *socialinės interakcijos* – emocinės paramos ir integracijos į šeimą, bendruomenę, trūkumas.

O štai J. Percy-Smith (2000) išskiria septynias socialinės atskirties dimensijas, papildydamas jas savo manymu reikšmingomis dimensijomis ir nurodydamas kiekvienos iš jų indikatorius:

- *ekonominė* – ilgalaikis nedarbas, darbo laikinumas ir nestabilumas, nedirbantys šeimos nariai, skurdžios pajamos;
- *socialinė* – tradicinės šeimos iširimasis, neplanuotas nėštumas paauglystėje, benamystė, nusikalstamumas, maištinga jaunystė;
- *politinė* – politinių teisių trūkumas, politinės galios neturėjimas, žemas rinkėjų dalyvavimo lygis, žemas bendruomenės aktyvumo lygis, socialiniai neramumai/netvarka, susvetimėjimas politiniuose procesuose;
- *kaimynystės* – aplinkos degradacija, gyvenamųjų namų išteklių išsekimas, paramos tinklo žlugimas;
- *individuali* – protinė ar fizinė negalia, žemas išsilavinimas; pasitikėjimo savimi trūkumas;
- *erdvinė* – pažeidžiamų grupių marginalizacija;
- *grupės* – aukščiau išvardytų indikatorių susitelkimas tam tikrose grupėse: senyvo amžiaus asmenų, neįgaliųjų, etninių mažumų.

Kaip matoma, tyrėjai išskirdami po keletą dimensijų, patvirtina socialinės atskirties multidimensinę prigimtį. Įsigilinus į autorių išskiriamas dimensijas, galima pamatyti, jog atskirtyje arba visuomenės normalumo užribyje gali atsidurti daug daugiau atskirų žmonių arba ištisų grupių, nei gali pasirodyti iš pirmo žvilgsnio. Tai ne tik akivaizdžiai „nenormalūs“ arba „kitokie“ asmenys, bet ir asmenys susiduriantys su „nematamomis“ problemomis artimoje aplinkoje bei sociume apskritai. Tokius įvairiomis dimensijomis išmatuotus atskirčių atvejus galime pamatyti ir žiniasklaidoje, mat atskirties tema, nors dažniausiai tiesiogiai nėra įvardijama, pasirodo kiekvienos dienos laikraščiuose, televizijos laidose, internetiniuose portaluose.

Kiti tyrėjai (Atkinson 1998, Burchardt 2002) analizuodami reiškinių įvardija socialinei atskirčiai būdingus bruožus:

- *reliatyvumas* – atskirtis gali būti apspręsta tik lyginant konkrečių individų (arba grupių, bendruomenių) atvejus su kitais, tam tikroje vietoje ir tam tikru metu;
- *aktyvus veikimas* – žmonės yra atskiriami dėl kitų agentų/veikėjų veiksmų;
- *dinamiškumas* – atskirties charakteristikos (ir jos neigiami poveikiai) gali išryškėti tik po kurio laiko, kaip akumuluota reakcija.

Visi nurodyti bruožai pabrėžia idėją, kad atskirtis yra tam tikro proceso rezultatas (Saunders, 2013). Akivaizdu, kad atskirtis išryškėja tik lyginant konkrečių asmenų (grupių, bendruomenių) atvejus su kitais, toje pačioje visuomenėje ir tuo pat metu esančiais asmenimis. O šioje vietoje bene labiausiai dėmesį atkreipiantis socialinės atskirties bruožas yra tai, kad vieni žmonės yra atskiriami kitų, aktyviai veikiančių sociumo narių. Kai kuriais atvejais tokį *atskiriančiojo* vaidmenį gali užimti ir *anoniminis* veikėjas – žiniasklaida. Žinoma, egzistuoja ir savanoriška atskirtis, tačiau šiame darbe ji nėra nagrinėjama.

Kaip teigiama Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos vykdytoje „Socialinės integracijos paslaugų socialiai pažeidžiamų ir socialinės rizikos asmenų grupėms situacijos, poreikių ir rezultatyvumo vertinimas, siekiant efektyviai panaudoti 2007-2013 m. ES struktūrinę paramą“ vertinimo ataskaitoje (2011), socialinę atskirtį gali lemti skirtingi veiksniai. Išskiriami individualūs, socialiniai ir instituciniai socialinės atskirties veiksniai:

- *individualūs veiksniai* – tai motyvacijos ar kvalifikacijos trūkumas, nesugebėjimas savęs teigiamai vertinti, pasyvumas, naujovių baimė, savo teisių nežinojimas, nepasitikėjimas savimi ir kitais, nepakankamas išsilavinimas, verslumo stoka ir kt.;
- *socialiniai veiksniai*, pasireiškiantys visuomenės poveikiu asmeniui (nedarbas, žemas gyvenimo lygis, nepakankamas dalyvavimas bendruomenės ir visuomenės socialiniame gyvenime, neigiami stereotipai ir išankstiniai nusistatymai, diskriminacija ir kt.);
- *instituciniai veiksniai* – tai sąlygų socialiai pažeidžiamų asmenų dalyvavimui nebuvimas (įstaigų nepritaikymas neįgaliesiems, transporto ir mobilumo priemonių trūkumas kaimo vietovėse ir kt.)

Nepaisant to, kad, kaip ir buvo minėta anksčiau, socialinė atskirtis yra multidimensinis reiškinys ir nėra vieningo sutarimo, kurie veiksniai yra svarbiausi, australų tyrinėtojai N. Stephenson ir J. Iu (2012) teigia, kad atliekant socialinės atskirties tyrimus daugiausia dėmesio turi būti skiriama ekonominiams veiksniams. Remdamiesi mintimi, jog socialinė atskirtis yra procesas, kuris iš asmenų, šeimų, grupių, kaimynysčių atima resursus, reikalingus dalyvavimui socialinėje, ekonominėje ir

politinėje visuomenės kaip vientisos visumos veikloje, mokslininkai teigia, kad pajamos ir materialinė gerovė išlieka pagrindiniais faktoriais, įgalinančiais individus kurti ir palaikyti socialinius ryšius. Būtent dėl šios priežasties ekonominė atskirtis pelnytai sulaukia daugelio mokslininkų dėmesio, nes, pasak N. Stephenson ir J. Lu, tai labiausiai paplitusi atskirties forma visuomenėje. Galima svarstyti, kad ekonominės atskirties formos paplitimo aprėptį galimai didina ir žiniasklaidoje propaguojamas vartojimo kultas bei nepasiekiamos vartojimui gėrybės, nubloškiančios asmenis į užribį.

Nors šie mokslininkai įsitikinę savo pateikiamos pozicijos tvirtumu, tačiau, A. Tereškinas teigia, kad „šitaip analizuojant socialinę atskirtį ji sutapatinama su skurdu, kurį apibūdina išimtinai tik materialinės gyvenimo dimensijos“ (Tereškinas, 2014:154) ir pabrėžia, jog nepaisant vis dar nemažo dėmesio ekonominei socialinės atskirties dimensijai, vis plačiau vartojami subjektyviai patiriamos ir išreiškiamos gyvenimo kokybės bei socialinio kentėjimo terminai, leidžiantys gilintis į nematerialių marginalizuotų grupių vargą ir skurdą.

Siekdami pabrėžti socialinės atskirties subjektyviąją dimensiją, kai kurie sociologai ir antropologai siūlo vartoti ir *socialinio kentėjimo* terminą, nurodantį kasdienę priespaudos ir išnaudojimo tikrovę (Bourdieu et al. 1999; Charlesworth 2000; Das, Kleinman, Lock et al. 2001), kurią patiria kone kiekvienas (Tereškinas, 2014). Cituodamas P. Bourdieu, autorius rašo: „kasdieniai vargai, kuriuos kuria vyraujanti socialinė sistema, prisideda prie individų beviltiškumo ir desperacijos. Pagrindinės šios sistemos aukos yra paprasti žmonės, kuriuos supa nematomos priespaudos ir marginalizavimo struktūros. Jie gyvena iš pažiūros „normalų“ gyvenimą, tačiau jaučia nuolatinį nerimą ir „socialiai kenčia“ (Bourdieu et al. 1999, 1–5) (iš A. Tereškinas, 2014:155). Įdomu tai, kad tokį socialinį kentėjimą patiriantis žmogus neretai tampa žiniasklaidos herojumi. Tokias, tiek žinomų, tiek plačiąjai visuomenei nepažįstamų žmonių istorijas galima pamatyti pokalbių šou, gyvenimo būdo laidose, kur žiūrovas mato herojus kalbant apie savo „tikrąjį“ gyvenimą, kuris yra pažymėtas kančios.

Diskutuodami apie socialinį kentėjimą, tiek sociologai, tiek antropologai pabrėžia ne psichologinę, bet socialinę jo dimensiją. Kentėjimas – tai socialinė patirtis, sudaryta iš kultūrinių reikšmių, kolektyvinio elgesio ir subjektyvių reakcijų sankirtų (Kleinman 1999). Pasak Arthuro Kleinmano, <...> *kentėjimas yra socialinis ne tik dėl to, kad skirtingos socialinės jėgos sulaužo socialinius ryšius ir suluošina kūnus, bet ir dėl to, kad socialinės institucijos teikia pagalbą tik tam tikrai kenčiančiųjų kategorijai, kurių institucijos sukonstruoja kaip autorizuotus pagalbos gavėjus, tačiau atmeta kitus arba žiūri į juos su biurokratiu abejingumu* (Kleinman 1997, 321). (iš Tereškinas, 2014:155)

Tiek socialinę atskirtį, tiek gyvenimo kokybę ir su šiais reiškiniais susijusį socialinį kentėjimą galima matuoti ir objektyviai, ir subjektyviai. Gilinantis į šių reiškinų objektyvius kriterijus,

vertinamas materialinės deprivacijos lygmuo, būsto sąlygos, prieiga prie viešųjų paslaugų, socialinių santykių intensyvumas ir pan. Vis dėlto vien tik objektyvių kriterijų nepakanka, nes subjektyvūs atskirties ir kentėjimo aspektai, svarbūs individui, lieka nematomi ir nepastebimi. Asmuo, kurį objektyviais kriterijais vertinant galima laikyti paliestu socialinės atskirties rizikos, savęs tokiu gali nelaikyti, ir atvirkščiai, objektyviai nepatiriantis socialinės atskirties asmuo gali manyti, kad jis socialiai marginalizuotas, socialinės atskirties rizikos paveiktas (Bayram et al. 2012, 118) ir apimtas nuolatinio vargo bei kentėjimo. Todėl ne objektyviais kriterijais išmatuojama, bet subjektyviai patiriama ir išreiškiama gyvenimo kokybė yra reikšminga individui (Tereškinas, 2014:157). Tereškino mintis galima praplėsti kalbant apie objektyviuosius kriterijus savaime. Kriterijus galima padalinti į statistinius arba valstybės tarnautojų apskaičiuotus kokybiško gyvenimo kriterijus, kai ekspertai nustato kas yra kokybiškas gyvenimas bei į asmeninius kriterijus, kuriais vadovaujasi atskiras žmogus. Pirmuosius būtų galima laikyti objektyvumo pagrindu, jei sociumo nariai minėtą „apskaičiuotąją“ vertinimo skalę išgyventų kaip savo asmeninę. Deja, asmenys savo ir kitų gyvenimo kokybę vertina iš *emic* perspektyvos. Kitais žodžiais, asmuo pagal tarsi objektyvius, valstybėje nustatytus kriterijus gali būti atskirtyje, bet neabejotinai yra žmonių, kurie jo gyvenimą palaikys kokybišku. Tas pats vertinimo principas veikia kalbant ir apie kokybišką gyvenimą pagal valstybinius kriterijus gyvenantį asmenį.

Socialinės atskirties sąvokos kritikas F. Bowring kelia klausimą ar atskirties egzistavimas yra pati didžiausia problema. Šio mokslininko nuomone, daug problemiščiau yra tai, kad socialinės integracijos ir normalizavimo idealai, atkeliavę iš socialinių vartojimo sferos tyrimų, iš esmės formuoja ir struktūruoja socialinės atskirties diskursą. Kiekvienas asmuo, kuris neatitinka šių normalizavimo idealų, laikomas socialiai marginalizuotu ir net stigmatizuotu (iš Tereškino, 2014:157).

Pasak jo, „šiuolaikinėse fragmentuotose, hipermobiliuose postužimtumo visuomenėse individai pasiekia laimę ir savigarbą nebūtinai prisitaikydami prie anoniminių ir nestabilių tradicinių visuomenės normų bei lūkesčių, bet priešingai, okupuodami skirtingas išgyvenimo erdves ir pakeisdami vyraujančias normas savomis“ (Bowring 2000, 318–320). (Tereškinas, 2014:158) F. Bowringo mintys aktualios teorizuojant socialinės atskirties sąvoką ir reflektuojant jos turinį, tačiau daugeliu atvejų jos pernelyg individualizuoja šį reiškinį, romantizuoja alternatyvius išgyvenimo būdus, pervertina socialinių normų nestabilumą ir neatsižvelgia į didžiulį normatyvumo poveikį socialinės atskirties riziką patiriantiems asmenims. Kaip rodo socialinės atskirties tyrimai (Bourdieu et al. 1999; Smith 2005; Das, Kleinman, Lock et al. 2001), užuot ieškoję alternatyvių išgyvenimo formų, marginalizuoti asmenys kaip tik siekia prisitaikyti prie vyraujančių normų. Be abejo, šis siekimas dar labiau juos stumia į visuomenės užribį (Tereškinas, 2014). Net ir socialiai atskirti asmenys tebejaučia spaudimą atlikti socialinius vaidmenis, būti apibrėžiami visuotinai priimtinių kategorijų ir dalyvauti

institucijose, kurios suteikia gero gyvenimo iliuziją, kad ir kokia nepatvari ji būtų. Be to, prisirišimas prie normų, apibrėžiančių visuotinai aprobuotus ir nuolat diskursyviai propaguojamus socialinius vaidmenis, institucijas ir kategorijas, tampa savotiška išgyvenimo strategija žmonėms, patiriantiems įvairialypę deprivaciją. Šis prisirišimas atrodo kaip socialinio orumo ir netgi sėkmės garantija, padedanti įveikti kasdienį nuovargį, kurį kelia milžiniškos pastangos išsilaikyti „normalaus“ gyvenimo paviršiuje. Kita vertus, reikia nepamiršti ir to, kad, nepaisant yrančių ir kintančių normų, gyvenantys alternatyviai išlieka marginalizuoti, nematomi ir neverti nei būti reprezentuoti, nei socialiai saugomi. (Tereškinas, 2014). Kitais žodžiais tariant, nesvarbu, kurioje perskyros pusėje atsiduria asmuo – „normalaus“ ar alternatyvaus gyvenimo, jis išgyvena tam tikrus nepatogumus. Pirmuoju atveju – tai atima daug pastangų norint išsilaikyti šioje barikadų pusėje, antruoju – radęs alternatyvų gyvenimo būdą asmuo atsiduria užribyje ir yra spaudžiamas visuomenėje vyraujančių „normalumo“ kriterijų, tampa kitokiu arba Kitu.

Apibendrinant vertėtų paminėti P. Saunders (2003) svarstymus apie socialinės atskirties tyrimų specifika, kurie pakankamai tiksliai apibūdina situaciją: „įdomu yra tai, kad dauguma mokslininkų, tyrinėjančių socialinę atskirtį, susikoncentruoja ties atskirtųjų nuo įvairių ekonominio, socialinio gyvenimo sričių, charakteristikomis ir palyginti nedaug dėmesio skiria patiems atskirties veiksniams ar individų, institucijų, struktūrų, kurios netiesiogiai skatina ir taip tampa atsakingos už įvairių atskirties veiksnių įgyvendinimą, identifikacijai“. Pasak mokslininko, jei mes norime suvokti atskirties procesą, privalome identifikuoti ir pažinti tuos, kurių veiksmai atskiria kitus taip pat gerai, kaip ir tuos, kurie patiria atskirtį. Tik tuomet galėsime suprasti aplinkybes, kurios toleruoja ar skatina atskirtį ir atsidursime padėtyje, kai galėsime sumažinti ar panaikinti atskirties padarinius. Šis teigimas yra ypatingas tuo, kad akcentas perkeliamas į atskiriančiuosius bei atskirties padarinius, kai dažną kartą mokslinio diskurso taikinyje yra atskirtieji ir atskyrimo priežastys. Svarstant toliau galima teigti, kad priežastys savaime yra imanentinės socialinei struktūrai, ir pagrindinis tikslas yra ne padaryti visus vienodais bei „vienodai neatskirtais“, bet padėti skirtingoms grupėms, „normaliems“ ir tiems, kas yra „už ribų“ susikalbėti. Be abejo vien tarpgrupinis susikalbėjimas gali pasirodyti nepakankamas, nes tam tikros atskirties formos yra tiesiog moraline prasme nepriimtinos šiuolaikinėje visuomenėje.

## **1.2. Susitikimas su Kitu kaip egzistencinis išgyvenimas**

Kalbant apie atskirtyje esantį Kitą vertėtų pažymėti Kito sampratą E. Levino filosofijoje. Savo tekstuose filosofas sugeba sulydyti vakarietišką, rusišką ir judėjišką tradiciją, konkrečiai, XX



amžiaus fenomenologinę ir dialogo filosofijas. Filosofinė Levino laikysena artima heidegeriškai - *jau* apmąstytuose dalykuose iškelti *dar* neapmąstyti. Levino įsitikinimu, ontologinis mąstymas, būties mąstymas savo esme yra bet kokią kitybę redukuojančios tapatybės mąstymas. Tačiau būdas, kuriuo Levinas siekia mąstyti kitybę - kitą asmenį kaip absoliučiai kitą ir Dievo kitybę, arba transcendenciją, absoliučią anapusių - yra visiškai savitas bendrame postmodernizmo filosofijos kontekste (Keršytė, 2005).

Levinui rūpi ne ontologinė, ne būties ir buvimo, bet „socialinė“, t. y. vieno ir kito subjekto skirtis. Levino įsitikinimu, mąstydamas būti kaip nuo buvimo absoliučiai besiskiriančią kitybę, paversdamas ją apmąstymų tema, mąstymas ją įsavina, paverčia savimonės dalimi (sąmonė kaip ko nors, kokio nors dalyko sąmonė yra kartu ir savimonė), taigi to paties, patybės arba ego dalimi, kuri nebežeidžia ir nebetrikdo autonomiško mąstymo savo heterogeniškumu (Keršytė, 2005). Tokiu būdu sutinkant Kitą subjektas mąstymo lygmenyje suskuba jį pasisavinti ir mąstyti sau patogiomis kategorijomis visus keistus ir nesuprantamus dalykus suvedant į tai, kad „tai nenormalu“, nes pati savaimė sąvoka „nenormalumas“ sutvarko chaotiškai ir netikėtai pasirodžiusį keistumą.

Levinas intersubjektyvumo, socialumo pagrindo ieško anapus bet kokios pragmatikos ir ekonomijos, pagrįstos nuosavybės principu. Jo aprašomo „aš“ veikla neturi nieko bendra su jokių produkavimu. Veikiantis „aš“ negali didžiulius jokiais savo veiklos produktais ar rezultatais, jam nereikia jokių įrankių ar priemonių. Levinas, atrodo, pasinaudoja viena iš J.-P. Sartre'o išvalgų, paversdamas ją pamatine intersubjektyvio santykio aprašyme. Kritikuodamas Heideggerį, Sartre'as tvirtina, kad kito būtis nėra aptinkama per įrankius ir nėra išvedama iš „aš“ būties, ji išstinka „aš“ būti per susitikimo įvykį: „kitas asmuo yra susitinkamas, o ne konstituojamas“ (Keršytė, 2005). Toks Kito matymas kvestionuoja socialinės atskirties kaip visuomenės socioekonominių santykių užribio suvokimą, Kitas yra sutinkamas anapus daiktų, arba kitaip tariant anapus jo vietos visuomenės struktūroje.

Susitikimo situaciją, skirtingai negu Sartre'as, Levinas supriešina su patirtimi: „Susitikimas (arba artumas, arba socialumas) ir patirtis nepriklauso tam pačiam rangui“ <...> Levinas turi omenyje ne bet kokią, o fenomenologinę patirtį, susijusią ne su konkrečiu jusliniu dalyku, bet su to dalyko „įspaudu“ sąmonėje, su jo išgyvenimu. <...> Bet koks sąmonės vaizdinys gali būti tos sąmonės atkartotas, reprodukuotas, prisimintas. Tuo būdu reprezentuojamas dalykas praranda savo vienatumą (kitybę), nes visuomet gali būti pakeistas savo vaizdiniu, savo „kopija“. (Keršytė, 2005). Paliekamas sąmonėje įspaudas yra daugiau nei vaizduojamas Kitas, už to kas yra apmąstyta yra neapmąstyti dalykai, ir įspaudas šiuo atveju tampa vėlesnio išsiskleidimo potencialas. Įspaudas lemia tai, kaip Kitas bus suprantamas, užjaučiamas, priimamas. <...> Kito veidas nėra koks nors apibrėžtą formą turintis

vaizdas, antraip jis nesiskirtų nuo kaukės. <...> Galimybė išeiti anapus regimybės Levinui atsiveria per kalbą. <...> Susitikime veidas byloja savo neregimybę. Kitas - ne regimas, bet išgirstamas. Tiesa, tiek veido kalbėjimas, tiek jo išgirdimas turėtų būti suprastas veikiau metaforiškai. Levinas turi omenyje ne tiesiog kokius nors kito ištariamus žodžius, bet veikiau tai, kad pats veido pasireiškimas su visa jo išraiška jau yra nukreiptumas į tą, kuris tą veidą susitinka dar iki bet kokio pokalbio su juo, bet kokio apsikeitimo frazėmis. Vos tik pasirodo mano akivaizdoje, veidas jau byloja ir taip kreipiasi į mane, užuot buvęs mano nukreiptumo į jį objektu, kaip fenomenologiniame aprašyme. Santykis su veidu užsimezga ne per intencinę žiūrą, bet per kreipinį-nukreiptumą, kylantį iš kito ir savo kryptinga „strėle“. pasiekiantį pačią to paties „širdį“, ją sužeidžiančią ir neleidžiančią jam likti abejingam. Čia „aš“ jau nebėra intencijos subjektas, bet veikiau jos „objektas“, ne siekiantysis, bet pasiektasis, aplankytasis, „užkluptasis“, „apsėstasis“. Susitikime su kitu intencija tarsi pakečia kryptį, apsiverčia ir „apverčia“, „sukrečia“ subjektą, „išverčia“ jį į išorę, negrįžtamai išvaro iš jo paties: „Apsilankymas sukrečia patį aš egoizmą, veidas išmuša iš vėžių į jį nukreiptą intencionalumą. (Keršytė, 2005). Kaip parodo panaudojamos metaforos ir epitetai, Levino „Aš“ susitikime su Kitu dalyvauja tarsi pasyviai ir pasiduoda levininškam neregiamam Kito reginiui. Šiuo atveju ypatingą svarbą įgauna susitikimo momentas, kuriame Kitas pasirodo. Redukuojant filosofines abstrakcijas į darbe aptariamą socialinio gyvenimo problematiką, svarbu ne tik tai, kad atskirtis yra. Daug svarbiau kaip jį yra sutinkama, regima ir kokį įspaudą palieka.

Levinas kritikuoja taip pat ir jam artimą dialogo filosofą Martiną Buberį, nors būtent Buberis, kaip ir kitas žydų filosofas Franzas Rosenzveigas, nurodė Levinui kelius iš Georgo Hėgelio filosofijos vienio absoliutizmo ir atvėrė dialoginio mąstymo perspektyvą <...> Levinas savo etiką grindžia - susitikimu su *kitu*: *kito* veido kaip Begalybės apsireiškimu, kuris sudrebina mano egzistencijos egotizmą (Baranova, 2003). Minėto sudrebinimo (ne)galimumas, kai Kitas yra sutinkamas kitokioje, nei įprasta socialinė interakcija, situacijoje yra svarstomas skyriuje apie šiuolaikinę žiniasklaidą.

### **1.3. Socialinio jautrumo ir kultūrinės kompetencijos vaidmuo socialinėje interakcijoje**

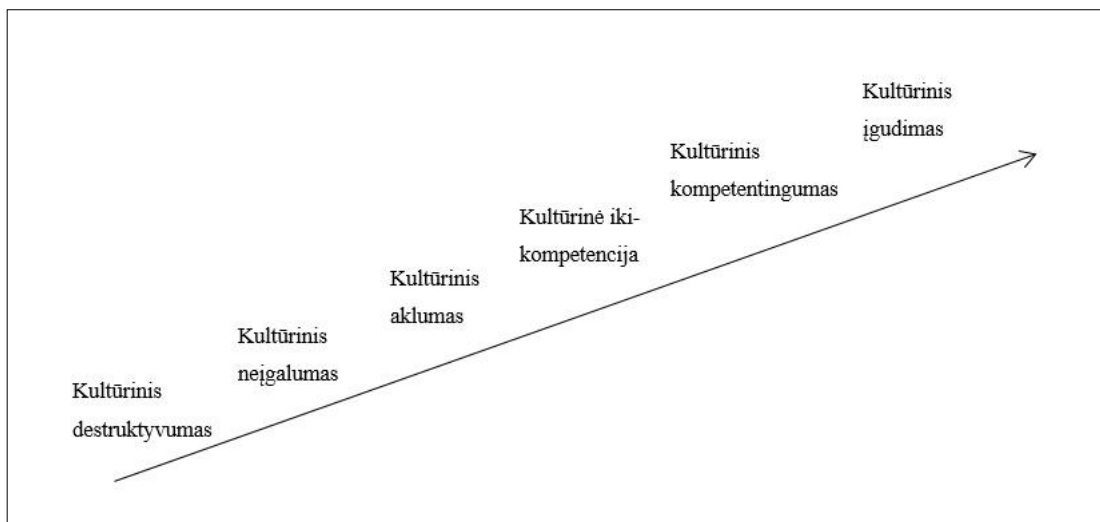
Susikalbėjimas tarp „normalios“ visuomenės ir užribyje esančių atskirtųjų, Kitų, yra įmanomas tik tuo atveju, kai dominuojančios grupės gali suprasti ir priimti sociokultūrinius skirtumus tarp individų. Kaip rašoma Europos Komisijos remiamo tarptautinio projekto CarES ataskaitoje (2013), *socialinis jautrumas* yra empatiškas individo gebėjimas teisingai suprasti kito asmens jausmus,

mintis ir bendrų žinių apie vyraujančias socialines normas turėjimas (CarES, 2013). Malinauskas (2003) taip pat rašo, jog šis įgūdis reiškia gebėjimą dekoduoti ir suprasti žodinę informaciją, taip pat supratimą normų, kurios reguliuoja tinkamą socialinį elgesį. Dėl to, kad socialiai jautrūs žmonės yra įžvalgūs kitų jausmams ir priima juos tokius, kokie jie yra, nepaisant akivaizdžių skirtumų, jie yra geri klausytojai ir yra linkę palaikyti šiltus bei rūpestingus santykius su aplinkiniais. Be to, jie lengvai palaiko socialinius ryšius ir adaptuojasi įvairiose socialinėse situacijose (CarES, 2013). Dar vienas socialiai jautrių asmenų bruožas yra tai, kad jie gerai žino elgesio normas ir taisykles, kurių pridera laikytis ir griežtai vertina savo pačių bei aplinkinių žmonių elgesį. Ekstremaliais atvejais, dėl gilaus susirūpinimo socialinio elgesio teisingumu tokie asmenys jaučia įtampą, kuri varžo jo išitraukimą į socialinę interakciją (CarES, 2013). Pasak P. Salovey ir J. D. Mayer (1990), socialinis jautrumas yra socialinio intelekto dalis ir turi su juo bendrų bruožų, tokių kaip atsakomybės už socialines problemas prisiėmimas, atvirumas naujoms idėjoms, domėjimasis globaliais įvykiais.

Remiantis įvairiais tyrimais (Wooley ir kt. 2010, CarES, 2013) teigiama, jog socialinis jautrumas stipriai koreliuoja su kolektyviniu intelektu, kuris apibrėžiamas kaip bendras grupės gebėjimas atlikti bendrus darbus. Kitais žodžiais, jei bendruomenės nariai yra socialiai jautrūs, jų rezultatai bendrose veiklose yra *geri*. Taip pat pažymima, kad socialinis jautrumas stipriai susijęs ir su grupės efektyvumu bei jos narių pasitenkinimu. Kadangi socialiai jautrūs asmenys patys yra atviri naujoms idėjoms ir geba suprasti grupės narių poreikius, jų dėka grupėje sukuriama pozityvi aplinka reikštis idėjoms, dalintis atsakomybėmis (CarES, 2013). Galima teigti, kad tikslingai visuomenėje ugdomas socialinis jautrumas yra tiesioginis žingsnis socialinės atskirties mažinimo link. Modeliuojant idealią situaciją, individas su išlavintu socialiniu jautrumu geba priimti kitokį nei jis pats, arba Kitą, be išankstinių nuostatų ar vyraujančių stereotipų taip jo nestigmatizuodamas. Tai galima vadinti pozityvios aplinkos reikštis Kitoniškumui sukūrimu ir teigiama socialine interakcija.

Natūrali tendencija yra manyti, kad mūsų pačių vertybės, įsitikinimai ar papročiai yra protingesni, teisingesni – „normalesni“, negu kažkieno kito (NACHC, 2008). Tačiau terminas *kultūrinis jautrumas* apima žinojimą, supratimą, įgūdžius, taisykles, kurie leidžia individui išitraukti į komunikacijos procesus nepaisant kultūrinių ribų. Kultūrinis jautrumas leidžia pagarbiai ir empatiškai reaguoti į kitos tautybės, klasės, rasės, religijos, etninės grupės ir kitų grupių žmones pripažįstant ir priimant jų vertę (NACHC, 2008). Šalia kultūrinio jautrumo mokslininkai dažnai vartoja ir kitą terminą – kultūrinė kompetencija. „Į kultūrinį jautrumą galima žiūrėti kaip į tikslą, kurį visi gali pasiekti. Atitinkamai, virsmas į kultūriškai kompetentingą asmenį yra vystymosi procesas: visada bus kur tobulėti. Tam, kad geriau suprastume savo dabartinę padėtį šiame procese, vertėtų apgalvoti savo reakcijas į kultūrinius skirtumus“ (NACHC, 2008). Terry L. Cross (1989) pateikė kultūrinės

kompetencijos kontinuumo modelį (1 pav.), kuris apima stadijas nuo *kultūrinio destruktivumo* iki *kultūrinio įgudimo* ir apibrėžia virsmo į kultūriškai kompetentingą asmenį procesą.



1 pav. Kultūrinės kompetencijos modelis (pagal Terry L. Cross, 1989)

Pirmoji šio proceso stadija – *kultūrinis destruktivumas*. „Čia pasireiškia akivaizdi intencija sunaikinti kitokią kultūrą ar grupę. Savoji kultūra laikoma pranašesne ir yra pripažįstamas tik vienas teisingas ir geras gyvenimo būdas, neigiantis bet kokius kitus kultūrinius įsitikinimus“. Kitas žingsnis kultūrinės kompetencijos augimo procese yra *kultūrinis neįgalumas*. „Individas (arba organizacija) stokoja gebėjimo jautriai reaguoti į skirtingas kultūrinės grupes, tačiau šis trūkumas nėra tyčinis. Nežinojimas ir nepagrįsta baimė dažniausiai yra kultūrinio neįgalumo priežastis“. Toliau einantis *kultūrinis aklumas* asmenis apibūdina kaip „kultūriškai aklus, nes jie nėra susidūrę su kultūriniais skirtumais ir dažnai save suvokia kaip nešališkus, vertinančius objektyviai. Taip yra todėl, kad jie įsitikinę jog tarp kultūrų nėra jokio skirtumo ir kultūra neturi įtakos žmonių veiksams“. *Kultūrinės iki-kompetencijos* stadija „pažymi judėjimą link kultūrinio jautrumo. Šiame tarpsnyje individai aktyviai domisi kitomis kultūromis ir bando žinias integruoti praktikoje. Individai pripažįsta, jog kultūriniai skirtumai egzistuoja, tačiau tai tik „skirtumai“ ir nieko daugiau“. *Kultūrinio kompetentingumo* etape „individas sugeba tinkamai funkcionuoti sąveikoje su tiksline grupe. Skirtumų priėmimas ir gerbimas, nuolatinis savęs vertinimas, dėmesys skirtumų dinamikai ir nuolatinis žinių apie nepažįstamą kultūrą, grupę plėtimas yra reikšmingi kompetencijos bruožai. Paskutinė ir aukščiausia kultūrinės kompetencijos kontinuumo stadija – *kultūrinis įgudimas*. „Čia individai (ar organizacijos) itin gerbia kitą kultūrą ir visuomenėje užima kultūrinės kompetencijos ugdytojo poziciją bei tarpininkauja tarp skirtingų kultūrinių grupių visuomenėje“ (Cross, 1989). Pasak JAV Nacionalinės socialinių darbuotojų asociacijos (2015), kultūrinė kompetencija yra procesas, kurio metu individai pagarbiai ir efektyviai

įsitraukia į interakciją su skirtingų kultūrų, kalbų, klasių, rasių, etninių, religinių grupių, dvasinių tradicijų ir kt. asmenimis, pripažindami, patvirtindami ir brangindami individų, šeimų, bendruomenių vertę bei saugodami ir išlaikydami kiekvieno iš jų orumą.

Suprantama, kad tiek socialinis intelektas tiek kultūrinė kompetencija yra svarbūs tarpgrupinio susikalbėjimo ir socialinės atskirties mažinimo procese. Svarbu paminėti, kad šiame darbe kalbant apie socialinę atskirtį turima omenyje grupių atskirtis ne tik socialinių, bet ir kultūrinių skirtumų pagrindu, neišskiriant vieno arba kito. Lygiai taip pat manoma, kad socialinio intelekto ugdymas yra glaudžiai persipynęs su kultūrinės kompetencijos augimu.

## 2. ŠIUOLAIKINĖ ŽINIASKLAIDA

Šiame darbe dėmesys skiriamas vienam iš šiuolaikinės masinės kultūros reiškinių – TV žiniasklaidai. Šiuolaikybeje žiniasklaida tampa „rėmais“, kurie gali nukreipti dėmesį į tam tikrus socialinių problemų aspektus bet kartu minėti rėmai gali ignoruoti likusiuosius. Būtent šie rėmai „padeda“ vartotojams susivokti, „kas, kaip ir kur vyksta“ ir dažnai būna pagrindinis socialinės tikrovės suvokimo šaltinis. Svarbu pridurti, jog žiniasklaida tampa ne tik informacijos arba žinių sklaidos priemone, bet ir terpe, kurioje visuomenės nariai sutinka vieni kitus, t.y. žiniasklaida, kaip masinės komunikacijos rūšis, komunikuoja socialines grupes bei formuoja jų įvaizdžius tam tikros kultūrinės kompetencijos rėmuose. Šiame skyriuje aptariami teoriniai žiniasklaidos aspektai, jos funkcijos, bei žiniasklaida kaip terpė, kurioje vartotojas susitinka su socialinės atskirties reiškiniu ir su Kitu.

### 2.1.Masinės komunikacijos raiška viešojoje erdvėje

Tarp valstybės ir visuomenės egzistuoja *viešoji erdvė* – erdvė, kurioje dalijamasi informacija bei nuomonėmis (Castells, 2008). Viešoji erdvė, pasak vokiečių sociologo ir filosofo J. Habermas (1996) yra socialinis fenomenas, toks pat elementarus, kaip ir *veiksmas*, *veikėjas*, *bendravimas* ar *kolektyvumas*, tačiau jai nepriskiriamos jokios tradicinės sociologinės „socialinės tvarkos“ koncepcijos. Viešoji erdvė negali būti suvokiama kaip institucija ir juo labiau kaip organizacija. Tai net ne normų sistema su diferencijuotomis kompetencijomis, vaidmenimis, narystės nuostatais ir t.t. Viešoji erdvė geriausiai būtų apibūdinta kaip komunikacinis tinklas, kuriame dalijamasi informacija bei keičiamasi nuomonėmis (pvz. nuomonėmis, išreiškiančiomis tiek teigiamus, tiek neigiamus požiūrius) (Habermas, 1996:360). Analizuodama J. Habermas darbus, L. Nevinskaitė (2008) teigia, jog viešoji sfera yra ne fizinė, o simbolinė ir socialinė erdvė, nesusieta konkrečių fizinių komunikacijos sąlygų: viešoji sfera egzistuoja kiekviename pokalbyje, kuriame žmonės kalbasi kaip privatūs asmenys apie viešus klausimus (Nevinskaitė, 2008:174). Ji taip pat priduria, kad „pokalbis gali vykti daugelyje viešosios sferos erdvių, arba arenų, kurios nebūtinai reikalauja fizinio dalyvavimo. Kai komunikacijos dalyvių skaičius yra didelis, komunikacijai reikalingos atitinkamos komunikacijos priemonės. Todėl šiuolaikinėje visuomenėje pagrindinė viešosios sferos tarpininkaujanti komunikacijos priemonė yra žiniasklaida“ (Nevinskaitė, 2008:174).

Žiniasklaidos pranešimai yra adresuoti ne konkrečiam individui, o jų daugumai. Būtent todėl per žiniasklaidos priemones vykstanti komunikacija ir yra vadinama masine (Juraitė, 2003). D. McQuail (1994) *masinę komunikaciją* apibūdina taip: ji „apima institucijas ir technikas, kurios leidžia didelei, heterogeniškai ir plačiai pasklidusiai auditorijai perduoti simbolinį turinį, išnaudojant technologines priemones (spaudą, radiją, kiną ir kt.)“ (Juraitė, 2003).

Pagal Charlesą R. Wrightą, masių komunikacija yra sietina su didelėmis, heterogeninėmis bei anoniminėmis žmonių grupėmis, kai pranešimai siunčiami organizuotai bei suderinus su dauguma, ir turi efemerinį pobūdį. J. Sumpfą ir M. Hugues'as teigia, kad tai yra „specifinių informavimo priemonių ansamblis, nukreiptas į indiferentišką, anoniminę publiką“. A. Silbermannas apibrėžė masinę komunikaciją kaip „kiekybinį heterogeniškiems individams ar grupėms svarbaus turinio paskleidimą su kolektyvinio transliavimo technikos pagalba. <...> Masių komunikacija atlieka tokias funkcijas: informavimo, socialinio spaudimo ir socialinės apsaugos (Bielinis, 2005:26-27). Masių komunikacija neplečia žiūrovo/skaitytojo/klausytojo žinių horizonto, ji tik seka paskui jo trivialią supratimo stereotipų sistemą ir šitaip dar labiau įtvirtina tuos stereotipus, tarytum pritardama, kad tik taip reikia vertinti, matyti, suprasti. <...> Masių komunikacija greičiau sustiprina, o ne pakeičia jau esamas nuostatas (Bielinis, 2005:28).

L. Bielinis savo knygoje „Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė“ svarsto apie masinę komunikaciją taikliai perteikdamas jos esmę. Pasak autoriaus, masių visuomenę išugdė techninis progresas, sudaręs sąlygas masiškai tiražuoti ir skleisti bet kokią ir bet kokiais kiekiais gaminamą informaciją bei žiūrovo/skaitytojo/klausytojo struktūros pokyčiai, kai iš palyginti savarankiško ir kritiško vertintojo jis virto stabilaus skonio ir vienodų stereotipų vartotoju (Bielinis, 2005:13). Taigi masių komunikacijos reiškinys sietinas su naujų technologijų panaudojimu visuomenėje. Tačiau pats technologijos progresas neveda prie naujų komunikacijos formų ir taisyklių. Daug svarbiau yra tai, kad visuomenėje susiformuoja nauji socialiniai-psichologiniai-kultūriniai santykiai ir ypač – požiūris į tarpusavio komunikaciją. <...> visuomenėje, kur komunikacijos tempą ir komunikavimo krypčių gausą diktuoja mokslinio ir techninio progreso eiga, žmonės santykius ima traktuoti ne kaip individų tarpusavio kontaktų visumą, bet kaip naują komunikacinių aktų darymo, tiražavimo ir transliavimo bei skleidimo procedūrą. Visuomenė virsta išskaidyta minia, kurioje visi komunikuoja su visais ir visi transliuotini ženklai tampa vertingais vien tik dėl to, kad juos galima transliuoti. Vyksta vadinamasis „komunikacinis sprogimas“, reiškiantis visų tolesnių visuomenės raidos perspektyvų priklausymą nuo komunikacinių technologijų raidos (Bielinis, 2005:15). Bielinis neatsako į klausimą kaip šiame sprogyje dalyvauja skirtingų grupių balsai ir visų komunikacija su visais gali pasirodyti egalitariniu polilogu, bet kaip bus parodyta vėliau, tai tik iliuzija, ir masinė

komunikacija yra įgalinta, kai vieni dalykai yra labiau transliuotini, o kiti – atvirksčiai yra nutylimi arba iškraipomi.

Šiandien kalbantieji apie masių kultūrą, šią sąvoką priešpriešina elitinei kultūrai. Teigiama, kad elitinė kultūra reikalauja ypatingo pasirengimo, papildomų supratimo sąlygų bei priklausymo siaurai socialinei ar kultūrinei žmonių grupei, šitaip pabrėžiant išskirtinumą ir kartu pajėgumą suvokti elitinės kultūros produktą. Masių kultūra tarsi nereikalauja kažkokio specialaus pasirengimo ar priklausymo išskirtinei grupei, jos savybė yra ta, kad turi būti vartojama visur ir visų. Savo prigimtimi ji yra tradicinė ir konservatyvi, kadangi yra orientuota į vidutinę, daugumos vartojamą kultūrinę normą. Šitaip ji orientuojasi į vartojimo masiškumą. Kita vertus, tiek masių, tiek elito kultūra savo esme priešpriešinamos klasikinei kultūrai, kuri iš vartotojų visų pirma reikalauja dvasios ir proto pastangų. Na, o masių ir elito kultūrai pakanka emocinės iškvos, išorinių išgyvenimo ar reflektavimo požymių, tiesiog vartojimo be kokių nors to pasekmių dvasiai ar protui (Bielinis, 2005:16). Bielinis kalba apie masinę kultūrą kaip apie pakankamai monochromišką reiškinį, gali pasirodyti, kad šios kultūros produktų vartotojai nepasižymi heterogeniškais poreikiais, bet nežiūrint į tai, jis taikliai išryškina jos esmę – hipertekstualumą: „Masių kultūros reiškinys plinta ten, kur plečiasi informavimo kanalų pasireiškimo galimybės. <...> Masių komunikacija, tampanti pagrindiniu tarpininku tarp žmonių individualizuotoje ir technologizuotoje visuomenėje, sukelia poreikį matyti kultūrą kaip ištisinį hipertekstą. Ne tiek suprantamą, kiek skaitomą vardan skaitymo, t.y. vartojimo“ (Bielinis, 2005:17). Taip pat L. Bielinis (2005) aprašo masinės komunikacijos lygmenis:

1. Informacinis. Masinės komunikacijos dėka gauname ir teikiame informaciją. Kai tie srautai dideli, imame teigti, esą formuojasi informacinė visuomenė.
2. Percepcinis. Masinės komunikacijos dėka suvokiame, įsivaizduojame aplinką, įvykius. Jaučiame terpę, kurioje gyvename.
3. Interaktyvus. Masinės komunikacijos dėka bendraujame, veikiame vienas kitą. Tai ne tik pasikeitimas bendravimo ženklais, bet ir bendro veikimo organizavimas, bendras darbas.
4. Seduktyvinis. Žaidžiame, patiriame malonumą, tenkiname kitus.
5. Dėmesio atitraukimas (*diversion*) gali pasireikšti kaip stimuliacijos paieška – noras išsklaidyti nuobodulį, nuovargį arba kaip emocinė iškvos – noras nugalėti frustraciją. Dėmesio atitraukimas yra socialiai naudingas tiek valdžioms, tiek visuomenei – visuomeniniame ir politiniame gyvenime jis neutralizuoja arba nukreipia neutralia kryptimi susikaupusias masių emocijas, nuovargį, baimes. Pasigendama edukacinio masinės komunikacijos lygmens. Masinė komunikacija, galėjusi tapti puikia terpe transliuoti ženklus, galinčius nulemti pozityvią visuomenės raidą bei socialinių problemų



sprendimą yra menkai panaudojama šiam tikslui ir išsikristalيزuoja į masinės komunikacijos, o kartu ir žiniasklaidos problemą.

## 2.2. Šiuolaikinės žiniasklaidos sampratos konceptualizavimas

Žiniasklaida, pagal žurnalistikos enciklopediją (1997), tai organizuotas informacijos skleidimas viešosios informacijos rengėjų ir visuomenės informavimo priemonių sistemoje; viešosios informacijos rengėjai, visuomenės informavimo priemonės; spaudoje paskelbtos publikacijos, perduotos radijo bei televizijos laidos. Matome, kad terminas žiniasklaida gali būti vartojamas keliomis prasmėmis – žodžiu žiniasklaida gali būti įvardijamas pats informacijos skleidimo procesas, viena arba kelios informavimo priemonės arba žurnalistikos kūrinų visuma.

Visgi vartojant žiniasklaidos terminą ir pirmiausia suvokiant žiniasklaidą kaip visuomenės informavimo priemones, dažniausiai mintyje turima spauda (atiduodant pirmenybę laikraščiams ir žurnalams), televizija, radijas ir internetinė žiniasklaida (Dagyte, metai?:32). D. L. Wilcox (2006) taip pat skiria šias žiniasklaidos priemones: spauda (ir kita spausdinta žiniasklaida – lapeliai, informaciniai lankstiniai ir pan.), elektroninė žiniasklaida, audio žiniasklaida (radijas, garso įrašai), audiovizualinė žiniasklaida (televizija, vaizdo medžiaga, kinas), internetas. Istorinėje raidoje žiniasklaidos priemonės atsinaujina ir pasipildo naujovėmis, tai skatina technologinę pažangą, bet svarbu pažymėti ir tai, kad išlieka ir senosios priemonės. Esminiu dalyku tampa tai, kaip kinta vartojimo įpročiai ir tų priemonių populiarumas.

Pasak komunikacijos mokslų teoretiko D. McQuail, H. Lasswell dar 1948m. teigė, kad pagrindinės *žiniasklaidos funkcijos* visuomenėje – stebėti aplinką, užtikrinti ryšius tarp atskirų visuomenės dalių bei perduoti kultūrinį paveldą. Po daugiau nei dešimtmečio, C. R. Wright išplėtodamas šį modelį prie jau minėtų žiniasklaidos funkcijų pridėjo ketvirtąją – pramogos funkciją (McQuail, 2010:98). Vėliau šias funkcijas papildė ir pats D. McQuail (2010) teigdamas, kad žiniasklaida taip pat turi atlikti mobilizavimo funkciją. Mokslininko suformuluotos žiniasklaidos funkcijos atrodė taip:

- Informacinė – informacijos apie visuomenėje ir pasaulyje vykstančius įvykius pateikimas, galios santykių atskleidimas inovacijų, adaptacijos bei progreso palengvinimas;
- Koreliacinė – pateikiamos informacijos interpretavimas ir komentavimas, paramos teikimas visuotinai pripažintiems autoritetams bei normoms, atskirų veiklų koordinavimas;

- Tęstinumo – dominuojančios kultūros raiška ir perdavimas, subkultūrų bei naujų kultūrinių darinių pripažinimas, vertybių bendrumo tarp skirtingų kartų formavimas bei išlaikymas;
- Pramoginė – pramogų, atsipalaidavimo įvairovės suteikimas bei socialinės įtampos mažinimas;
- Mobilizacijos – visuomeninių tikslų agitavimas politikos, karo, ekonominio vystymosi ir kartais religiniais klausimais.

Prancūzų mokslininkas C. J. Bertrand (1997), tyrinėdamas žiniasklaidos organizacijų pokyčius bei jų vaidmenį visuomenėje išskyrė šešias žiniasklaidos funkcijas – stebėti aplinką, užtikrinti socialinę komunikaciją, perteikti pasaulio vaizdą, perteikti kultūrą, linksminti, parduoti“. Anot J. C. Bertrand, žiniasklaidos mechanizmą sudaro žiniasklaidos funkcijos, žiniasklaidos dalyviai bei rinka, teisė ir etika. Šio autoriaus suformuluotą žiniasklaidos mechanizmą išnagrinėjusi J. Mažylė rašo: „Įvardydamas žiniasklaidos funkcijas C. J. Bertrand tarsi supaprastina tradicines, įprastas formuluotes, tačiau jas išskleidus aišku, kad pagrindinis žiniasklaidos uždavinys – *gauti ir atrinkti informaciją, ją interpretuoti ir skleisti*. Kalbėdamas apie aplinkos stebėseną, jis akcentuoja žiniasklaidos pareigą nenuleisti akių nuo įstatymų vykdomosios, leidžiamosios ir teisminės valdžios. Iš esmės tai atitinka „sarginio šuns“, „ketvirtosios valdžios“ funkciją. <...> Nors posovietinėje erdvėje dažnai pasigirsta kritikos anksčiau ypač sureikšmintai švietimo, aiškinamajai žiniasklaidos funkcijai, C. J. Bertrand ją įvardija pasaulio vaizdo pateikimu, pabrėždamas, kad tiesioginių žinių apie pasaulį niekas neturi, tad be mokykloje suformuotos asmeninės patirties ir bendravimo su artima aplinka, tai, ką žmogus sužino apie pasaulį, jis daugiausia gauna iš žiniasklaidos. Žiniasklaidos funkcijų hierarchijoje mokslininkas akcentuoja *kultūros perdavimą*. Nepaisant to, kad yra nuomonių, neigiamai vertinančių tiek reklamą žiniasklaidoje, tiek ir jos poveikį visuomenei, C. J. Bertrand išvelgia teigiamas šios funkcijos puses, tvirtindamas, kad reklama, skatindama vartojimą ir konkurenciją, mažina kainas (taip pat ir pačios žiniasklaidos). Tačiau mokslininkas, vardydamas žiniasklaidos funkcijas sako, kas pasikliauti tu funkcijų teisingumu *a priori* nevalia, nes kiekvieną žiniasklaidos funkciją atitinka tam tikra disfunkcija, kurią atrasti privalu būtent žiniasklaidos etikai“ (Mažylė, 2012:129). Žiniasklaidos etikos klausimai dažniausiai yra siejami su asmens privataus gyvenimo viešiniu bei žodžio laisvės ribomis. Šiuo atveju akcentuojama tai, *kas* yra teigiama, sakoma ir kur kas mažiau dėmesio skiriama tam, *kaip* yra perduodama kultūra, ir ar atvaizduojamas visas jos heterogeniškumas, ar transliuojamame žiniasklaidos etikos normas atitinkančiame siužete yra sukuriama tinkama terpė Kito sutikimui.

Žiniasklaida, kaip terpė yra sukuriama vadovaujanti žiniasklaidos mechanizmo veikimo principais. Remiantis J. Mažylės (2012) atlikta C. J. Bertrand žiniasklaidos mechanizmo studija, įvardijami tokie žiniasklaidos dalyviai: tai leidėjai ir žurnalistai, formuojantys ir kuriantys jos (žiniasklaidos) turinį. <...> Šioje grupėje taip pat aktyvūs ir kiti žiniasklaidos lauko dalyviai –

techniniai redakcijų darbuotojai, nuo kurių kruopštaus darbo ypač priklauso perteikiamos informacijos kokybė. Didelis vaidmuo tenka reklamos davėjams (užsakovams), nes nuo jų priklauso žiniasklaidos pajamos <...> Tačiau visoje grupėje svarbiausias veikėjas yra auditorija, t.y. žiniasklaidos vartotojai. Žiniasklaidos analitikas pabrėžia, kad nors žodžio (saviraiškos) laisvė pirmiausia priklauso profesionalams – žurnalistams, tačiau tos laisvės lygmuo žiniasklaidoje priklauso nuo auditorijos (vartotojo) išsilavinimo, politinio išprusimo. O pavojingas, jo nuomone, yra žiniasklaidos auditorijos (vartotojų) abejingumas žiniasklaidos turiniui (Mažylė, 2012:130) Ypatinę vietą užimantys žiniasklaidos vartotojai nėra tik pasyvūs stebėtojai. Žiniasklaidoje transliuojami įvaizdžiai palieka įspaudus jų sąmonėje, ir paminėtas abejingumas, susiformuojantis dėl persisotinimo vaizduojamąja kultūra yra pavojingiausias, nes tampa būtent tuo, kas formuoja santykį su sutiktu Kitu, tai prasilenkia su socialinio jautrumo samprata, empatijos galimybės yra nuslopinamos, o supratimą pakeičia ignoravimas.

Trečiąją žiniasklaidos mechanizmo sudėtinę dalį – rinką, teisę ir etiką, mokslininkė įvardija kaip labai įdomią, nes dvi iš išvardintos triados dalių (rinka ir teisė) yra tarsi išorinės aplinkos elementai, o etika – vidinis žiniasklaidos ir žurna-listikos elementas. Žiniasklaida, kaip gyvybiškai svarbi viešųjų paslaugų sfera, negali būti monopolizuojama atskirų grupių. Tai įrodė ir nuo centrinės valdžios priklausoma sovietinio tipo žiniasklaidos ir jos koncentracija į didžiąsias kompanijas. Tačiau lygindamas sovietinio tipo ir monopolizuotą žiniasklaidą, šalia „didžiojo verslo“ C. J. Bertrand stato „didžiąją politiką“ ir vertina juos kaip dvi didžiausias grėsmes „gerai žurnalistikos tarnybai“. Tad reikia rasti atsvarą ne tik didžiosios politikos spaudimui, bet ir stambiosioms kompanijoms, kurios siekdamos padidinti pelną užgro-bia gyvybiškai svarbią viešojo gyvenimo sferą ir reikalauja visiškos lais-vės ir visų reguliavimo priemonių panaikinimo <...> Todėl kaip atsvara stambiųjų žiniasklaidos koncernų godu-mui būtina išorinė teisės jėga – įstatymai, kurie priverstų žiniasklaidą visoms visuomenės grupėms teikti tinkamas informacijos paslaugas. Tačiau vien išorinės jėgos atlaikyti vidinį ir išorinį spaudimą neužtenka. Reikalingas etikos svertas, mobilizuojantis žurnalistus ir jungiantis juos į profesinę bendriją, gebančią inicijuoti priešpriešinį kolegų ir visuome-nės spaudimą, kuris leistų atsilaikyti prieš išorines jėgas (Mažylė, 2012:131). Kalbėjimas apie žiniasklaidos demonopolizavimą dažnai užgožia kitą svarbią problemą – žiniasklaidos atsakomybę. Tik socialiai atsakinga žiniasklaida, atlikusi esminių vertybinių postulatų inventorizaciją gali edukuoti ir ugdyti auditoriją, skleisti socialinio intelekto ir kultūrinės kompetencijos diskursą medijose.

### 2.3. Šiuolaikinės žiniasklaidos vaidmuo socialiniame gyvenime

Nuolatinis žiniasklaidos pagaminto produkto vartojimas tampa neatsiejama mūsų buities ir būties dalimi. Tai jau yra gyvybinis poreikis, tapęs įpročiu, refleksu, pavirtęs „nuo gyvenimo neatsiliekančio ir jį stebinčio, vadinasi, jį pažįstančio“ žmogaus bruožu (Bielinis, 2005:8). Kaip teigia L. Bielinis (2003), žiniasklaidos galimybių formuojant nuomones absoliutizuoti nevertėtų. Tačiau „ji dažnai būna labai įtakinga sakant, apie ką reikia turėti nuomonę“ (Gaidys, 1999:24). Kiti autoriai nedvejodami žiniasklaidai priskiria ugdytojo vaidmenį. Pavyzdžiui, R. Uznieinė (2009) savo straipsnyje apie medijinį ugdymą teigia: „medijos (žiniasklaida), kaip informaciojo ugdymo elementas, šiandien ypač reikšmingai prisideda prie pasaulio suvokimo, įvairių reiškinių bei procesų, vykstančių sociume, vertinimo, svarbiausia – dalyvauja ugdyme kaip vienas iš aktyvių ir nevaldomų dalyvių. *Medijų veikseną* ugdyme galima apibūdinti kaip žiniasklaidos veiklos pobūdį ugdyme, nes ji yra, anot V. Jakavičiaus, „viena iš ugdytojų“ (Uznieinė, 2009:147). Šias mintis papildo ir daugiau tyrėjų. Pasak L. Laurinčiukienės, žiniasklaida, net ir pasyviai perduodama informaciją apie įvykius, pramogas, ugdo sensacijų ir pramogų laukiantį, trokštantį žmogų, formuoja jo gyvenimo nuostatas ir elgesio modelį (Griškonytė, Mikštienė, 2007). D. McQuail (1994) teigia, kad žiniasklaida turėtų būti suvokiama ne kaip institucija, daranti poveikį kultūrai, o kaip esminis socialinių vertybių ir reikšmių nustatytojas ir rodiklis. Todėl tai sietina su tuo, kad žiniasklaida visuomenės gyvenime gali būti vienas iš pagrindinių socialinių normų taisyklių, elgesio modelių šaltinių (Mažylė, 2012:127).

Pabrėždamas žiniasklaidos svarbą visuomenėje, D. McQuail išskyrė žiniasklaidą apibūdinančias metaforas, kurios kyla iš žiniasklaidos funkcijos sujungti visuomenę su socialine tikrove (Juraitė, 2003):

- Žiniasklaida, kaip visuomenės įvykių ir patirties refleksija, leidžia mums sužinoti, kas vyksta aplink mus;
- Žiniasklaida, kaip įvykių visuomenėje ir pasaulyje veidrodis, kuris nepriklausomai nuo mūsų pageidavimo iškreipia ir koreguoja tai, ką mes matome;
- Visuomenės informavimo priemonės, kaip žinių ir informacijos filtras arba vartininkas, selektyviai parenkantis, ką gavėjams verta žinoti, o ką ne;
- Žiniasklaida, kaip gidas, nurodantis ir paaiškinantis, kas ir kaip vyksta;
- Masinės komunikavimo priemonės, kaip idėjų forumas, pateikiantis visuomenei ir gaunantis iš jos naujų idėjų ir informacijos;
- Žiniasklaida, kaip visuomenę nuo tikrovės atskiriantis ekranas, pateikiantis klaidingą pasaulio paveikslą propagandos tikslais.

Taigi, žiniasklaida „iškreipia ir koreguoja“, žiniasklaida – tai „filtras“ ir „gidas“, o svarbiausia, mokslininkų teigimu, žiniasklaida užima ugdytojo poziciją, ir šiuo atveju kyla esminis klausimas apie tai, kaip yra realizuojama užimama padėtis, o šio darbo kontekste klausimas yra papildomas susitikimo su Kitu problema.

Galima būtų sakyti, kad tai ir yra daroma. Žiniasklaidos vartotojas sutinka daugybę Kitų – „Išsipildymo akcijos“ vaikų, kuriems jaučia gailestį, užuojautą ir aukoja, „Maltiečių“ globojamų senolių, į kuriuos žiūrėdamas ne vienas išspaudžia ašarą, „Chorų karuose“ nuostabiai dainuojančių aklųjų, kurie, nepaisant savo negalios, „kabinasi“ į gyvenimą ir netampa našta mokesčių mokėtojams. Tačiau yra ir kitoks Kitas – geriantis provincijos gyventojas, kuris savo problemas „sprendžia“ „24 valandose“ arba „TV pagalboje“, pirmoji, bet ne paskutinė, Lietuvoje pabėgėlių iš Irako šeima ir galiausiai Kirtimų taboro gyventojai. Kaip žiniasklaidos vartotojas vertina ir priima pastaruosius? Ar derėtų kelti klausimą – kaip žiniasklaidos *filtras*, *gidas*, *veidrodis* nurodo vartotojui juos vertinti ir priimti? „Išaukštintas *kitas* yra priimtinas tol, kol jis yra *geras* kitas, - tai reiškia, *toks pats, kaip ir mes*“ <...> Anot S. Žižeko, Kito kitybė mus žavi tol, kol kalbame apie maistą, papročius, folklorą, nes Kitas yra redukuojamas ir supaprastinamas (Žukauskaitė, 2002).

Ir *geras* Kitas, ir nepriimtinas Kitas tampa žiniasklaidos herojais. Iššaukdami vartotojų reakcijas (nesvarbu teigiamas ar neigiamas), šie herojai tampa pelningais žiniasklaidos verslo produktais. Žiūrovas/klausytojas/skaitytojas domisi pateikiamų istorijų eiga, pagal savo nuostatas linkėdamas herojams gero arba „teisingo“ atlygio ir laukdamas istorijos atomazgos. Kito, kaip herojaus, atsiradimas žiniasklaidoje gali būti siejamas su žiniasklaidos turinio pokyčiais bei komercinės, pelno siekiančios žiniasklaidos dominavimu.

Lietuvių filologė R. Miliūnaitė rašė: „palyginti su senąja tradicine laikraštine spauda, kai ji dar neturėjo interneto konkurencijos, dabartinės žiniasklaidos – ir spausdintinės, ir interneto, – turinys ryškiai pakito. Štai bent keli pokyčiai, apie kuriuos rašoma pačiame lietuviškajame internete: 1) rašytinė žiniasklaida buitiškėja; 2) dabartinės žiniasklaidos pobūdis ryškiai manipuliacinis, nuolat iškeliami neigiami visuomenės gyvenimo aspektai; 3) didžioji žiniasklaidos dalis tapo tendencinga ir vienpusiška, apeliuojanti į žemiausius skaitytojo instinktus, pigiausias emocijas; 4) nebematyti aiškaus tradicijų tęstinumo“ (Miliūnaitė, 2010:5). Atsižvelgiant į tai ir stebint šiandienines žiniasklaidos pranešimų turinio tendencijas iškyla klausimas, kodėl pokyčiai būtent tokie ir kokie visgi yra žiniasklaidos ir jos atstovų prioritetai. Iš vienos pusės tai lyg ir turėtų būti tarnavimas viešajam interesui, iš kitos pusės, dauguma valstybėje veikiančių žiniasklaidos organizacijų yra pelno siekiančios, todėl savaime suprantama, jog jų prioritetas nėra visuomenės interesas ir kokybiška informacija.

Cituodamas John M. Lavine ir Daniel B. Wackman, D. Jastramskis rašo: „žiniasklaidos organizacijos yra panašios į kitus gamintojus: jos gamina, skirsto produktą (pranešimus) ir tam, kad parduotų šį produktą, atrenka auditoriją ir plėtoja rinkodarą, rėmimą ir pardavimo strategijas, kad pasiektų auditoriją“ (1988:9). Šių autorių tvirtinimu, dauguma žiniasklaidos organizacijų gamina greitai netenkančią vertės prekę – informaciją, kuri vieną kartą pasiekusi auditoriją netenka didelės dalies savo vertės (Jastramskis, 2012:111).

Prekyba žiniasklaidos sukuriama produktais, ploto ir laiko pardavimai reklamos užsakovams žiniasklaidoje ir žiniasklaidos bendrovių turto pardavimai siekiant investuoti į pilną žadančią veiklą rodo, kad žiniasklaida yra viena iš rinkos ekonomikos verslo sričių. Šis teiginys (kad žiniasklaida yra verslas) dažniausiai pateikiamas kaip dogma, kurios nereikia įrodinėti (Jastramskis, 2012:113). Svarstydamas ar žiniasklaida vis dėlto yra verslas ar ne, D. Jastramskis (2012) teigia, kad atsakymą į šį klausimą gali pasufleruoti veiklos pobūdis bei tikslas. Esminis verslo sąvokos požymis yra pelno siekimas, todėl pelno nesiekiančių žiniasklaidos organizacijų su verslo subjektais tapatinti negalima. Lietuvoje tai pirmiausia būtų Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija bei dar keletas viešųjų įstaigų (pelno nesiekiantys juridiniai asmenys), administruojančių žiniasklaidos priemones. Tačiau, pasak autoriaus, dauguma Lietuvos žiniasklaidos organizacijų yra verslo organizacijos, uždarnosios akcinės bendrovės, o vienas svarbiausių jų steigimo tikslų yra uždirbti pelną. Įvertinęs tai ir išnaginėjęs Lietuvos žiniasklaidą pasitelkdamas D. Croteau ir W. Hoynes (2006) žiniasklaidos modelių klasifikaciją, D. Jastramskis daro išvadą, kad Lietuvoje žiniasklaidos sistemoje vyrauja komercinė žiniasklaida ir rinkos modelio filosofija, o viešosios sferos modelis išplėtotas nepakankamai. Rinkos dėsniais veikiančioje informacijos erdvėje kyla pavojus rasti vadinamajam „pelningajam kalbėjimui“ <...> Svarbiausia informacija pamažu tampa ne tai, ko reikia piliečiams, bet tai, kas greičiausiai duoda pelną žiniasklaidos priemonių savininkams. Tokiu būdu informacija tampa preke ir pritaikoma interesams tų, kurie valdo informaciją, bet ne visuomenės interesui. Kuo labiau žiniasklaidos organizacija yra suinteresuota pelnu, tuo daugiau galimybių jos kuriamai žurnalistikai tapti rinkos žurnalistika. Kai žiniasklaida primygtinai siekia komercinių tikslų, paminamas visuomenės informavimo idealas (Balčytienė, 2002). A. Balčytienės minčiai pritaria ir sociologas, filosofas A. Dobryninas, viename iš savo pranešimų apie žiniasklaidos prioritetus teigdamas, jog „žiniasklaida vis mažiau informuoja ir kritikuoja, ji vis daugiau siūlo ir vykdo užsakymus; jai jau nebeįdomu kontroliuoti valdžios veiksmus, ji pasiryžusi kontroliuoti mūsų poreikius ir motyvus. Kartais gali susidaryti įspūdis, kad jai nereikia nei skaitytojų, nei klausytojų, nei žiūrovų. Jai reikia paprastų vartotojų, reikia auditorijos, kuriai galima įsiūlyti vieną arba kitą prekę – nesvarbu, ar tai būtų dulkių siurblys, ar tai būtų kandidatas į Prezidentus“ (Dobryninas, 2006).

V. Valentavičius (2004) žiniasklaidos turinio kokybės pokyčius sieja su iš Vakarų atėjusia žodžio laisve. Panašiai su žodžio laisve atėjo grupių interesai, paslėpta reklama ir bulvariškumas. Deja, Lietuvoje šie dalykai, regis, yra plačiau ir giliau paplitę negu Vakarų Europoje ar Šiaurės Amerikoje. Vadinamasis laisvos spaudos neatsakingumas čia panašaus lygio, kaip kituose pokomunistiniuose kraštuose, pvz. Čekijoje ar Slovakijoje, tad galima kalbėti apie rimtas žiniasklaidos ydas, trukdančias žiniasklaidai vykdyti pilietinę pareigą prižiūrėti vyriausybę. Tam, kad žiniasklaida visapusiškai tarnautų visuomenės interesams, ne vien tik teiktų „pramogą“, reikia didesnio žiniasklaidos atstovų sąmoningumo (Valentavičius, 2004).

Žiniasklaidos verslą savo disertacijoje analizavo ir A. Juodytė (2011). Tyrėja, remdamasi jau anksčiau minėtu D. Croteau ir W. Hoynes žiniasklaidos modelių klasifikacija, pateikia trumpą jų aprašymą. Rinkos modelis žiniasklaidos organizaciją suvokia kaip pelno siekiančią privačią bendrovę, pardavinėjančią specifinį produktą – informaciją ir auditoriją traktuojančią kaip vartotojus: „naujienu dienotvarkes veikia ir bendras visuomenės informavimo priemonių komercialėjimas, kai pati žiniasklaidos bendrovė auditoriją vertina ne kaip piliečius, suinteresuotus tuo, kad politikos įvykiai būtų nušviesti objektyviai ir įvairiapusiškai, bet mato juos kaip pasyvius informacijos vartotojus, kuriems labiausiai reikia pramogų“ (Balčytienė, 2009: 14).

Pagal šį modelį viešasis interesas suprantamas kaip tai, kas yra populiariausia, labiausiai patinka vartotojui. Tokiu pagrindu veikianti žiniasklaidos organizacija atskaitinga akcininkams ir žiniasklaidos savininkams, jos veiklos efektyvumas nustatomas pagal gautą pelną. Kaip teigia amerikiečių tyrinėtojai Davidas Croteau ir Williamas Hoynessas, pagal rinkos modelį veikianti žiniasklaida: „inovaciją gali traktuoti kaip keliančią grėsmę pelningoms standartinėms formulėms, o įvairovė gali tapti naujų rinkos nišų užėmimo strategija“ (Croteau, Hoynes, 2006: 39).

Rinkos modeliui priešinamas viešosios erdvės modelis, pagal kurį žiniasklaidos organizacija tarnauja visuomenės interesui, o jos tikslas – užtikrinti aktyvų piliečių politinį dalyvavimą, panaudojant žinių, švietimo resursus, informacijos srautus ir socialinę integraciją. Pagal šią koncepciją auditorija traktuojama kaip piliečių bendruomenė; ji raginama mokytis ir dalyvauti valstybės valdyme. Viešuoju interesu laikomos įvairovė ir inovacijas skatinančios žinios apie valstybei ir visuomenei reikšmingus įvykius. Viešąją erdvę kurianti ir žmonėms tarnaujanti žiniasklaidos organizacija atskaitinga visuomenei ir valdžios atstovams, jos veiklos efektyvumas matuojamas viešųjų reikalų gynimu (Juodytė, 2011). Mokslininkė pastebi, kad ir rinkos modelio pagrindu veikianti žiniasklaidos organizacija gali tarnauti piliečių interesams, kai gaunamas pelnas siejamas su auditorijos pasitikėjimu, manant, kad pasitikėjimas akumuliuoja ir auditoriją, ir pelną. Ir nors taip suburta masinė auditorija pasižymi vartotojiškomis savybėmis, tačiau augantis žiniasklaidos produkcijos vartojimas atitinkamai

didina populiarumą ir pasitikinėjimą, automatiškai – reklamos įkainius ir pelną (Hamilton, 2004) (iš Juodytė, 2011).

Kalbėdamas apie publikacijų pobūdį Lietuvos žiniasklaidoje bei neigiamos informacijos dominavimą, filosofas Ž. Jackūnas savo straipsnyje „Socialinės šizofrenijos industrija“ viena iš šio reiškinių priežasčių įvardija būtent aptariamą žiniasklaidos priklausymą verslo organizacijoms ir vieną pagrindinių tikslų – pelno siekimą. „Žiniasklaidą, kaip, beje, ir kitas veiklos sritis, valdo interesai. Nuodingą juodosios žiniasklaidos energiją, manyčiau, palaiko trys banginiai: a) naudos arba pelno troškimas; b) galios arba įtakos, visuomeninio reikšmingumo siekis; c) viešasis interesas, kuris neretai (gal ir dažniausiai?) pasitelkiamas aniams dviem tikslams užmaskuoti. Pirmasis komercinės žiniasklaidos, kaip savitos verslo srities, interesas yra savaime suprantamas ir natūralus. Arši konkurencija skatina bet kokia kaina privilioti kuo daugiau savo produkcijos vartotojų, nes tai lemia, ar didės tiražas, ar kils reitingas, ar daugės reklamos, taigi ir pajamų“ (Jackūnas, 2012).

Skaitytojų, žiūrovų ar klausytojų gausa yra svarbus, bet nepakankamas veiksnys, kad būtų patenkintas antrasis – galios – interesas. Siekdama šio tikslo žiniasklaida stengiasi pateikti save kaip viešosios nuomonės reiškėją, tapatinasi su „masėmis“, kad įgytų teisę kalbėti jų vardu. Būtent viešojo nuomonė sankcionuoja žiniasklaidos galią, užtikrina jos poveikį viešajam gyvenimui, leidžia tapti įtakinga visuomenės institucija. Kad įgytų viešosios nuomonės palankumą, žiniasklaida arba prisitaiko, pataikūniškai susitapatindama su ja, arba ją formuoja, manipuliudama žmonių jausmais, nuotaikomis, rūpesčiais, o dažniausiai derina abu šiuos metodus (Jackūnas, 2012). Pabrėžtina, kad nei pelno, nei galios siekis, nei polinkis tapatintis su viešąja nuomone patys savaime nėra nei smerktini, nei girtini. Žiniasklaida gali tapti įtakinga, tik įgyvendinusi šiuos siekius. Kitas reikalas, kaip ši įtaka yra įgyjama ir kokiais tikslais naudojama. Jei žiniasklaida savo įtaką nukreipia viešajam interesui ginti, bendrajam gerui puoselėti, ji tampa reikšmingu šalies socialinės ir kultūrinės pažangos veiksmu. Priešingu atveju ji griaua visuomeninio gyvenimo pamatus, lėtina pažangą, skatina viešosios erdvės degradaciją (Jackūnas, 2012).

Ugdydama vartojimo įpročius, žiniasklaida pati tampa šių įpročių belaisve, kuri yra priversta tenkinti suformuotus lūkesčius ir tarsi patenka į užburta ratą. Išėjus iš minėto rato gali pasirodyti sunkiai pasiekiami, bet galima teigti, kad tokio tikslo iškelimas žiniasklaidos rinkoje yra įmanomas – tam reikalingi politinės valios sprendimai ir juos lydintys pokyčiai. Galima pateikti tokio „iracionaliai nepelningo“ pakeitimo rinkoje pavyzdį – ekologinį posūkį gamyboje ir jo fundamentalų poveikį vartojimo įpročių pasikeitimui.



### 3. TYRIMO DUOMENŲ ANALIZĖ

#### 3.1. Tyrimo metodologija

**Tyrimo idėja.** Pagal K. Juraitę ir A. Telešienę (2009), „žiniasklaidoje vykstantis diskursas yra socialinių reiškinių <...> konstravimo arena“. Remiantis tyrimo idėja, šią autorių mintį galima šiek tiek perfrazuoti: žiniasklaidoje vykstantis diskursas yra socialinių reiškinių eksponavimo arena. Taigi, tyrime nagrinėjama socialinė atskirtis – vienas iš žiniasklaidos arenoje eksponuojamų socialinių reiškinių. Pagrindinė tyrimo idėja – išsiaiškinti, kaip skirtingose televizijos laidose ir projektuose vaizduojama socialinė atskirtis. Teigiant, jog žiniasklaidoje vaizduojami socialiai atskirti asmenys yra Kiti, svarbu įsigilinti į Kito ir žiūrinčio į jį žiūrovo tarpusavio sąveiką. Kaip vyksta žiūrovo ir Kito susitikimas? Kas lemia žiūrovo požiūrį į Kitą? Žiniasklaidos vaidmuo šioje vietoje tampa itin svarbus. Galima sakyti, kad žiniasklaida yra tarpininkas, perteikiantis informaciją apie socialinę atskirtį patiriančius asmenis ar grupes tiems, kurie kasdieniame gyvenime su jais tiesiogiai nesusiduria. Tokiu būdu, žiūrint per šiuolaikiniuose socialiniuose moksluose vyraujančią socialinio intelekto ugdymo perspektyvą, žiniasklaidai, konkrečiai, televizijai ir laidoms, kuriose vaizduojami socialinės atskirties atvejai, tenka didelė atsakomybė. Atsakomybė prieš herojais tapusius Kitus ir jų gyvenimo istorijų pateikimą bei atsakomybė prieš vartotojus-žiūrovus, nes nuo pateikiamo turinio priklausys kaip žiūrovas suvoks Kitą ir koks bus kontaktas tą Kitą sutikus realiame gyvenime, gatvėje. Jei žiniasklaida socialinę atskirtį vaizduoja kultūrinio jautrumo kontekste, tai galima teigti, jog ir vartotojas bus linkęs Kitą priimti empatiškai, tačiau priešingu atveju, žiniasklaidai pašiepiant socialiai atskirtas grupes tokią nuostatą perima ir vartotojas, o Kitas grįžta į socialinio kentėjimo būseną, nes dar kartą pasitvirtino tai, jog jis neatitinka visuomenėje vyraujančių „standartų“, sunormintų idealų, nes žiniasklaidoje pabrėžiami tik jo trūkumai lyginant su „normaliais“ visuomenės nariais. Tokiu atveju žiniasklaida gali tapti nesusipratimų ir konfliktų kurstytoja ir jos tęstinumo funkcija žlunga, nes nebuvo užtikrintas skirtingų kultūrinių darinių pripažinimas. O štai pramoginė funkcija išpildoma su kaupu. Žiūrovas nepatiria kenčiančiojo kančios. Priešingai, iš šono stebėdamas vargingai gyvenančių provincijos žmonių kovas socialinės realybės laidose lydimas komiškos muzikos, žiūrovas patogiai sėdi ant sofos ir juokiasi, kad Lietuva visai nusigyveno.

Žvelgiant į žiniasklaidos santykį su socialine atskirtimi galima svarstyti, jog žiniasklaidos iššaukiamos reakcijos į vaizduojamus socialinės atskirties aktus atitinka Terry L. Cross pateiktą **kultūrinės kompetencijos modelį** bei daryti dvi prielaidas. Pirmoji, jau šiek tiek aprašyta, svarsto, jog žiniasklaida, vedina komercinių tikslų, eksponuoja socialinę atskirtį, paverčia ją vartojamu produktu masėms, nesvarbu, jas linksmindama ar graudindama. Tai galima tiesiogiai susieti su kultūrinės kompetencijos modeliu ir įvertinti, kokioje stadijoje yra Lietuvos žiniasklaida tyrinėjamu klausimu. Antroji – kultūrinio jautrumo kontekste žiniasklaidoje pateikiama socialinė atskirtis pažymi žiniasklaidos kultūrinės kompetencijos išplėtojimą. Taip pat galimai žiniasklaidos kultūrinės kompetencijos lygis gali būti ir žiūrovo-vartotojo kultūrinės kompetencijos atspindys, kai žiniasklaida užima ugdytojo vaidmenį. Suprantama, priklausomai nuo įvairių kontekstų – politinių, istorinių, sociokultūrinių, gali kisti socialinės atskirties vaizdavimas žiniasklaidoje. Vertinant ir interpretuojant socialinės atskirties diskursą žiniasklaidoje skirtinguose kontekstuose, gali išryškėti ir skirtingos kultūrinės kompetencijos stadijos. Galiausiai, remiantis tyrimo duomenimis galima įvardyti, kokia yra dominuojanti Lietuvos populiariosios žiniasklaidos **kultūrinė kompetencija** šiandien.

**Metodologija ir metodai.** Atliekant tyrimą „*Kultūrinė lietuviškos televizijos kompetencija ir jos variacijos komunikuojant socialinės atskirties problemą*“ pasirinkta kokybinio tyrimo strategija – **diskurso analizė**. A. Telešienė analizuodama įvairių autorių pateikiamus diskurso bei diskurso analizės apibrėžimus rašo: „M. P. F. Chimombo ir R. L. Roseberry diskursą apibrėžia kaip komunikacinio veiksmo procesą, kurio materialinė išraiška įgyja teksto formą (Chimombo ir Roseberry, 1998:ix). Tokiu atveju diskurso analizė apibrėžiama kaip „metodologija įgalinanti komunikacinių procesų bei tekstų, kaip šių procesų rezultatų, analizę“ (Chimombo ir Roseberry, 1998:ix). Čia kalba suprantama ne tik kaip atspindinti ir įrėminanti, bet ir kaip formuojanti, iškreipianti ar net kurianti socialines realybes (Harre et al, 1999)“. Atliekamame tyrime tekstas suvokiamas plačiąja prasme, taigi, tai ne tik rašytinis tekstas, bet ir vienos populiariausių žiniasklaidos priemonių – televizijos, pateikiama vaizdinė medžiaga, kurią galima vadinti žiniasklaidos tekstu. Žiniasklaidos tekstai, arba kaip rašė minėti autoriai – kalba, galimai turi įtakos kuriant socialinę atskirtį patiriančių asmenų, grupių socialinę realybę, kuri transliuojama žiniasklaidos arenoje bei tampa viešu diskursu apie problema. „Diskurso analize siekiama suprasti, kaip tarpusavyje sąveikauja veikėjai, kaip šios sąveikos metu yra apibrėžiamos problemos ir kokie priimami sprendimai“ (Juraitė, Telešienė, 2009). Šiame tyrime atliekant diskurso analizę aiškinamasi kokia yra veikėjų – televizijos laidose rodomų socialinę atskirtį patiriančių asmenų bei žiūrovų – sąveika, t. y. kaip žiūrovas sutinka Kitą, taip pat kaip žiniasklaida

apibrėžia socialinę atskirtį socialiai kenčiančius asmenis paversdama herojais ir kaip tai siejama su kultūrine kompetencija.

Diskurso analizė šiuo atveju suponuoja kokybinius tyrimo metodus, taigi tyrimo duomenys analizuojami pasitelkiant **kokybinę turinio analizę**. Turinio analizė vadinama klasikiniu žiniasklaidos tekstų analizės metodu, o įvairiose žiniasklaidos priemonėse pateikiama informacija šiuo metodu tiriama jau daugelį metų. „Gana dažnai turinio analize siekiama nustatyti žiniasklaidos pranešimų šališkumą, kuris pasireiškia vienaip ar kitaip formuojant tam tikrų visuomenės grupių įvaizdį“ (Balčytienė, 2000). Kokybinės turinio analizės metodas yra tinkamiausias siekiant išsiaiškinti kokias funkcijas atlieka žiniasklaida, kalbėdama visuomenei apie socialinę atskirtį bei išsiaiškinti žiniasklaidos kultūrinėje kompetencijos ypatumus. Žiniasklaidos priemonėse pateikiama informacija apie socialinę atskirtį gali būti šališka priklausomai nuo laidų žanro. Taip pat turinio analizė „leidžia palyginti kelis skirtingus dalykus, pavyzdžiui, panašios tematikos laidas skirtingose televizijos programose“ (Balčytienė, 2000), kas ir buvo atlikta šio tyrimo metu. „Kokybinė content analizė apima keturis žingsnius: 1) daugkartinį teksto skaitymą; 2) manifestinių kategorijų išskyrimą remiantis „raktiniais“ žodžiais; 3) kategorijų turinio skaidymą į subkategorijas; 4) kategorijų ir subkategorijų interpretavimą bei pagrindimą iš teksto ekstrahuotais įrodymais“ (Žydžiūnaitė ir kt. 2004).

Atsižvelgiant į tyrimo duomenų pobūdį – televizijos laidų įrašus, taikyta **judančio vaizdo analizė**. Kiekvienas judantis vaizdas yra susijęs su naratyvu ir gali būti klasifikuojamas pagal žanrą. Naratyvo ir žanro analizė ilgą laiką buvo siejama su literatūros bei filmų studijomis, tačiau jau kuris laikas tokia analizė taikoma visų tipų judantiems vaizdams analizuoti. Analizuojant televizijos laidas socialinės atskirties tematika taikyta **struktūrinė prieiga**, kuri „orientuojasi į naratyvo struktūros ir jo opozicijų tyrimus“ (Grigaliūnas, 2013). Analizuojant judantį vaizdą, šalia naratyvo interpretacijos svarbu išnagrinėti jo formą (kadro, objektyvo ypatybės bei kameros kampas, aukštis, lygis, atstumas, ryškumo gylis ir fokusas), turinį (subjektas, veiksmo vieta, apšvietimas), kameros judėjimą, kurio ypatybės formuoja žiūrovo poziciją subjekto (herojaus) atžvilgiu, garsą, kuris kuria laidos ar siužeto nuotaiką ir montažą (Bainbridge, 2008). Siekiant gauti kuo išsamesnius tyrimo rezultatus, visi šie elementai ir buvo nagrinėjami.

**Tyrimo imtis.** Empiriniam turinio analizės tyrimui atlikti buvo naudotos naujausių laikų lietuviškos televizijos laidos, t.y. 2013-2016 metų laidų įrašai. Laidų įrašai buvo atrenkami pirmiausia atsižvelgiant į jų prieinamumą – pateikiamus įrašus internete. Kitas atrankos kriterijus – laidos tema. Remiantis teorinėje darbo dalyje įvardytomis socialinės atskirties grupėmis, buvo atrenkamos laidos, kuriose pagrindiniai herojai ar vykstančių diskusijų aptariamieji yra vienokią ar kitokią atskirtį (pvz. ekonominę, socialinę, erdvinę) patiriantys asmenys, grupės.

Visapusiškesniam vaizdui pateikti atrinktos laidos transliuojamos tiek Nacionalinio televizijos kanalo (LRT Televizija), tiek komercinių televizijos kanalų (MG, MTG group [LNK, TV3, Lietuvos Ryto TV]) eteryje. Remiantis TNS atliktais televizijos auditorijos tyrimais 2013 m. balandžio mėn. – 2016 m. sausio mėn. (analizuojamų laidų pasirodymo periodas), televizijos kanalai pasirinkti atsižvelgiant į jų populiarumą, auditorijos dydį (<http://www.tns.lt/lt/top/paslaugos/ziniasklaidos-auditoriju-tyrimai/tv-auditorijos-tyrimas/duomenys-1/>).

Laidų žanrai varijuoja tarp žurnalistinio tyrimo (pvz. „Specialus tyrimas“, LRT), socialinės dokumentikos laidų (pvz. „24 valandos“, LNK) bei pokalbių šou (pvz. „Nuoga tiesa“, Lietuvos Ryto TV). Laidose figūruoja tokie herojai kaip pensininkai, skurdą patiriantys asmenys, alkoholikai, homoseksualai, benamiai, tautinės mažumos. Nagrinėjamos ir aptariamoms problemoms, su kuriomis susiduria minėtos grupės, svarstomais klausimais pasisako įvairūs ekspertai, situacijų herojai, kiti dalyviai, retais atvejais ir auditorija, bandoma ieškoti šių problemų sprendimo. Analizuojamų laidų ir siužetų trukmė svyruoja nuo 19 min. iki 1 val. 16 min. Bendra įrašų trukmė – 4 val. 40 min.

Remiantis darbo teorine dalimi, žemiau pateikiama kategorijų lentelė su įvardintomis kategorijomis, subkategorijomis ir jų paieškos kriterijais:

1 lentelė. Tyrimo kategorijos, subkategorijos bei paieškos kriterijai

Kategorija	Subkategorija	Paieškos kriterijai
Naratyvinis socialinės atskirties formų vaizdavimas	Ekonominė atskirtis	Nagrinėjamų televizijos laidų naratyvuose ieškoma šiai atskirties formai būdingų bruožų. T.y. ilgalaikis nedarbas, darbo laikinumas ir nestabilumas, nedirbantys šeimos nariai, skurdžios pajamos.
	Socialinė atskirtis	Išrašomos socialinę atskirtį žyminčios citatos apie tradicinės šeimos iširimą, neplanotą nėštumą paauglystėje, benamystę, nusikalstamumą, maištingą jaunystę ir pan.
	Kaimynystės atskirtis	Surenkami šios subkategorijos pavyzdžiai, nurodantys esant aplinkos degradaciją, gyvenamųjų namų išteklių išsekimą, paramos tinklo žlugimą.
	Erdvinė atskirtis	Renkamos citatos apie pažeidžiamų grupių marginalizaciją.
	Forma, kameros judėjimas ir montažas	Peržiūrint pasirinktas televizijos laidas dėmesys kreipiamas į kadro, objektyvo ypatybes bei kameros kampą, aukštį, lygį, atstumą, ryškumo gylį ir fokusą, kadru dažnį ir jungimo efektus, ieškoma kameros judėjimo ypatybių, formuojančių žiūrovo poziciją subjekto atžvilgiu.
Vizualinis	Turinys	Šioje subkategorijoje dėmesys skiriamas teksto subjektui ir jo

socialinės atskirties formų vaizdavimas		pristatymui žiūrovui (subjektas, veiksmo vieta, apšvietimas).
	Garsai	Analizuojami laidose naudojami garsai – natūralūs ir muzika, garsiniai efektai už kadro bei jų kuriama nuotaika.
	Kultūrinis destruktivumas	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir rodantys aiškų priešišumą atskirtajai grupei.
Kultūrinės kompetencijos raiška	Kultūrinis neįgalumas	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir turintys atskirtosios grupės nepažinimo, baimės požymių.
	Kultūrinis aklumas	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir kultūrinių skirtumų nepripažinimą.
	Kultūrinė iki-kompetencija	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir judėjimą kultūrinio jautrumo link.
	Kultūrinis kompetentingumas	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir tinkamą funkcionavimą sąveikoje su atskirtaisiais.
	Kultūrinis įgudimas	Išrenkami naratyviniai bei vaizdiniai elementai žymintys subkategoriją ir tarpininkavimą tarp skirtingų grupių visuomenėje.

### 3.2 Duomenų analizė

Analizuojant duomenis buvo naudojamas *lyginamosios duomenų analizės metodas*, kuris leido išryškinti tendencingus ir pasikartojančius komunikacijos atvejus, buvo išskirtos dominuojančios naratyvų fabulos, herojų portretai, istorijų pasakotojo vaidmuo. *Judančio vaizdo analizė* padėjo išanalizuoti televizijos laidose socialinės atskirties problemą vaizduoti naudojamas technikas ir priemones, galiausiai *kokybinė turinio analizė* leido identifikuoti kultūrinės kompetencijos variacijas komunikuojant socialinės atskirties problemą.

#### 3.2.1 Naratyvinis socialinės atskirties formų vaizdavimas

Pirmiausia pasirinktose televizijos laidose buvo nagrinėjamas **naratyvinis socialinės atskirties formų vaizdavimas** (žr. 2 lentelė). Išanalizavus laidų turinį išryškėjo keturios dominuojančios socialinės atskirties formos: ekonominė, socialinė, kaimynystės bei erdvinė.

## 2 lentelė. Naratyvinis socialinės atskirties formų vaizdavimas

Kategorija	Subkategorija	Pavyzdžiai
Naratyvinis socialinės* atskirties formų vaizdavimas (*šiam kontekste kategorija „socialinė atskirtis“ žymi visas atskirties formas)	Ekonominė atskirtis	„Mes priversti galvoti apie duoną. Aš laikraščio negaliu nusipirkti. Komiška. Bet iki ašarų.“ (Pokalbių laida „Ginčas be taisyklių, 2014); „Ji gyvena su 4 vaikučiais. Moteris esą yra labai tvarkinga, tačiau labai vargingai gyvena. Ji gyvena vos 12 kvadratų bute kartu su 4 savo vaikais.“ (Socialinė dokumentika, „TV pagalba“, 2014).
	Socialinė* atskirtis (*šiam kontekste subkategorija „socialinė atskirtis“ žymi vieną iš atskirties formų)	„Ar negalima būtų pagalvoti apie tuos žmones, kad jie nori tų pačių teisių, tų pačių garantijų kaip ir turi heteroseksualūs asmenys?“ (Pokalbių laida, „Nuoga tiesa“, 2013); „Vaclovas demonstruoja kasdienį ritualą – lovą atstojančio guolio ruošimą. Keletą nešvarių antklodžių jis pakloja ant šalto, benzinu atsiduodančio grindinio. Šalia mėtosi tuščios maisto pakuotės.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2016).
	Kaimynystės atskirtis	„Kaip ir Marytė, kadaise šiuo, bebaigiančiu užželti keliu laisvai naudojosi keliolika šio kaimo gyventojų – važiuodavo šienauti pievų, melžti karvių, kasti bulvių. Dabar kelias uždarytas geležiniu užkardu. Dar jį puošia spygliuota viela, nes, anot kaimynų, gudrios aferos būdu tapo privačios valdos dalimi.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas, 2013).
	Erdvinė atskirtis	„Vieša paslaptis, kad nemažai gyventojų čia verčiasi narkotikų prekyba. Tad taboras yra nesaugi vieta tiek patiems taboro gyventojams, tiek atvykėliams. Baugoka.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2013); „Vieša paslaptis, kad nepatenkinti, agresyvūs svetimtaučiai kelia nemažai bėdų tiek centro darbuotojams, tiek aplinkiniams gyventojams. Miestelyje piktinamasi užsieniečių elgesiu, o ką tik centre kilusios masinės muštynės sukėlė dar didesnę nerimą. Garsiai nuskambėjęs įvykis verčia suklusti.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2014).

**Ekonominės atskirties** vaizdavimas televizijos laidų naratyvuose ryškiausiai atsiskleidė kalbant apie tokias atskirties grupes kaip bedarbiai, mažas pajamas gaunantys ir vargingai gyvenantys asmenys. Šiuolaikinėje žiniasklaidoje naratyvas egzistuoja tirštame kontekste, viena iš konteksto tirštinimo priemonių – laidos pavadinimas arba, jeigu tai kassavaitinė laida – aiškiai įvardijama laidos tema. Pavadinimas tampa mąstymo apie reiškinį sufleriu, ribojančiu kritinį problemos suvokimą.

Pavyzdžiui, vienos nagrinėtos pokalbių laidos tema skambėjo taip: „*Lietuviai – bedarbiai ar tinginiai?*“ Jau šiuo pavadinimu žiūrovui nuo pat pradžios siūlomos dvi problemos vertinimo alternatyvos. Ar ekonominę atskirtį patiriantys asmenys turėtų būti vertinami kaip gyvenimo nuskriaustieji, kurie turėtų sulaukti užuojautos ir gal net kažkokios pagalbos, ar kaip sunkių gyvenimo sąlygų savo elgesiu „nusipelnusieji“ – tinginiai. Tą pačią mintį laidos pradžioje išsako ir jos vedėja užduodama žiūrovui klausimą:

„*Kaip vertinti Lietuvos valstybės išlaikomus asmenis? Kaip nuskriaustusius ar kaip dykaduonius?*“ (Pokalbių laida „*Yra kaip yra*“, 2015-06-19).

Ypatingą vaidmenį televizijos laidose užima jų vedėjai arba „balsas už kadro“ – kaip pasireiškia pasakotojas priklauso nuo konkrečios laidos žanro. Būtent jie veda žiūrovą per visą laidą, siūžetą ir paaiškina tai, ko galbūt *nesuprato* žiūrovas, akcentuoja ir primena svarbius aspektus, padedančius *pamatyti* esamą situaciją, „realybę“, įvertinti laidos herojus. Pavyzdžiui, **socialinės atskirties** požymiai išryškėjo laidose, kurių herojai patiria tokias Lietuvoje esamas socialinės atskirties formas kaip benamystė, priklausomybių ligos ar homoseksualumas. Vienose laidose pristatomi konkretūs herojai (benamiai), kitose – herojais tampa visa socialinė grupė, atstovaujama grupės atstovų arba už jų gyvenimo būdą pasisakančių asmenų (LGBT bendruomenės atstovai). Vedėjai nuo pirmo sakinio kuria nuotaiką, nuteikia, jog bus kalbama apie labai priešišką ar net pavojingą visuomenei dalyką:

„*Šiandieninė laidos tema pareikalaus, gerbiamieji, iš jūsų visų jūsų tolerancijos likučių*“. <...> „*Jie sako, kad lytį galima pakeisti. Dar jie sako, kad vaikas gali turėti dvi mamas ir du tėčius. Taip pat jie norėtų, kad gėjų ir lesbiečių poroms būtų leista vaikiukus įsivaikinti. [...] Taigi, ar leisime seimui pakeisti įstatymus ir įteisinti visa tai, ką aš dabar minėjau?*“ (Pokalbių laida „*Nuoga tiesa*“, 2013-04-03)

Naratyvui kurti yra naudojamos binarinės opozicijos – tai gali būti atskirties atstovų vertinimai „normalaus“ visuomenės nario atžvilgiu – „bedarbiai-tinginiai“, „nuskriaustasis-dykaduonis“, siūlomi auditorijai moraliniai pasirinkimai - „leisime-neleisime“, arba iškeliami etiniai klausimai - „galima-negalima“. Dažniausiai vedėjas yra atvirai angažuotas ir pasirinkdamas tam tikrą poziciją tarsi *padeda apsispręsti* auditorijai, kuriai nuomonei pritarti bei kaip argumentuoti tokį pasirinkimą:

„*Visais laikais buvo tie homoseksualūs santykiai. Kodėl dabar šiais laikais dabar staiga prireikė įstatymų?* (Pokalbių laida „*Nuoga tiesa*“, 2013-04-03).

Kontroliuodami laidos siūžeto vystymosi eigą, vedėjai kuria baigtines socialinės atskirties formas, labai svarbų vaidmenį siūžetuose užima herojų portretai, kurie taip pat pristatomi vedėjų:

„Antroji mūsų istorija – tai yra, sakyčiau, garsiausiu mūsų šalies bedarbiu tituluojamas Zenonas Zebkinas, kuris mano, kad Lietuvoje yra įteisinta vergovė.“ (Pokalbių laida „Yra kaip yra“, 2015-06-19).

„Audronė Miltenienė, dešimties vaikų mama, kurių vienas nusizudė, nes negalėjo, kaip ji sako, išverti begalinio skurdo namuose, ji teigia, kad būtent valdžia nužudė, privedė prie savižudybės sūnų. Po tragedijos pati norėjo apsinuodyti smalkėmis ir kartu nunuodyti visus savo vaikus.“ (Pokalbių laida „Ginčas be taisyklių“, 2014-10-23).

„[...] anonimas ir pranešė, jog [...] Rima [...] tvarkinga, bet gyvena su keturiais vaikučiais. [...] 12 kvadratų bute kartu su keturiais savo vaikais“. (Socialinės dokumentikos laida „TV pagalba“, 2014-01-13)

Pasakojimuose pagal klasikinę naratyvo struktūrą yra protagonisto ir antagonisto vaidmenys. Kartais vaidmenį atlieka anonimas, kuriam priskiriami tam tikri bruožai, pavyzdžiui tai gali būti valstybės vaizdinsys, antagonistas „valdžia“, kuri skriaudžia „silpnuosius“:

„Lietuvoje skursta policininkai, mokytojai, pensininkai ir daugiavaikės šeimos. Aš sakau, kad už tokią gėdingą valstybės ekonominę, socialinę politiką atsakinga valdžia, išbridusi iš krizės skurdžiausiai gyvenančių ir pensininkų sąskaita.“ (Pokalbių laida „Ginčas be taisyklių“, 2014-10-23).

TV laidų interaktyvumas sukuria terpę, kai vaidmuo atitenka žiūrovui, šiuo atveju žiūrovas – tai istorijos protagonistas, kuris gali būti apgautas galimai meluojančio laidos herojaus, kuris išdrįsta kelti sąlygas, „yra apsileidęs“ ir „manipuliuoja“:

„Jonas iš Joniškio rajono į mūsų laidą kreipėsi su keistoku prašymu – „Padėkite mesti gerti“. Tačiau atvažiuokite ne iš karto, truputį vėliau. Nes dar norisi šiek tiek atsigerti, o jau vėliau Jonas mesiqs.“ (Socialinių aktualijų laida, „24 valandos“, 2014-05-06)

Vienaip arba kitaip herojų portretai vaizdingi, skandalingi, graudūs, gal net sukrečiantys:

„Ką reiškia būti benamiu žiemą, kai lauke speigas?[...] Visa tai mums papasakojo nešildomame garaže su žiurkėmis gyvenantis Vaclovas.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2016-01-14)

Išskirtinai žurnalistinio tyrimo žanro laidose, pats herojus kalba nedaug. Istoriją pasakoja „balsas už kadro“ turintis galią kalbėti atskirties atstovo vardu, atstovaudamas jam:

„Prausiasi Vaclovas priklausomai nuo sezono. Vasarą – ežere, o žiemą maždaug kartą per mėnesį lankosi benamių sanitarinio švarinimo punkte. Garažo aplinkos Vaclovas netvarko ir buities negražina. Esą nešvara atbaido vagis.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2016-01-14)

Tačiau šiam kalbėjimui nesvetimas jau minėtas angažuotumas, pavyzdžiui pasakojimuose apie **kaimynystės atskirtį** siužeto centre – aplinkos degradacija. Nors šia tema nėra kalbama daug, visgi galima aptikti šią atskirties formą iliustruojančių atvejų. Vienoje istorijoje prašantieji pagalbos įgalinami kalbėti ir turi galimybę būti išgirsti visuomenės. Bet jų balsai užgesinami „balsu už kadro“, kuris žino, ką užjausti, ką pašiepti:

Vedėjas: „Kaip dingsta ne tik įvažiavimai, bet ir ištisi keliai, kuriais per amžių amžius naudojosi vietiniai žmonės?“



Gyventoja: „Šventa žemė čionai. Ir aš užaugau, ir aš čionai gimiau, ir ganiau karves, ir žinau kiekvieną takelį, kiekvieną žingsnelį kur toj žemėj kas buvo.“

Vedėjas: „Šventa žeme Marytė vadina Gudienos kaimą Kaišiadorių rajone, tik čia nešventos kaimynų aistros verda. [...]“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2013-09-12)

Kai kuriose tiesioginėse pokalbių laidose vedėjo kuriamame *monologe* „nuskamba“ auditorijos balsas, kai prie klausimo nagrinėjimo ir sprendimo ieškojimo kviečiamas prisijungti ir žiūrovas:

„Štai ką noriu jums pasakyti, aš turiu jauną brolių, kuris pateko į sovietinę armiją. Jis išėjo labai normalus vaikinys, turėjo ir merginą, ir viską. Ir toj sovietinėj armijoje, tuose Rytuose kai jis papuolė, jisai grįžo jau gėjus. [...] Žmogus grįžo sugadintas. Grynai sugadintas.“ (Pokalbių laida „Nuoga tiesa“, 2013-04-03)

arba

„Laba diena. Aš esu Janina, man yra 63 metai ir aš noriu palaikyti grupę žmonių, kurie yra kitokie. [...] reikia nedaryti trukdžių, o leisti, sudaryti sąlygas, kad jie gyventų taip, kaip nori. Buvo anksčiau neįgaliųjų niekas nenorėjo matyti, dabar pilnos gatvės vežimėlių ir visiems gerai. [...] Neis į gatves tie gėjai, jei jūs leisite jiems gyventi taip, kaip nori. Nedemonstruoja jie savo seksualumo, jie tiesiog nori tų teisių, kad galėtų būti orūs, patys savimi.“ (Pokalbių laida „Nuoga tiesa“, 2013-04-03)

Analizės metu išskirta **erdvinė atskirtis**, pasireiškianti marginalizuojant pažeidžiamas grupes, aptinkama televizijos laidose apie Vilniaus taboro gyventojus bei pastaraisiais metais itin „išpopuliarėjusius“ pabėgėlius, kurie Lietuvoje laikinai apsigyvena Pabradės užsieniečių registracijos centre. Tiek viena, tiek kita vieta vaizduojama kaip pavojinga, nesaugi:

„Šiandien lankysimės vietoje, kur be apsaugos lankytis nepatartina, čia prekiaujama mirtimi, o kiekvienas smalsuolis, išdrįšęs peržengti šios teritorijos ribą, rizikuoja savo gyvybe. Pernai čia mirė, o tiksliau – žuvo, dešimt žmonių. Paslaptinga Vilniaus vieta, kur itin ryškūs skurdas ir kartu milijoninė prabanga.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2013-12-12).


„Kas nutinka, kai dešimtys skirtingų kultūrų susitinka po vienu stogu? Pabradės gyventojai savo pašonėje turi tarsi uždelsto veikimo bombą. Čia įkurtame užsieniečių registracijos centre verda tikros tarptautinės aistros.“ (Žurnalistinis tyrimas, „Specialus tyrimas“, 2014-01-09).

Galima teigti, kad naratyvinis socialinės atskirties vaizdavimas dominuoja pokalbių šou ir žurnalistinių tyrimų žanro laidose, jose skirtingos atskirties formos yra pateikiamos kaip tekstas su aiškiais struktūromis bei interpretacijų sufleravimu, kurį pateikia ekspertai ir autoritetingas balsas už kadro arba vedėjas. Šioje situacijoje televizinio produkto vartotojas yra pasyvus, gaunantis paruoštas mąstymo apie reiškinį schemas. Esminė problema tampa pasikartojantys stereotipinių vaizdinių apie ekonominę, erdvinę, kaimynystės arba kt. atskirties formas patiriančias asmenų grupes transliuojami naratyvai, kurie ne tik neugdo socialinio intelekto, bet ir palieka auditorijai menkas galimybes savarankiškai mąstyti apie jas bei augti kultūrinės kompetencijos rėmuose.

### 3.2.2. Vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas

Prie naratyvinio socialinės atskirties komunikavimo televizijoje reikšmingai prisideda vizualinis atskirties formų vaizdavimas. Neretai tai būna pagrindinis atvaizduojamo reiškinio suvokimo šaltinis, turintis stiprų poveikį ir papildantis tekstinį naratyvą. Ypatingai tai galima pastebėti žurnalistinio tyrimo bei socialinės realybės laidose, kur istorijos yra akivaizdžiai kuriamos pasitelkiant įvairias technologijas.

3 lentelė. Vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas

Kategorija	Subkategorija	Pavyzdžiai
Vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas	Turinys	
	Forma, kameros judėjimas, montažas	<p>Pašnekovas rodomas vidutiniu planu, tačiau žiūrovas mato tik jo siluetą (pusė kūno, ilgi plaukai). Patalpoje visiškai tamsu, tik už pašnekovo nugaros dega viena lempa, nukreipta jam į nugarą. Iš toliau parodoma kaip pašnekovas su žurnaliste sėdi prie kavinės stalielio.</p> <p>Iš tolo filmuojama labdaros valgykla, būrys žmonių prie durų. Atskirai priartinami ir parodomi pavieniai žmonės, labdaros valgyklos lankytojai. Dauguma tokie, kurie išsiskiria iš kitų – su mėlynėmis, nudėvėtais, nešvariais rūbais, sužeistomis rankomis.</p>
	Garsai	<p>Skambant pabėgėlių istorijoms, kurias jie patys pasakoja, fone skamba niūri, gaudi muzika.</p> <p>Žurnalisto kelionė pas herojų kaimo keliais. Groja nuotaikinga, linksma muzika. Atvykus į vietą, žurnalistui pristatant situaciją muzika nutyla, girdimi tik natūralūs garsai – lojantys šunys, vėjas.</p>

Pokalbių laidose atskirties vaizdinys yra formuojamas naratyvu – tai yra *pasakojimai* apie reiškinių, bet ne jų vaizdavimas. Filmavimas studijose yra standartinis, nekuriantis užimamos pozicijos įspūdžio, o vieninteliai garsai, kuriuos galima išgirsti – tai studijoje esančios auditorijos plojimai. Dažniausiai tokie palydi tik „neigiamiems“ (kaip jau buvo pasufleruota laidos vedėjos) herojams kritiką išreiškiančių asmenų pasisakymus. Kita vertus, sterilioje studijoje aptinkami naratyvo struktūrą tvirtinantis komponentai - tai opozicijų mąstymą apie problemą palaikantis laidos dalyvių susodinimas – „kairė-dešinė“ (žr. 2 pav.), vedėjo padėtis – stovintis aukščiau ir pan. Suprantama, kad pilnai vaizdavimo technikos yra panaudojamos kitų žanrų laidose.



2pav. Laidos dalyvių susodinimas studijoje. Pokalbių laida „Yra kaip yra“, 2015-06-19.

Ekonominė atskirtis ir su ja siejamas skurdas dažnai vaizduojamas per gyvenimo sąlygas, (ne)turimus daiktus, gyvenamąją vietą. Filmuojant dėmesys kreipiamas į nusidėvėjusią, nepatogią aplinką. Vienas iš dažnai naudojamų tokios aplinkos vaizdavimo būdų – kadrai su nudėvėtais žmogaus rūbais, avalyne, kitais daiktais (žr. 3 pav. ir priedas nr. 2). Pavyzdžiui, šiame kadre tai vaikų batai, kas šiuolaikinės visuomenės viešajame diskurse yra radikalčiai „nenormalu“ – vaikai tai pažeidžiama grupė, kuri turi būti apsaugota nuo tokio tipo problemų. Vertėtų pridurti, kad nusidėvėjimas savaime (čia nekalbama apie *vintage* mados atributus) vartojimo visuomenėje yra nepriimtinas ir dažniausiai siejamas su skurdu, apsilaidimu ir pan. Tokio pobūdžio kadrai dažniausiai yra rodomi stambiu planu, taip pat panaudotas sulėtinimo efektas, vaizdo priemonių sukeliama poveikį stiprina garsiniai efektai, tokie kaip graudi muzika.



3pav. Ekonominės atskirties vaizdavimas. „TV Pagalba“, 2014-01-13.

Herojus rodomas slepiant jo veidą (žr. 4 pav.) – sunku įžiūrėti patį žmogų, galima matyti tik siluetą. Akivaizdu, toks žmogaus pristatymas byloja, kad priklausymas aptariamai atskirties grupei yra gėdingas, pavojingas pačiam asmeniui arba jo artimųjų saugumui, privatumui. Dažniausiai tokiomis sąlygomis rodomi nusikaltėliai, narkomanai, prostitutės – stigmatizuoti asmenys, praeityje arba dabartyje nesilaikantys valstybės įstatymų, užsiimantys neteisėta, smerktina veikla. Tas pats pristatymo būdas tampa terpe savo istoriją pasakojančiam translyčiam asmeniui ir apskritai jo atstovaujamai LGBT bendruomenei, pati terpė sukuria neartikuliojamą susitikimo su Kitu, nepanašiu į žiūrovą, asmeniu, erdvę, kuri savo ruožtu neabejotinai palieka įspaudą auditorijos suvokime.



4pav. Translyčio asmens portretas. Pokalbių laida „Nuoga tiesa“, 2013-04-03.

Charakteringas socialinės atskirties vaizdavimas aptinkamas laidoje „Specialus tyrimas“ (2016m.) siūžete apie benamius asmenis. Kartu su pilnu dramatiškumu pasakojimu apie sunkias

gyvenimo sąlygas bei balso už kadro ironija apie menkas pastangas pakeisti pasirinktą gyvenimo būdą, auditorija stebi egzotinį vaizdą (žr. 5 pav. ir priedas nr. 2) – prie labdaros valgyklos svirduliuojančius asmenis, kurie apsirengę stipriai nusidėvėjusiais rūbais, akivaizdžiai sužalotais veidais. Koreliuojant su pasakojimu toks vaizdas nurodo į „nenormalumą“ skirtingai nei, pavyzdžiui, benamių vaizdavimas M. Survilos filme „Stebuklų laukas“, kai benamiai rodomi kaip žmonių grupė (šioje vietoje sąmoningai atsiribojama nuo vertinančių epitetų, pvz. „savarankiška grupė“, „normali grupė“), su kuria galima užmegzti egalitarinį lygiųjų dialogą – kalbėti jiems ne iš įgalintos pozicijos bei išgirsti jų balsą.



5pav. Benamiai prie labdaros valgyklos. Žurnalistinis tyrimas „Specialus tyrimas“, 2016-01-14.

Kai kuriuose siužetuose atskirtis vaizduojama komiškai, pavyzdžiui kaimynystės atskirtį patiriantys asmenys vaizduojami kaip nuskriausti, kovojantys už teisybę gyventojai, pasakojimą sustiprina patiriamų sunkumų, kliūčių, su kuriomis susiduriama, pasikartojantis vaizdavimas stambiu planu (žr. 6 pav.) – užtvaros, spygliuotos vielos. Paminėta komiško nuotaika kuriama pasitelkus linksmą garso takelį, pabrėžiamas situacijos absurdas. Įdomu tai, kad tokiuose siužetuose dėmesys nukreipiamas ne į pačią grupę, kuri patiria atskirtį, bet į valdžios atstovų veiksmus, transliuojamos nuorodos į galimai neskaidrius arba nesąžiningus procesus. Šiuo atveju tokio tipo kalbėjimas akivaizdžiai siejamas su politine situacija, nukrypstama nuo atskirtį patiriančių žmonių į politinės arenos diskursą.





6 pav. Kaimynstės atskirties vaizdavimas.

Žurnalistinis tyrimas „Specialus tyrimas“, 2013-09-12.

Vis dėlto reikėtų pabrėžti, kad ne visos laidos yra vienodai tirštai pripildytos konkrečią atskirtį komunikuojančiais vaizdais. Pavyzdžiui, laidose apie erdvinę atskirtį aptariamą atskirties grupę charakterizuojančių vaizdinių itin daug. Dėmesys sutelkiamas į aplinką, kurioje yra patalpinti atskirtieji. Gausybė kadrų keičia vieni kitus, siužeto eigoje gali pasirodyti, jog jie jau kartojasi, nors rodomi nauji, tačiau panašūs vaizdai. Štai laidoje apie Vilniaus taboro gyventojus, vienu iš laidos objektų tampa Vilniaus savivaldybės teigimu nelegaliai pastatyti statiniai-lūšnos taboro teritorijoje, kurių, per šiek tiek daugiau nei minutę laiko, yra parodoma apie 15. Kai kurie jų filmuojami įprastai, kai kurie – per metalines aprūdijusias tvoras (žr. 7 pav.), taip dar labiau sustiprinant vaizduojamos aplinkos nepatrauklumą, kitoniškumą, kuris ypač išryškėja turint omenyje, jog matomas vaizdas yra kasdienė gyvenamoji žmonių aplinka, kuri visiškai nepanaši į daugelio gyvenamuosius namus, butus. Šis vaizdas neabejotinai siejamas su šioje vietoje gyvenančiais asmenimis – romais, vaizduojama vieta tampa kontekstu, kuriame minėti asmenys yra suvokiami. Laidos metu fone groja niūri muzika, kuri šiek tiek prityla tik kalbinant taboro gyventojus. Įdomu tai, kad garsinės žiūrovo „graudinimo“, „bauginimo“ technikos pasikartoja laidose su skirtingais siužetais – pavyzdžiui pasakojant apie Romų taborą arba Pabradės pabėgėlių centrą. Toks šabloniškumas byloja apie sąlyginį kuriamų laidų paviršutiniškumą, kai autentiškos žmonių grupės yra išspraudžiamos į serijinį laidos formatą bei laidai kurti naudojamus pasikartojančius būdus.



7pav. Vilniaus taboro gyvenamieji namai. Žurnalistinis tyrimas „Specialus tyrimas“, 2013-12-12 ir Pabradės pabėgėlių centras. Žurnalistinis tyrimas „Specialus tyrimas“, 2014-01-09.

Apskritai pastebėta, kad vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas - tai tekstinio naratyvo pratęsimas, vaizdas yra pritraukiamas prie pasakojimo ir atkartoja jį struktūriškai bei semantiškai. Užduotas laidos tonas, jos siužetas yra išplečiamas jau minėtais pasikartojančiais stereotipais apie įvairias atskirties formas bei tarsi tampa patvirtinimu pagrindinei konkrečios laidos žinutei. Kaip jau buvo minėta, socialinio intelekto ugdymo klausimai lieka atvirais, socialinis jautrumas verčiau virsta gailesčiu arba pašaipomis.

### 3.2.3. Kultūrinės kompetencijos raiška komunikuojant su žiūrovu

Analizuojamose laidose galima aptikti daugelio Terry L. Cross kultūrinės kompetencijos modelio stadijų bruožų nuo kultūrinio destruktivumo iki kultūrinio įgudimo. Atsižvelgiant į citatų skaičių kiekvienoje kategorijoje (žr. priedas nr. ), galima identifikuoti, kokioje padėtyje atskirties grupių atžvilgiu yra šiuolaikinė lietuviška televizija.

4 lentelė. Kultūrinės kompetencijos raiška komunikuojant su žiūrovu

Kategorija	Subkategorija	Pavyzdžiai
Kultūrinės kompetencijos raiška	Kultūrinis destruktivumas	„Man labiau patinka Raudonkepuraitė moteris ir niekaip kitaip daugiau neįsivaizduoju pasaulio, kur net pasakos yra išverčiamos į iškreiptą pusę. Man atrodo tai yra klystkelis, tai ką jūs bandot pasakyti visi šiandien laidoj tai yra jūs bandot paneigti esminius pamatus normalios visuomenės.“ (Pokalbių laida, „Nuoga tiesa“, 2013);
	Kultūrinis neįgalumas	„Tai jūs sakot, kad mes, dirbantys asmenys, turėtume būti solidarūs jūsų atžvilgiu – bedarbių ir tinginių?“ (Pokalbių laida, „Yra kaip yra“, 2015);

		„Vaiką pasigimdyti tai labai sugebam, o kad ateiti susitvarkyti, kad nereiktų tiek už šilumą mokėt, nėra kam.<...> Man tų vaikučių gaila. Man jos tai visai negaila. O jeigu proto nėra. Bet vaikučiai ką kalti čia?“ (Socialinė dokumentika, „TV pagalba“, 2014) „Štai redaktorė rašo: Jonas, Jonišio rajonas. Juokingas vyriškis. Sako, kad negali nustot gert.“ (Socialinė dokumentika, „24 valandos“, 2014)
	Kultūrinė iki-kompetencija	„Nei mes akli, nei mes kurti ir puikiai žinom, ko žmonės reikalauja. Žmonės nori gyventi geriau. Ir jų tai yra teisėtas reikalavimas.“ (Pokalbių laida, „Ginčas be taisyklių“, 2014)
	Kultūrinis kompetentingumas	„Jeigu yra žmonės, grupė žmonių, kurie nori gyventi taip, o ne kitaip, tai reikia nedaryti trukdžių, o leisti, sudaryti sąlygas, kad jie gyventų taip, kaip nori. Buvo anksčiau neįgaliųjų niekas nenorėjo matyti, dabar pilnos gatvės vežimėlių ir visiems gerai.“ (Pokalbių laida, „Nuoga tiesa“, 2013).
	Kultūrinis įgudimas	„Tokie patys žmonės. Tik reikia priimti juos tokius, kokie jie yra.“ (Pokalbių laida, „Nuoga tiesa“, 2013);

Ištirtose laidose dominavo neigiamos kultūrinės kompetencijos raiškos. Kultūrinio destruktivumo kompetencijos stadijoje pasireiškia atviras kalbėjimas apie kitokio nei „Aš“ sunaikinimą. Nagrinėjamosiose laidose buvo aptikta keletą siužetų, kurių šerdimi buvo totalus kitoniškumo neigimas – tai pasakojimai apie homoseksualumą:

*Seimo narys: „Aš gyvenu pasaulyje, kuris sudarytas iš vyrų ir iš moterų. Ir tuo labai džiaugiuosi“ (Pokalbių laida, „Nuoga tiesa“, 2013).*

Šiuo atveju susiduriame su klasikiniu šovinizmu, kai savieji kultūriniai įsitikinimai laikomi nepajudinamais ir pranašesniais nei Kito. Svarbu pažymėti, kad ši stadija pasireiškia aptariant aštresnius klausimus:

*Ekonomistė: „Tikrai kartais trūksta socialinių įgūdžių. Jeigu žmogaus protelis funkcionuoja taip, kad aš nueisiu, dirbsiu ant pastolių, kas reiškia pavojingą darbą, kad kažko ten prisidurčiau ir net neturiu draudimo, tai arba su protu blogai arba socialiniai įgūdžiai blogi, bet tada nereikia verkti, kad mes negalim jum padėti.“*

Galima manyti, kad laida kaip terpė gali tapti mediumu ir formuoti patį siužetą su orientaciją į dialogą, bet ne į atvirą konfliktą, kaip dažnai atsitinka lietuviškose pokalbių laidose. Visai arti pagal nekompetencijos lygį yra kultūrinio neįgalumo stadija, kai nesugebama jautriai reaguoti į kitokias grupes, pokalbių laidose tai pasireiškia teksto forma, arba kalbėjimu:



*Laidos ekspertė: „Tai jūs sakot, kad mes, dirbantys asmenys, turėtume būti solidarūs jūsų atžvilgiu – bedarbių ir tinginių?“*

Kultūrinio neįgalumo situacija atsitinka dėl Kito nepažinimo ir baimės. Ši nepagrįsta baimė tampa eskaluojamu pseudo argumentu Kito atmetimo situacijoje. Žiniasklaida, kaip masinės komunikacijos priemonė, turi galimybę veikti šiuos įsivaizdavimus bei būdus kaip yra suvokiamos tariamos grėsmės.

Įdomu tai, kad nagrinėjamosiose laidose praktiškai nepasitaikydavo kultūrinį aklumą reprezentuojančių atvejų – šis faktas byloja apie tai, kad kultūrinė įvairovė kaip tokia – tai duotybė, ir ji nėra paneigiama ir ja nėra abejojama. Galima teigti, kad kaip tik atvirkščiai, lietuviškojoje televizijoje tarpgrupiniai skirtumai tapo „žaliava“ siužetams, medžiaga, leidžiančia atlikti pramoginę žiniasklaidos funkciją.

Prie pozityvios kultūrinės kompetencijos raiškos priskiriama kultūrinės iki-kompetencijos stadija tyrinėtose laidose reiškiasi kur kas rečiau. Tai nuostata, kai rodomas aktyvus susidomėjimas Kitu, ši nuostata lydima ne vien smalsumu, bet ir suvokimu apie Kito poreikius:

*Seimo narys: „Nei mes akli, nei mes kurti ir puikiai žinom, ko žmonės reikalauja. Žmonės nori gyventi geriau. Ir jų tai yra teisėtas reikalavimas.“*

Vis dėlto vien tokios nuostatos nepakanka visapusiškam dialogo su Kitu užmezgimui. Žiniasklaida gali atlikti vieną iš savo funkcijų – tęstinumo funkciją tik pasiekusi kultūrinio kompetentingumo kultūrinės kompetencijos stadiją. Šioje stadijoje skirtingos grupės geba integruotai funkcionuoti visuomenėje:

*Skambutis tiesioginio eterio metu: „Jeigu yra žmonės, grupė žmonių, kurie nori gyventi taip, o ne kitaip, tai reikia nedaryti trukdžių, o leisti, sudaryti sąlygas, kad jie gyventų taip, kaip nori. Buvo anksčiau neįgaliųjų niekas nenorėjo matyti, dabar pilnos gatvės vežimėlių ir visiems gerai.“*

Kultūrinės kompetencijos kaip ir kultūrinio įgudimo komunikavimas eteryje pasireiškė kaip labai reta išimtis iš bendro laidų formato. Nagrinėtose laidose tokios stadijos epizodiškai išreiškiamos kaip siekiamybė, kaip *politiniai* manifestai atskirų ekspertų lūpomis:

*„Tokie patys žmonės. Tik reikia priimti juos tokius, kokie jie yra.“*

Tuo tarpu pačių nagrinėtų laidų struktūroje nei viena iš pozityvios kultūrinės kompetencijos stadijų nėra įpinta į siužetą struktūriškai. Galima teigti, kad laidose dominuoja kultūrinio neįgalumo stadija, kuri komunikuojama tekstinio naratyvo ir vaizdo formomis – kaip jau buvo minėta ankstesniuose skyriuose, eksploatuojami pasikartojantys siužetai, apeliuojantys į auditorijos baimes, nerimą bei nežinojimą.

### 3.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas

Atliktas socialinės atskirties komunikavimo lietuviškoje televizijoje tyrimas išryškino pačios problemos naratyvinį, vizualinį pateikimą bei kultūrinės lietuviškosios televizijos kompetencijos ypatumus.

Pirmiausia, analizuojant naratyvinį socialinės atskirties vaizdavimą paaiškėjo, jog naratyvas dominuoja žurnalistinio tyrimo bei pokalbių šou žanro laidose. Jose pateikiamos skirtingos atskirties formos atpažįstamos iš teksto, kuris ne tik informuoja auditoriją apie egzistuojančias problemas, bet ir čia pat pasiūlo tos problemos suvokimo/interpretacijų galimybes. Žiūrovas lieka pasyviu stebėtoju, iš kurio nereikalaujama analizuoti pateikiamo turinio. Tokioje situacijoje esmine problema tampa socialinės atskirties komunikavimas žiniasklaidos vartotojui ją stereotipizuojant, o tai leidžia daryti prielaidą, jog kultūrinės kompetencijos plėtojimuisi žiniasklaidos, kaip atliekančio edukacinę funkciją masinės komunikacijos instrumento, pagalba lieka labai mažai vietos.

Vizualinių socialinės atskirties vaizdavimo formų analizė atskleidė, jog vaizdas nagrinėtose televizijos laidose yra pritraukiamas prie tekstinio pasakojimo, atkartoja jį struktūriškai bei semantiškai, o laidų siužetai išplečiami pasikartojančiais stereotipiniais kitoniškumo vaizdiniais, kurie dažniausiai būna egzotiški, nepriimtini, atstumiantys. Pasitelkiant vizualines, garsines priemones socialinės atskirties paliesti asmenys, grupės veikiau tampa patyčių, pasibjaurėjimo ar gailesčio objektu.

Aptariant tyrimo rezultatus ( tiek naratyvinio, tiek vizualinio atskirties vaizdavimo) iš kultūrinės kompetencijos perspektyvos, galima teigti, jog lietuviškosios televizijos laidose, socialinės atskirties grupių atžvilgiu vyrauja kultūrinio neįgalumo stadija, kai stokojama jautraus reagavimo į skirtingas grupes, o to priežastis dažniausiai yra nežinojimas ir nepagrįsta baimė. Apeliuojant būtent į šiuos auditorijos išgyvenimus ir yra komunuojama socialinė atskirtis. Tuo tarpu nė viena iš pozityvios kultūrinės kompetencijos stadijų nėra įpinta į siužetą struktūriškai, o pavieniai kultūrinį jautrumą demonstruojantys epizodai pasirodo itin retai ir turi mažai poveikio bendrai komunuojamai žinutei.

## IŠVADOS

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą, paaiškėjo, kad socialinė atskirtis konceptuali požiūriu – tai grupės žmonių, kurios gali būti skirstomos priklausomai nuo teorinių prieigų pagal formas, dimensijas, bruožus ir veiksnius. Vieningai yra sutariama, kad šių grupių panašumas – jų izoliacija nuo atitinkamų socialinių procesų.

2. Socialinė atskirtis kultūrinės kompetencijos požiūriu – tai grupės, turinčios esminius kultūrinius skirtumus nuo duotu laiku visuomenėje galiojančių normų bei reikalaujančios pažinimo, pripažinimo bei empatijos. Socialinės atskirties priežastys savaime yra imanentinės socialinei struktūrai, šiame kontekste kultūrinė kompetencija akcentuoja ne grupių vienodumą, o jų skirtumus ir iškelia tikslą ne padaryti visus vienodai „normaliais“, bet padėti skirtingoms grupėms, „normalioms“ ir esančioms „už normalumo ribų“ susikalbėti.

3. Žiniasklaida teoriniu požiūriu nagrinėjama neatsiejamai nuo masinės komunikacijos ir viešosios erdvės tyrimų. Teoretikai išskiria žiniasklaidos funkcijas, kurias ji atlieka visuomenėje, šių funkcijų bendras bruožas – tai tam tikrų įtakų sklaida žiniasklaidos vartotojams. Žiniasklaida, kaip masinės komunikacijos instrumentas, yra atsakinga už (ne)tiesioginę auditorijos edukaciją. Žiniasklaida turi potencialą tapti terpe komunikuoti turinį, galintį nulemti pozityvią tarpgrupinę komunikaciją.

4. Atlikus tyrimo duomenų analizę nustatyta, jog naratyvinis socialinės atskirties komunikavimas dominuoja pokalbių šou ir žurnalistinių tyrimų žanro laidose, jose skirtingos atskirties formos yra pateikiamos kaip tekstas su aiškiais struktūromis bei interpretacijų sufleravimu. Šioje situacijoje televizinio produkto vartotojas yra pasyvus, gaunantis paruoštas mąstymo apie reiškinį schemas.

5. Taip pat pastebėta, kad vizualinis socialinės atskirties formų vaizdavimas - tai tekstinio naratyvo pratęsimas, vaizdas yra pritraukiamas prie pasakojimo ir atkartoja jį struktūriškai bei semantiškai. Laidų siužetai yra išplečiami pasikartojančiais stereotipais apie įvairias atskirties formas bei tarsi tampa patvirtinimu pagrindinei konkrečios laidos žinutei.

6. Nagrinėtose laidose komunikuojami pasikartojantys stereotipinių vaizdinių apie skirtingas atskirties formas patiriančias asmenų grupes naratyvai neugdo socialinio intelekto ir palieka auditorijai menkas galimybes savarankiškai mąstyti apie šias grupes bei augti kultūrinės kompetencijos rėmuose.

7. Iš tyrimo rezultatų matyti, kad lietuviškojoje televizijoje komunikuojant socialinės atskirties problemą dominuoja kultūrinio neįgalumo stadija, kuri pasireiškia naratyvo ir vaizdo formomis, apeliuojančiomis į auditorijos baimes, nerimą bei nežinojimą.

## LITERATŪRA

1. Abrams, L. S. ir Moio, J. A. (2009). Critical Race Theory and the Cultural Competence Dilemma in Social Work Education. *Journal of Social Work Education*. 45(2), 245-261.
2. Bainbridge, J. (2008). *Textual Analysis and Media Research. Media and Journalism*. Oxford: Oxford University Press.
3. Balčytienė, A. (2000). Žiniasklaidos tekstai. *Darbai ir dienos*. Kaunas: VDU leidykla, 109-120.
4. Balčytienė, A. (2002). Naujos technologijos ir žurnalistika. *Darbai ir dienos*. Kaunas: VDU leidykla, 1-38.
5. Balčytienė, A. (2009). *Žiniasklaidos sistemos transformacijos procesai demokratinėje Lietuvoje*. Kaunas: VDU leidykla.
6. Baranova, J. (2003). Kategorinis imperatyvas ir Kito veidas: Immanuelis Kantas, Emmanuelis Levinas. *Mokslinė mintis. Logos* 32. Vilniaus pedagoginis universitetas, 82-91.
7. Beresnevičiūtė, V. ir Frėjutė-Rakauskienė, M. (2006). Etninė tematika ir nepakantumas Lietuvos žiniasklaidoje: dienraščių analizė. *Etniškumo studijos*, 19-44.
8. Bertrand, C.J. (1997). *Media Ethics and Accountability Systems*. Presses Universitaires de France.
9. Bhuyan R. ir kt. (2012). Linking Practicioners' Attitudes Towards and Basic Knowledge of Immigrants eith their Social Work Education. *Social Work Education* 31(8), 973-994.
10. Bielinis, L. (2005). *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas.
11. Bradshaw, J. (2004). *How has the notion of social exclusion developed in the European discourse?* The Economic and Labour Relations Review, 168-186.
12. Brazienė, A. ir Merkys, G. (2012). Jaunimo ir jaunų suaugusiųjų socialinė atskirtis ir gyvenimo sąlygos: stebėsenos indikatorių paieškos problema. *Filosofija. Sociologija*, 23(2), 119–127.
13. Brownlee T. ir Lee K. (2016). *Building Culturally Competent Organizations*. The Community Tool Box, University of Kansas. Prieiga per internetą: <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/culture/cultural-competence/culturally-competent-organizations/main>
14. CarES, (2013). Emotional Intelligence and Social Sensitivity in Health Care. Final Report. Prieiga per internetą: <http://www.car-es.eu/post-social-sensitivity.html>
15. Castells, M. (2008). *The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance*. The Annals of the American Academy.

16. Community Health Corps (2008). *Cultural Sensitivity*. Prieiga per internetą: <http://www.communityhealthcorps.org/client/documents/Prescription-4-Cultural-Sensitivity-Member.pdf>
17. Cross, T. L. (1989). *Towards a Culturally Competent System of Care*. CASSP Technical Assistance Center.
18. Croteau, D., Hoynes, W. (2006). *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Sage Publishing
19. Dagytė, I. (2003). Žiniasklaidos vadyba: samprata ir problematika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos* 2, 31-34.
20. Dobryninas, A. (2006). Žiniasklaida ir visuomenė: pilietiniai ar komerciniai prioritetai? Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=4610&p\\_d=15849&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=4610&p_d=15849&p_k=1)
21. Grigaliūnas, M. (2013). Religijos įvaizdžių konstravimo principai sovietmečio Lietuvos meniniuose kino ir televizijos filmuose antireliginės propagandos kontekste: predispozijų aspektas. *Informacijos mokslai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
22. Griškonytė, D., Mikštienė, G. (2007). *Lietuvos spaudos istorijos transformacijos. Lietuvos žiniasklaida jaunųjų tyrėjų akimis*. Vilnius: VPU leidykla.
23. Habermass, J. (1996). *Between Facts and Norms*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
24. Jackūnas, Ž. (2012). Socialinės šizofrenijos industrija. *Kultūros barai* 5, 14-22.
25. Jastramskis D. (2011). Lietuvos žiniasklaidos sistemos modelio bruožai. *Informacijos mokslai*, 52-70.
26. Jastramskis, D. (2012). Žiniasklaidos ekonomika: naujienų organizacijos, verslas, modeliai ir veiksniai. *Medijos, žiniasklaida, žurnalistika tradicinėje tinklaveikos visuomenėje: kolektyvinė monografija*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
27. Jastramskis D. (2014). Lietuvos žiniasklaidos industrijų gyvavimo ciklo stadijos. *Informacijos mokslai*, 113-126.
28. Juodytė, A. (2011). *Manipuliaciniai scenarijai naujienų vadyboje: žurnalistų profesinių vertybių tyrimas*. Daktaro disertacija. Vilniaus universitetas.
29. Juraitė, K. ir Telešienė, A. (2009). Ekologinės rizikos diskursas žiniasklaidoje: tyrimo teorinės ir metodologinės priegigos. *Filosofija. Sociologija*, 20(4), 227–236.
30. Keršytė, N. (2005). Intersubjektyvumo samprata Emmanuelio Levino filosofijoje, *Logos*.
31. Luobikienė I. (2011). Kaimo gyventojų problemos ir jų atspindėjimas Lietuvos žiniasklaidoje. *Kaimo raidos kryptys žinių visuomenėje*, 117-126.

32. Mak A. S. ir Shaw T. L. (2015). Perceptions of Intercultural Social Challenges: Towards Culturally Competent Counselling Practice. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 25(2), 183-199.
33. Malinauskas, R. (2004), Socialinio rengimo įtaka sporto pedagogų socialiniams įgūdžiams, *Acta Pedagogica Vilnensia*, 12, 61-68.
34. Martell C. R. (2015). Toward Defining, Measuring, and Evaluating LGBT Cultural Competence for Psychologists. *Clinical Psychology: Science and Practice*. 22(2), 172-176.
35. Mažylė, J. (2012). Atsakingos žiniasklaidos sistemos: teorinės prieigos ir situacija Lietuvos regionų spaudoje. *Žurnalistikos tyrimai, Mokslo darbų žurnalas (Komunikacija ir informacija)*, 5, 126-144.
36. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. Sage Publications.
37. Miliband, D. (2006). *Social Exclusion: The Next Steps Forward*. Office of the Deputy Prime Minister.
38. Miliūnaitė, R. (2010). Laikraštinė ir interneto žiniasklaida: turinio bendrumas, kalbos takoskyra. *Gimtoji kalba*, 4-17.
39. Misiūnas, A. ir Binkauskienė G. (2004). Skurdo ir socialinės atskirties problema. *Lietuvos ekonomikos apžvalga*, 2, 98 – 104.
40. Nairn R. ir kt. (2011). Mass Media in Aotearoa: an Obstacle to Cultural Competence. *New Zealand Journal of Psychology*. 40(3), 168-175.
41. NASW. (2015). *Standards and Indicators for Cultural Competence in Social Work Practice*. National Association of Social workers, 12.
42. Nevinskaitė, L. (2008). Viešosios sferos teorija ir jos taikymas žiniasklaidos tyrimuose. *Žurnalistikos tyrimai, Mokslo darbų žurnalas (Komunikacija ir informacija)*, 1, 173-187.
43. Pakėnaitė A. (2015). Emigranto paveikslas piliečių žurnalistikoje. *Žurnalistikos tyrimai*, 9, 74-96.
44. Pantazis, C., Gordon, D. ir Levitas, R. (2006). *Poverty and Social Exclusion in Britain*, Bristol: The Policy Press.
45. Percy-Smith, J. (2000). *Policy Responses to Social Exclusion. Towards Inclusion?* Open University Press: Buckingham, Philadelphia.
46. Povenmire-Kirk T. C. (2015). Developing Cultural Competence in Secondary Transition. *Teaching Exceptional Children*, 47(6), 319-328.

47. Rajaram S. S. ir Bockrath S. (2014). Cultural Competence: New Conceptual Insights into its Limits and Potential for Addressing Health Disparities. *Journal of Health Disparities Research and Practice*, 7(5), 82-89.
48. Rapolienė G. (2010). Vyresnio amžiaus žmonės Lietuvos žiniasklaidoje: naivūs, kenčiantys, bejėgiai. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*. 1(26), 99-115.
49. Saifulinaitė J. (2012). Kurčiųjų ir neprigirdinčiųjų vaizdavimo ypatumai Lietuvos internetinėje žiniasklaidoje. *Žurnalistikos tyrimai*, 5, 53-97.
50. Salovey, P. ir Mayer J. (1990). *Emotional Intelligence*. Boywood Publishing Co.
51. Saunders, P. (2013). Reflections on the Concept of Social Exclusion and the Australian Social Inclusion Agenda, *Social Policy & Administration*, (47)6, 692-708.
52. Socialinės integracijos paslaugų socialiai pažeidžiamų ir socialinės rizikos asmenų grupėms situacijos, poreikių ir rezultatyvumo vertinimas, siekiant efektyviai panaudoti 2007-2013m. ES struktūrinę paramą. (2011). Viešosios politikos ir vadybos institutas.
53. Stephenson, N., Iu, J. (2012). *The neglect of economic capital in social exclusion*. The Australian National University.
54. Švaraitė I. (2014). Seksualinių mažumų pateikimas Lietuvos nacionaliniuose dienraščiuose 2008-2013 metais. *Žurnalistikos tyrimai*, 7, 87-126.
55. Telešienė, A. Diskurso analizė. Įvadas į kompiuterizuotą kokybinių duomenų analizę. Prieiga per internetą: [http://www.lidata.eu/index.php?file=files/mokymai/NVivo/nvivo.html&course\\_file=nvivo\\_II\\_2\\_2.html](http://www.lidata.eu/index.php?file=files/mokymai/NVivo/nvivo.html&course_file=nvivo_II_2_2.html)
56. Tereškinas, A., (2014). Permaštant socialinę atskirtį ir kentėjimą. *Kultūra ir visuomenė. Socialinių tyrimų žurnalas* (5)3, 153-169.
57. Tereškinas A. ir kt. (2015). *Socialinė atskirtis ir geras gyvenimas Lietuvoje*. Kolektyvinė monografija. VDU: Versus Aureus.
58. TV auditorijos tyrimo rezultatai. TNS LT. Prieiga per internetą: <http://www.tns.lt/lt/top/paslaugos/ziniasklaidos-auditoriju-tyrimai/tv-auditorijos-tyrimas/duomenys-1/>
59. Uznieinė, R. (2009). Medijinis ugdymas informacinės žinių visuomenės ugdymo erdvėje. *Tiltai*, 2, 143-155.
60. Valentinavičius, V. (2004). Žiniasklaida kaip pilietinės visuomenės dėmuo. *Konferencija „Pilietinis švietimas ir politinis raštingumas Lietuvoje: kokią valstybę ir visuomenę turėsime?“ LR Prezidentūra, 2004 rugsėjo 30d.*

61. Žydžiūnaitė, V., Merkys, G. ir Jonušaitė, S. (2004). *Socialinio pedagogo profesinės adaptacijos kokybinė diagnostika. Ugdymo(si) paradigmos kaitos procese*. Kaunas: KTU Edukologijos institutas.
62. Žukauskaitė, A. (2002). Du kartus apie neįmanomą etiką. *Filosofija, sociologija, 1*, 3-7.
63. *Žurnalistikos enciklopedija*, (1997). Vilnius: Pradai.



## ŠALTINIAI

1. 24 valandos. 2014-05-06. Prieiga per internetą: <http://lnkgo.alfa.lt/visi-video/24-valandos-13/ziurek-24-valandos-531>
2. Ginčas be taisyklių. 2014-10-23. Prieiga per internetą: <http://play.tv3.lt/programos/gincas-be-taisykliu/468771?autostart=true>
3. Yra kaip yra. 2015-06-19. Prieiga per internetą: <http://lnkgo.alfa.lt/visi-video/yra-kaip-yra/ziurek-yra-kaip-yra-3>
4. Nuoga tiesa. 2013-04-03. Prieiga per internetą: <http://tv.lrytas.lt/?id=13649754891363548085>;  
<http://tv.lrytas.lt/?id=13649755161363366950>
5. Specialus tyrimas. 2016-01-14. Prieiga per internetą: [http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/92319/specialus\\_tyrimas](http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/92319/specialus_tyrimas)
6. Specialus tyrimas. 2013-12-12. Prieiga per internetą: [http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/47496/specialus\\_tyrimas](http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/47496/specialus_tyrimas)
7. Specialus tyrimas. 2014-01-09. Prieiga per internetą: [http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/48807/specialus\\_tyrimas](http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/48807/specialus_tyrimas)
8. Specialus tyrimas. 2013-09-12. Prieiga per internetą: [http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/42788/specialus\\_tyrimas](http://www.lrt.lt/mediateka/irasas/42788/specialus_tyrimas)
9. TV pagalba. 2014-01-13. Prieiga per internetą: <http://play.tv3.lt/programos/tv-pagalba/347685?autostart=true>

## **PRIEDAI**