

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedra

Viktorija Šukytė,
Tarptautinės komunikacijos magistro studijų programos studentė

LIETUVOS ĮVAIZDIS DIDŽIOSIOS BRITANIJOS SPAUDOJE

Magistro darbas

Vadovas lekt. dr. Renata Matkevičienė

Vilnius, 2009

TURINYS

IVADAS	5
LIETUVOS ĮVAIZDIS DIDŽIOSIOS BRITANIJOS SPAUDOJE	
1. Žiniasklaidos samprata	
1.1 Žiniasklaidos sąvoka	8
1.2 Žiniasklaidos rūšys ir funkcijos	9
1.3 Žiniasklaidos teorijos	11
1.4 Žiniasklaidos poveikio teorijos	15
1.5 Agenda-Setting: viešojo tvarkaraščio formavimas	16
2. Nacionalinis įvaizdis ir žiniasklaidos vaidmuo	
2.1 Įvaizdžio samprata. Nacionalinio įvaizdžio formavimo žiniasklaidoje veiksniai	21
2.2 Nacionalinio įvaizdžio žiniasklaidoje formavimas: framing teorija	24
3. Lietuvos įvaizdis Didžiosios Britanijos spaudoje: tyrimas	
3.1 Tyrimo problema	27
3.2 Tyrimo objektas, tikslas ir uždaviniai	27
3.3 Tyrimo tipas	28
3.4 Tyrimo šaltinio pasirinkimas	29
3.5 Tyrimo metodas	36
3.6 Kodavimo sudarymas	37
3.7 Tyrimo duomenų analizė	40
3.8 Tyrimo išvados	52
IŠVADOS	55
Lithuanian National Image in British Press (summary)	57
Bibliografinių nuorodų sąrašas	58
Priedai	61

MAGISTRO DARBO LYGRAŠTIS

Pildo magistro baigiamojo darbo autorius

Viktorija Šukytė

(*magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė*)

„Lietuvos įvaizdis Didžiosios Britanijos spaudoje“

(*magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba*)

‘Lithuanian National Image in British Press’

(*magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba*)

Patvirtinu, kad bakalauro magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudoti kitose aukštosiose mokyklose.

(*magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas*)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

(*magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas*)

Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas

Magistro baigiamąjį darbą ginti _____

(*įrašyti – leidžiu arba neleidžiu*)

(*data*)

(*magistro baigiamojo darbo vadovo parašas*)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(*instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas*)

(*data*)

(*instituto / katedros reikalų tvarkytojos parašas*)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu

(*recenzento vardas, pavardė*)

(*data*)

(*instituto / katedros vadovo parašas*)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau.

(*data*)

(*recenzento parašas*)

REFERATO LAPAS

Šukytė, Viktorija

Šu 01 *Lietuvos įvaizdis Didžiosios Britanijos spaudoje*: magistro darbas / Viktorija Šukytė; mokslinis vadovas lekt. dr. Renata Matkevičienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. – Vilnius, 2009. – 86, [2] lap. : lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 46.

UDK 088 (347.7)

Raktiniai žodžiai: *Lithuania, Lithuanian, Mass Communication, Mass Media, Media Theories, Press Theories, Media Impact, Image and Media, British Press, Newspapers in Britain.*

Magistro darbo objektas – šalies nacionalinis įvaizdis. Darbo tikslas – nustatyti, kaip britų spauda pateikia Lietuvą. Darbo uždaviniai: nustatyti, kaip dažnai britų spaudoje dominuoja Lietuva; kokiame kontekste dažniausiai dominuoja Lietuva; koks Lietuvos ją minimame kontekste vaidmuo; koks formuojamas požiūris į Lietuvą ją mininčiame kontekste ir kokiomis priemonėmis formuojamas požiūris į Lietuvą?

Naudojantis laikraščių turinio analizės metodais, taikant kiekybinius ir kokybinius metodus, kurių dėka surinkta visa reikiama informacija, prieita bendros išvados, kad Didžioji Britanija kol kas dar neturi susidariusi labai tvirtos vieningos nuomonės apie Lietuvą, tačiau formuojamos gana teigiamo šalies įvaizdžio užuomazgos. Palyginus Lietuvą mininčius *The Times* ir *The Guardian* laikraščių turinius nustatyta, kad *The Times* Lietuvą linkęs pateikti rečiau ir siauresniame šalies vidaus įvykių kontekste bei šalį priskirti Rytų Europai, tuo pačiu laikantis kiek neigatyvesnių pažiūrų, tuo tarpu *The Guardian* Lietuvą mini dažniau tarptautiniame kontekste ją priskiriant vakarų šalims ir apie ją atsiliepiant teigiamiau. Analizuojant kontekstą nustatyta, kad Lietuva dažniausiai dominuoja tarptautinių įvykių reportažuose ir naujienose apie sportą, kiek mažiau- temose, susijusiose su kultūra ir kriminaliniais pranešimais.

Magistro darbas gali būti naudingas komunikacijos mokslų, žurnalistikos, marketingo (įvaizdžio kūrimas) disciplinų dėstytojams ir studentams.

IVADAS

Šiuolaikiniame globalizacijos procesų formuojamame pasaulyje vyrauja nuolatinė šalių sąveika, kuri pasireiškia politiniame, ekonominiame ar kultūriniuose lygmenyse. Čia svarbu dalyvauti siekiant įvairių tikslų: ar tai būtų prekybiniai ryšiai, kultūriniai mainai, ar politinė sąveika. Šiame procese susitinka daugybė dalyvių- valstybių, todėl varžybos yra neišvengiamos: siekiama būti pastebėti, įsiminti bei įtraukti į sąveikos procesą. Todėl pasirinkimą bendrauti ar nebendrauti su tam tikrais tarptautiniais dalyviais lemia keletas veiksnių, kurių pagrindinis ir papildomų aiškinimų nereikalaujantis- šalies reputacija.

Šalies įvaizdis labai svarbus tarptautinių santykių kontekste, nes jis atitinkamai formuoja kitų šalių atsakomuosius veiksmus: sprendimą pirkti, parduoti, investuoti, pasirinkimą keliauti ar apskritai norą kalbėtis ir klausytis. Lietuvai, kuri vis dar nėra ekonomiškai stabili, politiškai saugi ir kultūriškai reikšminga, glaudžią sąveiką su kitomis šalimis lemiantys veiksniai yra labai svarbūs. Todėl šaliai svarbu sugriauti nusistovėjusius sovietinius stereotipus ir leisti pasauliui pamatyti jos kitą veidą- nepriklausomos, subrendusios ir pasitikėjimo vertos valstybės vaizdą. Tačiau dėl fizinių atstumų ir laiko stokos neįmanoma susiformuoti nuomonės apie valstybę keliaujant, todėl įvaizdžio formavimo funkciją perima svarbiausias informacijos teikimo šaltinis- žiniasklaida.

Mokslo darbų bei empirinių įvaizdžio formavimo žiniasklaidoje tyrimų yra nemažai. Dauguma tokių darbų susiję su žiniasklaidos poveikiu auditorijai, todėl analizuojama, kaip ji veikia, kokiomis priemonėmis formuojamas šalies įvaizdis. Dauguma tokių tyrimų atlikti amerikiečių. Šiuose darbuose įvaizdžio žiniasklaidoje formavimas aiškinamas remiantis žiniasklaidos tvarkaraščio (*angl. agenda-setting*) ir „rėmų“ (*angl. framing*) teorijomis lyginant žiniasklaidos (ypač televizijos ir spaudos) pateiktos informacijos apie tam tikrus įvykius turinį. Tyrimų apie Lietuvos įvaizdžio formavimą britų spaudoje nėra daug. Viename tyrime Lietuvos įvaizdis 2008 metų žiniasklaidoje analizuojamas su kitomis šalimis ir tik *The Times* laikraštyje, kitas- kelių *The Times* straipsnių trumpas skaitytojo komentaras. Abiems atvejais Lietuvai neskiriama pakankamai dėmesio tam, kad būtų gauti išsamesni duomenys. Be to, prieita išvados, kad Lietuvos paveikslas užsienio žiniasklaidoje gana neigiamas.

Šiuo darbu siekiama nustatyti, kaip žiniasklaida formuoja šalies įvaizdį. Tam tikslui keliami šie uždaviniai:

- Nustatyti žiniasklaidos sampratą ir atskleisti, kaip žiniasklaida veikia visuomenę;
- Išsiaiškinti, kaip žiniasklaida formuoja viešąją nuomonę;
- Paaiškinti nacionalinio įvaizdžio sampratą ir apibrėžti, kas lemia nacionalinio įvaizdžio žiniasklaidoje formavimą;
- Nustatyti, kaip žiniasklaida formuojama nacionalinį įvaizdį;
- Tyrimu atskleisti, kaip Didžiosios Britanijos žiniasklaida formuoja Lietuvos įvaizdį.

Darbas sudarytas iš trijų dalių:

- Pirmoje dalyje pateikiamos svarbiausios žiniasklaidos sąvokos, iš kurių išrenkama pagrindinė darbe naudojama sąvoka. Tam, kad būtų suprasta, kokiais kanalais informacija pasiekia auditoriją ir kokius vaidmenis atlieka žiniasklaida pateikdama informaciją supažindinama su pagrindinėmis žiniasklaidos rūšimis ir funkcijomis. Žiniasklaidos teorijomis nustatomas žiniasklaidos ir visuomenės ryšys. Tuo tarpu poveikio teorijomis aiškinama, kaip žiniasklaida veikia visuomenę: kokia informacija auditorijai teikiama ir kaip tai daroma. Išskiriamos tam tikros teorijos, turinčios įtakos įvaizdžio žiniasklaidoje formavimui.
- Antroji dalis skirta šalies įvaizdžio sampratos analizei ir žiniasklaidos įtakai nacionalinio įvaizdžio sudarymui nustatyti. Išskiriant tam tikrus veiksnius, aiškinamas informacijos atrankos procesas: kaip ir kokia informacija atrenkama,- ir kas lemia žiniasklaidos pasirinkimą. *Framing* teorija nustatoma, kaip žiniasklaida formuoja nacionalinį įvaizdį. Pateikiami šia teorija paremti ankstesni moksliniai tyrimai atskleidžiantys, kaip žiniasklaidoje formuojamas nacionalinis įvaizdis.
- Trečioje dalyje aprašomas tyrimas, kurio metu analizuojamas Lietuvos pateikimas Didžiosios Britanijos žiniasklaidoje. Keliant tam tikrus uždavinius siekiama išsiaiškinti, koks ir kaip formuojamas šalies įvaizdis britų spaudoje. Čia detalai pateikiama informacija apie pasiruošimą tyrimui, duomenų rinkimą ir analizę bei gautus rezultatus. Remiantis tyrimo duomenimis ir teorinėje dalyje išskirtomis žiniasklaidos teorijomis pateikiami argumentai, kaip žiniasklaida formuoja šalies įvaizdį.

Darbo struktūra sudaryta remiantis leidiniu *Mokslo darbų metodiniai reikalavimai*. Darbo metodikai sudaryti skaitytos knygos: *Mass Communication Research Methods* ir *Analyzing Media Messages*. Teorinės dalies sudarymui naudotasi internete pateiktais straipsniais apie žiniasklaidą, knyga *Setting the Agenda* ir šalies įvaizdį žiniasklaidoje tyrusiais moksliniais darbais: Šiaurės Korėjos įvaizdis amerikiečių žiniasklaidoje; šalių įvaizdis JAV žiniasklaidoje

Olimpinių žaidynių metu; aplinkos, sąveikos ir ryšių su visuomene veiksnių įtaka formuojant nacionalinį įvaizdį amerikiečių žiniasklaidoje. Tyrimui žiniasklaidos atrankos metu naudotasi internete rasta medžiaga apie britų spaudą, vadovėliu *Comprehending the Newspaper*, duomenimis iš *Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija* projekto ir *Transparency International* organizacijos atliktų Lietuvos įvaizdį užsienio šalyje tyrusių darbų. Tyrimui reikalingi duomenys surinkti iš *The Times* ir *The Guardian* internetinės svetainės.

Darbo teorinei daliai sudaryti naudotasi dokumentų analizės metodu, ekstrapoliacija, kuria teorinėje dalyje pateikti argumentai apie žiniasklaidos formuojamą įvaizdį taikomi paaiškinti, kaip britų žiniasklaida formuoja Lietuvos įvaizdį. Praktinėje darbo dalyje reikalingų duomenų rinkimui naudojamosi kiekybine ir kokybine turinio analize bei palyginimu lyginant laikraščių turinį skirtinguose laikraščiuose.

LIETUVOS ĮVAIZDIS DIDŽIOSIOS BRITANIJOS SPAUDOJE

1. ŽINIASKLAIDOS SAMPRATA

Šiame skyriuje pateikiama trumpa žiniasklaidos apžvalga, pateikiant jos apibrėžimus, pagrindinius skirstymus ir funkcijas, žiniasklaidos ir žiniasklaidos poveikio teorija, žiniasklaidos tvarkaraščio sąvoka.

1.1 *Žiniasklaidos sąvoka*

Įvairūs informacijos šaltiniai teikia gana skirtingus žiniasklaidos apibrėžimus. Kai kurie jų į žiniasklaidą žvelgia iš platesnės perspektyvos, kiti- specifiskesnės žiniasklaidos sąvokos:

- *Žiniasklaida* (arba visuomenės informavimo priemonės)- tai priemonės, skirtos pateikti informaciją plačiam žmonių ratui. Tradiciškai žiniasklaidai priskiriama spauda, radijas, televizija ir internetas. Angliško varianto enciklopedijoje pabrėžiama, kad informaciją priimanti auditorija yra valstybės piliečiai [1].
- *Žiniasklaida*- tai individo ar grupės žmonių sukurtas pranešimas, informacijos perdavimo priemonėmis siunčiamas plačiai auditorijai. Jai priskiriamos knygos, laikraščiai, žurnalai, garso įrašai, radijas, filmai, televizija ir internetas [15].
- *Žiniasklaida*- tai įvairių formų informacija (nuo rankų gesto iki tarptautinių žinių), perduodama didelei žmonių grupei. Nėra nustatytų normų, nurodančių, kokio dydžio turi būti auditorija, kad informacija taptų masine. Nėra reikalavimų ir skleidžiamai informacijai, todėl net mašinos reklama priskiriama žiniasklaidai [16].
- *Žiniasklaida*- tai komunikacijos priemonė, perduodanti informaciją. Tai gali būti fotografija, kinas, videoteknologija, internetas. Tai tokios komunikacijos priemonės, kurios turi technologinę prigimtį [17].
- *Žiniasklaida*, anot kanadiečių mokslininko H.M. McLuhan- bet kokia techninė žmogaus raiškos forma, technologija ar net kokios nors veiklos žaliava (kirvis, popierius, namas, elektros šviesa, laikrodis ar pinigai). Taip pat ji yra komunikacijos ir informavimo priemonė (dviratis, laikraštis, televizija, spausdinimo presas) [17].

Darbui tinkamiausia pirmoji žiniasklaidos sąvoka, nes tyrime žiniasklaida suprantama kaip apibrėžtos formos informacijos pranešimas (ne rankų gestai), informaciją priimanti auditorija- šalies gyventojai (ne neapibrėžtos apimties žmonių grupė), o informavimo priemonės apibrėžtos- tradicinis skirstymas (ne dviratis). Likę apibrėžimai- labai platūs, neapibrėžta informacijos forma, auditorijos dydis, komunikacijos priemonės. Tyrime žiniasklaida- laikraščiai, kurie būdami ir priemonė, ir pranešimas informuoja šalies gyventojus.

1.2 Žiniasklaidos rūšys ir funkcijos

Šiame kontekste žiniasklaidos terminas vartojamas apibrėžti specifiškai tas visuomenės informavimo priemones, kurios skirtos labai plačiai auditorijai, kaip visos valstybės piliečiai. Pats terminas pradėtas vartoti 1920 metais atsiradus šalies masto radijo ryšiui, daugiataražiniams laikraščiams ir žurnalams, nors žiniasklaidos ištakos (knygos ar manuskriptai) atsirado jau prieš kelis šimtmečius iki termino atsiradimo [1]. Pirmoji spausdintina knyga *Diamond Sutra* išleista Kinijoje 868 metais pr. Kr., nors žinoma, kad knygos buvo leidžiamos ir anksčiau. 1453 metais vokiečių spaustuvininkas Johannes Gutenberg išleido pirmąją knygą, atspausdintą mašinėle. Nepaisant šio svarbaus išradimo dėl aukštų leidybos kainų knygos dar visą šimtmetį negalėjo būti vadinamos žiniasklaidos priemonėmis. 1612 metais atsirado laikraštis, tačiau iki XIX amžiaus negalėjo pasiekti auditorijos tiesiogiai, ir tik XX amžiuje masinį kopijavimą įgalinančios technologijos išradimas paspartino masinės žiniasklaidos vystymąsi. Prasidėjo knygų, laikraščių bei filmų dauginimas žemomis kainomis. Radijas ir televizija pradėjo elektroninę informacijos sklaidimą [2].

Tačiau laikui bėgant ir technologijoms tobulėjant komunikacijos priemonės taip pat kito, jų gausėjo: vienos skirtos skaitymui, kitos- žiūrėjimui, dar kitos- abiejų derinys. Pagal tai žiniasklaidos priemonės galima suskirstyti į tris grupes [3]:

- *Spauda*. Šiai grupei priklauso laikraščiai, žurnalai, brošiūros, informaciniai biuleteniai, knygos, propagandiniai lankstinukai, taip pat fotografija, kaip komunikacija per vaizdinius. Viešai rengiami pasisakymai ir renginių organizavimas taip pat gali būti laikomi žiniasklaidos formomis.
- *Elektroninė spauda*. Šiai žiniasklaidos grupei priklauso televizija, radijas, filmai, kompaktiniai diskai bei kiti elektroniniai prietaisai.

- *Najojoji žiniasklaida.* Šiai kategorijai priskiriamas kompiuteris ir internetas, mobilieji telefonai. Internetas atvėrė daugiau galimybių skleisti masinę komunikaciją naudojantis elektroniniu paštu, internetiniais puslapiais, internetine televizija.

Tačiau šis skirstymas neatskleidžia naujausių žiniasklaidos tendencijų, todėl pateikiamas modernesnis žiniasklaidos skirstymas [5]:

- *Garsų įrašymas ir kopijavimas.* Šiai grupei priklauso įvairūs įrašai, kasetės, kompaktiniai diskai, taip pat muzika ir garsai. Anksčiau buvo naudojamos gana primityviomis garsų įrašymo priemonėmis, kaip mikrofoni, garsiakalbiai, vėliau magnetafoni, gramafoni. Muzikos verslui plisti padėjo tokios naujovės, kaip išrastas nešiojamasis muzikinis grotuvas (*angl. walkman*), skaitmeniniai garsų grotuvai, kaip *MP3* ir *Apple i-Pod*.
- *Laidų transliavimas.* Ši grupė apima radiją, televiziją bei kabelinę televiziją. Daugelį dešimtmečių radijus ir televizija buvo ir yra tvirtas komunikatorius bei reklamuotojas, atsiradusi kabelinė televizija prieinama tik siaurai publikai.
- *Filmas.* Šiai grupei taip pat priskiriamas kino teatras ir DVD plokštelės.
- *Skaitmeninė žiniasklaida.* Į šią kategoriją įeina internetas, mobilieji telefonai, palydovinis ryšys. Internetas- galinga žiniasklaidos forma, įgalinusi greitai gauti ir išsiųsti informaciją. Mobilieji telefonai tapo naująja visuotine mada ir dažnai vadinami septintąja žiniasklaida.
- *Spauda (leidybinė žiniasklaida).* Ši grupė apima knygas, laikraščius, žurnalus, brošiūras.
- *Video žaidimai.* Žaidimų, vienu mėgiamiausių laisvalaikio praleidimo formų, taip pat yra įvairių: kompiuteriniai žaidimai asmeniniame kompiuteryje, *Console* žaidimai naudojantis tam tikrais prietaisais, prijungtais prie televizoriaus, *Arcade* žaidimai interneto kavinėse ar žaidimų centruose, žaidimai mobiliuosiuose telefonuose ar sudėtingesnėse skaičiavimo mašinėlėse.

Skiriamos šešios žiniasklaidos funkcijos [5]:

- *Aplinkos stebėjimas.* Tai informacijos rinkimas ir sklaidimas tam tikroje aplinkoje ar už jos ribų. Informacijos tėkmė yra būtina visuomeninei vienybei palaikyti, nes žmonės gyvena kolektyve.
- *Visuomenės elementų sąsaja.* Tai informacijos aiškinimas, elgesio pasirinkimas ir nuomonė apie visuomeninę vertę.
- *Visuomeninio paveldo perdavimas.* Bendraujant per žiniasklaidą perduodamos socialinės ir kultūrinės vertybės, svarbios visuomenės išlikimui.

- *Visuomenės ugdymas.* Žiniasklaida suteikia informacijos apie vyriausybės politiką, piliečių teisės bei pareigas.
- *Pramoginė žiniasklaidos funkcija.* Žiniasklaida linksmina publiką padėdama emociškai atsipalaiduoti, pasitenkinti kultūriškai bei turiningai praleisti laiką.
- *Mobilizatorius.* Ši žiniasklaidos funkcija yra svarbi visuomenės vystymuisi, suburdama žmones ji stiprina tautiškumą.

Šios funkcijos rodo, kad žiniasklaida informuoja, ugdo, vysto asmenybę, linksmina, padeda žmonėms integruotis ir bendrauti tarpusavyje leidžiant suprasti kitų poziciją bei skatina socialinę empatiją [5].

Kitu skirstymu žiniasklaidai priskiriamos aštuonios funkcijos: mokytojo (informatoriaus), sargo (stebėtojo), ekonominės sistemos tarno, visuomenės subūrėjo (kultūrinių klijų funkcija), linksmintojo, visuomenės forumo funkcija, tvarkaraščio nustatytojo (*angl. Agenda-setting*), politinės sistemos tarno [6].

Nepaminėta liko dar vienas svarbus žiniasklaidos vaidmuo: *sarginio šuns* funkcija (*angl. watchdog role*). Pagal šią žurnalistinę sąvoką žiniasklaida turėtų būti vyriausybės kontrolierius. Žiniasklaidos, kaip sarginio šuns, sąvokos pradėtos vartoti airių politiko Edmund Burke XVIII amžiaus pabaigoje, kas to meto Anglijoje reiškė, kad politinė galia priklausė nuo žiniasklaidos, kuri po Lordų rūmų, bažnyčios ir Bendruomenių rūmų pavadinta ketvirtąja valdžia. Pradžioje ši sąvoka buvo suvokiama kaip nepriklausomybė nuo vyriausybės kontrolės, tačiau atsiradusi žiniasklaidos sarginio šuns funkcija apėmė ne tik vyriausybės veiklos priežiūrą, bet ir kitų visuomeninių institucijų, įskaitant įtakingus individus, nesusijusius su vyriausybe [7].

1.3 Žiniasklaidos teorijos

Pirmasis žiniasklaidos ir politinės visuomenės sąsajų ieškojo Frederick S. Siebert 1963 metais išleidęs veikalą *Keturios spaudos teorijos* (*angl. Four Theories of the Press*). Siebert keturios spaudos teorijos (autoritarinė, liberali, sovietinė ir socialinės atsakomybės) pripažįstamos daugelio žiniasklaidos tyrėjų kaip tinkamas būdas nustatyti, kaip pasaulyje veikia skirtingos žiniasklaidos sistemos.

- *Autoritarinė teorija.* Anot Siebert, autoritarinės vyriausybės tiesiogiai kontroliuoja žiniasklaidą. Neleidžiama transliuoti ar publikuoti tos informacijos, kuri pakenktų

pripažintam autoritetui, todėl bet kokie importuojami žiniasklaidos produktai valstybės kontroliuojami.

- *Liberali, laisvosios spaudos, teorija.* Skirtingai nuo autoritarinės teorijos liberalioji remiasi idėja, kad individai gali leisti tai, ko nori. Idėja kilo jau XVII amžiuje mąstytojo Džono Miltono (*angl. John Milton*), kuris teigė, kad žmonės savaime renkasi geriausias idėjas bei vertybes. Ši teorija filisofiškai žvelgia į žmogų teigiant, kad kaip racionali būtybė jis sugeba atskirti, kas tikra ir ne, todėl gali pasirinkti geresnę alternatyvą. Žmogus sugeba pasirinkti savo likimą, ir, atsižvelgdamas į visas aplinkybes, pasirinks teisingai. Trečiasis JAV prezidentas Tomas Džefersonas remdamasis šiuo modeliu teigia, kad jei žmogus remtųsi logika, dauguma priimtų teisingą sprendimą net jei atskiri individai to nepadarytų. Remiantis šia teorija valstybės politikos kritikavimas yra visiškai priimtinas ir net skatintinas. Be to, negali būti jokių suvaržymų žiniasklaidos skleidžiamai informacijai. Tuo tarpu, žurnalistams ir kitiems žiniasklaidos specialistams svarbu būti nepriklausomais. Visai liberalios žiniasklaidos pavyzdžių surasti sunku, nes, nors ir daugeliu aspektų JAV ją atitinka, tačiau ir šioje šalyje yra autoritarinio polinkio.
- *Sovietinė teorija.* Ši teorija glaudžiai susijusi su specifine ideologija, konkrečiai, komunizmu. Šios teorijos ištakas Siebertas sieja su 1917 metų Rusijos revoliucija, paremtą Markso ir Engelso teiginiais. Žiniasklaida negalėjo būti privati nuosavybė ir turėjo tarnauti dirbančiosios klasės interesams. Tiek ši, tiek autoritarinė teorijos pripažįsta valstybės viršenybę žiniasklaidos atžvilgiu. Pagrindinis tokios žiniasklaidos tikslas- pateikti išsamų ir objektyvų marksizmo-leninizmo principais paremtą pasaulio vaizdą. Tačiau šis modelis nebeegzistuoja. Prasidedant aštuntuoju dešimtmečiu ir ypač po Sovietų Sąjungos iširimo Rusija savo žiniasklaidą pertvarkė arčiau socialinės atsakomybės modelio. Šiuolaikinis šios teorijos pavyzdys- Kinijos žiniasklaida, kai televizija, radijas ir spauda kontroliuojami komunistinės vyriausybės.
- *Socialinės atsakomybės teorija.* Amerikiečių iniciatyva ketvirto dešimtmečio pabaigoje atsirado socialinės nepriklausomybės teorija. Anot šios teorijos, žiniasklaida yra įsipareigojusi visuomenei. Šie įsipareigojimai išreikšti tokiais žodžiais, kaip *informatyvumas, tiesa, tikslumas, objektyvumas* ir *pusiausvyra*. Žiniasklaida turi būti prieinama ne vien mažai žmonių grupei ir turėtų teikti ne vien įtakingų politikų pažiūras. Todėl šios teorijos prasmė yra ginti socialinį teisingumą. Kilusi JAV teorija labiau įsigalėjo ir didesnius rezultatus

atnešė Vakarų Europoje. Siekiama pertvarkyti žiniasklaidą po II-ojo pasaulinio karo. Pokario laikotarpiu Europai labai reikėjo atskaitingos žiniasklaidos, kuri atsakingai veiktų atsakant į visuomenės poreikius, ypač skleisti socialinį teisingumą. Todėl žiniasklaidai keliamas reikalavimas teikti piliečiams informaciją, nustatyti visuomenėje kylančias problemas bei neteisėtus veiksmus galingųjų. Reikalaujama, kad žiniasklaida būtų tikroviška, teisinga, objektyvi bei aktuali. Žiniasklaida turi būti laisva, bet pati save reguliuojanti, laikytusi etikos ir profesionalumo. Anot šios teorijos, žiniasklaida turi atstovauti žmones jų interesus laikydama valstybę atsakinga bei atkleisdama vyriausybės neteisėtus veiksmus ir klaidas. Socialinės atsakomybės teorija, skirtingai nuo liberaliosios, peržengia objektyvų žinių pristatymą ir pereina prie interpretacijos. Nebepakanka žinias perteikti tikroviškai ir išsamiai, atsiranda būtinybė pateikti tiesą apie patį faktą. Pasaulis reikalauja analizės, paaiškinimo ir interpretacijos. Ši teorija neatmeta individo racionalumo, tačiau atmeta faktą, kad jis iš prigimties motyvuotas ieškoti tiesos. Pagal šią teoriją, individas nėra neracionalus, bet kiek lėtargiškas. Jis sugeba naudotis logika, bet to nemėgsta. Būdamas laisvas individas turi gyventi remdamasis logika, o ne pasyviai priimdamas, ką mato, girdi ir jaučia. Todėl jis turi būti skatinamas naudotis logika ir ieškoti tiesos, o šis skatinantis elementas turi būti žiniasklaida, kuri informuotų žmones, nes tik informuota publika yra demokratijos pagrindas. Didelė Vakarų Europos žiniasklaidos dalis priklauso šiam modeliui, žiniasklaidą ir vyriausybę priskiriant tam pačiam lygmeniui bei pabrėžiant jų sąveiką ir galimybę viena kitą kritikuoti [9].

Kitu skirstymu pateikiamos šios žiniasklaidos teorijos:

- *Atrankinis supratimas (angl. Selective Perception)*. Kaip individas mato pasaulį priklauso nuo jo auklėjimo, rasės, giminės, socialinės- ekonominės padėties ar patirties. Dėl šių skirtumų individai suvokia ir aiškina pasaulį savaip. Tam, kad būtų suprasta, kaip individai formuoja bendruomenės pravartu susipažinti su tam tikromis sąvokomis:
 - *atrankinė patirtis (angl. Selective Exposure)*. Individai įgyja įvairią patirtį, nuo kurios priklauso jų suvokimas apie pasaulį, žmones, reiškinius, kultūrą, visuomenę.
 - *selektyvinis suvokimas (angl. Selective Exposure)*. Dėl skirtumų individai mato ir supranta pasaulį savaip. Kiekvienas kuria savo reikšmę apie pasaulio įvykius,

filtruojant informaciją per savo nuostatų prizmę ar jau turimas žinias bei pateikiant informaciją taip, kad ji būtų suvokiama tam tikrame kontekste.

- *selektyvinis saugojimas* (*angl. Selective Retention*). Priklausomai nuo individualaus pasaulio suvokimo individai skiria dėmesį tai informacijai, kuri yra susijusi su jo patirtimi.
- *Gatekeeping*. Gatekeeping pasireiškia įvairiame komunikacijos lygmenyje ar formose: tarpasmeniniame, rašto, masinėje komunikacijoje. Tam tikri elementai nuolat nustato, kokia informacija yra pakankamai reikšminga, per „vartus“ pasiekia informacijos gavėją. Gatekeeping vyksta ne tik galutinėje informacijos pateikimo stadijoje (pvz., kokie straipsniai patenka į laikraščius), bet taip pat reporteris nustato, kokias temas aprašyti, kokius šaltinius apklausti, kokius klausimus pateikti, ir kokie reporterio užrašai yra pakankamai reikšmingi potencialiam straipsniui. Priešakinis (*angl. front-end*) gatekeeping atsiranda kuriant pranešimą ar straipsnį, o galutinis (*angl. back-end*) gatekeeping vyksta tuomet, kai leidėjas nustato, kokius straipsnius naudoti laikraščiui, kokiame puslapyje juos pateikti, kokia antrašte ir kokia reporterio straipsnio dalis yra iškerpama. Panašus procesas vyksta ir individo pasaulio suvokime sprendžiant, kokie pasaulio įvykiai jam svarbūs (atrankinio supratimo teorija). Galutinis naujienų gatekeeper'is žiniasklaidoje yra skaitytojas/žiūrovas, kuris, savo ruožtu, nustato, kokią informaciją praleisti pro savo „vartus“. Šiame kontekste žiniasklaida neatspindi realybės, bet filtruodama formuoja tikrovę.
- *Žiniasklaidos tvarkaraštis* (*angl. Agenda-Setting*). Ši teorija yra gana svarbi, todėl apie ją kalbama kiek vėliau atskiru poskyriu.
- *Žiniasklaidos „rėmai“* (*angl. Framing*). Šis agenda-setting pogrupis nagrinėja, kaip informacija, perėjusi „vartus“ ir papuolusi į visuomenės tvarkaraštį, pristatoma. Žiniasklaidos rėmai yra pagrindinė straipsnio idėja/mintis, kuri suteikdama svarbą tam tikriems turinio elementams neteikia dėmesio kitiems. Anot žiniasklaidos raštingumo teorijos (*angl. Media Literacy Theory*), žiniasklaidos pranešimai yra „realybės“ atspindys, tačiau žiniasklaida gali pateikti tik jos santrauką. Kyla klausimai: „Kokie pranešimo aspektai nėra pateikti?“ „Kokia informacija yra už rėmo ribų?“, ir, kas svarbiausia, „Kuo tokiu pranešimu siekiama?“ (ideologiniai, apgalvoti, ar netyčiniai kėtinimai). Anot šios teorijos, galutinis tikslas pateikiant informaciją yra ne tik sakymas, apie ką galvoti (*angl. Agenda-Setting teorija*), bet

ir kaip apie tai galvoti. Remiantis selektyviniu suvokimu, individai ne tik atsirenka tai, kas jiems svarbu, bet ir įrėmina informaciją remiantis tuo, kaip jie supranta pasaulį.

- *Ugdymas (angl. Cultivation)*. Žiniasklaidoje pateikiama informacija formuoja ir ugdo individo pasaulio supratimą. Žiniasklaida formuoja ir padeda išsaugoti tam tikrus nekintančius vaizdinius (pvz., straipsniai apie individo kultūrą, visuomenę, kuriai individas priklauso), kurie daro įtaką individo gyvenimui, jo priimamiems sprendimams bei jo pasaulio suvokimui. Tačiau tokia auklėjanti žiniasklaida laikui bėgant gali tapti daug tikresnė už realybę.
- *Trečiojo asmens efektas (angl. Third Person Effect)*. Šia teorija tiriama individo nuomonė apie tai, kaip žiniasklaida įtakoja visuomenę ir kaip suprantama žiniasklaidos įtaka. Tyrimais nustatyta, kad dauguma mano, jog žiniasklaida neturi jiems didelės įtakos, bet ją turi kitiems. Tokią nuomonę turintys žmonės, anot tyrimų, linkę pervertinti žiniasklaidos poveikį kitiems ir neįvertina jos įtakos jiems patiems. Taip pat, tokie žmonės mano, kad dėl žiniasklaidos didelės įtakos kitiems žiniasklaidą reikia apriboti ar cenzūruoti tam, kad būtų išvengtas jos neigiamas poveikis aplinkiniams [10].

1.4 Žiniasklaidos poveikio teorijos

Sociologai tvirtina, kad žiniasklaida visuomenę įtakoja keturiais būdais: tvarkaraščio nustatymas (*angl. Agenda Setting*), elgesio norma ir kultūra, kopijavimas (*angl. modeling*) ir apatija.

- *Tvarkaraščio nustatymas (angl. Agenda-Setting)*. Dėl to, kad informacijos yra daugiau nei ją galima būtų patalpinti į laikraštį ar per televiziją transliuojamas žinias, žurnalistai veikia kaip „sargai“ (*angl. gatekeepers*) ir sprendžia, kokią informaciją atrinkti ir kiek dėmesio jai skirti. Mintis ta, kad jei žiniasklaida ką ignoruoja, tai tai negali būti žinios, ir atvirkščiai. Įvykiai, kuriems suteikiama daug dėmesio, tampa svarbiomis žiniomis. Tokiu būdu žiniasklaida suteikia svarbą tam tikroms problemoms, asmenims, organizacijoms ar visuomeniniams judėjimams. Nors žiniasklaida nesako, kaip reikia galvoti, bet auditorijai perimant žiniasklaidos diktuojamą tvarkaraštį ji tam tikru būdu sako, apie ką galvoti. Taip auditorija perima ne turinį, bet tvarkaraštį. Pavyzdžiui, žiniasklaidai didelę dėmesį teikiant tokioms problemoms, kaip abortas, tos pačios lyties santuoka, blogas elegesys su vaikais, AIDS,

pasaulinis skurdas ar karas, auditorija yra linkusi skirti daug dėmesio šioms temoms ir tai tampa visuomeniniu rūpesčiu ir pokalbio tema.

- *Elgesio norma ir kultūra.* Žiniasklaida padeda suformuoti vertybes. Per žiniasklaidą, ypač pramoginę, išmokstama, kaip elgtis ir kokios yra elgesio taisyklės. Televizijai apimant dideles žmonių bendruomenes gaunama tokia pati informacija, žiūrimos tos pačios laidos ar reklamos. Dėl to, kad plati publika turi tokią pačią žiniasklaidą, atsiranda kultūros supanašėjimas. Žmonės tampa vieni į kitus panašesni. Vienas tokių yra Italijos pavyzdžių, kai atsiradus televizijai Šiaurės ir Pietų Italijos kultūra ir vertybės supanašėjo.
- *Kopijavimas.* Žmonės, ypač vaikai, dažnai mokosi elgesio pamėgdžiodami kitus. Vienas tokių priežasčių, kodėl multiplikaciniai filmai sulaukia nemažai kritikos yra ta, kad per juos vaikai mokomi smurto, kas, nustatyta, dažnai atsispindi jų elgesyje.
- *Apatija.* Vienas didžiausių žiniasklaidos minusų yra ta, kad visuomenė linkusi aktyvų dalyvavimą keisti pasyvia- netikra patirtimi (*angl. passive pseudo-experience*). Žmonėms užtenka tik gauti informaciją apie problemą nei ją spręsti. Apatija taip pat kyla dėl didelės informacijos pasiūlos. Iš dalies kaltinama žiniasklaida, nes dažnai ji nesuteikia informacijos, kaip žmonės gali prisidėti sprendžiant problemą. Šiuo požiūriu, žiniasklaida turi pateikti mobilizuojančią informaciją: pvz., kaip prisidėti ar kam skambinti [11].

1.5 Agenda-Setting: viešojo tvarkaraščio formavimas

Kaip minėta anksčiau, ši teorija yra gana svarbi, todėl ji išskiriama atskiru poskyriumi, pateikiama jos sąvoka bei veikimas.

1.5.1 Teorijos samprata.

Pateikdama naujienas žiniasklaida informuoja visuomenę apie įvairius nuolat pasaulyje vykstančius pokyčius ar įvykius, kurių individas tiesiogiai nepatiria. Tačiau informuodami visuomenę laikraščių redaktoriai ar televizijos žinių vedėjai daro įtaką visuomenės supratimui apie įvykių svarbą. Procesas, kurio metu visuomenės tvarkaraščio įvykiams suteikiama tam tikro lygio svarba, vadinamas žiniasklaidos tvarkaraščio nustatymu (*angl. Agenda-setting*). Anot šios teorijos, žiniasklaida daro didelę įtaką auditorijai sprendama, kokiai informacijai skirti dėmesį ir kokios svarbos jai suteikti. Atsižvelgdama į žiniasklaidos išskiriamus įvykius ar problemas visuomenė formuoja savo tvarkaraštį. Laikui bėgant žiniasklaidos pranešimuose nuolat pabrėžiami tam tikri dalykai visuomenei tampa svarbiausi. Tokiu būdu žiniasklaidos tvarkaraštis

iš dalies sutampa su visuomenės tvarkaraščiu, kas leidžia daryti prielaidą, kad žiniasklaida formuoja visuomenės tvarkaraštį. Sutelkdama auditorijos dėmesį ties tam tikromis temomis, kurios tampa visuomenės tvarkaraščio dalimi, bei paskatindama imtis tam tikrų veiksmų žiniasklaida formuoja viešąją nuomonę. [12 p.8-9].

1922 metais išleistas pirmasis mokslinis veikalas apie žiniasklaidos poveikį visuomenės nuomonei amerikiečių žurnalisto Walter Lipmann *Public Opinion*. 1940 metais vykstant JAV prezidento rinkimams amerikiečių sociologas Paul Lazarsfeld ir jo kolegos iš Kolumbijos universiteto Erie grafystėje, Ohajuje, atliko rinkėjų apklausą. Tuo metu nebuvo rasta tvirtų įrodymų, kad žiniasklaida daro didelę įtaką visuomenės nuomonei. Sociologo Joseph Klapper veikale *The Effects of Mass Communication* pateikiama minimalios įtakos teorija (*angl. Law of Minimal Consequences*). 1940-1950 metais moksliniais tyrimais nustatyta, kad visuomenė pagrindinę informaciją gauna iš žiniasklaidos, net jei ji ir nekeičia jų nuomonės. Nors tuo metu vyravo minimalios įtakos teorija, dauguma sociologų tikėjo, kad egzistuoja galinga žiniasklaidos įtaka, kuri dar nėra ištirta. Šiaurės Karolinos universiteto profesoriai Don Shaw ir Maxell McComb Chapel Hill atliko nedidelį tyrimą 1968 metų JAV prezidentinei rinkimų kampanijai tirti. Remiamasi prielaida, kad žiniasklaida formuoja visuomenės tvarkaraštį sutelkdama rinkėjų dėmesį ties tam tikra informacija. Čia pirmą kartą minimas tvarkaraščio formavimo terminas (*angl. Agenda-setting*). Po šio mokslinio darbo sekė šimtai kitų empirinių tyrimų, skirtų žiniasklaidos tvarkaraščio formavimo įtakai nustatyti [12 p. 21-26].

1.5.2 Žiniasklaidos tvarkaraščio formavimas

Nustatyta, kad jaučiamasi nepatogiai nežinomoje aplinkoje, todėl kiekvienam individui yra svarbu iširti naują aplinką. Informacijos poreikis individui tiriant aplinką priklauso nuo dviejų aspektų: aktualumo ir nežinomybės. Poreikio informacijai nėra, kai tam tikras įvykis individui nėra aktualus, nes su juo nėra asmeninio sąryšio. Poreikio informacijai taip pat gali nebūti, kai individas jam rūpimu klausimu jau turi pakankamai informacijos, todėl orientacija nereikalinga. Esant dideliame informacijos apie viešuosius reikalus poreikiui individas dažniausiai kreipiasi į žiniasklaidą, nors yra ir kitų orientacinių šaltinių, kaip asmeninė patirtis, šeimos nariai, draugai ar bedradarbiai. Žiniasklaidos orientacijos nereikia, kai individas tam tikrus reiškinius patiria tiesiogiai, kaip ekonominė infliacija, tačiau tokiais klausimais, kaip šalies prekybos ar biudžeto deficitas, reikalinga žiniasklaidos pagalba. Tuo tarpu asmeninė patirtis, įvykių ar reiškinių

aktualumas kiekvienam taip pat yra skirtingas, pavyzdžiui, bedarbystės klausimas svarbesnis darbo neturintiems nei dirbantiesiems. [12 p.28].

Žiniasklaidos tvarkaraščio formavimui įtakos turi tam tikros aplinkybės, kaip pakankamai atvira politinė sistema bei nepriklausoma žiniasklaida. Vyriausybei ir politinėms partijoms nedarant įtakos žiniasklaidai sudaromos palankios sąlygos visuomenei perimti kai kuriuos žiniasklaidos tvarkaraščio aspektus. Kitas svarbus žiniasklaidos tvarkaraščiui įtakos turintis veiksnys- informacijos gausa. Visuomenės dėmesio siekia daugybė dalykų, tačiau vienu metu fiziškai neįmanoma domėtis daugiau nei keliais dalykais. Vadinasi, dėl laiko stokos bei psichologinių pajėgumų visuomenės tvarkaraštis yra ribotas. Ne ką mažiau svarbi yra žiniasklaidos tvarkaraščio talpa, nes tiek vieta laikraščiuose, tiek laikas, skiriamas programų per televiziją transliacijai, taip pat yra riboti. Informacijai gausėjant viešojo tvarkaraščio talpa lieka pastovi, todėl atsiranda nepastovus visuomenės tvarkaraštis. [12 p.30].

Remiantis hipodermine teorija (*angl. Hypodermic theory*), žiniasklaida veikia greitai, sušvirškšdiant informaciją ir gaunant tiesioginį rezultatą. Toks mąstymas paneigtas minimalių pasėkmių teorijos. Anot amerikiečių mokslininko Wilbur Schramm, tikrasis žiniasklaidos poveikis suformuojamas per ilgą laiką taip, kaip olose per ilgą amžinybę lašas po lašo susidaro stalaktitai ir stalagmitai. Teigiama, kad iš žiniasklaidos mokomasi atsitiktinai, kas yra nenutrūkstamas ir nepastebimas procesas. Prieš daug metų Paul Lazarsfeld masinę komunikaciją apibūdino kaip “neoficialią mokymosi klasę” (*angl. informal classroom*), kur studijuojantieji nuolat ateina ir išeina, tačiau, nors ir joje būdami, ne visada sutelkia dėmesį. Tokio atsitiktinio mokymosi aplinkybės skiriasi nuo formalių mokymosi institucijų, tačiau poveikis gali būti toks pat galingas. Žiniasklaidos, kaip mokytojo, pagrindinė komunikacinė strategija- informacijos gausa ir jos kartojimas. Nustatyta, kad nuolat kartojant tam tikras temas po daugiausiai aštuonių savaičių suformuojama atitinkama individo nuomonė tais klausimais. Vyksta ir priešingas procesas- informacijos užmiršimas, kai sąveika tarp žiniasklaidos ir visuomenės tvarkaraščių visiškai išnyksta po aštuonių, daugiausiai dvidešimt šešių savaičių [12 p.36].

1.5.3 Žiniasklaidos tvarkaraščio lygmenys

Pagal agenda-setting teoriją, pirmiausia žiniasklaida suteikia svarbą tam tikriems reiškiniams ar objektams, kuriems priskiriamos tam tikros savybės. Taip išskiriami du tvarkaraščio formavimo lygmenys:

- Tradicinis tvarkaraščio formavimas (*angl. Traditional Agenda-setting*)- pirminė komunikacija, kurios metu siekiama patraukti individo dėmesį bei suteikti tam tikram objektui svarbą.
- Savybinis tvarkaraščio formavimas (*angl. Attribute Agenda-setting*) susijęs su tolesniu komunikacijos procesu- supratimu, ir ką Lippmann pavadino, paveikslais individų galvose. Čia svarbu atskirti dėmesį nuo supratimo.

Anot šios teorijos šalininkų, žiniasklaida individui nesako, ką galvoti (*angl. what to think*), bet ji sėkmingai sako, apie ką galvoti (*angl. what to think about*). Remiantis savybinio tvarkaraščio formavimo nuostata, žiniasklaida ne tik sako, apie ką galvoti, bet ir kaip apie tai galvoti (*angl. how to think*). Iš to galima daryti prielaidą, kad kartais žiniasklaida nurodo, ką galvoti [12 p.40]..

Žiniasklaidos tvarkaraščio formavimo teorija tikrinama remiantis žiniasklaidos skiriamu dėmesiu tam tikriems dienos įvykiams. Palyginus šių įvykių svarbą žiniasklaidos ir visuomenės tvarkaraščiuose rastas didelis panašumas svarbos įvykiams atžvilgiu. Tai pirmojo lygmens tvarkaraščio formavimas. Taip pat nustatyta, kad egzistuoja didelis ryšys net tik tarp objektų svarbos, bet ir tarp jų savybių. Žiniasklaidoje pabrėžiamos objekto savybės išskiriamos ir visuomenės tvarkaraštyje- antrasis žiniasklaidos tvarkaraščio formavimo etapas. Pirmoje pakopoje padidėjęs žiniasklaidos dėmesys tam tikram objektui apibūdinamas pripažinimu (*angl. conferral*). Antroje pakopoje žiniasklaidos dėmesys objekto savybėms pasireiškia stereotipizavimu ir įvaizdžio kūrimu. Tuo tarpu *gatekeeping* veikia kaip tarpinė grandis tarp abiejų tvarkaraščio formavimo pakopų [12 p. 41]..

Analizuojant savybinį tvarkaraščio formavimą svarbu išskirti tokius terminus, kaip: kultyvavimo analizė (*angl. cultivation analysis*), tylos spiralė (*angl. spiral of silence*) ir rėmai (*angl. framing*). Pirmoji analizuoja žiniasklaidos formuojamų įvairių perspektyvų svarbą, pavyzdžiui, geriausiai žinomų tokių perspektyvų yra „žiauraus pasaulio sindromas“, kuris formuoja pesimistišką pasaulio vaizdą, įtakojamą nusikaltimų, rodomų per televiziją, gausa. Tylos spiralė analizuoja visai kitokią žiniasklaidos auditorijos elgesį: pažintinis pasaulio vaizdavimas vs įtraukimas į pokalbį apie viešuosius reikalus. Žiniasklaidos tvarkaraštyje rėmai yra pagrindinė žinių turinį formuojanti priemonė, sprendžianti, kokiai informacijai turi būti taikoma atranka (*angl. selection*), pabrėžimas (*angl. emphasis*), pašalinimas (*angl. exclusion*) ir

detalizavimas (*angl. elaboration*). Taikant rėmus siekiama išskirti tam tikrą problemą, rasti jos priežastį, ją įvertinti ir pateikti galimus problemos sprendimo būdus [12 p.42].

Anot savybinės tvarkaraščio formavimo teorijos, kai kurios savybės panašesnės nei kitos, tarp kitų- egzistuoja esminiai skirtumai; kai kurios savybės labiau nei kitos yra dažniau naudojamos žiniasklaidos pranešimuose: vienos- labiau linkusios būti pastebėtos nepaisant jų naudojimo pranešimuose dažnumo ar dominavimo, tuo tarpu kitos yra labiau aktualesnės, dar kitos- gana įtikinami argumentai [12 p.42].

Apibendrinimas

Šiame skyriuje pateikti keli žiniasklaidos apibrėžimai, tačiau tyrime žiniasklaida apibrėžiama, kaip specifinės formos informacijos pranešimas, skirtas šalies gyventojams. Pateikiami keli žiniasklaidos skirstymai: pagal žiniasklaidos rūšis (spauda, elektroninė spauda, naujoji žiniasklaida arba garsų įrašymas ir kopijavimas laidų transliavimas, filmas, skaitmeninė žiniasklaida, spauda, video žaidimai), pagal jos funkcijas (aplinkos stebėjimas, visuomenės elementų sąsaja, visuomeninio paveldo perdavimas, visuomenės ugdymas, pramoginė žiniasklaidos funkcija, mobilizatorius, kiti dar prideda sarginio šuns funkciją). Trumpai aptariamos žiniasklaidos pagal žiniasklaidos ir visuomenės sąsajas teorijos: autoritarinė teorija, liberali, laisvosios spaudos, teorija, sovietinė teorija, socialinės atsakomybės teorija, taip pat kitos žiniasklaidos teorijos: atrankinis supratimas, gatekeeping, žiniasklaidos tvarkaraštis, framing, ugdymas, trečiojo asmens efektas. Atskirai pateikiamos žiniasklaidos pagal žiniasklaidos poveikį teorijos: tvarkaraščio nustatymas, elgesio norma ir kultūra, kopijavimas, apatija. Plačiau aptariama žiniasklaidos tvarkaraščio nustatymo teorija, kuri teigia, kad per reikšmės tam tikriems įvykiams suteikimą žiniasklaidą formuoja visuomenės tvarkaraštį netiesiogiai sakydama, apie ką galvoti. Tyrimui aktualiausia žiniasklaidos tvarkaraščio formavimo teorija. Remiamasi nuostata, kad išskirdama tam tikrus įvykius, dažnai juos pateikdama žinių naujienose bei jiems priskirdama tam tikras savybes žiniasklaida formuoja nuomonę apie tam tikrą objektą.

2. NACIONALINIS ĮVAIZDIS IR ŽINIASKLAIDOS VAIDMUO

Tam, kad būtų suprstas šalies įvaizdžio formavimo sąsaja su žiniasklaida, pirmiausia reikia išsiaiškinti pačio įvaizdžio sąvoką.

2.1 Įvaizdžio samprata. Nacionalinio įvaizdžio formavimo žiniasklaidoje veiksniai

Tyrimo objektas- vienos šalies nacionalinio įvaizdžio formavimas kitos šalies žiniasklaidoje. Pirmiausia reikia išsiaiškinti, ką reiškia nacionalinis įvaizdis ir kodėl jis yra svarbus.

Nacionalinis įvaizdis- tai vienos šalies visuomenės požiūris ir nuomonės apie kitos šalies žmones ir jos vyriausybę. Tam tikra vienos šalies nuomonė apie kitą svarbi tiek vyriausybinio, tiek verslo lygmeniu. Iš verslininkų perspektyvos, teigiamas ir palankus šalies įvaizdis gali prisidėti prie verslo plėtros. Iš vyriausybės pusės, šalies įvaizdis turi didelės reikšmės planuojant ir vykdant užsienio politiką. Praeityje užsienio visuomenės nuomonė apie tam tikrą šalį įstatymų kūrėjams tebuvo tik kontekstinės svarbos dalykas. Tačiau demokratijai plečiantis užsienio šalių visuomenės nuomonės ir pažiūros tapo svarbus užsienio politikos sėkmės veiksnys. Šiuolaikinio pasaulio vyriausybės turi mokėti bendrauti ne tik su šalį valdančiaisiais, bet ir su tos šalies visuomene. Svarbu tampa nustatyti, kokiais pagrindiniais veiksniais remiantis vienos šalies visuomenė formuoja nuomonę apie kitą šalį ir jos žmones. Šalia švietimo, asmeninės patirties žiniasklaida laikoma labai svarbiu šaltiniu, formuojančiu vienos šalies įvaizdį kitos šalies žmonių galvose. Anot Lippmann, per žiniasklaidos priemones žmonių galvose formuojamas jiems fiziškai nepasiekiamo pasaulio vaizdas. Johannes Gutenberg universiteto (Vokietija) profesorius Michael Kunczik teigia, kad žiniasklaidos dėka vienos šalies visuomenė formuoja nuomonę apie kitos šalies vyriausybę ir žmones, nes žiniasklaida yra viena didžiausių informacijos apie užsienio šalis platintoja. Tačiau pripažįstama, kad žinių perdavimo atžvilgiu ne visos šalys yra vienodai nušviečiamos. Kai kurios žiniasklaidoje dažniau minimos bei labiau išskiriamos nei kitos. Kai kurios parodos pozityviau už kitas. Hiustono universiteto profesoriai Dan Nimmo ir Robert Savage įvaizdį aiškina kaip žmogaus sukurtą vaizdinį, sudarytą remiantis tam tikromis jo suvokiamomis objekto, įvykio ar asmens savybėmis. Čia svarbu suprasti skirtumą tarp siuntėjo perduodamo įvaizdžio ir gavėjo suvokiamo paveikslo, kurie nebūtinai identiški. Anot tarptautinių naujienų tyrėjų John Galtung ir Mari Holmboe Ruge, žiniasklaida yra galinga įvaizdžio apie kitas šalis formuotoja. Dauguma nuomonę apie kitas šalis susiformuoja neturėdami su ja jokių kontaktų, bet informaciją apie ją gauna iš žiniasklaidos [13].

Amerikiečių mokslininkai Jarol Manheim ir Robert Albritton išskyrė du žiniasklaidos kuriamos šalies įvaizdžio aspektus: matomumą (*angl. visibility*) ir valentingumą (*angl. valence*). Pirmuoju aspektu turima omeny kiek dėmesio žiniasklaida skiria tam tikrai šaliai ir jos įvykių pateikimui, antruoju – teigiamo ar neigiamo atspalvio apie tam tikrą šalį formavimas. Mokslininkai sutaria dėl dviejų skirtingų požiūrių: gatekeeping‘o ir strateginės perspektyvos (*angl. logistic perspective*). Gatekeeping‘as (įvykiais grįstas požiūris) susijęs su žinių atrankos veiksniais. Strateginis (kontekstinis požiūris) susijęs su informacijos apdorojimu. Anot Galtung ir Ruge, kokias ir kiek žinių apie tam tikrą šalį gauna kitos šalies gyventojai labai priklauso nuo žiniasklaidoje pateikiamos šalies ekonominių, socialinių, politinių ar geografinių aplinkybių. Šis struktūrinis požiūris pateikia daugiau tarptautinių naujienų tėkmę įtakojančių veiksnių: nacionaliniai bruožai, sąveika bei sąsaja, žinių gavimo ir sklaidimo procesai. Šie veiksniai nustato pateikiamų tarptautinių naujienų turinį bei apimtį, temų parinkimą. Išskiriami du žinių struktūrą ir tėkmę įtakojantys veiksniai: išorinės aplinkybės, kaip politiniai ir ekonominiai veiksniai, ir vidinės aplinkybės, kaip įvykio, informacijos vertingumas/svarbumas. Galtung ir Ruge siūlė dvylika faktorių, kuriais remiantis nustatomas tarptautinių naujienų vertingumas/svarbumas: dažnumas, intensyvumas, vienareikšmiškumas, prasmingumas (kultūrinis artumas ir sąsaja), konsonansas (numatymas ir poreikis), netikėtumas (nenuspėjamumas ir stoka), nuoseklumas, struktūra, atsižvelgimas į elitines šalis ir elitines asmenybes, žmonių paminėjimas, negatyvumas. Prie tokių veiksnių kiti mokslininkai dar pridėjo šalies verslą, gyventojų skaičių, geografinę padėtį, taip pat šalių hierarchinę padėtį, kultūrų bendrumą, ekonominę šalių sąsają ir informacijos konfliktą. Dar kiti paminėjo komunikacijos ribotumą. Tokiems komunikacijos suvaržymams priskiriami tokie veiksniai, kaip giminytė, kalbos panašumas, raštingumo lygis, informacijos sklaida per spaudą, radiją ir televiziją. Šalyse, kuriose žiniasklaida suvaržyta, mažiau tikimybės gauti žinių apie pasaulio įvykius [13].

Tarptautinių santykių tyrėjai P.H. Shoemaker, L.H. Danielian ir N. Brendlinger teigė, kad žinių vertingumas (*angl. newsworthiness*) sudarytas iš dviejų darinių: nukrypimo nuo normos (*angl. deviance*) ir visuomeninės svarbos (*angl. social significance*). Pirmoji sąvoka apima reiškinius ar įvykius, kurie yra neįprasti ir viešai priimtinių normų bei vertybių nepripažįstami. Ši sąvoka apima tiek gerus, tiek blogus įvykius ir gali būti vartojama apibūdinti tiek šaliai, tiek įvykiui. Nuo normos nukrypusios šalys matomos kaip pavojingos tarptautinei visuomenei. Pavyzdžiui, JAV nuomone, kuri atsispindi jos spaudoje, deviantinėmis šalimis laikomos Iranas,

Irakas, Šiaurės Korėja ir Šaltojo karo laikotarpiu Sovietų Sąjunga. Visuomeninės svarbos aspektas parodo, kiek svarbos tam tikras įvykis ar šalis turi kitos šalies viesuomenei. Visuomeninės svarbos aspektas turi tris dimensijas: ekonominė, politinė ir kultūrinė svarba. Ekonominis aspektas apibūdinamas kaip benradarbiavimas verslo reikalais tarp šalių. Šio aspekto rodikliai- bendrasis vidaus produktas, tiesioginės investicijos, eksportas ir importas. Šalių ekonominė sąveika yra viena pagrindinių žiniasklaidos nušviečiamų užsienio įvykių. Tuo tarpu politinės svarbos aspektas yra vyriausybės kontroliuojami ryšiai tarp šalių. Pagrindiniai rodikliai, pvz., JAV kariuomenės dalyvavimas, karinė sąjunga su JAV, ekonominė JAV pagalba. Tos pačios ideologijos ar politinių pažiūrų šalys labiau linkusios bendrauti viena su kita, todėl ir jų žiniasklaida yra labiau linkusi pateikti informaciją apie jiems palankius partnerius. Šis aspektas yra svarbus pritraukiant žiniasklaidos dėmesį, nes žiniasklaida negali nepaisyti šalių politinės svarbos atsižvelgiant į šalių nacionalinį interesą. Kultūrinės svarbos aspektas apibūdinamas panašumais tarp abiejų šalių visuomenės. Pvz., panašios kultūrinės aplinkos (pvz., religija ir etniškumas) šalys bendrauja efektyviau. Žiniasklaida taip pat labiau linkusi aprašyti panašios kultūros šalis [13].

Išskiriami trys veiksniai, darantys įtaką kitų šalių įvaizdžio formavimui tikslo šalies žiniasklaidoje: aplinkos, sąveikos ir strateginis visuomenės informavimas. Šie veiksniai turi įtakos pateikiamos informacijos apie kitą šalį valentingumui (*angl. valence*) ir reikšmingumui. Reikšmingumas nustatomas remiantis informacijos apie šalį gausa ir jos vieta žinių apžvalgoje. Šaliai suteikiant daug svarbos jai skiriama didelė apimtis ir išimtinė vieta žiniasklaidoje, pvz., daug laikraščio straipsnių ir pirmas laikraščio puslapis. Tuo tarpu valentingumas parodo, kaip teigiamai ar neigiamai šalis pristatoma. Aplinkos veiksnys sudarytas iš savybių/bruožų apie šalį visumos, kuri daro įtaką žinių svarbai kitų šalių žiniasklaidoje. Šis veiksnys susideda iš dviejų kintamųjų: tautinių bruožų ir komunikacijos suvaržymų. Tautinių bruožų kintamasis suprantamas kaip elementarios tam tikros šalies savybės: bendrasis vidaus produktas, eksportas, gyventojų skaičius, šalies dydis ar karinės išlaidos. Tuo tarpu, komunikacijos suvaržymų kintamasis nustato komunikacinės infrastruktūros sunkumus (fizinius ir kultūrinius), su kuriais susidūria kitos šalies žurnalistai rinkdami ar platindami informaciją. Sąveikos veiksnys susijęs su šalių interakcija, jų bendravimu. Šis veiksnys sudarytas iš dviejų dimensijų: nukrypimo nuo normos (*angl. deviance*) ir visuomeninės svarbos (*angl. social significance*). Nukrypimo nuo normos lygmuo parodo, kokias grėsmes šalis kelia ar gali kelti tikslo šalies statuso kvo. Galiausiai, strateginis visuomenės

informavimo veiksnys yra šalies aktyvus dalyvavimas/veikimas bei gebėjimas reklamuoti ar keisti savo šalies įvaizdį kitos šalies žiniasklaidoje [13].

2.2 Nacionalinio įvaizdžio žiniasklaidoje formavimas: framing teorija

Dažniausiai *Framing* sąvoka naudojama kaip tyrimo metodas (*angl. framing analysis*) nei kaip teorija. P. Silverman (1998) apibūdina šią teoriją kaip sąvokų visumą tam tikram reiškiniui paaiškinti. Mokslininkai G. Bateson ir R. Clair framing aiškinimui naudoja paveikslo pavyzdį. Tai tarsi fotografavimas ar paveikslo piešimas tam tikruose rėmuose. Prieš paveiksluodami fotografai parenka atitinkamą vaizdą. Iš įvairių vaizdo dalių jie parenka vieną. Fotografo pasirinkimas ir atmetimas turi įtakos tolesniam žmonių vaizdo interpretavimui. Nors yra ir kitų veiksnių, įtakančių, kaip žiūrovai interpretuos nuotrauką, tačiau vaizdo įrėminimas yra svarbiausias supratimą formuojantis faktorius, ypač kai žiūrovas neturi pakankamai informacijos apie nuotrauką. Galiausiai, įrėminimas susijęs su nuotrauka/idėja, kurios dėka individas gali organizuoti, formuoti ir suprasti išorinį pasaulį [14].

Rėmų sąvoka supažindinta sociologo E. Goffman, kuris aiškino, kad individas susidurdamas su tam tikrais įvykiais yra linkęs reaguoti per tam tikrus „rėmus“, t.y. individas suvokia ir interpretuoja reiškinius remdamasis savo žiniomis, susikaupusiomis per patirtį, mokslą, kultūrinę aplinką ir pan. Remiantis tomis žiniomis individas suvokia ir interpretuoja įvykius ar problemas. Panašiai veikia ir žiniasklaida, kuri rėmina, interpretuoja ir pristato tą patį reiškinį skirtingai dėl jos skirtingos leidybos/transliavimo politikos, sudarytos iš tokių elementų, kaip politinis pasirinkimas, šaltinis, auditorija, požiūris į vyriausybę ir pan. W. Gamson pridūrė, kad framing-tai reikšmės suteikimo žiniasklaidos pristatomai informacijai procesas, kuriame tam tikrų tikslų siekiant nuolat kuriama reikšmė. Anot jo, faktai neturi tikros reikšmės, tačiau jie ją įgyja tam tikrame įrėmintame kontekste jiems suteikus svarbos. R. Entman pabrėžia, kad žiniasklaidos rėminimas grindžiamas atrankos ir reikšmės suteikimo elementais. Reikšmingumas atsiranda tuomet, kai informacija tampa labiau pastebima, prasminga ar atsिमintina. Paryškinus tam tikrą informacijos apie tam tikrą įvykį dalį jai suteikiamas reikšmingumas, taip sutelkiamas auditorijos dėmesys, sužadinas mąstymas ar galvojimas apie tam tikrą problemą, jos interpretavimas, įvertinimas ir atitinkama reakcija. Reikšmės suteikimui naudojami atitinkami žodžiai, jų kartojimas bei vaizdai. Tokiu būdu žiniasklaida nusprendžia, kokią informaciją teikti, suskirsto ją

į nustatytas kategorijas, papildo esant informacijos trūkumui ir siūlo sprendimus problemoms spręsti [14].

Daugumoje tyrimuose, kuriuose analizuojamas žiniasklaidos formuojamas šalies įvaizdis, remiamasi framing teorija. Lin (1983) tyrė Kinijos ir JAV santykius abiejų šalių laikraščiuose nustatydamas, kad apie tą patį įvykį skirtinguose laikraščiuose pateikiama skirtinga apžvalga. Mousa (1981) tyrė arabų įvaizdį JAV laikraščiuose priedamas išvados, kad *The New York Times* laikraštis orientavosi ties įvykiais, konfliktais neigiamai pavaizduodamas arabus. Remdamasis informacija iš britų, prancūzų ir žydų šaltinių nei arabų informacija *The New York Times* formavo agresyvų ir pavojingą arabų įvaizdį. Nemažai lyginamųjų framing tyrimų (*angl. comparative framing analysis*), susijusių su užsienio įvykių pateikimu žiniasklaidoje. Huang (1994) tyrė 1989 metų demokratinio judėjimo Kinijoje pateikimą JAV, Europos ir Honkongo žiniasklaidoje. Nustatyta, kad atskirų šalių žiniasklaida įvykį pateikė iš savo politinės ideologijos ir tarptautinių santykių perspektyvos. Wang (1995) analizavo laikraščiuose *The New York Times* ir *Newsweek* pateiktas 1980 metais Pietų Korėjoje ir 1989 metais Kinijoje vykusias studentų demonstracijas dėl demokratijos procesų šalyje greitinimo. Demonstracijos Pietų Korėjoje tikslas JAV spaudoje iškreiptas, o studentai pavaizduoti kaip smurtaujantys, karingai nusiteikę, tuo tarpu Kinijos demonstracija pavaizduota visai kitoje idealistiškoje ir taikioje šviesoje. Naudodamiesi framing analize Friedland ir Zhong (1996) analizavo 1989 metų Kinijos studentų demonstraciją per JAV, Kinijos ir Taivano televizijas. Nustatyta, kad kiekviena šalis įvykiui teikė svarbą atsižvelgdamos iš savo pozicijų: JAV pabrėžė įtampą tarp vyriausybės ir studentų, kovą dėl galios, Kinija- kėlė abstrakčią demokratijos ir žmogaus teisių idėją, tuo tarpu Taivanas-komunistinės vyriausybės neteisėtumą bei antikomunistinio judėjimo stiprėjimą. Robert Entman (1991) analizavo *The Times* ir *Newsweek* straipsnius po dviejų įvykių: 1983 metais sovietų naikintuvui pašovus Korėjos avialėktuvą 007 ir 1988 metais JAV kariniam laivui pašovus Irano lėktuvą 655. Lyginami panašūs incidentai, kurie galėjo būti pavaizduoti panašiai. Korėjos atveju naudojant tam tikrus žodžius (pvz., puolimas) bei vaizdinius įvykiui apibūdinti kuriamas dorovinis paveikslas smerkiant sovietinę neteisę, tuo tarpu Irano įvykiui aprašyti naudojami atitinkami žodžiai (pvz., tragedija) ir mažiau vaizdinių sukuriant techninio pobūdžio pasakojimą ir sumažinant JAV laivyno kaltę. Prieita išvada, kad pabrėžiant tam tikrus žodžius ir vaizdinius panašūs įvykiai vaizduojami skirtingai [14].

Apibendrinimas

Šioje dalyje pateikiama mokslinė įvaizdžio analizė, įvaizdžio formavimo žiniasklaidoje veiksniai, būdai, kuriais remiantis kuriamas nacionalinis įvaizdis. Sutinkama, kad įvaizdžio žiniasklaidoje formavimui įtakos turi tokie elementai, kaip šalies ekonominės, socialinės, politinės, geografinės aplinkybės, nacionaliniai šalies bruožai, žinių gavimo ir sklaidimo procesai, šalių sąsaja, kultūrų bendrumas, ideologija ir politinės pažiūros, taip pat įvykio vertingumas ir visuomeninės svarbos veiksniai. Tuo tarpu įvaizdžio formavimas žiniasklaidoje analizuojamas remiantis framing teorija, kuria aiškinamas tam tikro konteksto pasirinkimas.

3. LIETUVOS ĮVAIZDIS DIDŽIOSIOS BRITANIJOS SPAUDOJE: TYRIMAS

3.1 Tyrimo problema

Dažnai girdima apibendrinimų, kad Lietuva bei jos piliečiai užsienio valstybėse neturi geros reputacijos: užsiimama nusikalstama veikla ar padaroma kitų valstybei gero vardo nepelnančių pražangų. Kai kas remiasi tyrimais nustatytais duomenimis, kiti- žiniasklaidos teikiama informacija, dar kiti- nuogirdomis. Čia kyla klausimas, ar Lietuva iš tikro užsienio šalyse neturi geros reputacijos, ar tai tik generalizacijos, grindžiamos keliais neigiamais įvykiais? Lietuvos įvaizdžio užsienio šalyse nustatymui atlikta keli tyrimai. Viena tokių apklausų: 2006 metų *Vilmorus* projektas *Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija*, kurios metu vykdytos apklausos 26 šalyse, įskaitant Didžiąją Britaniją. Kita informacija apie Lietuvos įvaizdį užsienio valstybėse pateikti 2008 metų Valstybės kontrolės ataskaitoje. Pastarieji duomenys gauti *East West Global Index* atliktų įtakingų pasaulio leidinių, tarp jų, *The Times*, tyrimo metu. Pirmojo tyrimo metu duomenys apie Lietuvos įvaizdį užsienio valstybėse gana prieštaringi. Nors dauguma valstybių Lietuvai skyrė nemažai palankių vertinimų (tarp jų ir JK), tačiau taip pat buvo nesutinkama dėl Lietuvoje esančios nedidelės korupcijos [18]. Antrojo tyrimo metu nustatyta, kad Lietuva 2008 metais iš trijų Baltijos šalių buvo minima dažniausiai, bet dominavo daugiau neigiamos informacijos. Vertinant teigiamą ir neigiamą informaciją apie šalį, Lietuvai tarp Europos šalių skirta 42 vieta, tuo metu Latvijai ir Estijai atiteko aukštesnės pozicijos: 29 ir 30. Pasauliniu mastu Lietuva tarp 200 pasaulio šalių užėmė 164 vietą, Latvija- 114, Estija- 117, Slovėnija- 126, o Lenkija- 9. Tokią žemą Lietuvos padėtį vertinimo skalėje bandoma aiškinti korupcijos lygiu, argumentuojant, kad korumpuota šalis yra mažiau patraukli potencialiems užsienio investuotojams. Organizacija *Transparency International* Korupcijos suvokimo indekso 2008 metų tyrime Lietuvai skyrė 4,6 balo, arba 58 vietą tarp 180 reitinguojamų šalių. Anot Valstybės kontrolės, tai prasčiausias indeksas nuo tada, kai Lietuva įstojo į Europos Sąjungą [19]. Remiantis šiais duomenimis, formuojamas gana prieštaringas Lietuvos įvaizdis užsienio šalyse.

3.2 Tyrimo objektas, tikslas ir uždaviniai

Šio tyrimo objektas- Lietuva. Darbo tikslas- atskleisti, kaip Lietuva yra pristatoma Didžiosios Britanijos visuomenei ir koks formuojamas šalies paveikslas. Tam tikslui pasirenkami du Didžiosios Britanijos laikraščiai straipsnių, kuriuose minima Lietuva, analizei.

Keliami šie uždaviniai:

- Kaip dažnai britų spaudoje dominuoja Lietuva?
- Kokiame kontekste dažniausiai dominuoja Lietuva?
- Koks Lietuvos ją minimame kontekste vaidmuo?
- Koks formuojamas požiūris į Lietuvą ją mininčiame kontekste?
- Kokiomis priemonėmis formuojamas požiūris į Lietuvą?

Siekiant tyrimo tikslų laikomasi atitinkamos darbo eigos:

- Apžvelgiamos pagrindinės su tyrimu susijusios teorijos bei moksliniai darbai;
- Formuluojama tyrimo problema, keliamas tikslas, išskiriami uždaviniai;
- Apibrėžiamas tyrimo šaltinis: žiniasklaidos priemonės, spauda, straipsniai ir straipsnių imtis;
- Tyrimo kintamųjų nustatymas, kodavimo sudarymas;
- Duomenų rinkimas;
- Duomenų analizė;
- Rezultatų vertinimas.

3.3 Tyrimo tipas

Šiam tyrimui apibūdinti pasitelkiami keli skirstymai, kurie pagal tam tikrus kriterijus tyrimą priskiria atitinkamai grupei [20]:

- *Pagal tyrimo pobūdį*- tai istoriografinis tyrimas, grindžiamas elektroninių laikraščių archyvų medžiaga, mokslinės ir metodinės literatūros analize. Susipažinta su svarbiausiomis žiniasklaidos teorijomis, įvairiais žiniasklaidos tyrimui įtaką darančiais veiksniais, tyrimo metodais, taip pat moksliniais tyrimais, kuriuose analizuojamas vienos šalies nacionalinis įvaizdis kitos šalies žiniasklaidoje. Stebima, kokiais tyrimo metodais naudotasi kitų mokslininkų darbuose, kokių prieita išvadų. Tyrime naudojamas empirinės medžiagos sisteminimas ir apibendrinimas bei statistinių duomenų interpretavimas.
- *Pagal tyrimo pritaikymą*- tai bazinis/fundamentinis tyrimas. Tyrimo metu gautus rezultatų nenumatoma konkrečiai taikyti ar panaudoti praktinėje veikloje. Stebint reiškinius, siekiama pažinti tikrovę: laikraščių analizė leidžia suprasti vienos šalies nuomonę apie kitą šalį, nacionalinį įvaizdį žiniasklaidoje formuojančius elementus.
- *Pagal tyrimo tikslą*- tai aprašomasis tyrimas, kuriame analizuojama tam tikra problema/situacija/reiškinys: vienos šalies nacionalinis įvaizdis kitos šalies žiniasklaidoje.

Šio tyrimo metu stengiamasi atsakyti į pagrindinius klausimus: *kas, kur, kada, kaip*. Šis tyrimas turi kažkiek ir priežastinio tyrimo ypatumų, nes tam tikrais klausimais stengiamasi atsakyti į klausimą *kodėl* nustatant priežasties- pasėkmės ryšius.

- *Pagal atlikimo būdą*- tai trumpalaikis tyrimas, kurio apimtis nedidelė, todėl ir tyrimo atlikimo laikas trumpas- trys mėnesiai.
- *Pagal metodologiją/informacijos tipą*- tai kombinacinis tyrimas, kuriame naudojamos kiekybinis ir kokybinis tyrimo metodais. Siekiant išsamesnių duomenų ir tikslesnių rezultatų tyrime taikomas trianguliacijos principas, t.y. taikomi keli tyrimo metodai. Be minėtųjų tyrime taip pat naudojami kiti teoriniai metodai, kaip indukcija ir palyginimas (plačiau sk. *Metodai*).

3.4 Tyrimo šaltinio pasirinkimas

3.4.1 Žiniasklaidos atranka

Šalies nacionalinio įvaizdžio tyrimui kaip šaltinis ir priemonė pasirinkta žiniasklaida. Mokslininkų nuomone, šiais laikais objektų ar įvykių įvaizdis labiausiai yra formuojamas per netiesioginę patirtį, ypač žiniasklaidą, nei per tiesioginį kontaktą su tikra aplinka. Todėl nuomonė dažniausiai formuojama remiantis žiniasklaidos teikiama informacija, o patys žurnalistai yra svarbiausi nuomonės apie pasaulį sudarytojai [21]. Logiškai mąstant, pasaulis per platus, kad jį būtų galima apkelti, o pačios informacijos apie pasaulyje vykstančius reiškinis yra tiek daug, kad jos visos fiziškai negalima būtų suvokti. Todėl pasikliaujama žiniasklaida, kuri teikia informaciją apie bet kurį pasaulio kraštą, o informacijos kiekis ir jos svarba, kuri taip pat nustatyta žiniasklaidos darbuotojų, auditorijai priimtinas. Tačiau pati žiniasklaida, t.y. jos priemonės, yra nevienoda, kaip ir netolygus jos poveikis tam tikrai auditorijai. Sutinkama, kad pagrindinės bei populiariausios žiniasklaidos priemonės yra televizija ir spauda. Diskusijų bei nuomonių apie televizijos ir laikraščių privalumus ir trūkumus yra nemažai, todėl tyrimui parenkant tam tikrą žiniasklaidos priemonę, atsižvelgta į keletą veiksnių [22]:

- *Žinių išsamumas*. Argumentuojama, kad laikraštyje pateikiamos naujienos yra įvairesnės, išsamesnės ir detalesnės, pateikiama papildoma informacija atsakant į klausimą *kodėl*. Tuo tarpu žinių transliacijai per televiziją skiriamas ribotas laikas. Dažnai, nesant svarbių įvykių, televizija tą laiką užpildo nereikšminga informacija. Be to, dauguma kritikų sutinka, kad

pramoginės laidos per televiziją skleidžia neigiamą informaciją (*angl. hard news*), tokią kaip smurtas ir nusikaltimai.

- *Informacijos objektyvumas.* Teigiama, kad televizija yra daugiau emocionali, nei objektyvi. Dažnai programos turinį lemia reitingai, o dauguma televizijos programų priklauso dideliems verslams, kurie, savo ruožtu, diktuoja savo tvarkaraštį. Tuo tarpu laikraščio kalba ne tokia emocionali, skirtingi laikraščiai pateikia įvairesnių politinių pozicijų (liberalių nuostatų: *The Guardian, The Independent* ar tradiciskų nuomonių: *The Times, The Daily Telegraph*).
- *Įtaigumas.* Diskutuojama, kad laikraščiai ne tik pristato žinias, bet ir įtakoja auditoriją. Televizija, savo ruožtu, tai daro per auditorijai matomus vaizdus, tačiau juos kiekvienas interpretuoja savaip. Šiuo požiūriu spauda yra didesnė auditorijos nuomonei įtaką daranti priemonė.
- *Praktiškumas.* Šiuo požiūriu patogesnis yra laikraštis. Kai televizijos žinios transliuojamos atitinkamomis valandomis, laikraštį galima įsigyti bei skaityti bet kuriuo metu ir bet kurioje vietoje. Be to, beveik visi laikraščiai turi elektroninį tinklą ar prieinami mobiliuosiuose telefonuose. Tuo tarpu, kainos požiūriu, televizija yra ekonomiškesnė, nes nekainuoja.
- *Individualios savybės.* Nustatyta, kad televizijai nesunku pritraukti auditorijos dėmesį, bet sunku jį išlaikyti. Be to, dėl aplinkinio triukšmo sunku viską išgirsti, tuo tarpu laikraštį galima skaityti bet kada ir keletą kartų.
- *Informacijos pateikimo greitis.* Didžiausias televizijos privalumas- galimybė greitai pateikti naujausias žinias. Laikraštis, tuo tarpu reikalauja laiko, skirto leidybai ir pardavimui, kurie vyksta reguliariai nustatytu laiku.

Abi žiniasklaidos priemonės yra gana populiaros, turinčios savo pranašumų, tačiau pasirenkama atsižvelgiant į tam tikras aplinkybes. Tyrimui pasirinkta spauda (elektroniniai laikraščiai), o svarbiausi veiksniai, turėję įtakos žiniasklaidos priemonės pasirinkimui, yra šie:

- *Informacijos pateikimas.* Televizijos žinioms skiriama nedaug laiko, todėl tikimybė, kad dominuos informacija apie Lietuvą yra labai nedidelė. Didelę žinių dalį sudaro svarbiausi pasaulio įvykiai, kaip pvz., Gruzijos ir Rusijos konfliktas ir pan. Tuo tarpu laikraščiai teikia įvairią informaciją, ypač nemažai duomenų apie 2004 ir 2007 metais į Europos Sąjungą įstojusias šalis.
- *Informacijos gausa/įvairumas.* Televizija pateikia gana ribotą požiūrį į tam tikrus įvykius, o didelė informacijos dalis yra nepateikiama dėl laiko stygiaus. Laikraščių pasirinkimas

Didžiojoje Britanijoje yra nemažas, o daugelis turi tam tikrą politinę poziciją, pagal kurios prizmę informuojama, interpretuojama ir vertinama. Susipažinus su įvairesne spauda, įmanoma išsamiau suprasti, koks vaizdas formuojamas apie tam tikrą šalį.

- *Logistinis faktorius*. Tyrimo šaltinis- elektroninė spauda. Internetiniai laikraščių puslapiai sistemingai ir nuosekliai sugrupuoti pagal kategorijas, sena informacija saugoma archyvuose. Sutaupoma laiko informacijos paieškoms, o svarbiausia nėra mokesčio naudotis laikraščių internetine svetaine. Televizijos žinių įrašai saugomi archyvuose, į kuriuos patekti reikia atitinkamo leidimo.
- *Informacijos rinkimo tendencijos*. Ne mažai svarbu išsiaiškinti, ar Didžiosios Britanijos visuomenė- televizijos žiūrėtojai ar laikraščių skaitytojai. 2007 metų *Entertainment Media Reseach* tyrimais [23] nustatyta, kad:
 - Laikraščius: 41% šalies gyventojų skaito reguliariai, 28%- kartais, 31%- retai;
 - Elektroninius laikraščius: 24%- reguliariai, 26%- kartais, 50%- retai;
 - Televiziją: 32% šalies gyventojų žiūri reguliariai, 25%- kartais, 43%- retai.

Šie tyrimo duomenys rodo, kad Didžiosios Britanijos visuomenė dažniau skaito laikraščius (spausdinto, kiek mažiau elektroninio formato) nei žiūri televiziją.

3.4.2 Spaudos atranka

Didžiojoje Britanijoje laikraščių yra didelis pasirinkimas, todėl prieš konkrečių laikraščių atranką susipažįstama su svarbiausiais laikraščių Didžiojoje Britanijoje skirstymais bei jų išsamesniu aprašymu:

- Pagal laikraščio paskirtį Didžiosios Britanijos spauda [24]:
 - *Solidi spauda (angl. quality press/broadsheet/national heavyweights)* daugiausia dėmesio teikia vidaus bei užsienio naujienoms, sporto bei kultūros įvykiams, finansiniams pranešimams, kelionių bei naujų filmų aprašymams. Tai intelektualaus turinio skaitiniai, kurių tikslas- išsamios informacijos apie svarbius pasaulio ir šalies įvykius pateikimas. Šiai grupei priklauso: *Financial Times, The Guardian, The Independent, Daily Telegraph, The Times*.
 - *Populiarūs skaitiniai/bulvarinė spauda (angl. popular press/tabloid/red-tops)*. Šio tipo laikraščių prioritetą- sensacijų aprašymas, todėl didelę turinio dalį sudaro didelės antraštės, nuotraukos, provokacinė informacija apie garsius asmenis, įskaitant

karališkąją šeimą. Į šią grupę įeina: *Daily Mirror, The People, Daily Sport, Daily Star, The Sun, News of the World*.

- Kai kurios klasifikacijos išskiria tarpinį variantą- *pusiau bulvarinis laikraštis (angl. middle-range tabloids/national mid-market)*. Tai laikraščiai, įsiterpiančys tarp solidžių laikraščių ir bulvarinės spaudos pateikdami žinių apžvalgą kartu suteikdami pramogą. Ši grupė susideda iš tokių laikraščių: *Daily Express, Daily Mail, Metro, Morning Star*.
- Pagal politinę ideologiją [22]:
 - *Kairiųjų pažiūrų laikraščiai* (liberalų partija) pasisako už Europos integraciją. Šiai grupei priklauso: *The Guardian, Daily Mirror, The People*;
 - *Dešiniųjų pažiūrų spauda* (konservatorių partija) palaiko laisvą rinką, dažnai anti-Europietinės integracijos nuotaikų, konservatyvūs, kai kurie radikalesni. Tai *Daily Telegraph* (radikalus), *The Times, Daily Express, Daily Mail, Daily Star*.
 - *Politiškai neutralūs: Financial Times, The Independent, Metro, Daily Sport*.

Svarbu paminėti, kad nepaisant to, kad kai kuriems laikraščiams priskiriamos tam tikros politinės pažiūros, dauguma jų neturi jokių formalių sąsajų su politinėmis partijomis.

Įdomumo dėlei, pateikiama tokia juokinga Didžiosios Britanijos laikraščių klasifikacija: *The Times* skaito tie, kurie valdo valstybę, *The Mirror*- tie, kurie mano, kad valdo valstybę, *The Guardian*- tie, kurie galvoja apie valstybės valdymą, *The Daily Mail* dienraštį skaito valstybę valdančiųjų žmonos, *The Daily Telegraph* skaito tie, kurie mano, kad valstybė turi būti valdoma kaip anksčiau ir *The Daily Express*- tie, kurie mano, kad valstybė yra valdoma taip, kaip anksčiau.

- Pagal lokalizaciją išskiriami regioniniai, nacionaliniai ir tarptautiniai laikraščiai. Svarbiausi nacionaliniai Didžiosios Britanijos laikraščiai yra *The Independent, The Times, The Daily Telegraph, The Guardian, The Observer, The Daily Mail, The Sun, The Daily Express* ir *The Daily Mirror*.
- Pagal laikraščių leidimo dažnumą skiriami dienraščiai, vakariniai, savaitiniai ir savaitgaliniai leidimai.
- Sprendžiant pagal laikraščių paros apyvartą (2007) perkamiausi Didžiosios Britanijos laikraščiai yra *The Sun*- 3,154,998, *Daily Mail*- 2,241,788, *Daily Mirror*- 1,440,651, *Daily Telegraph*- 851,254, *Daily Express*- 739,025, *Daily Star*- 731,433, *The Times*- 638,033, *Financial Times*- 429,381, *The Guardian*- 348,878 ir *The Independent*- 220,957.

- Pagal laikraščių internetinių puslapių lankymąsi [23] skaitomiausi Didžiosios Britanijos elektroniniai laikraščiai yra *The Sun*- 31%, *The Times*- 21%, *Daily Mail*- 21%, *The Guardian*- 20%, *Daily Telegraph*- 14%, *Daily Mirror*- 14%, *Metro*- 12%, *News of the World*- 10%, *The Independent*- 10%, *Daily Express*- 8% ir kt.

Atsižvelgiant į tyrimo pobūdį bei laikraščių pasiūlą darbe naudojamų laikraščių *The Times* ir *The Guardian* atrankai įtakos turėjo keletas veiksnių:

- Laikraščių pasirinkimui didžiausią įtaką turėjo *spaudos paskirties veiksnys*. Vertingiausią informaciją tyrimui tikimasi rasti žinių skiltyje, todėl svarbu pasirinkti tą laikraštį, kurio pagrindinis leidybos tikslas- informacinis, o ne pramoginis. Todėl tyrimui pasirinkta solidžios spaudos grupė.
- Parenkant konkrečius laikraščius atsižvelgta į *tyrime naudojamus metodus*, kurių vienas- lyginamoji analizė. Tam, kad tyrimas būtų kiek galima validus/objektyvus parinkti laikraščiai, atstovaujantys skirtingas politines nuostatas: liberalias ir tradicines. Tačiau nepasirinkta radikalių pažiūrų spauda (pvz., stiprių konservatoriškų sąsajų *Daily Telegraph*), taip pat politiškai neutralūs laikraščiai, kurie yra specializuoti ir skiriami nedidelei auditorijai (pvz., *The Financial Times*), todėl jie tyrimui nenaudojami.
- Tolesnei laikraščių atrankai įtakos turėjo: laikraščio reputacija ir jo skaitomumas (apyvarta), lokalizacija ir leidimo dažnis.
 - *The Times*: seniausias nacionalinis dienraštis, leidžiamas kiekvieną dieną su savaitgalio *The Sunday Times* versija. Politiškai kiek konservatyvus, tačiau nepartinis. Nors, kaip teigima, šį laikraštį skaito šalies mažuma, apyvarta nedidelė (*The Times* 638,033 lyginant su didžiausią apyvartą turinčiu *The Sun*- 3,154,998; *The Sunday Times* 1,400,873 lyginant su sekmadieniniu *News of the World* 3,649,466), tačiau poveikis didelis. Internetinė *The Times* auditorija gana didelė (21% lyginant su *The Sun*- 31%). Pagrindinė auditorija- teisininkai, politikai, verslininkai ir įvairūs valstybės tarnautojai. Kainos požiūriu, gana brangus, bet internetinė svetainė nemokama.
 - *The Guardian*: nacionalinis dienraštis, leidžiamas kiekvieną dieną su savaitgalio *The Observer* versija. Liberalių pažiūrų laikraštis, kuris, nors ir neigia, teigiama, kad neoficialiai remia liberalų partiją. Pagrindiniai straipsniai- socialinės problemos (pvz., švietimas, sveikatos įstaigų reformos, pensininkų problemos, aplinkosauga). Laikraščio apyvarta kiek mažesnė už *The Times* (*The Guardian* 348,878, *The Observer* 444,509).

Internetinė *The Guardian* auditorija panaši į *The Times* (20%). Kainos požiūriu, gana brangus, bet internetinė svetainė nemokama.

Kadangi tyrimui pasirinkta spauda yra elektroninio formato darbe nebuvo atsižvelgta į straipsnių laikraštyje poziciją, kuri padėtų nustatyti įvykiui ar reiškiniui suteikiamos svarbos laipsnį. Visa kita nekinta.

3.4.3 Straipsnių atranka

Straipsnių atranka priklauso nuo tyrime keliamo klausimo ir informacijos prieinamumo. Pagrindinis darbe naudojamas šaltinis- elektroninė spauda. Informacijos požiūriu skirtumas tarp laikraščių ir elektroninių laikraščių nedidelis, todėl tyrimo objektyvumui šis faktas didelės reikšmės neturi. Vienintelis minusas- elektroninių laikraščių, kaip tyrimo šaltinio, naudojimas neleidžia nustatyti straipsnio vietos laikraštyje, kas įvertintų informacijos svarbą.

Informacijos rinkimo atžvilgiu, internetinė spauda pranašesnė už laikraščius keliais aspektais. Pirma, informacija aiškiai sugrupuota pagal metus ir kategorijas. Antra, reikalinga informacija greitai randama į paieškos lauką įvedus raktažodį. Galiausiai, pateikiama kita tyrimui naudinga informacija, kaip straipsnių, kuriuose minimas raktinis žodis, skaičius skirtingais metais ir mėnesiais. Tai ekonomiškai tiek laiko, tiek finansiniu atžvilgiais bei naudinga siekiant informacijos tikslumo.

Kadangi šiame darbe analizuojamas šalies įvaizdis, o informacijos apie pasirinktą šalį nėra labai daug imami visi pasirinkto periodo straipsniai. Išskiriami tik kryžiažodžiai, kurių vertė tyrimui yra nulinė. Tam, kad tyrimas būtų kuo objektyvesnis įskaitomi visi straipsniai, kuriuose bent vieną kartą paminėtas žodis *Lietuva* (angl. *Lithuania*), *Lietuvos* ar *lietuvis* (angl. *Lithuanian*). Skaičiuojamasis analizės vienetas- raktinis žodis, o tyrime naudojamu metodu, kiekybine teksto analize, siekiama suskaičiuoti analizės vienetus nustatant jų pasikartojimus/dažnį tekste.

Straipsnis skaitomas visas, ne vien ta pastraipa, kurioje dominuoja raktinis žodis. Tokia išsami viso straipsnio apžvalga leidžia tiksliai nustatyti, koks dominuoja informacijos pobūdis, komunikacijos tikslas, Lietuvos vaidmuo ir svarbos laipsnis, jos sąsaja su Didžiąja Britanija, bei, kas svarbiausia, Lietuvos formuojamas poveikslas britų visuomenėje. Analizuojama tik tekstinė informacija neįskaitant netekstinių informacijos perdavimo priemonių (pvz, fotografijų). Straipsnių paieška elementari: pagal raktinį žodį *Lithuania* (pateikiami ir jo vediniai *Lithuanian*)

skaitomi visi 2008 metų straipsniai. Tokia straipsnių atranka- tikslinis informacijos rinkimas (*angl. purposive sampling*), nes informacijos paieškai naudojami šaltiniai yra pasirinkti ne tiek dėl jų prieinamumo, kuomet naudojamas patogus informacijos rinkimas (*angl. convenience sampling*), kiek dėl pačio tyrimo [25]. Pasirinkti tie laikraščiai, jų straipsniai ir straipsnių imtis, kurie padėtų išsamiai atsakyti į tyrime keliamus klausimus.

3.4.4 Straipsnių imtis

Tyrimui pasirinkta straipsnių imtis- nuo 2008 metų sausio 1d. iki 2008 metų gruodžio 31d. Pagrindinis metų atrankos veiksnys- informacijos naujumas. Tyrime siekiama pateikti naujausius duomenis apie Lietuvą britų spaudoje. Informacijos naujumas svarbus ir dėl tos priežasties, kad 2009 metais Vilnius paskelbtas Europos sostine, ir didele dalimi nuo to, koks Lietuvos paveikslas formuojamas kitose šalyse, priklausys, kitų šalių visuomenės suinteresuotumas Lietuva.

Pasirinkus analizuojamąjį periodą, svarbu nustatyti svarbiausias tais metais dominuojančias tarptautines tendencijas, svarbius įvykius ir reiškinius, kurie gali turėti įtakos žiniasklaidos tvarkaraščiui: laikraščiuose pateiktos informacijos pobūdžiui, kiekiui/dažnumui, svarbos laipsniui, tonui, o tuo pačiu tyrimo objektyvumui/validumui. Svarbu numatyti, kas ir kaip gali turėti įtakos žiniasklaidos teikiamai informacijai: kokiems įvykiams suteikiama svarba, kokios šalys dažniausiai minimos ir kaip apie jas atsiliepiama.

Trumpai galima išskirti tokius pagrindinius 2008 metų pokyčius politikoje, versle bei kultūriname gyvenime:

- Rusijos ir JAV prezidentiniai rinkimai: Medvedevas ir Obama;
- Ginkluoti konfliktai: Gruzija ir Rusija dėl Pietų Osetijos, Kosovo nepriklausomybė, Izraelio Gazos ruožo puolimas, Kinija ir Tietas;
- Rusijos ir JAV konfliktas dėl amerikiečių priešraketinio skydo planų Lenkijoje ir Čekijoje;
- Olimpinės žaidynės Kinijoje;
- Europos kultūros sostinių nominacijos;
- Finansinė krizė.

Straipsnių ir tyrimo imties atranka neturi iš ankstinių nuostatų, rezultatas neaiškus, bet atsižvelgiama į galimas tyrimui įtakos turėsiančias aplinkybes, kurios gali ir neturėti tiesioginės sąsajos su Lietuva, tačiau galimas jos netiesioginis/kontekstinis paminėjimas.

3.5 Tyrimo metodas

Pagrindinis tyrime taikomas kelių metodų derinys- kiekybinė ir kokybinė turinio analizė (*kontento analizė*). Kontento tyrimo metodu siekiama objektyviai, sistemingai ir kiekybiškai apibūdinti komunikacijos turinį. Naudojant šį metodą tekstas suskaidomas į sudedamąsias dalis (analizės/prasminius vienetus), nustatomi ir suskaičiuojami tam tikri teksto elementai, jų vartojimo tekste dažnis bei ryšys su kitais elementais bei visu tekstu; analizuojant ir interpretuojant rezultatus šios dalys vėl sujungiamos į visumą tam, kad būtų galima nustatyti, kokie elementai dominuoja kokiam kontekste, koks jų tikslas ir kokią reikšmę jie kuria [25 p.55].

Šio metodo atranką tyrimui sąlygojo keletas aplinkybių:

- *Plačiai taikytinas kitų mokslininkų darbuose analizuojant žiniasklaidos turinį.* Anksčiau minėti moksliniai tyrimai, kuriuose laikraščių turinys analizuojamas taikant kiekybinį tyrimo metodą, gana sėkmingai atsakė į tyrimui keliamus klausimus ir hipotezes.
- *Plačiai taikytinas kitų mokslininkų nacionalinio įvaizdžio tyrimuose.* Daugumoje įvaizdžio ir konkrečiai, šalies įvaizdžio, tyrimuose sėkmingai naudojama kiekybinė teksto analizė.
- *Metodas tinkamas, kai siekiama objektyvumo ir tikslumo.* Teigiama, kad kiekybinė teksto analizė yra objektyvesnė už kokybinę, nes pirmosios atveju analizuojama ne žmonių nuomonė, bet faktinė informacija, oficialūs duomenys [25 p.8]. Skaičiais išreikšta tekstinė reikšmė leidžia tiksliai suskaičiuoti konkrečius elementus (analizės vienetus) bei pateikti objektyvias išvadas.
- *Metodas tinkamas esant dideliame šaltinių kiekiui.* Šio tyrimo metu analizuojami visi 2008 metų *The Times* (178 str.) ir *The Guardian* (220 str.) straipsniai, todėl dėl didelės straipsnių apimtys kiekybinis tyrimo metodas yra priimtinesnis rezultatams apibendrinti.
- *Šis atrankos metodas užtikrina duomenų reprezentatyvumą.* Kiekvienas straipsnis turi vienodas galimybes, todėl įtraukiama visa informacija taip užtikrinant gautų duomenų objektyvumą ir išsamumą.
- *Patogus rezultatų rinkimas ir apdorojimas.* Duomenys renkami ir analizuojami remiantis užkoduota informacija, o rezultatas aiškiai pateikiamas statistiniais duomenimis, lentelėmis ar grafikais.

Tačiau, teigiama, kad kiekybinis tyrimo metodas turi tam tikrų minusų (kaip objektyvumo pervertinimas, duomenų vienareikšminškumas, skaičiavimo vienetų atrankos kriterijų nebuvimas), todėl tokiuose tyrimuose rekomenduojama remtis ir kitais metodais. Siekiant kuo objektyvesnių, tikslesnių ir išsamesnių tyrimo rezultatų naudojamas pagalbinis tyrimo metodas – kokybinė teksto analizė.

Naudojant kiekybinę teksto analizę skaičiuojami ir lyginami laikraščių straipsniuose vartojami žodžiai (*Lithuania*), žodžių vediniai (*Lithuanian*), jų pasikartojimo dažnis ir grupavimas. Nustatoma, koku laikotarpiu, kokiame kontekste, kieno vardu, kiek kartų minimas raktinis žodis. Kokybinis metodas leidžia nustatyti, koks konteksto, kuriame minimas raktinis žodis, tonas, kaip atsiliepiama apie tyrimo objektą: Lietuvą ar lietuvį.

3.6 Kodavimo sudarymas

Šiame darbo poskiryje pateikiamas kodavimas: kaip jis sudarytas, kodėl pasirinktas šis kodavimas ir kokią informaciją juo siekiama gauti.

- *Straipsnio pavadinimas.* Pateikdamas trumpą nuorodą jis tiesiogiai ar netiesiogiai parodo, apie ką straipsnis ir kokiame kontekste minima Lietuva. Pavadinime dominuojantis šalies vardas užsimena, kad šalis yra straipsnio pagrindinė tema. Tačiau šiame tyrime straipsnis nekoduojamas, tik fiksuojamas kaip priemonė straipsnių skaičiui nustatyti bei kaip duomenų validumą patvirtinantis įrodymas. Didelis straipsnių, kuriuose minima Lietuva, skaičius rodo šalies, kaip dalyvio, svarumą tarptautinėje arenoje. Straipsnių skaičius taip pat naudojamas lyginant laikraščių prioritetus: didesnis straipsnių, kuriame minima Lietuva, skaičius rodo laikraščio susidomėjimą tarptautiniais įvykiais.
- *Straipsnio autorius.* Šis kintamasis parodo informacijos šaltinio svarumą, patikimumą. Psichologiškai didžiausią patikimumą kelia specialisto pateikta informacija. Čia specialistams priskiriami politikai, sporto komentatoriai, policijos pareigūnai, verslo, kultūros ar švietimo atstovai ir kt. Leidėjo straipsnis dažnai parodo laikraščio politiką, kryptį (kas svarbu leidėjui ar laikraščio reitingams), todėl tai gali būti ir ne svarbiausi įvykiai. Skaitytojo pateikta informacija yra linkusi būti subjektyvi, informali. Dažnai tai ne įvykių apžvalga, bet nuomonės pateikimas atitinkamais klausimais ar atsakymas į laiškus. Skaičiuojant šį kintamąjį siekiama nustatyti, informacijos patikimumą bei šaltinio kompetetingumą. Juo šaltinis patikimesnis, tuo realesnis formuojamas šalies įvaizdis ir

- pelnomu didesnio skaitytojų prielankumo/tikėjimo pateikta informacija. Šis kintamasis koduojamas taip: 1: leidėjas, jo komanda, 2: specialistas, 3: skaitytojas, 4: kita.
- *Straipsnio data.* Šis kintamasis leidžia nustatyti, koku periodu daugiausiai dominuoja straipsnių, kuriuose minima Lietuva. Išsiaiškinus, kokiame kontekste ji dominuoja ir kaip yra pateikiama, galima ieškoti sąsajų su aplinkos veiksniais ir nustatyti, ar šie duomenys apie Lietuvą kyla dėl svarbių pasaulyje vykstančių įvykių (kontekstinis šalies paminėjimas) ar jie yra apgalvotai teikiami (tyčinis įvaizdžio kūrimas). Tam tikslui naudojama 12 skaitmenų kodavimo sistema, kuri atitinka 12 mėnesių, pvz., 4 atitinka balandį.
 - *Straipsnio apimtis.* Šis kintamasis leidžia suskaičiuoti žodžius, kas leidžia daryti išvadą apie duomenų išsamumą. Kuo daugiau žodžių, didesnė straipsnio apimtis, tuo daugiau reikšmės ir informacijos išsamumo. Čia lyginamas ne tik to pačio laikraščio temų išsamumas, bet ir bendra straipsnių apimtis abiejuose laikraščiuose. Šie duomenys leidžia nustatyti konteksto, kuriame minima Lietuva, išsamumą. Straipsnių ženklai fiksuojami nekoduoti, kas leidžia tiksliai nustatyti duomenų apimtį.
 - *Straipsnio stilius.* Parodo, koks straipsnio, kuriame minima Lietuva, stilius. Šis kintamasis nustato straipsnio tikslą (informacinis, pramoginis) bei, tuo pačiu, informacijos rimtumą/patikimumą. Naujienų reportažas, kurio autorius- specialistas, teikia informacinę medžiagą apie svarbius pasaulio įvykius, todėl duomenys apie tam tikrą objektą yra patikimesni. Redakcijos straipsnis priklauso nuo, anksčiau minėtų, laikraščio vertybių ir prioritetų, todėl duomenys gali būti neobjektyvūs. Reklama siekiama optimalių pardavimų, todėl teikiama informacija apie šalį gali neatitikti realybės. Skaitytojo komentarai/laiškai linkę į pramoginį subjektyvumą, kompetencijos tam tikrais klausimais stoka, todėl duomenys nėra patikimi. Biografija/faktinė medžiaga dažniausiai teikia informaciją apie praeities įvykius, asmens gyvenimo faktus, todėl jie nėra nauji ir išsamūs. Čia kintamieji koduojami: 1: naujienų reportažas, 2: redakcijos straipsnis, 3: faktinė medžiaga, 4: reklama, 5: komentarai/laiškai 6: kita.
 - *Straipsnio tema.* Šis kintamasis parodo, kokiame kontekste minima Lietuva. Kaip jau minėta, suskaičiavus kintamuosius galima ieškoti straipsnių temų skaičiaus tam tikru periodu sąryšio su aplinkos veiksniais. Pagal temas taip pat galima nustatyti konteksto, kuriame minima Lietuva, svarbą, tikslą (informuoti ar linksminti), o tuo pačiu duomenų

objektyvumą. Šalies ir užsienio naujienos, kriminaliniai pranešimai teikia informacinę visuomenei svarbią medžiagą, kelionės, kultūra, gyvenimo būdas, biografija- pramoginę, tuo tarpu, sportas, ekonomika, industrija, švietimas, aplinkosauga- specializuotą informaciją. Šie kintamieji koduojami: 1: šalies vidaus įvykiai, 2: pasaulio naujienos, 3: sportas, 4: ekonomika, 5: kelionės, 6: industrija 7: kultūra, 8: švietimas, 9: gyvenimo būdas, 10: kriminalai, 11: aplinkosauga, 12: biografija, 13: migracija.

Internetinio tinklo laikraščių straipsnių skirstymas į temas kažkiek skiriasi nuo tyrime pateikiamo straipsnių skirstymo. Visų pirma, tai dėl skirtingo straipsnių skirstymo *The Times* ir *The Guardian* laikraščiuose. *The Times* pateikia gana platų straipsnių skirstymą (pvz., Pasaulio įvykiai), tuo tarpu *The Guardian* straipsnių skirstymas yra gana detalus (pvz., Pasaulio įvykiai: Rusija, Pasaulio įvykiai: ES, Pasaulio įvykiai: JAV ir pan.). Dėl tokio netapataus straipsnių skirstymo abiejuose leidiniuose ieškoma, kaip pateikti vienodą straipsnių skirstymo būdą. Dėl to pasirinktas bendresnis *The Times* laikraščio straipsnių skirstymo metodas, o išsamesnis *The Guardian* straipsnių skirstymas apibendrintas. Remiantis šiuo skirtymu pateikiama bendra straipsnių apžvalga per 2000-2008 metus. Tuo tarpu tyrime naudojamas modifikuotas smulkesnis straipsnių skirstymas, nes siekiama kuo išsamesnių duomenų.

- *Straipsnio/įvykio laikas.* Šis kintamasis nurodo, koks konteksto, kuriame dominuoja Lietuvos vardas, laikas. Jis parodo, kokia Lietuvos vertė tarptautiniu atžvilgiu: istorinė, dabartinių įvykių dalyvė ar svarbus ateities žaidėjas. Šie kintamieji koduojami: 1: praeitis, 2: dabartis, 3: ateitis, 4: kita/abstraktu.
- *Straipsnio tonas.* Šio kintamojo dėka galima išsiaiškinti, kokiame kontekste dominuoja Lietuva. Kintamieji koduojami: 1: teigiamai, 2: neutraliai, 3: neigiamai, 4: optimistiškai, 5: pesimistiškai, 6: nerimąstingai, 7: grėsmingai, 8: su nusivylimu, 9: sarkastiškai, 10: jaučiama kritika, 11: liūdnei, 12: linksmai, 13: su humoru. Išskiriama daugiau tono atspalvių tam, kad būtų galima išsamiau suprasti kontekstą, tuo tarpu *teigiamai* ir *neigiamai* neatskleidžia visos informacijos, bet tinka, kai išsamesnį toną nustatyti yra sunku. Tačiau, nors ir neigiamame kontekste, Lietuva gali būti vertinama palankiai.
- *Konfliktinė situacija.* Šis kintamasis taip pat padeda nustatyti straipsnio toną bei įvykių įtemptumą. Koduojama: 1: taip, 2: ne, 3: netiesiogiai.

- *Lietuva straipsnyje.* Šis kintamasis padeda nustatyti, kokią svarbą Lietuva turi straipsniui. Tuo pačiu vertinama ir pati Lietuva. Kuo dažniau ji minima kaip pagrindinis ar vienas pagrindinių straipsnio veikėjų, tuo didesnė svarba jai suteikiama ne tik žiniasklaidoje, bet ir tarptautiniame kontekste. Būdamą šalutinė tema Lietuva nėra sureikšminama, tačiau išskiriama. Minima Baltijos šalių kontekste (šalia Latvijos ir Estijos) Lietuva tik apibendrinama. ES kontekste Lietuvai suteikiamas priklausomybės vakarams jausmas, tuo tarpu Rytų Europos/sovietiniame kontekste Lietuva vyrauja atskyrimo nuo vakarų jausmas. Koduojama: 1: pagrindinė ar viena pagrindinių straipsnio dalyvių, minima daugiau nei vieną kartą, 2: šalutinis straipsnio dalyvis, minimas daugiau nei vieną kartą, 3: šalutinis straipsnio dalyvis, minimas vieną kartą, 4: minima Baltijos šalių kontekste (Lietuva, Latvija, Estija), 5: minima ES ar NATO kontekste, 6: minima kaip Rytų Europos šalis/sovietiniame kontekste.
- *Lietuvos vertinimas.* Šis kintamasis yra pagrindinis, nes labiausiai padeda suvokti, kaip vertinama šalis. Čia svarbu susieti, kokioms temoms dominuojant jaučiamas neigiamas Lietuvos vertinimas. Koduojama: 1: teigiamai, 2: neutraliai, 3: neigiamai, 4: kaip grėsmė, 5: kaip auka.
- *Informacijos aktualumas.* Šis kintamasis nustato, kokio svarbumo kontekstas. Koduojama: 1: labai svarbi informacija (pasaulinės ar kontinentinės svarbos), 2: informacija, svarbi tam tikrai šaliai ar bendruomenei, 3: neutrali informacija, 4: pramoginė.

3.7 Tyrimo duomenų analizė

3.7.1. 2000-2008 metų *The Times* ir *The Guardian* straipsnių apžvalga.

Tam, kad būtų aiškiau suvokiamas 2008 metų straipsnių, susijusių su Lietuva *The Times* ir *The Guardian* laikraščiuose rodiklis bei kokiame kontekste Lietuva minima iki 2008 metų, pateikama 2000-2008 metų straipsnių skaičiaus suvestinė (žr. 1 lentelėje). Lentelės skaičiai rodo, kad *The Times* ir *The Guardian* straipsnių, kuriuose minima Lietuva ar jos pilietis, skaičius įvairiais laikotarpiais skirtingas:

- Nuo 2000 metų Lietuvos minėjimo abiejuose laikraščiuose dažnis labai pakito: 2008 metais Lietuvos vardas *The Times* laikraštyje dominuoja beveik trisdešimt kartų daugiau nei prieš

aštuonis metus, kuomet *The Guardian* leidinyje šis skaičius pakito nedaug- straipsnių, kuriuose minimas Lietuvos vardas, yra tris kartus daugiau nei 2000 metais. Tai leidžia daryti išvadą, kad *The Guardian* laikraštis dar 2000 metais apie Lietuvą teikė gana daug informacijos, kuomet *The Times* informacijos apie šalį buvo nedaug.

- Nuo 2000 metų straipsnių, kuriuose minimas Lietuvos vardas, skaičius didėjo abiejuose laikraščiuose. Šis skaičius ypač padidėjo 2003 metais. Lyginant su 2000 metais 2003 metais *The Times* laikraštyje straipsnių, kurioje minima Lietuva, skaičius padidėjo net 62 kartus, *The Guardian* leidinyje- beveik tris kartus. Vadinasi, nuo 2003 metų Lietuva abiejuose laikraščiuose minima dažniau. Po 2003 metų straipsnių, kuriuose dominuoja Lietuvos vardas, skaičius nežymiai mažėjo: 2008 metais šis skaičius *The Times* laikraštyje sumažėjo perpus, tuo tarpu *The Guardian* leidinyje jis išliko beveik toks pat. Iš to galima spręsti, kad po 2004 metų *The Times* informacijos apie Lietuvą pradėjo teikti mažiau, kuomet *The Guardian* laikraštyje informacijos kiekis apie Lietuvą nekito. 2008 metais pastarasis straipsnių, kuriuose minima Lietuva, pateikė 41-iais daugiau nei *The Times*.

Abiejuose laikraščiuose straipsnių, kuriuose minima Lietuva, temos ir jų pasikartojimo dažnis įvairiais laikotarpiais taip pat nevienodas (žr. 2 lentelėje):

- Straipsniuose apie tarptautinius įvykius Lietuvos nuo 2000 metų *The Times* ir *The Guardian* dienraščiuose minėjimo dažnis skirtingas. 2000-2001 metais *The Times* laikraštis aprašydamas pasaulio įvykius Lietuvos išviso nemini, tuo tarpu *The Guardian* tame periode pateikia nemažai straipsnių, kuriuose minima Lietuva. Abiejuose laikraščiuose straipsnių, kuriuose dominuoja Lietuva, skaičiaus kulminacija siekia 2004 metus, kada pateikiant informaciją apie pasaulio įvykius Lietuvos vardas minimas dažniausiai. Po 2004 metų *The Times* laikraštyje šis skaičius žymiai sumažėja, tuo tarpu *The Guardian*- šis skaičius nežymiai sumažėja ir tris kartus lenkia *The Times*.
- Panaši skaičių skalė dominuoja aprašant Jungtinės Karalystės vidaus įvykius. Lietuvos vardas abiejuose laikraščiuose daugiausiai minimas 2004 metais, po kurių jis tiek *The Times*, tiek *The Guardian* mažėja. Skirtumas tas, kad su Lietuvos vardu susijusių straipsnių apie vidaus reikalus yra daugiau *The Times* leidinyje, tuo tarpu *The Guardian*- iki 2008 metų šis skaičius per pusę mažesnis.
- Straipsnių skaičius apie sporto įvykius abiejuose laikraščiuose skiriasi. Panašumas tame, kad daugiausia Lietuvos minėjimo atvejų su sportu susijusiuose straipsniuose *The Times* ir *The*

Guardian laikraščiuose daugiausia dominuoja 2003 ir 2007 metais. Tačiau *The Guardian* tokių straipsnių įvairiais laikotarpiais pateikia beveik perpus mažiau nei *The Times*. 2008 metais šis skaičius abiejuose leidiniuose labai sumažėja.

- Su ekonomika, verslu ir apskritai pinigais susijusių ir Lietuvą mininčių straipsnių abiejuose laikraščiuose nėra daug, tačiau *The Guardian* tokie straipsniai dominuoja nuo 2000 metų, o jų apimtis kiekvienais metais vis didėja. Tuo tarpu *The Times* laikraštyje tokių straipsnių atsiranda tik nuo 2004 metų, o nuo 2007 metų jų vėl nebėra.
- Panaši situacija vyksta su kultūros straipsniais, kuriuose minima Lietuva. *The Times* tokių straipsnių labai nedaug, juos minėti pradedama nuo 2002 metų, 2004 metais jie dominuoja dažniausiai, o 2006 ir 2008 metais jų nėra. Tuo tarpu *The Guardian* laikraštyje Lietuvos minėjimas kultūriniame kontekste yra gana dažnas, o tokio pobūdžio straipsnių kiekvienais metais vis daugėja, o 2008 metais šis skaičius didžiausias.
- Kelionių aprašymų, kuriuose dominuoja Lietuva, skaičius abiejuose laikraščiuose panašus, nors *The Guardian* šis skaičius kiek didesnis, o pati tema dominuoja anksčiau nei ją teikia *The Times*. Tokių straipsnių ypač padaugėja 2005 metais, o jų skaičius abiejuose leidiniuose iki 2008 metų lieka panašus.
- Apie gyvenimo būdą, šalies visuomenę aprašančių straipsnių, kurie mini Lietuvą, *The Times* laikraštyje beveik nėra, išskyrus kelis straipsnius per paskutinius du metus. Tuo tarpu *The Guardian* tokių straipsnių pateikia nemažai, o kiekvienais metais jų nežymiai daugėja.

Remiantis šiais duomenimis galima prieiti kelių apibendrinimų. Visų pirma, reikia atsižvelgti į pačius laikraščius tam, kad būtų suprasti dominuojantys skaičiai bei jų išdėstymo tvarka. *The Times*, būdamas tradicisku ir konservatorišku, kiek nacionalistišku, pažiūrų dienraštis, labiau suinteresuotas vidaus reikalais, todėl Lietuva dažniau minima šalies vidaus įvykius aprašančiuose straipsniuose. Tuo tarpu *The Guardian*, pro-Europietišškai nusistatęs laikraštis, daugiau dėmesio skiria tarptautiniams įvykiams. Tai patvirtina ir elektroninio leidinio suskirstymas: *The Times* tarptautiniams įvykiams skiria tik vieną skiltį: *World News*, tuo tarpu *The Guardian* skirstymas daug smulkesnis: *World News*, *World News- United States*, *World News- Russia*, *World News- Europe* ir kt. Šiuo požiūriu, Lietuvos įvaizdis *The Guardian* labiau formuojamas tarptautiniu aspektu, suteikiant jam politinį atspalvį bei tam tikrą vietą tarptautinėje arenoje. Tuo tarpu *The Times*, pateikdama daugiau Lietuvą mininčių straipsnių apie šalies vidaus reikalus, Lietuvos įvaizdį formuoja iš siauresnės perspektyvos. Europos Sąjungą. Lietuvą

mininčių straipsnių apie kultūrą, keliones ir gyvenimo būdą taip pat daugiau *The Guardian*. Abiejuose laikraščiuose Lietuvos vardas daugiausiai minimas, 2003-2005 metais. Tai gali būti susiję su Lietuvos įstojimu į ES.

3.7.2. Bendra 2008 metų *The Times* ir *The Guardian* straipsnių apžvalga.

Pagal 2008 metų straipsnių, kuriuose minima Lietuva ar jos pilietis, skaičių pirmą vietą užima *The Guardian* (220 str.), tačiau tuo tarpu *The Times* minėtais metais nuo pirmojo atsilieka 41 straipsniu (179 str.). Remiantis šiais duomenimis, Lietuvos įvaizdis dažniau formuojamas *The Guardian* dienraštyje, kuriame šalis minima dažniau. Tačiau remiantis Lietuvą mininčių straipsnių abiejuose dienraščiuose straipsnių apimties vidurkio skaičiavimu (žr. 12 lentelėje) (skaičiavimo matas- žodis), išsamesni duomenys pateikiami *The Times* leidinyje (891 žodžiai), tuo tarpu *The Guardian* nuo pirmojo atsilieka 44 žodžiais (847 žodžiai). Šie skaičiai rodo, kad, nors *The Guardian* Lietuvą mini dažniau, *The Times* straipsniai, kuriuose dominuoja šalis, išsamesni, o didesnė žodžių apimtis kuria daugiau reikšmės.

Pagal straipsnių turinį *The Times* laikraštyje daugiausia Lietuvą mininčių pranešimų yra apie sportą (43%), kiek mažiau- apie pasaulio naujienas (14%), kriminalinius nusikaltimus (10%). Tuo tarpu *The Guardian* prioritetą teikia pasaulio įvykiams (23%), sportui (20%) ir kultūriniais (19%) ir kriminaliniams (11%) įvykiams (žr. 3 lentelėje). Kiti straipsnių skaičius abiejuose laikraščiuose yra palyginti mažesnis. Šie duomenys rodo abiejų leidinių prioritetus tam tikroms temoms, todėl ir Lietuvos įvaizdis yra formuojamas atitinkamame kontekste: *The Times* Lietuvą dažniau pristato kaip sporto įvykių dalyvę, tuo tarpu *The Guardian*- kaip tarptautinės arenos veikėją.

Remiantis Lietuvą mininčių straipsnių abiejuose dienraščiuose skirtymu pagal informacijos šaltinį nustatyta, kad tiek *The Times* (71%), tiek *The Guardian* (67%) leidiniuose didžiausia medžiagos dalis teikiama specialistų, mažiau- leidėjo komandos (po 15%), tuo tarpu informacijos, pateiktos skaitytojų komentaruose ir laiškuose labai nedaug (atitinkamai 5% ir 12%) (žr. 4 lentelėje). Remiantis šiais duomenimis galima teigti, kad informacija apie Lietuvą ir jos minimus piliečius yra teikiama patikimų ir, tikėtina, gana objektyvių šaltinių. Tokie visuomenės informatoriai straipsnius dažniausiai teikia naujienų reportažo pavidalu. Šio pobūdžio straipsnių abiejuose dienraščiuose yra daugiausia: *The Times* (63%) ir *The Guardian* (64%), tuo tarpu įvykius komentuojamosios medžiagos palyginti nedaug: atitinkamai 10% ir

13% (žr. 5 lentelėje). Kadangi naujienų reportažu stengiamasi kuo objektyviau pateikti informaciją, joje nedaug vertinamųjų tonų, todėl Lietuvos įvaizdis formuojamas netiesioginėmis priemonėmis (pvz., per įvykius, pastabas, reakciją). Tuo tarpu tiesioginis įvertinimas apie šalį, kuris dažnai subjektyvus, dominuoja skaitytojų komentaruose, kurių, kaip minėta, abiejuose laikraščiuose nėra daug. Vadinasi, nors Lietuvos įvaizdis formuojamas objektyvesnių šaltinių, tačiau tai daroma netiesiogiai, kas auditorijai iš konteksto leidžia formuoti savo nuomonę apie šalį.

Pagal straipsnyje aprašomų įvykių laiką abiejuose laikraščiuose dominuoja vienodi skaičiai- po 75%. Tačiau *The Guardian* dienraštyje dominuoja nemažas straipsnių apie praeities įvykius skaičius (9%), kas gali sietis su nemaža laikraštyje teikiamų kultūrinių straipsnių apimtimi (žr. 6 lentelėje). Šie skaičiai rodo, kad Lietuva, dominuodama naujausiuose įvykiuose/dabartiniame kontekste, dalyvaudama ir sąveikaudama daro įtaką tarptautiniams įvykiams, kurių skaičius abiejuose laikraščiuose labai aukštas. Mažai šaliai ši aplinkybė yra labai svarbi.

Įvykio straipsnyje svarbumas/aktualumas laikraščiuose taip pat labai panašus: pusė tokios medžiagos yra pramoginio pobūdžio, likusi dalis- tolygiai paskirstyta tarp labai svarbių įvykių (tarptautinio masto) ir svarbių tam tikrai auditorijai (šaliai ar šalies įstaigai) (žr. 9 lentelėje). Nors pramoginiuose straipsniuose galimas gana svarus Lietuvos paminėjimas, tačiau svarbiausia informacija apie Lietuvą dominuoja rimtesnės paskirties straipsniuose (kaip politika, kriminalai). Išimtis- straipsniai apie sportą, kurių gausa ir dažnumas neišvengiamai kuria atitinkamą šalies įvaizdį- sportininkų kraštas.

Pagal straipsniuose dominuojančias konfliktines situacijas abiejuose laikraščiuose neutralių situacijų skaičius palyginti žemas, tuo tarpu tiesioginio ir netiesioginio konflikto skaičius dienraščiuose panašus: *The Times* (atitinkamai 27% ir 28%) ir *The Guardian* (31% ir 29%) (žr. 7 lentelėje). Šie skaičiai rodo konteksto, kuriame minima Lietuva, konfliktiškumą. Čia šalis gali būti arba konflikto dalyvė, liudytoja, arba jo sukėlėja, todėl svarbu šį aspektą surišti su šalies minėjimu kontekste (pagrindinė ar šalutinė tema). Šis aspektas taip pat gali paaiškinti straipsnių tonus. Daugiausia straipsnių- neutralių tonų: *The Times* (39%) ir *The Guardian* (42%), tačiau abiejuose leidiniuose panašiais skaičiais nemažai neigiamų, nerimąstingų, grėsmingų ir kritiškų tonų straipsnių (žr. 8 lentelėje). Tačiau, nepaisant tonų neigiamumo, požiūris į Lietuvą gali būti teigiamas.

Svarbiausi šiam tyrimui yra duomenys apie Lietuvos ar jos piliečio straipsniuose minėjimą ir požiūrių apie juos formavimą (žr. 10-11 lentelėse). Abiejuose dienraščiuose Lietuva daugiausiai minima kaip šalutinis dalyvis, kuris kontekste minimas tik vieną kartą: *The Times* (57%) ir *The Guardian* (72%), kiek mažiau ji minima kaip neesminis veikėjas, bet kelis kartus, tuo tarpu, kaip pagrindinė straipsnio tema Lietuva daugiau minima *The Times* (17%) nei *The Guardian* (9%). Mažesnis šalies minėjimo skaičius vyrauja Baltijos, ES/NATO ir sovietiniame/Rytų Europos kontekste. Šie duomenys leidžia daryti prielaidą, kad pateikiant informaciją Lietuva yra linkusi būti išskirta iš platesnio konteksto. Šis faktas liudija šalies, kaip atskiro vieneto, svarbą tarptautinėje arenoje. Mažiausias Lietuvos priskyrimo sovietiniam kontekstui skaičius rodo sparčią šalies integraciją į vakarus bei didesnę priklausomybę vakarų organizacijoms, kaip ES ir NATO. Dėl požiūrio į Lietuvą ar jos pilietį, abiejuose laikraščiuose beveik vienodu skaičiumi kuriamas daugmaž neutralus Lietuvos paveikslas, nors neigiamo požiūrio į Lietuvą yra nemažai. *The Times* (18%) formuoja labiau neigiamą šalies įvaizdį nei *The Guardian* (13%), tuo tarpu pastarasis Lietuvą dažniau vaizduoja kaip auką.

3.7.3. Išsami straipsnių pagal temas analizė.

Anksčiau minėta Lietuvą ar jos pilietį mininčių straipsnių apžvalga suteikia gana bendrą Lietuvos paveikslą *The Times* ir *The Guardian* leidiniuose sampratą. Išsamesnis Lietuvos įvaizdžio formavimas abiejuose dienraščiuose pateikiamas straipsnių temų kontekste. Išskiriant straipsnių temas pateikiama jų sąveika su straipsnio autoriumi ir leidimo laiku, informacijos apimtimi ir pateikimo pobūdžiu (stilius), įvykio straipsnyje laiku, teikiamos medžiagos konfliktškumu, svarba ir dominuojančiais tonais, bei šių elementų sąryšį su Lietuva, t.y. jos minėjimo dažnumu ir formuojamu požiūriu apie šalį (duomenys gauti remiantis 13-21 lentelėse pateikta skaičių suvestine).

- *JK naujienos. Migracija.* Tai laikraščio leidėjų (*The Times*) ir specialistų (*The Guardian*) teikiamas gana mažos apimties naujienų reportažas apie naujausius šalyje vykstančius įvykius. Šiuose straipsniuose konflikto arba nėra (*The Times*), arba jis netiesioginis (*The Guardian*), todėl ir tonai atitinkami: neutralūs *The Times* laikraštyje, kuriame pateikta informacija yra neesminė, ir *The Guardian* teikiami aktualūs tam tikrai auditorijai duomenys, kuriuose jaučiami gana liūdni ir kritiški tonai. Tokie straipsniai maždaug tolygiai dominuoja per visus metus. Abiejuose laikraščiuose Lietuva dominuoja kaip šalutinis dalyvis, tačiau kai

kuriuose kontekstuose ji priskiriama Rytų Europai (*The Times*) ir ES/NATO blokams (*The Guardian*). Abu laikraščiai Lietuvą apibūdina gana neutraliai, tačiau *The Times* šalį piešia negatyviau, tuo tarpu *The Guardian* laikraštyje Lietuvai priskiriama daugiau teigiamų savybių.

Prie šio skirstymo galima priskirti su migracija susijusius reiškinius, nes ji aprašoma šalies kontekste. Tai specialistų teikiami labai nedidelės apimties naujienų reportažai apie naujausius su gyventojų judėjimu susijusius duomenis. Tai gana neutralaus pobūdžio medžiaga, tačiau kažkiek dominuoja netiesioginio konflikto. Straipsnių tonas, abiejuose laikraščiuose gana neigiamas: *The Guardian* kalboje dominuoja liūdni, sarkastiški tonai, *The Times* tonai taip pat pesimistiški ir nerimąstingi. Lietuva abiejuose laikraščiuose neesminės svarbos, požiūris į ją daugiausiai neutralus ir, mažiau, neigiamas.

- *Pasaulio naujienos*. Abiejuose laikraščiuose daugiausia straipsnių parašyta specialistų ir gana trumpai pateikiami kaip naujienų reportažai apie tarptautinius įvykius. *The Times* didžiąją straipsnių dalį apie tarptautinius įvykius išleido rugpjūčio mėnesį, tuo tarpu *The Guardian* – lapkritį. Abiejuose leidiniuose straipsnių temos apie dabartį. Tiek *The Times*, tiek *The Guardian* leidiniuose Lietuva dažniausiai minima kaip šalutinis straipsnio dalyvis (vieną kartą). Informacija, mininti Lietuvą, aktuali, o dominuojantis konfliktas daugiausia netiesioginis, kiek mažiau, tiesioginis. *The Times* įvykius pateikia gana grėsmingame, kritikuojančiame kontekste, panašiai kaip ir *The Guardian*, kurio kalboje jaučiamas nerimas. Lietuvos vardas dažniausiai minimas straipsniuose, kuriuose dominuoja Rusija ir JAV. Šiame kontekste Lietuva atlieka kelis vaidmenis. Lietuva pareiškia savo nuomonę, kritikuoja Rusiją dėl įsiveržimo į Gruziją. Daugumoje straipsnių apie tarptautinius įvykius argumentų prieš Rusiją ieškoma pateikiant buvusių sovietinių šalių pasisakymus. Tokiame kontekste didžiosios šalys (JAV, Didžioji Britanija) konfliktinėse situacijose su Rusija ieško Rytų Europos pritarimo. Lietuva minima atskirai arba Baltijos šalių kontekste (Lietuva, Latvija, Estija). Jos nuomonė labiau išskiriama ir jaučiamas jos didesnis dalyvavimas tarptautiniuose įvykiuose. Rečiau Lietuva įvardinama kaip neobjektyvus Rusijos kritikas. Ši kritika aiškinama istoriniame kontekste (sovietinė priespauda), todėl šie išskirtinai Lietuvos pasisakymai kai kuriuose straipsniuose didžiųjų valstybių apibūdinami kaip *trumparegiški* (*angl. myopic*) ir trukdantys priimti objektyvius sprendimus. Tokiame kontekste Lietuvos

nuomonė nėra svairi, o ji pati vaizduojama kaip sovietinės priespaudos auka. Tačiau tokių straipsnių nedaug.

Lietuva- tarptautinės arenos dalyvė. Šiame kontekste Lietuva pristatoma pozityviai ir minima kaip viena šalių, dalyvaujančių tarptautinėse operacijose: siunčia karius į Afganistaną, Somalį kovai su piratais, siūlo galimybę JAV priešraketinį skydą montuoti Lietuvoje jei Lenkija atsisakytų projekto, leidžia pasinaudoti savo šalimi NATO susirinkimui. Jaučiamos Lietuvos pastangos prisidėti prie tarptautių problemų sprendimo, bei būti visateisė jos narė, todėl straipsniuose dominuoja tokie veiksmazodžiai, kaip *Adamkus apkaltinio Rusiją* ir pan.

- *Sportas*. Sporto profesionalų leidžiami vidutinės apimties straipsniai apie tarptautinio ir šalies masto sporto įvykius daugiausia abiejuose laikraščiuose dominuoja rugpjūčio mėnesiais, nors jų tolygiai paskirstyta per visus metus. Tai daugiausia neutralus žinių reportažas apie naujausius sporto pasiekimus. Kai kuriuose straipsniuose jaučiamas nusivylimas ir kritika, kuri skiriama britų futbolo komandai dėl pralaimėjimo per Olimpines žaidynes. Lietuva šiame kontekste minima kaip šalutinis dalyvis- vienas Olimpinių žaidynių veikėjas. *The Times* laikraštis labiau nei *The Guardian* linkęs Lietuvą minėti kaip pagrindinį ar vieną pagrindinių veikėjų, tačiau pirmajame daugiau neigiamai apie Lietuvą atsiliepiančių straipsnių: pasakojimai apie komandos narių atlyginimams išmokėti nepervedami pinigai iš Lietuvos Ūkio banko, o viename straipsnyje lietuvių sportininkai pavadinti menkais žaidėjais/menkystomis (*angl. nonentities*). Šiame kontekste dominuoja šie lietuviai sportininkai: dažniau minimi Andrius Velička, Saulius Mikoliūnas, Simona Krupeckaitė, Jaroslav Jakštas, kartą paminėti Marius Žaliūkas, Giedrius Arlauskis, Egidijus Kavaliaukas. Keli straipsniai skirti pasakojimui, kaip Saulius Mikoliūnas futbolo rungtynių metu į galvą įspyrė savo varžovui, kuris iš aikštelės išneštas be sąmonės. Argumentuojama, kad tai tyčinė grubi pražanga, kuria nesažiningai siekiama laimėti.
- *Kriminalai*. Tai specialistų pateikti vidutinės apimties naujienų reportažai apie šalies nusikalstamą veiklą, kurių daugiausia abiejuose laikraščiuose Lietuvos vardą nusikalstamajame kontekste mini balandžio mėnesį. Dėl savo pobūdžio informacija savaime yra konfliktiška, jaučiami neigiami, liūdni tonai. *The Times* linkęs Lietuvą priskirti prie Rytų Europos šalių, taip pat kažkiek Baltijos šalių kontekstui. Didžiausia straipsnių dalis, ypač *The Times* laikraštyje, Lietuvą mini kaip pagrindinį ar vieną pagrindinių dalyvių, o požiūris į ją

abiejuose leidiniuose labai neigiamas, tačiau dominuoja ir neutralėsnų požiūrių. Lietuvą mininčiuose straipsniuose apie kriminalinius įvykius dominuoja tam tikros tendencijos:

- Lietuva dažniausiai minima reportažuose apie ginklus. Čia šalis pateikiama kaip vieta, kurioje nelegaliai įsigyjama ginklų arba jie perdirbami airijos teroristų naudojimui. Tačiau minimi ne tik ginklūs perdirbinėjantys ir jais prekiaujantys žmonės, bet taip pat ir šalies policijos pareigūnai, kovojantys su šiais nusikaltimais.
- Mažesnė straipsnių dalis yra apie prekybą žmonėmis, prostituciją. Šiame kontekste Lietuva dažniausiai dominuoja kaip prostitucija užsiimančių moterų kilmės šalis. Straipsnių tonas neigiamas, bet jo dalyvės dažniausiai minimos kaip aukos.
- Policijos pareigūnų pranešimuose dominuoja įvairūs teiginiai apie migracijos procesų sąryšį su vykdomais nusikaltimais. Vienuose pasakojimuose argumentuojama, kad migrantų atvykimas nedaro jokios įtakos nusikaltimų skaičiaus augimui, kituose- jaučiama įtampa, kurią migrantų atvykimas kelia valstybės institucijoms ir biudžetui. Šiuose straipsniuose Lietuva minima kaip viena iš ES naujokių, siunčiančiųjų šalių. Tokių straipsnių nedaug, o jie patys gana kontraversiški, nes jaučiamas duomenų apie migracijos pasekmes šalies teisingumo institucijoms trūkumas.
- Jolantos Bledaitės atvejis. Ši tema abiejuose laikraščiuose minima vienodai ir gana dažnai. Tai vienas žiauriausių nusikaltimų, sukėlusį didelę visuomenės ir policijos pareigūnų reakciją: paplūdimyje ratsti sukapti į gabalus lietuvaitės palaikai. Šiame kontekste pagrindiniai dalyviai- Lietuvos piliečiai: velionė Jolanta Bledaitė ir jos nužudymu kaltinami du lietuviai. Tai vienintelis Lietuvos vardą minintis su žmogaus nužudymu susijęs straipsnis, tačiau dėl žiaurių aplinkybių labai įsidėmėtinas. Ši žmogžudystė įvykdyta balandžio mėnesį, todėl jai skiriant nemažai straipsnių minėtą mėnesį pateikiama daugiausia kriminalinių naujienų.
- Straipsnių apie nelaimingus atsitikimus kelyje tik vienas, tačiau jame Lietuva vaizduojama gana neigiamai. Lyginant keliuose padarytų nusikaltimų skaičių ES Lietuva minima kaip šalis, kurioje avarijų skaičiai vieni didžiausi ES.

Sprendžiant iš šių duomenų tikėtina, kad formuojamas gana neigiamas kriminalinės Lietuvos paveikslas, tačiau tokių straipsnių, kaip jau minėta, nėra daug, o straipsniai apie nusikaltimus net

tame pačiame laikraštyje dubliuojami, pateikiama vis naujesnė ataskaita apie tą patį įvykį (pvz., istorija su ginklais ar Jolantos Blėdaitės nužudymas).

- *Kultūra.* Tai įvairių autorių (leidėjo, specialistų, skaitytojų) pateikta įvairaus pobūdžio neutralių tonų pramoginė informacija apie dabartinius, bet taip pat praeities įvykius. Straipsnių apie kultūrą (įskaityta žiniasklaidos priemonės, istorija, knygų reklamos, vaidyba, eurovizijos konkursas) skaičius abiejuose laikraščiuose nevienodas: *The Times* tokių straipsnių dvigubai mažiau (9%) nei *The Guardian* (18%). Tokias tendencijas iš dalies galima paaiškinti laikraščių leidybinėmis nuostatomis: *The Guardian*, būdamas liberalus, dažniau domisi kultūriniais įvykiais, vykstančiais už šalies ribų, tuo tarpu konservatyvusis *The Times* prioritetus skiria šalies vidaus įvykių aprašymams. Šiame kontekste Lietuvai skiriamas šalutinis vaidmuo, tačiau nemažai straipsnių, kurioje šalis- pagrindinis dalyvis. Apie Lietuvą daugiausiai atsiliepiama neutraliai, tačiau abiejuose leidiniuose pateikiami keli Lietuvą neigiamai arba kaip auką minintys straipsniai. Ji arba lokalizacija, vieta į kurią/ iš kurios vykstama arba kilmės šalis, kurioje gimė straipsnio objektas arba jo šeimos narys. Lietuva taip pat minima kaip pigi filmams statyti vieta. Viename *The Times* straipsnyje (*angl. Orgies through the ages*) minima, kad Lietuvos kunigaikštis Vytenis liepė savo žmonoms būti pamalonintoms ožių. Kitame straipsnyje Lietuva vadinama naująja Palestina. Nemažai straipsnių, susijusių su Eurovizija. Viename jų Lietuva priskiriama šiaurės šalių blokui (*angl. Nordic/Viking bloc*) šalia skandinavijos šalių, kitame- Rytų Europos šalims, tačiau su neigiama potekste. Pastaruoju priskyrimu Lietuva minima kaip viena buvusių sovietinių šalių, kurios balsavime subjektyviai didžiausius balus skiria Rusijai. Turint omeny, kad Vilnius paskelbtas 2009 metų Europos sostine, Lietuvos minėjimų kultūriniam kontekste, ypač ją susiejant su minėtu įvykiu, tik keletas.
- *Kelionės.* Tai reklaminio- komercinio pobūdžio labai plačios apimties faktinė informacija, kurios daugiausia pateikta spalio (*The Guardian*) ir sausio (*The Times*) mėnesiais. Šių straipsnių *The Times* laikraštyje yra beveik perpus daugiau (9%) nei *The Guardian* (5%). Beveik visi šie straipsniai yra komercinio pobūdžio reklamos. Dauguma jų siūlo pigias atostogas, paplūdimius, spa centrus. Šalys, tame tarpe ir Lietuva, minimos tokiuose kontekstuose, kaip *nebrangios atostogos* (*angl. breaks on budget*), *pigus pasilinksminimas* (*angl. fun on a shoestring*), *gražios merginos* (*angl. dollywood*). Šiame kontekste Lietuva minima kaip viena pigių šalių, tačiau dominuoja straipsnis, kuriame pagrindinė tema- Vilnius

(angl. *Vilnius- the complete guide*). Kadangi šie straipsniai- reklaminio pobūdžio, tonas neutralus, teigiamas, optimistiškas arba džiugus. Kiti straipsniai- teikiama informacija, patarimai: Baltijos šalių valiuta, maršrutai į Baltijos šalis, o jų tonai neutralūs.

- *Ekonomika*. Tai specialistų gana plačios apimties naujus ekonomikoje vykstančius įvykius aprašantys naujienų reportažai, mažiau leidėjų komandos parašyti redakcijos straipsniai, kurių daugiausia išleista rugsėjo- lapkričio mėnesiais. Straipsnių apie ekonomiką (įskaitant verslą, pinigus, nekilnojamąjį turtą), mininčių Lietuvą, labai nedaug, tačiau *The Guardian* (7%) jų mini tris kartus daugiau nei *The Times* (2%). Pirmasis pateikia duomenis tarptautiniame kontekste, tuo tarpu *The Times* labiau susirūpinęs šalies ekonominės padėties lyginimu su kitomis šalimis. Daugiausia tokių straipsnių yra apie nekilnojamojo turto kainas, bei jų sąryšį su ekonomine krize. Kiti straipsniai susiję su užsienio investicijomis (M&S parduotuvių tinklo plėtra, mobiliojo ryšio paslaugos) ir netiesiogiai užsimena, kad Lietuva- viena iš investavimui patrauklių šalių. *The Times* Lietuvą mini siauresniame kontekste: pvz., faktiniai duomenys apie Didžiosios Britanijos bankus. *The Times* tokius straipsnius pateikia neigiamame, *The Guardian*- neutraliame kontekste. Lietuva tokiuose straipsniuose daugiausia minima kaip šalutinė tema, tačiau *The Times* labiau linkęs ją priskirti Rytų Europai, tuo tarpu *The Guardian* Lietuvą nuosaikiai mini ES/NATO kontekste. Pastarasis į šalį žiūri neutraliai, tuo tarpu *The Times* pristato labai įvairiapusę nuomonę Lietuvą aprašydamas teigiamai, neutraliai ir neigiamai. Kai kuriuose straipsniuose (pvz., apie bankus) jaučiamas arogantiškas tonas teigiant, kad britų bankai nesaugesni net už Bostvanos bankus (Lietuvos bankai šiame kontekste taip pat užima aukštesnę poziciją nei Didžioji Britanija).
- *Industrija*. Tai specialistų pateikti vidutinės apimties neesminės svarbos naujausi duomenys, kurių daugiausia išleista balandžio, gegužės ir birželio mėnesiais. Su industrija susijusių straipsnių, kuriuose minima Lietuva, abiejuose laikraščiuose tik keli: *The Times* (2%) ir *The Guardian* (1%). Tokie straipsniai labai specifiški, o Lietuva paminima tik kaip statistiniai duomenys. Dauguma šių straipsnių duomenis pateikia neutraliai, tačiau esant netiesioginiam konfliktui jaučiami neigiami tonai, kažkiek sarkazmo ir kritikos. Lietuva minima kaip šalutinė tema ir daugiausiai neutraliai, tačiau *The Times* leidinyje jai suteikiama negatyvumo, kuomet *The Guardian* straipsniuose apie Lietuvą atsiliepiama tiek negatyviai, tiek pozityviai.
- *Gyvenimo būdas*. Tai įvairių autorių, nors daugiausia laikraščio leidėjų, pateikta įvairaus pobūdžio labai plačios apimties pramoginė informacija (redakcijos straipsnis, faktinė

informacija, komentarai), kurios tonas svyruoja nuo neutralaus iki džiugaus duomenų pateikimo, o apimtis maždaug tolygiai paskirstyta metuose. Lietuvą mininčių straipsnių apie gyvenimo būdą, visuomenę dvigubai daugiau *The Times* laikraštyje (6%) nei *The Guardian* (3%). Lietuva šiame kontekste minima kaip šalutinis veikėjas, tačiau jos vardas kai kuriuose straipsniuose dominuoja daugiau nei vieną kartą. Nors požiūris į šalį daugiausia neutralus, tačiau dominuoja keli kontekstai, kuriuose Lietuva piešiama tiek negatyviai, tiek pozityviai. Dauguma straipsnių- tai skaitytojų laišakai apie savo gyvenimą. Tarp tokių istorijų minimi keli Lietuvos kilmės gyventojai, kurie sugebėjo sėkmingai įsitvirtinti Didžiojoje Britanijoje. Šiame kontekste lietuviai vaizduojami kaip sunkiai dirbantys, ambicingi, kantrūs ir švarūs atvykėliai. *The Guardian* straipsniai kiek kitokio, platesnio konteksto. Čia teikiamos tarptautinės diskusijos apie abortą, o Lietuva pateikiama kaip pavyzdys tų šalių, kurios, sekdamos Lenkijos pavyzdžiu, planuoja šalyje uždrausti abortą. Kitame kontekste (moterų padėtis visuomenėje) Lietuva dominuoja tarp kitų šalių pateikdama faktinius duomenis: Lietuvoje daugiausia vadovo pareigas užimančių moterų.

- *Aplinkosauga*. Tai mažesnės apimties specialistų parašyti naujienų reportažai (*The Guardian*) ir komentarai (*The Times*) apie naujausius su aplinkosauga susijusius įvykius. Tokie, daugiau neesminės svarbos, straipsniai dominuoja tik liepos, spalio ir gruodžio mėnesiais. Su aplinkosauga susijusių Lietuvą mininčių straipsnių yra tik keletas: *The Times* (3%) laikraštyje jų daugiau nei *The Guardian* (1%). Juose dominuoja netiesioginis, kiek mažiau tiesioginis konfliktai, todėl ir straipsnių tonai gana neigiami: jaučiamas nerimas, sarkazmas bei kritika. Lietuva tokiam kontekste daugiausiai minima kaip šalutinis dalyvis, nors keliuose straipsniuose ji priskiriama Rytų Europai (*The Guardian*). Požiūris į šalį abiejuose laikraščiuose gana neutralus, nors *The Times* leidinyje keliuose straipsniuose į ją žiūrima negatyviai. Abiejuose leidiniuose dominuoja ginčai dėl aplinkosaugos reikalavimų laikymosi, finansavimo. Lietuva minima kaip viena Rytų Europos šalių, kurioje nesilaikoma gamtosaugos reikalavimų.
- *Biografija/ nekrologas*. Tai laikraščio leidėjų ir kitų neapibrėžtų autorių teikiama vidutinės apimties neutralaus pobūdžio ir neutralių tonų pramoginė medžiaga apie žymių žmonių gyvenimus. Jų skaičius *The Times* (3%) ir *The Guardian* (2%) laikraščiuose nedidelis. Lietuva šiame kontekste dominuoja kaip šalutinis dalyvis, o požiūris į ją visiškai neutralus.

3.8 Tyrimo išvados

Didžiosios Britanijos formuojamo Lietuvos įvaizdžio atskleidimui remtasi dviem britų *The Times* ir *The Guardian* 2008 metų dienraščiais. Nors kai kuriais aspektais ir skaičiais abu leidiniai kiek skiriasi, tačiau tyrimo rezultatų prieita panašių. Pagrindinis skirtumas tarp abiejų leidinių tame, kad konservatyvusis *The Times* Lietuvai skiria mažiau dėmesio, o jos minėjimas dažniausias sporto ir šalies vidaus įvykių aprašymuose. Vaizduodamas Lietuvą iš gana siauros šalies vidaus naujienų perspektyvos *The Times* netiesiogiai atsisako šalį pripažinti kaip politiškai svarbų veikėją, priklausantį vakarams, todėl Lietuva dažnai neišskiriama iš Rytų Europos konteksto. Neišskirdamas šalies politiškai *The Times* Lietuvos įvaizdį daugiausiai formuoja sportiniame, mažiau, kriminaliniame kontekste. Tuo tarpu liberalusis *The Guardian* Lietuvos atžvilgiu kiek „draugiškesnis“, todėl Lietuva dažnai minima tarptautiniame kontekste. Formuojamas platesnis Lietuvos įvaizdis, kuriame šalis, kaip vakarų dalis, priklausanti ES ir NATO, dalyvauja politinėje arenoje. Kaip ir pirmasis, *The Guardian* Lietuvą piešia sporto, mažiau, kriminaliniame kontekste, tačiau taip pat įtraukiamas šalies dalyvavimas ekonominiame ir kultūriniame gyvenime.

Remiantis tyrimo analize ir abiejuose laikraščiuose teikiama skaitmenine bei verbaline informacija pateikiamas bendras 2008 metų britų spaudos formuojamas Lietuvos įvaizdis. Prieš devynis metus Lietuvos vardo britų spaudoje minėjimas buvo labai retas. Tačiau Europą sudrebino radikali 2004 metų Europos Sąjungos plėtra, kurios metu Europos turtinųjų šalių klubą papildė aštuonios (neįskaitant Kipro ir Maltos) buvusios sovietinės valstybės, tarp jų ir Lietuva. Iki tol Didžiosios Britanijos spaudoje Lietuvai skiriant vos kelis straipsnius, prieš ir po reikšmingos sąjungos apie šalį pradėta rašyti žymiai dažniau, o šalies vardui daugiausia dominuojant politiniame ir sportiniame kontekstuose. Atrodo, Lietuvos padėtis tarptautinėje arenoje drastiškai pakito. Taip, iš vienos pusės, Lietuva minima, ir ji minima dažniau ir įvairiasniame kontekste. Politiniu atžvilgiu, Lietuva gana aktyviai dalyvauja tarptautinių klausimų sprendime, o tendencijos ją pateikti kaip atskirą politinį vienetą (ne Baltijos, Rytų Europos, ar sovietiniame kontekste) vis stiprėja. Lietuva dominuoja kaip argumentas vakarų valstybėms prieš Rusiją, kaip vienas lojalių JAV šalininkų ir teisybės ieškoti ragintojų. Be to, Lietuva tarptautinėje politikoje reiškia savo nuomonę ir drįsta kritikuoti, pareikšti veto, imtis iniciatyvos ir savarankiškai veikti. Tačiau, kitu požiūriu, jaučiamas pasaulio sumišimas dėl

„naujųjų draugų“, tarp jų ir Lietuvos. Pateikiama nemažai pavyzdžių, susijusių su Lietuva, taip pat šalies pažiūras ar neutralių faktų (*pasakė, kritikuoja, atvyko*), bet kol kas dar nedrįstama vertinti, todėl Lietuvai tiesiogiai priskiriamų savybių nėra. Jaučiama, kad Didžiajai Britanijai dar reikia laiko nuomonei apie šalį susiformuoti, nors šis procesas jau pajudėjęs. Todėl kol kas Lietuva- vienas nelabai reikšmingų, nors gana vertinamų dėl jos pastangų kovoje su vakarų priešais, elementų. Siauresniu, šalies masto, požiūriu, tvirtų nuomonių taip pat nėra. Kol kas Lietuva Didžiajai Britanijai- viena imigruojančių Europos Sąjungos naujokių. Jaučiamas pats britų neapsisprendimas dėl naujosios migracijos pasėkmių šaliai (gerai tai, ar blogai), todėl prieštarais pasakojimais nėra prieita bendrų nuomonių apie patį migracijos procesą bei jos dalyvius.

Didesnių pasiekimų sulaukta sporto srityje. Nors dauguma straipsnių yra susiję su Olimpinėmis žaidynėmis, kurios neišvengiamai mini Lietuvą, kaip vieną dalyvių, tačiau dominuoja nemažai su Olimpinėmis žaidynėmis nesusijusių straipsnių. Šiame kontekste per laimėjimus ir gerus komandų pasirodymus netiesiogiai piešiamas gana teigiamas Lietuvos paveikslas. Tiesioginių vertinimų beveik nėra, bet laimėjimais Lietuvos piliečiai kuria gana pozityvų sportiškos šalies įvaizdį.

Deja, dominuoja kiek niūresnis Lietuvos paveikslas. Britų spaudoje aprašomi lietuvių daromi nusikaltimai šaliai geros reputacijos neformuoja, tačiau teigimas, kad piešiamas Lietuvos, kaip nusikaltėlių šalies, vaizdas būtų toli gražu perdėtas. Lietuvą mininčių kriminalinių straipsnių britų spaudoje nėra daug, o dauguma jų- to paties įvykio ir jo tyrimo eigos teikimas. Todėl, nors vienas iš lietuvių atliktų nusikaltimų yra labai žiaurus, ir minimas gana dažnai, juo remiantis negalima Lietuvai priskirti žiaurios šalies vardą. Kultūriniu požiūriu jaučiamas Lietuvos visuomenės identiteto ieškojimas. Kol šalis politiškai sparčiai integruojasi į vakarus, kultūriškai ji progresuoja lėčiau. Tai gali būti viena priežasčių, kodėl Eurovizijoje lietuviai masiškai balsuoja už rusų muzikos atlikėjus. Iš kitos pusės šalis neretai minima sovietinės priespaudos kontekste, o ir ji pati nevengia tuo pasinaudoti politinėje arenoje ieškant argumentų prieš Rusiją.

Galiausiai, ekonominiu požiūriu jaučiamas gana ryškus Lietuvos priskyrimas vakarų šalims. Patrauklios tampa galimybės investuoti šalyje, kurios tam tikri ekonominiai rodikliai (pvz., bankų stabilumas) bei šalies atsisakymas paskolų ekonominės krizės laikotarpiu gana įspūdingi.

Apskritai, remiantis atliktu tyrimu Lietuvą stebint britų akimis galima būtų „sutalpinti“ į vieną sakinį: politiškai auganti, sportiškai klestinti, ekonomiškai atsigaunanti, kultūriškai

pasimetusi ir kriminališkai kontraversiška. Lietuvos sumišimo laikotarpis dėl savo įvaizdžio ir vietos pasaulyje eina į pabaigą, taip kaip ir britų spauda, kuri pradeda ne tik žiūrėti, bet ir matyti. Vežimas pajudėjo, tačiau tam, kad jis išibėgėtų, reikia laiko. Todėl šio tyrimo pagrindinė išvada ta, kad, nors Didžioji Britanija kol kas dar neturi susidariusi labai tvirtos nuomonės apie Lietuvą, tačiau formuojamos gana teigiamo įvaizdžio užuomazgos.

IŠVADOS

Šiam darbui keliamas tikslas- nustatyti, kaip žiniasklaida formuoja šalies įvaizdį. Teorine dalimi pateikiama šios temos atskleidimui reikalinga medžiaga, o tyrime gauti rezultatai aptariami taikant tam tikras žiniasklaidos teorijas įvaizdžio formavimui žiniasklaidoje paaiškinti.

Darbe naudotasi ta žiniasklaidos sąvoka, kurioje ji apibrėžiama kaip priemonės tam tikrai informacijai skleisti plačiam žmonių ratui, o prie tokių priemonių priskiriama spauda, radijas, televizija ir internetas. Skirtingose žiniasklaidos teorijose ji ir jos vaidmuo suvokiamas nevienodai. Anot autoritarinės teorijos, žiniasklaida yra valstybės nuosavybė, todėl teikiama tik vyriausybės leistina informacija. Panašiai kaip ir sovietinė teorija, kurios informacijos sklaidimas paremtas komunistine ideologija, kuria remiantis sudaromi pranešimai. Tuo tarpu, liberalia teorija, žiniasklaida, siekdama objektyvaus informavimo, negali būti suvaržyta, tačiau toks žiniasklaidos modelis praktiškai neegzistuoja. Didžioji vakarų valstybių žiniasklaidos dalis priklauso socialinės atsakomybės modeliui, anot, kurio, žiniasklaidai neužtenka vien informuoti, bet reikia ir analizės, interpretacijos. Žiniasklaida įsipareigojusi visuomenei, todėl privalo būti objektyvi ir tikroviška, nevengti kritikuoti vyriausybės. Pati informacijos sklaida priklauso nuo kelių veiksnių. Anot atrankinio supratimo teorijos, individas informaciją atsirenka ir ją vertina remdamasis savo patirtimi. Gatekeeping modeliu, žiniasklaida spręsdama, kokia informacija svarbi, ją filtruoja ir pateikia informacijos gavėjui, kuris, savo ruožtu, atsirenka dėmesio vertą informaciją. Framing teorija aiškinama, kaip atrinkta informacija yra pristatoma, kokia svarba jai suteikiama. Realybė šia teorija konstruojama remiantis žiniasklaidos atrinkta informacija, kuri įrėminama ir pateikiama informacijos gavėjui. Žiniasklaidos poveikiui nustatyti skiriamos kelios teorijos. Agenda-setting teorijos teigimu, žiniasklaida atrinka tam tikrą informaciją ir suteikia jai reikšmės išskirdama ar kartodama tam tikrus žodžius, skirdama pranešimui svarbią vietą. Nustatydamas auditorijai turinį žiniasklaida formuoja viešąjį tvarkaraštį. Ne mažiau svarbus žiniasklaidos, kaip vertybių nustatytos, vaidmuo. Mokydama elgesio taisyklių žiniasklaida kuria bendrą kultūrą. Kaip ugdytoja, žiniasklaida formuoja ir ugdo individą, jo pasaulio suvokimą. Kitos žiniasklaidos teorijos žiniasklaidą mato kaip neigiamą kopijuojamą pavyzdį, visuomeninės apatijos, kylančios iš pasyvumo, šaltinį.

Nacionalinio įvaizdžio formavimo žiniasklaidoje tyrimuose remiamasi Agenda-setting ir Framing teorijomis, kuriomis aiškinama, kokia informacija ir kiek jos žiniasklaidoje pateikiama, kokiame kontekste dominuoja analizuojamas objektas. Jos padeda atsakyti, kodėl ir kaip visuomenė suvokia tam tikrus įvykius, reiškinius ir objektus, kurių vienas- nuomonės apie tam tikrą šalį formavimas. Nustačius, kad nacionalinis įvaizdis yra vienos šalies visuomenės nuomonė apie kitą šalį ir jos visuomenę, išskiriami veiksniai, lemiantys nacionalinio įvaizdžio formavimą žiniasklaidoje, kurių pagrindiniai: susiję su pačia žiniasklaida, kiti- priklausantys nuo šalių sąveikos. Freiming teorija išskiria veiksnius, kurie turi įtakos šalies įvaizdžio žiniasklaidoje formavimui: ekonominės, socialinės, politinės, geografinės aplinkybės, nacionaliniai bruožai, kultūrų bendrumas, politinės pažiūros, ideologija, informacijos skleidimo ir gavimo procesai. Be šių išorinių aplinkybių įtakos turi su pačia informacija susiję veiksniai- įvykio vertingumas, nustatomas visuomeninės svarbos laipsniu ar informacijos neįprastumu. Ne mažiau svarbi laikraščio leidybinė politika ir vertybės.

Pasirinktu tyrimu siekiama pateikti konkretų atvejį, kuris padėtų suprasti, kaip žiniasklaida formuoja nacionalinį įvaizdį. Minėtos teorijos leidžia suvokti, kaip Didžiosios Britanijos dienraščiai *The Times* ir *The Guardian* pateikia Lietuvą britų visuomenei, kodėl šalies paveikslas abiejuose leidiniuose skirtingas bei kodėl šaliai neskiriama pakankamai dėmesio. Skirtingas Lietuvos pateikimas abiejuose laikraščiuose gali būti aiškinamas skirtinga leidybos politika (konservatyvi vs liberali) ir nuostatomis. Todėl, šalis įreminama skirtinguose kontekstuose: *The Times*- sporto, *The Guardian*- tarptautinių santykių kontekste bei nevienodo vertingumo: *The Times*- daugiau neigiamų straipsnių, neigiamai pavaizduojant Lietuvą, *The Guardian*- daugiau teigiamos informacijos. Tuo tarpu, nedidelė straipsnių apimtis ir retas Lietuvos, kaip pagrindinės straipsnio dalyvės, minėjimas argumentuojamas įvykio vertingumu (svarbios su Lietuva susijusios informacijos nedaug), hierarchine padėtimi (Lietuva tarptautinėje arenoje nėra svarbus dalyvis), šalies dydžiu (maža valstybė), ekonomika (ekonomiškai Lietuva nėra svarbi grandis). Mažai šalį išskiriančios medžiagos, vadinasi, Lietuva nėra britų žiniasklaidos tvarkaraščio prioritetas, todėl pristatoma su Lietuva susijusi informacijos dalis, kuri daugiausiai yra tik kontekstinės reikšmės.

Lithuanian National Image in British Press

Viktorija Sukyte

Summary

The purpose of this paper is to examine how the British press shapes the image of Lithuania. To achieve the result certain questions were raised: how often is Lithuania mentioned in the selected newspapers; what are the major topics/coverage that mention Lithuania; what is the role of Lithuania in those topics; what attitude is being formed towards Lithuania in those topics; what means are used in the image formation.

Two major British newspapers *The Times* and *The Guardian* were taken for the analysis of the articles. For the research all articles between the period of the 1st January to the 31st December 2008 were used. The methods of content analysis were mostly applied though the comparison of different newspapers was also selected.

The paper is divided into two main parts. The first part is used to present the general views on the media, theoretical approach, main research on national image that is formed by the media. The second part reveals the means of how and the reasons why certain sources for the research were selected: the selection of the media, newspapers, articles and periods; defining the variables and formation of the code (coding schemata); gathering of information; data analysis; concluding remarks.

The conclusion that was arrived is as follows. Both newspapers presented Lithuania in slightly different ways. The Times had less articles about Lithuania and the country was presented in a quite narrow context (home news) as one of the East European countries, while The Guardian had more articles in which the country was pictured in a more broad context (international events) with more topics to cover (culture, economics) and being part of the western bloc. It was also concluded that Lithuania is mostly presented through the international politics and sport context, while the articles about the crime were quite minor and repetitive of same story. Finally, the tendency of uncertainty is felt. While politically, Lithuania is quite assertive, culturally, the country is still seeking for its identity, therefore, that is felt in most stories about cultural events and that might be one of the reasons why this uncertainty is felt in the press, i.e. the tendency of not having strong opinion or having a contradictory views is present.

BIBLIOGRAFINĖS NUORODOS

1. Vikipedija. *Žiniasklaida* [interaktyvus]. Taisytas 2009m. kovo 28 d. [žiūrėta 2009 vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://lt.wikipedia.org/wiki/%C5%BD_ziniasklaida>.
2. Wikipedia. *Mass Media* [interaktyvus]. Taisytas 2009m. balandžio 9d. [žiūrėta 2009m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media>.
3. Manohar, Uttara. *Different Types of Mass Media* [interaktyvus]. Buzzle.com: 2008 [žiūrėta 2009 vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.buzzle.com/articles/different-types-of-mass-media.html>>.
4. Lloyd Sauza, Francis. *Types of Mass Media* [interaktyvus]. EnzineArticles.com: 2008 [žiūrėta 2009m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ezinearticles.com/?Types-of-Mass-Media&id=1311276>>.
5. Kingsley, Joe. *The Role of the Mass Media in Community Development* [interaktyvus]. Buzzle.com: 2004 [žiūrėta 2009m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.buzzle.com/articles/radio-communication.html>>.
6. *Eight functions of Mass Media* [interaktyvus]. Department of Journalism, Western Washington University: 2009 [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://hope.journ.wwu.edu/tpilgrim/j190/190.8functionslist.html>>.
7. Ibrahim, Muhamet. *The Watchdog Role of the Media* [interaktyvus]. Rrezja Journal: 2007 [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://rrezja.blogspot.com/2007/01/watchdog-role-of-media.html>>.
8. CoolSchool. Cyber Oregon Online. *Four Theories of the Press* [interaktyvus]. [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.coolschool.k12.or.us/courses/190200/lessons/lessons3/fourtheories.html>>.
9. Steinulfsson Skjerdal, Terje. *Siebert's Four Theories of the Press: A Critique* [interaktyvus]. Northwestern College, Minnesota: 1993. Taisytas 1999m. balandžio 1d. [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.geocities.com/CapitolHill/2152/siebert.htm>>.

10. Reeves, Kate. *Mass Media Concepts & Theories* [interaktyvus]: 2008 [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://katereeves.blogspot.com/2008/09/mass-media-concepts-theories.html>>.
11. CoolSchool. Cyber Oregon Online. *Impact of the Media* [interaktyvus]. [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.coolschool.k12.or.us/courses/190200/lessons/lessons3/mediainpact.html>>.
12. McCombs, Maxwell. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press, Cambridge, 2004, p.2.
13. Suman, Lee. *A Theoretical Model of National Image Processing and International Public Relations* [interaktyvus]. Allacademic.com: 2008. [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/1/9/3/pages11934/p11934-1.php>.
14. Jinbong, Choi. Framing the National Image of North Korea in the U.S. News Media [interaktyvus]. Allacademic.com: 2008. [žiūrėta 2009m. vasario 16 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/2/4/7/pages92479/p92479-1.php>.
15. Lane, Beth. What is Mass Media? The Changing Role of Mass Communications and the Media Industries [interaktyvus]. Suite 101.com: 2007. [žiūrėta 2009m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą:< http://medialiteracy.suite101.com/article.cfm/what_is_mass_media_>.
16. Akin, Jennifer. Mass Media [interaktyvus]. Beyond Intractability.org: 2005. [žiūrėta 2009m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.beyondintractability.org/essay/mass_communication/>.
17. Vikipedija. Medijų teorija [interaktyvus]. Taisytas 2009m. balandžio 25 d. [žiūrėta 2009m. balandžio 30 d.]. Prieiga per internetą: < http://lt.wikipedia.org/wiki/Medij%C5%B3_teorija>.
18. Gaidys, Vladas. Lietuvos įvaizdis užsienyje: viešosios nuomonės apklausos 26 šalyse [interaktyvus]: 2007. [žiūrėta 2009m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.politika.lt/index.php?cid=9299&new_id=355094>.
19. Lietuvos įvaizdis užsienio žiniasklaidoje: mini dažnai, bet daugiau bloguoju [interaktyvus]. Alfa.lt/BNS: 2009. [žiūrėta 2009m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.alfa.lt/BNS>>.

w.alfa.lt/straipsnis/10268774/?Lietuvos.ivaizdis.uzsienio.ziniasklaidoje..mini.daznai..bet.daugiau.bloguaju=2009-04-15_14-51>.

20. Atkočiūnienė Zenona; ir Stonkienė Marija. Rašto darbų metodiniai nurodymai. Mokomoji metodinė knyga. In Janonis O. Vilnius, 2007, p. 28-29.
21. Mekasha, Mekuria. The Role of the Media in Image Building of Ethiopia in the new Millennium [interaktyvus]: 2008. [žiūrėta 2009m. balandžio 3d.]. Prieiga per internetą:<http://www.waltainfo.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3288&Itemid=82>.
22. Comprehending the Newspaper. Prim-Ed Publishing, 1993, p. 5-7.
23. 2008 Digital Entertainment Survey. Full Report. EntertainmentMediaResearch [interaktyvus]: 2008. [žiūrėta 2009m. balandžio 3d.]. Prieiga per internetą:<http://www.entertainmentmediaresearch.com/reports/DigitalEntertainmentSurvey2008_FullReport.pdf>.
24. British Newspaper Online. [interaktyvus]: 2008. [žiūrėta 2009m. balandžio 8d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.britishpapers.co.uk>>.
25. Riffe, Daniel. Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis in research. London, 2005, p.76-77

PRIEDAI

Kodavimo blankas (pavyzdys)

Lentelės (naudojamos rezultatų analizei):

- 1 Lentelė: 2000-2008 metų straipsnių, kuriuose minima Lietuva, skaičiaus lyginimas
- 2 Lentelė: 2000-2008 metų straipsnių, kuriuose minima Lietuva, temų ir jų dažnumo lyginimas
- 3 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: straipsnių temos (%)
- 4 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: straipsnių autorius (%)
- 5 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: straipsnių stilius (%)
- 6 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir The Guardian laikraščiuose apžvalga: įvykio laikas (%)
- 7 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: konfliktinė situacija (%)
- 8 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: straipsnio tonas (%)
- 9 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: įvykio svarba (%)
- 10 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: Lietuvos straipsnyje minėjimo dažnis (%)
- 11 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: požiūris į straipsnyje minimą Lietuvą ar Lietuvos pilietį (%)
- 12 Lentelė: Bendra straipsnių Times ir Guardian laikraščiuose apžvalga: straipsnių apimtis (%)
- 13 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: straipsnio autorius (%)
- 14 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: straipsnio leidimo data (dvylika mėnesių) (%)
- 15 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: straipsnio stilius (%)
- 16 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: straipsnio įvykio laikas (%)
- 17 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: konfliktinė situacija (%)
- 18 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: straipsnio tonas (%)
- 19 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: informacijos svarba (%)
- 20 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: Lietuvos/ Lietuvos piliečio straipsnyje minėjimo dažnis (%)

21 Lentelė: Tyrime naudojami Times ir Guardian straipsnių duomenys: požiūris į straipsnyje minimą Lietuvą/ Lietuvos pilietį (%)

Kodavimo blankai (užpildyti):

The Times straipsnių kodavimo blankas

The Guardian straipsnių kodavimo blankas

KODAVIMO BLANKAS (pavyzdys)

Straipsnio pavadinimas: pildomas pilnas

Straipsnio autorius:

1. Leidėjas
2. Specialistas
3. Skaitytojas
4. Kita

Straipsnio data:

1. Sausis
2. Vasaris
3. Kovas
4. Balandis
5. Gegužė
6. Birželis
7. Liepa
8. Rugpjūtis
9. Rugsėjis
10. Spalis
11. Lapkritis
12. Gruodis

Straipsnio apimtis: pildoma pilnai

Straipsnio stilius:

1. Naujienų reportažas
2. Redakcijos straipsnis
3. Faktinė medžiaga
4. Reklama
5. Komentarai, laiškai
6. Kita

Straipsnio tema:

1. JK naujienos
2. Pasaulio naujienos
3. Sportas
4. Ekonomika
5. Kelionės
6. Industrija
7. Kultūra
8. Švietimas
9. Gyvenimo būdas
10. Kriminalai
11. Aplinkosauga
12. Biografija/nekrologas
13. Migracija

Straipsnio įvykio laikas:

1. Praeitis

2. Dabartis
3. Ateitis
4. Abstraktu/kita

Straipsnio tonas:

1. Teigiamas
2. Neutralus
3. Neigiamas
4. Optimistiškas
5. Pesimistiškas
6. Nerimąstingas
7. Grėsmingas
8. Nusivylimas
9. Sarkastiškas
10. Kritiškas/ smerkiantis
11. Liūdnas
12. Linksmas/džiugus
13. Humoristiškas

Konfliktinė situacija straipsnyje:

1. Dominuoja
2. Nedominuoja
3. Netiesioginis/numanomas

Straipsnyje teikiama informacijos aktualumas:

1. Aktuali informacija visiems
2. Aktuali tam tikrai auditorijai
3. Neutrali, pramoginė informacija

Lietuvos minėjimas straipsnyje:

1. Pagrindinė tema
2. Šalutinė tema (<1 kartą)
3. Šalutinė tema (1 kartą)
4. Baltijos šalių kontekste
5. ES/NATO kontekste
6. Sovietiniame, Rytų Europos kontekste

Požiūris į Lietuvą:

1. Teigiamas
2. Neutralus
3. Neigiamas
4. Lietuva- grėsmė
5. Lietuva- auka