

ŠIAULIŲ UNIVERSITETO  
MENŲ FAKULTETO  
DIZAINO KATEDRA

Magistro darbas  
**Socialinės reklamos projektas: iš Tėvynės daug kelių, o į ją tik - vienas**

Magistrantė: Brigita Šimkutė  
Vadovas: doc. V. Šimoliūnas  
Recenzentė: Jurgina Jankauskienė

ŠIAULIAI  
2013 m.

## Įvadas

1. ĮVADINĖ DALIS	
1.1. Magistro darbo tema.....	4
1.2. Problemos aktualumas, veiksniai lemiantys temos pasirinkimą.....	4
1.3. Darbo objektas.....	5
1.4. Darbo tikslas.....	5
1.5. Darbo uždaviniai.....	5
2. TEORINIAI MAGISTRO DARBO PROJEKTO PAGRINDAI.....	5
2.1. Institucinė meno teorija.....	6
2.2. Požiūris per estetinių meno teorijų prizmę.....	6
3. VEIKSNIAI SKATINANTYS EMIGRACIJĄ.....	6
3.1. Veiksniai, pritraukiantys imigrantus į išsivysčiusias šalis.....	7
3.2. Mastai. Emigracijos statistika.....	8
3.3. Emigracijos kryptys.....	8-9
3.4. Tendencijos ir prognozės.....	9
4. EMIGRACIJOS PASEKMĖS.....	9-12
4.1 Lietuvos gyventojų mažėjimo grėsmė.....	13
4.2 „Protų nutekėjimo“ grėsmė.....	13-15
4.3 Specialistų išvažiavimas iš Lietuvos.....	15-16
4.4 Nutautėjimo grėsmė.....	16-17
4.5 Palikti vaikai.....	17
4.6 Neigiamas poveikis valstybės įvaizdžiui ir reputacijai pasaulyje.....	17-18
5. PROTŲ SULAIKYMO POLITIKA: BENDROJO POBŪDŽIO PRIEMONĖS.....	18-20
5.1 Protų susigrąžinimo politika: užsienio pavyzdžiai.....	20-21
5.2 Lietuvos politikos priemonės migrantų grįžimui skatinti.....	21-22
6. NELEGALI MIGRACIJA.....	23
6.1 Ekonominiai aspektai.....	23
6.2 Kriminaliniai aspektai.....	23-24
6.3 Prekyba žmonėmis.....	24
7. TEIGIAMOS MIGRACIJOS PASEKMĖS.....	24
8. SOCIALINĖ REKLAMA – VISUOMENĖS INFORMAVIMO PRIEMONĖ.....	25-28
8.1 Socialinės reklamos tikslas ir funkcijos.....	28-29
8.2 Reklamos savybės.....	29
8.3 Reklamos efektyvumo kriterijai.....	29
9. SOCIALINĖS REKLAMOS ANALOGŲ ANALIZĖ.....	30-34
10. KŪRYBINIO DARBO ANALIZĖ.....	34-47
11. IŠVADOS.....	48
12. ŠALTINIAI.....	49

## Summary

When Lithuania regained its independence following a change in the political system, economic situation in Lithuania has suffered many setbacks. Many people are becoming increasingly difficult to find work, the wages, working conditions and social guarantees to meet their needs. Therefore, Lithuania has recently become a burning issue of human emigration.

Often when you hear the word "refugee", before there eyes tired and frustrated Lithuanian image of a "character" into a single suitcase accommodate all of its assets and looks lived fret at the airport with tickets in hand to satiated, comfortable and cheering a better life abroad.

One part of the emigrating public condemnation, saying that it - the people, to avoid addressing their own problems, and other legal, it is rather the "evacuation" and even after several decades of Lithuania will be only a half-empty of the European Union province.

It should be noted that a solid international migration theory is not really the migration causality interpreted at different levels (individual, national, global), in addition to the factors causing migration processes and factors that support the migration had begun, are often different (Massey et al. 1993)

Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, pasikeitus politinei sistemai, Lietuvos ekonominė būklė patyrė daug nuosmukių. Daugeliui žmonių tampa vis sunkiau rasti darbą, kurio užmokestis, darbo sąlygos ir socialinės garantijos tenkintų jų poreikius. Todėl pastaruoju metu Lietuvoje labai opia problema tampa žmonių emigracija į užsienį.

Dažnai išgirdus žodį „emigrantas“, prieš akis iškyla pavargusio ir nusivylusio lietuvio vaizdinys, kurio „personažas“ į vieną vienintelį lagaminą sutalpino visą savo užgyventą turtą ir nekantriai trypčioja oro uoste su bilietu rankoje į sotesnį, patogesnį ir visai kitaip geresnį gyvenimą svetur.

Viena visuomenės dalis emigruojančius smerkia sakydama, kad tai – žmonės, vengiantys spręsti savo problemas, o kiti teisina, kad tai veikiau „evakuacija“ ir dar po kelių dešimtmečių Lietuva bus tik pustuštė Europos Sąjungos provincija.

Reikia pabrėžti, kad vientisos tarptautinės migracijos teorijos iš tiesų nėra, migracijos priežastingumas aiškinamas skirtingais lygmenimis (individo, šalies, globaliu), be to, veiksniai, sukeltys migracijos procesus ir veiksniai, palaikantys jau prasidėjusią migraciją, dažnai yra skirtingi (Massey et al., 1993 m.)

## **1. ĮVADINĖ DALIS**

### **1.1 Magistro darbo tema**

Socialinės reklamos projektas – iš Tėvynės daug kelių, o į ją – tik vienas.

### **1.2. Problemos aktualumas, veiksniai lemiantys temos pasirinkimą.**

Emigracija - šiandien viena iš aktualiausių problemų Lietuvoje. Tai didžiulis išbandymas ne tik Lietuvai, bet ir šalį paliekantiems jos piliečiams. Pastebima tendencija, kad žmonės išvyksta išsiais šeimomis, dažnai palikdami tik senolius ar visiškai tuščius namus. Skubėdami palieka pradėtus - nebaigtus darbus, problemas ir reikalus, kurių nėra kam vykdyti ar užbaigti. Beje, dažnas užsienyje nesijaučia laimingas ir iš anksto rūpinasi galimybe grįžti, t.y. ruošiasi tai dienai Lietuvoje pirkdami ar statydami savo būstą, kurdami įmones, kad grįžę turėtų darbo vietą, pajamų šaltinį. Kiti kaip tik viso to atsisako, nes tik užsienyje mato savo ateitį. Tretiems, neketinantiems grįžti į gimtinę, pakanka tik žinoti, kad viskas su jų artimaisiais ar turtu, likusiu Lietuvoje, yra tvarkoje ir, pavyzdžiui, kad jų atostogos netaps nesibaigiančių problemų sprendimo maratonu. Kaip žinia, sprendžiant įvairias problemas reikia laiko, išmanymo bei, kaip aiškėja, didelės kantrybės dėl biurokratizmo Lietuvoje. Prieiga per internetą:

[http://www.tavotarpininkas.lt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=45:joomla-community-portal&catid=1:latest-news](http://www.tavotarpininkas.lt/index.php?option=com_content&view=article&id=45:joomla-community-portal&catid=1:latest-news). Žiūrėta: 2011 – 09 – 29

"Emigracijos problema yra didelė ir ji turi tapti visų valdžios struktūrų dėmesio centre. Praėjusiais metais netekome tokio miesto kaip Šilutė, o išlikus tokioms pačioms tendencijoms, kokios jos šiandien, šių metų pabaigoje minimaliai galime netekti Telšių, o maksimaliai - Ukmergės" - D.Paukštė. Prieiga per internetą: <http://politika.atn.lt/straipsnis/50601/pernai-lietuva-paliko-tiek-zmoniu-kiek-gyvena-siluteje>. Žiūrėta: 2011 - 09 - 29

### **1.3. Darbo objektas**

Emigracijos neigiamas poveikis žmonėms, visuomenei, valstybei.

### **1.4 Darbo tikslai**

Remiantis Lietuvos statistikos departamento tyrimais bei statistikos duomenimis, sukurti socialinės reklamos projektą. Analizuoti emigracijos neigiamą pusę meno terpėje.

### **1.5. Darbo uždaviniai**

1. Išanalizuoti egzistuojančius socialinės reklamos plakatus, jų atlikimą.
2. Įsigilinti į esamą problemą, padarinius, analizuoti literatūrą.
3. Remiantis literatūra, sukurti socialinės reklamos plakatus.
4. Parengti vizualinę darbo dalį.
5. Atklikti magistro darbo koncepciją.

## **2. TEORINIAI MAGISTRO DARBO PROJEKTO PAGRINAI.**

Tiesos santykis su menu skiriasi nuo tiesos santykio su bet kuria kita žmogaus veikla. Šiame santykyje pats meno kūrinys diktuoja sąlygas tiesai, o ne tiesa meno kūriniai. Individas kasdienybėje vadovaujasi atitikimo (korespondentine) tiesos samprata, tačiau akivaizdu, kad santykyje su meno kūriniais tokia tiesa neturi prasmės arba, kitaip tariant, iš atitikimo tiesos perspektyvos beprasmiška klausti apie meno kūrinio ir tiesos santykį. Kalbėdami apie meno kūrinį, nevartojame tokių apibrėžčių kaip „teisinga“ arba „klaidinga“, tačiau mus sukrėtusio meno kūrinio akivaizdoje pajuntame tai, ką galime įvardyti kaip tikrumą, priartėjimą prie tikrovės (būties). Taigi, tiesos ir meno santykio problema priklauso ne tik nuo tiesos sampratos, bet ir nuo to, kokiais saitais meno kūrinys siejamas su tikrove. Meno kūrinys negali būti moralus arba nemoralus, kaip tokios negali būti geometrinės figūros, – teigia Croce (1992: 20–21), palaikydamas romantikų požiūrį, kad menas nėra valios padiktuota veikla. Vaiva Daraškevičiūtė, Tiesos ir meno kūrinio santykis: B. Croce ir H. G. Gadameris, 163 psl.

## **2.1. Institucinė meno teorija**

Pagrindinė šių teorijų idėja – būtinumas meną aiškinti kaip socialinį reiškinį. Jos meno sąvoką aptarinėja tokiais terminais kaip socialinė praktika, socialinė (kultūrinė, institucinė) aplinka, institucinė sąranga ir kt.

Ryškesniausia institucinės meno sampratos grindėju laikomas G. Dickie's. Viena iš jo pateikiamų meno kūrinio definicijų yra tokia: „Meno kūrinys klasifikacine prasme yra (1) artefaktas, (2) kuriam, kaip aspektų visumai, kokio nors asmens ar asmenų, veikiančių kaip tam tikra socialinė institucija (meno pasaulis), yra suteiktas kandidato būti vertinamam statusas.“ Antanas Katalynas, *Meno ribų problema*, 190 psl.

## **2.2. Požiūris per estetinių meno teorijų prizmę**

Dabartinėje estetikoje tebėra ryškus požiūris į problemos pagrindus kaip principinę alternatyvą (įvairiomis pakraipomis tęsiama sena estetiškos minties raidos tradicija). Ta alternatyva reiškia dvi teorines kryptis: 1. estetiškumas (estetinė savybė, estetinė vertybė) yra pačių daiktų savybė, nepriklausoma nuo suvokėjo ir suvokimo; 2. estetiškumas nėra savaimė, pačių daiktų savybė, tai jų savybė suvokėjo atžvilgiu – tai yra objekto savybė kaip santykio „objektas subjektas“ reiškinys, reliacinė savybė.

„Estetinio suvokiamo subjekto esminė charakteristika – jo skonis, estetinis skonis. Tai subjektas kaip turįs skonį, subjektas jo skonio aspektu, „skonio subjektas“. Subjekto skonis – būtina estetinių sprendinių sąlyga“. Antanas Katalynas „Estetinės savybės ir skonio sprendiniai“ 87 psl., 2001 m.

Toliau kalbant, apie grožį būtų galima pasakyti, kad grožis yra „[...] nepriklausomas, savarankiškas ir dėl to realus bei nepakartojamas, nepriklausomai nuo kitų egzistuojantis universalumo veiksnys“. Be to, sakydami, kad kūrinys yra gražus, ne konstatuoju savo ar kitų žmonių jausmų, nei kalbama apie savo ar kitų žmonių minties ryšį su minimuoju kūriniu, o išreiškiamas tam tikras teiginys apie kūrinio savybes ar ypatybes. Dėl tam tikrų savybių ar ypatybių kūrinys ypatingu būdu santykiauja su vertybių pasauliu apskritai ir su grožiu konkrečiai. Grožis, jeigu žodis „grožis“ iš viso ką nors reiškia, „[...] nėra objektyvi ir savaiminė meno kūrinio savybė, bet pasireiškia emociniu poveikiu, kurį sudaro jausmai, sukeliama gražiu vadinamo meno kūrinio jį stebintiems žmonėms“; kuo labiau kūrinys žmonėms patinka, tuo jis iš tikrųjų yra geresnis.

## **3. Veiksniai, skatinantys emigraciją**

Mažiau išsivysčiusiose šalyse (ar politinių bei ekonominių pokyčių atveju), pasaulio sistemų teorija (Petras, 1981; Morawska, 1990, kt.) aiškina ekonomikos globalizaciją, kuri pasireiškia kapitalistinės rinkos atėjimu į mažiau išsivysčiusias šalis, kur rinka dar labiau silpna. Toks įsiskverbimas besivystančiose šalyse sukelia socialinius, ekonominius, politinius ir kultūrinius pokyčius, kurie sugriauna nusistovėjusią socialinę bei ekonominę tvarką ir taip suardo kasdienį, įprastą žmonių gyvenimo būdą. Šie pokyčiai verčia žmones ieškoti naujų ekonominio išlikimo strategijų (Okolsky,

2001 m.), viena kurių, kaip teigia neoklasikinės ekonomikos teorija, yra savo darbo jėgos pardavimas naujai atsirandančiose rinkose. Esant tokiai padėčiai, migracija pasireiškia dviem kryptimis: iš kaimo į miestą arba iš savo šalies į labiau išsivysčiusią šalį, kadangi tiek miestuose, tiek išsivysčiusiose užsienio šalyse, kaip teigia neoklasikinė ekonominė migracijos teorija, darbas apmokamas geriau (Todoro, 1976 m.) Tačiau tarp šalių darbo užmokesčio skirtumai yra žymiai didesni, todėl emigracijos mastai didėja – susikuria mobili darbininkų populiacija, kurios motyvaciją išvykti iš savo šalies stiprina ir nestabili ekonominė padėtis bei socialinių garantijų nebuvimas arba neefektyvus jų įgyvendinimas (naujoji ekonominė teorija). Visi paminėti veiksniai sukuria nekvalifikuotos migruojančios darbo jėgos pasiūlą. <Audra Sipavičienė, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 6 psl.>

### **3.1. Veiksniai, pritraukiantys imigrantus į išsivysčiusias šalis**

Išsivysčiusiose šalyse postindustriniai pokyčiai padalija darbo rinką į kelis sektorius. Viename jų darbas stabilus gerai apmokamas, jam atlikti reikia aukštos darbuotojo kvalifikacijos. Jį sąlyginai galima pavadinti aukštos kvalifikacijos darbo sektoriumi. Kitas darbo rinkos sektorius siūlo prastai apmokamus, nereikalaujančius aukštos kvalifikacijos, neprestižinius ir dažnai sunkius fizinius darbus, kurie nesuteikia socialinio kilimo galimybių. Šį darbo sektorių sąlyginai galima pavadinti nekvalifikuoto darbo sektoriumi. Išsivysčiusiose visuomenėse didžioji jos narių dalis susitelkusi pirmajame, aukštos kvalifikacijos darbo rinkos sektoriuje ir į antrąjį, nekvalifikuoto darbo sektorių dirbti neina, tačiau paslaugų, teikiamų antrojo sektoriaus paklausa išlieka didelė arba didėja, nes dirbantieji pirmajame darbo rinkos sektoriuje yra didžioji visuomenės dalis ir jie pajėgūs jas nusipirkti. Taip susiformuoja nekvalifikuotos darbo jėgos paklausa išsivysčiusiose šalyse, kurios vietinė darbo rinka nepajėgi užpildyti ir kuri pritraukia nekvalifikuotus darbininkus iš besivystančių šalių (dvigubos darbo rinkos teorija, Piore, 1979 m.). Imigrantai patenkina tą darbo jėgos poreikį, kurios struktūriškai inkorporuotos į modernią postindustrinę visuomenę.

Vykstant imigracijai, kaip teigia pasaulio sistemų teorija, ekonomikos globalizacijos procesai sukuria ir transportavimo bei komunikacijos kanalus, palankią imigracijai politinę ir kultūrinę aplinką, siekiant palengvinti žmonių judėjimą ir sumažinti imigracijos sąnaudas. Kita vertus, patys imigrantai, kaip teigia socialinio kapitalo ir migracijos tinklo teorija, sukuria migrantų tinklus, neretai šešėlinius, kurie palengvina būsimų imigrantų atvykimą ir adaptaciją (Taylor, 1986 m., Gurak, Caces, 1992 m.). Atvykėliai įsikuria tam tikrose teritorijose dažniausiai pagal etninę priklausomybę, dirba tam tikrose darbo rinkos sektoriuose, sukuria tam tikrus kontaktus su aplinka. Jau atvykę imigrantai padeda naujiems imigrantams atvykti į šalį, susirasti darbo, gyvenamąją vietą, suteikia reikalingą informaciją, o tai palengvina ir paspartina adaptaciją. Tokių migrantų tinklų buvimas skatina ir kitus tautiečius vykti į tą šalį. Šiuos reiškinius galima būtų pavadinti socialinėmis bei ekonominėmis struktūromis, kurios sujungia siunčiančias bei priimančias visuomenes. Ilgainiui kai kurios tampa savarankiškais migracijos veiksniais. <Audra Sipavičienė, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 7 – 8 psl.>

### 3.2. Mastai: emigracijos statistika

Kaip emigracijos problema atrodo iliustruota skaičiais? Čia išsyk susiduriama su faktu, kad tikslių ir nekontraversišku duomenų apie emigracijos mastus nėra. Kita vertus, būtina sukurti modelius, kurie leistų išmatuoti realius emigracijos mastus – antraip problemų spręsti bus neįmanoma.

Statistikos departamento turimi duomenys pateikia kelis skaičius, padedančius apytiksliai įsivaizduoti procesų mastą, nors galutinio atsakymo dėl emigracijos apimties šie skaičiai neduoda. Statistikos departamento duomenimis, nuo 1990 iki 2003 m. iš Lietuvos išvyko 303000 gyventojų, o vien 2004 m. – 15165 gyv. (t.y. apie 4000 daugiau negu ankstesniais metais; preliminarūs Statistikos departamento duomenys). Skaičiuojant atvykimo – išvykimo saldo, nuo 1990 iki 2003 m. iš Lietuvos išvyko 236500 žmonių negu atvyko. Pradedant 1992 m., Lietuvos gyventojų skaičius pradėjo mažėti; iki dabar jis yra sumažėjęs maždaug 250 tūkst. (2003 m. Demografijos metraštis).

Statistikos departamento turimi duomenys susiję su keleriopomis problemomis, kurios neleidžia jų laikyti tiksliais emigracijos mastų paveikslu. Emigracijos apibrėžimas – emigravusiais laikomi tik tie žmonės, kurie oficialiai pranešė apie savo išvykimą iš šalies. Pavyzdžiui, žmonės, pragyvenę užsienyje kad ir daugelį metų, tačiau oficialiai apie tai nepranešę ir vieną ar du sykius per metus į ją sugrįžtantys, emigrantais nelaikomi ir statistikoje neatsispindi, nors jų situacija realiai – socialiai, kultūriškai ir ekonomiškai atitinka „emigranto“ statusą. Dalis atvykusiųjų į šalį yra imigrantai, o ne grįžtantieji – emigrantai; taigi emigrantų skaičius didesnis, negu atvykimo – išvykimo saldo. Išvykstantieji dažnai slepia savo išvykimą ir buvimą užsienio šalyse. Šis reiškinys galėjo iškraipyti net periodinio gyventojų surašymą, kuris turėtų pakoreguoti neišsamius ir netikslus turimus statistinius duomenis, rezultatus: surašymo metu galėjo būti „deklaruoti“ iš šalies išvykę žmonės. <Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 11 psl.>

Remiantis oficialiais statistikos departamento duomenimis, šiais metais emigracija jau išaugo daugiau kaip keturis kartus – iki šių metų rugpjūčio 31 d. išvykimą iš Lietuvos deklaravo daugiau kaip 59 tūkst. asmenų. Palyginimui, per aštuonis praėjusių metų mėnesius – vos 14 tūkst. Prognozuojama, kad per metus išvykusiųjų skaičius gali siekti ir 90 tūkst.

„Ne paslaptis, kad anksčiau oficialiai išvykimą deklaravo tik nedidelė dalis gyventojų. Šiomet suaktyvėjęs reikalavimas mokėti PSD įmokas daugelį paskatino, tai padaryti, kad nereikėtų mokėti šių įmoku. Tik todėl tiek daug ir išaugo oficialus išvykusiųjų skaičius“, - sakė „RT Tax“ direktorius Žydrūnas Janušauskas.

- Statistikos departamento duomenimis, remiantis gyvenamosios vietos deklaravimo duomenimis ir nedeklaruotos emigracijos tyrimo rezultatais, pernai iš Lietuvos emigravo 34, 7 tūkst. Gyventojų, tai 1,5 karto daugiau negu 2008 - aisiais.

- Per pastaruosius penkerius metus iš Lietuvos emigravo 160, 8 tūkst. Šalies gyventojų. 2005 m. emigravo 48, 1 tūkst. šalies gyventojų. Vėliau, 2006 – 2008 m., emigracijos tempas lėtėjo – išvykusiųjų skaičius sumažėjo nuo 27, 8 tūkst. 2006 m. iki 23, 7 tūkst. 2008 m.



- Vis daugiau emigruojančiųjų deklaruoja savo išvykimą. 2009 tokių buvo 22 tūkst. (63 proc.), nedeklaravusių – 12, 7 tūkst. (37 proc.), 2005 aisiais – atitinkamai 15, 6 tūkst. (32 proc.) ir 32,5 tūkst. (68 proc.).

- 2009 m. į Jungtinę Karalystę išvyko 33 proc. Emigrantų, į Airiją – 14, Baltarusiją – 9, Jungtines Amerikos Valstijas – 8, Vokietiją ir Ispaniją po – 6, Rusijos Federaciją – 5 proc.

- Didėja vyrų emigrantų dalis. 2009 m. emigravę vyrai sudarė 60, moterys – 40 proc. visų emigrantų (2008 m. – atitinkamai 49 ir 51 proc.)

- Per pastaruosius penkerius metus du iš trijų emigrantų buvo 20 – 29 metų amžiaus. 2009 m. penktadalį visų emigrantų sudarė 25 – 29 metų amžiaus gyventojai, 14 proc. – 30 – 34 metų, apie 13 proc. – 20 – 24 ir 35 – 39 metų, 8 proc. – 40 – 44 metų ir 7 proc. – 45 – 49 metų amžiaus gyventojai. 60 metų ir vyresnio amžiaus gyventojai per paskutiniuosius penkerius metus sudarė tik 3- 4 proc. visų emigrantų.

- Palyginti su ankstesniais metais, vaikų iki 14 metų amžiaus išvyksta mažiau. 2009 m. emigravo 3 tūkst. vaikų (9 proc. visų emigrantų), t.y. 300 mažiau negu 2008 m. Prieiga per internetą: [http://www.alietuvis.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6563:suskaiiuoti-ivykusius-lietuvius--neveikiama-uduotis&catid=64:migracija](http://www.alietuvis.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6563:suskaiiuoti-ivykusius-lietuvius--neveikiama-uduotis&catid=64:migracija), žiūrėta: 2011 – 11 -16.

### **3.3.Emigracijos kryptys**

Remiantis tuo pačiu prognostiniu tyrimu, 63 % Lietuvos gyventojų 2001 m. buvo pasiryžę išvykti svetur. Iš tų, kurie apsisprendę išvykti tvirtai, daugiausiai vyktų į JAV, Vokietiją ir Didžiąją Britaniją (Potencialaus laisvo darbo jėgos judėjimo į ES valstybes įvertinimas 2001 m.)

Kiek šie prognostiniai tyrimai atitinka dabartinę tikrovę? Neprognozuojami istoriniai posūkiai (prieš pat ES išsiplėtimą įvestos darbo jėgos imigracijos kvotos) pakreipė emigracijos srautus kitomis linkmėmis: daugiausia lietuvių važiuoja į Didžiąją Britaniją, Airiją, Ispaniją. Tradiciniai ekonominiai ir kultūriniai lietuvių emigravimo polinkiai (JAV, Vokietija), susidūrus su legalaus įsidarbinimo kvotomis, vizų problemomis ir pan., užleido kelią kitoms kryptims. <Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 13 psl.>

### **3.4.Tendencijos ir prognozės**

Emigracija – nedarbas – darbo jėgos kokybė jau šiuo metu neigiamai įtakoja ekonominius procesus. Emigracija šiuo metu nemažina bedarbystės, nedarbo ir nedarys jei jokio spaudimo iki 2012 m. antros pusės. Bedarbių skaičius per šių metų pirmą pusmetį gali pasiekti 340 000 ribą, nors vargu ar mažės emigracija. 2011 m. greičiausiai nepasieksime 2010 metų išvažiavusių lygio (beveik 84 000), tačiau atsiverianti Vokietijos darbo rinka turės ženklų poveikį šiam procesui antroje metų pusėje.

Nes paskutiniu metu (be ekonominio atsigavimo) ES atsirado garsiai nedeklaruojamas imigrantų iš Rytų Europos šalių pritraukimo ir išlaikymo stimulus, - monokultūrizmo išsaugojimas. Priklausomybė, kai emigracija nemažina bedarbystės lygio šalyje, jau buvo apčiuopiama per 1999 – 2003 metų

nuosmukį, esant visai kitokioms griežtesnėms sąlygoms (darbinė imigracija didžia dauguma buvo nelegali, vizų režimas), tačiau palyginti greitas atsigavimas ir atvėrusi galimybė laisvai judėti (įstojimas į ES) leido lengvai pamiršti ir ignoruoti šį faktorių iki dabar. Priklausomybę labai vaizdžiai apibūdina du emigracijos parametrai: išvykimas pagal amžių ir išvykimas pagal kvalifikaciją – išsilavinimą. Šalį palieka kvalifikuoti, išsilavinę žmonės, turintys ilgalaikį darbingumo potencialą (laikas iki pensijinio amžiaus). Tai vienaip ar kitaip žiūrint nėra kažkas išskirtinio. Nauja šiam laikotarpiui tai, kad išvažiuoja darbuotojai, kurie turi darbo vietą arba realiai gali ją susirasti. Ne pats darbo nebuvimas yra skatinantis juos išvykti veiksnys, o netikrumas, netykėjimas perspektyva (1999 – 2003 metų nuosmūkiu laikotarpiu būtent darbo paieška buvo pagrindinis emigracijos stimulus). Nežinia ir tai, kokia dalis besimokančių užsienyje mūsų studentų niekada nesugrįš į Lietuvą nei kaip kvalifikuota darbo jėga, nei kaip verslininkai. Emigracija įgavo ryškų negrįštamumo požymį. Liūdnam ironizuojant galima teigti, kad esame tikrai viena iš pirmaujančių šalių pasaulyje pagal kvalifikuotos darbo jėgos eksportą.

Sugrįžtu prie veikiančių ir potencialių darbo rinkos dalyvių. Pateiksiu darbo jėgos apibūdinimą ir jos vidinius pokyčius (2011 – 2019 m.). Visus darbo rinkos dalyvius suskirsčiau į tris stambias grupes, kurios turi pakankamai vienodus išraiškingus požymius, tokius kaip tikslai, galimybės ir dabartinė bei būsima įtaka ekonomikai:

- pirmoji grupė „Neapibrėžtos perspektyvos“ (asmenys nuo 18 iki 24 metų); (atsinaujinimas) pokyčių inicijavimas;

- antroji grupė „Darbo arklių“ (asmenys nuo 25 iki 55 metų); (pokyčių įgyvendinimas, įtvirtinimas);

- trečioji grupė „Nuoseklios naudos“ (asmenys virš 55 metų); (pokyčių nuoseklumo užtikrinimas ir palaikymas).

„Neapibrėžtos perspektyvos“ **grupės** (asmenys nuo 18 iki 24 metų) tikslai gali būti nusakomi taip: noras dirbti ir už tai gauti atlygį, kuris leistų realizuoti tam tikrą minimalų savarankiškumą, noras tobulinti įgytus įgūdžius ir savirealizacijos paieškos. Tačiau praktinių įgūdžių nebuvimas, įgytų teorinių žinių ribotas panaudojimas (dabartiniu metu darbo rinkoj nepaklausi profesija ar specializacija), verčia ieškoti darbų, kur ne visada yra galimybė ne tai, kad tobulėti pagal įgytą specialybę, bet iš vis dirbti panašioje srityje. Atsiranda vidinis nepasitenkinimas ir nesaugumas. Asmeninių galimybių neįvertinimas ar neadekvatus atlygis, karjeros perspektyvos nebuvimas mažina šios grupės korporatyvinį (taip pat ir visuomeninį) lojalumą ir iniciatyvą.

Valstybės parama yra deklaratyvi, nesuprantama, nesuteikianti jokių apčiuopiamų, realių garantijų ir perspektyvų. Galimybė mokytis užsienyje, emigruoti (arba išvykti kažkuriam laikui dirbti) neskatina šių žmonių bandyti keisti savo padėtį būtent Lietuvoje. Mažėja entuziazmas čia, vietoje, pertvarkyti, kurti, veikti. Bijodami išipareigojimų, vyriausybė taip miglotai išsako savo lūkesčius šios grupės atžvilgiu, kad rodos ta Lietuvėlė už poros metų užsibaigs. O juk šie jauni žmonės dalyvauja ir dalyvaus visuose esamuose ir būsimuose pokyčiuose, jie turėtų užtikrinti atsinaujinimą ir tolimesnį šalies vystymąsi.

Ir verslas šiuo metu nelabai linkęs naudotis šios grupės paslaugomis, nebent kai reikia labai pigios darbo jėgos su neapibrėžtomis darbinėmis funkcijomis ir minimaliais darbdavio įsipareigojimais. Vargu, ar gali būti kitaip, kai pats verslas nesiryžta ar negali įvardinti savo perspektyvų, ir bando iš dalies netoliaregiškai pasinaudoti situacija darbo rinkoje. Ar šiandien numatom ( tiek įmonės lygmenyje, tiek ir viso ūkio), kaip jau po 4 - 5 metų bus atnaujinama darbo jėga, kuo bus užtikrinti įmonių, ūkio šakų plėtros, augimo planai, inovacijų įdiegimas ir kas kurs patį verslą? O gal viso to jau nereikės? Reikės,- tik pareikalaus daug laiko ir finansinių išteklių.

Norėdamas numatyti būsimą „Neapibrėžtos perspektyvos“ grupės poveikį darbo rinkai laikotarpiui iki 2020 metų, suformulavau tokius klausimus:

- Kiek šios grupės žmonių liks dirbti ir mokytis (arba sugrįš) Lietuvoje 5 metų bėgyje (kieky - bė);
- Kiek šios grupės žmonių gali dirbti norimoje, pasirinktoje veiklos srityje ir ar gali persikvalifikuoti 5 metų bėgyje ( kokybė);
- Ar šios grupės žmonės turi galimybes sukurti 5 metų bėgyje savo verslą Lietuvoje (verslumas).

Antroji, pati gausiausia grupė, kurią sudaro žmonės nuo 25 iki 55 metų yra dabartinis ekonomikos variklis. „Darbo arkliai“ - tai daugumoje turintys profesinį išsilavinimą, darbinę patirtį, savarankiški ir energingi žmonės, nebijantys pokyčių asmeninių ir darbinų santykių lygyje. Jie turi noro ir galimybių ieškoti išeities, apdairiai rizikuoti. Ši grupė galėjo tapti stipriu viduriniu sluoksniu, tačiau bedarbystė, prisiimti ir ypač per pastaruosius du metus pasunkėję įsipareigojimai (finansiniai – paskolos, lizingai.../socialiniai – šeimos gyvenimo kokybė, vaikų išsilavinimas), darbo užmokesčio apkarpymai, padidėjęs darbo krūvis, nekokybiškas poilsis daro ją nestabilia ir susiskaldžiusia, spaudžia žemyn ties riba „išgyventi – gyventi“.

Grupės siekiai ( gyvenimo kokybės lygis, socialinės garantijos, perspektyvos) ir galimybės juos įgyvendinti sukuria šiuo laikotarpiu paslėpto ( nesąmoningo) neloyalumo efektą, tiek įmonės, tiek ir valstybės atžvilgiu. Dėl didesnio darbo užmokesčio ir saugumo jausmo darbuotojai lengviau perviliojami ne tik pas konkurentus, bet ir pas taip vadinamus „priešus“. O tai iki 2008 metų buvo retas reiškinys (tendensija persivilioti darbuotojus arba net visą komandą stiprės jau šių metų pabaigoje). Darbinė aplinka, vidinis komfortas, susiklausiusi komanda, karjerinės galimybės šiuo metu dažnai nukeliamos į antraeilius poreikius.

Tai stabdo asmeninį profesinį augimą ir net įmonių vystymasi. Neretai šios grupės žmonės (ypač vidurinioji grandis,) net turėdami galimybę dirbti Lietuvoje, aukodami asmenines nuostatas, pasirenka emigraciją, kaip realesnę ir pastovesnę ateities garantą. Ši emigracija jau keičia savo pobūdį ir kryptį. Tampa ne tik negrįžtama bet ir „šeimyninė“. Pradžioje išvažiuojama norint tik materialiai aprūpinti šeimą Lietuvoje, o įsitvirtinus, atvyksta ir kiti šeimos nariai. Taip nuosekliai „išplaunama“ ne tik kvalifikuota, imli naujovėms, energinga darbo jėga, bet ir visuomenės sluoksniš, į kurį buvo investuota labai didelės valstybės ir privačios (įmonių) lėšos ( išsilavinimas, sveikatos apsauga, kvalifikacijos kėlimas, apmokymai).

Vėl keliu sau klausimus, kurie padėtų suvokti ir įtakoti pokyčius šioje grupėje:

- Kokia vertybių sistema remiamasi santykiuose: valstybė – pilietis, vyriausybė – verslas, verslas – darbuotojas;

- Koks yra 2020 metų (ir ne arčiau) horizontas valstybei ir verslui ir kokiomis priemonėmis jis bus pasiektas.

Atsakymas vienas, - pasitikėjimas. Jo sugražinimas į visų, aukščiau išvardintų lygių, santykius; kai aiškiai įvardinami, apibrėžiami norimi pasiekti tikslai, pagrindžiami veiksmai, priemonės, suvokiamos pasekmės ir prisiimama atsakomybė.

Paskutiniuoju metu iš darbo rinkos stipriai stumiami „Nuoseklios naudos“ grupė (asmenys virš 55 metų). Šiandien lyg ir akivaizdžiai nesimato jos panaudojimo galimybių žvelgiant į darbo jėgos rinką. Yra ir argumentai, - blogesnis naujovių įsisavinimas, entuziazmo, motyvacijos stoka, pensijos laukimas, didelė bedarbystė. Be to ši grupė yra gana nepatogi darbdaviams. Kuo? Tai yra vienokią ar kitokią gyvenimo gerovę užsitikrinę žmonės (todėl sunkiai pririšami tiksliai materialiniais stimulais), turintys savo gyvenimišką ir darbinę nuostatą (dirbę įvairiuose darbuose ir galintys lyginti), be to neblogi savo darbo profesionalai, kartais labai konservatyviai žiūrintys į techninių ir struktūrinių naujovių diegimą (klausimas ar tai visada blogai) ir amžiaus skirtumas.

Bet iš tikro, ar jau taip greitai Lietuvoje keičiasi technologijos ir įranga, ar daug įdiegta inovacijų, kurios būtų neįkandamos tiems žmonėms. Ši grupė yra pati labiausiai socialiai motyvuota, mažiausiai veikiamą emigracijos ir lojali (tiek įmonės, tiek ir valstybės požiūriu): Aš noriu, galiu būti ir išlikti naudingas. Jos darbiniam adaptavimui, apmokymui, kvalifikacijos kėlimui beveik nereikia išlaidų (ypač jeigu tai yra buvusio profesinio išsilavinimo tąsa), o gauti galima patirtį ir ne tik profesinę.

Tikėtina, kad šios grupės darbuotojų poreikis natūraliai išaugs 2012 metų pabaigoje, kai reikės kompensuoti kvalifikuotos darbo jėgos trūkumą antroje grupėje. Bet jau ir dabar aš matau puikias galimybes pasinaudoti šiais žmonėmis kuriant smulkų ir vidutinį verslą, atsisakant žalingų paradigmu. Ar pasinaudosime, atsižvelgiant į jos privalumus, šia darbo jėga, ar paliksim tik kaip svarmenį socialinei sferai?

Darbo jėga, kaip rinkos sudedamoji dalis, nors yra inertiška, bet be išimčių labai jautriai sureaguoja į mažiausius pokyčius. Pasekmės (tiek su pliuso, tiek su minuso ženklais) visuomet būna ilgalaikės ir sunkiai koreguojamos. Imantis bet kokių veiksmų gerinti šiandieninei ekonomikos būklei, reikia pasitikrinti, kaip į tai sureguos darbo rinka.

Baigdama šią analizę, noriu pateikti vieną nebrangų pasiūlymą. Prioritetu, kuris padėtų taisyti padėtį ne tik darbo rinkoje, bet ir visame ūkyje, laikau verslumo skatinimą ir rėmimą. Visų pirma pats verslo sukūrimas šiuo laikotarpiu turi būti visiškai supaprastintas. Tai yra tegul veiksnus pilietis turi galimybę įsigyti iš valstybės už 10 litų naujai sukurtą „tuščią“ standartinę UAB (ir tik šią įmonės formą), galinčią veikti iš karto po registracijos VMI su laikinu nuliniu įstatiniu kapitalu (iki 1 metų) ir specialiu žymėjimu. Tegul turi šią nieko nekainuojančią valstybei galimybę. (Prieiga per internetą:

[http://www.searchgroup.lt/lt/naujienos/Horizontalas\\_2020\\_metai](http://www.searchgroup.lt/lt/naujienos/Horizontalas_2020_metai), žiūrėta: 2011 – 12 -15)

#### **4. Emigracijos pasekmės:**

Beveik du dešimtmečius besitęsianti masinė emigracija iš Lietuvos sukelia nemažai neigiamų pasekmių. Net vertinant tik kiekybinį šio proceso aspektą, emigracija turėjo nemažą įtaką Lietuvos gyventojų skaičiaus pokyčiams. Nagrinėdami tik deklaruotos migracijos srautus bei gyventojų natūralaus prieaugio rodiklius matome, kad Lietuvos gyventojų skaičius kas dieną sumažėja beveik pusšimčiu.

##### **4.1.Lietuvos gyventojų mažėjimo grėsmė.**

Tokia intensyvi emigracija, net vertinant tik kiekybinį šio proceso aspektą, turėjo nemažą įtaką Lietuvos gyventojų skaičiaus pokyčiams. Pagal oficialius statistikos duomenis, 1990 – 2004 metais Lietuvos gyventojų skaičius dėl migracijos sumažėjo. Iki 1994 metų natūralus prieaugis visiškai ar dalinai kompensavo migracijos nuostolius, o nuo 1994 metų gyventojų skaičius mažėjo dėl abiejų komponentų poveikio. Migracijos įtaka gyventojų skaičiaus mažėjimui 1994 – 2004 metais pasiekė 90 proc. Būtent šis aspektas – t.y. gyventojų skaičiaus mažėjimas yra labiausiai matomas, jis dažniausiai akcentuojamas kaip pagrindinė emigracijos problema. Juo labiau kad pagal Jungtinių Tautų Organizacijos gyventojų skaičiaus prognozes Lietuva priskiriama prie šalių, kur iki 2050 metų gyventojų skaičius mažės sparčiausiai. <Audra Sipavičienė, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 17 psl.>

##### **4.2 „Protų nutekėjimo“ grėsmė**

Kiekvienais metais mūsų šalį palieka nemažai mokslus baigusių, protingų, išsilavinusių jaunų žmonių. Vieni jų vyksta tęsti mokslų, stažuotis arba randa darbą pagal specialybę. Kiti savo diplomą iškeičia į nekvalifikuotą, bet geriau nei Lietuvoje apmokamą darbą. Ar galime teigti, kad mūsų „protai nuteka“ į užsienį? („Proto nutekėjimu“ vadinamas jaunų žmonių, baigusių mokslus Lietuvoje, išvykimas nuolatinei dirbti į kitą šalį.)

Politiniai, socialiniai ir ekonominiai pokyčiai, prasidėję Lietuvoje devinto dešimtmečio pabaigoje, davė pradžią ryškiems mokslo raidos, jo statuso, o kartu ir mokslo darbuotojų mobilumo – profesinio, karjeros (mokslinės ir nemokslinės ) bei teritorinio – pokyčiams.

Šių pirmųjų pokyčių metu ekonomiai sunkumai, lydimi mokslo restruktūrizacijos, buvo svarbiausias postūmis, skatinantis vidinį ir išorinį protų nutekėjimą bei protų praradimą. Dešimto dešimtmečio pradžioje Lietuvoje buvo stebimas intensyvus mokslo darbuotojų perėjimas į kitas ūkio šakas bei nemenką emigraciją. To meto mokslo darbuotojų išėjimas iš mokslo dažniau gali būti vertinamas kaip protų praradimas, o ne protų nutekėjimas.

Pastebima, kad dauguma tyrimų, publikacijų ir statistinių duomenų šaltinių nenubrėžia aiškios skiriamos kreivės tarp paprastų ir kvalifikuotų migrantų. Vertinant pagal statistinius kiekybinius kriterijus, „protų nutekėjimas“ pasaulinės migracijos diskurse dažnai vadinamas „savotiška pilkaja

zona“, nes sudaro sąlyginai nedidelį emigracijos procentą (Lietuvių emigracija 2005 : 21). Prieiga per internetą: <http://www.lmaleidykla.lt/publ/0235-7186/2010/2/160-168.pdf>, žiūrėta: 2011 – 10 – 15.

1997 m. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (OECD) pranešime apie aukštos kvalifikacijos žmonių mobilumą išskiriamos kitos svarbios sąvokos, susijusios su „protų nutekėjimu“.

- „Keitimasis protais“ (angl. brain exchange) tarp išvykimo šalies ir priimančios šalies reiškia kompetencijos judėjimą dviem kryptimis.

- Tuomet, kai aiškiai vyrauja viena judėjimo kryptis, vartojami terminai, „protų įgyjimas“ (angl. brain again) ir „protų nutekėjimas“.

- Terminas „protų nuostolis“ (angl. brain waste) apibūdina kvalifikacijos praradimą, kai aukštos kvalifikacijos darbuotojai migruoja, pasirinkdami tas užimtumo formas, kurioms nereikia patirties ir įgūdžių, įgytame ankstesniame darbe.

- „Protų apytakos“ (angl. brain circulation) sąvoka įvardija ciklas: asmens mokymąsi užsienyje – darbą užsienyje – grįžimą namo (siekiant pasinaudoti gimtosios šalies teikiamomis galimybėmis). Tyrėjai yra linkę daryti prielaidą, kad tokia „apytaka“ ateityje turėtų didėti, ypač jei ekonomikos skirtumai tarp šalių mažės.

Apibendrinant galima pateikti tam tikrą seką:

*Protų apytaka (cirkuliacija) → Keitimasis protais → Protų įgijimas → Protų nutekėjimas → Protų nuostolis.*

Šalies intelektinių išteklių valdymo problema ir tikslas – pakeisti šių procesų kryptį, nes tai vers daryti didėjantis studijų ir mokslo tarptautiškumas. Vienas iš būdų – mokslininkų inovatyvių sprendimų įgyvendinimo ir nesėkmių kompensavimo sistemos sukūrimas. <M. Taljūnaitė. Intelektinio kapitalo kaita: sąvoka, tyrimai ir politikos modelių kūrimas, 163 psl.>

Oficialiosios statistikos duomenys atspindi bendrą tendenciją: iš šalies išvyko daugiau gyventojų, negu į ją atvyko. Duomenys apie išvykusių ar cirkuliuojančių asmenų išsilavinimą bei profesinę kvalifikaciją yra pavieniai.

Lietuvos mokslininkų mobilumo centro tinklalapyje pateikiami naujausi atlikti tyrimai:

- „Lietuvos mokslininkų ir tyrėjų mobilumas“ (V. Leonavičius, G. Merkys 2010) čia pateikiama Europos Komisijos iniciatyvų, skirtų mokslininkų ir tyrėjų mobilumui skatinti, taip pat mokslininkų bei tyrėjų mobilumo užsienio ir Lietuvos tyrimų apžvalga; nustatyti mokslininkų ir tyrėjų mobilumo stebėsenos kriterijai ir rodikliai.

- „Tyrėjų mobilumas ir jo socialiniai aspektai“ (M. Taljūnaitė, D. Gumbrevičiūtė – Kuzminskienė, L. Labanauskas 2009 m.) – nagrinėjama esama situacija Lietuvoje ir atskleidžiami teisinės sistemos trūkumai, kurie sudaro kliūtis tyrėjų, ypač doktorantų ir mokslininkų, mobilumui, susijusias su vizų ir

leidimų dirbti bei gyventi Lietuvoje reglamentavimu, socialinėmis teisėmis ir garantijomis tyrėjams ir jų šeimų nariams.

[http://www.smm.lt/smt/docs/eksp\\_stud/socialiniai%20tyreju%20mobilumo%20aspektai\\_ataskaita.pdf](http://www.smm.lt/smt/docs/eksp_stud/socialiniai%20tyreju%20mobilumo%20aspektai_ataskaita.pdf).

• „Mokslų socialinės garantijos“ (vadovas R. Lazutka 2008) – aptariama, kokios darbo sąlygos ir garantijos užtikrintų sėkmingą akademinę veiklą, mokslo ir studijų kokybę. Teigiama, kad mokslininko profesija praranda savo būdingus bruožus, o pokyčiai apibūdinami tokiais žodžiais kaip nuosmukis, erozija ar deprofesionalizacija. Daugelyje šalių yra pripažįstama, kad mokslininko profesija prarado savo aukštą rangą kitų profesijų kontekste, kad santykinai sumažėjo mokslo darbuotojų pajamos, kad jauniems žmonėms mokslininko karjera tampa nebeatraukli. Kita vertus, pripažįstama kad tarp mokslininkams užtikrinamų darbo sąlygų, socialinių garantijų ir jų pasiektų darbo rezultatų egzistuoja tiesioginis ryšys.

<Prieiga per internetą: ( [http://www.smm.lt/smt/eksp\\_stud/index.htm](http://www.smm.lt/smt/eksp_stud/index.htm), žiūrėta: 2011 – 10 – 15>.

### **4.3. Specialistų išvažiavimas iš Lietuvos**

Patikimų ir nesenu tyrimų, pateikiančių specialistų (gydytojų, inžinierių, programuotojų ir pan.) emigracijos duomenis bei prognozuojančių bei jų tendencijos nėra. Tačiau remiantis sporadiškais ir nesisteminiais duomenimis, matyti, kad specialistų emigracijos procesas – Lietuvai vienas pavojingiausių, galinčių sukelti sunkiausių padarinių socialinei infrastruktūrai ir gyvenimo kokybei. Be to, tikėtina, kad skirtingai negu bendroji emigracija, gilėjant integracijai į ES jis turėtų išibėgėti. Nesant šioms grėsmėms spręsti skirtos valstybinės strategijos, saviškai palikti specialistų migracijos procesai turės ilgalaikių neigiamų padarinių Lietuvos socialinės gerovės perspektyvoms.

2002 metais atliktas galimos medicinos specialistų migracijos tyrimas parodė, kad 60, 7 % rezidentų ir 26,8 % gydytojų ketina išvykti iš Lietuvos į Europos Sąjungą ar kitas šalis. Pagrindinės planuojamos migracijos kryptys – Šiaurės šalys, Jungtinė Karalystė ir Vokietija, pagrindinės priežastys – aukštesni atlyginimai, geresnės profesinės perspektyvos, ir aukštesnė pragyvenimo kokybė. Nors galutinio apsisprendimo procentai žymiai mažesni (atitinkamai 2,5 ir 3,5 %), tikėtina, kad Lietuva esant Europos Sąjungoje ir lygiomis įdarbinimo galimybėmis realiai atsiveriant, galutinai apsisprendusiųjų išvykti nuosimtis auga – juolab, kad kaip apklausa parodė, ankstesnių profesinių išvykų į užsienio valstybes buvimas gerokai padidina emigravimo rizikos faktorių, o vieningoje ES erdvėje tokių išvykų neišvengiamai daugės (Stankūnas, Lovkytė, Padaiga, 2004 m.). Nors Lietuvos medicinos specialistų bendrosios emigravimo intencijos mažesnės, negu kitų trijų apklausoje dalyvavusių šalių (Lenkijos, Vengrijos ir Čekijos), emigracija drauge su kitais faktoriais turėtų nulemti, kad, palyginti su 2000 metų lygiu, medikų kiekis Lietuvoje 2015 metais nukris 20 % (iki 296 medikų 1000 tūkst.gyventojų neskaičiuojant medicinos administratorių). Tai smarkiai mažiau negu 1990 m. padėtis (401,3 mediko 1000 tūkst.gyventojų) ar net 2000 m. būklė (atitinkamai 379,8

mediko), bet taip pat žymiai mažiau, negu rekomenduojama 335 medicinos specialistų 1000 tūkst. gyventojų proporcija (Physician Planning in Lithuania in 1990 – 2015).

Jau dabar pastebimas dėl migracijos paaštrėjęs medicinos specialistų stygius. Per septynis mėnesius nuo 2004 m. gegužės 1 d. Sveikatos apsaugos ministerija išdavė 390 pažymų gydytojams, norintiems išvykti dirbti į užsienį („Medikų emigracija“, 2005 m.). Tai 2,85 % viso Lietuvos gyventojų kiekio (Lietuvos Sveikatos informacijos centro duomenimis, 2003 m. Lietuvoje buvo 13682 gydytojai). Pasak sveikatos apsaugos ministro padėjėjos Liudvikos Lovkytės, „ Nors išduotų pažymų skaičius nereiškia, jog visi šie specialistai išvyko į užsienį, tačiau kelią didelį susirūpinimą, juolab, kad išduotų pažymų skaičius per septynis mėnesius viršijo per metus studijas baigiančių absolventų skaičių“ (cit. Svirbutavičiūtė, 2005 m.). Pažymos taip pat išduotos 73 odontologams (3 % visų Lietuvos specialistų ir 79 slaugytojams).

Labai tikėtina, kad panaši situacija vyrauja ir kituose specialistų emigracijos sektoriuose. Tad vienas primygtiniausių Vyriausybės darbo prioritetų – sukurti strategiją ir priemonių sistemą, kurios įgalintų pristabdyti specialistų migraciją, tam panaudojant ir ES struktūrinius fondus. <Piliietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 36 – 37 psl.>

#### **4.4 Nutautėjimo grėsmė**

Dažnai akcentuojama problema – nutautėjimo grėsmė. Lietuviai išvyksta, kitataučiai plūsta į Lietuvą, todėl Lietuva pamažu nutautinama. Tačiau kaip rodo statistikos duomenys, nepaisant intensyvios migracijos, lietuvių lyginamasis svoris tarp visų šalies gyventojų netgi auga - 2001 metų gyventojų ir būsto surašymo duomenimis lietuviai sudarė 83,5 % Lietuvos gyventojų. Antra vertus, tradicinių, etninių mažumų – rusų, baltarusių, ukrainiečių, lenkų, žydų – atstovų lyginamasis svoris tarp visų šalies gyventojų kinta, ir tai daugiausia sietina su emigracijos / repatriacijos procesais (negrižtami pokyčiai). Antra vertus, dėl imigracijos atsiranda naujos netradicinės Lietuvai tautinės mažumos su skirtinga pasaulėžiūra, religija, elgesio normomis. Nesant specialių integracijos programų, etninių konfliktų tikimybė didėja.

Tautinio tapatumo kaip masinės emigracijos pasekmės tyrimai dažniausiai akcentuojant nutautėjimo grėsmę. Ji apima du procesus bei jų aspektus:

- lietuvių emigrantų tautinio tapatumo išsaugojimą kitose šalyse (socialiniai veikėjai – patys emigrantai);
- Lietuvos gyventojų nutautėjimo grėsmę plūstant į Lietuvą kitataučiams (socialinis veikėjas – valstybė).



Ivairūs tyrimai rodo, kad Lietuvos migracijos potencialas ir ateityje išlieka didelis. Nors tikimasi, kad vyks migrantų apyvarta ir Lietuvos darbo išteklių nebus „išplauti“, tačiau pastebima ir atvirkštinė tendencija, kai planavusieji išvykti trumpam įsikuria toje šalyje ir nebegrįžta atgal į Lietuvą.

#### **4.5. Palikti vaikai**

Tūkstančiai vaikų Lietuvoje kenčia palikti tėvų, kurie užjūriuose bando uždirbti pragyvenimui mirtinai reikalingus pinigus. Paliktųjų skaičius sparčiai auga, specialistai perspėja, kad gniuždančios trumpalaikės pasekmės jau jaučiasi, o kaip atsilieps vaikų psichologinės traumos visuomenei po dešimties ar daugiau metų, apskritai nežinoma. Pasak, psichologės Godos Kaniušonytės, tėvų ilgesnį išvykimą dirbti į užsienį vaikai dažnai išgyvena panašiai kaip ir tėvų skyrybas. Jaučiasi apleisti, nereikalingi, dažnai net kalti dėl to. Apytiksliai pusė vaikų pradeda prasčiau mokytis, atsiranda elgesio ir emocinių sutrikimų. Valstybės vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnybos duomenimis, vaikų, kuriems nustatyta laikinoji globa šeimoje dėl tėvų išvykimo iš Lietuvos, 2006 metais buvo 343, 2007 m. – 916, 2008 m. – 1952, o 2009 m. – 2019, t. y. tokių globų nuo 2006 iki 2009 metų skaičius išaugo 6 kartus. Be to, nemaža dalis 2008–2009 metais vaikams nustatytų globų buvo pratęstos, nes tėvai į Lietuvą negrįžo. Dažniausiai problemų kyla tuomet, kai su vaiku nėra deramai kalbama apie išvykimą, nepaaiškinama, kas, dėl ko ir kuriam laikui. Tokiu atveju vaikai gali pasijusti našta, kalti, apleisti, palikti. Ypač jei tėvai vaikui pabrėžia, kad pinigų reikia dėl jo. Išties dauguma vaikų, remiantis tyrimais, verčiau turėtų mažiau daiktų, bet gyventų kartu su tėvais. Taip pat vaikai nesvarbiais ir nemylimais pasijusti gali dėl tėvų pažadų nesilaikymo ar bijojimo pranešti svarbias žinias iš karto, tarkime, kai pažadėjus grįžti Kalėdoms negrįžtama ir vengiama iki paskutinės minutės tai pranešti. Apskritai tėvai, palikę vaikus, ilginiui praranda autoritetą vaikų auklėjime ir jį susigrąžinti vėliau būna labai sunku.

#### **4.6 Poveikis valstybės įvaizdžiui ir reputacijai pasaulyje**

Iš kitų emigracijos padarinių dera pamynėti tai, kad nusikaltėlių migracija (nusikaltimų eksportas ir internacionalizacija) taip pat turi kraštui neigiamų pasekmių. Tereikia prisiminti didelį atgarsį įgijusias publikacijas Airijos, Norvegijos, Ispanijos ir Vokietijos laikraščiuose: lietuvių migrantai ten vaizduoti kaip nusikalstamas elementas, nusikaltimų, neskaidrių praktikų ir socialinių problemų šaltinis. Viena vertus, lietuviai tampa statiškai mažiau pageidautini, krenta jų „patikimumo indeksai“ ir plinta neigiamas įvaizdis: taip sumažėja darbo ieškančių Lietuvos piliečių galimybės legaliai įsidarbinti. Kita vertus, padaroma ekonomiškai sunkiai išmatuojama žala visos šalies įvaizdžiui: nežinia, kokio masto informacinė kompanija reikalinga tam, kad Švedijoje pavyktų atstatyti Lietuvos ir lietuvių reputaciją, kurią sugriovė dviejų Lietuvos piliečių nežmoniškas nusikaltimas.

Kita vertus, užsienyje egzistuojančias lietuvių bendruomenes galima panaudoti Lietuvai palankiais lobistiniais tikslais, remtis tenykščių lietuvių balsais formuojant viešąją opinią ir įtakojant užsienio valstybių politikų sprendimus (pavyzdžiui, šitaip sėkmingai naudotis Amerikos lietuvių bendruomene Lietuvos stojimo į Nato byloje). Tuo tikslu reikalingi glaudūs, abipusiu pasitikėjimu grįsti ryšiai tarp vietinių lietuvių emigrantų bendruomenių ir valstybės institucijų, taip pat kryptinga valstybės interesų

plėtos tokiomis priemonėmis strategija. Nūnai tokią veiklą stabdo šie sumetimai: pirma, didelė dalis naujųjų lietuvių emigrantų nėra tapę visateisiais piliečiais tose šalyse, kuriose gyvena (ilgainiui ši būklė keisis, o ir Europos Sąjungos narystė sustiprino naujųjų lietuvių bendruomenių politinio dalyvavimo ir viešosios veiklos galimybių mastą); antra, su daugybe naujųjų migrantų Lietuvos valstybės institucijos nėra užmezgusios arba nepalaiko pastovių ryšių; trečia, neturi jos nė tokiai veiklai deramos strategijos. (Lietvių emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius 2005 m., 13 psl.)

## **5. Protų sulaikymo politika: bendrojo pobūdžio priemonės**

Protų nutekėjimo problemą nagrinėjantys mokslininkai ir ekspertai paprastai sutaria dėl vieno – kad geriausi specialistai nepaliktų savo šalies, pirmiausia reikia, kad ji būtų trokštama vieta dirbti ir siekti karjeros. Šviesiausi protai visada prarandami ten, kur aukštesnės pareigos, karjera ir atlyginimas priklauso ne nuo gebėjimų ir nuopelnų, o nuo pažinčių, protekcijų ar politinės konjunktūros. Tai ypač aktualu valstybiniam sektoriui, taip pat ir aukštosioms mokykloms bei mokslo institutams, nes profesionalai lieka tik tai tuomet, kai profesionalumas yra vertinamas.

Lygiai taip pat svarbus ir atlyginimas. Emigracijos lygį gali lemti ir studijų finansavimo sistema. Įvairiose valstybėse smarkiai subsidijuojamas aukštasis mokslas sukuria prielaidas absolventams išvykti – tokių subsidijų pakeitimas paskolų sistema leistų išlaikyti valstybėje daugiau kvalifikuotų specialistų.

Mėginant neutralizuoti proto nutekėjimo priežastis svarbus vaidmuo tenka mokslo ir technologijų politikai. Plėtodama išskirtinius mokslinių tyrimų centrus ir kurdama sąlygas naujovių diegimui bei pažangių technologijų verslui, šalis gali tapti patraukli tiek vietos, tiek užsienio kvalifikuotiems specialistams. Tačiau šis uždavinys reikalauja nemažai laiko. Indija pradėjo investuoti į šiuos sektorius jau šeštame dešimtmetyje. Kinija neseniai pradėjo programą, kuria siekiama 100 universitetų paversti pasaulinės klasės mokslinių tyrimų centrais.

Svarbus veiksnys, stabdant protų nutekėjimą, yra tinkamas tyrimų finansavimo mechanizmas. Industrinėse šalyse tyrimų finansavimas yra paremtas visiškai kitais principais, negu Lietuvoje veikiantieji, o tai savo ruožtu kuria kitokio tipo darbo aplinką. Valstybė ir privatusis sektorius formuoja savo tyrimų ir plėtos strategijas ir pagal jas sudaro tyrimų rėmimo programas. Per įvairius fondus šių programų lėšos yra konkursiniu būdu yra paskirstomos atskirų tyrėjų projektams. Dalis projektams skirtų lėšų, vadinamieji „pridėtiniais“, pervedama mokslinių institucijų vadovybei administracinėms bei logistinėms išlaidoms padengti. Veikiant šiems principams, visos mokslinės įstaigos kolektyvas suinteresuotas į savo būrį prisitraukti kuo geresnių mokslininkų, kurie sugebėtų dalyvauti bendruose tyrimuose, ir taip garantuotų sėkmę gaunant projektų finansavimą. Kad būtų atnešta naujų idėjų, palyginti retai įdarbinami specialistai, paruošti tame pačiame universitete ar mokslo įstaigoje. Jeigu tokie finansavimo principai įsigaliojūt Lietuvoje, Vakaruose lavintų specialistų grįžimas būtų natūralus ir visiems naudingas procesas.

Didesnis ar paprastesnis darbo jėgos mobilumas gali padėti tiek ir priimančiai, tiek ir išvykimo valstybei. Kuo sunkiau migrantams išvažiuoti į užsienio valstybę, tuo mažiau jie norės rizikuoti grįžti namo. O kuo ilgiau jie lieka užsienyje, tuo labiau tikėtina, kad jų gyvenimas taps pastovus – dings seni ryšiai, o tėvynėje bus sunkiau prisitaikyti. Tad pagrindinė mobilumo skatinimo idėja ta, kad sudarius palankias sąlygas mokslininkų mobilumui, suteikiančiam galimybes tobulintis įvairiuose Europos mokslo centruose, jie bus sulaikomi nuo ilgalaikės emigracijos. Didinant mobilumą, internetu kuriamos emigrantų bendruomenės, rengiamos konferencijos, iš kurių dažnai gimsta bendri projektai. Emigrantai neretai pritraukiami trumpiems projektams, suteikiant jiems garantijų, jog jie galės grįžti į juos priglaidusią valstybę. Pavyzdžiui, pastaraisiais metais Graikijoje ir Rytų Europoje paplito vadinamieji „skrajojantys profesorai“, turintys keletą darbo vietų.

Specialistai, analizuojantys proto nutekėjimo iš pereinamosios ekonomikos šalių problemas sutaria, kad norėdamos ne tik išlaikyti, bet ir gausinti savo intelektualinį kapitalą, jos turi imtis valstybiniu lygmeniu suderintų priemonių, kurios aukštos kvalifikacijos specialistams bei mokslininkams sudarytų sąlygas dirbti savo šalyje, t.y. sukurtų tinkamą socialinę ir ekonominę aplinką. Valstybiniame sektoriuje darbo apmokėjimo sistema turėtų užtikrinti, kad materialiai mokslininkas priklausytų bent vidurinei klasei. Vienu svarbesnių faktorių taip pat laikomas bendras gyvenimo kokybės augimas. <Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 22 - 25 psl.>

Apibendrinant būtų galima pasakyti, kad Lietuvoje protų nutekėjimą gerokai sumažintų reali ir kardinali mokslo ir studijų sistemos reforma, derinama su mokslininko veiklos bei mokslininko profesijos prestižo didinimu valdžios bei visuomenės akyse. Reformos tikslas netūrėtų būti vien protų nutekėjimo stabdymas: mokslininkų gyvenimo kokybės ir, atitinkamai, darbo kokybės pakėlimas yra ir bendrasis strateginis Lietuvos interesas. Tačiau vienas iš šalutinių poveikių būtų ir protų nutekėjimo stabdymas.

Tarp tokių bendrojo pobūdžio priemonių turėtų būti kokybišką mokslinį darbą, mokslinę kūrybą skatinančios finansavimo sistemos įdiegimas; skaidrių, viešų, tarptautiškai skelbiamų ir prieinamų konkursų mechanizmų sukūrimas; mokslininkų mobilumo didinimas; efektyvios studijų paskolų sistemos įdiegimas. Mokslininkų mobilumas (galimybė dažnai išvykti trumpesniems laikotarpiams į geriau aprūpintas mokslo įstaigas, konferencijas, galimybė išvažiuoti trumpam padėstyti, užsidirbti ir pasisemti patirties, galimybė nesunkiai grįžti syki į jau išvažiavus) – viena pagrindinių priemonių, padedančių išlaikyti mokslininkus ekonomiškai labiau atsilikusiose šalyse. Reikia svarstyti, kaip pasinaudoti esamo mobilumo teigiamais privalumais, ir kaip įtakoti šį procesą, kad jis valstybei duotų kuo didesnę naudą. <Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 25 - 26 psl.>

### **5.1. Protų susigrąžinimo politika: užsienio pavyzdžiai**

Prisivilioti savo talentingus emigrantus sugrįžti sėkmingai pavyko tik nedaugeliui valstybių. Santykinė Taivano, Pietų Korėjos, Singapūro ir Airijos sėkmė šioje veikloje siejama su jų atviromis

ekonomikomis ir politika skatinant investicijas į mokslą, naujovių diegimą bei eksperimentinę plėtrą. Šalys, turinčios tam tikrą mokslinių tyrimų bei eksperimentinės plėtros infrastruktūrą, lėšų ir verslo kontaktus, geriau pritraukia buvusius emigrantus.

Į gimtąsias šalis grįžtantys Europos mokslininkai neretai turi didelių problemų reintegruoti į savo šalių mokslo bendruomenes. Pavyzdžiui, norint daryti karjerą Italijoje, ypač svarbūs mokslininkų tinklai ir ryšiai, o išvykimas į užsienį šiuos ryšius suardo. Tad grįžusieji labai sunkiai vėl priimami į pirminę akademinę aplinką, todėl neretai ryžtasi vėl išvykti. Didelė problema Italijoje yra tai, kad judėjimas karjeros laiptais nepakankamai priklauso nuo mokslininko lygio ar pasiektų rezultatų, todėl tie mokslininkai, kurie pasiliko, tėvynėje neretai būna labiau privilegijuojami už sugrįžėlius.

Protų nutekėjimas iš Italijos šiuo metu atsidūrė šalies politinėje darbotvarkėje. Susirūpinta tuo, kad mokslininkai palieka Italiją norėdami pasistūmėti karjeros laiptais, o ketindami sugrįžti susiduria su didžiulėmis reintegravimosi problemomis. Šis fenomenas siejamas su vadinamųjų „baronų“ įtaka – tai profesoriai, kaip teigiama, valdantys universiteto darbo rinką. Tokie „baronai“ dažnai reikalauja iš siekiančių karjeros mokslininkų iki dvejų metų dirbti jiems nemokamai. Dėl tos pačios priežasties Italija pritraukia mažai mokslininkų iš užsienio. Išvykę iš Italijos, mokslininkai į ją sugrįžta retai – dažniausiai tuomet, kai yra specialiai pakviečiami, tam tikrų specifinių kontaktų dėka arba šeimos interesais (kas jiems patiems profesiniu atžvilgiu dažnai nebūna naudinga). Nedidelis grįžusiųjų skaičius ir reintegracijos problemos atspindi ribotas investicijas į mokslą, nepakankama mokslinių investicijų turimas lėšas ir infrastruktūrą, skaidrios ir nuopelnais pagrįstos įdarbinimo sistemos nebuvimą, protegavimo dominavimą. Visa tai riboja galimybę grįžus rasti gerą darbo vietą.

Išvykusiems mokslininkams neretai sugrįžti būna nelengva ir todėl, kad viešasis sektorius nepajėgia priimti visų šių žmonių. Išėitis galėtų būti rasta tuomet, jei daugiau mokslininkų skatintų grįžti ir įdarbintų privatus sektorius. Antai JAV privatus sektorius pagal baigusią doktorantūrą įdarbintų asmenų skaičiaus dalį (30%) užima antrą vietą po akademinio sektoriaus. Privatus sektorius galėtų suvaidinti svarbų vaidmenį bendrose įmonėse su viešuoju sektoriumi, kuriantis išskirtiniams mokslo ir inžinerijos centrums. Tad valdžia turėtų sudaryti galimybes ir paskatas žinių bei technologijų perdavimui, ypač palankiam smulkiam ir vidutiniam verslui plėtoti. <Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m., 30 - 31 psl.>

## **5.2. Lietuvos politikos priemonės migrantų grįžimui skatinti**

Lietuvoje, kiek tai susiję su migrantų grįžimo skatinimu ar pagalba grįžtantiems, yra nubrėžta aiški riba tarp vadinamųjų repatriantų (tai asmenys, deportuoti sovietiniu periodu iš Lietuvos, ar jų palikuonys ir dabar grįžtantys gyventi į Lietuvą) ir savanoriškų migrantų (tai daugiausia darbo migrantai, išvykę iš Lietuvos jau nepriklausomybės laikotarpiu ir dabar galvojęntys grįžti). Abiejų šių migrantų grupių atžvilgiu vykdoma skirtinga politika: repatriantams taikoma labai dosni ir ilgalaikė (vykdoma nuo 1990-ųjų, kasmet tokių migrantų grįžta apie 150 šeimų) paramos programa, o politika darbo migrantų grįžimui skatinti ir paremti žengia tik pirmuosius žingsnius, nors ši veikla sparčiai plečiasi.

Iki pastarojo laikotarpio apie grįžtamosios migracijos skatinimą nebuvo kalbama. Pradėjus masiškai trūkti darbo jėgos vis daugiau ekonomikos sektorių ir spaudžiant darbdavių atstovams, buvo susidurta su alternatyva: reikia arba atsivežti darbo jėgą iš trečiųjų šalių, arba bandyti, jei įmanoma, susigrąžinti išvykusiųosius. Buvo pradėtos vykdyti priemonės abiem kryptimis: palengvintas darbo jėgos atsivežimo iš trečiųjų šalių procesas ir pradėtos kurti įvairios programos, skatinančios migrantų susigrąžinimą.

Tačiau politiniu lygmeniu prioritetai aiškiai išdėstyti: trūkstant darbo jėgos pirmiausia bandyti labiau panaudoti Lietuvoje turimus resursus / juos perskirstyti; bandyti susigrąžinti išvykusiųosius ir tik kaip trečia alternatyva – leidimai atsivežti užsienio darbo jėgą. Tad pastaraisiais metais šioje srityje yra aiškus proveržis:

- 2007 m. balandį Lietuvos Respublikos vyriausybė patvirtino Ekonominės migracijos strategiją, kurios vienas pagrindinių tikslų – skatinti ekonominių migrantų grįžimą.

- 2008 m. parengtos Lietuvos imigracijos politikos gairės (jose nurodoma, kad „...prioritetas turi būti teikiamas ekonominiam aktyvumui valstybės viduje didinti, paskatoms ekonominei emigracijai mažinti, emigravusių Lietuvos Respublikos piliečių grįžimui skatinti...“).

- Įvairios kitos / šakinės programos ar specializuotos priemonės įvairiose srityse: mokslo / švietimo, darbo rinkos, psichologinės pagalbos, kitose.

Kai kurios priemonės dar tik planuojamos, kitos jau sėkmingai įgyvendinamos. Sąlyginai jas galima būtų suskirstyti pagal sritis: *švietimas / moksleivių grįžimas į mokyklas*

- Išlyginamosios klasės iš užsienio grįžusiems vaikams, nemokantiems lietuvių kalbos.
- Speciali Vilniaus vidurinė mokykla iš užsienio atvykusiems lietuvių kilmės vaikams „Lietuvių namai“.

- Specialių individualių mokymosi programų sudarymas iš užsienio grįžusiems vaikams, siekiant įveikti atsilikimą (atsiradusį dėl programų skirtumo užsienyje ir Lietuvoje); tokiems mokiniams skiriamas 35 procentais didesnis mokinio krepšelis.

- Aštuntos – dvyliktos klasės moksleiviams sudaromos galimybės mokytis nuotoliniu būdu, taip palengvinant grįžimą; išvykstantiems iš Lietuvos ir ketinantiems grįžti asmenims – galimybė mokytis pagal savarankiško mokymosi programą.

- Parengtas specialus vadovėlis užsienyje gyvenantiems mokiniams „Mano ir tavo šalis Lietuva“.

*Mokslas / tyrimai / protų susigrąžinimas*

- Parama ir specialios kvotos stojant į Lietuvos aukštąsias mokyklas lietuvių kilmės piliečiams, užsienyje įgijusiems vidurinį išsilavinimą; finansinė parama tokiems studentams.

- Specialios mokslininkų stipendijos iš užsienio grįžusiems Lietuvos mokslininkams.
- Švietimo ir mokslo ministerijos parengta speciali „Protų susigražinimo“ programa.
- Trumpalaikių dalykinių vizitų į Lietuvos mokslo / tiriamuosius institutus organizavimas lietuvių kilmės mokslininkams / tyrėjams, gyvenantiems užsienyje.

#### *Informacijos sklaida / konsultacijos*

- Tyrimų emigracijos ir grįžtamosios migracijos tema rėmimas;
- Veikia Lietuvių grįžimo į tėvynę informacinis centras Vilniuje;
- Informacinių darbo mugių organizavimas Lietuvoje ir tikslo šalyse / Airijoje;
- Lietuvos EURES biurų atstovų konsultacijos Airijoje ir Jungtinėje Karalystėje;
- Psichologinės konsultacijos grįžtantiems lietuviams ir jų šeimų nariams;
- Informacinių leidinių grįžtantiems lietuviams rengimas ir platinimas;
- Televizijos kanalo užsienyje gyvenantiems lietuviams transliacija;

Apibendrinant, būtų galima pasakyti, kad vis daugiau kilmės šalių vyriausybių imasi vienokių ar kitokių priemonių bandydamos susigražinti išvykusiuosius, ypač aukštos kvalifikacijos specialistus ir jaunimą. Bandoma susigražinti išvykusiuosius, grįžtamajai migracijai suteiktas aiškus prioritetas ir pradedamos kurti įvairios programos, skatinančios migrantų susigražinimą.

## **6. Nelegali migracija**

Atsivėrusi pasauliui Lietuva neišvengiamai susidūrė ir su kai kuriomis jai anksčiau nežinomomis problemomis. Viena jų – nelegalios migracijos išsūkis. Dėl savo geografinės padėties ir silpnos sienų kontrolės 1990 –ųjų pradžioje Lietuva tapo tarpine grandine pagausėjusiame žmonių judėjimo iš Rytų į Vakarų sraute. Per Lietuvą nusidriekė nelegalių migrantų iš tolimųjų Azijos, Afrikos sąlygiškai artimesnių Nepriklausomų Valstybių Sandraugos (NVS) šalių srautas į trokštamas Vakarų ir Šiaurės Europos šalis (Sipavičienė, 1997 m.).

Lietuvoje pirmosios nelegalių migrantų grupės oficialiai buvo užfiksuotos 1992 metais ir nuo tada iki dešimto dešimtmečio vidurio tokių nelegalių migrantų, sulaikomų Lietuvoje, skaičius nuolat didėjo. Tačiau vėliau dėl įvairių priežasčių – sustiprintos sienų kontrolės, technikos naujovių įdiegimo, griežtesnių bausmių žmonių gabentojams, taip pat dėl to, kad nelegalūs migrantai sulaikomi ir

išsiunčiami į kilmės šalis, - Lietuva tapo mažiau patraukli nelegaliems migrantams ir todėl jų srautas ženkliai sumažėjo.

Migracijos virsmas verslu, neretai šešėliniu ar net nusikalstamu, sąlygoja, kad teorinėje analizėje susipina ekonominės ir kriminalinės perspektyvos. Pirmoji, ekonominė, perspektyva nelegalių migrantų gabenimą traktuoja kaip verslą, o antroji, kriminalinė, - kaip nusikalstamą veiklą ir vertinama labiau iš teisinės pusės.

### **6.1. Ekonominiai aspektai**

Iš esmės migracijos verslas suvokiamas kaip institucionalizuotas „tinklas“, kuriame esminė yra sudėtinga pelno bei nuostolių apskaita. Šioje sistemoje funkcionuoja nemažai institucijų ir individualių agentų, siekiančių komercinės naudos. Įvairūs netiesioginiai šaltiniai rodo, kad, mažėjant legalios migracijos galimybėms (dažniausiai dėl imigraciją ribojančios politikos), nelegalios migracijos potencialas ir srautai daugelyje Europos šalių auga, o tai puiki terpė prekybai žmonėmis plėtotis, įtraukiant vis naujas šalis, tarp jų ir Lietuvą. Prekybos migrantais sistema apima gabenimo operacijų planavimą, informacijos rinkimą, finansus bei tam tikras technines užduotis. Čia įvertinamos ir šios veiklos investicijos (input), ir jos rezultatas (output). Daugiausia investuoja patys migrantai, o galutinis sistemos tikslas / rezultatas yra migrantų įkurdimas numatytoje vietoje, t.y. jų įtraukimas (insertion) į tikslo šalies darbo rinką (dažnai į šešėlinę darbo rinką ir vergiškomis sąlygomis) bei į visuomenę. <Audra Sipavičienė, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 24 psl.>

### **6.2. Kriminaliniai aspektai**

Mokslinėje literatūroje aptinkama nuomonė, jog visi prekybos žmonėmis proceso dalyviai įtraukti į kriminalinius veiksmus. Taip suprantant prekybą žmonėmis, ji pradeda analizuoti kriminalinių teorijų kontekste. Kriminalinės organizacijos turi savybę prisitaikyti prie kintančių sąlygų bei pasinaudoti jomis pelnui gauti. Taigi, pakitus pasaulinei politikai bei ekonomikai, atsiradus valstybių tarpusavio priklausomybei (pvz.: ES), vykstant ekonomikos globalizacijai, transportavimo / judėjimo bei komunikacijos galimybėms tampant vis lengvesnėms ir labiau prieinamoms, intensyvėja darbo jėgos judėjimas. Kriminalinės organizacijos, matydamos perspektyvą, imasi šio verslo ir taip padaro jį nelegalų, o ilgainiui susikuria ir tarpautinės kriminalinės organizacijos – visa tai dar labiau palengvina prekybą žmonėmis.

Kriminalio požiūrio esminis trūkumas tas, kad čia sunkiai inkorporuojami migracijos elementai, kurie yra iš dalies legalūs, taip pat atvejai, kai migrantų statusas migracijos procese kinta iš legalaus į nelegalų ir atvirkščiai, kas dažnai stebima realiame gyvenime.

Iš viso to, kas pasakyta, galima daryti išvadą, kad nelegalios migracijos / migrantų gabenimo ir prekybos žmonėmis teorijos dar nėra galutinai susiformavusios ir jų tolesnei plėtrai nepaprastai svarbi empirinių tyrimų tąsa. <Audra Sipavičienė, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 25 - 26 psl.>

### **6.3. Prekyba žmonėmis**

Vienas tarptautinės migracijos aspektų yra jos, kaip globalinio verslo su teisėtomis ir neteisėtomis veikimo priemonėmis, traktavimas. Migracijos verslas suvokiamas kaip institucionalizuotas „tinklas“, kuriame esminė yra sudėtinga pelno bei nuostolių apskaita. Šioje sistemoje funkcionuoja nemažai institucijų ir individualių agentų, siekiančių komercinės naudos. Įvairūs netiesioginiai šaltiniai rodo, kad, mažėjant legalios migracijos apimtims nelegalios migracijos potencialas ir srautai daugelyje Europos šalių auga, o tai yra puiki terpė prekybai žmonėmis plėtotis. Daugėja įrodymų, kad vis dažniau migrantai naudojami nelegalių organizacijų paslaugomis, prekyba žmonėmis/ migrantai tampa klestinčiu tarptautiniu „verslu“, įtraukdama vis naujas šalis.

### **7. Teigiamos emigracijos priežastys**

Lietuvių emigracija turi ir nemažai teigiamų pasekmių, kurios dažniausiai nepastebimos ir iki galo nepanaudojamos. Be kultūrinių mainų, užsienio patirties įsigijimo, migracija teikia ir ekonominę naudą: mažina socialinę įtampą darbo rinkoje ir visuomenėje, sprendžia ekonomines šeimos problemas. Nėra žinoma, kiek pinigų kasmet migrantai persiunčia / parsiveža iš užsienio (nėra apskaitos ir tyrimų). Taip pat nėra žinoma, kur ir kaip panaudojami migrantų pinigai, nėra programų, skatinančių / palengvinančių „migracinių pinigų“ tikslingą panaudojimą / investicijas. Taigi migracijos teigiamas efektas toli gražu ne visas. Šiandien egzistuojanti mokesčių sistema blokuoja tiek reemigraciją, tiek „migracinių pinigų panaudojimą“.

### **8. Socialinė reklama – visuomenės informavimo priemonė.**

Socialinė reklama padeda socialinę politiką vykdančioms institucijoms efektyviai spręsti visuomenėje kylančias problemas. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad visuomenės požiūris į socialinę reklamą, jos būtinumą lemia, tai kad socialine reklama įgyvendinami viešojo administravimo institucijoms iškelti tikslai, tokie kaip viešųjų paslaugų teikimas, valstybės reguliavimas, pajamų paskirstymas ir perskirstymas ir kt. Viešojo administravimo institucijų vaidmuo socialinės reklamos formavimui yra labai svarbus, nes šios institucijos, vykdydamos joms privalomą socialinę politiką, šiandien vis dažniau kaip efektyvią priemonę į pagalbą pasitelkia socialinę reklamą.

Lietuvos gatvėse, televizijoje, spaudoje atsiranda vis daugiau socialinės reklamos, tačiau pripažįstama, kad šiuo požiūriu mūsų šalis vis dar smarkiai atsilieka nuo labiau išsivysčiusių Europos Sąjungos (ES) valstybių. Gatvės stenduose vos patalpintus socialinės reklamos plakatus dažnai pakeičiami į komercinę reklamą, mat jos užsakovai, skirtingai nuo pelno nesiekiančios reklamos iniciatorių, yra mokūs.



Socialinė reklama (angl. public advertising) – tai viena pagal reklamuoją objektą išskiriamų reklamos kategorijų. Ji įsikomponuoja tarp komercinės, politinės ir kultūrinės reklamos. Tiesa, su pastarąja yra neretai ir tapatinama, laikant jas viena reklamos rūšimi – socialine reklama. (Markauskas, 2008 m.). (B.Čereška, 2004 m.) socialinę reklamą įvardina kaip reklamą, kuri turi ulitarinį, neatsiejamą nuo materialinės naudos praktinį pobūdį. Jis šias reklamas apibūdina kaip neprekinės (nekomercinės) reklamas. Socialinės reklamos, B.Čereškos nuomone, skiriasi nuo prekių (komercinių). Šis mokslininkas reklamas klasifikuoja į prekinės ir neprekinės pagal kelis faktorius: pirmiausiai pagal užsakovą – socialinių (neprekinės – nekomercinės) reklamų užsakovai būna visuomeninės, politinės, religinės, labdaros ar kitokio pobūdžio organizacijos. Nemažą dalį nekomercinės reklamos finansuoja valstybė per specialias programas. Taip pat skiriasi socialinių reklamų paskirtis – tai nėra pelno siekimas, šiomis reklamomis siekiama skatinti žmones aukoti pinigais labdarai, sveikai gyventi, remti vaikų ir globos namus. R. Urbonskienė ir O.Obelytė socialinę reklamą apibūdina kaip priemonę, kuri padeda „formuoti interesams, papročiams, požiūriams, įveikti klaidas ir prietarus, tarnauja kultūriniam, politiniam, moraliniam ir estetiniam žmonių auklėjimui. Ji susijusi su visuomenės nuomonės formavimu. (Urbonskienė Obelytė, 1995 m., 44 psl.) Socialinėmis reklamomis perduodama informacija, propaguojanti teigiamus veiksmus. Galima pateikti tokią apibendrintą vartojamą socialinių reklamų apibrėžimą: rašytinė ar vaizdinė informacija, kuri skatina ne vartoti, o keisti, keistis, toleruoti. Socialinėmis reklamomis informuojama nesiekiant komercinės naudos; dažniausiai kreipiamasi ne į konkretų asmenį ar jų grupę (pavyzdžiui, galima rasti komercinių reklamų, skirtų tik vaikams, tik vyrams ar tik moterims), o į visą bendruomenę.

„Pirmoji socialinė reklama (nongovernmental public service advertisement) 1906 metais buvo finansuota Amerikos piliečių asociacijos, jautusios baimę, kad elektros kompanijos nukreips vandenį nuo Niagaros krioklių. Šie žmonės išsipirko reklamos vietą nacionaliniuose žurnaluose prašydami pagalbos ir paramos. Tokios reklamos padidino politinį sąmoningumą ir elektros kompanijos buvo priverstos nukreipti dėmesį nuo krioklių“. (The Advertising Age 2003, p. 1314–1316). „Taigi jau pačių pirmųjų socialinių reklamų pagrindiniai uždaviniai buvo pakeisti elgesio modelius, populiarinti socialines problemas, sukurti teigiamą visuomenės nuomonę tam tikru klausimu, aukoti, tolerantiškiau žvelgti į aplinką“. (Jokubauskas 2003, p. 143; Arens 1989, p. 608).

Išanalizavus surinktus socialinių reklamų pavyzdžius, buvo sudaryta šių reklamų klasifikacija (žr. 1 pav.). Skirtinos dvi grupės: privalomosios ir neprivalomosios reklamos.

Privalomosios socialinės reklamos – reklamos, siūlančios produktus, apie kurių žalą būtina informuoti visuomenę. Jos dar skirtinos į tabako gaminių („Rūkymas gali sukelti vėžį“) ir alkoholinių gėrimų („Vartodami alkoholį rizikuojate savo ir savo šeimos gerove“) reklama.

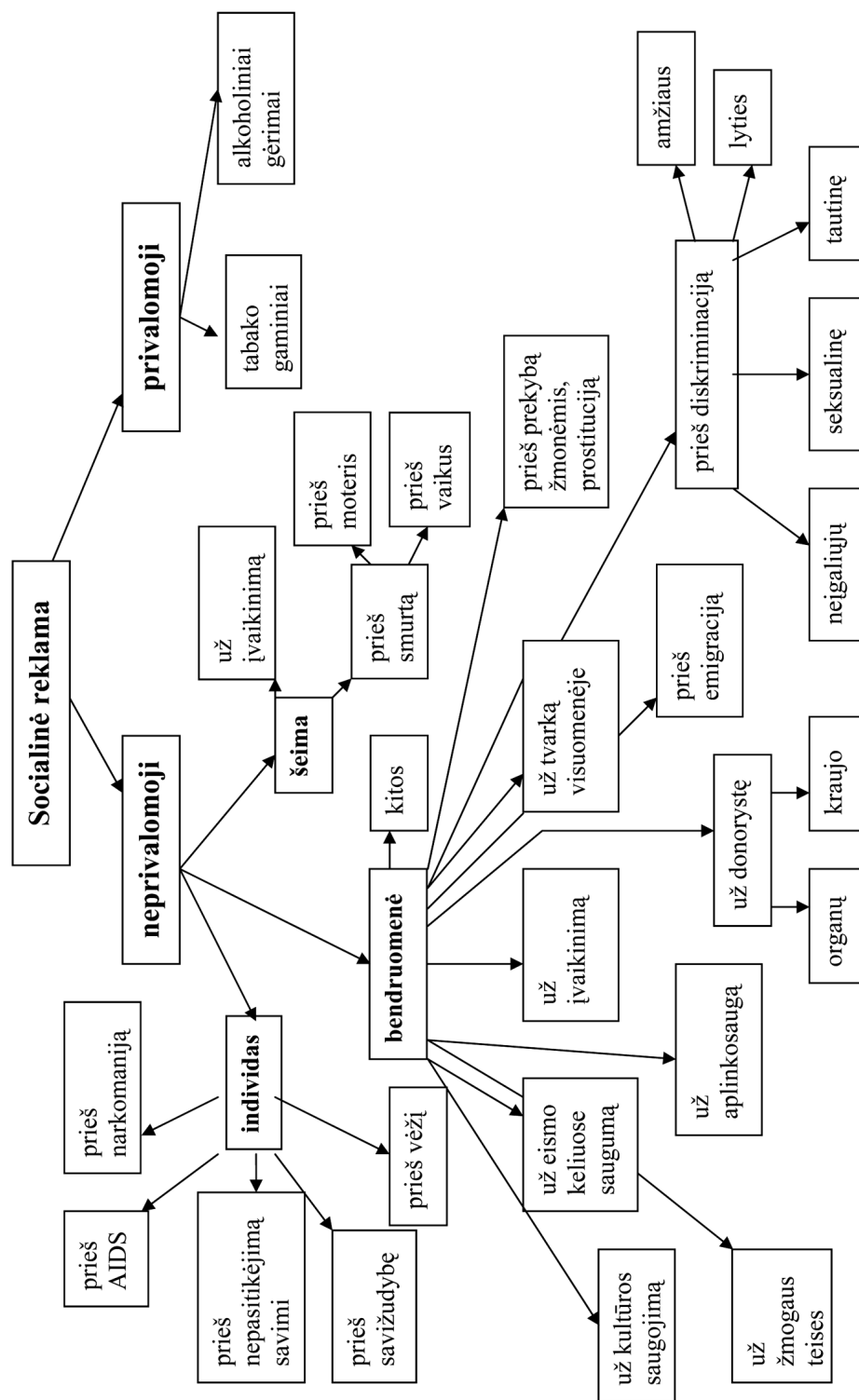
Neprivalomųjų socialinių reklamų kur kas daugiau. Jos atkreipia dėmesį į visuomenės ir individo problemas. Šios reklamos skyla į kelis pogrupius: individas, šeima ir bendruomenė.

„Socialinėse reklamose apie individo problemas akcentuojama fizinė ir psichinė žmogaus sveikata, todėl dažniausiai skatinama kovoti su: narkomanija („Narkotikų vartotojai domisi tik savimi ir

nesugeba rūpintis kitais“), AIDS („Venkite atsitiktinių lytinių santykių“), vėžiu („Nedelsk – pasitikrink. Dėl savęs ir dėl tų, kurie tave myli“), nepasitikėjimu savimi („Kaunietiški, nepasiduok!“), savižudybe („Nedaryk iš musės dramblio“).

Šeimos problemoms nėra skiriama daug dėmesio, čia svarbi kova su smurtu prieš: moteris („Netylėk! Smurtautojas bijo viešumos“) ir vaikus („Mes norime gyventi pasaulyje, kuriame nėra smurto. Neskriauskite mūsų! Saugokite mus“). Šeimos pogrūpiui galima priskirti ir įvaikinimo problemą. Tačiau čia susiduriame su dviprasmybe, nes įvaikinimo klausimas pateikiamas iš kelių perspektyvų. Pirmiausia vaikų gyvenimas globos namuose pristatomas kaip visuomenės problema (reiškiny, kurio neturėtų būti), antra – apeliuojama į šeimą, skatinama įvaikinti. Tuo atveju, kai informuojama, kad beglobių vaikų kasmet daugėja („Mylėk mane“), ši problema gali būti suvokiama kaip bendruomenės rūpestis, o kai tiesiogiai skatinama įvaikinti („Statau namą, trūksta tik mamos ir tėčio“), – šeimos rūpestis“. Erika Rimkutė, Neringa Pakalnytė, Socialinių reklamų tematika ir kalbinės ypatybės 60, 61 psl., 2009 m.

1 pav. Socialinių reklamų rūšys



Žemiau pateikiamos socialinės reklamos sąvokos aptinkamos įstatymuose:

- Socialinė reklama - „visuomenei pateikiama nekomercinė reklama, kuria siekiama propaguoti socialinę gerovę arba atkreipti dėmesį egzistuojančias socialines problemas.

- Socialinė reklama – tai socialinės gerovės, t.y. sveikos gyvensenos, sveikatos stiprinimo, ligų ir žalingų sveikatai įpročių profilaktikos propagavimas bet kokiomis reklamos formomis ir priemonėmis.

Galima teigti, kad socialinė reklama nukreipta skatinti socialinę gerovę ir spręsti esamas socialines problemas.

### **8.1. Socialinės reklamos tikslas ir funkcijos**

Aiškinant socialinės reklamos sąvoką buvo užsimenama pačioje sąvokoje, jog vienas iš pagrindinių tikslų – keisti elgesį, požiūrį. Tiek B. Čereška, tiek R. Urbanskienė ir O. Obelenytė reklamos funkcijas suskirsto į socialines ir ekonomines:

*Socialinės:*

- reklama plečia gyventojų akiratį, turtina jų žinias, supažindina su mokslo ir technikos pasiekimais, informuoja, auklėja, šviečia pirkėjus.

- reklama padeda lavinti gyventojų estetinį skonį, propagodama skoningas ir dailias prekes, naudodama meniškai apipavidalintas priemones.

- reklama turi įtakos šiuolaikinio, sveiko, kultūringo gyvenimo būdo propagavimui, padeda įvertinti racionalius poreikius, atsikratyti pasenusių ir žalingų vartojimo įpročių.

Anksčiau minėtų mokslininkų pateikiamos ekonominės funkcijos, susijusios su komercine reklama, nes labiau akcentuojamas pelno gavimas, kuris nesiderina su socialinių reklamų pagrindiniu tikslu. Galima paminėti kelias ekonomines funkcijas, kad jaustųsi skirtumas tarp ekonominių ir socialinių funkcijų:

*Ekonominės:*

- reklama padeda subalansuoti rinkoje prekių pasiūlą ir paklausą.

- reklama padeda kelti prekybos, aptarnavimo kultūrą, taupyti laiką prekėms išigyti, propaguoja pažangius prekių pardavimo metodus.

- reklama palengvina gyventojams geriau apžvelgti rinką ir orientuotis joje, greičiau apsispręsti, kuri prekė jiems geriau tinka.

Ekonominės funkcijos orientuotos į tai, kad visuomenė greičiau susivoktų, kuri prekė ar paslauga jiems reikalinga.

## 8.2. Reklamos savybės

R. Urbanskienė, O. Obelenytė (1995 m.) pateikia, kad veiksminga reklama turėtų turėti šias savybes: masiškumas, viešumas, vienakryptingumas, reklamos tikslų slėpimas, idėjiškumas, reklamos teisingumas, konkretumas, planingumas.

L. Navickaitė (1999 m., 93 psl.) teigia, kad norint paveikti reklamos adresatą, reklama turi būti greita, jaudinanti, „kieta“, efektyvi, beskausmė ir visuomet baigtusi laimingai. (pagal G. Gerbnerį) Kaip teigia B. Čereška (2004 m.), kad reklama turėtų poveikį reikalinga tam tikri poveikio elementai.

Reklama daro įtaką mintims ir jausmams, norime mes to ar ne. Reklamos kiekis ir kokybė lemia vartotojų požiūrį į prekę, paslaugą ar politinį veikėją.

I. Smetonienė teigia, kad kiekvienas adresatas skirtingai priima informaciją: „vieni suvokia visą tekstą, kiti patiria emocijų, susijusių su objektyviomis asociacijomis, ir įsidėmi emocinius reklamos elementus, tretį įsidėmi tą teksto dalį, kuri labiausiai krinta į akis dėl įforminimo“. (I. Smetonienė, 2009 m., 36 psl.) Tai žinodami reklamos kūrėjai turi orientuotis į skirtingai nusiteikusį adresatą, ir kad reklama pirmiausiai turi patraukti adresato dėmesį emociškai, o tik paskui sudominti jį turiniu, sukelti vienokią ar kitokią reakciją.

## 8.3. Reklamos efektyvumo kriterijai

Norint kalbėti apie socialinių reklamų efektyvumą reikia nusistatyti pagal kokius kriterijus, aspektus jis yra vertinamas. Urbanskienė (1995 m., pagal Veinhardt, 2005 m., Tamutiene) nurodo, kad reklamos efektyvumas gali būti vertinamas pagal tris aspektus:

- Socialinį aspektą. Tai palyginti sunkiai nustatomas efektyvumas, nes jis pasireiškia gerokai vėliau nei taikomos konkrečios reklamos priemonės ir jo diagnozavimui reikalingi ilgi nuolatiniai tyrimai. Šis vertinimas gali būti ne tik atskirų įmonių ar organizacijų, bet visos visuomenės požiūriu.

- Psichologinį aspektą. Psichologinio reklamos efektyvumo tikslas – nustatyti veiksmingumą taikomų reklamos priemonių, kaip jos pasiekia vartotojų sąmonę, paveikia ją norima kryptimi.

- Ekonominį aspektą. Socialinei reklamai šis efektyvumas sunkiai pritaikomas, nes jis skaičiuojamas, remiantis prekių realizacijos, apyvartos padidėjimo, papildomų pajamų ar pelno rodikliais. Jį nebent būtų galima skaičiuoti pagal tai kiek yra suaukojama pašalpu labdaros metu.

## 9. Socialinės reklamos analogų analizė

Lietuviškos socialinės reklamos vis dar yra pernelyg neutralios, o jas kuriant nedirbama su psichologais. Todėl dažnai jos taip ir neatskleidžia problemos esmės, be to, joms trūksta tęstinumo. Būtina, kad socialines reklamas kurtu visas būrys savo srities profesionalų. Lietuvoje prisibijoma. Galbūt įžeisime žmones, per daug spaudimo, galbūt net šleikštulys atsiras nuo tiesioginio vaizdavimo. Visuomenei dar reikia šiek tiek pribręsti. Viešojo administravimo institucijų pareiga yra vykdyti socialinės reklamos misiją – atkreipti visuomenės dėmesį į pamirštas problemas. „Socialinė reklama apeliuoja į žmogiškumą, ja stengiamasi paveikti žmonių jausmus taip stipriai, kad priverstų susimąstyti“.(Jokubauskas, 2003, 141). „Lietuvos viešojo administravimo institucijos yra socialiai atsakingos ne tik už socialinės reklamos iniciatyvą, bet ir už jos vykdymą. Viešojo administravimo institucijų vykdoma socialinė reklama privalo ne tik daryti įtaką visuomenės problemų sprendimams, tačiau svarbiausias jos tikslas yra poveikis problemai panaikinti ar bent ją sumažinti“. ISSN 1648-9098 *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2008. 4 (13). 374-383.



1



2



3



4



5

<sup>1</sup> <http://jewishcurrents.org/may-19-the-end-of-immigration-5507>

<sup>2</sup> <http://apklausa.lt/f/bedarbiu-emigracija-6z3enpg/answers/new>

<sup>3</sup> <http://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/zada-dar-viena-emigracijos-banga-56-80504>

<sup>4</sup> <http://www.efoto.lt/nuotrauka/emigracija>

<sup>5</sup> <http://www.efoto.lt/node/253899>



6



7

---

6 <http://www.instablogs.com/advertising-with-a-social-message.html>

7 <http://villageofjoy.com/33-cool-and-creative-ads-part-i/>



Emigracijos problema ganėtinai opi Lietuvoje, tačiau prieš ištariant pirmąjį emigrantus peikiantį žodį reikėtų stabtelėti ir savęs paklausti: kodėl jie, palikę tai, kas kiekvienam daugmaž normaliam žmogui yra brangiausia, iškeliaovo dažnai nelabai tikslia kryptimi ir ne iš karto apčiuopiamos laimės ieškoti? Gal todėl, kad trokšta savo vaikams sukurti jaukius namus ir visų gražiausią ateitį, bet negalėjo to padaryti gyvendami gimtinėje? Kiekvienas žmogus dažnai būna priverstas priimti sprendimą, kai dėl trokštamo tikslo tenka aukoti arba aukotis. Jis ginamas pasiteisinimu – ilgalaikė perspektyva svarbesnė už laikinas netektis. Analoguose (5) likę be tėvų globos vaikai ir nepilnamečiai jaučiasi blogai, o jų armija didėja. Tėvų gausiai siunčiami pinigai tuo savęs nekompensuoja, o greičiau jau tvirkina. Uždrausti ieškoti darbo svetur neįmanoma ir būtų visiškai kvaila. To siekiant tektų aklinau uždaryti sienas, atsisakyti laisvo darbo jėgos judėjimo principo. Versti kartu išsivežti vaikus – pernelyg rizikinga dėl daugelio priežasčių.

Yra tik viena protinga išeitis – kartu su emigrantais tartis, kaip sušvelninti mažų žmonių vienetą, kai sukurti jiems visais požiūriais saugią aplinką. Emigrantai – aktyvi ir mąstanti mūsų visuomenės dalis. Jie suvokia problemą ir nurodo, jog mielai paliktų savo atžalas specialiuose pensionuose, mokėtų už paslaugas, tikėdamiesi, jog ten vaikai jausis geriau nei vieni savuose ar svetimuose namuose.

Toliau būtų galima pamynėti, kad iki šiol socialinės reklamos Lietuvoje nebuvo išsamiai tirtos, nelengva nuspręsti, ar tam tikra informacija laikytina socialine reklama, ar nelaikytina. Pavyzdžiui, galima diskutuoti, ar socialine reklama galima laikyti užrašus, kurie informuoja apie žalingą poveikį ant cigarečių pakelių, alkoholinių gėrimų, ar laikytini kelio ženklai greitkeliuose, informuojantys, kiek žmonių žuvo ir buvo sužeistų.

Visuomenės šiuolaikinėse demokratinėse valstybėse, kurių pavyzdys gali būti ir Lietuva, nėra tiek subrendusios, kad galėtų imtis atsakomybės už savo narių gerovę. Lietuvoje filantropija ir labdaros organizacijų veikla yra menkai išplėtotą, kad garantuotų tinkamą socialinę apsaugą visiems piliečiams. Todėl galima teigti, kad viešojo administravimo institucijų vykdoma socialinė politika dar neturi alternatyvos. Viešojo administravimo institucijų esminis tikslas yra ugdyti pilietinę visuomenę ir įgyvendinti politinę ir socialinę atsakomybę. Socialinė reklama – viena iš priemonių viešojo administravimo institucijoms vykdyti socialinę politiką. „Viešosios institucijos, vykdydamos viešąją politiką, įsitraukia į socialinės politikos kūrimą ir vykdymą. Socialinė politika – tai viešųjų institucijų vykdoma politika, skirta teisiškai reguliuoti visuomenės poreikius, kylančias problemas. Socialinė politika apima šias sritis: edukacinę (švietimo) politiką, šeimos politiką, sveikatos politiką, būsto politiką, migracinę politiką, užimtumo politiką (nedarbo mažinimas), socialinę pagalbą. Būtent socialinė reklama padeda socialinę politiką vykdančioms institucijoms efektyviai spręsti visuomenėje kylančias problemas. Rita Toleikienė, Kristina Karpinaitė: „Socialinė reklama – viešojo administravimo institucijų socialinės atsakomybės vykdymo priemonė“, 15, 17 psl.“

Kalbant apie socialinių reklamų paskirti, tai knygoje Reklama ir jos poveikis vartotojui (Jokubauskas, 2003 m., 143 p.) teigiama, kad „[...] skiriasi komercinių ir socialinių reklamų tikslai ir uždaviniai“. Socialinėmis reklamomis skatinama keisti ir informuoti visuomenę, populiarinti

socialines problemas, pakeisti elgesio modelius. Pavyzdžiui šiuose analoguose galima išvelgti norą išsaugoti šeimą, tačiau vaizduojami jau pasimetę, nebežinantys kaip tai padaryti, dvejojantys žmonės. Vaikai liūdni ir rimti, laukiantys kada grįš emigravę tėvai, jaučiasi nepilnaverčiai, jei nors vieno iš tėvų nėra šalia.

## **10. Kūrybinio darbo analizė**

„Žinoma, dizaineriai gali būti iškilūs menininkai, tačiau tikroji jų funkcija ir užduotis – tarnauti. (Gadameris H. – G., 1997, psl. 53). Dizainas paprastai ir apibūdinamas kaip kūrybinė veikla, kurios tikslas yra daiktinės aplinkos harmoningas formavimas, kiek galima maksimaliau tenkinantis materialinius ir dvasinius žmonių poreikius. Vadinasi, nuo meną apibrėžiančios estetiškumo sąvokos dizainą skiria praktinė funkcija. Pateikdama savo kūrybinio projekto sprendimus, stengiuosi išvengti dokumentalumo, stereotipinio informacijos išdėstymo. Siekiant norimo rezultato, plakatuose galima aptikti neišbaigtumo, paslėptą emigracijos tiesioginę mintį. Užsibrėžtas tikslas kaip ir visais laikais, kas sieja socialines reklamas yra – informuoti, įtikinti, priminti. Šie tikslai labai prieštaringi, tačiau dažniausiai veikia kartu. Daugelio mokslininkų nuomone, reklama yra galinga jėga, formuojanti nuostatas bei žmonių elgesį.

Magistro darbas prasidėjo nuo problemos suradimo, kuri šiais laikais būtų gana aktuali. Po įvairių ieškojimų – kilo idėja analizuoti emigracijos daromą žalą žmonėms, valstybei. Dabar daug kalbama, diskutuojama, daug įvairių statistikų apie emigraciją, tačiau meno terpėje ganėtinai mažai menininkų, kurie gvildentų šią problemą. Tolimesnio darbo eigoje prasidėjo esamų socialinės reklamos analizė, jų trūkumai ir privalumai, atliekami grafiniai eskizai, kartu analizuojant padarinius. Kilo klausimas ar reklama šiais laikais kiek nors padeda? Ar reklama padeda puoselėti per ilgus amžius susiformavusias vertybines orientacijas? Ar reklama formuoja naujas sociokultūrinės nuostatas bei vertybes? Vienareikšmiškai atsakyti į šiuos klausimus neįmanoma. Galima tik pripažinti, kad reklama, tapusi neatsiejama mūsų kultūros dalimi, netiesiogiai veikia visuomenės suformuotas bei besiformuojančias vertybines orientacijas. Dauguma žmonių išvyksta su mintimi, jog padirbės per vasarą, ar tik trumpam laikui. Tačiau šis trumpas išvykimas tampa be tikslo sugrįžti. Atliktuose darbuose vaizdas labiau akcentuojamas fragmentais, kaip tarsi ta trumpa kelionė, sudaromas judėjimo įspudis. Spalvos parinktos ganėtinai pilkos, gal net kitiems pasirodys, jog apsunkina patį plakatą. Tačiau kam lengva palikti savo šeimą, į lagaminą sutalpinti viską, ką turėjai čia, Lietuvoje? Kam lengva išvykus, likti vienam su viltimi, jog galėsi užsidirbti? Tamsūs fonai pabrėžia neigiamą emigracijos pusę.



„Eurostat“ duomenimis, tūkstančiui Lietuvos gyventojų tenka 23, 7 emigrantų. Vos sulaukę pilnametystės, dar neįgiję vidurinio išsilavinimo jauni, perspektyvūs žmonės laimės ieškosi svetur. Dauguma emigruojančių skuba į Norvegiją, Airiją, Vokietiją, Didžiąją Britaniją. Kismet į mūsų šalyje esančių bankų sąskaitas emigrantai perveda pusę tiek pinigų, kiek valstybė per metus išmoka pensijų. „Svetur esame tik pigi darbo jėga. Čia mes jaučiamės svetimi. Sunkus darbas nuo 6 val. ryto, konkurencija tarp bendradarbių, prakaituojame kaip šunys.“ Vis dėlto mėnesinis tūkstančio svarų sterlingų užmokestis – tai penkis kartus daugiau už minimalią algą Lietuvoje.



Daugumai iš mūsų yra pažįstamas namų ilgesio jausmas. Tai tokia psichologinė būseną, kuri yra išgyvenama palikus namus ir kuriai būdingos neigiamos emocijos, intensyvios mintys apie namus bei gali pasireikšti įvairūs somatiniai simptomai. Svarbu pažymėti, kad namų ilgesys yra normalus vienišumo, liūdesio jausmas, kuris atsiranda tuomet, kai žmogus yra atskirtas nuo artimų žmonių, vietų ir veiklos, kuri teikia saugumo jausmą. Dauguma emigrantų į namus grįžta tik per šventes.



Įdarbinimo užsienyje agentūrose besidominčiųjų galimybėmis uždirbti Vokietijoje per kelis mėnesius nuslūgo, tačiau autobusais iš Lietuvos į šią šalį kas savaitę vis dar išvyksta šimtai žmonių. Dirbti užsienyje lietuvius vilioja ne tik didesni atlyginimai, bet ir gerokai pigesnės pragyvenimo sąlygos, rašo „Lietuvos žinios“.





Emigracija – skaudi tema. Lietuvoje gausu nepilnų šeimų, kurių vienas narys išvykęs į užsienį dirbti, o kitas su vaikais pasilikęs namuose. Yra ir tokių šeimų, kurios paliko savo vaikus senelių, giminaičių globai. Ką jaučia išdraskytų šeimų nariai, nesunku nuspėti. Ne viena šeima, kurią palietė emigracija nesutiko apie tai kalbėti. Kaip žmogų veikia išvykimas į kitą šalį? Ką jaučia palikti vaikai? Telefonas, mobilusis telefonas...jokios priemonės neatperka buvimo su artimaisiais. Vaikų šurmilio grįžus po sunkios darbo dienos. Gyventi atskirai nuo šeimos nepakeliama.



Išvykę žmonės svetur susiduria su daugybę problemų. Viena iš jų, tai emocinei problemų grupei priskiriami žmonės jaučia nerimą ir įtampą (25 proc.), depresines nuotaikas, liūdesį (21 proc.) nepasitikėjimą savimi (17 proc.), skundžiasi vienatve, jautrumu, menkavertiškumo kompleksu. Bendravimo problemos, partnerio išdavystė, adaptacijos problemos, pasimetimo jausmas, atstūmimas (30 proc.), sociokultūriniai skirtumai.



Visų pirma, ne paslaptis, jog pats svarbiausias dalykas jaunam žmogui – išsilavinimas. Nuo mažų dienų mes sąmoningai siekiame kuo daugiau sužinoti, išmokti, patirti, suprasti. Apmaudu, tačiau apklausų duomenys rodo, jog kas antras abituriantas svarsto galimybę palikti Lietuvą ir išsilavinimą įgyti svetur. Jaunimas vienbalsiai tvirtina, kad švietimo sistema Lietuvoje pasiekė dar niekuomet nematytą absurdo lygį. Ne ką mažesnis prioritetas jaunam žmogui yra savęs realizavimas. Lietuviai vieni iš labiausiai išsimokslinusių visame pasaulyje, taigi kur slypi problema? Paprasčiausiai darbdaviai nenori rinktis jauno žmogaus, kuris neturi patirties dirbti jo siūlomo darbą. Ir nesvarbu, jog jaunas žmogus greičiau prisitaiko, darbus atlieka laiku ir nuolat mokosi bei tobulėja, o jau nekalbant, jog jis yra inotyvus ir nuolat gali darbdaviui pasiūlyti, kaip pagerinti našumą, pelną ir kitą įmonei naudingą veiklą.





Darbo svetur per tarpininkus pasiryžę ieškoti lietuviai neretai nusvyta nagus – atidžiai neįsiskaitę į sutarties sąlygas ir patikėję įdarbinimo paslaugas teikiančių įmonių pažadais būna priversti grįžti į namus be žadėtų aukso kalnų. Žmogus atiduoda paskutines santaupas, kad tik išvykus pavyktų užsidirbti pragyvenimui. Pasitaiko ir taip, kad puolę į neviltį žmonės nežiūri, kur važiuoja ir taip papuola į dingusių žmonių sąrašą. Išnaudoja darbdaviai, nemoka algų ir draudžia bendrauti su namuose likusiais šeimos nariais.



PARSIDAVUSI AR PARDUOTA

Net 38 tūkst.

Socialinės reklamos projektas - iš tėvynės daug kelių, o į ją tik vienas bendrosios praktikos slaugytojų buvo prieš keleris metus, šiuo metu kone dvigubai mažiau likę Lietuvoje. Pagrindinė priežastis, kuri veja slaugytojus dirbti į kitas šalis - mažas atlyginimas. Norvegijoje daug dėmesio skiriama darbuotojų poreikiams tenkinti. Beje, dirbdama keturias savaites, o po to dvi ilsimasi.

Net 38 tūkst. Bendrosios praktikos slaugytojų buvo prieš keleris metus, šiuo metu kone dvigubai mažiau likę Lietuvoje. Pagrindinė priežastis, kuri veja slaugytojus dirbti į kitas šalis – mažas atlyginimas. Norvegijoje daug dėmesio skiriama darbuotojų poreikiams tenkinti. Beje, dirbdama keturias savaites, o po to dvi ilsimasi.



TĖVYNĖS ILGESYS VISAM LAIKUI

12,4 proc.

Socialinės reklamos projektas - iš tėvynės daug kelių, o į ją tik vienas šalies gyventojų emigravę visam laikui ir kankina nostalgija.

„Kad ir kiek draugų čia beturėtume, Lietuvos ir šeimos pasiilgstame labai smarkiai. Norėtusi turėti galimybę parvažiuoti namo dažniau nei vieną kartą metuose, tačiau dabar to aplinkybės neleidžia. Dėl to darosi vis sunkiau. Nes, kaip bebūtų keista, pradeda kamuoti begalinis namų ilgesys. Sakau „kaip bebūtų keista“, nes atvykus į Airiją tikrai neatrodė, kad taip kada nors bus... Vos atvykus tėvynės ilgesys visiškai nekankino, bet dabar, praėjus septyniems metams, kažkodėl jis atsirado ir kuo toliau, tuo labiau stiprėja. Ir ne mums vieniems. Daugelis pažįstamų jau pradeda galvoti apie grįžimą namo“.

Skurta devynių plakatų serija, kurių dydis 1000 x 700 mm, prie kiekvieno papildomai prisidės geltona juosta. Šia geltona juosta norima labiau atkreipti žmonių dėmesį, ji tarsi ir perspėja apie esantį pavojų. Ant kiekvienos juostos simbolizuojamas raudonas lagaminas, buvo ieškomos jų išdėstymo kompozicijos, renkama informacija, tikri faktai. Galiausiai, kad apjungti plakatų seriją, sukurta projekto elementas - svarbiausias akcentas raudona linija, prie kurios priėjęs pasimetęs žmogus, svarsto išvykti ar ne, gal geriau mažiau uždirbti bet likti su šeima, tačiau paklausius pažįstamų patarimų, prispaustas skolų, siekiantis geresnio gyvenimo savo šeimai - žmogus nusprendžia išvykti. Už linijos pastatytas lagaminas, taip pat raudonas kaip ir visame darbe, daug pabuvojęs kelionėse.

Meninės kūrybos rezultatai skiriami suvokėjui, todėl jie turi remtis jutimiškai, reiškia ekspresyvia forma. Meno paskirtis – estetinė forma pateikti įvairias visuomenės vertybes, kurių įsisavinimas reikalauja jų prigimčiai adekvataus būdo. Tas būdas yra estetinis išgyvenimas. Išgyvenamos vertybės įgyja individui „asmeninę prasmę“ (A. Leontjevas). Todėl individualus vertybės aspektas meninėje veikloje specialiai pabrėžiamas, vertybė įjungiamą į socialinį – kultūrinį kontekstą, siekiama originalumo, savitumo, meistriskumo. Iš suvokėjo reikalaujama nusiteikimo estetiniam suvokimui, vaizduotės, fantazijos intelekto ir jausmų kultūros, dvasinio aktyvumo. Juk menas pripažįstamas niekuo nepakeičiama individo vertybinės orientacijos ir kūrybiškumo ugdymo priemone, visuomeninių vertybių įsisavinimo būdu.

Šis socialinės reklamos projektas labiau akcentuojamas valdžios atstovams, institucijoms ir galiausiai visuomenei. Ypač svarbus viešųjų institucijų vaidmuo socialinės reklamos formavimui. Viešojo administravimo subjektai – LR ministerijos turėtų daugiau finansinių ir žmogiškųjų išteklių skirti socialinės reklamos kūrimui ir platinimui. Bet negana to, kad socialinė reklama sudomina, užkabina, sujaudina, tačiau būtina pasiūlyti, ką daryti. Todėl šioje vietoje labiau veiklos turėtų imtis ministerijos, valdžios institucijos, kad Lietuvoje būtų gera gyventi, kad neišvyktų masiškai žmonės. Kas kitas jei ne politikai rūpinasi įstatymais, žmonių gerove, bet kad tai ir neliktų tik žodžiai, būtina veikti, skatinti grįžti atgal. Grįžimą apsprendžiantys veiksniai gali varijuoti nuo makrolygmens socialinių, ekonominių ar politinių įvykių iki individualių, tik migrantui svarbių priežasčių ar nuostatų. Realiai grįžtamąją migraciją dažniausiai apsprendžia ne viena, o visas kompleksas tarpusavyje susipynusių įvairiausių priežasčių. Nors grįžimui neretai lemiamą įtaką turi tokie nematerialūs veiksniai kaip tėvynės ilgesys, oras būti įprastoje socialinėje aplinkoje / nediskriminuojamam, literatūroje sutinkama grįžtamosios migracijos veiksnių klasifikacija daugiausia vertina būtent ekonominį kontekstą. Turėtų skatinti migrantų grįžimą, apimant tokias priemones kaip:

- Informacinės kompanijos, informaciniai centrai, portalai, informaciniai renginiai šalyje ir užsienio bendruomenėse, kt. (informuojant apie pasikeitusias gyvenimo ir darbo sąlygas kilmės šalyje, pateikiant naudingą informaciją ir kontaktus, kurių migrantams gali prireikti grįžus);

- Betarpiškas kelionės namo organizavimas, finansinė ir praktinė parama, kartu ir, pavyzdžiui, psichologinės, teisinės konsultacijos prieš išvykstant;

- Netiesioginis grįžimas namo skatinimas. Dažniausiai taikomos priemonės apima mokesčių lengvatas, skatinančias užsienyje uždirbtus pinigus investuoti kilmės šalyje, lengvatines paskolas grįžimui ir įsikūrimui, laikino būsto suteikimą.

- Reintegracija. Tradicinis reintegracijos paketas apima tokias priemones kaip pagalba ieškant būsto, nemokamas sveikatos patikrinimas / draudimas, pagalba įsidarbinti / persikvalifikuoti, parama sprendžiant socialinės apsaugos problemas.

- Mokymai grįžus (gali būti ir prieš išvykstant, dar tikslo šalyse): kalbos, profesiniai, persikvalifikavimo. Kaip sudėtinė šių priemonių dalis neretai numatomos ir specialios mokymo programos grįžtantiems vaikams.

Pirmiausiai norėtųsi atkreipti dėmesį į šalis, kur emigracijos mastas ypač didelis, - Filipinai, Kolumbija, Kinija.

Kolumbijoje kaip sudėtinė grįžtamosios migracijos skatinimo dalis buvo sukurtos specialios verbavimo / įdarbinimo kompanijos, skirtos Kolumbijos piliečiams, gyvenantiems užsienyje. Ypatingas dėmesys skiriamas diplomų, įgytų užsienyje, pripažinimui. Tai ypač svarbu, siekiant pritraukti jaunus žmones, studijavusius kitose šalyse. Iš tiesų, studentų / absolventų susigrąžinimo skatinimas yra vis labiau plintantis reiškinys daugelyje besivystančių šalių, kadangi pastaraisiais metais studentų tarptautinis mobilumas pastebimai išaugo. Kolumbijoje taip pat veikia speciali programa, kurios tikslas pagelbėti emigravusių mokslininkų reintegracijai. Grįžtantys doktorantai pritraukiami vykdomiems ir naujai inicijuojamiems moksliniams projektams įgyvendinti. Neseniai buvo įsteigtos specialios paskolos profesionalams, siekiantiems įkurti verslą ar sukurti inovatyvias bendroves. Neretai grįžimo rėmimas yra iš anksto įtraukiamas į laikinas darbo migracijos programas.

Remiantis atlikto tyrimo „Grįžtamoji migracija“ – empirinio tyrimo duomenimis. Norint įvertinti problemą įvairiais aspektais tyrime buvo derinami įvairūs tyrimo metodai:

- Specialūs klausimai apie grįžtamąją migraciją, jos problemas, sprendimo būdus reprezentatyvioje Lietuvos gyventojų apklausoje (omnibuse) N = 1 000, birželis.

- Užsienio lietuvių bendruomenių pirmininkų / atstovų internetinė apklausa apie tai, kaip jie vertina grįžtamosios migracijos potencialą, problemas, su kuriomis susiduria norintieji grįžti.

- Žiniasklaidos ir kitų antrinių šaltinių duomenų turinio (content) analizė; viešojo diskurso Lietuvoje ir išėivijoje apžvalga.

- Ekspertų apklausa; Tarptautinės migracijos organizacijos Vilniaus biuro Migracijos informacijos centro paklausimų ir komentarų analizė.

Reprezentatyvios gyventojų apklausos charakteristika:

- Tyrimo laikas: 2010, birželio 5 – 12 d.

- Respondentų skaičius: N = 1 000
- Tyrimo objektas: 18 metų ir vyresni Lietuvos gyventojai
- Tyrimas vyko: 21 mieste ir 63 kaimuose.

### *Grįžtamosios migracijos potencialas ir jo realizacijos tikimybė*

Pagal viešosios nuomonės apklausos duomenis, du trečdaliai Lietuvos gyventojų mano, kad „dauguma emigrantų nori grįžti į Lietuvą“ (64 proc.), kad „dauguma emigrantų grįš į Lietuvą“ (52 proc.). Įvertinant tai, kad per tris ketvirtadalius apklaustųjų savo artimoje socialinėje aplinkoje (giminės, draugai, pažįstami) turi emigrantų, kas dešimtas ir pats buvo išvykęs daugiau nei pusei metų į užsienį, ši nuostata, matyt, paremta realiomis žiniomis, o ne spėlionėmis. Antra vertus, užsienyje gyvenančių lietuvių / bendruomenių atstovų nuomonė kiek labiau rezervuota – tik 48 proc. apklaustų užsienio lietuvių bendruomenių atstovų mano, kad dauguma emigrantų nori grįžti, ir tik 11 proc. – kad dauguma emigrantų grįš.

Vertindami savo konkrečios bendruomenės grįžtamąjį potencialą, užsienio lietuvių bendruomenių atstovai nurodo, kad jis gal ir nelabai didelis, bet norinčiųjų grįžti yra, tarp respondentų tokių net daugiau nei pusė (54,5 proc.). Tačiau jo realizacija neretai priklauso nuo daugelio išorės veiksnių, dažnai susiduriama su įvairiomis problemomis (tikromis ar menamomis), kurių patys emigrantai negali išspręsti ar nežino, kaip spręsti.

Kaip parodė tyrimas, priežastys, kurios sulaiko norinčiuosius grįžti užsienyje, yra labai įvairios – pradedant nuo „tradicinių“ – „šeima / vaikai / draugai“ (55 proc.), „neras darbo Lietuvoje / gerai apmokamo darbo“ (30 proc.), „geresnės socialinės garantijos svetur“ (24 proc.), iki gana personalizuotų priežasčių, tokių kaip „mokslinės ambicijos“ (9,1 proc.), „kvalifikacijos praradimas“ (3 proc.) ar „neigiamas požiūris į gėjus“ (3 proc.). Emigrantus, investavusius į tikslo šalies ekonomiką, neretai sulaiko „verslas / darbas“ (12 proc.). Dažnai nurodomos priežastys – socialinių ryšių praradimas Lietuvoje ir „baimė grįžti į niekur, baimė vėl viską pradėti nuo nulio“ (15 proc.) ar net baimė „pašaipų, kad grįžo“ (3 proc.).

Ši socialinė reklama galėtų būti publikuojama: laikraščiuose, lauko stenduose, internetinėje erdvėje. Internetas – virtuali erdvė, kurioje galima pasisemti žinių, sužinoti aktualias naujienas, susirasti naujų draugų, palaikyti bendravimą, ar tiesiog „prastumti“ laiką. Naršant po bet kokį internetinį puslapį norime to ar ne – pirmoji mus džiaugsmingai pasitinka puikioji reklama. Ji dažniausiai „įsitaisiusi“ puslapio šonuose ir spalvotai mirga, kad atkreiptų mūsų dėmesį. Mes dažniausiai paspaudžiame patikrinti, kas tai per naujiena. Daug žmonių susigundo, galbūt nusiperka šį daiktą arba siūlo draugams. Taip ir vyksta reklamų verslas. Reklamos tarsis mus persekioja. Juk taip ir turi būti, nes mes esame vartotojai, kurie perka, o kažkas tik ir laukia mūsų susidomėjimo. Tačiau kodėl negali būti šioje vietoje daugiau skiriama ir socialinei reklamai, kad būtų didesnis poveikis. Viena iš jų būtų pagalbareklama.lt, tai reklamos sistema, kurios pagalba nevyriausybinių organizacijų socialinė reklama nemokamai rodoma geranoriškuose interneto tinklalapiuose. Dviejų pirmųjų veiklos metų

rezultatai: daugiau nei milijardas parodymų, daugiau nei 225 tūkstančiai paspaudimų, 138 reklaminės kampanijos, padedant 67 organizacijoms. Taip pat galėtų būti transporto stotelės ir viešasis transportas, informuojami juo važiuojantys žmonės, pėstieji, netgi ir kiti pravažiuojantys automobiliai. Transporto reklamos privalumai:

- gerai matoma, o tai reiškia efektyvi,
- prieinama vartotojamas 16 – 18 valandų per parą,
- nuolat važinėja po miestą, ją mato žmonės.

G. Šiukščius „Dizainas“ 2005 m. – 144 psl.

Taip pat puikiai tiktų švieslentės, kurios įrengiamos ten, kur intensyvus gatvės judėjimas, perduodami reklaminiai kreipinių gavėjai. Skelbimų lentos, standai, iškabos, afišos, transparentai, didžiuliai reklaminiai skelbimai ant pastatų sienų, virš stogų ar pastatyti atskirai, oro uostuose. Reklama, kaip informacijos perdavimo priemonė, padeda realizuoti daugelį tikslų, kryptingai ir planingai daryti poveikį vartotojams.

Atliekamu darbu siekiu, kad socialinė reklama būtų paprasta ir visiems suprantama. Žinoma, šokiruoti reikia, bet manau kad tai turi būti aliekama subtiliai. Jokiu būdu nesiekiu žmogaus moralizuoti, ar kažką jam drausti. Jeigu žmogui užkabinsim ant stulpo reklamą, kad jeigu jis šiukšlina ir yra kiaulė ar asilas – tai nebus veiksminga ir per grubu. Reikia padaryti taip, kad žmogus pats savyje susimąstytų. Siekiu informuoti visuomenę apie tam tikras egzistuojančias problemas bei paskatinti ją veikti. Apeliuoti į žmogaus emocijas, jausmus.

Sunku atsakyti kaip ši socialinė reklama paveiks žmones – juk visi esame skirtingi, todėl socialinės reklamos poveikis bus skirtingas: vieni liks sukrėsti ir galbūt pakeis gyvenimo būdą, kiti – abejingi, tretį – tiesiog pakrizens ir nedarys nieko. Ir galiausiai manau, kad žmonės nepastebi, arba nenori pastebėti esančių problemų, kol nepaliečia jų pačių. Visų pirma yra propaguojamos tam tikros vertybės, o tai visuomet sulaukiama dalies visuomenės prieštaravimo bei kritiškumo. Remiantis vienos reklamos agentūros direktoriaus žodžiais, kuris teigė, kad „Nei viena socialinė reklama greitų rezultatų neduoda. Ji dažniausiai yra dviejų trijų daugiau metų poveikis visuomenei, ypač kai tai yra susiję su kokių nors nuostatų keitimu“. Apibendrinant būtų galima pasakyti, kad nesvarbu, šokiruojančios, gąsdinančios ar tiesiog informuojančios, savo misiją jos daugiau ar mažiau atlieka, o tolimesni veiksmai priklauso tik nuo mūsų pačių.

## Išvados

1. Emigracija tiesiogiai priklauso nuo šalies bendros ekonominės situacijos – kol egzistuos pragyvenimo lygio bei pajamų skirtumai, tol išliks paskatos emigruoti, todėl svarbu gerinti bendrą ekonominę situaciją. Emigracija turi įtakos darbo jėgos trūkumui, nes sumažina gamybos plėtros galimybes ir aktyvesnę investicijų panaudojimą, tačiau viena iš galimybių darbo jėgos trūkumui mažinti yra papildomos darbo jėgos pritraukimo į darbo rinką – imigracija.
2. Darbo jėgos migraciją pirmiausia sukelia ekonominės priežastys, tarp kurių ryškiausias yra nedarbas ir pajamų bei gyvenimo lygio skirtumas. Svarbiausias veiksnys, didinant imigraciją iš Lietuvos – didelis atlyginimų skirtumas tarp ES valstybių ir Lietuvos.
3. Sudaryti galimybes Lietuvos gyventojams gauti didesnes pajamas, taip šalinant pagrindinę valstybės priemonėmis pasiekiamą migracijos priežastį. Šiam tikslui pasiekti reikia mažinti verslo ir darbo reguliavimą, sudaryti galimybes žmonėms patiems lengviau verstis ir mokėti mažesnius mokesčius.
4. Užtikrinti, kad Lietuvos žmonės galėtų įgyti reikiamą kvalifikaciją, kuri suteiktų galimybę įsidarbinti greitai besikeičiančiame darbo rinkoje.
5. Siekti pristabdyti aukštos kvalifikacijos darbo jėgos nutekėjimą bei išvengti negrįžtamo investicijų į žmogiškąjį kapitalą praradimo, įgyvendinant „mainų principą“, t.y. naudoti žmogiškąjį kapitalą Lietuvoje tiek laiko (ar bent dalį), kiek į jį buvo investuojama.
6. Socialinės reklamos samprata traktuojama įvairiai, tačiau sąvokos turinys išlieka tas pats. Socialinė reklam yra tikslinė įtikinėjimo priemonė, skatinanti keisti socialines nuostatas, elgesį, vertybes konkrečiu atveju. Pagrindinis tikslas keisti – pakeisti visuomenės požiūrį į tam tikrą problemą, o ilgalaikėje perspektyvoje – sukurti naujas vertybes.



## Šaltiniai

1. Sipavičienė Audra, Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė, 2006 m.
2. Sipavičienė Audra, Grįžtamoji migracija: teorinės išvalgos ir situacija Lietuvoje, 2009 m.
3. Sipavičienė Audra, Darbo jėgos migracija: poreikis ir politika Lietuvoje, 2010 m.
4. Aidis, Rudis, Kaip neiššvaistyti protų: Lietuvos studentų nuostatos emigruoti Mitigating brain drain: migration tendencies of students in Lithuania: monografija, 2009 m.
5. Arbušauskaitė, Arūnė Liucija, Gyventojų mainai tarp Lietuvos ir Vokietijos pagal 1941 metų sausio 10 dienos sutartį, 2002 m.
6. Demografijos metraštis, Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės, 2001 m.
7. Pilietinės visuomenės institutas, Lietuvos emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai, Vilnius, 2005 m.
8. Taljūnaitė Meilutė. Intelektinio kapitalo kaita: sąvoka, tyrimai ir politikos modelių kūrimas
9. Leonavičius Vylius, Aukštojo mokslo sociologija: studijų pasirinkimas ir vertinimas: monografija, 2010 m.
10. Taljūnaitė Meilutė, Lietuviai svetur: tautinio tapatumo išsaugojimas: mokslo studija, 2009 m.
11. G. Šiukščius „Dizainas“ 2005 m. – 144 psl.
12. Gadameris H. – G., 1997, psl. 53
13. Jokubauskas, 2003 m., 143 psl..
14. Socialinė reklama – viešojo administravimo institucijų socialinės atsakomybės vykdymo priemonė“, 15, 17 psl.
15. Erika Rimkutė, Neringa Pakalnytė, Socialinių reklamų tematika ir kalbinės ypatybės 60, 61 psl., 2009 m.
16. Jokubauskas 2003, p. 143; Arens 1989, p. 608
17. The Advertising Age 2003, p. 1314–1316.
18. Urbanskienė Obelytė, 1995 m., 44 psl.

Prieiga per internetą:

1. [http://www.tavotarpininkas.lt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=45:joomla-community-portal&catid=1:latest-news](http://www.tavotarpininkas.lt/index.php?option=com_content&view=article&id=45:joomla-community-portal&catid=1:latest-news). Žiūrėta: 2011 – 09 – 29.
2. <http://politika.atn.lt/straipsnis/50601/pernai-lietuva-paliko-tiek-zmoniu-kiek-gyvena-siluteje>. Žiūrėta: 2011 - 09 – 29.
3. [http://www.alietuvis.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6563:suskaiiuoti-ivykusius-lietuvius--neveikiama-uduotis&catid=64:migracija](http://www.alietuvis.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6563:suskaiiuoti-ivykusius-lietuvius--neveikiama-uduotis&catid=64:migracija), žiūrėta: 2011 – 11 -16.
4. [http://www.searchgroup.lt/lt/naujienos/Horizontalas\\_2020\\_metai](http://www.searchgroup.lt/lt/naujienos/Horizontalas_2020_metai), žiūrėta: 2011 – 12 -15
5. <http://www.lmaleidykla.lt/publ/0235-7186/2010/2/160-168.pdf>, žiūrėta: 2011 – 10 – 15
6. [http://www.smm.lt/smt/eksp\\_stud/index.htm](http://www.smm.lt/smt/eksp_stud/index.htm), žiūrėta: 2011 – 10 – 15
7. <http://jewishcurrents.org/may-19-the-end-of-immigration-5507>
8. <http://apklausa.lt/f/bedarbiu-emigracija-6z3enpg/answers/new>
9. <http://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/zada-dar-viena-emigracijos-banga-56-80504>
10. <http://www.efoto.lt/nuotrauka/emigracija>
11. <http://www.efoto.lt/node/253899>
12. 6 <http://www.instablogs.com/advertising-with-a-social-message.html>
13. 7 <http://villageofjoy.com/33-cool-and-creative-ads-part-i/>

## **Anotacija**

B. Šimkutė, Socialinės reklamos projektas: iš Tėvynės daug kelių, o į ją tik - vienas. Dailės (dizaino) magistro baigiamasis darbas. Vadovas: doc. V. Šimoliūnas. Šiauliai 2012 m., Šiaulių universitetas, Menų fakultetas, Dizaino katedra.

Magistro baigiamajame darbe atliekamas socialinės reklamos projektas. Darbą sudaro dvi dalys: teorinė ir praktinė. Pirmoje dalyje analizuojama socialinės reklamos teorija, tikslai ir funkcijos. Problemos aktualumas, veiksniai lemiantys temos pasirinkimą, kokios šios problemos pasekmės, aptariamos kiekviena atskirai. Antroje dalyje: išanalizavus esamą problemą ir turimas teorines žinias, remiantis atliktais tyrimais bei statistikos duomenimis sukurtas socialinės reklamos projektas.

Pagrindinės sąvokos: socialinė reklama, veiksniai skatinantys emigraciją, emigracijos pasekmės.

## **Annotation**

B. Šimkutė, social advertising project: the Homeland many ways, and it just - one. Arts (Design) Master's thesis. Supervisor: Assoc. V. Šimoliūnas. Siauliai in 2012., Siauliai University, Faculty of Arts, Department of Design.

Master's thesis conducted social advertising project. The work consists of two parts: theoretical and practical. The first part analyzes the social advertising theory, objectives and functions. Relevance of the problem, the factors determining the choice of themes, what the consequences of this problem are discussed separately. In the second part, the analysis of the current problem and the available theoretical knowledge based on the studies and statistics created social advertising project.

Basic concepts: social advertising, factors encouraging emigration and immigration consequences.