

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
HUMANITARINIS FAKULTETAS
ISTORIJOS KATEDRA

KAROLINA KIESIENĖ

Kultūros studijų magistrantūros II kurso studentė

ŠIAULIŲ MIESTO ETNOKULTŪRINIAI RENGINIAI ŽINIASKLAIDOS DISKURSE

Magistro darbas

Darbo vadovas:

Doc.dr. Vigmantas Butkus

Darbas originalus – Karolina kiesienė

(_____)

ŠIAULIAI

2012

TURINYS

ĮVADAS	4
I. Teoriniai kultūrinio ir etnokultūrinio renginio aspektai	8
I.1. Kultūrinio ir etnokultūrinio renginio samprata	8
I.2. Etnokultūriniai renginiai ir Šiaulių miesto kultūrinis kontekstas.....	11
II. Teoriniai žiniasklaidos diskurso aspektai.....	16
II.1. Žiniasklaidos diskurso samprata ir funkcijos	16
II.2. (Etno)kultūriniai renginiai žiniasklaidos diskurse	19
III. Diskurso analizė sociologijoje	22
III.1. Kitiškoji diskurso analizė.....	24
III.2. Diskurso analizė žiniasklaidoje.....	26
IV. Festivalių refleksijos žiniasklaidos diskurse tyrimas	30
IV.1. Tyrimo metodologija.....	30
IV.2. Kiekybinė žiniasklaidos diskurso analizė	31
IV.2.1. Publikacijų kiekis	31
IV.2.2. Publikacijų vieta ir apimtis	32
IV.2.3. Publikacijų tematika	33
IV.2.4. Publikacijų vizualinis kontekstas.....	35
IV.3. Kokybinė žiniasklaidos diskurso analizė	37
IV.3.1. Festivalių reikšmė Šiaulių kultūrinėje erdvėje	38
IV 3.1.1. Festivaliai Šiaulių kultūriniam kontekste	38
IV 3.1.2. Festivaliai Šiaulių kultūros politikos kontekste	44
IV.3.2. Festivalių kultūrinė reikšmė	51
IV 3.2.1. Festivalių etnokultūrinė reikšmė	51
IV 3.2.2. Festivalių tarpkultūrinė reikšmė.....	53
IV.3.3. Festivalis – pramoginis renginys	56
V. Žiniasklaidos atstovų ir organizatorių interviu turinio analizė	59
V.1. Žiniasklaidos atstovų interviu turinio analizė	59
V.2. Organizatorių interviu turinio analizė	62
IŠVADOS	66

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI	70
SANTRAUKA	85
SUMMARY	86
PRIEDŲ SĄRAŠAS.....	87
PRIEDAI	88
1 priedas.....	89
2 priedas.....	95
3 priedas.....	99
4 priedas.....	108
5 priedas.....	110
6 priedas.....	112
7 priedas.....	113
8 priedas.....	116
9 priedas.....	120

ĮVADAS

Darbo aktualumas: Šiandieninėje visuomenėje žiniasklaida yra įsitvirtinusi kaip vis didesni vaidmenį atliekanti institucija. Urbono V. (2003) įvardinta kaip „ketvirtoji valdžia“ aktyviai skverbiasi į kasdienį visuomenės gyvenimą ne tik informuodama, bet ir diktuodama tiek mąstymo, tiek gyvenimo būdo ar požiūrio schemas. Žiniasklaida suvokiama ir kaip masinės komunikacijos priemonė, įtakoianti masines auditorijas. Anot komunikacijos studijų teoretikų (George Gebner (1956)), Deniso McQuail (1994)), žiniasklaida daro poveikį visuomenei, pateikdama arba formuodama tikrovės įvykius, selektyviai atrinkdama aktualią informaciją ar net iškreipdama tikrovę, tokiu būdu formuojamas ir visuomenės žinojimas bei tam tikros nuostatos.

Kadangi žiniasklaida ne tik įtakoja, bet ir formuoja tikrovę, natūralu, kad daromas poveikis ir visuomenės kultūrinei veiklai, sampratai. Nereatai žiniasklaida tampa pirmine priemone, kuri informuoja apie vykstančius kultūrinius renginius Lietuvoje, regione ar gimtajame mieste. Todėl pirminis renginių atspindys ir pateikimas žiniasklaidoje besąlygiškai įtakoja ir pačio renginio pozityvų ar negatyvų vertinimą. Ypač šiai dienai aktuali etnokultūrinių renginių refleksija žiniasklaidoje. Etnokultūriniai renginiai, propaguodami tradicijas ir papročius, puoselėdami tautinį tapatumą ir savimone, reprezentuoja tai, kas yra perduodama iš kartos į kartą, t.y. – liaudies kultūrą. Todėl šių renginių refleksija žiniasklaidoje viena vertus įtakoja pačių renginių vertinimą, kita vertus – formuoja ir požiūrį į pačią liaudies kultūrą.

Darbo problema: Žiniasklaidos diskurse kultūriniais reiškiniais, įvykiams ar renginiams skiriamas nepakankamas dėmesys lyginant su politikos, kasdienybės aktualijomis. Dažnai vaikomasi skandalų arba apsiribojama tik renginių pristatymu, o nereatai kultūriniai renginiai tampa tik priemone atskleisti politinį ar kitokį kontekstą. Žiniasklaida „atsirenka“ ką ir kaip vaizduoti, pateikti skaitytojui, tad kyla klausimas, kaip tiriami etnokultūriniai renginiai atspindimi žiniasklaidos diskurse. Svarbu iširti, kokie aspektai išryškunami ir kam labiausiai skiriamas dėmesys. Žiniasklaida tikslingai naudojasi galia daryti poveikį visuomenės nuomonei ir žinojimui, todėl aktualu išanalizuoti kokia nuomonė žiniasklaidoje formuojama apie tiriamus renginius, kokie veiksniai įtakoja diskurso turinį bei išsiaiškinti, ar masinės komunikacijos formuojama nuomonė įtakoja pačius renginius bei jų rengėjus.

Darbo naujumas: Žiniasklaidą ir žiniasklaidos diskursą bei pačią diskurso analizės tradiciją tyrinėjo daugelis komunikacijos ir sociologijos studijų atstovai. George Gebner (1956), komunikacijos studijų pradininkas, buvo vienas iš pirmųjų socialinės teorijos, kuri tyrinėjo ilgalaikį televizijos poveikį ikūrėjų, bei gilinosi į televizijos formuojamą socialinę tikrovę bei jos poveikį visuomenėje. Denis McQuail (1994), vienas žymiausių mokslininkų masinės komunikacijos studijų

srityje, gilinasi į komunikacijos teorijas, atskleidė komunikacijos priemonių naudą ir pavojus. Sociologijos mokslų srityje ypač analizuota žiniasklaidos diskurso samprata, pateikiamos ir analizuojamas diskurso analizės tradicijos. JAV sociologai David Croteau ir William Hoynes (2003) domėjosi žiniasklaidos elementų interaksija socialinėje erdvėje, o diskurso analizės ir kritinės diskurso analizės mokslininkai Teun A. Van Dijk (1980, 1985, 1998) bei Ruth Wodak (1996) pateikia žiniasklaidos diskurso sampratas, analizės tradicijas, tačiau tyrimo objektu labiau pasirenkamas rasizmas (Van Dijk T. A) ar kalbos vartojimas organizacijose, indentiteto dimensijos (R. Wodak). Sociologijos profesorė Audronė Telešienė (2006), remdamasi minėtų sociologų darbais, gilinasi į diskurso analizės metodo taikymą sociologijos mokslą. Marketingo studijų atstovai tyrinėja renginių, festivalių specifikas, išskiria pagrindinius bruožus ar tikslus (Joe Jeff Goldblatt (1997), Glen Bowdin (2001), Galal Salem (2004)). Tačiau kultūrinių renginių vaidmuo ar refleksija žiniasklaidos diskurse mažai ar iš viso netyrinėta. Magistro darbe pasirinkti folkloro festivaliai dar nebuvo tirti pasirinktu aspektu – tai ir lemia darbo naujumą.

Darbo objektas: Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kapelių ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ refleksija žiniasklaidoje 2006-2011 metų laikotarpiu. Pasirinktas šešerių metų laikotarpis, per kurį vyko treji (2007, 2009, 2011 metais) tarptautiniai folkloro konkursai-festivaliai „Saulės žiedas“ ir ketveri Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivaliai „Ant rubežiaus“ (2006, 2008, 2010, 2011 metai). Šešerių metų laikotarpis leidžia atsekti vyraujančias tendencijas žiniasklaidos diskurse.

Festivalių pasirinkimą lėmė šie argumentai: Šiaulių miesto savivaldybės Kultūros plėtros 2006, 2008, 2009, 2010 ir 2011 metų programose abu festivaliai priskiriami prie prioritetinių Šiaulių miesto renginių. Abu kultūriniai renginiai įvardijami kaip festivaliai – konkursai. Kadangi festivalių metu atskleidžiama folkloro paradigma, galima teigti, kad jie atskleidžia ar bent jau iš dalies reprezentuoja etnokultūrą.

Tyrimo šaltiniai: Siekiant aprėpti kuo platesnį tyrimo lauką, žiniasklaidos diskurso analizei buvo pasirinktos spausdintinėje ir internetinėje žiniasklaidoje 2006–2011 metais pateikiamos publikacijos apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ bei Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“. Abi žiniasklaidos rūšys bendrąja prasme atlieka tą pačią komunikacinę funkciją, tačiau skiriasi auditorijos masiškumas, informacijos kiekis, neretai ir turinys. Tad šis pasirinkimas leidžia išsamiau iširti žiniasklaidos diskursą. Išanalizuoti Šiaulių miesto ir apskrities dienraščiai „Šiaulių kraštas“ ir „Šiaulių naujienos“, taip pat savaitraštis „Šiauliai plus“. Tyrimo eigoje nuspręsta tirti respublikinius dienraščius „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“, kadanti, atlikus žiniasklaidos monitoringą, tik šiuose rasta publikacijų apie tiriamus festivalius. Siekiant iširti internetinės žiniasklaidos diskursą, buvo pasirinkti lankomiausi naujienų portalai: alfa.lt, balsas.lt,

delfi.lt, 15min.lt, lrytas.lt ir Šiaulių naujienų portalas etaplius.lt. **Tyrimo imtį** iš viso sudaro 143 publikacijos.

Magistro darbo tikslas: ištirti ir palyginti, kaip žiniasklaidos diskurse atspindimi/pateikiami Šiaulių miesto etnokultūriniai renginiai: Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“.

Keliamos hipotezės:

- Žiniasklaidos diskurse labiau atspindimas folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, negu kapelų festivalis „Ant rubežiaus“.
- Šiame diskurse ypač atskleidžiama festivalių kultūrinė reikšmė bei formuojama skirtinga visuomenės nuomonė.
- Žiniasklaidos diskursą įtakoja renginių organizatoriai, kita vertus, masinės komunikacijos priemonėmis formuojama nuomonė daro poveikį renginiams ir jų rengėjams.

Uždaviniai:

1. Pateikti etnokultūrinio renginio ir žiniasklaidos diskurso sampratą.
2. Atskleisti žiniasklaidos diskurso analizės ypatumus.
3. Kiekybinės analizės metu išsiaiškinti ir palyginti, kuriems žiniasklaidos šaltiniams tiriami renginiai yra aktualūs ir kam skiriamas didžiausias dėmesys.
4. Kokybinės analizės metu išskirti renginių pateikimo žiniasklaidoje aspektus ir ištirti, kokia remiantis šiais aspektais formuojama visuomenės nuomonė.
5. Išsiaiškinti, kas lemia publikacijų turinį ir ar žiniasklaidos formuojama nuomonė daro poveikį renginių organizatoriams.

Darbo metodai:

- Mokslinės literatūros analizė: kultūrinio renginio ir žiniasklaidos diskurso samprata komunikaciniu/sociologiniu aspektu.
- Dokumentų analizė: Šiaulių kultūros plėtros programos; tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ 2007 metų projekto veiklos ataskaita; XIV-ojo Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų „Ant rubežiaus“ įvykdymo Kultūros rėmimo fondo kultūros ir meno projekto 2011 metų finansavimo ataskaita.
- Kiekybinė (kontent) ir kokybinė kritiškoji diskurso analizė, remiantis R.Wodak, Van Dijk T. A., Telešienės A. diskurso ir jo analizės sampratomis.

- Ekspertų interviu.

Darbo struktūra: Magistro darbą sudaro santrauka, įvadas, 5 skyriai, išvados, literatūros ir šaltinių sąrašas, priedų sąrašas ir 9 priedai.

Pirmajame skyriuje apibrėžiamos kultūros, etnokultūros, festivalio, kaip kultūrinio renginio sąvokos. Pristatomi tiriami folkloro festivaliai ir jų vaidmuo Lietuvos bei Šiaulių miesto kultūriniame kontekste.

Antrajame skyriuje remiantis sociologų ir komunikacijos studijų analitikų žiniasklaidos diskurso sampratomis apibrėžiama žiniasklaidos definicija ir jos funkcijos. Atskleidžiamas etnokultūrinių renginių vaidmuo masinės komunikacijos priemonėse.

Trečiajame skyriuje pristatoma diskurso samprata sociologijoje ir pagrindiniai jo analizės principai. Išsamiai atskleidžiama kritiškosios diskurso analizės tradicija bei diskurso analizės metodo pritaikymo galimybės žiniasklaidos diskurse.

Ketvirtajame skyriuje pateikiamas Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ ir kapelų festivalio „Ant rubežiaus“ refleksijos žiniasklaidos diskurse kiekybinis ir kokybinis tyrimas. Kiekybinės analizės metu išskiriamos ir analizuojamos analitinės kategorijos. Kokybinės analizės metu išskiriami ir analizuojami festivalių refleksijos aspektai. Formuluojamos dalinės tyrimo išvados.

Penktajame skyriuje atliekama žiniasklaidos atstovų ir organizatorių interviu turinio analizė.

I. Teoriniai kultūrinio ir etnokultūrinio renginio aspektai

Magistro darbe siekiama iširti, kaip Šiaulių miesto etnokultūriniai renginiai reflektuojami žiniasklaidoje. Siekiant įgyvendinti užsibrėžtus darbo uždavinius, tikslinga atsakyti į klausimą - kas yra kultūra? Vienareikšmiškai apibrėžti kultūrą yra be galo sudėtinga ir sunku. Egzistuoja daugybė kultūros apibrėžimų:

- Biologui kultūra yra informacijos visuma, kuri perduodama iš kartos į kartą iš vienos nervinės sistemos į kitą, per sąmoningą arba nesąmoningą mokymąsi.
- Humanitarai kultūrą supranta šiek tiek siauriau – kaip vadinamąją „aukštesniąją kultūrą“. Ji apima mokslą, meną, religiją ir filosofiją.
- Sociologui kultūra yra plati sąvoka, savyje talpinanti visus grupinės veiklos aspektus – mąstyseną, tikėjimą, pažinimą (Liubinienė V. 2002,4).

Tad kultūros apibrėžimų įvairovė lemia ir skirtingą kultūrinio renginio sampratą.

I.1. Kultūrinio ir etnokultūrinio renginio samprata

Tam tikruose kontekstuose kultūra yra neatskiriama nuo visuomenės sąvokos. Kultūra gali egzistuoti tik tada, jei egzistuoja visuomenė, ir priešingai, kiekvienai žmonių visuomenei yra būdinga tam tikra kultūra.

Pirmą kartą terminą „*kultūra*“ pavartojo Ch. Tylor knygoje „Primityvioji kultūra“, išleistoje 1871 metais. Čia ji suformulavo dažniausiai cituojamą kultūros apibrėžimą:

„Kultūra yra sudėtinga visuma, jungianti žinojimą, tikėjimą, meną, moralę, papročius ir visus kitus sugebėjimus bei įpročius, kuriuos žmogus įgyja būdamas visuomenės nariu“ (cit. iš Liubinienė V. 2002, 5).

Macionis J. (1998, 98) teigia, kad kultūra yra vertybės, tikėjimai, elgesio normos ir materialūs produktai, kurie apsprendžia žmonių gyvenimo būdą, todėl kultūra gali būti apibrėžiama kaip visuma to, kas yra perduodama iš kartos į kartą.

Kaip kultūros sąvoka pasižymi daugiareikšmiškumu, taip ir etninės kultūros sąvoka yra ne vienalypė. Štai bent keli etninės kultūros apibrėžimai:

1. Lietuvos Respublikos etninės kultūros valstybinės globos pagrindų įstatyme (Valstybės žinios, 1999, 5) įvardijama, kad etninė kultūra yra tautos (etnoso) sukurta, iš kartos į kartą perduodama ir nuolat atnaujinama kultūros vertybių visuma, padedanti išlaikyti tautinį tapatumą bei savimonę ir etnografinių regionų savitumą.
2. Etninė kultūra yra visos tautos (etnoso) socialinių sluoksnių istorijos eigoje sukurta, istorine savimone paremta iš kartos į kartą perduodama ir nuolat atsinaujinanti materialinės ir dvasinės veiklos vertybių visuma, atverianti galimybę kūrybiškai dalyvauti

pasaulio tautų bendrijoje. Etninė kultūra yra visos tautos kūrinys ir nuosavybė. Ji yra gyvas organizmas, nuolat atsinaujinanti, atsisakanti atgyvenusios veiklos formų bei elementų, ir įsisavinanti laiko dvasią atitinkančias, etninės savimonės neužgožiančias naujoves (Vyšniauskaitė A. 1997, 1-2).

3. Lietuvių liaudies meno pamatas buvo ir visada bus tradicinė etninė tautos kultūra, savo šaknimis siekianti net senosios Europos, indoeuropiečių, probaltų ir baltų kultūras (Stravinskas A. 1972, 7).
4. Etninė kultūra tarsi užpildo, sujungia, pati sudaro foną ir pati jame įsirašo. Sukuria ne tik kalbą, bet ir kalbėjimą, kalbėseną, balso moduliacijas. Etninė kultūra iš kitų kultūrų įsileidžia, kas atitinka jos kodą, pritaiko ir modifikuoja: kol turi jėgų, atmeta, kas atrodo netinkama, svetima. Kai nebeturi jėgų – sunyksta (Daujotytė V. 1997, 1).

Tad remiantis pateikta kultūros ir etnokultūros samprata, galima teigti, kad pagrindinis (etno)kultūrinių renginių tikslas – vertybių, tikėjimo, papročių ir tradicijų propagavimas, tautinio tapatumo ir savimonės puoselėjimas bei skleidimas. Etnokultūriniai renginiai reprezentuoja tai, kas yra perduodama iš kartos į kartą, t.y. – liaudies kultūrą.

Kaip minėta įvade, šiame darbe bus nagrinėjami du Šiaulių miesto festivaliai – tarptautinis folkloro konkursas-festivalis “Saulės žiedas” ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis “Ant rubežiaus”. Abu festivalius galima įvardinti kaip etnokultūrinius renginius, kadangi jų metu atskleidžiama folkloro (muzikinio, instrumentinio, choreografinio, žaidimų)paradigma. tad galima teigti, kad jie atskleidžia ar bent jau iš dalies reprezentuoja etnokultūrą, kitaip vadinamą – liaudies kultūrą.

Apsibrėžus (etno)kultūrinio renginio sąvoką, tikslinga išsiaiškinti, kaip traktuojamas ir suvokiamas vienas iš kultūrinių renginių rūšių - festivalis.

Sąvoka „*festivalis*“ kildinama iš lot. žodžio „*festivus*“, kuris reiškia „*šventimo laiką*“. Nagrinėjant kultūros vadybos ir marketingo literatūrą, pastebėta, kad žodis „*festivalis*“ apibrėžiamas kaip „*ypatingi renginiai*“ (*special events*). Tam įtakos turi jų atributai, tokie kaip šventės nuotaika, unikalumas, kokybė, autentiškumas, svetingumas, tradicija ir tematiškumas. Dažniausiai tokie renginiai apibūdinami, kaip viešos tematizuotos šventės, kur žmonės lankosi tam, kad patenkintų specifinius kultūrinius poreikius. Goldblatt J. (1997, 165) festivalį apibrėžia kaip „unikalų momentą laike, švenčiamą su tam tikra ceremonija ir ritualu, patenkinančiu specifinius poreikius“. Tuo tarpu Bowdin G. (2001, 15) festivalius arba ypatinguosius renginius apibrėžia kaip „specifinius ritualus, pristatymus, spektaklius, šventes, kurios yra sąmoningai suplanuotos ir skirtos pažymėti ypatingoms progoms ir/ar pasiekti tam tikriems socialiniams, kultūriniais ar korporatyviniams tikslams“. Magistro darbe ir bus vadovaujamosi šia festivalio samprata, nors žanrinė ir stilistinė festivalių įvairovė apsunkina vienintelės definicijos pasirinkimą. Kaip teigia, Willnauer F. (2004,

286), „nėra nepaneigiamo festivalio apibrėžimo, tik aprašant ir lyginant festivalius galima gauti konstitucinius festivalio sąvokos požymius“.

Išskiriant festivalius iš kitų kultūrinių renginių, skiriamoji festivalių savybė yra tęstinumas, t.y. periodiškasis pasikartojimas, ir laikinumas tuo pačiu metu. Jei nagrinėtume festivalius pagal laiko intervalus, tai matytume, kad dažniausiai jie pasikartoja kas metai. Kaip teigia Derrett R. (2004, 32), „sudėtinga sukelti ir išlaikyti tą patį progos ir jaudulio pojūtį, jei tokie renginiai kartotųsi dažniau nei įprastai“.

Festivaliams būdingas lankstumas. Priklausomai nuo visuomenės poreikių ir konteksto, jie gali atsinaujinti, gali kisti jų meninė vizija, struktūra, taip pat dalyviai ir lankytojai. Nagrinėjant literatūrą pastebėta, kad dauguma tyrinėtojų vieningai teigia, kad dėl sąlyginai trumpo daugumos festivalių gyvavimo ciklo, reguliarūs struktūros ir programos pokyčiai yra būtini. Šie pakeitimai daugiau ar mažiau įtakoja ir festivalio suvokimo ir įvaizdžio kaitą.

Anksčiau tekste atkreiptas dėmesys į tai, kad festivalio pokyčiai yra įtakoti visuomenės pokyčių ir poreikių. Tačiau renginių suvokimą taip pat įtakoja ir visuomenės meninių prioritetų skirtumai. Anot daugumos tyrinėtojų, meninių prioritetų skirtumus lemia ne tik socialiniai, bet ir demografiniai faktoriai bei estetinio išsilavinimo lygis. Dėl šių priežasčių renginių, t.y. festivalių, organizavimas gali būti labai kompleksiškas. Taigi, kad festivalis galėtų sėkmingai egzistuoti, jis turi rasti savo vietą tame kontekste.

Kiekvienas kultūrinis renginys, o šiuo konkrečiu atveju – festivalis, turi savo viziją ir misiją. Misijos ir vizijos unikalumas išskiria juos iš kitų renginių. Kaip teigia Bowdin G. (2001,70), misija turėtų atsakyti į klausimus: „kas yra mūsų publika, kokius jos poreikius mes tenkiname ir kokie yra mūsų siekiai?“.

Bet kokio renginio, tame tarpe ir festivalio, misija yra susijusi su informacijos rinkimu ir renginio tapatumo formavimu. Anot K. Alferio (1999, 78), misija yra gidas/vedlys visiems festivalio komunikacijos lygmenims. Aiškiai suformuluota misija festivalio organizatoriams padeda pasiekti užsibrėžtus tikslus.

Salem G. (2004) išskiria tris renginių tikslų kategorijas:

I tikslas - EKONOMINIS	II tikslas – SOCIALINIS IR KULTŪRINIS	III tikslas - POLITINIS
-------------------------------	--	--------------------------------

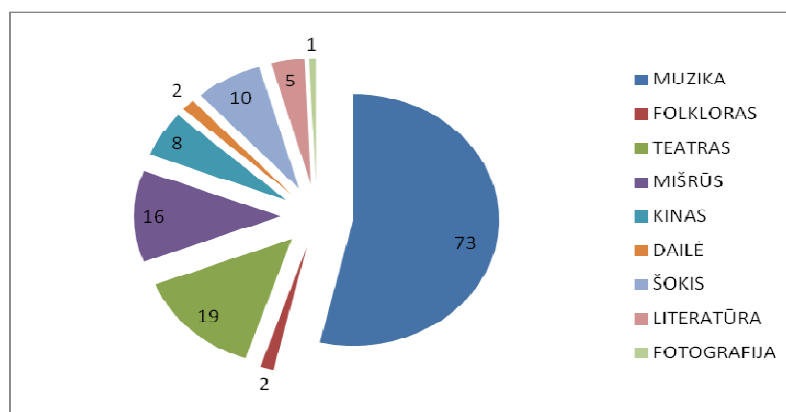
<ul style="list-style-type: none"> • Tiesioginis arba netiesioginis, t.y. tam tikro produkto, srities ar net šalies populiarinimas; • trumpalaikis arba ilgalaikis, t.y. pelno, naujų rėmėjų pritraukimas arba naujų investicijų skatinimas, darbo vietų kūrimas. 	<ul style="list-style-type: none"> • siekis padidinti konkrečios vietos, progos, tradicijos suvokimą; • stiprinti pilietiškumą ir pilietinį pasididžiavimą; • patenkinti ypatingų interesų grupių poreikius; • išsaugoti vietinį paveldą. 	<ul style="list-style-type: none"> • tam tikros ideologijos stiprinimas; • elito pozicijų įtvirtinimas; • tarptautinis šalies įvaizdžio kūrimas; • socialinės įtampos mažinimas; • tradicijų saugojimas ir kultūrinės raidos skatinimas.
---	---	---

Pav. 1. Renginio tikslų klasifikavimas (pagal Salem G. 2004)

Remiantis šia renginių tikslų klasifikacija, tolimesniame skyriuje bus atskleisti tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ tikslai, uždaviniai bei vaidmuo Lietuvos bei Šiaulių miesto kultūriniame kontekste.

I.2. Etnokultūriniai renginiai ir Šiaulių miesto kultūrinis kontekstas

Kaip buvo minėta ankstesniame skyriuje, festivalis yra vienas iš kultūrinių renginių rūšių. Tarp gausybės organizuojamų festivalių Lietuvoje labiausiai paplitę meniniai. Šie festivaliai gali atstovauti vieną ar kelias meno kryptis ir apimti įvairius žanrus. LR kultūros ministerijos 2006 m. duomenimis, Lietuvoje rengiami teatro, kino, šokio, literatūros, fotografijos, dailės, muzikos, mišrūs (tarpdisciplininiai) bei folkloro žanrų festivaliai (www.lrkmlt.lt). Remiantis pateiktais duomenimis, dominuoja muzikos, o folkloro festivaliai, kurie darbe įvardijami kaip etnokultūriniai renginiai, užima tik mažąją visų festivalių dalį:



Pav. 2. Lietuvos meno festivaliai pagal žanrus (sudaryta pagal LR kultūros ministerijos 2006 metų duomenis)

Žinoma, būtų klaidinga teigti, jog toks festivalių žanrų pasiskirtymas būdingas ir šiomis dienomis, kadangi vieni renginiai sunyksta, atsiranda kiti, tačiau pagrindinės tendencijos mažai kinta.

Remiantis šia meno festivalių žanrų klasifikacija, festivalis „Ant rubežiaus“ ir „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis priskirtinas folkloro žanrui. Kaimo kapelų festivalis „Ant rubežiaus“ reprezentuoja muzikinį folklorą, kuriame atskleidžiamas vokalinis ir / arba instrumentinis žanras. Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ apima ne tik muzikinį žanrą, kurį papildo choreografinis, bet ir šokių bei žaidimų folklorą.

Siekiant atskleisti tiriamų festivalių kultūrinį kontekstą Lietuvos mastu, tikslinga pažvelgti ir į Lietuvos liaudies kultūros centro (LLKC) išskirtus tarptautinius Lietuvos folkloro festivalius (www.llkc.lt). 2006-2011 metų laikotarpiu Lietuvoje kaip tradiciniai tarptautiniai folkloro festivaliai įvardijami šie:

- Tarptautinis liaudiškos muzikos festivalis „Sėlos muzikantai“ Zarasuose.
- Tarptautinis liaudies muzikos ir šokio festivalis „Ežerų sietuva“ Anykščių, Ignalinos, Molėtų, Utenos, Zarasų, Švenčionių rajonuose ir Visagino mieste.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Tek saulužė ant maračių“ Nidoje.
- Tarptautinis Baltijos šalių folkloro festivalis „Aisūs kankleliai“ Panevėžyje, Panevėžio r.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Atataria lamzdžiai“ Kaune.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Skamba skamba kankliai“ Vilniuje.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Tek saulužė ant maračių“ Nidoje.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Pokrovskije kolokola“ Vilniuje.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Baltica 2011“ Vilniuje, Panevėžio, Kaišiadorių, Širvintų rajonuose.
- Tarptautinis konkursinis folkloro festivalis „Saulės žiedas“ Šiauliuose, Šiaulių apskrityje.
- Tarptautinis folkloro festivalis „Saula riduolėla“ Pasvalyje.
- Tarptautinis liaudies instrumentinės muzikos festivalis „Rėktingiausi mozėkanta“ Telšiuose.

Kaip matyti, Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ priskiriamas prie tradicinių tarptautinių Lietuvos folkloro festivalių. Į šį sąrašą nepatenka Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“, kadangi jis vyksta tik Lietuvos mastu ir labiau aktualus Šiaulių regionui. Tačiau Šiaulių kultūriniame kontekste, remiantis Šiaulių miesto savivaldybės Kultūros plėtros 2006, 2008, 2009, 2010 ir 2011 metų programomis (web.siauliai.lt), abu festivaliai įtraukti į prioritetinių renginių sąrašą. Šios programos pagrindinė misija – sukurti atvirą, atsakingą ir kūrybingą

visuomenę. Keliami pagrindiniai tikslai: ugdyti ir tenkinti Šiaulių miesto gyventojų kultūrinius poreikius; puoselėti miesto kultūrinį savitumą akcentuojant Šiaulių – Šiaurės Lietuvos regiono kultūros centro – vaidmenį; skatinti menininkų kūrybinį aktyvumą, sudaryti sąlygas profesionaliojo meno ir etninės kultūros sklaidai bei gyventojų meninei saviraiškai. Šioje programoje, siekiant stiprinti miestiečių kultūrinį identitetą, formuoti jų vertybines orientacijas, tenkinti jų įvairialypius estetinius poreikius, numatyta kiekvienais metais remti nekomercinį profesionalųjį meną ir miestą reprezentuojančią kultūrinę veiklą. Siekiant išvengti smulkių, atgarsio visuomenėje neturinčių renginių, išskiriami prioritetiniai kultūros projektai, kuriems skiriamas dalinis finansavimas ir inicijuojamas jų organizavimas. Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ minėtų metų programose priskiriami prie prioritetinių Šiaulių miesto kultūrinių renginių: tarptautinio muzikos festivalio, tarptautinio medijos meno festivalio „ENTER“; tarptautinio vaikų meno kolektyvų festivalio „SAULĖS VAIKAI“; tarptautinio Ch. Frenkelio vilos vasaros festivalio, S. Sondeckio tarptautinio smuikininkų ir violončelininkų konkurso; tarptautinio kamerinių ansamblių konkurso-festivalio „FIORI MUZIKALE“; tarptautinio festivalio „SKAMBANČIOS STYGOS“; tarptautinio džiazo festivalio; tarptautinio festivalio-konkurso „LINKSMASIS AKORDEONAS“; tarptautinio šiuolaikinio meno festivalio „VIRUS“; tarptautinio studentų ir jaunimo festivalio „STUDENTIŠKAS PAVASARIS“; mušamųjų muzikos festivalio; tarptautinio vaikų ir jaunimo teatrų festivalio „BALTOJI VARNELĖ“; tarptautinio alternatyviosios muzikos festivalio „RUMSHK“; festivalio „LITERATŪRINIS ŽIEMKELIS“; tarptautinio bigbendų festivalio; tarptautinio plenero „ŠIAULIŲ MONMARTRO RESPUBLIKA“; tarptautinio metalo laužo skulptūrų plenero „KONTRAPUNKTAS“. Kiekvienas iš šių kultūros projektų savaip prisideda prie pagrindinės programos misijos ir keliamų tikslų.

Tad „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio ir „Ant rubežiaus“ festivalio priskyrimą prie prioritetinių Šiaulių miesto kultūros renginių lemia jų keliami tikslai ir išskirtiniai bruožai. Remiantis G. Salem (2004) renginio tikslų klasifikacija, galima teigti, kad abu festivaliai daugiau ar mažiau siekia ekonominio, socialinio/kultūrinio ir politinio tikslo:

Tikslai			
Festivaliai	Ekonominiai	Socialiniai/kultūriniai	Politiniai

<p>Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“</p>	<p>Skatinti Šiaulių regiono ekonominę plėtrą;</p> <p>Plėtoti ir skatinti Šiaurės Lietuvos turizmą, verslumą.</p>	<p>Sudaryti sąlygas jauniems atlikėjams susipažinti ir perimti folkloro tradicijas, skatinti jaunimo domėjimąsi folkloru;</p> <p>Festivalio metu bei atidarymo ir uždarymo didesnių švenčių, išskirtinai pažymėti Mindaugo karūnavimo dieną, renginį skirti jubiliejiniam 775-ieji Šiaulių miesto metams;</p> <p>Skatinti savanorystės idėją;</p> <p>Plėtoti, ugdyti ir skatinti įvairialypę Šiaulių regiono sociokultūrinę plėtrą;</p> <p>Skatinti visuomenės ir festivalio svečių susidomėjimą Lietuvos tradicine kultūra;</p>	<p>Mažinti kultūros sklaidos skirtumus tarp centro ir regionų;</p> <p>Ugdyti kokybiškesnę, profesionalesnę, diskursyvų požiūrį vertinant etninę kultūrą, jos sklaidą;</p> <p>Ugdyti Šiaurės Lietuvos gyventojų savivertės, tautinio identiteto jausmą;</p> <p>Plėtoti teigiamą Šiaulių regiono įvaizdį Lietuvoje bei užsienio šalyse;</p> <p>Plėtoti ir skatinti kultūrinį, tarpinstitucinį bendradarbiavimą.</p>
<p>Lietuvos kaimo kapelių ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“</p>	<p>Populiarinti ir garsinti Šiaulių miestą, kaip patrauklų ir įdomų kitų šalių turistams.</p>	<p>Populiarinti liaudiško muzikavimo ir švenčių tradicijas.</p>	

--	--	--	--

Pav. 3. Festivalių „Saulės žiedas“ ir „Ant rubežiaus“ tikslų klasifikacija (sudaryta pagal tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ 2007 metų projekto veiklos ataskaitą (Priedas Nr.1) ir XIV-ojo Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų „Ant rubežiaus“ įvykdymo Kultūros rėmimo fondo kultūros ir meno projekto 2011 metų finansavimo ataskaitą (Priedas Nr.2))

Pagal išskirtus tiriamų festivalių tikslus matyti, kad tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ atitinka visas tris renginių tikslų kategorijas, ypač didelis dėmesys skiriamas kultūrinių/socialinių ir politinių tikslų įgyvendinimui. Priešinga tendencija būdinga Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivaliui „Ant rubežiaus“. Čia keliami tik ekonominiai ir kultūriniai tikslai.

Remiantis pateiktomis ataskaitomis, abu festivalius sieja konkursinė paradigma. Folkloro festivalis „Saulės žiedas“ pripažintas kaip tarptautinis konkursas, o festivalio „Ant rubežiaus“ varžytuvėse rungtis Lietuvos kapelijos, kapelos ir pavieniai muzikantai. Tačiau „Saulės žiedo“ konkursas – festivalis vienintelis toks visoje Lietuvoje bei Pabaltyje ir yra įtrauktas į IOV – Tarptautinės liaudies meno organizacijos (prie UNESCO) – festivalių sąrašą. Lyginant kiekybiniu atžvilgiu, festivalyje „Ant rubežiaus“ 2011 metais dalyvavo 27 kapelijos ir stilizuotos kapelos iš visų Lietuvos regionų, taip pat 15 pavienių kaimo muzikantų. Tautodailininkų, amatininkų ir prekybininkų mugėje dalyvavo virš 300 įmonių ir individualių prekyautojų. Tarptautiniame folkloro konkurse-festivalyje „Saulės žiedas“ 2007 metais pasirodė per 400 užsienio svečių ir daugiau kaip 300 Lietuvos folkloristų.

Tad šių festivalių tikslai bei išskirtiniai bruožai ir lemia jų vaidmenį Lietuvos ir Šiaulių kultūriniame kontekste. Kaip parodys tolimesnė analizė, šie festivalių elementai atspindimi ir tiriamajame žiniasklaidos diskurse.

II. Teoriniai žiniasklaidos diskurso aspektai

Žiniasklaidos dalyvavimas šiandieniam gyvenime akivaizdus ir nekvėstionuojamas. Pastaraisiais metais ji tapo bene aktyviausia informavimo, viešinimo, socializacijos, laisvalaikio praleidimo priemone. Kiekvienas visuomenės narys iškelia skirtingas žiniasklaidos funkcijas, jos reikšmę, todėl šiuolaikinės žiniasklaidos sąvoką sudėtinga nusakyti ir apibrėžti. Žiniasklaidos terminas apima daug ir įvairių veiklos tipų ir struktūrų, kurių kiekviena turi ypatingus komunikacijos būdus, auditoriją bei veiklos specifiką. Magistro darbe remiamasi sociologų ir komunikacijos studijų analitiku žiniasklaidos diskurso sampratomis.

II.1. Žiniasklaidos diskurso samprata ir funkcijos

Žiniasklaida, kitaip dar vadinama visuomenės informavimo priemone, atlieka bene svarbiausią visuomenės informavimo, poveikio funkciją. Apimdama platų informavimo priemonių lauką - spauda, radijas, televizija, internetas - pasiekia plačiąją visuomenę, todėl žiniasklaidą galima įvardinti kaip masinės komunikacijos priemonę. Komunikavimo procese informacija adresuojama ne individualiam individui, o jų daugumai, todėl žiniasklaidos priemonėmis vykstanti komunikacija įvardijama kaip masinė.

Komunikacijos sociologijos tyrinėtoja K. Juraitė (2004, 260) išskiria šiuos, masinei komunikacijai būdingus bruožus:

- Žiniasklaidos produktai prieinami daugeliui recipientų;
- Asmeniškasis santykis tarp proceso dalyvių, t.y. daugeliu atvejų siuntėjas turi daugiau galios, prestižo, išteklių, kompetencijos nei gavėjas;
- Simbolinis turinys arba pranešimas, perduodamas masinės komunikacijos proceso metu, dažniausiai yra skirtas beasmenei ir anonimiškai auditorijai. Naujų technologijų dėka galime komunikuoti tiek su pavieniais individualiais, tiek su jų grupėmis, masinėmis auditorijomis;
- Žiniasklaidos pranešimams, kaip masiniams produktams, būdingas tipiškasis, standartiškasis turinys;

Remiantis George Gebneriu (1956), komunikacijos studijų pradininku, kuris komunikaciją apibrėžia kaip socialinės sąveikos per pranešimus procesą, žiniasklaidą galima įvardinti ir kaip visuomenės socialinį institutą, skirtą skleisti informaciją masinei visuomenei. Masinės komunikacijos priemonės, siekiamos patenkinti įvairiausių auditorijos poreikius bei interesus, aktyviai skverbiasi į visus socialinius procesus, visas gyvenimo sritis – politiką, ekonomiką, techniką, ekologiją, sportą, kultūrą ir daugelį kitų. Tad žiniasklaida yra tiesiogiai susijusi su visuomenės kasdieniu gyvenimu, kadangi atlieka ne tik informacinę funkciją, bet ir diktuoja tiek

mąstymo, tiek gyvenimo būdo madas ir yra pokyčių nešėja (Martin B., 1998). A. Matulionio (2001, 197) teigimu, „žiniasklaida apima įvairiausių socialinės, kultūrinės, ar kasdienės veiklos aspektus. Įtakoja visuomenę ne tik formuodama individų požiūrį į įvykius ar reiškinius, bet ir praplėsdama jų akiratį“. Kaip pažymi V. Urbonas (2003), žiniasklaidos objektas yra nuolat besikeičianti šiandieninė tikrovė. Anot D. McQuail (1994, 78), vieno žymiausio mokslininko masinės komunikacijos studijų srityje, žiniasklaida tiesiogiai įtakoja visuomenę. Siekdamas pabrėžti jos poveikį masinei auditorijai, mokslininkas išskiria metaforas, kurios apibūdina žiniasklaidos atliekamas funkcijas [vertimas mano]:

- Žiniasklaida, kaip visuomenės įvykių ir patirties refleksija;
- Žiniasklaida, kaip įvykių visuomenėje ir pasaulyje veidrodis, kuris iškreipia tai, ką mes matome;
- Visuomenės informavimo priemonės kaip filtras, parenka ką gavėjams verta žinoti, o ką ne;
- Žiniasklaida, kaip gidas paaiškina, kas ir kaip vyksta;
- Masinės komunikavimo priemonės, kaip idėjų forumas;
- Žiniasklaida, kaip visuomenę nuo tikrovės atskiriantis ekranas, pateikiantis klaidingą pasaulio paveikslą propagandos tikslais.

D. McQuail savo knygoje „*Mass Communication Theory*“ (1994) išsako mintį, kad žiniasklaida konstruoja reikšmes ir jas pateikia visuomenei, kuri pati konstruoja tikrovę, pasirinkdama, ar atsižvelgti, ar ne į pateikiamas simbolines žiniasklaidos konstrukcijas. Jo nuomone, šis procesas vyksta pačiose komunikacijos priemonių struktūrose pagal interpretacijos ir svarbumo atitikimo schemas. Panašias mintis išsako ir JAV sociologė G. Tuchman (1978), kuri teigia, jog žiniasklaida, pateikdama informaciją, konstruoja mūsų žinias ir žinojimą. Sutikdama su teiginiais, kad žiniasklaida yra „*visuomenės veidrodis*“ ar „*filtras*“, ji teigia, kad žurnalistai subjektyviai konstruoja socialinius reiškinius, tačiau sutinka, kad žinios yra kasdienės tikrovės dalis. Anot G. Tuchman (1978, p. 179), „žinios – tai kasdien atnaujinamas vartotojiškas produktas, kuris turi būti šviežiai paruoštas kiekvieną dieną. Tai nėra tik egzistuojančių faktų surinkimas. Faktai yra nustatomi organizaciniu požiūriu – tai laiku ir vietoje surinkta informacija, atkreipiant dėmesį į tai, kas yra žinoma ir kaip žinoma“. Tad žiniasklaida tikslingai konstruoja tikrovę ir tokiu būdu daro tiesioginį poveikį tikrovės reiškinių suvokimui ir vertinimui.

Remiantis šiais sociologų požiūriais, galima teigti, kad žiniasklaida identiškai formuoja ir mūsų kultūrinius žinias bei pačius kultūrinius reiškinius. Kultūra, kaip tikrovės elementas ir žmonių veiklos rezultatas, įvardijama ir kaip žiniasklaidos objektas. Todėl interpretuojant JAV sociologų Davido Croteau ir William Hoynes žiniasklaidos ir socialinio pasaulio modelį (Juraitė K., 2003),

galima teigti, kad skirtingų žiniasklaidos elementų interakcija bedroje socialinėje erdvėje indentiškai funkcionuoja ir kultūrinėje terpėje.



Pav.4. Žiniasklaidos ir socialinio pasaulio modelis (pagal D. Croteau ir W. Hoynes 2003, 25).

Pasak Davido Croteau ir Williama Hoynes (Juraitė K., 2003), visi keturi žiniasklaidos elementai – žiniasklaidos pramonė, produktas, auditorija ir technologija – yra tarpusavyje susiję ir sąveikauja platesniame socialiniame kontekste.

Šiame modelyje žiniasklaidos pramonė suvokiama kaip visa organizacinė struktūra, kurioje priimami sprendimai, kas turėtų būti gaminama ir kokios technologijos naudojamos. Į šią struktūrą įeina žiniasklaidos priemonės savininkas, redaktoriai, žurnalistai bei visi informacijos priemonės struktūriniai elementai, kurie lemia žiniasklaidos turinį. Žiniasklaidos produktą sudaro pranešimai arba visas žiniasklaidos turinys, kuris yra abipusiai susijęs su žiniasklaidos pramone, gamintojais ir vartotojais. Remiantis Davidu Croteau (cit. iš Juraitė K., 2003), žiniasklaidos turinys gali būti suvokiamas keliomis perspektyvomis:

- turinys, kaip žiniasklaidos darbuotojo refleksija;
- turinys, kaip auditorijos pasirinkimų refleksija;
- turinys, kaip visuomenės, jos normų, vertybių ir interesų refleksija;
- turinys, kaip socialinę įtaką auditorijai darantis faktorius;
- turinys, kaip tekstas.

Magistro darbe vadovaujama šiomis turinio sampratomis, o terminas „tekstas“ suvokiamas plačiausia prasme, t.y. tekstu vadinama bet kuri rašmenimis, vaizdu užkoduota informacija.

Davido Croteau ir William Hoynes žiniasklaidos modelyje auditorija, priklausomai nuo žiniasklaidos kanalo, įvardijama kaip skaitytojai, žiūrovai bei klausytojai. Pagal šį modelį santykiai

tarp žiniasklaidos pramonės ir auditorijos įtakojami žiniasklaidos produktų, technologijų ir socialinio gyvenimo konteksto (šiuo atveju šiuos santykius lemia kultūriniai gyvenimo elementai). Anot sociologų, žiniasklaidos pranešimo skaitytojas tuo pačiu metu yra įtakojamas technologijos ir socialinių veiksnių, tokių kaip lytis, socialinis sluoksniu ar rasė. Remiantis kultūrine perspektyva, galima interpretuoti, kad auditorija ir žiniasklaidos technologijos įtakojamos kultūros sampratomis, vertybėmis, normomis, kitaip tariant – kultūriniu pasauliu.

Kaip paskutinį žiniasklaidos elementą šie sociologai įvardija technologiją, t.y. spaudą, radiją, televiziją ir internetą. Šių technologijų raidą sąlygoja auditorijos pasirinkimas bei žiniasklaidos pramonė. Iš kitos pusės, pačios technologijos gali nulemti auditorijos pasirinkimą, kurią iš žiniasklaidos priemonių naudoti. Tad visi keturi žiniasklaidos elementai yra tarpusavyje yra susiję ir sąlygoja vienas kito raišką bei neatsiejami nuo socialinio, o šiuo atveju – kultūrinio gyvenimo.

Remiantis šiuo modeliu, magistro darbe ir bus atskleidžiama, kaip sąveikaujant keturiems žiniasklaidos elementams, spaudoje ir internetiniuose naujienų portaluose reflektuojami Šiaulių miesto etnokultūriniai renginiai: tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kapelių ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“.

II.2. (Etno)kultūriniai renginiai žiniasklaidos diskurse

Remiantis nagrinėtomis sociologinėmis žiniasklaidos sampratomis, galima išvada, kad žiniasklaida yra neatsiejama nuo socialinės ir kultūrinės tikrovės. Tyrinėtų sociologų darbuose iškeliami žiniasklaidos reikšmių ir reiškinių konstruojamoji galia, tačiau bendraja prasme, kultūriniame kontekste visuomenės informavimo priemonės pirmiausia atlieka kultūros platinimo, dauginimo ir ir koncertavimo funkciją. Kaip išskiria Meškys K. (2007), produktyvi ir reproduktyvi masinės komunikacijos priemonių funkcijų įvairovė svariai veikia meno bei kultūros erdvę:

- Masinės komunikacijos priemonės, kaip galingos meninių formų daugintojos, tampa vienu reikšmingiausiu meno funkcionavimo veiksniumi.
- Masinės komunikacijos priemonės atlieka kultūros atminties funkciją.
- Atlieka svarbią kultūros ir meno sinchronizavimo tarp megapolių ir periferijos funkciją;
- Sudaro sąlygas tiesioginiam kontaktui su meno kūriniais.
- Perduoda, pateikia meno kūrinį įvairiais aspektais.
- Priartina publiką prie meno pasaulio.
- Masinės komunikacijos priemonės sugeba aktyviai daryti įtaką kuriant meno vertybių hierarchiją (Meškys K. 2007, 204).

Kęstučio Meškio mintims galėtų paprieštarauti Lietuvos teatro ir kino kritikas V. Jauniškis, kuris teigia, kad vis dėlto „šių dienų Lietuvoje kultūra liovėsi būti suvokiama kaip būtinybė, ir tai

pirmiausia persidavė į žiniasklaidą. Kultūra tapo tik vartojimo produktu, todėl susiaurėjo iki meno įvykių ir produktų, skirtų neva tik laisvalaikui“ (Jauniškis V. 2007, 87). Jo nuomone, žiniasklaidoje nusistovi rutina ir įvairių žiniasklaidos rūšių redaktoriai seka paskui įvykius, todėl pirmuosiuose didžiųjų dienraščių puslapiuose su kultūra susiję įvykiai atspindimi arba tuo atveju, kai stokojama kitų, arba kai įvyksta koks nors skandalas. Ta pati tendencija būdinga ir kultūrinių bei etnokultūrinių renginių refleksijai žiniasklaidoje. Pagal 2010 metais priimtą Etninės kultūros valstybinės globos pagrindų įstatymą (Valstybės žinios, 1999, 5) valstybė suinteresuota garantuoti etninės kultūros propagavimą per visuomenės informavimo priemones ir kompiuterių tinklus, tačiau masinės komunikacijos priemonėse vyrauja nuostata, kad kultūriniai ar etnokultūriniai renginiai nėra prioritetiniai visuomenės elementai. Etninės kultūros valstybinės globos tarybos ekspertas Vaclovas Mikailionis (www3.lrs.lt) teigia, kad „išskyrus siaurai specializuotus leidinius, rimtesnio teorinio pagrindimo, kuo svarbios dabartinei tautos gyvensenai etninės kultūros vertybės, pasigendama. Kultūros savaitraščiai "Literatūra ir menas" ar "7 meno dienos" šio svarbaus visam menui gyvasties šaltinio praktiškai netgi nepamini, daugiausia kuisdami siauruose "kūrėjų klanų" reikaluose“. Jo nuomone, operatyvioje spaudoje, t. y. respublikiniuose dienraščiuose, savaitraščiuose, kai kuriuose regioniniuose laikraščiuose, labiau dėmesys skiriamas neigatyviems reiškiniams, negu straipsniams etnokultūrine tematika. Anot profesoriaus Gintauto Mažeikio (2007, 45), ypač regioninė kultūros politika ir veikla stokoja didesnio žiniasklaidos dėmesio. Jo nuomone, „didžiuosiuose miestuose rimta ir populiarai, masinei visuomenei skirta kultūros ir jos veiklos reprezentacija vyksta tarsi savaime, nes dauguma bent kiek reikšmingesnių kultūros renginių yra nedelsiant pavaizduojami dienraščiuose, elektroninėje spaudoje, vėliau analizuojami savaitraščiuose ar mėnraščiuose. <...> Ir priešingai, regionai dažniausiai yra atplėšti nuo šio reprezentacijos, interpretacijų proceso arba jis nėra nuodugnus ir apsiriboja gana paviršutiniška, neturinčia jokių pasekmių reprezentacija vietinėje spaudoje“. Esant tokiai situacijai, profesorius teigia, kad tik patrauklus pasakojimas ar suprantamas kultūros įvykio pateikimas auditorijai skatina ilgalaikę atmintį. Kitaip tariant, patys kultūros atstovai ar renginių organizatoriai turi būti suinteresuoti kultūros renginio pateikimu masinei visuomenei. Vienas iš būdų – efektyvi viešosios komunikacijos strategija.

Martynas Užpelkis (2005) knygoje „*Kultūros produkto populiarinimas ir ryšiai su visuomene*“, remdamasis rinkodaros ir vadybos eksperto, verslo literatūros klasiko Philipo Kotlerio teorija, teigia, kad norint būti pastebėtam, būtina komunikuoti su plačiąją visuomene. Kaip svarbiausias organizacijos komunikacijos procesas įvardijamas tikslingas viešosios komunikacijos koordinavimas. Vykdamas integruotą rinkodaros komunikaciją, kurią sudaro reklama, pardavimų vadyba, ryšiai su visuomene, rėmimas, tikslingai pasiekiami auditorija. Užpelkis M. (2005), apibrėždamas integruotos rinkodaros komunikacijos sąvoką, cituoja Philipą Kotlerį, kuris teigia,

jog „integruota marketingo komunikacija yra marketingo komunikacijos planavimo koncepcija, pripažįstanti vertę visapusiško plano, apskaičiuojant įvairių komunikacijos metodų – pvz. bendroji reklama, tiesioginė rinkodara, pardavimų skatinimas ir ryšiai su visuomene – strateginį vaidmenį ir naudoja tuos metodus siekiant aiškumo, nuoseklumo ir maksimalaus komunikacijos poveikio per numatomą pavienių pranešimų integravimą“ (Cit. pagal Kotler P., Užpelkis M. 2005). Tad kultūrinių renginių organizatoriai, vykdydami viešąją komunikaciją, patys sprendžia, kokio tikslo siekia, kuriuos komunikacijos metodus naudoti, kokią auditoriją siekiama pasiekti ir paveikti. Remiantis šiais autoriais, sėkmingai pasirinkta komunikacijos strategija lemia kultūros produkto populiarumą ir matomumą visuomenėje bei tiesiogiai įtakoja ir žiniasklaidos refleksiją.

Teorinėje dalyje tikslinga apibrėžti pagrindinius viešosios komunikacijos metodus: ryšius su visuomene ir reklamą, kadangi atliekant ekspertų interviu, festivalių organizatoriai žiniasklaidą įvardijo kaip pagrindinę viešųjų ryšių ir reklamos priemonę.

Kiekviena organizacija ar institucija skirtingai suvokia ryšių su visuomene funkcijas ir reikšmę. Kultūros produkto ryšiai su visuomene rinkodaros atstovų įvardijami kaip veiksmai, kuriais siekiama paskatinti vartoti kultūros produktą bei palaikyti palankų kultūros įstaigos ir jos teikiamų paslaugų įvaizdį. Kaip vienas iš kultūros produktų ryšių su visuomene aspektų yra jo populiarinimas – gebėjimas lengvai, suprantamai išdėstyti žinią apie jį ir kuo plačiau apie ją paskleisti. Ryšiai su visuomene, arba viešieji ryšiai apima tris pagrindines sritis: bendruomenę, vidinę ir išorinę komunikaciją, kurios kaip pagrindinis elementas įvardijami ryšiai su žiniasklaida. Santykių palaikymas su žiniasklaida ir jos atstovais gali garantuoti vietą temų dienotvarkėje ir renginių ar kultūros produktų matomumą bei suteikiama galimybė sekti teigiamus ar neigiamus atsiliepimus apie organizaciją, ar jos veiklą. Kaip pagrindinės bendravimo su žiniasklaida formos įvardijamas interviu, spaudos pranešimai, spaudos elementai (Užpelkis M., 2005). Pasitelkdami šias bendravimo priemones, kultūros renginių organizatoriai tikslingai reprezentuoja renginius bei tiesiogiai įtakoja teigiamą renginių refleksiją žiniasklaidoje.

Reklama žiniasklaidoje, kaip vienas iš viešosios komunikacijos metodų, komunikacijos rinkodaros atstovų suvokiama kaip prekių ar paslaugų pristatymas ar rėmimas, apmokėtas identifikuojamo užsakovo (Užpelkis M. 2005). Tad reklamos pagrindinis tikslas – kultūros produkto pristatymas. Dažnai ryšiai su visuomene ir reklama yra tapatinami, tačiau pagrindinis skirtumas – už reklamą užsakovas moka, o ryšiai su visuomene apima tik nemokamą (arba tiesiogiai neapmokamą) informavimą spaudoje, per radiją, televiziją ir kitas žiniasklaidos priemones. Dažnai reklama įvardijama ir kaip viena iš viešųjų ryšių priemonių. Reklamos, kaip pagrindinės kultūros renginių viešinimo priemonės, pasirinkimas turi privalumų ir trūkumų. Anot Susan Horner (Užpelkis M. 2005, 177), reklama „gali pasiekti plačią auditoriją, pasižymi gana maža kaina skaičiuojant vienam auditorijos nariui, tačiau didelė reklamos kūrimo ir pateikimo kaina. Reklamą galima pateikti

reguliariai ir įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis, kadangi reklama yra vieša, vartotojai tiki, kad reklamuojamas kultūros produktas yra teisėtas ir žino, kad vartodami jį, bus suprasti ir priimti visuomenėje“. Tačiau nors reklama pasiekia plačią visuomenę, sunku įvertinti jos efektyvumą bei reklama pasižymi mažesniu įtikinamumu lyginant su asmeniniu pardavimu ar viešųjų ryšių strategija.

Bet kokių atveju, kultūrinių renginių organizatoriai, komunikuodami su žiniasklaida reklamos ar viešųjų ryšių tikslais, suinteresuoti pasinaudoti komunikacijos priemonių galia daryti poveikį visuomenei. Kita vertus, žiniasklaidos atstovai selektyviai reprezentuoja tuos renginius, kurie aktualūs jų diskursui. Šiuos santykius ir žiniasklaidos diskurso galią bei funkcijas atskleidžia diskurso analizės samprata ir tradicijos.

III. Diskurso analizė sociologijoje

Antropologijos, lingvistikos, filosofijos, sociologijos ir daugelio kitų mokslo šakų atstovai sutinka, kad diskurso sąvokai būdingas daugiaprasmiškumas. Kasdieninėje kalboje „diskurso“ sąvoka vartojama kaip „diskusijos“ sinonimas, suvokiama kaip šnekėjimo, kalbėjimo būdas“ (cit. iš Telešienės A. 2005, 2). Ši diskurso samprata ypač būdinga lingvistikos atstovams, kuriems diskurso pagrindiniu elementu esti kalba arba šneka.

Humanitariniuose ir socialiniuose moksluose vyrauja dvi diskurso sampratos perspektyvos. Anot A.D.Grimshaw (cit. iš Telešienės A. 2005, 2) pirmiausia diskursas suvokiamas kaip tam tikra subkultūra. Pagal Antrąją perspektyvą diskursas apibrėžiamas kaip tai, ką yra pasakę ar parašę socialiniai veikėjai. Šioje perspektyvoje diskurso analizė domisi kalbėjimu kaip priemone socialiniam žmonių gyvenimui įprasminti. Remiantis pastarąja perspektyva, bendrąja prasme sociologijoje diskursas suvokiamas ir kaip komunikacinio veiksmo procesas. Šio veiksmo materialinė išraiška – tekstas, kuris susideda iš saktinių ir rašytinių simbolių, gestų, garsų. Šiuos elementus veikėjai kombinuoja komunikacijos procese. Diskurso analizė apibrėžiama kaip „metodologija, įgalinanti komunikacinių procesų bei tekstų kaip šių procesų rezultatų analizę“ (Telešienė A, 2005, 1-2).

Van Dijk Teun A. 1980 metais išleistoje knygoje „*Discourse Studies and Education*“ teigia, jog studentai, prieš taikydami diskurso analizę, turi suvokti pagrindines diskurso komunikacijos charakteristikas [vertinas mano]:

- Diskursai ir jų savybės yra susijusios su socio-kultūriniais ir istoriniais kontekstais.
- Diskursas naudojamas kaip kalbos ar socialinis aktas, kuris įtraukiamas į strateginės sąveikos kontekstą.

- Diskursas susijęs su konkrečiais kontekstų tipais, situacijomis ar aplinkybėmis, kuriuose dalyvauja dalyviai, atliekantys specifinius vaidmenis, funkcijas ir kontroliuojami taisyklių bei konvencijų.
- Diskurse atsiskleidžia pranešėjų ketinimai, norai, pomėgiai, interesai ir tikslai.
- Diskurso struktūros gali būti tiriamos keliais lygmenimis: morfologiniu, sintaksiniu, semantiniu.
- Diskurso efektyvumą gali padidinti įvairios retorinės operacijos.
- Diskursai atliekami per sudėtingesnių sistemų neverbalinį arba intertekstualų bendravimą (Van Dijk Teun A. (1980)).

Diskurso analizė, kaip metodologinė prieiga, siejama su rusiškuoju formalizmu ir XX a. vidurio prancūziškuoju struktūralizmu. Sociologijoje jos šaknys susijusios su 7-ajam XX a. dešimtmečiui būdingu makro-sociologine samprata, atmetant struktūrinio funkcionalizmo paradigmą. Vis dėlto šiuolaikinės diskurso analizės atstovai remiasi socialinio konstruktyvizmo ir post-struktūralizmo sociologinėmis paradigmomis (Van Dijk.T.A.,1985a,7). Tad galima teigti, kad diskurso analizė, apimdama įvairias paradigmas, tuo pačiu integruoja daugelį disciplinų, kaip lingvistika, antropologija, filosofija, kultūrologija ir kitas. Todėl būtų neteisinga diskurso analizę įvardinti kaip homogenišką tyrimą, tikslingiau ją suvokti kaip įvairių metodinių priegų rinkinį.

Anot A.Telešienės (2006), metodologinių diskurso analizės tradicijų įvairovę galima suskirstyti pagal diskurso išraiškos formą. Bendriausia prasme, galima skirti pokalbių analizę (angl.k. *conversation analysis*) arba rašytinių tekstų analizę. Pirmoji analizės perspektyva, sąlygojama semiotikos ir lingvistikos, analizuoja vidinius teksto ryšius, o antroji – tekstų analizė, labiau domisi diskursą, t.y tekstą, sąlygojančiais veiksniais.

Diskurso analizės profesorius Van Dijk.T.A. (1985b), atsižvelgdamas į galimų diskurso analizės metodų įvairovę, pateikia pagrindines diskurso analizės metodologines tradicijas: lingvistinė analitinė, aprašomoji funkcionalistinė, interpretacinė ir kritiškosios diskurso analizės tradicija.

Anot profesoriaus, Lingvistinė analitinė tradicija sieja lingvistikos ir semiotikos studijas. Kitaip tariant, analizuojami lingvistiniai diskurso ryšiai, atskleidžiamos tekste užslėptos reikšmės. Tyrimo objektu tampa gramatikos, leksikos, stilistikos ir kiti aspektai.

Aprašomojoje funkcionalistinėje tradicijoje analizės objektu pasirenkamos diskurso funkcijos ir kontekstas. Čia, priešingai negu lingvistinėje tradicijoje, kalba tiriama funkciniu požiūriu, t.y. analizuojama, kaip tikslingai vartojama kalba. Remiantis socio-psichologinėmis, sociologinėmis ir sociolingvistinėmis metodinėmis priegomis, pagrindiniu analizės objektu tampa diskurso kontekstas: gilinamasi į suvokimo, atminties procesus; analizuojamas diskurso socialinis, politinis

kontekstas; išskiriami ir tiriama elementai, įtakojantys diskurso turinį. Čia sociologai analizuoja ryšį tarp socialinių charakteristikų, kaip lytis, rasė, statusas, lytis, ir specifinių žodžių, gramatikos, stiliaus, retorikos naudojimo diskurse (Van Dijk T.A, 1985b).

Remiantis šiuolaikinės interpretacinės sociologijos požiūriu, išskiriama *interpretacinė analizės tradicija*, kuri skiriasi nuo anksčiau minėtų subjektyvumo paradigma. Anot Van Dijk T.A (1985b), „ši tradicija remiasi subjektyvia diskurso medžiagos interpretacija, kai svarbi pačio interpretuotojo asmeninė tos srities patirtis bei moksliskai priimtina tyrėjo empatija interpretuojamiems objektams“. Šią mintį papildoma ir S. Titscher (2000), kuri teigia, kad diskurso interpretacijos rezultatus neišvengiamai įtakoja ir paties mokslininko, atliekančio tyrimą, nuostata, pažiūros bei asmeninės savybės.

Šeštajame bei septintajame XX a. dešimtmetyje taikyta ideologinė diskurso analizė, kuri vėliau peraugo į profesoriaus vadinamą *kritiškąją diskurso analizės tradiciją*. Remiantis ideologine analizės prieiga, diskursas buvo suvokiamas kaip kalbėtojų ar teksto autorių interesų raiškos arena. Čia siekta atskleisti jėgos santykius, interesų konfliktus. Remiantis šiomis tradicijomis, naujai susiformavusios kritiškosios diskurso analizės tyrimo objektu dažnai tampa lyčių santykiai, rasizmas, žiniasklaidos, politikos diskursas. Iš anksčiau minėtų diskurso analizės tradicijų, kritiškoji išsiskiria savo interdiscipliniškumu. Derinant lingvistinės, socialinės bei socialinės kritikos analizės metodus, tiriamas plačiai suvokiamas kontekstas. Anot R. Wodak (cit, iš Telešienės A. 2006, 8), „Čia artikuliuojamas tam tikras dialektinis santykis: situaciniai, instituciniai ir socialiniai kontekstai įtakoja diskursą, tačiau diskursas savo ruožtu taip pat įtakoja socialinę bei politinę realybę“.

Magistro darbe vadovaujama nagrinėtomis sociologinėmis diskurso analizės teorinėmis perspektyvomis bei praktiskai taikoma kritiškoji diskurso analizė, kadangi tyrimo šaltiniu pasirinkta žiniasklaida, kuri suvokiama kaip komunikacijos proceso priemonių rinkinys, kuris tikslingai daro įtaką masinei visuomenei ir yra įtakoje informacijos sklaidėjų bei konteksto.

III.1. Kritiškoji diskurso analizė

Prieš atliekant magistro darbo tyrimą, tikslinga, remiantis S. Titscher (2000), Van Dijk.T.A. (1996) bei R.Wodak (1996) darbais, išsamiau apžvelgti pagrindinius kritiškosios diskurso analizės bruožus ir tradicijas.

Kadangi kritiškoji diskurso analizė yra interdisciplininė metodologija, galima tik apibendrintai apibrėžti jos būdingus bruožus, elementus. Anot Telešienės A. (2005), nėra vieningo modelio, kurį būtų galima pritaikyti kritiškajai diskurso analizei, kuri taikoma atsižvelgiant į specifinius tyrimo tikslus. Kaip teigia S. Titscher (2000, 51), kritiškosios diskurso analizės teoretikai dažniausiai pasirenka funkcinės sisteminės lingvistikos, kognityvinės lingvistikos teorines prieigas, hermeneutiką bei Michel Foucault idėjas, kritinę teoriją. Teorinių prieigų įvairovė lemia ir skirtingą

duomenų analizės metodų spektrą. Žinoma diskurso analizės profesorė R.Wodak bando išskirti pagrindinius kritiškosios diskurso analizės principus (cit. iš Telešienės A. 2006, 9-10):

- Kritiškoji diskurso analizė pirmiausiai suinteresuota socialinių problemų analize. Ji nesidomi kalba ar jos naudojimu *per se*, o greičiau – socialinių ir kultūrinių procesų atspindžiais kalboje.
- Visuomenė ir kultūra suprantamos kaip dialektiškai susijusios su diskursu: visuomenė ir kultūra apsprendžia diskurso formas, raišką, bet tuo pačiu yra atkuriamos ir keičiamos diskurso. Kiekvienas kalbos panaudojimo atvejis atgamina arba transformuoja visuomenę bei kultūrą.
- Kalba gali būti naudojama kryptingai ir selektyviai. Tad reikia analizuoti skirtingas tekstų pateiktis, interpretacijas, suvokimus.
- Diskursai esti istoriniai, tad gali būti suprasti tik santykyje su jų kontekstais. Diskursai ne tik esti įtakoti tam tikrų kultūrų, ideologijų bei istorijos - jie taip pat yra susiję ir su kitais diskursais.
- Diskurso analizė esti interpretacinė ir aiškinamoji. Siekiama sisteminės ryšių tarp teksto ir jo socialinių sąlygų, ideologijų bei galios santykių analizės. Interpretacijos visuomet esti dinamiškos ir atviros naujai informacijai bei naujiems kontekstams.
- Diskursas yra tam tikra socialinio elgesio forma. Kritiškoji diskurso analizė turi būti suprantama kaip socialinė mokslinė disciplina, aiškiai išdėstanti savo socialinius interesus ir siekianti savo atradimus pritaikyti praktiniuose klausimuose. Kritiškoji diskurso analizė dažnai tapatina save su politiškai motyvuotu tyrimu pasižyminčiu emancipacijos principu, kuomet tyrimu siekiama paveikti socialinius santykius ir socialinę realybę.

Remiantis R. Wodak išskirtais kritiškosios diskurso analizės principais, galima tirti socialinius institutus, politinį, lyčių diskursą, žiniasklaidą bei visus kitus diskursus, kuriuose pasireiškia galios santykiai. Bet kokių atveju, Van Dijk.T.A. (1996) kritiškosios diskurso analizės pagrindiniu uždaviniu įvardija siekį nustatyti galios santykius tarp diskurso ir socialinės tikrovės. Anot profesoriaus, kritiškoji diskurso analizė tampa puikia priemone atskleisti viešojo diskurso komunikavimo tikslus, interesus bei nustatyti politinio, sociokultūrinio ar ekonominio dominavimo aspektus. Remdamasis Clegg (1989), Lukes (1986) ir Wrong (1979) darbais, išskiria galios per diskursą reiškimosi būdus [vertimas mano]:

1. Galia reiškiasi santykiuose tarp socialinių grupių, organizacijų ar institucijų. Ypač svarbus socialinės, o ne individualios galios aspektas.
2. Socialinė galia įvardijama kaip grupių ar organizacijų „kontrolė“, „kontroliuojamieji veiksmai“, kuriais siekiama paveikti kitos grupės veiksmus, mintis, tikslingai įtakojant jų žinias, požiūrius, ideologijas.

3. Galia tam tikros grupės ar institucijos gali būti ribojama visa apimčių „centrų“, kaip politika, žiniasklaida, įstatymai, švietimas, verslas, kuriuos atitinkamai kontroliuoja tam tikros elitinės grupės.
4. Dominavimas ar galia suvokiamas kaip piknaudžiavimas turima socialine galia.
5. Galia remiasi privilegijuota prieiga prie tokių vertingų socialinių resursų, kaip turtas, darbas, statusas arba viešojo diskurso, komunikacijos.
6. Socialinė galia ir dominavimas dažnai organizuojami ir oficialiai įtvirtinti, kad būtų galima efektyviau kontroliuoti įprastas galios deklaracijas.
7. Dominavimas reatai būna absoliutus, labiau laipsniškas, ir gali sulaukti didesnio ar mažesnio dominuojančios grupės pasipriešinimo.

Anot Van Dijk.T.A. (1996), ypač dominavimo ar galios poveikis mintims bei pažiūroms pasireiškia kontroliuojant viešajame diskurse ar komunikacijos procese pateikiamas reikšmes. Dominuojanti grupė gali įtakoti ne tik pranešimo turinį, bet ir pakreipti formuojamą požiūrį ar nuostatas jai naudinga linkme. Šie galios santykiai ypač pasireiškia žiniasklaidoje: kas lemia žurnalisto požiūrį, interviuotojo pasirinkimą, kokia žinia bei koku rakursu dominuos naujienose, kieno nuomonei bus leidžiama paveikti visuomenę. Tereškinas A. (2004) taip pat sutinka, kad žiniasklaida yra vienas iš daugelio, tačiau ypač galingų diskursų, įtakančių viešosios auditorijos žinojimą. Jo teigimu, žiniasklaida konstruoja reiškinius ir pateikia juos visuomenei.

Tad žiniasklaida, kaip galingas galios instrumentas, kuris formuoja visuomenės žinojimą, atskleidžia dominavimo santykius, yra tinkamas objektas kritiškai bei visoms skyriuose minėtoms diskurso analizės tradicijoms.

III.2. Diskurso analizė žiniasklaidoje

Žiniasklaidą, kaip mokslinių tyrimų lauką, jau keli dešimtmečiai analizuoja komunikacijos teoretikai, sociologai, lingvistai, psichologai ir daugelis kitų, kuriems aktualios masinės komunikacijos priemonių funkcijos, struktūra, veiklos ar poveikio principai. Remiantis ankstesniuose skyriuose nagrinėtais sociologų darbais, diskurso analizės atstovams žiniasklaida aktuali kaip socialinės tikrovės konstravimo elementas.

Anot Van Dijk.T.A. (1980) žiniasklaida, perduodama informaciją, tiesiogiai daro įtaką visuomenei, pritraukia jos dėmesį bei formuoja nuomones, įsitikinimus, požiūrį netgi pakeičia patį komunikavimo procesą. Todėl žiniasklaidos diskurso analizė tampa priemone atskleisti šį komunikacijos procesą.

Van Dijk.T.A. (1980) siūlo kelias žiniasklaidos diskurso analizės galimybes, kuriomis galima atsekti ir išanalizuoti diskurso elementus [vertimas mano]:

DISKURSO ELEMENTAS	GALIMAS ANALIZĖS OBJEKTAS
Naudojamas kontekstas	<p>Kurioje kultūroje naudojamas tekstas?</p> <p>Iš kokio istorinio laikotarpio yra tekstas?</p> <p>Kokioje tipiškoje socialinėje situacijoje naudojamas ar gali būti panaudojamas tekstas?</p> <p>Kas yra ar gali būti teksto pranešėjas?</p> <p>Kokiai auditorijai yra adresuotas pranešimas?</p> <p>Kokie yra pranešėjo ar rašytojo tikslai ar interesai?</p>
Gramatinė struktūra	<p>Ar tekstas pateikiamas tradicine kalba, ar tam tikro regiono dialektu?</p> <p>Ar sakinio struktūra atitinka kalbines normas?</p> <p>Koks semantinis ryšys tarp sakinių?</p> <p>Kokie pateikiami kiti elementai, susiję su vietiniu lygmeniu?</p> <p>Kokia yra teksto tema, turinys, globali idėja, ir kaip tai išreiškiama antraštėse, vartojamais žodžiais, sakiniais?</p> <p>Kokios kalbos aktai atliekami?</p> <p>Ar atliekamas globalios kalbos aktas?</p>
Kita diskurso struktūra	<p>Kokios struktūros tekstas? Ar jis aprašomasis, analitinis, ir kaip ši struktūra pateikiama tekste?</p> <p>Kokia stilistinė teksto struktūra: tartis, leksinis pasirinkimas, sakinių ilgis ir semantiniai ryšiai ir kt. ?</p> <p>Kokie naudojami retoriniai elementai, kaip metaforos, aliteracija, hiperbolė ir kt.?</p>
Sąveikos sąvybės	<p>Kas kam kalba?</p> <p>Kas lemia, pateikia pranešimo kryptį?</p> <p>Kokių strateginių veiksmų imasi kalbėtojas, kad pasiektų norimą tikslą?</p> <p>Kokie socialiniai aktai yra įtakojami, skatinami kalbėtojo (pagalba, pasipriešinimas...)?</p> <p>Kokie rolių ar statusų skirtumai atskleidžiami tekste?</p>
Pranešimas	Kokie yra rašymo ar kalbėjimo bruožai?

	<p>Kokia veido išraiška, gestai, galvos padėtis, laikysena apibūdina kalbėtoją arba klausytoją?</p> <p>Kokiais kitais veiksmais perteikiamas pranešimas: juoku, pykčiu?</p>
--	---

Pav.5. Diskurso analizės elementai (sudaryta pagal Van Dijk.T.A. (1980).

Telešienė A. (2006), remdamasi profesoriaus pateiktomis diskurso analizės perspektyvomis, siūlo išskirti šias pagrindines diskurso analizės dimensijas:

1. Turinį: dėmesio objektas, tema ar klausimas, objektą aprašantys ir vertinantys teiginiai:

Anot sociologės, diskurso turinį sudaro įvairūs teiginiai apie dėmesio objektą, o pats turinys nusakomas per temas. “Temos nusako, apie ką yra tas diskursas, jos organizuoja patį diskurso vyksmą ir suteikia bene svarbiausią informaciją apie diskursą. Temos parodo, į ką orientuojasi kalbėtojai, organizacijos ar grupės. Dažniausiai temos išreiškiamos diskurse tekstų pavadinimuose, antraštėse, abstraktuose, santraukose, tematiniuose sakiniuose ar išvadose“ (Telešienė A. ,2006, 15). Turiniui taip pat svarbūs vartojami žodžiai ir jiems rašytojo subjektyviai suteikiamos reikšmės.

2. Diskurso dalyvius bei diskurso kontekstą (dažnai diskurso dalyviai analizuojami kaip konteksto dalis):

Kontekstą siūloma suprasti dvejopai. Remiantis Van Dijk.T.A. teorija, teigiama, kad „pirmiausiai kontekstas suprantamas kaip socialinės, politinės, kultūrinės ir istorinės struktūros, kuriose vyksta diskursas. Tokie kontekstai (jų aprašymas ir analizė) leidžia geriau suprasti ir paaiškinti vykstantį diskursą. Kontekstas diskurso analizėje taip pat suprantamas ir kaip tiesioginė diskurso vyksmo situacija, kur dažnai aprašoma diskurso vyksmo sfera (politika, verslas ir kt.), įvardijami diskurso dalyviai, jų santykiai. Tai leidžia paaiškinti kalbos naudojimo skirtingumus, situacinius skirtumus“ (Telešienė A. ,2006, 15). Apibendrinant konteksto įtaką, tikslinga pacituoti Van Dijk.T.A. mintį, jog „ką mes sakome, kaip sakome priklauso nuo to, kas kalba, su kuo kalba, kada ir kur kalba, koku tikslu kalba“ (cit. iš Telešienė A. ,2006, 16).

Tad abu diskurso tyrėjai vienareikšmiškai sutinka, kad žiniasklaidos diskurso analizei vienodai reikšmingas diskurso turinys ir kontekstas, kuris ne tik įtakoja pranešimo turinį, bet ir pats yra vienaip ar kitaip veikiamas konteksto.

Anot Telešienės A. (2006, 17), diskurso analizės metodas veiksmingas žiniasklaidos tyrinėjimams, jei „norima atsekti, ką apie tam tikrą dėmesio objektą sako skirtingi veikėjai, kaip jų pasisakymai yra įgalinti bei apriboti esamos kultūrinės sąrangos, bei – kaip pasisakymai, kalba įtakoja esamą kultūrinę realybę. Jei informacijos šaltinis yra pasikartojantys komunikaciniai veiksmai (sakytinis ar rašytinis) vykstantys tam tikromis aplinkybėmis. Jei norima sistemiškai aprėpti visumą duotoje

kultūroje egzistuojančių požiūrių į kokį nors dalyką ir nenorite tų požiūrių provokuoti ar įtakoti išankstiniu moksliniu žinojimu“.

Kaip buvo minėta ankstesniuose skyriuose, diskurso analizė nėra homogeniška metodologija, todėl žiniasklaidos diskurso analizei galimos įvairios duomenų rinkimo ir analizės perspektyvos. Kaip ir vienas iš diskurso analizės metodų galima kiekybinė (kontent) analizė.

Diskurso tyrimuose kiekybinė (kontent) analizė yra vienas iš nedaugelio taikomų metodikų. Pasak A. Telešienės (2005), kuri remiasi Van Dijk.T.A., kiekybinėje diskurso analizėje analitinėmis kategorijomis tampa ir atskiri žodžiai, sakiniai, ir labiau *ad hoc* analizės vienetai, tokie kaip straipsnių antraštės, temos, tekstų apimtis. Anot autorės, tokio tipo analizė tikslinga turint daug diskurso medžiagos ir norint pritaikyti įvairius statistinius duomenis. Kiekybinės analizės naudingumą patvirtina ir Van Dijk.T.A. (1998) teigdamas, jog „kompiuterizuotas tekstų aprašymas suteikia papildomos informacijos kokybinei analizei, tad dažnai pasitaiko šių dviejų metodų integracija“.

Remiantis šiomis žiniasklaidos diskurso analizės perspektyvomis ir atliekamas magistro darbo tyrimas.

IV. Festivalių refleksijos žiniasklaidos diskurse tyrimas

IV.1. Tyrimo metodologija

Siekiant magistro darbo tyrimo išsamumo ir objektyvumo, buvo pasirinkta kiekybinė (kontent) ir kokybinė diskurso analizė, taip pat atliktas ekspertų interviu.

Kiekybinis metodas leido susisteminti tiriamąją medžiagą ir išskirti tyrimo kategorijas, kuriomis atskleidžiamas žiniasklaidos santykis su auditorija: publikacijų kiekis, vieta ir apimtis, tematika bei vizualinis kontekstas.

Atliekant kokybinį žiniasklaidos diskurso tyrimą, siekiama išsiaiškinti, kokiais aspektais žiniasklaida reflektuoja tiriamus festivalis. Šiam tikslui pasiekti pasirinkta kritiškoji diskurso analizė. Taikant teorinėje dalyje aptartomis diskurso analizės teoretikų (Telešienės A. ir Van Dijk.T.A.) žiniasklaidos diskurso analizės dimensijomis, tiriamas spaudos ir internetinės žiniasklaidos publikacijų turinys, diskurso dalyviai, kontekstas bei abipusis santykis tarp jų. Žiniasklaida turi galią mums perduoti ne tik objektyvią, bet ir subjektyviai sukonstruotą tikrovę. Būtent dėl to ir svarbu išnagrinėti jos galimybes perduodant informaciją konstruoti visuomenės supratimą arba žinojimą. Vienas iš būdų į tai pažvelgti kritiškiau – kritiškoji diskurso analizė, leidžianti visapusiškai išanalizuoti tiek pranešimų turinį, tiek pateikimo būdus ir kontekstą. Kritiškojoje diskurso analizėje taip pat akcentuojamas publikacijų autorių interesas, sociokultūrinis pagrindas. Tad išsiaiškinus, kokiais aspektais festivaliai atspindimi žiniasklaidoje, paaiškėja ir publikacijų rengėjų interesai bei formuojama visuomenės nuomonė apie tiriamus festivalius.

Siekiant tyrimo visapusiškumo, kaip papildoma kokybinio tyrimo priemonė pasirinktas ir ekspertų interviu. Anot Tidikio R. (2003, 467), „ekspertai dėl savo profesinės ir gyvenimo patirties turi didžiausią kompetenciją ir patikimiausią bei pakankamai išsamią informaciją apie tiriamą problemą. Iš jų tyrėjas gali gauti maksimalią ir detalią informaciją apie tiriamą objektą, aptarti ir patikrinti tyrimo hipotezes, įvertinti įvairias tyrimo metodikas, susidaryti tikslesnę tyrimo proceso programą“. Taikant šį metodą, buvo apklausti 3 vietinės žiniasklaidos atstovai ir festivalio organizatoriai. Interviu siekta išsiaiškinti, kokie veiksniai lėmė spaudos ir internetinių portalų turinį bei ištirti organizatorių santykį su žiniasklaida: ar žiniasklaidos formuojama nuomonė apie tiriamus festivalius turi įtakos patiems organizatoriams. Atskleistas organizatorių žiniasklaidos diskurso vertinamasis aspektas.

IV.2. Kiekybinė žiniasklaidos diskurso analizė

Kaip buvo minėta darbo įvade, tyrimo šaltiniu pasirinktos 2006-2011 metų publikacijos vietinėje ir respublikinėje spaudoje, bei didžiuosiuose naujienų portaluose. Išanalizuoti Šiaulių miesto ir apskrities dienraščiai „Šiaulių kraštas“ ir „Šiaulių naujienos“, savaitraštis „Šiauliai plus“ bei respublikiniai dienraščiai „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“. Siekiant iširti internetinės žiniasklaidos diskursą, buvo pasirinkti lankomiausi naujienų portalai: alfa.lt, balsas.lt, delfi.lt, 15min.lt, lrytas.lt ir etaplius.lt. Kiekybinė šių žiniasklaidos priemonių publikacijų analizė leidžia atskleidžia, kiek ir kokiems žiniasklaidos atstovams šie festivaliai yra aktualūs. Tuo pačiu galima atsekti, kokia auditorija yra pasiekama.

IV.2.1. Publikacijų kiekis

Magistro darbo tyrimo imtį sudaro 143 publikacijos: apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ tyrimo šaltiniuose rasta 113 publikacijų, apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ - 30. Tai beveik keturis kartus mažiau negu apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį.

Apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ internetinėje žiniasklaidoje skelbiama tik keliomis publikacijomis daugiau negu spausdintinėje. Kiekybiniai duomenys rodo, kad daugiausia apie festivalį rašė Šiaulių naujienų portalas etaplius.lt, o mažiausiai – alfa.lt, balsas.lt. Iš lankomiausių naujienų portalų, orientuotų į visą Lietuvos visuomenę, daugiausia publikacijų skelbta naujienų portale delfi.lt (Žr. Pried. Nr. 3, 5 pav.). Panaši tendencija būdinga ir spausdintinei žiniasklaidai. Daugiausia publikacijų skelbia vietinė spauda. Didžiausias kiekis publikacijų rastas dienraštyje „Šiaulių kraštas“, o „Šiaulių naujienose“ ir savaitraštyje „Šiauliai plus“ – beveik keturis kartus mažiau. Lietuvos respublikos dienraščiuose „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“ rasta tik po vieną publikaciją.

Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivaliui „Ant rubežiaus“ tiriamajame žiniasklaidos diskurse didesnę dėmesį skiria internetinė žiniasklaida: iš 33 publikacijų 19 rasta tiriamuose naujienų portaluose (Žr. Pried. Nr. 3, 6 pav.) Spausdintinės žiniasklaidos diskurse taip pat dominuoja dienraštis „Šiaulių kraštas“ ir naujienų portalas etaplius.lt. Apie festivalį „Ant rubežiaus“ nerasta nė vienos publikacijos respublikinėje spaudoje. Iš naujienų portalų, orientuotų į šalies visuomenę, daugiausia publikacijų skelbta portale delfi.lt.

Lyginant festivalių pateikimą žiniasklaidos diskurse publikacijų kiekio aspektu, matyti, kad apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį rašyta keturis kartus dažniau negu apie kapelių festivalį „Ant rubežiaus“. Publikacijų kiekis atskleidžia, kad tiriami festivaliai labiau aktualūs vietinei

žiniasklaidai, ypač dienraščiui „Šiaulių kraštas“ ir naujienų portalui etaplius.lt. Tad žiniasklaidos refleksija pasiekia ir tuo pačiu formuoja ypač Šiaulių miesto ir regiono gyventojų nuomonę apie festivalius.

IV.2.2. Publikacijų vieta ir apimtis

Spaudoje ir internetiniuose naujienų portaluose informacija pagal turinį pateikiama tam tikrose skiltyse. Publikacijų, straipsnių rengėjai, siekdami sudominti skaitytoją, pirmajame puslapyje ar aktualijų skiltyje pateikia tos dienos svarbiausius įvykius, o visa kita informacija išskaidoma pagal tematiką. Skaitytojui suteikiama teisė pasirinkti straipsnius jam aktualia tema. Tad atliekant žiniasklaidos diskurso analizę, svarbu yra iširti, kurioje dienraščio ar naujienų portalo vietoje yra talpinamos publikacijos. Straipsnių priskyrimas tam tikrai skilčiai lemia renginių aktualumą, išskirtinumą. Šiuo atveju publikacijos vietos analizė leidžia iširti, ar žiniasklaidos atstovai tiriamus festivalius pateikia kaip aktualiją, ar labiau kaip kultūros įvykį, pramogą. Festivalių aktualumą parodo ir publikacijų apimtis.

„Saulės žiedo“ konkurso-festivalio įvykiai ar naujienos „Šiaulių krašte“, „Šiaulių naujienose“ ir savaitraštyje „Šiauliai plus“ dažniausiai pateikiamos kaip tos dienos aktualija, tema, o dvi publikacijos rastos ir pirmame puslapyje (Žr. Pried. Nr. 3, 7 pav.). Tokį dėsningumą lemia tai, jog dauguma straipsnių buvo publikuojama kelios dienos prieš festivalį ir jo metu.

Ypač kaip aktualiją „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį pateikia dienraštis „Šiaulių kraštas“. Rasti penki straipsniai, kurių įžanginė dalis pateikiama pirmame puslapyje, o visas turinys perkeliamas į aktualijų, ar kultūros skiltį. 2007 ir 2009 metais šiame dienraštyje buvo išskirta atskira rubrika šiam festivaliui. Tad pasitvirtina anksčiau išsakyta mintis, kad šis dienraštis labiausiai viešino festivalį ir darė didžiausią įtaką visuomenės nuomonės formavimui. Respublikinėje spaudoje informacija apie festivalį skelbta tik rubrikose Lietuvos, krašto žinios. Dienraščiai „Lietuvos rytas“ ir „Respublika“ festivalį suvokia tik kaip aktualų Šiaulių krašto visuomenei.

Internetinėje žiniasklaidoje, apie festivalį publikacijos ir informacija dažniausiai skelbta kultūros, laisvalaikio ir pačių skaitytojų siūstos informacijos rubrikose (Žr. Pried. Nr. 3, 8 pav.). Tai leidžia daryti išvadą, kad festivalis suvokiamas kaip aktualus tai auditorijai, kuri domisi kultūriniu gyvenimu ir laisvalaikio praleidimu. Tačiau naujienų portale etaplius.lt 2011 metais buvo išskirta atskira rubrika, kurioje talpinta visa informacija ir straipsniai apie festivalį (34 publikacijos).

Kultūrinių renginių aktualumą atskleidžia ir publikacijos apimtis. Kuo didesnės apimties straipsnis, tuo išsamiau analizuojami renginiai, jų turinys, įvykiai. Vietinėje spaudoje apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ dominavo trumpos žinutės apimties (100-300 žodžių) publikacijos, taip pat dažniausiai straipsniams skirta po pusę puslapio (Žr. Pried. Nr. 3, 9 pav.).

Daugiausia vietos dienraštyje festivaliui skyrė „Šiaulių kraštas“. Respublikinė spauda apsiribojo tik trumpomis žinutėmis.

Internetinėje spaudoje, skirtoje Lietuvos visuomenei, dominavo 200-400 žodžių apimties straipsniai arba informaciniai pranešimai (Žr. Pried. Nr. 3, 10 pav.). Naujienų portale etaplius.lt vyravo nuo 100 iki 600 žodžių apimties publikacijos. Keturi straipsniai siekė ir tūkstančio žodžių apimtį, o dvejas publikacijas sudarė daugiau negu tūkstantis žodžių.

Kiekybinė analizė atskleidė, kad spaudoje Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ kaip ir „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis kaip aktualija ypač pristatomas dienraštyje „Šiaulių kraštas“, o internetiniuose portaluose informacija ir straipsniai talpinami kultūros rubrikoje (Žr. Pried. Nr. 3, 11, 12 pav.). Festivaliui „Ant rubežio“ spauda skiria nuo pusės iki puslapio, tačiau taip pat vyrauja trumpos apimties žinutės (Žr. Pried. Nr. 3, 13 pav.). Internetiniuose portaluose dominuoja 200-400 žodžių apimties straipsniai ar informaciniai pranešimai (Žr. Pried. Nr. 3, 14 pav.).

Atskleistas dvejopas abejų festivalių traktavimas: vietinė spauda festivalius pristato kaip svarbų tos dienos įvykį, o internetiniai portalai juos interpretuoja tik kaip kultūrinio gyvenimo elementą. Straipsnių apimties atžvilgiu, abiem festivaliams skiriamas panašus dėmesys. Kaip parodė publikacijų kiekio analizė, apie abejus festivalius dažniausiai rašė dienraštis „Šiaulių kraštas“ bei naujienų portalas etaplius.lt, todėl tendencinga, kad šiose žiniasklaidos priemonėse festivaliai dažniausiai ir pateikiami kaip dienos aktualija, bei straipsniai pasižymi plačia apimtimi.

IV.2.3. Publikacijų tematika

Bene svarbiausias žiniasklaidos diskurso analizės elementas yra straipsnių ar publikacijų temos, kurios ir konstruoja patį diskursą. Van Dijk T. A (1998) teigimu, tema ne tik parodo į ką yra orientuotas kalbėtojas, bet leidžia suprasti, kas yra kalbėtojas, ką jis nori perteikti, koks jo tikslas.

Žiniasklaidos atstovai patys nusprendžia apie ką turi būti rašomas straipsnis. Jų sprendimas ir lemia publikacijos aktualumą, jos apimtį, tikslinę auditoriją. Šiuo atveju temos pasirinkimas rodo kam skiriamas didžiausias dėmesys, kokie probleminiai klausimai analizuojami.

Atliekant kiekybinę analizę, buvo išskirtos kategorijos, kurios leido susisteminti publikacijas pagal tematiką. Publikacijų tematiškumas atskleidžia: ar žiniasklaida suinteresuota tik pristatyti festivalius, kokie analizuojami probleminiai klausimai, ar pateikiamas tiesioginis festivalio vertinimas. Tematiškumas atskleidžia ir žiniasklaidos diskurso platumą ir išsamumą.

Pagal spaudos ir naujienų portalų publikacijų antraštes ir turinio tematiką tyrimo metu išryškėjo šios publikacijų apie konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ temų kategorijos: festivalio pristatymas,

festivalio renginiai, festivalis kaip konkursas, nuomonė apie festivalį, kolektyvai, jų šalies kultūra, festivalio finansavimas, skandalai.

Spausdintinėje žiniasklaidoje minėtomis temomis daugiausia publikacijų rasta dienraštyje „Šiaulių kraštas“. Čia atskira tema išskiriamas ir Nepalo kolektyvo skandalas, kuris sulaukė visos Lietuvos žiniasklaidos dėmesio (2011 metais Nepalo kolektyvas, nepranešęs organizatoriams, pabėgo iš festivalio). Mažiausiai publikacijų rasta apie (Žr. Pried. Nr. 3, 15 pav.). Skirtingai negu „Šiaulių krašte“, dienraštyje „Šiaulių naujienos“ didžiausias dėmesys skiriamas festivalio finansavimo klausimui. Čia tiesiogiai pateikiamas kultūros politikos kontekstas, kuris ypač aktualus kritiškajai diskurso analizei. Publikacijos šia tema dažniausiai pateikiamos aktualijų ir pirmame puslapyje bei išsiskiria didele apimtimi. Čia pateikiamas ir festivalio vertinimas, tačiau tik finansavimo ir kultūros politikos kontekste. Iš minėtų temų „Šiaulių naujienose“ skelbiamos tik kelios publikacijos apie patį festivalį, jo renginius. Savaitraštis „Šiauliai plus“, priešingai negu anksčiau minėti dienraščiai, labiausiai orientuojasi į bendrą festivalio pristatymą. Šiek tiek paliečiamas finansavimo klausimas ir pateikiamos kelios nuomonės. Kaip rodo tyrimo duomenys, „Lietuvos rytas“ tik pristato festivalį, o dienraštis „Respublika“ domisi tik Nepalo kolektyvo skandalu.

Internetinėje žiniasklaidoje minėtas temas labiausiai palietė naujienų portalas etaplus.lt (Žr. Pried. Nr. 3, 16 pav.). Čia didžiausias dėmesys skiriamas atskiriems festivalio renginių aprašymams, bei pačio festivalio pristatymui. Pateikiamos kelios nuomonės apie festivalį, bei aprašoma konkursinė dalis. Keliais straipsniais pristatomi ir festivalio dalyviai iš užsienio. Skirtingai negu spausdintinėje žiniasklaidoje, čia nesureikšminamas finansavimo klausimas, o Nepalo kolektyvo skandalas minimas tik vienoje publikacijoje. Iš didžiausių naujienų portalų temų įvairove skiriasi delfi.lt portalas, tačiau didžiausias dėmesys skiriamas Nepalo kolektyvo skandalui. Kaip ir portaluose alfa.lt, balsas.lt bei lrytas.lt pristatomas festivalis, atskiri jo renginiai. Naujienų portalas 15min.lt ypač dėmesį skiria atskiriems festivalio renginiams. Internetinės žiniasklaidos orientavimąsi tik į festivalių pristatymą pateisina tai, jog didžioji dalis informacijos pateikiama pačių organizatorių. Kaip rodo kiekybinė analizė, naujienų portaluose 80% publikacijų yra arba tiesioginė organizatorių informacija, arba paruošta remiantis jų pateiktais pranešimais. Tad šiuo atveju internetinė žiniasklaida atskleidžia organizatorių interesus.

Susistemines publikacijas apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“, išryškėjo iš dalies panašios temų kategorijos kaip ir apie konkursą-festivalį „Saulės žiedas“. Čia taip pat pateikiamas festivalio pristatymas, renginiai, nuomonė apie festivalį, dalyviai, skandalai.

Visomis minėtomis temomis apie festivalį rašė dienraštis „Šiaulių kraštas“. Priešingai negu straipsniuose apie konkursą-festivalį „Saulės žiedas“, čia didžiausias dėmesys skiriamas festivalio ir jo renginių pristatymui. Finansavimo klausimas, kuris buvo ypač aktualus publikacijose apie

„Saulės žiedo“ konkursą-festivalį, neišskiriamas kaip atskira tema, tik paliečiamas bendrai pristatant festivalį. Tik po vieną publikaciją rasta apie festivalio dalyvius, renginius ir jų vertinimą. „Šiaulių naujienos“ labiau orientuojasi į festivalio metu vykusius skandalus (higienos normų pažeidimai prekybininkų mugėje, neteisėtas mokesčių rinkimas), tačiau trumpai pristatomas ir festivalis, aprašomi renginiai, pateikiama viena nuomonė apie festivalį. Savaitraštis „Šiauliai plus“ kaip ir buvo minėta anksčiau, orientuojasi tik į festivalių pristatymą (Žr. Pried. Nr. 3, 17 pav.)

Internetinėje žiniasklaidoje vengiama gilesnio festivalio atspindėjimo, apsiribojama tik festivalio, jo renginių paminėjimu. Minėtas temas taip pat labiausiai atskleidė naujienų portalas etaplius.lt. Čia orientuojamasi į festivalio bendrą pristatymą, taip pat minimi atskiti renginiai. Naujienų portaluose delfi.lt ir lrytas.lt daugiau dėmesio skiriama festivalio kontekstui - Šiaulių kultūriniais renginiais, negu pačio festivalio pristatymui. 15min.lt portalas dėmesio vertu laiko tik festivalio bendrą pristatymą (Žr. Pried. Nr. 3, 18 pav.). Lyginant publikacijų rengėjus, internetinėje žiniasklaidoje vyrauja portalų žurnalistų paruošta informacija, tačiau talpinta ir organizatorių bei keli BNS pranešimai.

Apibendrinant publikacijų tematiškumą, tiriamos žiniasklaidos atstovai skirtingai atspindi festivalius. Dienraštis „Šiaulių kraštas“ atlieka plačią refleksiją, kadangi labiausiai atspindi išskirtomis temomis abu festivalius. Tačiau lyginant temų išsamumą, vis dėlto vengiama gilesnio festivalio „Ant rubežiaus“ atspindėjimo, didesnis dėmesys skiriamas atskiriems konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ renginiams ir jų vertinimo pateikimui. Dienraštis „Šiaulių naujienos“, remiantis teorinėje dalyje išskirtomis Deniso McQuail (1994) žiniasklaidos metaforomis, kaip „*filtras*“, parenka ką skaitytojams verta žinoti, o ką ne. Kaip rodo tyrimo duomenys, šis dienraštis suinteresuotas pateikti skandalingą informaciją, o savaitraštis „Šiauliai plus“ apsiriboja bendru festivalių pristatymu. Tos pačios tendencijos būdingos ir respublikinėje spaudoje. Internetinėje erdvėje temų išsamumu pasižymi naujienų portalas etaplius.lt. Portalai, skirti Lietuvos auditorijai, apsiriboja festivalių pristatymu ir skandalų išviešinimu. Tematiškumo aspektu, internetinėje žiniasklaidoje mažiausiai reprezentuojamas festivalis „Ant rubežiaus“.

IV.2.4. Publikacijų vizualinis kontekstas

Žiniasklaidos diskurse kuriant pirmąjį išpūdį bei siekiant suformuoti vizualinį kontekstą prie publikacijų pateikiamos fotografijos. Van Dijk T. A teigimu, diskursas yra konteksto vyksmo situacija, veiksmo aplinka, sfera, dalyviai bei santykiai tarp jų. Tad fotografiją galima įvardinti kaip priemonę atskleisti kontekstą. Vaizduojant festivalių dalyvius, renginių akimirkas, konstruojamas vizualusis kontekstas, kuris papildo ir suteikia daugiau informacijos.

Kiekybinė diskurso analizė parodė, kad spaudoje bei naujienų portaluose dažniausiai apsiribojama 1-3 nuotraukomis, kuriose vaizduojamos akimirkos iš festivalių, dalyviai, organizatoriai, Šiaulių bulvaras, akimirkos iš kitų festivalio renginių. Naujienų portaluose publikacijų turinys papildomas ir video medžiaga.

Dienraštyje „Šiaulių kraštas“, kaip ir kitoje tirtoje spaudoje, apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį dažniausiai pateikiama po vieną ar tris nuotraukas. Dienraštyje „Šiaulių naujienos“ didžioji dalis publikacijų pateikta be vaizdinės medžiagos (Žr. Pried. Nr. 3, 19 pav.). Internetiniuose portaluose apie „Saulės žiedo“ festivalį daugiausia nuotraukų pateikia 15 min.lt ir lrytas.lt portalai (Žr. Pried. Nr. 3, 20 pav.). Čia trumpas žinutes apie festivalį papildė nuo 31-32 nuotraukos. Etaplus.lt portale taip pat vyravo 1-3 nuotraukos, tačiau rastos 6 publikacijos su 4-9 nuotraukomis.

Panaši tendencija būdinga ir publikacijoms apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“. Dominuoja nuotraukų skaičius nuo 1 iki 3, tačiau pasitaikė ir publikacijų be jokios vaizdinės medžiagos. Šį kartą didžiausią kiekį nuotraukų apie festivalį pateikė „Šiaulių naujienos“ (Žr. Pried. Nr. 3, 21 pav.). Internetinėje spaudoje daugiausia fotografijų pateikia portalas etaplus.lt, kur dominuoja 1–3 nuotraukos, tačiau rastos dvi publikacijos, kurias papildė 19 ir 38 fotografijos (Žr. Pried. Nr. 3, 22 pav.).

Siekiant atskleisti vizualųjį kontekstą, aktualus fotografijų turinys. Anot Urbono V. (2007, 62), spaudos fotografija atlieka informacinę ir iliustracinę funkciją. Pirmuoju atveju nuotraukos turinys skaitytojui perduoda pagrindinę informaciją, kurią pateikia publikacijos tekstas, o iliustracinė fotografija tik papildė arba konkretizuoja publikacijos turinį. Internetinėje žiniasklaidoje nereatai nuotraukos atlieka svarbesnį vaidmenį negu straipsnio ar publikacijos tekstas. Tad tiriamojo žiniasklaidos diskurso vizualųjį kontekstą galima analizuoti pagal autoriaus įvardintas spaudos fotografijos funkcijas.

Dienraščio „Šiaulių kraštas“ spaudos fotografijos atlieka abejas funkcijas. Kaip buvo minėta tyrime, šio dienraščio publikacijos apie festivalius pasižymi plačiu tematiškumu, todėl ir vizualusis kontekstas ne tik papildė publikacijas, bet ir suteikia pagrindinę informaciją. Pastebėta tendencija, kad spaudos fotografijomis siekiama tiesiogiai perteikti pasirodymų, renginių akimirkas, pateikiami organizatoriai, žiūrovai, dalyviai. Ypač gausiomis fotografijomis papildomas publikacijų turinys apie „Saulės žiedo“ dalyvių kultūrą, folkloro elementus (apranga, muzikos instrumentai). Ta pati tendencija būdinga ir savaitraščiui „Šiauliai plus“. Dienraščio „Šiaulių naujienos“ spaudos fotografijos labiau atlieka iliustracinę funkciją. Kaip atskleidė publikacijų temų analizė, šio dienraščio atstovams aktuali skandalinga informacija, todėl vizualiuoju kontekstu siekiama tiesiogiai arba užkoduotai perteikti skandalo esmę, dalyvius. Tokiu būdu papildomas ir sustiprinamas publikacijos turinys. Pastebėta tendencija, kad negausiose fotografijose vaizduojami įvykiai ar asmenys, kuriais formuojamas neigiamas festivalių vertinimas.

Naujienų portalo etaplius.lt vizualiajam kontekstui būdingos tos pačios tendencijos, kaip ir dienraščiui „Šiaulių kraštas“ ar savaitraščiui „Šiauliai plus“ – spaudos fotografijos atlieka informacinę bei iliustracinę funkciją. Priešingai negu Šiaulių naujienų portale, lrytas.lt, 15min.lt portaluose pateikiamos gausios fotografijų galerijos tiesiogiai atlieka informacinę funkciją. Dažniausiai publikacijoje trumpai pristatomi festivaliai ir skaitytojui suteikiama galimybė iš nuotraukų pačiam susidaryti festivalio vaizdinį. Naujienų portaluose alfa.lt, balsas.lt bei delfi.lt fotografijos atlieka iliustracinę funkciją. Pastebėta tendencija, kad dominuoja asociatyvinės fotografijos: pristatant festivalių programas, pateikiami festivalių logotipai, Šiaulių bulvaras, dainuojanti mergina ar vaikinai; aprašant Nepalo kolektyvo skandalą, vaizduojamas nepalo kultūros atstovas, lagaminas. Tai leidžia daryti išvadą, kad šių portalų vizualusis kontekstas tik simboliškai iliustruoja publikacijų turinį.

Internetinėje žiniasklaidoje pasitelkta ne tik fotografijomis, bet ir filmuota medžiaga. Naujienų portale etaplius.lt rastos trys publikacijos apie konkursą-festivalį „Saulės žiedą“, kurių turinį ne tik papildo, bet dažnai ir pagrindinę mintį atskleidžia video reportažas. Šiame portale taip pat rasti šeši videoreportažai apie festivalį „Ant rubežiaus“.

Publikacijų vizualiojo konteksto analizė atskleidė, kad tiriamajame žiniasklaidos diskurse festivaliai reflektuojami ne tik išskiriant ir aktualizuojant tam tikras temas, bet ir pasitelkiant spaudos fotografiją. Nuotraukos atlieka informavimo ir iliustravimo funkcijas, kurios priklauso nuo informacijos skleidėjo tikslo, kiek plačiai ir išsamiai siekiama reprezentuoti festivalius.

IV.3. Kokybinė žiniasklaidos diskurso analizė

Kiekybinės analizės metu atskleista, kiek ir kokiems žiniasklaidos šaltiniams analizuojami festivaliai yra aktualūs, ir kuris festivalis sulaukia didesnio žiniasklaidos, o tuo pačiu ir visuomenės dėmesio. Tyrimo metu taip pat išanalizuota, kokiomis temų kategorijomis ir vizualiuoju kontekstu pateikiami festivaliai. Siekiant ištirti publikacijų turinį ir išskirti aspektus, kuriais žiniasklaidos diskurse atspindimi tiriami renginiai, taikant kritiškąją diskurso analizę, atliekamas kokybinis publikacijų turinio tyrimas.

Atlikus kokybinę diskurso analizę, paaiškėjo, kad skirtingų tematikų publikacijose išryškėja tie patys festivalių refleksijos aspektai: kultūrinis, politinis ir pramoginis. Remiantis teorinėje dalyje pagal G. Salem (2004) sudaryta festivalių tikslų klasifikacija, žiniasklaidos diskurse šiais aspektais atskleidžiami ekonominiai, kultūriniai/socialiniai bei politiniai renginių tikslai. Kaip parodys tolimesnė kokybinė diskurso analizė, tiriamoje žiniasklaidoje pateikiama festivalių svarba Šiaulių

miesto ir jo kultūrinio gyvenimo kontekste. Ypač išskiriamas politinis kontekstas, kuriame išryškėja kultūros politikos ir dvejopas festivalių vertinimas. Šiame kontekste tiesiogiai įvardijami ir subjektyviai vertinami konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ politiniai tikslai. Kultūriniu aspektu pateikiama festivalių etnokultūrinė ir tarpkultūrinė reikšmė. Šie aspektai ypač aktualūs publikacijose apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“, o Lietuvos kaimų kapelų ir kapelių festivalis „Ant rubežiaus“ labiau reprezentuojamas pramoginiu aspektu, kuriuo atskleidžiamas festivalio ekonominis tikslas.

IV 3.1. Festivalių reikšmė Šiaulių kultūrinėje erdvėje

Atlikus publikacijų turinio kokybinę analizę, matyti, kad žiniasklaidoje atskleidžiama festivalių reikšmė Šiaulių kultūriniam gyvenimui. Pateikiamas festivalių vaidmuo kitų Šiaulių miesto kultūrinių renginių kontekste bei pasitelkiamas organizatorių ir ekspertų šio vaidmens vertinimas. Pastebėta tendencija, kad dienraštis „Šiaulių kraštas“, savaitraštis „Šiauliai plus“ ir naujienų portalas etaplius.lt remiasi pačių organizatorių arba festivaliuose dalyvaujančių ekspertų vertinimu, o dienraštis „Šiaulių naujienos“ pateikia subjektyvų žurnalistų vertinimą, kuris argumentuojamas ekspertų bei politikų nuomone. Čia ypač išryškėja informacijos skleidėjų interesai formuoti priešingą festivalių kultūrinės reikšmės vertinimą.

IV 3.1.1. Festivaliai Šiaulių kultūriniame kontekste

Anot L. Kraniausko (2011, 150), „konkuruojant dėl ekonominės galios, politinio ar simbolinio pranašumo miesto šventės bei festivaliai tampa svarbiu įvykiu ir resursu, leidžiančiu įtvirtinti norimą konkretaus miesto įvaizdį ar diskursą“. Tai patvirtinama ir teorinėje dalyje analizuotose Šiaulių kultūros plėtros programose, kuriose prioritetiniais renginiais pripažįstami tie, kurie suinteresuoti miesto reprezentavimu, kultūrinio indentiteto formavimu ir kitomis anksčiau minėtomis funkcijomis. Remiantis teorinėje dalyje išskirtomis kultūros renginių funkcijomis, „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis ir kapelų festivalis „Ant rubežiaus“ Kultūros plėtros programoje priskiriami prie Šiaulių prioritetinių jau tradicija tapusių renginių, t.y festivalių. Tačiau lyginant kultūriniu aspektu, žiniasklaidos diskurse festivalio „Ant rubežiaus“ vaidmuo Šiaulių kultūriniame kontekste sumenkinamas.

Festivalis – Šiaulių miesto tradicinis renginys

Tiriamajame žiniasklaidos diskurse pastebėta tendencija, kad „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis pateikiamas kaip žymiai didesnę kultūrinę vertę turintis Šiaulių miesto renginys negu festivalis „Ant rubežiaus“. Ši nuomonė formuojama pateikiant organizatorių ir ekspertų pasisakymus. Tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ organizatoriai įvardija kaip *Šiaulių miesto reiškinį*

(Šiaulių kraštas 2009 07 16, 5 psl.) ar *tradicinį Šiaulių miesto renginį* (Šiauliai plus 2009 07 17, 24 psl.). Muzikologė Zita Kelmickaitė, vertindama festivalį kaip tarptautinį folkloro konkursą, teigia, kad „*kiekvienas miestas turi turėti kokį nors spalvingą „cviaką“*. Šiauliai turėtų didžiuotis, turėdami tokį kultūrinį „cviaką“ kaip „Saulės žiedas“ <...> *Tai yra miesto kraujo cirkuliacija*“(Šiaulių kraštas 2009 07 11, 3, 5 psl.). Etaplius.lt publikacijoje Muzikologė „Saulės žiedą“ vadina „*unikaliu renginiu*“. Paliesdama Lietuvos kultūrinio gyvenimo kontekstą, ji džiaugiasi, „*kad sumanytojai yra labai drąsūs, nepabijoję organizuoti tokio masto renginio ir nepasiduodantys Vilniaus diktatui, o patys ėmęsi rengti išties unikalią tarptautinę šventę*“ . Muzikologė patvirtina, kad šis festivalis yra viso miesto šventė, nes „*Tai šventė, kai šoka ir dainuoja visi Šiauliai*“. (etaplius.lt 2011 06 23). Informaciniame portale siaulieciams.lt publikuojamas Šiaulių miesto mero Justino Sartausko vertinimas, kad „*Labai džiaugiuosi, kad šis renginys turi savo išskirtinumą. Kaskart daugėja jo organizatorių ir šis festivalis tampa visos miesto bendruomenės renginiu*“ (siaulieciams.lt) bei organizatorių internete išplatintame pranešime teigiama, kad festivalis yra prioritetas Šiaulių miesto renginys ir tais metais bene didžiausias Šiaurės Lietuvoje. Tad remiantis organizatorių ir ekspertų pasisakymais, patvirtinamas festivalio kaip svarbaus Šiaulių miesto renginio statusas ir formuojamas teigiamas vertinimas.

Priešingai negu „Saulės žiedo“ konkursui-festivaliui, kapelijų festivaliui „Ant rubežiaus“ nesuteikiamas svarbus Šiaulių kultūrinio renginio statusas. Naujienų portale etaplius.lt minimas kaip vienas iš Šiaulių vasaros ciklo renginių (etaplius.lt 2011 05 23), o publikacijoje apie „Žaliūkių malūno dienas“, kurios vyko tuo pačiu metu, festivalis tik pateikiamas kaip kontekstas (etaplius.lt 2011 06 02). Apie festivalį užsimenama ir „Šiaulių miesto dienų“ šventės bei Valstybės dienos minėjimo renginių kontekste (delfi.lt 2006 06 29, delfi.lt 2008 09 13, (Šiaulių kraštas 2006 07 07, 5 psl.). Festivalį, kaip vieną iš „Šiaulių dienų“ renginių ciklo elementų pateikia ir naujienų portalas delfi.lt (delfi.lt 2008 09 13). 2010 metais naujienų portalai etaplius.lt (etaplius.lt 2010 05 10), delfi.lt (delfi.lt 2010 07 09) ir lrytas.lt (lrytas.lt 2010 05 09) festivalį mini renginių ciklo „Šiaulių bulvarų vasara“ kontekste. Visuose trijuose portaluose cituojamas renginių koordinatūros Šiaulių miesto mero pavaduotojos Almos Javtokienės pasisakymas, „*kad taip siekiama atgaivinti šiek tiek apmirusį pastaraisiais metais miesto centrą*“, tačiau „Ant rubežiaus“ festivalis įvardijamas tik kaip vienas iš daugelio būdų šiam tikslui pasiekti.

Festivalio, kaip miestą atgaivinančio renginio vaidmenį įrodo ir M. Neustetter (2009, 47), kuris teigia, kad „*kultūrinė ar meninė veikla daro įtaką viešosios miestų erdvės gerinimui ir miesto įvaizdžio kūrimui*“. Šiuo atveju, festivaliai, kaip miesto kultūriniai renginiai prisideda ir prie Šiaulių viešosios erdvės atgaivinimo, tačiau, kaip buvo minėta aukščiau, festivalis „Ant rubežiaus“ šią funkciją atlieka tik kaip kitų kultūrinių renginių ciklo elementas. Kaip rodo kokybinė spaudos

diskurso analizė, ne vienoje „Šiaulių krašto“ publikacijoje teigiama, kad būtent „Saulės žiedo“ festivalis prikėlė arba išjudino bulvarą. Tai patvirtinama ir Šiaulių universiteto studijų prorektorius Juozas Pabrėžos žodžiais: „*Jau metus miesto Taryba suko galvą, kaip atgaivinti bulvarą. Štai ir atsakymas — „Saulės žiedas“*“ (Šiaulių kraštas 2011 07 15, 7 psl.).

Festivaliai ir Šiaulių kultūrinis kontekstas

Festivalių kultūrinė reikšmė atskleidžiama ne tik organizatorių ar kultūros atstovų pasisakymuose, renginių pristatymuose, bet ir pasitelkiant Šiaulių kultūrinį kontekstą. Remiantis kritiškosios diskurso analizės požiūriu, kultūrinis kontekstas tampa priemone sumenkinti arba išaukštinti tiriamų festivalių kultūrinę vertę. Žiniasklaidos atstovai patys sprendžia, kokiame kultūriniame kontekste reprezentuoti tiriamus renginius, o šis sprendimas lemia ir formuojamą visuomenės nuomonę.

Valstybinės dienos minėjimo šventės kontekste ypač ryškus festivalių kultūrinės vertės atskleidimo skirtumas. „Ant rubežiaus“ festivalis tik paminimas, kaip vienas iš renginių, o „Saulės žiedo“ festivaliui skiriamas išskirtinis dėmesys. Portaluose etaplus.lt ir 15min.lt išsamiai aprašomas Valstybės dienos proga įvykęs „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio delegacijų susitikimas su Šiaulių miesto meru Justinu Sartausku (etaplus.lt 2011 07 07, 15min.lt 2011 07 07 (2)). Festivalio atidarymą, kaip vieną iš Mindaugo karūnavimo dienos minėjimo renginių ciklo elementą mini ir naujienų portalas siauliečiams.lt (siaulieciams.lt (2)) bei delfi.lt (delfi.lt 2011 07 06). Čia, kaip ir naujienų portale 15min.lt (15min.lt 2011 07 07) pateikiama gausi fotogalerija, kurioje užfiksuotos šventės minėjimo akimirkos, o naujienų portalas etaplus.lt išsamiai aprašo atidarymo šventę (etaplus.lt 2011 07 11 (3)). Vienintelis dienraštis „Šiaulių naujienos“ konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ pateikia kaip vieną iš kultūrinių renginių ciklo elementų. Dienraščio priede „Bulvaras“ pateikiama tik festivalio programa ir tame pačiame priede apie festivalį užsimenama Valstybės dienos minėjimo ir „Bulvaro vasaros mozaikos“ renginių kontekste (Šiaulių naujienos, Bulvaras 2011 07 08, 5psl., Šiaulių naujienos, Bulvaras 2011 07 01., 5psl.),

Savaitraštyje „Šiauliai plus“ konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ minimas 2007 metų svarbiausių kultūrinių įvykių kontekste ir įvardijamas kaip vienas iš metų įsimintiniausių Šiaulių kultūrinio gyvenimo akcentų. Vertinant festivalio vaidmenį tarp minėtų kultūrinių įvykių, pateikiama Tarptautinės komisijos nuomonė, kad „*Šiauliai, suorganizavę "Saulės žiedą", tapo Europos centru, o savaitė, kol vyko renginiai, buvo pavadinta draugystės ir taikos savaitė*“ (Šiauliai plus 2007 01 12, 3psl.).

Priešinga tendencija būdinga pristatant festivalį „Ant rubežiaus“. Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ festivalis pateikiamas Šiaulių kultūrinių renginių kontekste, tačiau čia jo kultūrinė vertė

sumenkinama (Šiaulių kraštas 2006 07 08, 6psl.). Straipsnyje pristatomi 2006 metų vasaros kultūriniai renginiai Šiaulių mieste ir apskrityje. Festivalis išskiriamas kaip vienas iš Šiaulių miesto vasaros akcentų, tačiau pristatomas tik kaip „*bene paskutinis stiprus šių vasarą šiauliečiams skirtas pasilinksminimas <...> Viskas — kaip visuomet: daugybė, koncertų, pavydėtinais gražus muzikantų tarpusavio bendravimas ir kontaktas su žiūrovais*“. Vis dėlto kaip „*ryškiausias kultūrinis šios vasaros akcentas Šiaulių apskrityje — du didžiuliai festivaliai: Tytuvėnų ir Ch. Frenkelio vilos. <...> Šiedu festivaliai Šiaulius ir visą apskritį esmingai gelbsti nuo provincialumo etiketės*“. Tad „Ant rubežiaus“ labiau pateikiamas kaip pramoga, vasaros linksmybė, ne su svarbą kultūrinę vertę turintis Šiaulių miesto renginys. Nors tirtoje Šiaulių kultūros plėstros programoje festivalis „Ant rubežiaus“ ir publikacijoje minimi festivaliai pateikiami kaip lygiaverčiai ir pripažįstami kaip prioritetiniai kultūriniai projektai. Toje pačioje publikacijoje, pristatant Radviliškio kultūrinius renginius, festivalis „Ant rubežiaus“ sulyginamas su mažesnės apimties renginiu, kuris žurnalisto vertinimu, nenusileido festivaliui: „*Sidabravo seniūnija į gražų susibūrimą skambiu pavadinimu „Skambėk, sidabrinis varpe, skambėk“ liepos 5-ąją sukvietė devynias regiono kapelas. Liaudiška „muzikike“ sidabraviškiai per miestelio šventę galėjo iki valios mėgautis nesidairydami į Šiaulius „Ant rubežiaus“ muzikantus*“. Festivalis, kaip pramoginis renginys pateikiamas ir 2008 metų publikacijoje. Teigiama, kad „*paskutiniais metais šis festivalis labai išpopuliarėjo ir yra gerai žinomas ne tik liaudies muzikantams, tautodailininkams, bet taip pat mėgstamas šiauliečių bei miesto svečių*“, tačiau labiau žinomas dėl pramogų, o ne kultūrinės vertės (Šiaulių kraštas 2008 09 05, 11 psl.). Tik savaitraštyje „Šiauliai plus“ galima užčiuopti bandymą sustiprinti festivalio, kaip svarbaus kultūrinio renginio įvaizdį. Čia prisimenama, kad „*Keletą metų iš eilės "Ant rubežiaus" sulaukė išskirtinio dėmesio: Lietuvos televizija rodė muzikinius filmus, sukurtus iš festivalyje nufilmuotų vaizdų, o regiono televizija "S plus" rengė tiesiogines transliacijas iš šventės. Keliskart "Ant rubežiaus" miestelėnus linksmo užsienio muzikantai*“ (Šiauliai plus 2008 09 19, 14 psl.).

Renginių išskirtinumas, naujumas

Respublikinių ar vietinių kultūrinių renginių kontekste festivalių ar kitų kultūrinių renginių organizatoriai privalo dėti pastangas, kad būtų pastebėti ir išskirtiniai. Kaip buvo minėta teorinėje dalyje, viena iš pagrindinių festivalio savybių – lankstumas, t.y. sugebėjimas prisitaikyti prie aplinkos, galimybių ir visuomenės poreikių.

Žiniasklaidos diskurse pristatant festivalius ir aprašant atskirus renginius, akcentuojamas jų išskirtinumas ir naujumas. Tai viena iš renginių organizatorių marketingo strategijų, kurios tikslas – konkurencingumas. Siekiant žiūrovų dėmesio bei išsiskirti iš kitų renginių, organizatoriai yra

suinteresuoti kiekvieną kartą pateikti kažką naujo, netikėto. Žiniasklaida tampa priemone išviešinti renginių naujumą ar išskirtinumą bei pritraukti tikslinę auditoriją (Allen, 2000).

Tiriamuoju penkių metų laikotarpiu „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio išskirtinumas atskleidžiamas žiniasklaidoje išskiriant naujus renginius, programos naujoves (Šiaulių kraštas 2009 06 30, 5-6 psl., Šiauliai plus 2009 07 03, 14 psl., Šiauliai plus 2011 07 01, 14 psl.). Kaip parodė turinio analizė, dažniausiai festivalio naujumo įvaizdis formuojamas pabrėžiant kolektyvus iš tų šalių, kurios festivalyje dar nedalyvavo (Šiaulių kraštas 2011 06 15, 18 psl.). Dienraštis „Šiaulių kraštas“ atskiromis publikacijomis aprašo tuos renginius, kurie į festivalio programą įtraukiami kaip naujovė: pristatoma dailės darbų paroda „Po saulės ženklu — su „Saulės žiedu“ (Šiaulių kraštas 2011 06 21, 18 psl.), aprašomas įvykęs šachmatų similtanas su Europos šachmatų čempione Viktorija Čmilyte (Šiaulių kraštas 2011 07 06, 10psl.), šventinis bėgimas iš visos Šiaulių apskrities savivaldybių centrų į Šiaulius, skirtas paminėti vieneriems metams iki 5-ųjų TAFISA pasaulio sporto visiems žaidynių „Šiauliai 2012“ (Šiaulių kraštas 2011 07 08, 11 psl.), o publikacijoje „Šiauliai ruošiasi „Saulės žiedo“ festivaliui“ rašoma apie jau tradicija tapusius floristinius projektus, tačiau ir ši tradicija pateikiama naujai: „bulvarą puošia 20 iš beržo šakų pintų skulptūrų, vaizduojančių žaidžiančius, šokančius žmones“, skirtų 2011 metų festivalio temai – žaidimams. Naujienų portalas etaplius.lt ne vienoje publikacijoje įvardija festivalio naujoves ar mįslingai užsimena, kad laukia staigmenos (etaplius.lt 2011 06 15, etaplius.lt 2011 07 05). Naujienų portalai, kuriuose talpinama informacija ir naujienos, orientuotos į Lietuvos visuomenę, pirmiausia festivalį pristato pateikdami gausią fotografijų galeriją, kurioje matyti buvusio ir vykstančio festivalio akimirkos, dalyviai, renginiai (lrytas.lt 2012 07 05). Čia taip pat vyrauja tendencija išryškinti festivalio išskirtinumą per naujų renginių įvardijimą, tačiau labiau orientuojamasi į bendros programos pristatymą (lrytas.lt 2012 07 06).

Ta pati tendencija būdinga ir publikacijoms apie kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“. Spauldoje ir naujienų portaluose pristatant festivalį akcentuojami renginiai ar atrakcijos, kurios į programą įneša naujumo. Dienraščių ir naujienų publikacijose festivalio kitoniškumą pristato pats organizatorius, akcentuodamas dar nematytus kolektyvus ir naujus projektus (Šiaulių kraštas 2006 06 30, 5 psl., etaplius.lt 2011 06 02). „Šiaulių krašto“ dienraštyje festivalio išskirtinumas atskleidžiamas ir per dalyvius: vienoje iš publikacijų pristatomas muzikantas Antanas Kirvelevičius, kurį būtų galima pavadinti „žmogumi — orkestru“ (Šiaulių kraštas 2011 06 04, 5 psl.) Kaip ir pristatant konkursą-festivalį „Saulės žiedas“, naujienų portaluose, skirtuose plačiai Lietuvos auditorijai, dažniausiai pateikiama tik festivalio programa (delfi.lt 2010 07 10), o dienraštis „Šiaulių naujienos“ apsiriboja išsamiu festivalio programos pristatymu, tačiau nevengiama pabrėžti, kad

„Festivalis „Ant rubežiaus“ - tai vienas iš didžiausių liaudiškos muzikos festivalių Šiaurės Lietuvoje ”(Bulvaras 2011 06 03, 1psl.).

Festivalis – miesto reprezentacija

Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ Šiaulių kultūriniame kontekste išsiskiria ne tik renginių išskirtinumu, bet ir Šiaulių reprezentacine funkcija. L. Kraniausko (2011, 151) nuomone, „meniniai ar muzikos festivaliai bei šventės tampa svarbiausiomis miesto reprezentacijomis bei sukuria mieste pridėtinę vertę – ekonominę, socialinę bei kultūrinę“. Šią festivalio funkciją išskiria ir tiriamas žiniasklaidos diskursas. Naujienų portale etaplius.lt festivalio organizatoriai pateikia, kaip savanoriai ruošiasi pristatyti Šiaulius ir Lietuvą: jiems surengta ekskursija, kurios metu buvo supažindinti su Šiaulių katedros istorija (etaplius.lt 2011 07 02 (2)). Informuojama, kad festivalio metu bus organizuojamos specialios ekskursijos svečiams ir visiems norintiems (etaplius. lt 2011 06 21). 2011 metų festivalis skirtas ne tik Šiaulių miesto jubiliejui, bet ir vieneriems metams iki 5-ųjų TAFISA pasaulio sporto visiems žaidynių „Šiauliai 2012“ paminėti. Tai organizatoriai pateikia per būsimų žaidynių demonstracijas, kurias aprašė ir videoreportaže pristatė TAFISA žaidynių organizatoriai (etaplius.lt 2011 07 08 (2)). Naujienų portale skelbtame organizatorių straipsnyje, aprašant pirmųjų festivalio užsienio dalyvių išpūdžius apie Lietuvą bei Šiaulius, tiesiogiai atskleidžiama festivalio reprezentacinė funkcija (etaplius.lt 2011 07 04).

Apibendrinant festivalių atspindimą kultūrinį vaidmenį Šiauliuose, matyti, kad žiniasklaidoje tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ turi žymiai didesnę kultūrinę vertę, negu Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“. Pastarasis, priešingai negu tarptautinis folkloro festivalis, kuris įvardijamas kaip tradicinis miesto renginys, nublanksta kitų kultūrinių renginių kontekste ir labiau pateikiamas kaip kultūrinių renginių ciklo elementas. Renginių išskirtinumo atžvilgiu taip pat šį festivalį lenkia „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis, kurio viena iš pagrindinių funkcijų ir yra Šiaulių reprezentavimas. Šiaulių kultūriniame kontekste atskleidžiami tarptautinio folkloro festivalio „Saulės žiedo“ socialiniai/kultūriniai ir ekonominiai tikslai, o publikacijose apie festivalį „Ant rubežiaus“ tik užsimenama apie jo kultūrinę reikšmę miestui. Kaip matyti iš analizės, šiais aspektais festivalius labiausiai atspindi dienraštis „Šiaulių kraštas“, savaitraštis „Šiauliai plus“ bei naujienų portalas etaplius.lt. Kaip parodys tolimesnė kritiškoji diskurso analizė, dienraščio „Šiaulių naujienos“ publikacijose festivaliai labiau atspindimi Lietuvos ir Šiaulių kultūros politikos aspektu.

IV 3.1.2. Festivaliai Šiaulių kultūros politikos kontekste

Atliekant diskurso kokybinę analizę, pastebėta, kad tiriami festivaliai žiniasklaidoje atspindimi ne tik Šiaulių kultūrinių renginių, bet ir kultūros politikos kontekste. Anot diskurso analizės teoretiku, kontekstas kritiškojoje diskurso analizėje ne tik konstruoja diskursą, bet ir tam tikrame kontekste pats diskursas yra interpretuojamas (Telešienė A. 2005). Šiuo atveju žiniasklaidos diskursas konstruojamas ir interpretuojamas remiantis politiniu kontekstu, kuriame atskleidžiami diskurso ir galios santykiai. Anot Titsher S. (2000), galia jau slypi diskurse ar išreiškiama per jį, jo dėka. Žiniasklaidos galia pasireiškia galimybe perteikti ar atstovauti kalbėtojų interesus ir tokiu būdu formuoti atitinkamą visuomenės žinojimą bei nuomonę. Remiantis šiomis kritiškosios diskurso analizės paradigmomis, galima teigti, kad tiriamose publikacijose politinis kontekstas tiesiogiai daro poveikį tam tikrų požiūrių konstravimui, kita vertus žiniasklaida tikslingai formuoja požiūrį į patį politinį kontekstą ir festivalius jame. Atskleidžiama, kad žiniasklaidoje susikerta tekstų autorių skirtingos nuomonės formavimo interesai.

Šiaulių kultūros rėmimo politikos vertinimas

Kiekybinės analizės metu kaip viena iš tematinų kategorijų buvo išskirtas festivalių finansavimas. Šios tematikos publikacijose ir pateikiamas kultūros politikos kontekstas. Festivaliai tampa priemone ne tik atskleisti Lietuvos ir Šiaulių kultūros rėmimo politikos kontekstą, bet ir formuoti neigiamą politikų vertinimą. Tiriamajame žiniasklaidos diskurse dienraštis „Šiaulių kraštas“ bei savaitraštis „Šiauliai plus“ rašydami apie festivalius, formuoja neigiamą Šiaulių kultūros rėmimo politikos vertinimą teigiant, kad menkas kultūros rėmimas nuskurdins miestą, Šiauliai taps provincialiu, nekonkurencingu miestu, menininkai pabėgs – tokiu būtu neigiamai keičiamas miesto kultūrinis veidas (Šiauliai plus 2011 01 07, 2 psl., etaplus.lt 2011 01 07). Dienraštyje „Šiaulių naujienos“ tiesiogiai palaikoma ši nuomonė ir publikacijoje apie griūvantį Šiaulių amfiteatrą, kuriame teko pasirodyti „Saulės žiedo“ užsienio kolektyvams, piktinamasi, kad „*valdininkų neveiklumas ir tuščios politinės ambicijos užkirto kelią amfiteatro tvarkymui*“, kuris yra vienas iš miesto kultūrinių simbolių (Šiaulių naujienos 2009 07 13, 3 psl.). Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ kritikuojama ir kultūros rėmimo strategija, jog kultūrinių renginių organizatoriams tenka planuoti darbus dar nežinant, ar bus skirtas savivaldybės finansavimas. Argumentuojama, kodėl „Saulės žiedo“ konkursui-festivaliui finansinis rėmimas turėtų būti numatytas iš anksto: „*Saulės žiedo lygi jau įvertino tarptautinė liaudies meno organizacija IOV (prie UNESCO), įtraukusi festivalį į kitų metų tarptautinių renginių kalendorių <...> Festivalio direktorė Rūta Stankuvienė teigė, kad „Saulės žiedas“ yra įtrauktas į miesto tūkstantmečio programą, kaip vienas svarbiausių renginių. Ji*

mano, kad festivaliu galima būtų sudominti užsienio turistus, kurie planuoja savo atostogas ir kurie vyktų ne į Bulgariją, Lenkiją, o į Lietuvą“ (Šiaulių kraštas 2008 08 21, 3 psl.). Tų pačių metų kitoje publikacijoje rašoma, kad buvo atsižvelgta į organizatorių argumentus ir nutarta iš anksto garantuoti festivalio finansavimą nors ne vienam politikui tai kėlė abejones (Šiaulių kraštas 2008 08 25, 3 psl.). Ta pati tema analizuojama ir dienraštyje „Šiaulių naujienos“, kuriame, atskleidžiant politikų ir kultūros atstovų interesus, piktinamasi festivaliui suteikta išskirtine rėmimo teise. Ypač probleminiu klausimu iškeliamas 2011 metų biudžeto projektas. Publikacijoje „*Karališkos ambicijos kiauromis kelnėmis*“ pateikiamas Šiaulių siekis tapti Lietuvos kultūros sostine vertinimas. Šiame kontekste „Saulės žiedo“ festivalis įvardijamas kaip priežastis, kodėl Šiauliai gali nesulaukti Kultūros ministerijos koofinansavimo „*Kultūrai šiems metams iš miesto biudžeto apskritai gaunama 236 tūkstančius litų: iš jų 130 tūkstančių jau skirta tarptautiniam folkloro konkursui festivaliui „Saulės žiedas“, beveik 40 tūkstančių turėtų atitekti kultūros ir meno premijoms, stipendijoms, 33 tūkstančiai - „Šiaulių metraščiui“ pirkti ir t. t.. Tad visoms kitoms kultūros plėtros programoms lieka kiek mažiau nei 30 tūkstančių litų.*“. Teigiama, kad iš likusios sumos nuo festivalio finansavimo neįmanoma organizuoti kitų tų metų Šiaulių miestui svarbių renginių. Daroma subjektyvi išvada, kad „*bus visiškai sustabdytas miesto kultūros gyvenimas*“ (Šiaulių naujienos 2011 01 07, 3 psl.) Tačiau dienraštyje „Šiaulių kraštas“ ES kontekste europarlamentarė Laima Andrikienė „Saulės žiedo“ festivalį išskiria kaip vienintelį miesto renginį, kuris vertas ES finansavimo: „*pati L. Andrikienė užsiminė, kad dėmesio vertas pernai Šiauliuose vykęs tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, bet vietiniai politikai suabejoja, kad Šiaulių savivaldybė nepasiruošusi tokiai kultūros politikai* (Šiaulių kraštas 2006 06 14, 1 psl.) .

Konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ finansavimo vertinimas

Kultūros politikos kontekste skirtingiems žiniasklaidos skleidėjams, atstovaujant organizatorių, politikos atstovų interesus, formuojamas dvejopas festivalių vertinimas, kuris ypač aktualus publikacijose apie tarptautinį konkursą-festivalį „Saulės žiedas“. Žiniasklaida pasirenka, kurios visuomenės interesus atstovauti ir kokį požiūrį formuoti.

Politiniame kontekste pateikiamas ir skirtingas festivaliui skirtų lėšų kiekio vertinimas. Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ išsakoma tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ organizatorių pozicija, kad skiriamų savivaldybės lėšų nepakanka kokybiškam festivalio organizavimui. Piktinamasi, kad vietiniai politikai laiku neišmoka festivaliui žadėtų pinigai. Dienraštyje skelbiama, kad laiku negavus lėšų, festivalis gali būti pasmerktas ir susidariusią situaciją įvardija kaip „*tarptautinį skandalą*“ (Šiaulių kraštas 2009 07 04, 5 psl.). Ta pačia tema publikuojamas dar vienas straipsnis, kuriame pabrėžiama, kad festivalis prasidėjo „*su 50 tūkstančių litų iš Šiaulių miesto savivaldybės vietoj žadėtų 180 tūkstančių litų*“. Pinigų stygius neleidžia organizatoriams sudaryti

tinkamas dalyvių apgyvendinimo ir maitinimo sąlygas (Šiaulių kraštas 2009 07 09, 3 psl.). Tyrimo metu pastebėta, kad dienraštyje „Šiaulių kraštas“ net keliose publikacijose akcentuojama, kad dėl menko finansavimo nukenčia festivalio dalyvių gyvenimo sąlygos Šiauliuose, kurios kuria neigiamą ir miesto įvaizdį (Šiaulių kraštas 2007 07 10, 1 psl.). Tų pačių metų kitame straipsnyje festivalio direktorė bando sušvelninti situaciją ir teigia, kad: *„dauguma užsieniečių taikosi su buitinais nepatogumais. Net girdėjau ne vieną atlikėją kalbant, kad ne nakvynės vieta svarbiausia, o galimybė įvairių šalių kolektyvams kuo daugiau laiko praleisti drauge“* (Šiaulių kraštas 2007 07 11, 6 psl.). Pabrėžiama, kad nepaisant skurdaus biudžeto, festivalio organizatoriai sugebėjo sudaryti palankes sąlygas kolektyvams iš užsienio: *„Esame pasirūpinę nemokamu maitinimu tris kartus per dieną. Sunku būtų 400 užsieniečių pamaitinti vienoje vietoje, todėl suteikiame jiems progą pasirinkti vietą ir laiką, kada jie nori ir gali pavalgyti. Svečiai valgo ne tik Šiaulių universiteto valgykloje, bet ir užėigoje „Juonė pastuogė“* (Šiaulių kraštas 2007 07 11, 6 psl.). Dienraštyje akcentuojama, kad festivalio organizatoriai buvo priversti taupyti: *„tik padedant rėmėjams, pasitenkinant universiteto bendrabučiais dalyviams apnakvydinti, bei maitinimu ne kavinėje, o valgykloje, lėšų renginiui greičiausiai pakaks“* (Šiaulių kraštas 2011 06 15, 18 psl.). Vienoje iš publikacijų festivalio direktorė, lygindama festivalį su Vilniaus Kultūros sostinės projektu, teigia, kad biudžetas yra skurdus. Rūta Stankuvienė užbėga už akių skeptikams, kuriems festivalis gali pasirodyti prabanga krizės metu. *„Pesimistai pasakytų, kad krizės metu reikia taupyti juodai dienai, o ne išlaidauti pramogoms. — Mes taupėme. Pirmasis festivalis truko 10 dienų, šis — perpus mažiau. Šiaulių universiteto Menų fakulteto studentai puošė sceną, studentai, o ne privatus gėlių salonas, kūrė floristines kompozicijas <...>Ekonominės krizės metu turi parodyti, kad yra gyvenimo džiaugsmas, o ne dugnas, žmogui turi būti sudaryta galimybė pajaušti šventę“* (Šiaulių kraštas 2009 07 13, 9 psl.). Formuojamas požiūris, kad tik dėka organizatorių taupumo, lėšų festivaliui pakaks. Tačiau nepaisant nesklandumų, politinių peripetijų, teigiama, kad per pusšimtis savanorių, penki fotografai, šeši žurnalistai, keturi floristai ir daugelis kitų deda visas pastangas, kad festivalis pavyktų (etaplus.lt 2011 07 05). Hiperbolizuotai kuriamas teigiamas organizatorių įvaizdis, kurį dar labiau sustiprina pateikiama jau trečius metus festivalyje savanoriaujančios studentės nuomonė, kad *„savanorystė festivalyje duoda neįkainojamos patirties, įdomių tarptautinių pažinčių ir gerų emocijų“* (etaplus.lt 2011 06 21).

Neigiamas Šiaulių kultūros politikos vertinimas pateikiamas ir publikacijose apie festivalį „Ant rubežiaus“. Čia vienintelis dienraštis „Šiaulių kraštas“ paliečia menką festivalio finansavimo klausimą. Piktinamasi, kad *„Šiaulių savivaldybei užvilkinus tvirtinti festivalio projektą, renginys nusitempė į rudenį“* bei organizatoriai buvo priversti festivalį rengti tuo pačiu metu kaip ir Šiaulių dienos (Šiaulių kraštas 2008 09 05, 11 psl.). 2010 metais „Ant rubežiaus“ organizatorius patvirtina, kad biudžetas *„biednas“*, tačiau gelbsti festivalio metu bulvare prekiaujantys amatininkai.

Pateikiama subjektyvi organizatoriaus nuomonė, jog „*gaila, kad taip gražiai sutvarkytame bulvare festivaliai vyksta vieną kartą per metus. Valdžiai turėtų būti gėda. Lietuvos klasikas Juozas Erlickas sakė: „Būna, kad nebūna duonos, o vis tiek švęsti reikia“.* Mes švenčiame <...>Nesvarbu, kad festivalio biudžetas biednas <...> bulvaras vis tiek tris dienas bus pilnas“.

Tad dienraštis „Šiaulių kraštas“ formuoja nuomonę, kad abejiems festivaliams skiriamas per mažas finansavimas. Priešinga nuomonė pateikiama dienraštyje „Šiaulių naujienos“. Publikacijose apie konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ išreiškiamas subjektyvus neigiamas žurnalistės festivalio vertinimas. Šiame diskurse festivalis įvardijamas kaip politiškai motyvuotas miesto renginys, tad galima teigti, kad subjektyviai pateikiamas festivalio politinis tikslas, kurio patys organizatoriai neįvardija.

Remiantis teorinėje dalyje pateikta viena iš diskurso turinio Davido Croteauo sampratų, kurioje teigiama, kad nereatai komunikacijos priemonės turinys tampa vienu iš būdų išreikšti žiniasklaidos darbuotojų refleksiją, galima teigti, kad dienraštyje „Šiaulių naujienos“ kultūros politikos kontekste pateikiamas subjektyvus žurnalistės vertinimas. Tačiau kaip parodys tolimesnė analizė, ši refleksija įtakota politikų ir kitų kultūros atstovų nuomonės. Vienoje iš publikacijų žurnalistė festivalį įvardija kaip „*abejotino populiarumo*“ šventę, kuriai švaistomi pinigai (Šiaulių naujienos 2011 01 13, 3psl.). Priešingai negu dienraštyje „Šiaulių kraštas“, čia teigiama, kad: *Tie, kuriems teko stebėti anksčiau vykusį festivalį, neleis sumeluoti, kad festivalis-konkursas vyksta „nusistovėjusia vaga“ ir naujovių ar permainų, net jau žiūrovams, nelabai matyti. O lėšų iš miesto biudžeto reikalaujama vis daugiau*“. Taip pat suabejojama festivalio rėmimo skaidrumu: „*Šiaulių miesto savivaldybė lėšas mieste organizuojamiems renginiams skirsto „švogerystės“ principu?<...> Organizatoriai prašo net 130 tūkstančių litų <...> lėšos šventėms skirstomos ne pagal jų svarbumą miesto žmonėms, o pagal kitus, tikriausiai tik patiems organizatoriams ir lėšų skirstytojams, žinomus principus*“.

Šioje publikacijoje patvirtinama vieno iš diskurso tyrinėtojų išskirta metafora, kad „žiniasklaida, kaip įvykių visuomenėje ir pasaulyje veidrodis, kuris nepriklausomai nuo mūsų pageidavimo iškreipia ir koreguoja tai, ką mes matome“ (Juraitė K. 2003, 36 psl.). Žurnalistė selektyviai pateikia tik tų politikų pasisakymus, kurie pagrįstų jos neigiamą vertinimą. Publikuojama miesto tarybos nario G. Karalevičiaus nuomonė, kad „*lėšų šventėms skirstymas pasidaro paremtas „švogerystės“ principu<...> Politikas pažymėjo, jog ir „Saulės žiedas“ - miestui reikalinga šventė, tačiau, anot jo, vasarą vyksiančią šventę reikėtų „patempti“ iki rudens ir sujungti su miesto gimtadieniu*“. Pateikiamas Tarybos nario Arvydo Mockaus pasisakymas, kad „*Kultūros skyrius dirba labai vangiai ir pinigai miesto šventėms išmetami į balą. <...> „Saulės žiedas“, anot A. Mockaus, irgi niekuo neišsiskirianti šventė. „Tas pats per tą patį. Man susidaro įspūdis, kad tokios šventės - tik lobizmas. Organizatoriai pasiima pinigus, vieni kitiems „pasikonzertuoja“ ir viskas*“. Tačiau

naujienu portale etaplius.lt tų pačių politikų pasisakymai, priešingai negu aukščiau minėtoje publikacijoje, pateikiami teigiamo festivalio vertinimo kontekste (etaplius.lt 2010 09 30). Straipsnyje pabrėžiama, kad miesto taryba pritarė 2011-ųjų Kultūros plėtros programoje 130 tūkst. litų skirti IV tarptautiniam folkloro konkursui-festivaliui "Saulės žiedas" ir šį sprendimą palaikė 26 iš 29 Tarybos posėdyje dalyvavusių tarybos narių. Kaip ir „Šiaulių naujienų“ publikacijoje pateikiamas A. Mockaus siūlymas *"Saulės žiedą" sujungti su "Šiaulių dienomis", kad pastarasis konkursas-festivalis neužgožtų miesto gimtadienio*“, tačiau šis pasisakymas atsveriamas miesto mero žodžiais *„kitų miestų ir valstybių praktikoje įprasta kultūrai skirstomas lėšas numatyti trejus metus į priekį. Miesto meras pažymėjo, kad "Saulės žiedui" išskirtinis dėmesys skiriamas tik todėl, kad negavę 130 tūkst. litų iš miesto savivaldybės, festivalio organizatoriai iš vis negalės pradėti beveik pusę milijono kainuosiantį renginį. Didžiąją lėšų dalį viliamasi gauti iš rėmėjų ir Europos fondo*“. Taip pat užsimenama, kad *„Tarybos narė A. Kavaliauskienė pasiūlė "Saulės žiedo" neišskirti iš kitų renginių ir jei jau šiam festivaliui lėšų reikia numatyti iš anksto, reikėtų drauge numatyti pinigų ir kitiems kultūros renginiams*“. Publikacijoje, kitaip negu „Šiaulių naujienose“ palaikomas valdžios atstovų sprendimas skirti finansavimą, teigiant, kad festivalis išgarsino Šiaulių miestą net *„iki Maltos ir Indijos*“ bei įvardijami festivalio privalumai. Vienpusiškas situacijos pateikimas ir yra vienas iš žiniasklaidos galios raiškos būdų.

Dienraštyje „Šiaulių naujienos“ subjektyviai pateikiama dar viena nuomonė, kad konkursas-festivalis yra labiau politizuotas renginys, negu kiti miesto renginiai: *„Saulės žiedo“ organizatoriai teigia, jog visas festivalis-konkursas kainuojantis beveik pusę milijono. Na tiek pat, kiek šiemetinė visa kultūrai skirta biudžeto eilutė...Visai kitai Šiaulių kultūrai, kaip akivaizdžiai mažiau politiškai reikšmingai nei penkias dienas vykstantis konkursas-festivalis, beliko tik 406 tūkstančiai*“ (Šiaulių naujienos 2011 03 21, 3 psl.). Tai patvirtinama „Laiptų“ galerijos vadovės Janinos Ališauskienės žodžiais: *„Mes savo projektams prašome tik trisdešimties procentų finansavimo ir tikimės gauti bent 80 procentų prašomos sumos. Aišku, jei nugalės sveikas protas <...>Vaikštau ir aš pas politikus, bet, matyt, ne taip vaikštau*“. Festivalio teigiamas įvaizdis sumenkinamas pateikiant kitų kultūros atstovų vertinimus, kad likusios sumos nuo festivalio nepakanka kitiems reikšmingiems Šiaulių miesto renginiams. Konkursas-festivalis priešinamas Šiaulių jubiliejiniui gimtadieniui ir teigiama, kad festivalis „atėmė“ finansavimą iš Šiaulių prioritetinio renginio. Pateikiant kitų festivalių organizavimo išlaidas, tiesiogiai demonstruojama, kad kiti festivaliai miestui kainuoja žymiai mažiau.

Kultūros politikos kontekste paliečiami ir artėjantys rinkimai. Publikacijoje antrašte *„Pinigų dalybos – priešrinkiminis šou?*“ informuojama, kad įsigaliojus įstatymų pataisoms, leidžiančioms skolintis investicijų projektams finansuoti, kultūrai skiriama dar 350 tūkstančių litų, tačiau pabrėžiama, kad susidariusios suma vis tiek nepakankama. Šiame kontekste festivalis prisimenamas

kaip renginys, kuriam buvo numatyta skirti didžiąją dalį pinigų, skirtų kultūrai remti. Teigiama, kad „*dabar jau bus už ką surengti Šiaulių miesto dienas, kalėdinius renginius*“. (Šiauliai plus 2011 01 21, 3 psl.).

Festivalių skandalai politiniame kontekste

Vietinė žiniasklaida, orientuota į Šiaulių visuomenę, politiniame kontekste kaip visuomenei aktualų aspektą iškelia miesto kultūros rėmimo strategiją, o respublikiniai žiniasklaidos skleidėjai šiame kontekste labiau orientuojasi į sensacingą informaciją. Šiandieninėje žiniasklaidoje itin ryškus sensacionalizmas arba skandalų vaikymasis. Vyrauja požiūris, kad žiniasklaidos vartotojams būdingas poreikis sensacijų, kita vertus, pati žiniasklaida, pateikdama skandalus bei sensacijas, sukuria tokio turinio žinių reikiamybę vartotojo supratime (Juraitė K., 2003). Šio požiūro laikomasi ir tiriamajame žiniasklaidos diskurse.

Kaip teigiama vienoje „Šiaulių krašto“ publikacijoje, „*sostinę festivalis-konkursas „Saulės žiedas“ sudomino tik dingus Nepalo kolektyvo nariams <...> „Gal reikėjo mums, organizatoriams, dingti jau pirmą festivalio dieną? Gal tada nuo pat pradžių visos šalies žiniasklaida būtų susidomėjusi?*“, — juokavo R. Stankuvienė“ (Šiaulių kraštas 2011 07 15, 7 psl.). Kaip parodė kiekybinė žiniasklaidos diskurso analizė, 2011 metais šalies žiniasklaidoje ypač didelis dėmesys skiriamas konkurso-festivalio dalyviams - nepaliečių kolektyvui „Katmadu“. Nepalo kolektyvo pabėgimas iš „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio pateikiamas kaip skandalas. Paliesdamas nelegalios emigracijos kontekstą apie bėglius rašė dienraštis „Respublika“ (Respublika 2011 07 13) bei naujienų portalas delfi.lt, kuriame pranešama apie nepaliečių dingusius lagaminus ir pabėgimą, prisimenant panašų praeities įvykį ((delfi.lt 2011 07 08 (2), delfi.lt 2011 07 08, delfi.lt 2011-07-13). Naujienų portalas etaplius.lt tik trumpai informuoja, kad dingo nepaliečių lagaminai (etaplius.lt 2011 07 08 (5)), ir pristatant kitus festivalio dalyvius užsimenama apie nelegalios emigracijos grėsmę (etaplius.lt 2011 06 28). Vietinėje spaudoje šį skandalą visuomenei aprašė dienraštis „Šiaulių kraštas“. Čia trumpai informuojama apie kolektyvo dingusį bagažą bei pabėgimą (Šiaulių kraštas 2011 07 08, 5psl, Šiaulių kraštas 2011 07 08, 5psl.). Vienoje iš publikacijose teisiogiai įvardijama nelegalios emigracijos problema: „*Tarptautinio liaudies meno organizacijos atstovas tikino, kad šiemet, kaip niekada daug problemų su užsieniečiais, daug grupių neatvyksta į Europoje vykstančius festivalius, nes negauna vizų. Yra pablogėjusi bendra tarptautinė situacija, todėl Europos Sąjunga nelabai nori įsileisti kai kurių šalių atstovų*“, — sakė Z. Ripinskis (Šiaulių kraštas 2011 07 14, 5psl.). Publikacijose, įvardijant nelegalios emigracijos problemą, paliečiamas globalus politinis kontekstas. Šiame kontekste formuojamas negatyvus užsieniečių vertinimas, o ne festivalio. Priešinga tendencija būdinga publikacijoms apie kapelų festivalį „Ant rubežiaus“ .

Dienraštis „Šiaulių naujienos“ skandalingai pateikia festivalio organizatorių veiklą, kuri įvardijama kaip nusikalstama. 2006 metų publikacijoje „*Festivalyje „Ant rubežiaus“ padvelkė reketu*“ tiriamas organizatorių nesilaikymas įstatymų ir bandymas neleistinai pasipelnėti. Atliekant žurnalistinį tyrimą, atstovaujami nuo organizatorių nukentėjusių mugės prekybininkų interesai, todėl tiesiogiai formuojamas neigiamas organizatorių vertinimas. Raginama, kad „*Juonė pastuogės*“ atstovų rinkliavos neprasilenkia su įstatymais, galėtų pasidomėti teisėsaugos organai“. (Šiaulių naujienos 2006 07 08, 1-12 psl.). 2011 metais dienraštis „Šiaulių naujienos“ kaip skandalingą įvykį pateikia festivalio mugėje užfiksuotą higienos normų pažeidimą (Šiaulių naujienos 2011 06 10, 3 psl.). Remiantis ekspertų pasisakymais, aprašoma situacija, kurioje festivalio organizatoriai kaltinami įstatymų nesilaikymu. Negatyvios informacijos pateikimas formuoja ir neigiamą vertinimą. Tokiomis frazėmis, kaip „*prekyvietėje klestėjo antisanitarija <...> žarnyno infekcijos protrūkiu mieste <...> čia prekiaujantiems žmonėms neegzistavo higienos reikalavimai <...> Tiek higienos taisyklių pažeidėjų, kiek jų praėjusį penktadienį buvo kaimo muzikos kapelų festivalio „Ant rubežiaus“ metu vykusioje mugėje, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Šiaulių skyriaus Maisto skyriaus vedėjai Audronei Mikalauskienei dar neteko matyti*“ hiperbolizuotai kuriama negatyvi nuomonė. Naujienų portale etaplius.lt publikuojamas Šiaulių apskrities valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos pranešimas apie pažeidimą, kuriame tiesiogiai kaltinami festivalio organizatoriai įstatymų nesilaikymu (etaplius.lt 2011 06 07).

Apibendrinant festivalius politiniu aspektu, galima daryti išvadą, kad žiniasklaidoje vyrauja skirtingas tiriamų festivalių atspindėjimas. Kultūros politikos kontekste vietinėje žiniasklaidoje išryškėja skirtingas konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ ir Šiaulių politikos vertinimas. Dienraštis „Šiaulių kraštas“ ir naujienų portalas etaplius.lt, atstovaudami organizatorių interesus, festivalį įvardija kaip prioritetinį Šiaulių miesto renginį, vertą savivaldybės finansavimo, tačiau kritikuoja menką kultūros rėmimą. Šią nuomonę palaiko ir savaitraštis „Šiauliai plus“ bei dienraštis „Šiaulių naujienos“. Tačiau pastarasis, subjektyviai interpretuodamas kitų kultūros atstovų ir vietinių politikų pasisakymus, 2011 metų biudžeto projekto kontekste formuoja neigiamą „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio vertinimą. Teigiama, kad „Saulės žiedo“ festivalis yra politizuotas renginys ir nenusipelnęs didžiosios dalies Šiaulių savivaldybės lėšų. Šiaulių kultūriniame kontekste, priešingai negu „Šiaulių kraštas“, dienraštis „Šiaulių naujienos“ sumenkina konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ kultūrinę vertę. Publikacijose apie kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ politiniame kontekste patvirtinama žiniasklaidos formuojama nuomonė, kad menkas kultūros rėmimas žlugdo svarbių miestui renginių organizavimą. Politiniame kontekste, pateikiant skandalingą informaciją, formuojamas negatyvus festivalio organizatorių vertinimas.

IV 3.2. Festivalių kultūrinė reikšmė

Šiaulių kultūriniame kontekste tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ sieja etnokultūrinė paradigma. Anot Kalniaus P. (1997), folkloras ir liaudies muzika – etnokultūros dalis. Etnokultūra apima ne tik tautos papročius, tradicinę medžiaginę buitį, tautosaką, bet ir dainas bei šokius. Remiantis šiuo etnokultūros apibrėžimu bei teorinėje dalyje pateiktomis etnokultūros sampratomis, tiriamus festivalius galima įvardinti kaip etnokultūrinius renginius. Etnokultūra įvardijama kaip „nacionalinės arba tautinės kultūros klodas, kuriame grynas kultūrinis paveldas arba jo šiuolaikinės transformacijos aktualizuoja tautos dvasinę patirtį“ (Kalnius P. , 1997, p. 23). Tad tiriami festivaliai, kaip etnokultūriniai renginiai, atlieka svarbią tautos kultūros puoselėjimo funkciją. Žiniasklaidos diskurse atskleidžiama, kad šią funkciją atlieka konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, o publikacijose apie festivalį „Ant rubežiaus“ tik užsimenama apie jo etnokultūrinę reikšmę. Tiriamajame diskurse įrodoma, kad „Saulės žiedas“ kaip tarptautinis folkloro konkursas-festivalis atlieka ir reikšmingą tarpkultūrinę funkciją.

IV 3.2.1. Festivalių etnokultūrinė reikšmė

Kaip parodė ankstesnė kokybinė turinio analizė, žiniasklaidos diskurse „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis pateikiamas kaip žymiai didesnę kultūrinę vertę turintis renginys, negu festivalis „Ant rubežiaus“. Ta pati tendencija būdinga etnokultūriniu ir tarpkultūriniu aspektu. „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio organizatoriai žiniasklaidoje įvardija, kad vienas iš pagrindinių jų tikslų - užsienio šalims pristatyti Lietuvos etnokultūrą ir populiarinti folklorą tarptautiniu mastu. Internetinėje žiniasklaidoje išplatintame pranešime festivalio direktorė tikisi, *„kad ir šių metų susitikimai bus nuspalvinti šiluma ir maloniu bendravimu, kad išmoksime įvairių pasaulio šalių šokių ir dainų, susipažinsime su tolimų kraštų ir mūsų kaimynų kultūra.“*, o direktorės pavaduotojas Zenonas Ripinskis teigia, kad *„ne mažiau svarbu deramai pristatyti ir mūsų Lietuvos tradicinę muzikinę kultūrą, parodyti save svetimšaliui svečiui“* (etaplus.lt 2011 07 05 (3), etaplus.lt 2011 07 02) bei naujienų portale delfi.lt užsimenama, kad *„Pagrindinis šventės organizatorius – Baltų centras, tad baltiškiosios tradicijos puoselėjamos ir pristatomos „Saulės žiedo“ parodose, kulinarinio paveldo mugėse, žaidimų programose“*(delfi.lt 2011-07-05). Tad žiniasklaidoje organizatoriai atskleidžia vieną iš pagrindinių festivalio tikslų – etnokultūros puoselėjimą ir skleidimą. Šį tikslą tiesiogiai padeda pasiekti ir žiniasklaidos priemonės. Aprašant festivalio renginius, publikacijose išryškinamas jų etnokultūriškumas, taip atspindima ir pačio festivalio kultūrinė reikšmė.

Anot kultūrologų, „etnokultūroje išskiriamos dvi pagrindinės sudedamosios dalys – kultūros paveldas ir gyvoji tradicija. Etninės kultūros paveldas – tai praeityje tautos sukurtos ir iki šių dienų išlikusios etninės kultūros vertybės“ (Etninė kultūra, 2001, p. 5). Kaip skelbiama žiniasklaidos diskurse, šias vertybes ir puoselėja konkursas-festivalis „Saulės žiedas“. Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ ir naujienų portale etaplius.lt, pristatant festivalio metu vykstančią kulinarinio paveldo mugę, pabrėžiama, kad būtent šioje mugėje atskleidžiama Lietuvos kultūra : „*Anot Birutės Imbrazenės, kulinarinio paveldo fondo direktorės, Šiauliai pasirinkti ne atsitiktinai. Šis miestas jungia aukštaičių ir žemaičių kultūrą, todėl Šiaulių krašto, regiono kulinarinis paveldas kaip tik ir parodo visos Lietuvos kultūrinį veidą*“ (etaplius.lt 2011 07 08 (3), Šiaulių kraštas 2011 07 08, 5-14 psl.). Vienoje iš publikacijų rašoma, kad mugės prekybininkai, veikiami ekonominės krizės, priversti tradicijas derinti su naujovėmis, tačiau kultūros paveldo elementai išsaugomi (Šiaulių kraštas 2009 07 15, 3-5 psl.).

Anot internetinėje žiniasklaidoje publikuojamų organizatorių informacinių pranešimų, tarptautinis konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ atskleidžia ir tautos etninės kultūros gyvąją tradiciją. Festivalio renginiuose šiuolaikiškai pateikiami Lietuvos etnokultūros elementai, kuriuos atskleisti padeda žiniasklaidos priemonės. 2011 metais naujienų portale etaplius.lt ypač didelis dėmesys skiriamas tradiciniams festivalio floristiniams projektams ir įvardijama jų etnokultūrinė reikšmė. Naujienų portale atskleidžiama, kad beržinės žaidžiančio žmogaus figūros simbolizuoja žaidimus, kurie buvo būdingi Lietuvos ir kitų šalių liaudies kultūrai (etaplius.lt 2011 07 01), o beržas pasirinktas dėl jo reikšmės liaudies medicinoje ir kūryboje (etaplius.lt 2011 06 28). Publikacijose akcentuojama, kad floristiniais projektais, kurie reprezentuoja šalies etnokultūrą, festivalis papuošė Šiaulių viešąją erdvę. Tai įrodo pasikartojantys teiginiai: „*Prieš „Saulės žiedą“ pražydo Šiauliai*“ (etaplius.lt 2011 06 27, 15min.lt 2011 07 04)), „*rengiantis „Saulės žiedui“ nuspręsta miesto bulvarą, sceną puošti skulptūromis iš beržo*“ (etaplius.lt 2011 06 28), „*Šiauliuose kitą savaitę prasidėsiantis tarptautinis folkloro konkursas - festivalis „Saulės žiedas“ puošiasi*“ (etaplius.lt 2011 07 03), „*Miestas ta proga pasipuošęs kaip niekada<...> Šiauliai jau nuo miesto prieigų pasitinka visus kviečiančiais dalyvauti šventėje plakatais, vėliavos ir plakatai išpuošę visą miestą, o ypač jo centrinę dalį - Vilniaus gatvės pėsčiųjų bulvarą*“ (etaplius.lt 2011 07 05 (2)). Renginių etnokultūriškumas atspindimas ir pristatant festivalio parodas: atskleidžiama etnokultūrinė idėja, aiškinama eksponatų reikšmė (etaplius.lt 2011 06 27, etaplius.lt 2011 06 20, alfa.lt 2011 06 20).

Priešingai negu publikacijose apie folkloro konkursą-festivalį, pristatant kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“, vienintelis savaitraštis „Šiauliai plus“ jį pateikia kaip renginį su giliomis tradicijomis, kuriame puoselėjama liaudiška muzika ir žaidimai. Čia festivalis įvardijamas kaip „*vienas populiariausių ir didžiausių liaudiškos muzikos festivalių*“, kurio pramogas pristato kaip galimybę

„prisiminti senokai užmirštus žaidimus, o jaunimas pirmąkart susipažįsta su užmirštomis lietuviškomis tradicijomis“ (Šiauliai plus 2008 09 19, 14 psl.) Kaip etnokultūriškumo apraišką žiniasklaida pateikia ir 2010 metais festivalio metu pasiektą ilgiausios armonikos rekordą. Vietinėje spaudoje teigiama, kad pasiektas rekordas yra vienas iš naujausių etnokultūrinių rekordų: „Paskutinis etnokultūrinis rekordas buvo aukščiausia ir mažiausia verbos: aukšiausioji siekė 6 metrus ir 30 centimetrų, mažiausia buvo 2,5 centimetro“ (Šiaulių kraštas 2010 07 17, 5 psl.), tad galima išvelgti tiesioginį festivalio ryšį su etnokultūriškumu. „Šiaulių krašto“ dienraštyje išsamiai aprašytas rekordinės armonikos kūrimo procesas bei teigiama, kad tokiu būdu organizatorius siekė išgarsinti ne tik festivalį, bet ir Šiaulius. Tikslas buvo pasiektas, nes apie rekordą rašė ir dienraštis „Šiaulių naujienos“ (Šiaulių naujienos 2010 07 19, 2 psl.) bei internetinis portalas 15min.lt (15min.lt 2010 07 16).

Tad lyginant tiriamus festivalius etnokultūriškumo aspektu, galima daryti išvadą, kad žiniasklaida tampa organizatorių priemone atskleisti tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedo“ etnokultūrinę reikšmę. Visuomenei pateikiamas festivalio, kaip etnokultūrinio renginio statusas. Lietuvos kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ tik iš dalies atspindimas kaip etnokultūrinis renginys, todėl sumenkinamas ir jo kultūrinis tikslas.

IV 3.2.2. Festivalių tarpkultūrinė reikšmė

Šiaulių kultūriniame kontekste folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ išsiskiria tarptautiškumu. Kaip žiniasklaidoje įvardija festivalio organizatoriai, jų pagrindinė misija – populiarinti folklorą tarptautiniu mastu. Folkloras tarptautiniame žodžių žodyne įvardijamas kaip žodinė liaudies kūryba arba tautosaka, tačiau plačiąja prasme jis suvokiamas kaip liaudies kultūra. Tad galima teigti, kad „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis, populiarindamas folklorą tarptautiniu mastu, bendrąja prasme atlieka tarpkultūrinę funkciją - tai įvardijama ir tiriamajame žiniasklaidos diskurse.

Festivalio tarpkultūrinė funkcija

Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ pateikiama festivalio meno vadovo nuomonė, kad per folklorą šiauliečiams suteikiama „galimybė pažinti kitas kultūras“, o Slovakijos kolektyvo atstovė tai įvardija kaip „galimybę susivienyti skirtingoms tautoms“ (Šiaulių kraštas 2009 07 16, 5 psl., Šiaulių kraštas 2011 07 07, 5psl.). Naujienų portale etaplius.lt festivalio tarpkultūrinę funkciją įvardija ir festivalio konkurso vertinimo komisijos nariai. Jų nuomone, „Saulės žiedas“ svarbus ne tik Šiauliams, bet ir visam Pabaltijo regionui <...>Šis renginys supažindina visą šį kraštą su kitomis kultūromis, o tai labai svarbu žmonių integracijai, kultūrų pažinimo skatinimui. <...> Liaudies

atlikėjams visada yra labai svarbu save palyginti su kitais, panašaus pobūdžio atlikėjais. Šio konkurso dėka jie geriau susipažįsta su kitomis kultūromis, gali dalį tų kultūrų parsivežti ir pas save“ (etaplius.lt 2011 07 08 (6)).

Tiriamajame žiniasklaidos diskurse ypač akcentuojama, kad šis festivalis yra bene vienintelis tarptautinis folkloro konkursas Baltijos regione bei visoje Rytų Europoje ir yra įtrauktas į oficialų Tarptautinės meno organizacijos IOV (prie UNESCO) renginių sąrašą (lrytas.lt 2011 07 05, balsas.lt 2009 06 29, delfi.lt 2009 06 29, Šiauliai plus 2009 07 03, 14 psl.). Suteikiama festivalio dalyviams galimybė ne tik pažinti kitas kultūras, bet ir varžytis pristatant savo šalies folklorą. Nors *„Tarptautinės liaudies meno organizacijos IOV atstovai pasisako prieš tokio pobūdžio konkursus, nes tiki, kad tradicinėje kultūroje varžytis neįmanoma. Būčiau linkusi prisidėti prie tokių žmonių, konservatyviai mąstančių, kad tradicinėje kultūroje nereikėtų varžytis, o pakaktų vien demonstruoti savo ypatingumą festivaliuose. Bet džiaugiuosi, kad šiauliečiai galvoja kitaip“* – teigia festivalio konkurso komisijos pirmininkė Zita Kelmickaitė („Šiaulių kraštas 2011 07 06, 5 psl.). Šis folkloro konkursas festivalį išskiria iš kitų Šiaulių ir Baltijos regiono renginių, todėl sulaukia išskirtinio žiniasklaidos dėmesio: spaudoje pristatoma konkurso komisija, kurią sudaro autoritetingi folkloro atstovai (Šiaulių kraštas 2011 07 05, 6psl., Šiauliai plus 2009 07 03, 14 psl.), įvardijami konkurso nugalėtojai (Šiaulių kraštas 2007 07 12, 7 psl., Šiaulių kraštas 2011 07 09, 6 psl., Šiauliai plus 2007 07 13, 11 psl.). Teigiama, kad festivalis – konkursas suteikia galimybę folkloro kolektyvams būti įvertintiems profesionalų ir taip padedama tobulėti (Šiauliai plus 2011 07 01, 14 psl., etaplius.lt 2011 07 05 (3)). Tai patvirtinama ir naujienų portale etaplius.lt, kuriame pateikiami konkurso nugalėtojų išpūdžiai: *„festivalio metu jautėme turį stiprius konkurentus, kurie buvo itin techniški, tikri profesionalai. Tačiau mes labai stengėmės ir mums pavyko“*. (etaplius.lt 2011 07 11, siaulieciams.lt (3)). Naujienų portale etaplius.lt publikuojami informaciniai pranešimai apie konkurso eigą, rezultatus (etaplius.lt 2011 07 08, etaplius.lt 2011 07 08 (4), etaplius.lt 2011 07 10). Naujienų portaluose 15min.lt, delfi.lt ir lrytas.lt, rasta po vieną publikaciją, kuriose pristatomi festivalio konkurso rezultatai (15min.lt 2011 07 09, delfi.lt 2011 07 08 (3), lrytas.lt 2012 07 10). Portalas 15min.lt ir lrytas.lt tekstą papildo nuotraukų galerijomis, kuriose publikuojamos nugalėtojų, apdovanojimų akimirkos.

„Šiaulių krašto“ dienraštyje atskleidžiama, kad tarpkultūriniai santykiai buvo naudingi ne tik festivalio dalyviams, bet ir savanoriams, kurie darbavosi kaip gidai. Kaip rašo „Šiaulių kraštas“, gidai ir po festivalio palaiko ryšius su festivalio dalyviais, italai bando susirašinėti ir lietuviškai, tad tiesiogiai parodoma festivalio tarpkultūrinė nauda (Šiaulių kraštas 2011 07 15, 7 psl.). Taip pat festivalis pasitarnavo ir savanorystės tikslais. Publikacijoje apie savanorystę Šiauliuose, kalbinami jaunesni festivalio savanoriai, kurie teigia, jog festivalis suteikė patirties: *„Pernai savanoriavau dėl*

profesinių įgūdžių. Norėjau įgyti patirties dekoruojant festivalio erdves augalais. Šiomet mano tikslas — sustiprinti anglų šnekamąją kalbą“ (Šiaulių kraštas 2011 06 18, 1-3 psl, balsas.lt 2011 06 18)).

Kultūros savitumo ir panašumo atskleidimas

Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, atlikdamas tarpkultūrinę funkciją, atskleidžia kitų šalių kultūros savitumą, tačiau šią funkciją tiesiogiai atlieka ir tiriamasis žiniasklaidos diskursas.

Anot tarpkultūrinės komunikacijos studijų teoretiko Cortes C. (2009), žiniasklaidą galima įvardinti kaip tarpkultūrinio mokymosi šaltinį. Jo nuomone, masinės komunikacijos priemonės pasižymi mokymo ir mokymosi galia, t.y žiniasklaida, pateikdama skirtingų kultūrų elementus ar bruožus, moko visuomenę, o žmonės mokosi iš žiniasklaidos nepriklausomai nuo to ar jie žino, kad mokosi ir nepriklausomai nuo to ar žiniasklaida suvokia, kad ji moko. Kaip išskiria teoretikas, masinės komunikacijos priemonės pateikia informaciją apie atskiras grupes, kultūras, nacijas, globalines sritis, ir platesnes tarpkultūrines temas, tokiu būdu žiniasklaida padeda ir stiprina auditorijos tarpkultūrinį vystymąsi. Žiniasklaida įtakoja ir savęs bei kitų matymą tarpkultūriniame kontekste: daroma įtaka savęs identifikavimui ir išskyrimui bei tapatinimui su kitais. Publikacijų analizė atskleidė, kad užsienio kolektyvams suteikiama galimybė pristatyti savo šalies folklorą ne tik pasirodymų metu, bet ir vietinės žiniasklaidos priemonėmis. Tokiu būdu tiriamajame žiniasklaidos diskurse, aprašant ir pristatant festivalio užsienio dalyvius, žiniasklaida tiesiogiai atlieka tarptautinės kultūros pažinimo funkciją.

„Šiaulių krašto“ dienraštyje šalių folkloras atskleidžiamas per tradicinius rūbus, instrumentus, dainas ir šokius, kurių prasmę aiškina užsienio kolektyvų atstovai (Saulės miestas 2007 07 13, 10psl., Šiaulių kraštas 2009 07 13, 7-8-9 psl.). Savaitraštyje „Šiauliai plus“ pristatomi Karelijos liaudies žaidimai (Šiauliai plus 2011 07 08, 24 psl.). „Šiaulių krašto“ dienraštyje pateikiamos ne tik kolektyvų, bet ir šalies tradicijos, savitumas, paneigiami vyraujantys stereotipai (Šiaulių kraštas 2007 07 14, 14-15 psl., Šiaulių kraštas 2011 07 09, 1-5-6 psl., etaplius.lt 2011 07 11 (2)). Meksikos šalies kultūra pateikiama ir per kulinarinį paveldą (Šiaulių kraštas 2011 07 16, 16 psl.). Užsienio kolektyvai trumpai pristatomi aprašant pasirodymus Šiaulių apskrityje (Kuršėnų kraštas 2007 07 18, 3psl., Šiaulių kraštas 2011 07 14, 3 psl.).

Tiriamajame žiniasklaidos diskurse tarpkultūriniu aspektu įvardijamas panašumas tarp lietuvių ir kitų tautų folkloro. Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ publikuojamas straipsnis apie lietuvių kilmės Baltarusijos „Switanak“ kolektyvo narį, kuris atskleidžia savo santykį su folkloru (Šiaulių kraštas 2011 07 09, 5-6 psl). Vienoje iš publikacijų pateikiama Gvadalacharos kolektyvo nuomonė, kad Lietuvos ir Meksikos kultūra yra panašios: vertinama šeima ir tradicijos, mylimas folkloras (Šiaulių

kraštas 2011 07 09, 1-5-6 psl.) Naujienų portale etaplius.lt pateikiama latvių nuomonė, kad „muzikinės tradicijos Lietuvoje ir Latvijoje labai panašios<...> „Vīteri“ folkloro grupės nariai sako, kad jie žino daugybę šokių, kurie labai panašūs į lietuviškus ir juokiasi sakydami, kad dažnai savinasi lietuviškus šokius ir vadina savais“ (etaplius.lt 2011 07 07 (2)). Rusijos kolektyvo „Karjela“ vadovo nuomone, „lietuvių ir karelių kultūros yra labai panašios. Gaila, kad mūsų kalbos skirtingos, bet šokiai, žaidimai yra panašūs. Karelai šokius vadina žaidimais. Man toks jausmas, kad lietuviai, kaip ir karelai, niekada nešoko, jie žaidė.“ (etaplius.lt 2011 07 09).

Apibendrinant konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ reflesiją kultūriniu aspektu, matyti, kad žiniasklaidos diskurse akcentuojamas festivalio kultūrinis tikslas: skleisti, populiarinti etnokultūrą ne tik Lietuvos, bet ir kultūriniu aspektu. Žiniasklaida pateikiama kaip priemonė atskleisti užsienio kolektyvų kultūros savitumą ir panašumą su Lietuvos folkloru.

IV 3.3. Festivalis – pramoginis renginys

Kaip parodė kiekybinė žiniasklaidos diskurso analizė, kultūriniai renginiai spaudoje ir ypač internetiniuose naujienų portaluose dažnai pateikiami kaip pramoga, laisvalaikio praleidimo būdas. Kokybinio tyrimo metu paaiškėjo, kad kapelų festivalis „Ant rubežiaus“ ypač reprezentuojamas kaip pramoginis renginys.

Žiniasklaidoje remiamasi festivalio kaip viešos kultūrinės šventės samprata. Lietuvių kalbos žodyne (www.lkz.lt) šventė įvardijama kaip iškilminga diena kokio nors žymaus istorinio ar valstybinio įvykio atminimui arba pramoga, linksmybė kokia nors svarbia, malonia proga. Remiantis šiuo šventės apibrėžimu, lingvistiniu požiūriu, festivalio „Ant rubežiaus“ pramoginis vaidmuo įvardijamas ne tik publikacijų turinyje, bet ir antraštėse: „*Bulvaro vasaros linksmybės : mugė, fontanai ir muzika*“ (Šiaulių naujienos 2010 07 19, 4 psl.), „*Festivalis „Ant rubežiaus“ garantuoja linksmumą*“ (Šiaulių kraštas 2008 09 05, 11 psl.) „*Vasarą — smūginę linksmybių dozė*“ (Šiaulių kraštas 2006 07 08, 6psl.) „*Ant rubežiaus“ linksminosi visos kartos*“ (etaplius.lt 2011 06 04) „*Šiauliečiai šėls „Ant rubežiaus“!*“ (etaplius.lt 2011 06 02). Tad tiesiogiai pateikiama festivalio, kaip pasilinksminimo samprata. Festivalį, kaip pasilinksminimą ar malonumą įvardija ir patys dalyviai. Naujienų portale etaplius.lt festivalio dalyvis, Radviliškio kapelos „Radvila“ muzikantas, išsakė savo nuomonę, kad „*jeigu žmogui suteikti malonumą, o malonumas yra kaip ir pagalba žmogui, kaip vaistas nuo visų negandų, pykčio, čia didelio pasiruošimo nereikia*“ (etaplius.lt 2011 06 03).

Atlikus kokybinę publikacijų analizę, pastebėta, kad žiniasklaidoje kaip pagrindinis festivalio „Ant rubežiaus“ elementas išskiriama tautodailininkų ir prekybininkų mugė, o ne kapelų ir kapelijų

pasirodymai. Dienraštyje „Šiaulių kraštas“ aprašomas mugės asortimentas ir teigiama, kad „...prekeiviai siūlė ko tik nori — nuo kailinių žieminių kepurėlių iki permatomo audinio suknelių, kurias tenka matuoti ne kabinose, bet prisidėjus prie savęs ir kažką papildomo įsivaizdavus. Kaip visada, buvo daug bižuterijos, šiltų ir plastikinių šlepečių, visokių molinių velnių ir kitokių pabaisų. Duonyčių, pyragėlių, saldumynų, visokių mėsyčių — nors vežimu vežk.“ (Šiaulių kraštas 2011 06 06, 3-5psl.). Publikacijoje „Vėjas ir lietus nuotaikos nesugadino“ festivalis ir mugė pateikiami kaip „Šiaulių dienų“ renginių ciklo elementai, tačiau mugė priskiriama prie „Šiaulių dienų“ programos (Šiaulių kraštas 2008 08 13 d. 6-7 psl.). Čia taip pat pirmiausia dėmesys skiriamas tautodailininkų mugei, o vėliau trumpai aprašomas festivalio atidarymas. Sudaromas išpūdis, kad mugė „Šiaulių dienose“ atlieka svarbesnę vaidmenį, negu festivalis.

Etnologo Liberto Klimkos teigimu (Klimka L. 2010, 36 psl.), mugėse „susijungia komercinis ir kultūrinis pradas, taip spontaniškai susipina kaimo ir miesto kultūros gijos“, tačiau tiriamajame žiniasklaidos diskurse festivalio mugė labiau atspindima komerciniu, o ne kultūriniu aspektu. Tokiu būdu atskleidžiamas festivalio ekonominis tikslas. Ne vienoje publikacijoje vietoje mugės vartojama *kermošiaus* sąvoka, kuri tiesiogine prasme reiškia prekymetį.

Priešingai negu aprašant „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio metu vykstančią tautodailininkų ir kulinarinio paveldo mugę, kurios pagrindinė funkcija – reprezentuoti Lietuvos etnokultūrą, čia labiau atskleidžiama vartotojų visuomenės kultūra. Šios visuomenės vertybės ir įvaizdžiai neatsiejami nuo vartojimo: perkamos gėrybės ne tik teikia utilitarinę naudą (patenkina bazinius poreikius), bet ir kuria įvairius gyvenimo stilius (Černevičiūtė J. 2007). Žiniasklaidoje atskleidžiama, kad festivalio mugė orientuota į gyventojų vartotojišką laisvalaikio praleidimo būdą.

„Šiaulių krašto“ žurnalistės kalbinti pašnekovai vykusį festivalį įvardija kaip savaitgalio pramogą. Teigiama, kad „daugelį labiau dominusi mugė nei muzika: įdomu buvę jei ne nusipirkti ką nors, tai bent apžiūrėti medžio, metalo, tekstilės dirbinius, kokį nors skanėstą lauktuvėms ar save palepinti įsigyti“. (Šiaulių naujienos 2010 07 19, 4 psl.). Dvylika kalbintų pašnekovų pabrėžė, kad domina mugė, į kurią suvažiuoja iš aplinkinių rajonų, kadangi vaikštinėdami ir apsipirkdami, gali pasiklausti ir muzikos. Festivalio žiūrovai įvardija, kad prekybininkų mugė yra svarbesnis festivalio elementas negu kapelų pasirodymai ir mugė suvokiama kaip vienas iš laisvalaikio praleidimo būdų.

Pramoginiu aspektu iš dalies žiniasklaidoje pateikiamas ir tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“. Kaip parodė kiekybinė publikacijų analizė, dienraštis „Šiaulių naujienos“ ir didžieji naujienų portalai informaciją apie festivalį publikuoja ir laisvalaikio skiltyje, tad galima

teigti, kad festivalis pateikiamas kaip laisvalaikio praleidimo būdas. Naujienų portale etaplus.lt festivalio metu organizuojamą „Dienos nuotaikos“ konkursą-žaidimą galima įvardinti kaip pramogą žiūrovams (etaplus.lt 2011 07 07 (3)). Festivalio metu žiūrovai fotografuojami ir kurio nuotrauka išrenkama kaip dienos nuotaika, gauna specialų rėmėjų prizą. Šiuo konkursu festivalio organizatoriai žiūrovus tarsi įtraukia į žaidimą, kuris tampa kaip pramoga, tačiau tai galima labiau įvardinti kaip vieną iš festivalio viešinimo būdų. Sujungiant tris internetines erdves (festivalio internetinė svetainė, naujienų portalas etaplus.lt ir socialinis tinklapis facebook) tiesiogiai skleidžiama informacija apie festivalį, o ir pats festivalis pateikiamas kaip pramoga. Kiekvieną dieną skelbiant dienos nuotaikos nugalėtojus, raginant balsuoti ir sveikinant konkurso nugalėtojus, išlaikomas tiesioginis ryšys su festivalio žiūrovais (etaplus.lt 2011 07 08 (7), etaplus.lt 2011 07 08 (7), etaplus.lt 2011 07 08 (7)). Festivalio kaip pramogos pateikimą žiniasklaidoje galima įvardinti kaip festivalio komunikacijos strategijos elementą, o ne pačios festivalio, kaip pramogos pateikimą.

Apibendrinant galima daryti išvadą, kad žiniasklaidos diskurse pramoginiu aspektu ypač reprezentuojamas kapelų festivalis „Ant rubežiaus“. Pateikiamas kaip pramoginė šventė, būdas patenkinti vartotojiškos visuomenės poreikius. Išryškintas festivalio ekonominis, o ne kultūrinis aspektas. Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ pramoginis aspektas panaudojamas tik kaip vienas iš festivalio viešinimo elementų.

V. Žiniasklaidos atstovų ir organizatorių interviu turinio analizė

Kiekybinės ir kokybinės žiniasklaidos diskurso analizės metu atskleista, kokiems žiniasklaidos šaltiniams aktualūs tiriami festivaliai ir kokiais aspektais jie reflektuojami. Siekiant magistro darbo visapusiškumo, buvo atliktas pusiau struktūruotas vietinės žiniasklaidos atstovų ir festivalių organizatorių interviu, kurio metu atskleista, kas lėmė publikacijų turinį bei organizatorių žiniasklaidos vertinamasis aspektas.

Kaip parodė kiekybinė diskurso analizė, didžiausią dėmesį festivaliams skyrė dienraštis „Šiaulių kraštas“, „Šiaulių naujienos“, savaitraštis „Šiauliai plus“ bei naujienų portalas etaplius.lt. Todėl interviu respondentais pasirinkta po vieną žurnalistą iš šių žiniasklaidos priemonių. Interviu metu apklaustos žurnalistės:

- savaitraščio „Šiauliai plus“ ir naujienų portalo etaplius.lt žurnalistė Jūratė Sobutienė (Pried. Nr.4).
- dienraščio „Šiaulių kraštas“ žurnalistė Živilė Kavaliauskaitė (Pried. Nr. 5);
- dienraščio „Šiaulių naujienos“ žurnalistė Romualda Urbonavičiūtė (Pried. Nr.6);

Žiniasklaidos atstovų pasirinkimą lėmė tai, jog šios žurnalistės tiriamuoju laikotarpiu daugiausia rašė apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį ir festivalį „Ant rubežiaus“. Žiniasklaidos atstovų prašymu, interviu klausimai buvo atsiųsti elektroniniu paštu.

Taikant pusiau struktūruoto interviu klausimyną, tiesiogiai buvo apklausta tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedo“ direktorė Rūta Stankuvienė (Pried. Nr.7) ir Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ organizatorius Pranciškus Trijonis (Pried. Nr.8).

V.1. Žiniasklaidos atstovų interviu turinio analizė

Anot Vytauto Urbono (2007, 195), žurnalistikos kūriniai didžiausią poveikį viešajai auditorijai padaro tada, kai juos rengiant visapusiškai atsižvelgiama į svarbiausius penkis veiksnius, sąlygojančius kūrinio turinį, t.y.: gyvenimas su savo įvykiais, procesais ir reiškiniiais, informavimo priemonės leidėjo tikslai ir uždaviniai, atitinkamas komunikacijos kanalas, žurnalistas ir auditorija, kuriai skiriama viešoji informacija. Šie V.Urbono išskirti veiksniai, atitinka teorinėje dalyje interpretuotą JAV sociologų Davido Croteau ir William Hoynes žiniasklaidos ir socialinio pasaulio modelį (Juraitė K., 2003), kuriame teigiama, kad žiniasklaidos pramonė (leidėjai ir žurnalistai), produktas (tekstas), auditorija ir technologija (spauda, radijas, televizija, internetas) – yra tarpusavyje susiję ir sąlygoja socialinį pasaulį, o šiuo atveju – kultūrinę erdvę, kuri tuo pačiu įtakoja ir

žiniasklaidos turinį. Kaip atskleidė žiniasklaidos atstovų ir festivalių organizatorių interviu analizė, šie veiksniai bei santykiai tarp jų ir turėjo įtakos tiriamų publikacijų turiniui.

Interviu metu paaiškėjo, kad kiekvienas žiniasklaidos šaltinis yra savitas ir laikosi tam tikrų nuostatų. Žurnalistai vadovaujasi ne tik redakcijos nustatytomis nuostatomis, tikslais kultūros atžvilgiu, bet ir asmeniniu vertinimu.

Kalbintos žurnalistės į klausimą, kiek savaitraščiui/naujienu portalui reikšmingi Šiaulių kultūriniai įvykiai ir renginiai, vieningai atsakė, kad kultūra jiems yra svarbi, tačiau ji nušviečiama remiantis skirtingomis nuostatomis ir vertinimais. Savaitraščio „Šiauliai plus“ žurnalistės teigimu „*užsibrėžtas tikslas, kad ir savaitraštyje, ir portale šiauliečiai rastų informaciją apie visus kultūros renginius mieste, tos nuostatos visą laik ir laikytasi*“. Savaitraštis suinteresuotas atlikti informacinę funkciją, tačiau žurnalistė atskleidė, kad informuojant visuomenę, laikomasi pozityvumo strategijos: „*Įkuriant savaitraštį „Šiauliai plus“ buvo suformuluota užduotis, kad jame turi atsispindėti teigiami gyvenimo pavyzdžiai. Kultūros įvykiai tą pozityvų užtaisą turi, todėl savaitraštyje daug vietos jiems ir skiriama<...> Jei redakcijos politika – atspindėti kultūros reiškinius, tai tos politikos ir laikomasi. Ir, kaip anksčiau minėta, kryptis – teigiamų pavyzdžių paieškos, tad publikacijų turinys – pozityvus*“. Informacijos gausą ir pozityvios nuomonės formavimą lėmė ir tai, jog „*ir savaitraštis, ir portalas – šių renginių rėmėjas, todėl skelbiama labai įvairi informacija: konkrečių koncertų tvarkaraštis, spaudos konferencijų informacija, interviu su rengėjais (prieš festivalį), renginių fotoreportažai, interviu su dalyviais*“. Tai patvirtina ir kokybinė žiniasklaidos diskurso analizė, kuri parodė, kad šis savaitraštis ypač formuoja teigiamą nuomonę apie tiriamus festivalius.

„Šiaulių krašto“ žurnalistė teigė, kad šiam dienraščiui ypač aktualūs kultūriniai įvykiai. „*Kultūriniais renginiais laikraštyje vietos skiriama kasdien. Bent kartą per savaitę – puslapis. Apie renginius (parodas, spektaklius, koncertus, susitikimus su kūrėjais) stengiamasi pranešti kuo operatyviau. Kiekviename laikraščio numeryje skiltyje „Afiša“ trumpai anonsuojami dienos ir rytdienos kultūros įvykiai <...> Kartą per mėnesį „Šiaulių kraštas“ leidžia 8 puslapių kultūros, meno ir literatūros priedą „Atolankos*“. Anot žurnalistės, siekiama operatyvumo, tačiau ypač kultūriniai renginiai sulaukia dėmesio esant įdomiai temai, pašnekovams ar įvykiams: „*Straipsnių turinį lemia konkretūs įvykiai, žmonės, tema. Kasmet ieškoma naujų spalvų, pašnekovų, akcentų, kurie būtų įdomūs, aktualūs skaitytojui. Remiantis šiais kriterijais, stengiamasi objektyviai atspindėti miestą garsinančiais šventes*“. Įvardindama priežastis, kurios paskatino rašyti apie festivalius, ji atskleidžia, kad siekiama renginius atspindėti kuo įvairesnėmis temomis: „*Kiekviename festivalyje galima rasti įvairių temų: įdomių asmenybių <...> aktualių pokalbių <...> kitų ir savos kultūros pažinimo <...> Įdomu, ir ką apie mūsų miestą (šalį, kultūrą) kalba atvykę svečiai<...> festivalių finansavimo problemos, įvairūs nesusipratimai, kylantys švenčių*

metu“. Kaip paaiškėjo interviu metu, vadovaujantis operatyvumo principu ir siekiant visapusiško renginių atspindėjimo, dienraštyje apie festivalius buvo rašoma bent kelis kartus : „*Pirmiausia jie anonsuojami, kalbama apie galimybes rengti (problemos, sunkumai), būsimus svečius, programą. Papildomos informacijos suteikia pranešimai spaudai, spaudos konferencijos, tiesioginiai kontaktai su organizatoriais <...> Prie temos sugrįžtama gavus papildomos informacijos <...> Vėliau skaitytojai informuojami reportažais iš renginių <...> Po festivalio pristatomi rezultatai, organizatorių ir dalyvių atsiliepimai, įspūdžiai*“. Tad galima teigti, kad „Šiaulių krašto“ dienraščio strategija – išsamiai ir operatyviai pristatyti kultūrinius renginius, o tai įtakoja ir publikacijų turinį. Ši dienraščio strategija pasitvirtino ir kiekybinės bei kokybinės publikacijų analizės metu.

„Šiaulių naujienų“ žurnalistės nuomone, Šiaulių kultūriniai įvykiai ir renginiai yra labai reikšmingi dienraščiui, tačiau į klausimą, kada rašė apie minėtus festivalius, teigė, kad „*sužinojus ką nors aktualaus ir naujo, sensacingo*“ bei publikacijų turinį lėmė „*surinkta informacija*“ (Žr. Pried. Nr.6). Tad nors žurnalistė nurodo kultūros renginių svarbą, tačiau kaip pagrindinis veiksnys, turintis įtakos publikacijų turiniui, įvardijami išskirtiniai ar sensacingi įvykiai. V. Urbono (2005, 12) nuomone, „*tendencinga, kad visuomenės informavimo priemonėse skelbiamos paskutinės naujienos, aiškinami ir vertinami naujausi įvykiai bei faktai, svarstomos dienos aktualijos, įdomiausios idėjos*“. Priešingai negu anksčiau minėtoms žiniasklaidos šaltiniams, „Šiaulių naujienų“ dienraščio publikacijų turinį labiausiai įtakoja patys įvykiai, iš kurių atspindimi tik tie, kurie gali sudominti auditoriją. Tai paaiškina, kodėl tirtose publikacijose ypač didelis dėmesys skiriamas festivalių finansavimo klausimui ir skandalams. Tad skirtinga informavimo strategija lėmė ir skirtingą kultūros renginių atspindėjimą žiniasklaidoje.

Anot Vytauto Urbono (2005), pagrindinis žurnalistų darbo principas yra objektyvumas – nešališkas, be išankstinio nusistatymo tikrovės parodymas, tačiau bet kuris žurnalistas, pažindamas ir atspindėdamas tikrovę, negali visiškai išvengti subjektyvumo. Kaip parodė interviu analizė, publikacijų turinį įtakojo ir žurnalistų subjektyvus „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio ir kapelų festivalio „Ant rubežiaus“ vertinimas. Kiekybinė žiniasklaidos diskurso analizė parodė, kad spaudoje ir naujienų portaluose rasta beveik keturis kartus mažiau publikacijų apie kapelų festivalį „Ant rubežiaus“, negu apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį. Ypač tai būdinga savaitraščiui „Šiauliai plus“ ir naujienų portalui etaplius.lt. Šią tendenciją paaiškina savaitraščio žurnalistės nuomonė, kad „Saulės žiedo“ konkursas-festivalis yra unikalus projektas, suteikiantis galimybę susipažinti su kitų šalių kultūra, tradicijomis. „Ant rubežiaus“ festivalį ji įvardija kaip senesnes tradicijas turintį renginį, tačiau jau išsisėmusį. „*Jam jau trūksta kibirkštėlės – amatininkų muge nieko nebenustebinsi*“. Respondentė įvardija priežastis, kodėl festivaliams skiriamas skirtingas dėmesys: „*Savaitraštis tegyvuoja metus, kai buvo surengtas pirmasis „Saulės žiedo“ festivalis*“. Jo

dalyvių nuotrauka papuošė viršelį. Redakcijai atrodė, kad tuo metu – tai svarbiausias įvykis Šiaulių mieste. Ir vėliau laikytasi tokios pozicijos. „Ant rubežiaus“ atspindėta veikia fragmentiškai; interviu su atskirais atlikėjais, mugės vaizdeliai ir pan. Taip nutiko veikiausiai dėl pačių organizatorių, kurie buvo ne vienodai aktyvūs“.

Kaip parodė kiekybinė ir kokybinė publikacijų turinio analizė, abu festivalius išsamiai pristatė dienraštis „Šiaulių kraštas“. Kaip buvo minėta anksčiau, šio dienraščio tikslas – visapusiškai atspindėti Šiaulių kultūrinius renginius, todėl, vertindama festivalius, kalbinta žurnalistė teigė, kad abu festivaliai yra vienodai naudingi Šiaulių miestui: *„Kiekvienas kultūrinis renginys miestui suteikia spalvų, patrauklumo, gyvumo. Ypač minėti festivaliai, išsiskiriantys dalyvių ir žiūrovų gausa, programos ir renginių įvairove. Festivaliai garsina miestą ir kitose šalyse, tampa savotiškais miesto (ir šalies) ambasadoriais, pritraukia užsienio svečių“*. Priešingą nuomonę apie festivalius išreiškė dienraščio „Šiaulių naujienos“ žurnalistė, kuri teigiamai vertina šiuos renginius, tačiau juos įvardija *„kaip sudėtinę dalį Šiauliuose vykstančių festivalių-konkursų ir kitų renginių, kurių reikia šiauliečiams“*. Kaip parodė kokybinė publikacijų analizė, šis požiūris ir įtakojo visapusišką ar tik fragmentišką festivalių atspindėjimą dienraščiuose.

Apibendrinant žiniasklaidos atstovų interviu rezultatus, galima daryti išvadą, kad remiantis Davido Croteau ir William Hoynes žiniasklaidos ir socialinio pasaulio modeliu, tiriamo žiniasklaidos diskurso turinį lėmė: žiniasklaidos pramonė, kurią pagal V. Urboną sudaro redaktorius ir žurnalistas bei kultūrinis pasaulis – šiuo atveju, festivalių įvykiai, dalyviai, problemos. Įvardinti redaktorių keliami tikslai, formuojamos nuostatos kultūriniu aspektu, pasirinkta informavimo strategija bei žurnalistų subjektyvus festivalių vertinimas paaiškino ir patvirtino skirtingą festivalių refleksiją žiniasklaidoje, kuri buvo atskleista kiekybinės ir kokybinės diskurso analizės metu. Žiniasklaidos atstovai patvirtino iškeltas hipotezes, jog žiniasklaidos diskurse labiau atspindimas folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, negu kapelų festivalis „Ant rubežiaus“ ir Šiame diskurse formuojama skirtinga visuomenės nuomonė.

V.2. Organizatorių interviu turinio analizė

Teorinėje darbo dalyje minėti komunikacijos studijų, sociologijos ir diskurso analitikai vienareikšmiškai sutinka, kad žiniasklaidos poveikis visuomenei yra akivaizdus ir nepaneigiamas. Tarptautinio „Saulės žiedo“ konkurso – festivalio direktorė ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ organizatorius taip pat sutinka, kad žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį organizuojant festivalius. Tačiau, kaip parodė interviu analizė, pastarieji skirtingai suvokia žiniasklaidos funkciją.

„Saulės žiedo“ konkurso-festivalio direktorė Rūta Stankuvienė žiniasklaidą įvardija kaip viešųjų ryšių priemonę: *„be žiniasklaidos, be viešinimo, pasidarysi šventę sau. O su žiniasklaidos pagalba pakviečiami, informuojami žmonės“*. Festivalio direktorė atskleidžia, kad paskutinio festivalio metu dirbo stipri viešintojų komanda, *„sudarytą iš rašančių, fotografuojančių, filmuojančių, kuriai vadovavo profesionali, viena stipriausių Šiaulių krašte žurnalistė, ryšių su visuomene specialistė. Dirbo komandoje profesionalų žurnalistų, kurie norėjo būti savanoriais mūsų festivalyje. Tie dalykai buvo planuojami: kokias žinias skleisim, kiek per dieną bus žinučių“*. Tad festivalio organizatorė tikslingai pasinaudojo žiniasklaidos galia daryti poveikį visuomenei, todėl, anot direktorės, festivalio atspindys žiniasklaidoje atitiko jos lūkesčius. Tai įrodo ir interviu metu įvardinti festivalio tikslai bei vaidmuo Šiaulių kultūrinių renginių kontekste, kurie buvo objektyviai ir tiksliai atspindėti ir tiriamajame žiniasklaidos diskurse.

Priešingai negu „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio direktorė, „Ant rubežiaus“ festivalio organizatorius nevykdė tikslingos viešųjų ryšių kampanijos ir nesiekė įtakoti žiniasklaidos turinio. *„Aš šitų dalykų nedarau. galvoju, jeigu žmonės kažką nori gero parašyti, ar blogo – tai jie ir parašys. Aš nenoriu ir nekontroliuoju, ką jie ten ruošiasi rašyti. Aš tiktais prašau, kada jeigu prieš festivalį rimtesnį straipsnį rašo, kad atsiųstų, kad pavardės nebūtų iškraipytos. Aš nesu kažkoks tai baubas, kad manęs reikėtų bijoti. Bet visuomet nusiunčiu informaciją, informuoju žurnalistus <...> Sunki visiems, o kas nori, tas ir parašo“*. Festivalio organizatorius žiniasklaidą pirmiausia įvardija kaip reklamos priemonę, kadangi bendraujama su informaciniais rėmėjais, kurie *„daro nuorodas, reklamuos mūsų festivalį ir daugiau apie jį informuos“*. Orentuojamasi į informacinę žiniasklaidos funkciją.

Vertindamas žiniasklaidos vaidmenį, Pranciškus Trijonis patvirtino, kad festivalio pateikimas žiniasklaidoje iš dalies atitiko jo lūkesčius, nes festivalis buvo matomas Lietuvos mastu, apie jį rašė. Tačiau, vertindamas vietinę spaudą, festivalio organizatorius teigia, kad *„kai pradėjom festivalius, tą patį „Ant rubežiaus“, tos pačios „Kantri Jonio“ būdavo, tai buvo rašoma iš tikrųjų daug apie muziką. Parašydavo jie ten apie kokią įdomesnę grupę, atvažiuodavo, interviu paimdavo. Žinot, paskutiniu metu yra tendencija tokia, kad visi ima kažkokias atrakcijas, kažkokie dalykai, kurie absoliučiai nesusiję su festivaliu“*. Respondentas, prisimindamas atvejį, kai vienas iš vietinės žiniasklaidos atstovų, siekdamas pateikti neigiamą festivalio vaizdinį, fotografijoje pateikė muzikantą su bokalu alaus ir armonika, išreiškė ir neigiamą požiūrį į žiniasklaidą.

Festivalio organizatorius kaip pagrindinį renginio tikslą įvardija siekį *„supažindinti Šiaulius su liaudiška muzika“* ir festivalis traktuojamas kaip *„šventė žiūrovams ir muzikantams“*. Kaip parodė publikacijų analizė, žiniasklaidoje festivalis preprezentuojamas tik kaip linksma šventė ir ypač didelis dėmesys skiriamas tautodailininkų ir prekybininkų mugei. Pranciškus Trijonis, vertindamas

šià situacijà, teigia, jog „*gaila, kad mažai rašo apie muzikà, kapelų koncertus, varžytuves*“, taèiau sutinka, kad „*jeigu ne mugė, mano festivalis neįvyktų, matyt tà pamatė ir žurnalistai*“.

Abiejų festivalių organizatoriai patvirtino, kad atsižvelgia į tai, kam nušviesdama praėjusius festivalius, skyrė daugiausia dėmesio žiniasklaidai, ir į žiniasklaidos apie festivalius formuojamà nuomonę. Tačiau „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio direktorė didesnę dėmesį skiria žiniasklaidos pateikiamam vertinimui, nuomonės formavimui, o „Ant rubežiaus“ organizatoriui labiau aktualus festivalio pateikimas, domimasi, apie kuriuos renginius yra rašoma.

Rūta Stankuvienė teigė, kad „*Skaitant, žiūrint, kaip apie tavo organizuojamà renginį atsiliepia, be jokios abejonės, reaguoji į viską. Kaip ir kiekvienas žmogus, lygiai taip pat reaguoji į gerus atiliepimus, argumentuotus gerus, argumentuotus neigiamus, kritikà, neargumentuotus neigiamus ir taip toliau. <...> Jei pateikiama argumentuota kritika – ją analizuoji ir reaguoji. Lygiai taip pat dar atsižvelgi į žmonių nuomones, komentarus*“. Pranciškus Trijonis teigia, jog „*pasiziūriu, kad regioniniam laikraštyje nušvieèia praktiškai tokius visokius įdomesnius renginius, vienus plaèiau, kitus siauriau. Ir aišku aš kitais metais dirbsiu su tais, kurie kreipia didesnę dėmesį į mūsų festivalį*“. Todėl, anot organizatoriaus, „*paskutiniu metu darom tuos visokius rekordus, kad pritraukti žiniasklaidà*“.

Interviu analizė parodė, kad abiejų festivalių organizatoriai, rinkdamiesi informacinius rėmėjus ar visuomenės informavimo priemones, atsižvelgia į V. Urbono (2007) išskirtus ir Davido Croteau bei William Hoynes įvardintus publikacijų turinį lemianèius veiksnius: atitinkamà komunikacijos kanalà ir auditorijà, kuriai skiriama informacija.

„Saulės žiedo“ konkurso-festivalio direktorė atskleidė, kad ypaè didelis dėmesys skiriamas vietinėms žiniasklaidos priemonėms: „*Nacionalinei žiniasklaidai įdomūs tampame su dideliais pinigais, arba turi padaryti skandalà – savo ar ne savo noru <...> O vietinei žiniasklaidai mes esam įdomūs, mes draugaujame ir esam pastebimi kiekvienais metais, ir per kiekvienà renginį*“. Todėl vykdant viešinimo strategijà stebimi vietinės žiniasklaidos priemonės reitingai, kuriuos lemia žmonių pasirinkimas: „*aukščiausią pasiekiamumo pozicijà Šiaulių mieste turi „Splus“ grupė: su savaitraščiu, televizija ir etaplus.lt. Regiono mastu itin svarbi „Šiaulių krašto“ laikraščiu grupė, kuri „apdengia“ visà regionà. Iš regioninių radijo stoèių labiausiai pasiekiamas Saulės radijas. Taip pat žiūrima regione bei kitose artimiausiose apskrityse Šiaulių apskrities televizija. Mažesnius reitingus turi RS2 radijas, „Ekspres kontaktas“ ar kitos žiniasklaidos priemonės, bet su visais norinèiais bendrauti, mes bendraujame*“.

Priešingai negu Rūta Stankuvienė, „Ant rubežiaus“ organizatorius teigia, kad vietinė spauda užima bene pagrindinę vietà, taèiau reklamos tikslais labiau bendradarbiaujama su respublikinės

žiniasklaidos atstovais : „Aš atsižvelgiu į tai, koks kontingentas ateina į mūsų festivalį. Lietuvos radijas turi daugiausia klausimumą tarp vidutinio ir vyresnio amžiaus klausytojų, nu ir Lietuvos televizija<...> Daug metų mes dirbam su „Ūkininko patarėju“, už tad, kad žurnalistams, jiems įdomūs tie festivaliai, plačiai parašo anonsus, parašo po festivalio su nuotraukom, su viskuo“.

Interviu metu respondentas atskleidė, kad vietinės žiniasklaidos pasirinkimą lemia ir žiniasklaidos atstovų tarpusavio santykiai: „Turi žinoti, su kuo kas yra susipykęs, su kuo draugauja <...> Su „Šiaulių naujienom“ aš nekonfliktuoju, bet konfliktuoja kiti laikraščiai <...> jie pasako, kad jeigu „Šiaulių naujienos“ bus šalia, mes tada neremiam jūsu“. Festivalio „Ant rubežiaus“ informacinių rėmėjų pasirinkimą lėmė ir komunikacijos kanalo savybės. Kaip parodė interviu, organizatorius labiau renkasi televiziją, radiją, o ne spaudą ar internetinius naujienų portalus. Anot Pranciškaus Trijonio, radijos visi klauso, radija visada yra šalia. Internetas išskirtinis operatyvumu, o spauda, kaip ir radijas, yra puiki priemonė paskutinei aktyviai reklamai, „kur jau įkyriai yra reklamuojama, zaunijama apie festivalį“, tačiau „radijas yra efektyviau“. Tai paaiškina, kodėl tiriamajame žiniasklaidos diskurse apie festivalį „Ant rubežiaus“ rasta žymiai mažiau publikacijų.

Apibendrinant organizatorių interviu rezultatus, iš dalies patvirtinama iškelta hipotezė, jog žiniasklaidos diskursą įtakoja renginių organizatoriai, kita vertus, masinės komunikacijos priemonėmis formuojama nuomonė daro poveikį renginiams ir jų rengėjams. Kaip parodė interviu analizė, abu organizatoriai atsižvelgia į žiniasklaidoje pateikiamą festivalių refleksiją ir formuojamą nuomonę. Tačiau tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ direktorei žiniasklaida buvo viena iš viešųjų ryšių priemonių, kuria siekta ne tik informuoti apie renginius, bet ir formuoti teigiamą festivalio įvaizdį, jo vertinimą. Tokiu būdu tiesiogiai buvo įtakojamas ir žiniasklaidos turinys, todėl festivalio refleksija žiniasklaidoje atitiko jos lūkesčius. Priešingai negu „Saulės žiedo“ direktorė, Lietuvos kaimo kapelų ir kapelų festivalio „Ant rubežiaus“ organizatorius nesiekė daryti poveikį tiriamajame žiniasklaidos diskursui. Kadangi masinės komunikacijos priemonės jis įvardija kaip vieną iš reklamos būdų, jam labiau svarbi informacinė, o ne nuomonės formavimo žiniasklaidos funkcija. Festivalio refleksija žiniasklaidoje tik iš dalies atitiko organizatoriaus lūkesčius. Abejų festivalių rengėjai, įvardindami auditorijos ir atitinkamo komunikacijos kanalo svarbą pasirenkant informacinius rėmėjus, patvirtina teorinėje dalyje interpretuotą Davido Croteau bei William Hoynes žiniasklaidos ir socialinio (šiuo atveju – kultūrinio) pasaulio modelį.

IŠVADOS

Atlikus Šiaulių miesto etnokultūrinių renginių refleksijos žiniasklaidos diskurse analizę, atskleista:

1. Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad etnokultūrinių renginių refleksijos žiniasklaidos diskurse tyrimą apsunkina definicijų neapibrėžtumas - nėra vienareikšmiško kultūros, etnokultūros, festivalio, žiniasklaidos diskurso apibrėžimo. Remiantis darbe pateiktomis skirtingomis (etno)kultūros sampratomis, įvardijamas pagrindinis (etno)kultūrinių renginių tikslas – vertybių, tikėjimo, papročių ir tradicijų propagavimas, tautinio tapatumo ir savimonės puoselėjimas bei skleidimas. Vadovaujantis šiuo apibrėžimu, tyrimo metu analizuojami tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ įvardijami kaip etnokultūriniai renginiai.
2. Atlikus kultūros vadybos ir marketingo literatūros analizę bei remiantis išskirtomis renginių tikslų kategorijomis, atskleista, kad tarptautiniu folkloro konkursu-festivaliu „Saulės žiedas“ yra siekiama kultūrinių/socialinių ir politinių tikslų įgyvendinimo. Tuo tarpu Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivaliui „Ant rubežiaus“ - keliami tik ekonominiai ir kultūriniai tikslai. Šis festivalių tikslų pasiskirstymas bei išskirtiniai festivalių bruožai lemia jų vaidmenį Lietuvos bei Šiaulių kultūriniame kontekste.
3. Vadovaujantis komunikacijos studijų analitikų ir sociologų žiniasklaidos diskurso sampratomis, apsibrėžtos žiniasklaidos funkcijos ir bruožai - žiniasklaida suvokiama kaip masinės komunikacijos priemonė, kurios besąlygiškai susijusi su visuomenės kasdieniu gyvenimu ir daro įtaką tikrovės reiškinių suvokimui bei formuoja visuomenės mastymą, vertybes, nuomonę. Atskleista, kad pagrindiniai žiniasklaidos elementai – žiniasklaidos pramonė, produktas, auditorija ir technologija – yra tarpusavyje susiję ir sąveikauja platesniame kultūriniame kontekste. Jame visuomenės informavimo priemonės pirmiausia atlieka kultūros platinimo ir viešinimo funkciją, kai tuo tarpu (etno)kultūriniai renginiai vis dar stokoja didesnio žiniasklaidos dėmesio.
4. Antropologijos, lingvistikos, filosofijos, sociologijos atstovai sutinka, jog diskurso sąvokai būdingas daugiaprasmiškumas. Kasdieninėje kalboje „diskurso“ sąvoka vartojama kaip „diskusijos“ sinonimas. Humanitariniuose ir socialiniuose moksluose vyrauja dvi diskurso sampratos perspektyvos - subkultūra ir komunikacinio veiksmo procesas. Diskurso analizė apibrėžiama kaip metodologija, įgalinanti komunikacinių procesų bei tekstų kaip šių procesų rezultatų analizę. Šioje analizėje išskiriamos keturios metodologinės tradicijos - lingvistinė analitinė, aprašomoji funkcionalistinė, interpretacinė ir kritiškoji. Magistro darbe išsamiai analizuojama kritiškosios diskurso analizės tradicijos, kurių pagrindinis uždavinys - nustatyti galios santykį tarp diskurso ir socialinės (šiuo atveju kultūrinės) tikrovės.

5. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad žiniasklaida, kaip mokslinių tyrimų laukas, jau keli dešimtmečiai yra analizuojama komunikacijos teoretikų, sociologų, lingvistų, psichologų, tačiau diskurso analizės atstovams žiniasklaida yra aktuali tik kaip socialinės tikrovės konstravimo elementas, t.y. perduodama informaciją žiniasklaida, tiesiogiai daro įtaką visuomenei, pritraukia jos dėmesį bei formuoja nuomones, įsitikinimus, požiūrį netgi pakeičia patį komunikavimo procesą. Tyrimo metu buvo išskirti penki diskurso elementai, kurie padeda atlikti žiniasklaidos diskurso analizę – naudojamas kontekstas, gramatinė struktūra, kita diskurso struktūra, sąveikos savybės, pranešimas. Tačiau atliekant žiniasklaidos diskurso analizę ypač svarbūs diskurso turinys ir kontekstas, kuris ne tik įtakoja pranešimo turinį, bet ir pats yra vienaip ar kitaip veikiamas konteksto. Tuo tarpu atliekant kiekybinę diskurso analizę analitinėmis kategorijomis tampa ir atskiri žodžiai, sakiniai, ir labiau *ad hoc* analizės vienetai, tokie kaip straipsnių antraštės, temos, tekstų apimtis.
6. Tyrimo metu išanalizavus 143 publikacijas, gauti rezultatai patvirtina iškeltą hipotezę, kad apie „Saulės žiedo“ konkursą-festivalį rašyta dažniau negu apie kapelų festivalį „Ant rubežiaus“. Publikacijų kiekybinė analizė atskleidė, kad tiriami festivaliai labiau aktualūs vietinei žiniasklaidai. Tad žiniasklaidos refleksija pasiekia ir tuo pačiu formuoja ypač Šiaulių miesto ir regiono gyventojų nuomonę apie festivalius. Ištyrus publikacijas taip pat pastebėtas dvejopas abiejų festivalių traktavimas: vietinė spauda festivalius pristato kaip svarbų tos dienos įvykį, o internetiniai portalai juos interpretuoja tik kaip kultūrinio gyvenimo elementą. Straipsnių apimties atžvilgiu, abiem festivaliams skiriamas panašus dėmesys. Tačiau publikacijų kiekio analizė atskleidė, kad apie festivalius dažniausiai rašė dienraštis „Šiaulių kraštas“ bei naujienų portalas etaplius.lt, todėl tendencinga, kad šiose žiniasklaidos priemonėse festivaliai dažniausiai ir pateikiami kaip dienos aktualija, bei straipsniai pasižymi plačia apimtimi.
7. Tematiškumo analizė atskleidė, kad žiniasklaidos atstovai skirtingai atspindi festivalius: dienraštis „Šiaulių kraštas“ atlieka plačią refleksiją, siekia gilesnio festivalio „Ant rubežiaus“ atspindėjimo, didesnę dėmesį skirdamas atskiriems konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ renginiams ir jų vertinimo pateikimui. Dienraštis „Šiaulių naujienos“ parenka ką skaitytojams verta žinoti, o ką ne. Tyrimo duomenys rodo, kad šis dienraštis suinteresuotas pateikti skandalingą informaciją, o savaitraštis „Šiauliai plus“ apsiriboja bendru festivalių pristatymu. Tos pačios tendencijos vyrauja ir respublikinėje spaudoje. Internetinėje erdvėje temų išsamumu pasižymėjo naujienų portalas etaplius.lt. Portalai, skirti Lietuvos auditorijai, apsiribojo festivalių pristatymu ir skandalų išviešinimu. Analizė atskleidė, kad tematiškumo aspektu, internetinėje žiniasklaidoje mažiausiai reprezentuojamas festivalis „Ant rubežiaus“.

8. Publikacijų vizualiojo konteksto analizė atskleidė, kad tiriamajame žiniasklaidos diskurse festivaliai reflektuojami ne tik išskiriant ir aktualizuojant tam tikras temas, bet ir pasitelkiant spaudos fotografiją. Nuotraukos atlieka informavimo ir iliustravimo funkcijas, kurios priklauso nuo informacijos sklaidėjo tikslo, kiek plačiai ir išsamiai siekiama reprezentuoti festivalius.
9. Tyrimo metu paaiškėjo, kad atlikus kokybinę diskurso analizę, skirtingų tematikų publikacijose išryškėja tie patys festivalių refleksijos aspektai: kultūrinis, politinis ir pramoginis. Remiantis teorinėje dalyje sudaryta festivalių tikslų klasifikacija, žiniasklaidos diskurse šiais aspektais atskleidžiami ekonominiai, kultūriniai/socialiniai bei politiniai festivalių tikslai. Kokybinė diskurso analizė, atskleidė, kad ypač išskiriamas kultūrinis ir politinis kontekstas, kuriame išryškėja kultūros politikos ir dvejopas festivalių vertinimas. Šiame kontekste tiesiogiai įvardijami ir subjektyviai vertinami konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ politiniai tikslai. Kultūriniu aspektu pateikiama festivalių etnokultūrinė ir tarpkultūrinė reikšmė. Šie aspektai ypač aktualūs publikacijose apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“, o Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ labiau reprezentuojamas pramoginiu aspektu, kuriuo atskleidžiamas festivalio ekonominis tikslas.
10. Atlikta publikacijų turinio kokybinė analizė atskleidė, kad žiniasklaida dažniausiai remiasi pačių organizatorių arba festivaliuose dalyvaujančių ekspertų vertinimu. Analizė taip pat parodė, kad dienraštis „Šiaulių naujienos“ pateikia subjektyvų žurnalistų vertinimą, kuris argumentuojamas ekspertų bei politikų nuomone. Čia ypač išryškėja informacijos sklaidėjų interesai formuoti priešingą festivalių kultūrinės reikšmės vertinimą.
11. Tyrimas atskleidė, kad žiniasklaidoje tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ turi žymiai didesnę kultūrinę vertę, negu Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“. Pastarasis, priešingai negu tarptautinis folkloro festivalis, kuris įvardijamas kaip tradicinis miesto renginys, nublanksta kitų kultūrinių renginių kontekste ir labiau pateikiamas kaip kultūrinių renginių ciklo elementas. Toks tendencingas festivalių vertinimas atsispindi ir Šiaulių miesto politiniame kontekste – politiniame rėmimime ir finansavime.
12. Žiniasklaidos diskurso analizė parodė, kad Šiaulių kultūriniame kontekste lyginant tiriamus festivalius etnokultūriškumo aspektu, žiniasklaida tampa organizatorių priemone atskleisti tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ etnokultūrinę reikšmę. Visuomenei pateikiamas festivalio, kaip etnokultūrinio renginio statusas. Tuo tarpu Lietuvos kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ tik iš dalies atspindimas kaip etnokultūrinis renginys, todėl sumenkinamas ir jo kultūrinis tikslas.

13. Tyrimo metu atskleista, kad žiniasklaidos diskurse pramoginiu aspektu ypač reprezentuojamas kapelų festivalis „Ant rubežiaus“. Jis pateikiamas kaip pramoginė šventė, t.y. būdas patenkinti vartotojiškos visuomenės poreikius. Išryškinamas festivalio ekonominis, o ne kultūrinis aspektas. Tuo tarpu tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ pramoginis aspektas panaudojamas tik kaip vienas iš festivalio viešinimo elementų.
14. Organizatorių ir žiniasklaidos atstovų interviu turinio analizė atskleidė, kad publikacijų turinį lemia pagrindiniai sociologų ir komunikacijos studijų analitikų išskirti žiniasklaidos elementai: žiniasklaidos pramonė, patys tikrovės, šiuo atveju -kultūros įvykiai, auditorija ir taikomos technologijos. Žiniasklaidos atstovai patvirtino iškeltą hipotezę, jog žiniasklaidos diskurse labiau atspindimas folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, negu kapelų festivalis „Ant rubežiaus“ ir šiame diskurse formuojama skirtinga visuomenės nuomonė. Taip pat iš dalies patvirtino hipotezę, jog žiniasklaidos diskursą įtakoja renginių organizatoriai, kita vertus, masinės komunikacijos priemonėmis formuojama nuomonė daro poveikį renginiams ir jų rengėjams. Organizatoriai atsižvelgia į žiniasklaidoje pateikiamą festivalių refleksiją ir formuojamą nuomonę. Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ organizatorei žiniasklaida buvo viena iš viešųjų ryšių priemonių, kuria siekta ne tik informuoti apie renginius, bet ir formuoti teigiamą festivalio įvaizdį, jo vertinimą. Tokiu būdu tiesiogiai buvo įtakojamas ir žiniasklaidos turinys. Tuo tarpu Lietuvos kaimo kapelų ir kapelų festivalio „Ant rubežiaus“ organizatorius nesiekė daryti poveikį tiriamajama žiniasklaidos diskursui - masinės komunikacijos priemonės jis įvardijo kaip vieną iš reklamos būdų. Anot jo, jam svarbesnė informacinė, o ne nuomonės formavimo žiniasklaidos funkcija.

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

Literatūra:

1. Alferio K. *Media Relations: The Good, The Blah and the Ugly*. International Festivals and Events Assoc, 1999, 78.
2. Allen J., (2003). *Event Planning*. Events management. Resource Guide. [žiūrėta 2012 05 30] Prieiga per internetą:
analysis: Disciplines of Discourse. Vol. 1. Ed. by T. A. van Dijk. London: Academic Press: 1–10. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą:
<http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20Analysis%20as%20a%20new%20Cross-Discipline.pdf>
3. Bowdin G., McDonnell I., Allen J., O’Toole W. *Events Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001. [žiūrėta 2012 05 05]. Prieiga per internetą:
http://books.google.lt/books?id=xk1GSZKeN7IC&pg=PA48&lpg=PA48&dq=2.%09Bowdin+G.,+McDonnell+I.,+Allen+J.,+O%27Toole+W.+Events+Management.+Oxford:+Butterworth-Heinemann,+2001&source=bl&ots=wi_LWk13zE&sig=EsXOu4fV606WBwClXru8MWYa05M&hl=lt&sa=X&ei=M6DET_ydBIXasgaf152fCg&ved=0CFEQ6AEwAg#v=onepage&q=2.%09Bowdin%20G.%2C%20McDonnell%20I.%2C%20Allen%20J.%2C%20O%27Toole%20W.%20Events%20Management.%20Oxford%3A%20Butterworth-Heinemann%2C%202001&f=false
4. Cortes E. C. *Media and Intercultural Training. Handbook of Intercultural Training*. California: Sage Publications, 2009. [žiūrėta 2012 03 25]. Prieiga per internetą:
http://books.google.lt/books?id=wjy02V19UwMC&pg=PA266&lpg=PA266&dq=CORTES,+E.+Carlos,+Media+and+Intercultural+Training&source=bl&ots=r7Wh0qoXOd&sig=0XGIrULgWMRRVb0hEli2EZlcWpk&hl=lt&sa=X&ei=VQnKT_dDw9SyBrmDgewG&ved=0CGIQ6AEwAA#v=onepage&q=CORTES%2C%20E.%20Carlos.%20Media%20and%20Intercultural%20Training&f=false
5. Černevičiūtė J. Kultūros ir vartojimo kultūros sąsajos // *Rinkodaros priemonių valdymas kultūros įstaigų veikloje*. Projekto „Lietuvos kultūros darbuotojų kvalifikacijos kėlimo plėtra“ mokymosi medžiaga. Vilnius, 2007, 7-28 psl.
6. Daujotytė V., Kas yra etninė kultūra?// *Liaudies kultūra*, 1997, Nr. 2, psl. 1
7. Derrett R., Festivals, Events and the Destinations // *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*. Butterworth-Heinemann, 2004, 32. [žiūrėta 2012 05 05]. Prieiga per internetą:

- http://llrc.mcast.edu.mt/digitalversion/Table_of_Contents_127410.pdf
8. Etninė kultūra. Etninės kultūros globos tarybos informacinis leidinys, Vilnius: Petro Ofsetas. 2001, 5.
 9. Gerbner G. , *Toward a General Model of Communication*, Audw- Visual Communication Review, IV , 1956.
 10. Goldblatt J. J. *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*. New York: John Wiley & Sons Inc, 1997. [žiūrėta 2012 05 05]. Prieiga per internetą:
http://books.google.lt/books?id=zT8sAQAAAJ&q=Special+Events:+Best+Practices+in+Modern+Event+Management.+New+York:+John+Wiley+%26+Sons+Inc,+1997.&dq=Special+Events:+Best+Practices+in+Modern+Event+Management.+New+York:+John+Wiley+%26+Sons+Inc,+1997.&hl=lt&sa=X&ei=SozOT7_iL4So4gSTmZCRDA&ved=0CDkQ6AEwAQ
 11. http://www.heacademy.ac.uk/assets/hlst/documents/resource_guides/events_management_resource_guide.pdf
 12. Jauniškis V. Kultūra ir žiniasklaida: epochų ženklai, rinkos malūnai/ *Meno aritmetika. Kultūros vadyba Lietuvoje. Antroji knyga*. Vilnius: Tyto alba 2007.
 13. Juraitė K. Žiniasklaidos sociologija/ *Sociologija*. Kaunas, Vytauto Didžiojo Universitetetas, 2004.
 14. Kalnius P., Etniškumo vieta visuomenėje – etninės kultūros išlikimo veiksnys // *Etninė kultūra atkurtoje Lietuvos Respublikoje*, Vilnius: Lygė. 1997, 23–28.
 15. Klaipėdos ekonominės plėtros agentūra. 2010, 47.
 16. Klimka L. Garsusis Vilniaus „Kaziukas“ : kilmė, raida, tradicijos, perspektyvos // *Acta humanitarica universitatis Saulensis*. 2010, T. 10, 36–47.
 17. Kraniauskas L. (2011). Švenčių ir miesto erdvės santykis: trijų Klaipėdos miesto švenčių sociologija [žiūrėta 2012 03 25]. Prieiga per internetą:
http://www.ku.lt/sociologija/files/2011_2_p.149-182.pdf
 18. Lietuvių kalbos žodynas. [žiūrėta 2012 04 05] Prieiga per internetą:
<http://www.lkz.lt/startas.htm>
 19. Lietuvos Respublikos etninės kultūros valstybinės globos pagrindų įstatymas// *Valstybės žinios*, Vilnius: 1999 09 21, Nr. 28, psl. 5.
 20. Liubinienė V. , *Kultūra ir visuomenė*, Kaunas: Technologija, 2002.
 21. London: Freedom Press, 1998. [žiūrėta 2012 05 30]. Prieiga per internetą:
<http://www.bmartin.cc/pubs/98il/il02.html>
 22. Macionis J., *Sociology*. New Jersey: Prentice Hall, 1998, 98.
 23. Martin B., *Beyond Mass Media*. Chapter 2 of Information Liberation. Published by

24. Matulionis A., *Sociologija*, Vilnius: Homo liber, 2001, 197p.
25. Mažeikis G. Kūrybos ir kultūros industrijos raida Lietuvos regionuose/ *Meno aritmetika. Kultūros vadyba Lietuvoje. Antroji knyga*. Vilnius, 2007, 45.
26. McQuail D. *Mass communication theory: an introduction*, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication. 1994, 78.
27. Meškys K. *Kultūra kaip žinia: nuo ženklo iki teksto // Įvadas į semiotiką*, Vilnius: Ciklonas, 2007, 204.
28. Mikailionis V. Etninė kultūra spaudos veidrodyje. [žiūrėta 2012 05 30]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=2233&p_d=30290&p_k=1
29. Neustetter M., *Viešosios erdvės – Miesto gaivinimas ir tapatybės paieškos // Miestų viešosios erdvės. Kūrybiškus ir meninę intervenciją*. Klaipėda: VšĮ *Pranešimas SocForumo diskusijai*, Kaunas 2006 11 17.
30. Salem G., Jones E., Morgan N. An overview of events management // *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*. Butterworth-Heinemann, 2004, 16-17. [žiūrėta 2012 05 05]. Prieiga per internetą: http://lrc.mcast.edu.mt/digitalversion/Table_of_Contents_127410.pdf
- sociologiniuose tyrimuose // *Filosofija. Sociologija*, 2005, Nr. 2. p 1-6.
31. Stravinskas A. , *Lietuvių liaudies menas. Mažoji architektūra*. III knyga, Vilnius: Vaga, 1972, psl. 7
32. Telešienė A. Kritiškosios diskurso analizės metodologinių principų taikymas
33. Telešienė A. Metodologinis diskurso analizės statusas socialinių mokslų tyrimuose.
34. Tereškinas A. (2004). Šeimos bei partnerystės formos ir šeimos politika Lietuvos
35. Tidikis R. , *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas. 2003.
36. Titscher S., Meyer M., Wodak R., Vetter A. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: http://www.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=Ng44c0oykKYC&oi=fnd&pg=PP6&dq=methods+of+text+and+discourse+analysis&ots=M0yMYOsGrr&sig=yFFP9MNLVE2xbx7cnHLz10zvems&redir_esc=y#v=onepage&q=methods%20of%20text%20and%20discourse%20analysis&f=false
37. Tuchman G. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978.
38. Urbonas V. *Pasaulio žiniasklaidos sistemos*. Vadovėlis. Klaipėda, 2003.
39. Urbonas V. *Žurnalistikos pagrindai*. Vadovėlis. Klaipėda, 2007.
40. Užpelkis M. *Kultūros produkto populiarinimas ir ryšiai su visuomene*. [žiūrėta 2012 05 30]

- Prieiga per internetą: http://www.ebookscenter.co.uk/download/KULT%C3%9BROS-PRODUKTO-POPULIARINIMAS-IR-RY%C3%90IAI-SU-VISUOMENE_aHR0cDovL3d3dy5sa2R0Yy5sdC9sa2R0Yy9tb2tvbWVkei8wM19VenBlbGtpcy5wZGY
41. Van Dijk Teun A. (1980). Discourse Studies and Education. University of Amsterdam. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20studies%20and%20education.pdf>
42. Van Dijk Teun A. (1985b). Introduction: Levels and Dimensions of Discourse Analysis // *Handbook of discourse analysis: Dimensions of Discourse. Vol. 2.* Ed. by T. A. van Dijk. London, Academic Press:, 1–11. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://www.discourses.org/OldArticles/Levels%20and%20Dimensions%20of%20Discourse%20Analysis.pdf>
43. Van Dijk Teun A. (1996). Discours, power and acess/*Texts and Practises. Readings in Critical Discourse.* [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://books.google.lt/books?id=YeFLmnTXP7kC&printsec=frontcover&hl=lt#v=onepage&q&f=false>
44. Van Dijk Teun A. (1998). Critical Discourse Analyzis, Second draft. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://www.hum.uva.nl/~teun/cda.htm>.
45. Van Dijk, T. A. (1985a). Introduction: Discourse Analysis as a New Cross-Discipline // *Handbook of discourse: Disciplines of Discourse. Vol. 1.* Ed. By T. A. van Dijk. London: Academic Press: 1–10. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20Analysis%20as%20a%20new%20Cross-Discipline.pdf>
46. Vyšniauskaitė A., Kas yra etninė kultūra?//*Liaudies kultūra*, 1997, Nr. 2, psl. 1-2
47. Willnauer F., Muzikos vadyba // *Kultūros vadyba: profesionalaus meno teorija ir praktika.* Vilnius: Tyto alba, 2004, 286.
- žiniasklaidoje. [žiūrėta 2012 04 05]. Prieiga per internetą: <http://www.gay.lt/family/tereshkinas.pdf>

Šaltiniai:

48. LR Kultūros ministerija. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą: <http://www.lrkm.lt/index.php?3654785618>
49. Lietuvos liaudies kultūros centras. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą: <http://www.llkc.lt/index.php?-1235375271>
50. 2011 metų Šiaulių kultūros plėtros programa. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą:

<http://web.siauliai.lt/aktai/nsdoc.asp?did=13442>

51. 2010 metų Šiaulių kultūros plėtros programa. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą:

<http://web.siauliai.lt/aktai/nsdoc.asp?did=12036>

52. 2009 metų Šiaulių kultūros plėtros programa. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą:

<http://web.siauliai.lt/aktai/nsdoc.asp?did=9913>

53. 2008 metų Šiaulių kultūros plėtros programa. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą:

<http://web.siauliai.lt/aktai/nsdoc.asp?did=8383>

54. 2006 metų Šiaulių kultūros plėtros programa. [žiūrėta 2012 05 15]. Prieiga per internetą:

<http://web.siauliai.lt/aktai/nsdoc.asp?did=6948>

Publikacijos apie tarptautinį konkursą-festivalį „Saulės žiedas“:

1. "Saulės žiedas" - penkios dienos muzikos ir geros nuotaikos (2011 07 02).[žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:<http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedas-penkios-dienos-muzikos-ir-geros-nuotaikos>
2. "Saulės žiedo" Grand Prix laimėjo slovakai (2011 07 10). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-Grand-Prix-laimejo-slovakai>
3. "Saulės žiedo" komanda pasirengusi dirbti (2011 07 05).).[žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-komanda-pasirengusi-dirbti>
4. "Saulės žiedo" pradžia - išradinga paroda (2011 06 20). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-pradzia-isradinga-paroda>
5. "Saulės žiedo" vadovai: bereikia tik gero oro (2011 07 05).).[žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-vadovai-bereikia-tik-gero-oro>
6. „Saulės žiedas“ gavo garantiją // *Šiaulių kraštas*. 2008 08 25. 3psl.
7. „Saulės žiedas“ išsiskleis jau kitą savaitę // *Šiauliai plius*. 2009 07 03. 14 psl.

8. „Saulės žiedas“ įtraukia ir didelius, ir mažus (2011 07 09). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedas-itraukia-ir-dideliu-ir-mazu>
9. „Saulės žiedas“ prasidėjo nuo parodos // *Šiaulių kraštas*. 2011 06 21. 18 psl.
10. „Saulės žiedas“ vis labiau skleidžiasi // *Šiaulių kraštas*. 2007 07 11. 6 psl.
11. „Saulės žiede“ talkins savanoriai (2011 06 21). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziede-talkins-savanoriai>
12. „Saulės žiede“ vėl skambės pasaulio folkloras // *Šiaulių kraštas*. 2011 06 15. 18 psl.
13. „Saulės žiedo“ svečiams - specialus ekskursijos maršrutas (2011 06 21). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-sveciams-specialus-ekskursijos-marsrutas>
14. „Saulės žiedo“ atributai sulaukė didžiulio praeivių dėmesio (2011 07 03). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-atributai-sulauke-didziulio-praeiviu-demesio>
15. „Saulės žiedo“ dalyviai iš Nepalo vis dar neatgauna daiktų (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pilietis.delfi.lt/news/saules-ziedo-dalyviai-is-nepalo-vis-dar-neatgauna-daiktu.d?id=47390547>
16. „Saulės žiedo“ metu pražįsta Šiauliai (2011 07 04). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/40002>
17. „Saulės žiedo“ pabaigtuvėse - džiaugsmo ašaros (2011 07 11). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-pabaigtuvese-dziaugsmo-asaros>
18. „Saulės žiedo“ savanorių pamokos ir išpūdžiai (2011 07 02). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-savanoriu-pamokos-ir-ispudziai>
19. „Saulės žiedo“ scenografijos kūrėjams pats darbymetis (2011 06 28). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-scenografijos-kurejams-pats-darbymetis>
20. 2007-ieji. Kokie jie buvo Šiauliams? // *Šiauliai plus*. 2007 01 12. 3 psl.
21. Baigėsi "Saulės žiedo" festivalis // *Šiauliai plus*. 2007 07 20. 19 psl.
22. Baigėsi konkursas „Dienos nuotaika“ (2011 07 12). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Baigesi-konkursas-Dienos-nuotaika>
23. Balčiūnas Petras. Kultūros badas prie Europos pinigų kupetos // *Šiaulių kraštas*. 2006 06 14. 1psl.
24. Bulvare - žaidimų sala (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:

<http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Bulvare-zaidimu-sala>

25. Bulvare apsigyveno iš vytelių pinti žmogeliukai (2011 07 01). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Bulvare-apsigyveno-is-vyteliu-pinti-zmogeliukai>
26. Dalyvauk konkurse ir tapk „Saulės žiedo“ dienos nuotaika! (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Dalyvauk-konkurse-ir-tapk-Saules-ziedo-dienos-nuotaika>
27. Festivalio „Saulės žiedas“ dalyviai liko be drabužių (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/festivalio-saules-ziedas-dalyviai-liko-be-drabuziu.d?id=47404771>
28. Festivalio „Saulės žiedas“ pagrindinis prizas atiteko slovakams, o žiūrovų simpatijas pelnė italai (2011 07 10). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www1.lrytas.lt/-13103278181308236729-festivalio-saul%C4%97s-%C5%BEiedas-pagrindinis-prizas-atiteko-slovakams-o-%C5%BEi%C5%ABrov%C5%B3-simpatijas-peln%C4%97-italai-nuotraukos.htm>
29. Festivalio dalyvių gretos išretėjo (2011 06 28). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Festivalio-dalyviu-gretos-isretejo>
30. Fotoreportažas: Festivalio „Saulės žiedas“ atidarymas (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/40189>
31. Iš Šiauliuose vykusio folkloro festivalio dingo nepaliečiai (2011 07 13). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/is-siauliuose-vykusio-folkloro-festivalio-dingo-nepaliečiai.d?id=47566089>
32. Išrinktos pirmosios „Saulės žiedo“ dienos nuotaikos laimėtojos (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Kultura/Isrinktos-pirmosios-saules-ziedo-dienos-nuotaikos-laimetojos>
33. Išsiskleidusiam "Saulės žiedui" - šiauliečių aplodismentai (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Issiskleidusiam-Saules-ziedui-siaulieciu-aplodismentai>
34. IV tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ – Šiauliuose // *Bulvaras*. 2011 07 01. 5 psl.
35. IV tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ // *Bulvaras*. 2011 07 08. 5 psl.
36. Į „Saulės žiedą“ atvyko svečiai iš Italijos (2011 07 06). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/40085>

37. Jagminaitė Eva. Margaspalvis "Saulės žiedas" palydėtas ovacijomis // *Šiauliai plus*. 2009 07 17. 24 psl.
38. Jau greitai Šiauliuose – 3-iasis tarptautinis folkloro konkursas–festivalis „Saulės žiedas“ (2009 06 29). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/jau-greitai-siauliuose-3-iasis-tarptautinis-folkloro-konkursasfestivalis-saules-ziedas.d?id=22868871>
39. Jokšaitė Kristina. Tautų katilas kunkuliavo visą savaitgalį // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 13. 7, 8, 9 psl.
40. Juknevičiūtė Rūta. „Saulės žiedas“ susiskleidė // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 15. 7 psl.
41. Juknevičiūtė Rūta. „Saulės žiedo“ svečiai dalijo dovanas // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 07, 5 psl.
42. Juknevičiūtė Rūta. Dingęs bagažas Nepalo kolektyvo nesustabdė // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 08. 5 psl.
43. Juknevičiūtė Rūta. Dingo nepaliečiai // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 13. 1, 3 psl.
44. Juknevičiūtė Rūta. Meksikiečiams patinka lietuviškas lietus ir arbatos // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 09. 1, 5, 6 psl.
45. Juknevičiūtė Rūta. Šiauliai ruošiasi „Saulės žiedo“ festivaliui // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 02. 18 psl.
46. Juknevičiūtė Rūta. Tarp baltarusių — ir lietuvių kilmės atlikėjas // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 09. 5, 6 psl.
47. Jurevičiūtė Lina. Miesto šventėms - „švogerystės“ principu // *Šiaulių naujienos*. 2011 01 13. 3 psl.
48. Jurgaitytė Modesta. "Saulės žiedo" dalyviai nuspalvino Šiaulius // *Šiauliai plus*. 2007 07 13. 11 psl.
49. Juškevičius Saulius. Festivalio dalyviai linksmo ir radviliškėčius // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 14. 3 psl.
50. Karklelienė Edita. „Saulės žiedas“ išsiskleidė ir atsisveikino // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 06. 5 psl.
51. karklelienė Erika. Nepalo folklorininkai išgaravo // *Respublika*. 2011 07 13. 8 psl.
52. Kazlauskienė Eva. "Saulės žiedas" skleisis Šiauliuose (2010 09 30). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/layout/set/print/Kultura/2010-metairugsejo/Saules-ziedas-skleisis-Siauliuose>
53. Kirkutis Justinas. Koncertavo turkai ir ukrainiečiai // *Kuršėnų kraštas*. 2007 07 18. 3 psl.

54. Kondrotienė Natalija. Saulės žiedas išsiskleis ir sunkiomis sąlygomis // *Šiaulių kraštas*. 2009 06 30. 5, 6 psl.
55. Laurutytė Oksana. Erotinių žaidimų scenoje nebus (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Erotiniu-zaidimu-scenoje-nebus>
56. Laurutytė Oksana. Su dovanomis - po pirmosios nakties // *Šiauliai plus*. 2011 07 08. 24 psl.
57. Laurutytė Oksana. Šiaulių kultūrai gresia badmetis? (2011 01 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplius.lt/layout/set/print/Kultura/2011-metai-sausio/Siauliu-kulturai-gresia-badmetis>
58. Laurutytė Oksana. Šiaulių kultūrai gresia badmetis? // *Šiauliai plus*. 2011 01 07. 2 psl.
59. Liepą tęsiasi „Bulvaro vasaros mozaikos“ renginiai // *Bulvaras*. 2011 07 01. 5 psl.
60. Liko trys savaitės iki "Saulės žiedo" (2011 06 15).[žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Kultura/2011-metai-bizelio/Liko-trys-savaites-iki-Saules-ziedo>
61. Miestą puošia festivalio afišos (2011 07 05). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Miesta-puosia-festivalio-afisos>
62. Mockutė Angelė. „Saulės žiedas“ atsisveikino // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 13. 9 psl.
63. Mockutė Angelė. Krizę įveikia išmone ir tradicijomis // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 15. 3,5 psl.
64. Monika Skistenytė. Nepalo folklorininkai neranda daiktų (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Nepalo-folklorininkai-neranda-daiktu>
65. Muzikologė Zita Kelmickaitė „Saulės žiedą“ vadina unikaliu renginiu (2011 06 23). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Muzikologe-Zita-kelmickaite-Saules-zieda-vadina-unikaliu-renginiu>
66. Neaiškus lieka tik Grand Prix laimėtojas (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Neaiskus-lieka-tik-Grand-Prix-laimetojas>
67. Ostapenko Marina. „Saulės žiedas“ prasidėjo balionų lietumi // *Šiaulių kraštas*. 2007 07 10. 1 psl.
68. Ostapenko Marina. Apdovanoti tarptautinio konkurso nugalėtojai // *Šiaulių kraštas*. 2007 07 12. 7 psl.
69. Ostapenko Marina. Šokių ansamblyje susibūrė dvi šeimos iš vieno kaimo // *Šiaulių kraštas*. 2007 07 14. 14, 15 psl.

70. Ostapenko Marina. Tautiniuose rūbuose — šalių gamtos ir istorijos įvairovė // *Saulės miestas*. 2007-07-13. 10 psl.
71. Paaiškėjo „Saulės žiedo“ konkursų nugalėtojai (2011 07 09). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/40318>
72. Paaiškėjo pirmieji „Saulės žiedo“ konkurso laimėtojai (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/paaiskejo-pirmieji-saules-ziedo-konkurso-laimetojai.d?id=47393561>
73. Paaiškėjo pirmieji „Saulės žiedo“ konkurso laimėtojai (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Paaiskejo-pirmieji-Saules-ziedo-konkurso-laimetojai>
74. Paaiškėjo pirmieji „Saulės žiedo“ konkurso laimėtojai // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 09. 6 psl.
75. Paveldo mugė – duoklė smaližiams ir pagyros girai (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Kultura/Paveldo-muge-duokle-smaliziams-ir-pagyros-girai>
76. Pinigų dalybos – priešrinkiminis šou? // *Šiauliai plus*. 2011 01 21. 3 psl.
77. Po trijų savaitių Šiauliuose skleisis „Saulės žiedas“ (2011 06 16). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/po-triju-savaiciu-siauliuose-skleisis-saules-ziedas.d?id=46676921>
78. Prasideda „Saulės žiedas“ // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 05. 6 psl.
79. Prasideda folkloro festivalis „Saulės žiedas“ (2011 06 20). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: http://www.alfa.lt/straipsnis/11672682/Prasideda.folkloro.festivalis.Saules.ziedas=2011-06-20_12-42/
80. Prieš „Saulės žiedą“ pražydo Šiauliai (2011 06 27). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://etaplus.lt/Saules-ziedas/Pries-Saules-zieda-prazydo-Siauliai>
81. Renginiai Valstybės – Lietuvos karaliaus Mindaugo karūnavimo dienai // *Bulvaras*. 2011 07 01. 5 psl.
82. Sabaliauskas Svajūnas. „Saulės žiedui“ išsiskleisti trukdo prastos „tradicijos“ // *Šiaulių kraštas*. 2008 08 21. 3psl.
83. Savanoriai – šalia mūsų ir krepšinio žvaigždžių (2011 06 18). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.balsas.lt/naujiena/543230/savanoriai-salia-musu-ir-krepšinio-zvaigzdziau>
84. Simbolinė ugnis iš Kelmės iškeliavo į Šiaulius // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 08. 11 psl.

85. Skistenytė Monika. Apie tai, ko nematė žiūrovai... (2011 07 11). [žiūrėta 2012 01 11].
Prieiga per internetą: <http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Apie-tai-ko-nemate-ziurovas>
86. Skistenytė Monika. Latvių grupės “Katvari” ir „Viteri“ – liaudiškų tradicijų puoselėtojai (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:
<http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Latviu-grupes-Katvari-ir-Viteri-liaudisku-tradiciju-puoseletojai>
87. Šiauliai pasiruošė sutikti tarptautinio folkloro festivalio dalyvius (2012 07 05). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.lrytas.lt/-13098738901308703766-%C5%A1iauliai-pasiruo%C5%A1%C4%97-sutikti-tarptautinio-folkloro-festivalio-dalyvius-nuotraukos.htm>
88. Šiauliečiams - penkios multikultūrinio šėlsmo dienos (2011 07 05). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:<http://www.etaplius.lt/Saules-ziedas/Siaulieciams-penkios-multikulturinio-selsmo-dienos-sventes-programa>
89. Šiauliuose - įvairiaspalvė Valstybės diena (2011 07 06). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:
<http://pilietis.delfi.lt/news/siauliuose-ivairiaspalve-valstybes-diena.d?id=47334689>
90. Šiauliuose prasidėjo „Saulės žiedo“ festivalis (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05].
Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/40212>
91. Šiauliuose prasidėjo tarptautinis folkloro festivalis (2012 07 06). [žiūrėta 2012 01 05].
Prieiga per internetą:
<http://www.lrytas.lt/-13099746541309347192-%C5%A1iauliuose-prasid%C4%97jo-tarptautinis-folkloro-festivalis-nuotraukos.htm>
92. Šiauliuose skambės III tarptautinis folkloro festivalis (2009 06 29). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą:<http://www.balsas.lt/naujiena/297995/siauliuose-skambes-iii-tarptautinis-folkloro-festivalis/rubrika:naujienos-menaiirpramogos-anonsai>
93. Šiauliuose vyks festivalis „Saulės žiedas“ (2011 07 05). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://pilietis.delfi.lt/yrakevikti/siauliuose-vyks-festivalis-saules-ziedas.d?id=47288741>
94. Šiaulių festivalyje „Saulės žiedas“ dalyvaus ir svečiai iš Italijos (2011 07 07). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://pilietis.delfi.lt/news/siauliu-festivalyje-saules-ziedas-dalyvaus-ir-sveciai-is-italijos.d?id=47352791>
95. Šimoliūnienė Jolita. Šokėjams iš užsienio – supuvusi scena // *Šiaulių naujienos*. 2009 07 13. 3 psl.
96. Šurmulys su krašto patiekalais // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 08. 5, 14 psl.

97. Triumfavę slovakai pamilo Šiaulius (2011 07 11). [žiūrėta 2012 01 05]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Triumfave-slovakai-pamilo-Siaulius>
98. Urbonavičiūtė Romualda. Karališkos ambicijos kiauromis kelnėmis // *Šiaulių naujienos*. 2011 01 07. 3 psl.
99. Urbonavičiūtė Romualda. Kultūrai – patrupino likučius // *Šiaulių naujienos*. 2011 03 21. 3 psl.
100. Vaitkevičius Giedrius. Pražiopsoti karalienę prieš čempionę nebuvo skaudu // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 06. 10 psl.
101. Vansauskienė Janina. Savanoriai šalia mūsų ir krepšinio žvaigždžių // *Šiaulių kraštas*. 1, 3 psl.
102. Veršinskienė Nijolė. "Saulės žiedas" - penkios dienos muzikos ir geros nuotaikos // *Šiauliai plus*. 2011-07-01. 14 psl.
103. Visockienė Marina. „Saulės žiedas“ gali virsti tarptautiniu skandalu // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 04. 5psl.
104. Visockienė Marina. „Saulės žiedas“ prasidėjo be žadėtų pinigų // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 09. 3 psl.
105. Visockienė Marina. „Saulės žiedui“ jau reikia didesnių erdvių // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 16. 5 psl.
106. Visockienė Marina. Festivalio dalyviai žarstė dovanas ir komplimentus // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 10. 7-8 psl.
107. Visockienė Marina. Kultūrinis „cviakas“ įsibėgėja // *Šiaulių kraštas*. 2009 07 11. 3, 5 psl.
108. Vištiena su meksikietišku „Mole“ padažu // *Šiaulių kraštas*. 2011-07-16. 16psl.
109. Vitkus Ričardas. Šventė šėlsta kelias dienas // *Lietuvos rytas*. 2009 07 11. 28 psl.
110. Žadeikytė Rita. Nepaliečių pėdsakai aptikti Rygoje // *Šiaulių kraštas*. 2011 07 14. 5 psl.
111. Žilinaitė Alina. „Saulės žiedo“ vertintojai - patyrę folkloro specialistai (2011 07 08). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Saules-ziedo-vertintojai-patyre-folkloro-specialistai>
112. Žilinaitė Alina. Į „Saulės žiedą“ pirmieji atvyko italai (2011 07 04). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/I-Saules-zieda-pirmieji-atvyko-italai>
113. Žilinaitė Alina. Lietuviai, kaip ir kareliai, niekada nešoko, jie žaidė (2011 07 09). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Saules-ziedas/Lietuviai-kaip-ir-karelai-niekada-nesoko-jie-zaide>

Publikacijos apie Lietuvos kaimo kapelų ir kapelių festivalį „Ant rubežiaus“:

1. "Ant rubežiaus" - maisto tvarkymo pažeidimai (2011 06 07). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Nusikaltimai-ir-nelaimes/2011-metai-bizelio/Ant-rubeziaus-maisto-tvarkymo-pazeidimai>
2. "Ant rubežiaus" galėtų tęstis amžinai (2010 07 18). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://etaplus.lt/Kultura/2010-metai-liepos/Ant-rubeziaus-galetu-testis-amzinai>
3. "Ant rubežiaus" išrinkti nominantai (2011 06 03). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://etaplus.lt/Kultura/2011-metai-birzelio/Ant-rubeziaus-istrinkti-nominantai>
4. "Bulvarų vasaros mozaika" jau kviečia (2011 05 23). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Kultura/2011-metai-geguzes/Bulvaro-vasaros-mozaika-jau-kviecia>
5. „Ant rubežiaus“ linksminosi visos kartos (2011 06 04). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Kultura/2011-metai-bizelio/Ant-rubeziaus-linksminosi-visos-kartos>
6. Balčiūnas Petras. Marga mugė — margi žmonės // *Šiaulių kraštas*. 2011 06 06. 3, 5 psl.
7. Balčiūnas Petras. Vėl skamba „Ant rubežiaus“ // *Šiaulių kraštas*. 2011 06 04. 5 psl.
8. Jagminaitė Eva. Nuo rubežiaus atsklidęs aidas// *Šiauliai plius*. 2008 09 19. 14 psl.
9. Juškevičiūtė Jurgita. Festivalis „Ant rubežiaus“ garantuoja linksmumą // *Šiaulių kraštas*. 2008 09 05. 11 psl.
10. Katkienė Zita. Festivalyje „Ant rubežiaus“ padvelkė reketu// *Šiaulių naujienos*. 2006 07 08. 1,12 psl.
11. Malūnininko sodyboje - kelionė į praeitį (2011 06 02). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://etaplus.lt/layout/set/print/Kultura/2011-metai-bizelio/Malunininko-sodyboje-kelione-i-praeiti>
12. Mockutė Angelė. 3 metrų armonika // *Šiaulių kraštas*. 2010 07 17. 5 psl.
13. Mockutė Angelė. Kaimo muzikantai vėl susirinko ant rubežiaus // *Šiaulių kraštas*. 2010 07 16, 5 psl.
14. Morkūnienė Vita. Vasarą — smūginę linksmybių dozė// *Šiaulių kraštas*. 2006 07 08. 6 psl.

15. Ostapenko Marina. Festivalis „Ant rubežiaus“ Šiauliuose — vienuoliktą kartą// *Šiaulių kraštas*. 2006 06 30. 5 psl.
16. Renginių ciklas naujam gyvenimui prikels bulvarą (2010 05 10). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/comment/list/12857>
17. Šiauliai pėsčiųjų gatvę gaivins vasaros koncertais (2010 05 09). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.lrytas.lt/-12734205921272461827-%C5%A1iauliai-p%C4%97s%C4%8Di%C5%B3j%C5%B3-gatv%C4%99-gaivins-vasaros-koncertais.htm>
18. Šiauliai pėsčiųjų gatvę gaivins vasaros koncertais (2010 05 09). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/siauliai-pesciuju-gatve-gaivins-vasaros-koncertais.d?id=32064627&pictureID=27524127>
19. Šiauliečiai šėls "Ant rubežiaus"! (2011 06 02). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://www.etaplus.lt/Kultura/2011-metai-bizelio/Siaulieciai-sels-Ant-rubeziaus-!-papildyta-renginio-programa>
20. Šiauliuose „praūžė“ festivalis „Ant Rubežiaus“ (2010 07 16). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://ikrauk.15min.lt/laisvalaikis/14395>
21. Šiauliuose pasiektas ilgiausių dumplių rekordas // *Šiaulių naujienos*. 2010 07 19. 2 psl.
22. Šiauliuose startuoja XIV festivalis „Ant rubežiaus“ // *Bulvaras*. 2011 06 03. 1 psl.
23. Šiaulių bulvare – festivalis // *Šiaulių naujienos*. 2010 07 16. 14 psl.
24. Šiaulių miesto gimtadienis – su mugėmis, dainomis ir permainingu oru (2008 09 13). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/siauliu-miesto-gimtadienis-su-mugemis-dainomis-ir-permainingu-oru.d?id=18529095>
25. Šimkutė Sigita. Švenčių dienomis Šiauliuose — tradicinis festivalis „Ant Rubežiaus“// *Šiaulių kraštas*. 2006 07 07. 5 psl.
26. Urbonavičiūtė Romualda. Bulvaro vasaros linksmybės : mugė, fontanai ir muzika // *Šiaulių naujienos*. 2010 07 19, 4 psl.
27. Valstybės dieną - iškilmingos ceremonijos ir renginiai (2006 06 29). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/valstybes-diena-iskilmingos-ceremonijos-ir-linksmi-koncertai.d?id=7000599>
28. Visockienė Marina. Vėjas ir lietus nuotaikos nesugadino// *Šiaulių kraštas*. 2008 08 13. 6, 7 psl.

29. XIII - asis Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalis "Ant rubežiaus" (2010 07 10). [žiūrėta 2012 01 11]. Prieiga per internetą: <http://pramogos.delfi.lt/culture/XIII-asis-Lietuvos-kaimo-muzikantu-ir-kapeliju-festivalis-Ant-rubeziaus.html>
30. Zita Katkienė. Mėsa „prakaitavo“ šaldiklių karštyje // *Šiaulių naujienos*. 2011 06 10. 3 psl.

SANTRAUKA

Magistro darbe analizuojama Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kapelų ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ refleksija žiniasklaidoje 2006-2011 metų laikotarpiu. Šio darbo tikslas - ištirti ir palyginti, kaip žiniasklaidos diskurse atspindimi/pateikiami Šiaulių miesto etnokultūriniai renginiai: Tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“.

Teorinėje magistro darbo dalyje, remiantis Lietuvos ir užsienio mokslinė literatūra išanalizuotos kultūros, etnokultūros, festivalio, žiniasklaidos diskurso ir diskurso analizės sampratos. Atlikus dokumentų analizę, atskleidžiami tiriamų festivalių tikslai ir jų vaidmuo Lietuvos bei Šiaulių miesto kultūriniame kontekste. Praktinėje magistro darbo dalyje atlikta kiekybinė (kontent) ir kokybinė kritiškoji žiniasklaidos diskurso analizė bei ekspertų interviu.

Tyrimas atskleidė, kad etnokultūriniai renginiai (folkloro festivaliai) labiau aktualūs vietinei žiniasklaidai, todėl įtakojama Šiaulių miesto ir regiono gyventojų nuomonė apie festivalius. Dienraštis „Šiaulių kraštas“, savaitraštis „Šiauliai plus“ bei naujienų portalas etaplius.lt formuoja teigiamą festivalių vertinimą, o dienraštis „Šiaulių naujienos“ pateikia neigiamą požiūrį į tiriamus festivalius. Respublikiniai dienraščiai ir naujienų portalai labiau atlieka informacinę funkciją. Žiniasklaidos diskurse labiau atspindimas folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“, negu kapelų festivalis „Ant rubežiaus“.

Kokybinis tyrimas atskleidė, kad festivaliai žiniasklaidos diskurse atspindimi kultūriniu, politiniu ir pramoginiu aspektu. Kultūrinis ir politinis aspektai aktualūs publikacijose apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“, o Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“ labiau reprezentuojamas pramoginiu aspektu. Atskleista, kad žiniasklaidoje konkursas-festivalis „Saulės žiedas“ turi žymiai didesnę kultūrinę vertę, negu kapelų ir kapelijų festivalis „Ant rubežiaus“.

Organizatorių ir žiniasklaidos atstovų interviu turinio analizė atskleidė, kad publikacijų turinį lemia žiniasklaidos pramonė, kultūros įvykiai, auditorija ir taikomos technologijos. Iš dalies patvirtinama hipotezės, jog žiniasklaidos diskursą įtakoja renginių organizatoriai, kita vertus, masinės komunikacijos priemonėmis formuojama nuomonė daro poveikį renginiams ir jų rengėjams.

Karolina Kiesiene: "Siauliai city ethnic-cultural events in the media discourse" Master degree final work.

SUMMARY

There in the master degree final work is being analyzed the International Folklore Contest-Festival "Sun Bloom" („Saulės žiedas“) and the Lithuanian orchestras and chapels' festival "On the Boarder" („Ant Rubežius“) reflection in the media during the period of 2006-2011. The aim of the work - to examine and compare how the media reflects/presents Siauliai ethnic-cultural events: The International Folklore Contest-Festival "Sun Bloom" and the Lithuanian village choirs and chapels festival "On the Boarder".

In the theoretical part of this work, appealing to the Lithuanian and foreign scientific literature there have been analyzed the cultural, ethnic, festival, media discourse and discourse analysis of the concept. After documents' analysis disclosed under investigation the aim of the festival and their role in the city of Siauliai in Lithuania and cultural context. In the practical part of the work there has been accomplished quantitative (Content) and qualitative critical media discourse analysis and expert interviews.

The study has revealed that the ethnic-cultural events (folklore festivals) are more relevant to local media, and therefore influenced by Siauliai and regional citizens' opinion about the festivals. Daily newspaper "Siauliu Krastas", weekly "Siauliai Plius", news portal etaplus.lt forms a positive assessment of the festivals, and daily newspaper "Siauliu Naujienos" provides a negative attitude towards the festival. National newspapers and news portals accomplish more informative function. In the media discourse there is reflected more the folk contest-festival "Sun's Ring" than the ensemble festival „Ant Rubežius“ („On the Boarder“).

The qualitative analysis has revealed that the festivals reflect cultural, political and entertainment aspects in the media discourse. Cultural and political aspects of the relevant publications of the International Folklore Contest-Festival "Sun Bloom" and the Lithuanian village choirs and chapels festival „Ant Rubežius“ („On the Boarder“) more represented in the entertainment aspect. There in the media has been disclosed the contest-festival "Sun Bloom" has a much greater cultural value than the choirs and chapels festival „Ant Rubežius“ („On the Boarder“). Organizers and the media representatives' interviews content has revealed that the publications' content in the media content is influenced by industry, the cultural events themselves, the audience and applied technologies. The hypothesis has been partially confirmed that media discourse is influenced by event organizers, on the other hand, mass communication forms an opinion which influences the events themselves and their organizers.

PRIEDŲ SĄRAŠAS

1 PRIEDAS: Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedas“ 2007 metų projekto veiklos ataskaita.

2 PRIEDAS: XIV-ojo Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų „Ant rubežiaus“ įvykdymo Kultūros rėmimo fondo kultūros ir meno projekto 2011 metų finansavimo ataskaita.

3 PRIEDAS: Kiekybinės analizės rezultatų duomenų lentelės.

4 PRIEDAS: interviu su savaitraščio „Šiauliai plus“ ir naujienų portalo etaplius.lt žurnaliste Jūrate Sobutiene;

5 PRIEDAS: interviu su dienraščio „Šiaulių kraštas“ žurnaliste Živile Kavaliauskaite;

6 PRIEDAS: interviu su dienraščio „Šiaulių naujienos“ žurnaliste Romualda Urbonavičiūte;

7 PRIEDAS: interviu su Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedo“ direktore Rūta Stankuviene;

8 PRIEDAS: interviu su Lietuvos kaimų kapelų ir kapelijų festivalio „Ant rubežiaus“ organizatoriumi Pranciškumi Trijoniu;

9 PRIEDAS: CD, Magistro darbas, interviu įrašai.

PRIEDAI

**II TARPTAUTINIO FOLKLO KONKURSO-FESTIVALIO „SAULĖS ŽIEDAS“
ATASKAITA
2007 m.**

„Saulės žiedas“ yra įtrauktas į IOV - Tarptautinės liaudies meno organizacijos (prie UNESCO) – festivalių sąrašą. Folkloro ir kitokio pobūdžio festivalių Lietuvoje gausu, bet nei artimiausiose kaimyninėse šalyse, nei Lietuvoje konkursų neorganizuojama. Konkurse-festivalyje dalyvavo 12 šalių (Graikijos, Ispanijos, Latvijos, Lenkijos, Serbijos, Slovakijos, Slovėnijos, Švedijos, Turkijos, Ukrainos, Vengrijos ir Lietuvos) folkloro kolektyvai. Iš viso apie 400 dalyvių iš užsienio bei antra tiek iš Lietuvos. Lietuvos atlikėjai galėjo varžytis ne vien konkurse, bet išskirtinėmis teisėmis dalyvavo festivalio programoje.

Tarptautiniame konkurse varžytasi 3 kategorijose; prizinis fondas per 4000 eurų (visų kategorijų nugalėtojų sąrašą žr. priede). Konkursantus vertino tarptautinė žiuri: pirmininkė – Lietuvos muzikos ir teatro akademijos docentė Zita Kelmickaitė, 3 nariai – Rikus Draijer (Olandija), Ernestas Spičas (Latvijos universitetas) ir dr. Tomasz Nowak (Varšuvos universitetas). Konkurso rezultatai paskelbti festivalio „Saulės žiedas“ internetinėje svetainėje (www.saulesziedas.lt).

Idėja rengti ne tik festivalį, bet ir konkursą pasiteisino. Konkursinė programa tarptautiniame ture buvo prielaida folkloristų apmąstymams, diskusijoms apie kokybiškesnę, visapusiškesnę ir profesionalesnę savo kultūros bei žanro pristatymą, tokių konkursų reikalingumą. Finansinis paskatinimas leido folkloro atlikėjams pajusti savo vertę šiandienos kultūriniame bei socialiniame gyvenime. Tai galima sakyti tiek apie postsovietines, tiek apie ekonomiškai stiprias šalis. Dar vyraujant gana griežtai estetinės vertės poliarizacijai Lietuvoje tarp autentiško ir kitų folkloro stilių, šis konkursas-festivalis leido jiems atskleisti savitumą, suformuojant atskiras konkurso kategorijas, o ne eliminuojant „kito“. Taip pat suteikė minčių ateičiai, galvojant apie III tokio konkurso organizavimą.

Festivalis prasidėjo, tęsėsi bei baigėsi minint Valstybės dieną. Parodos „Re:Brand Lietuva“ atidarymas vyko liepos 6 d. Vienas pagrindinių akcentų atidarymo šventėje taip pat buvo Mindaugo karūnavimo diena (per 1000 mūsų trispalvę vėliavą simbolizuojančių balionų nusileido ant dalyvių galvų). Festivalio svečiai dalyvavo Valstybės dienos (Mindaugo karūnavimo dienos) renginiuose, kurie apėmė ne tik Šiaulių miestą, bet ir visą Šiaulių apskritį. Prieš metus suderinti koordinavimo būdai pasiteisino įprasminant valstybinės dienos šventimą, kai visų 6 rajonų centruose, miestuose, miesteliuose (Akmenės, Joniškio, Kelmės, Pakruojo, Radviliškio ir Šiaulių rajonuose) vyko koncertai, susitikimai, vakaronės. Tai įgalino kokybiškiau reprezentuoti Lietuvos etninę kultūrą bei

pažinti kitas kultūras suteikiant tokią galimybę ne tik sostinės ar didžiųjų miestų gyventojams. Liepos 14 d. Šiauliuose buvo sukurtas gyvų gėlių kilimas „Karūna karaliui Mindaugui“, kuriame atsispindėjo ir „Saulės žiedo“, ir Valstybės dienos simbolika.

Specialiai šiam renginiui Šiaulių valstybinis choras „Polifonija“ sukūrė programą „Pasaulio tautų folkloras“, kuri sulaukė didelio klausytojų dėmesio. Apeiginis bei religinis folkloras skambėjo Šiaulių katedroje koncerte „Nuo apeiginio folkloro iki...“. Koncerte „Folkloras kitaip“ dalyvavo stipriausi Šiaulių miesto kolektyvai, reprezentuojantys tradicinės muzikos raidą (linksmos muzikinės ansamblis „Jonis“, netradicinio folkloro grupė „Kitava“).

„Saulės žiedo“ finansavimas suteikė galimybę kurti festivalio video ir foto dienoraštį. Apie renginį daug rašė miesto, regioninė, respublikinė bei užsienio spauda (straipsnių kopijos pridedamos). Reportažus rengė visos Lietuvos didžiosios televizijos. Festivalio metu vyko meninės, socialinės ir edukacinės akcijos, miesto gyventojai ir svečiai buvo mokomi šokti pasaulio bei lietuvių tautų šokių.

Šiauliuose įvykęs festivalis susilaukė didžiulio miesto gyventojų dėmesio: kasdien vyko įvairių Lietuvos ir užsienio kolektyvų pasirodymai, laisvai buvo galima pamatyti ir konkursines programas. Žiūrovų (tiek jaunimo, tiek brandaus amžiaus) skaičius, kasdienos koncertuose – nuo atidarymo iki uždarymo – nuolat didėjo. Toks antras didelis Šiaurės Lietuvoje folkloro renginys akivaizdžiai parodė mūsų visuomenės vis didesnę susidomėjimą tradicine kultūra, sudarė sąlygas jauniems atlikėjams susipažinti ir perimti folkloro tradicijas.

II tarptautinis folkloro konkursas-festivalis „Saulės žiedas“

(projekto pavadinimas)

_____2007_____

(data)

Projekto vykdymo laikas	2007 liepos 8-14 d.
Projekto pobūdis (seminaras, konferencija, šventė, festivalis, stovykla,	Konkursas-festivalis

ekspedicija ir kt.)	
Projekto tikslai ir uždaviniai	<p>Tikslai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skatinti mūsų visuomenės ir festivalio svečių susidomėjimą, pažinimą Lietuvos tradicinę kultūros. 2. Plėtoti ir skatinti kultūrinį, tarpinstitucinį bendradarbiavimą, pažinimą, sklaidą, Šiaurės Lietuvos turizmą, verslumą. 3. Ugdyti kokybiškesnį, profesionalesnį, diskursyvų požiūrį vertinant etninę kultūrą, jos sklaidą. 4. Sudaryti sąlygas jauniems atlikėjams susipažinti ir perimti folkloro tradicijas, skatinti jaunimo domėjimąsi folkloru. 5. Mažinti kultūros sklaidos skirtumus tarp centro ir regionų. <p>Uždaviniai, priemonės:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konkurso- festivalio nuostatų sklaida Lietuvoje bei pasaulyje. 2. Organizacinių veiklų pasiskirstymas mieste bei visoje apskrityje. 3. Informacinės sklaidos numatymas bei konkretūs darbai. 4. Autoritetingos konkurso vertinimo komisijos paieška. 5. Edukacinių veiklų, parodų, mugių, koncertų, akcijų organizavimas. 6. Konkurso bei festivalio techninis, režisūrinis, administracinis, gyvenimo sąlygų organizavimas. <p>Renginio analizė, apibendrinimas, perspektyvinių veiklų numatymas</p>
Projekto tęstinumas	<ul style="list-style-type: none"> • Ruoštis rengiant III tarptautinį folkloro konkursą – festivalį „Saulės žiedas“, kuris vyks 2009 m. – Lietuvos tūkstantmečio minėjimo metais, ieškoti kokybės, savitumo, originalumo aspektų, derinti organizacinius – datų terminus su sostinėje vykstančiais renginiais. • Plėsti kultūrinių paslaugų pasiūlą. <p>Bendradarbiauti su užsienio šalių festivaliais dėl kolektyvų kelionių koofinansavimo (festivalių „tinklas“), kuris sąlygotų mažesnes sąnaudas.</p>
Kiti finansavimo šaltiniai (nurodyti rėmėjus ir paramos dydį)	<p>KSRF – 10 000,00 lt.</p> <p>KM valstybinių švenčių fondas – 20 000,00 lt.</p>

<p>Kokias problemas padėjo išspręsti projektas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Brandesnis tapo tautinio tapatumo jausmas, pagarba etninei kultūrai įvairaus amžiaus grupėse, ypač vaikų ir jaunimo tarpe. • Išaugo tarpkultūrinio bei tarpinstitucinio bendradarbiavimo, pažinimo bei sampratos kokybė. • Kokybiškesnis, profesionalesnis, diskursyvus požiūris vertinant etninės kultūros procesus, jų sklaidą. • Sumažinta kultūrinė atskirtis tarp centro ir regionų. • Išaugo folkloro kolektyvų meninis lygis. • Padidėjo turistų srautai Šiaurės Lietuvoje renginio dienomis. •
<p>Vertinimo kriterijai (dalyvių, lankytojų skaičius, straipsnių, tekstų nuorodos, interneto svetainės, leidinius ir kt., kuriuose buvo informuojama apie projektą)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dalyvių skaičius: per 400 užsienio svečių, per 300 Lietuvos folkloristų. • Žiūrovų skaičius: kiekviename vakaro koncerte dalyvavo per 1000 žiūrovų, o baigiamajame – apie 3000. • Koncertų kiekis: Šiaulių mieste įvyko 18 koncertų, Šiaulių apskrityje – 11 koncertų. • Jei I „Saulės žiede“ buvo išleistas tik festivalio bukletas lietuvių ir anglų kalbomis, tai šiame – ir bukletas (700 vnt.), ir lankstukai (1500 vnt.). • Nuolat veikianti renginio internetinė svetainė: www.saulesziedas.su.lt. • Sklaida: „Saulės žiedo“ baneris buvo įdėtas į Šiaulių miesto savivaldybės, Šiaulių apskrities, Šiaulių TIC, Šiaulių universiteto internetines svetaines. • Sklaida: reklamuojant renginį Lietuvos ir užsienio turistams, pavasarį festivalio baneris buvo www.travel.lt svetainėje, taip pat, bendradarbiaujant su Šiaulių TIC, renginys buvo pristatomas turizmo mugėse. • Sklaida: specialiai užsienio turistams bei turizmą organizuojančioms firmoms buvo išleistas reklaminis „Saulės žiedo“ lankstukas anglų kalba (1000 vnt.). • Žiniasklaida: 11 informacinių rėmėjų, apimančių tiek respublikinę TV, radiją bei spaudą, tiek regioninę.

	<ul style="list-style-type: none"> • Išaugęs bendradarbiavimas su kitomis institucijomis: 13 organizatorių, 10 partnerių.
<p>Kita svarbi informacija</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Remiantis Lietuvos dalyvių atrankos komisijos nuomone, kuriai pritarė ir tarptautinė žiuri, LLKC darbuotojai, nutarta: <ul style="list-style-type: none"> - nebeorganizuoti atskirai Lietuvos dalyvių atrankos 2007 m.; - buvo patikslinti, tobulinti konkurso nuostatai. • Pirmą kartą rašytas projektas parengiamiesiems darbams (bukleto leidyba, reklaminių skrajučių leidyba tarptautinėms turizmo parodoms), kurį finansavo Šiaulių m. savivaldybė. • „Saulės žiedas“ yra įtrauktas į IOV – Tarptautinės liaudies meno organizacijos (prie UNESCO) – festivalių sąrašą. Folkloro ir kitokio pobūdžio festivalių Lietuvoje gausu, bet nei artimiausiose kaimyninėse šalyse, nei Lietuvoje konkursų neorganizuojama. Konkurse-festivalyje dalyvavo 12 šalių (Graikijos, Ispanijos, Latvijos, Lenkijos, Serbijos, Slovakijos, Slovėnijos, Švedijos, Turkijos, Ukrainos, Vengrijos ir Lietuvos) folkloro kolektyvai. Iš viso apie 400 dalyvių iš užsienio bei antra tiek iš Lietuvos. Lietuvos atlikėjai galėjo varžytis ne vien konkurse, bet išskirtinėmis teisėmis dalyvavo festivalio programoje. • Tarptautiniame konkurse varžytasi 3 kategorijose; prizinis fondas per 4000 eurų (visų kategorijų nugalėtojų sąrašą žr. priede). Konkursantus vertino tarptautinė žiuri: pirmininkė – Lietuvos muzikos ir teatro akademijos docentė Zita Kelmickaitė, 3 nariai – Rikus Draijer (Olandija), Ernestas Spičas (Latvijos universitetas) ir dr. Tomasz Nowak (Varšuvos universitetas). Konkurso rezultatai paskelbti festivalio „Saulės žiedas“ internetinėje svetainėje (www.saulesziedas.lt). • Festivalis prasidėjo, tęsėsi bei baigėsi minint Valstybės dieną. Parodos „Re: Brand Lietuva“ atidarymas Šiaulių dailės galerijoje vyko liepos 6 d. Vienas pagrindinių akcentų atidarymo šventėje taip pat buvo Mindaugo karūnavimo diena

(per 1000 mūsų trispalvę vėliavą simbolizuojančių balionų nusileido ant dalyvių galvų). Festivalio svečiai dalyvavo Valstybės dienos (Mindaugo karūnavimo dienos) renginiuose, kurie apėmė ne tik Šiaulių miestą, bet ir visą Šiaulių apskritį. Prieš metus suderinti koordinavimo būdai pasiteisino įprasminant valstybinės dienos šventimą, kai visų 6 apskrities rajonų (Akmenės, Joniškio, Kelmės, Pakruojo, Radviliškio ir Šiaulių) centruose, miestuose, miesteliuose vyko koncertai, susitikimai, vakaronės. Tai įgalino kokybiškiau reprezentuoti Lietuvos etninę kultūrą bei pažinti kitas kultūras suteikiant tokią galimybę ne tik sostinės ar didžiųjų miestų gyventojams. Liepos 14 d. Šiauliuose buvo sukurtas gyvų gėlių kilimas „Karūna karaliui Mindaugui“, kuriame atsispindėjo ir „Saulės žiedo“, ir Valstybės dienos simbolika.

- Įvestas bendrakultūrinis/meno aspektas, t.y. organizuojant I festivalį, dėl itin menko finansavimo, dalyviams, žiūrovams, svečiams be folkloro koncertų buvo pasiūlytas tik religinio folkloro koncertas Šv.Jurgio bažnyčioje bei „gyvų“ gėlių kilimas – kompozicija. Matant ir įvertinant seniau gyvuojančių geriausių folkloro festivalių įdirbį dėl tarpinstitucinio bendradarbiavimo, kuris vieno žanro renginį paverčia kultūros reiškiniu, į II festivalio programą įtrauktos naujos veiklos:
 - paroda „Re: Brand Lietuva“;
 - Valstybinis choras „Polifonija“ – speciali programa „Saulės žiedui“ – „Pasaulio tautų folkloras“;
 - koncertas Šiaulių katedroje „Nuo apeiginio folkloro iki...“;
 - koncertas „Folkloras kitaip“.

Kaimiškosios muzikos klubas “Juonė pastogė”, asociacija

(projekto vykdytojo pavadinimas, teisinė forma)

293249250, Aušros al. 31a, Šiauliai LT-76300 841-524926, 8611-16565, jonis@splus.lt

(projekto vykdytojo kodas, adresas, telefonas, el. pašto adresas)

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija

J. Basanavičiaus g. 5, LT- 01118

Vilnius

**XIV – OJO LIETUVOS KAIMO MUZIKANTŲ IR KAPELIJŲ FESTIVALIO “ANT
RUBEŽIAUS” SKIRTO ŠIAULIŲ MIESTO 775 – AJAM JUBILIEJUI ĮVYKDYMO**

2011M.

*(projekto pavadinimas *)*

**KULTŪROS RĖMIMO FONDO KULTŪROS IR MENO PROJEKTO FINANSAVIMO
ATASKAITA**

2011-10-28 Nr. 2

(data)

Programa Kultūros rėmimo fondas

Priemonės kodas 04.005.01.01.01

(Kultūros ministerijos programos pavadinimas, priemonės kodas pagal Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos strateginio veiklos plano I formą)

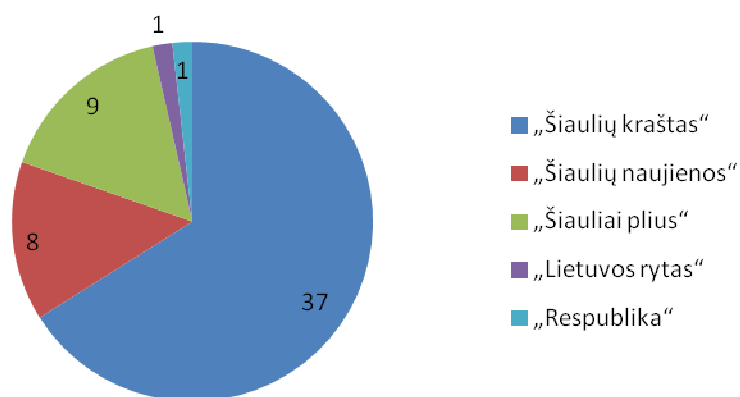
Projekto įvykdymo rezultatai:

<p>Projekto pobūdis (spektaklis, koncertas, seminaras, festivalis, konferencija, stovykla, šventė, paroda, kino filmas, leidinys ir kt.)</p>	<p>Festivalis</p>
<p>Projekto tikslų, uždavinių įgyvendinimas</p>	<p>Šiuo festivaliu buvo pasiektas pagrindinis tikslas - populiarinti liaudiško muzikavimo ir švenčių tradicijas, garsinti Šiaulių miestą, kaip patrauklų ir įdomų kitų šalių turistams. Festivalio dienomis Šiaulių miesto Pėsčiųjų bulvaras tapo miestiečių traukos centru, kur visi norintys galėjo nemokamai klausytis iš skirtingų Lietuvos regionų atvykusių kapelijų ir stilizuotų kapelių bei pavienių kaimo muzikantų liaudiško muzikavimo. Į festivalį suvažiavę muzikantai taip pat turėjo galimybę pasikeisti savo liaudiško muzikavimo patirtimi, pabendrauti su kitais muzikantais. Buvo suteikta galimybė mažiau patyrusiems muzikantams pasirodyti viešojo festivalio erdvėje. Abi dienas nuo 10val. ryto veikė tautodailininkų, amatininkų ir prekybininkų mugė (festivalyje dalyvavo virš 300 įmonių ir individualių prekyautojų).</p> <p>Pirmą ir antrą festivalio dieną nuo 14val. mažojoje festivalio scenoje, kuri buvo Pėsčiųjų bulvare ties Dvaro g. ir didžiojoje scenoje (Pėsčiųjų bulvare prie dailės galerijos) nuo 16.00val. koncertavo 27 kapelijos ir stilizuotos kapelos bei 15 pavienių kaimo muzikantų iš visų Lietuvos regionų. Koncertus vedė Virginija Našlėnienė – Magdelė ir Antanas Laurinkevičius – Untaniokas.</p> <p>Festivalio metu buvo renkama šauniasia ir įdomiasią programą paruošusi pirmos ir antros dienos kapelija, stilizuota kapela ir muzikantų muzikantas. Klubo „Juonė pastuogė“ mažajame vasaros kiemelyje veikė muzikanto Antano Kirvelevičiaus personalinė liaudies instrumentų paroda</p>

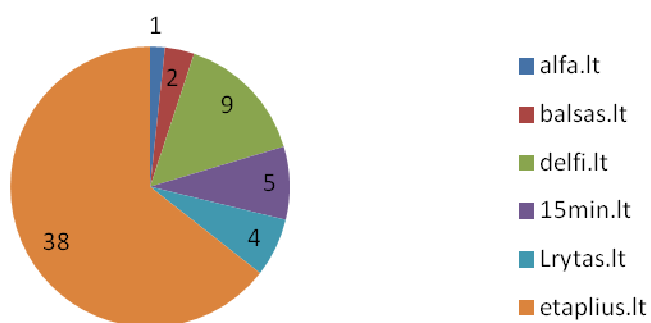
	<p>ir fotoparoda „Susitinkam ANT RUBEŽIAUS!“. 2011 metų nominantais tapo: kapelija „Mingė“, stilizuota kapela „Telšių smagratis“, kapelija „Pivašiūnai“, stilizuota kapela „Liuksas“, pavieniai kaimo muzikantai: Antanas Kirvelevičius iš Jonavos ir Stasys Junda iš Varėnos. Daugiau informacijos ir fotoakimirų iš festivalio galima rasti festivalio tinklapyje http://www.jonis.lt/antrubeziaus.2011.htm</p>
<p>Pasiekti projekto rezultatai skaičiais: dalyvių skaičius, žiūrovų skaičius, išleistų leidinių skaičius, kiti rodikliai)</p>	<p>Festivalis buvo nemokamas, todėl jame galėjo apsilankyti apie 20 tūkstančių žmonių. Festivalyje dalyvavo 27 kapelijos ir stilizuotos kapelos iš visų Lietuvos regionų, o taip pat 15 pavienių kaimo muzikantų. Tautodailininkų, amatininkų ir prekybininkų mugėje dalyvavo virš 300 įmonių ir individualių prekiautojų.</p>
<p>Projekto sklaida Lietuvoje ir/ar užsienio šalyse</p>	<p>Projektas buvo skirtas Šiaulių miesto 775 – ajam gimtadieniui ir jo sklaida nebuvo numatyta</p>
<p>Informacija apie projektą viešojo informavimo priemonėse</p>	<p>Festivalio informaciniai rėmėjai viešojoje erdvėje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. LNK ir TV1 televizija (12 sek.reklaminius videoklipas transliuotas 70 kartų); 2. Dienraščiai „Ūkininko patarėjas“, „Šeimininkė“, „Kaimo laikraštis“ (26x12cm reklaminiai spalvoti maketai – 8 skelbimai), didelis straipsnis apie festivalį su nuotraukomis birželio 7 d.numeryje; 3. Šiaulių krašto dienraštis „Šiaulių kraštas“ (26x12cm reklaminiai nespaltuoti ir spalvoti maketai – 5 skelbimai); 4. Skelbraščiai: Express kontaktas ir Panevėžio kontaktas (26x12cm spalvoti reklaminiai maketai – 8 skelbimai);

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Savaitraštis „Šiauliai plus“ (26x12cm spalvotas reklaminis maketas – 3 skelbimai); 6. Žurnalas „Miškai“ (17x12 cm spalvotas maketas – 1 skelbimas); 7. Skelbraštis „Noriu auto“ (12,6x15,7 cm spalvotas reklaminis maketas – 4 skelbimai); 8. Šiaulių regioninė televizija (ŠTV) ir kabelinė televizija „S-plus“ (40 sek.reklaminis audioklipas – po 40 transliacijų kiekvienoje televizijoje), po 2 reportažus apie festivalį vakaro žiniuose; 9. Regioniniai radijai: „Saulės radijas“, RS2 (30 sek.reklaminis audioklipas – po 60 translaicijų kiekviename radijuje), 2 tiesioginiai eteriai apie festivalį RS2 radijuje; 10. Šiuose informaciniuose ir renginių portaluose buvo patalpinta informacija apie festivalį ir jos baneris: žinių portalas šiauliečiams http://www.etaplus.lt/ ; žinių portalas šiauliečiams http://www.siaulieciams.lt/ ; pramogų portalas EB http://www.eb.lt/lt.php3) ; pramogų portalas „Einam“ http://einam.lt/ ; pramogų portalas „Savaitgalis“ http://www.savaitgalis.lt/ ; šiaulių savivaldybės tinklapis www.siauliai.lt ; dienraščio „Šiaulių kraštas“ tinklapis www.skrastas.lt ; laikraščio „Ūkininko patarėjas“ tinklapis http://www.up.lt/ ; Šiaulių turizmo informacijos tinklapis (baneris šešiomis kalbomis) http://tic.siauliai.lt/ ir kiti smulkesni informaciniai ir renginių tinklapiai; 11. Didelis ACM ekranas Šiauliuose (Vytauto ir Tilžės gatvių sankirta) 20 sek.reklaminis videoklipas – 70 transliacijų; 12. Festivalio tinklapis http://www.jonis.lt/antrubeziaus.htm 13. 10000 A6 formato spalvotų skrajučių, kurios buvo platinamos šiauliečiams.
--	---

Publikacijų skaičius spausdintinėje žiniasklaidoje

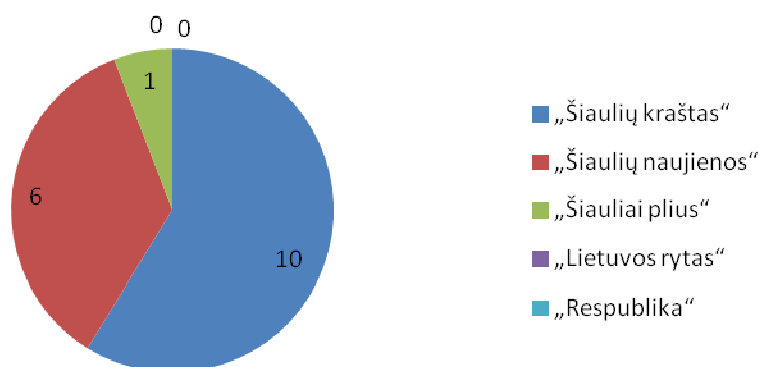


Publikacijų skaičius internetinėje žiniasklaidoje

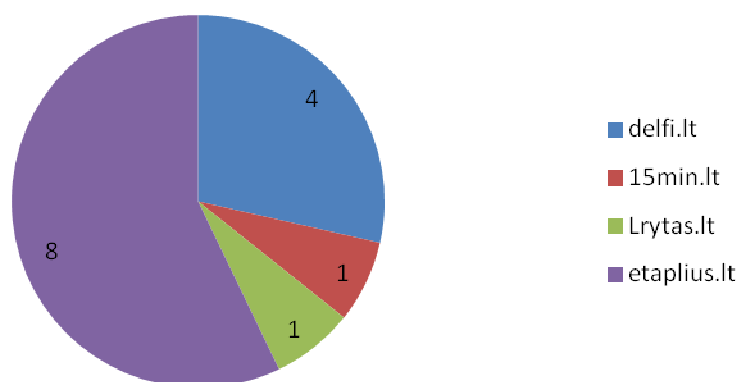


Spav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ skaičius.

Publikacijų skaičius spausdintinėje žiniasklaidoje



Publikacijų skaičius internetinėje žiniasklaidoje



6 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ skaičius.

Publikacijų vieta dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“	„Lietuvos rytas“	„Respublika“
Aktualijos	16	4	2	-	-
Pirmas puslapis	2	-	1	-	-
Dienos tema	1	-	1	-	-
Kultūra	6	-	-	-	-
Krašto žinios	2	-	-	-	1

Sportas	2	-		-	-
Paskutinis puslapis	1	-	-	-	-
„Tradicijos“	1		2	-	-
Rubrika „Saulės žiedas“	4	-		-	-
Priedai	3	4	-	-	-
„Lietuvos žinios“	-	-	-	1	-
Laisvalaikis	-	-	1	-	-
Rubrika „Pasaulis pagal mus“	-	-	2	-	-

7 pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ vieta spaudoje.

Publikacijų vieta portaluose	alfa.lt	balsas.lt	delfi.lt	15min.lt	lrytas.lt	etaplus.lt
Aktualijos	-	-	1	-	-	-
Kultūra	1	-	3	-	3	3
Rubrika „Saulės žiedas“	-	-	-	-	-	34
Laisvalaikis	-	1	-	5	-	-
Jaunimas	-	1	-	-	-	-
Pilietybės reporteris	-	-	5	-	-	1

8 pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ vieta portaluose.

Publikacijų apimtis dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“	„Lietuvos rytas“	„Respublika“

puslapis	9	1	3	-	-
1,5 puslapio	1	-	-	-	-
2,5 puslapio	1	-	-	-	-
Du puslapiai	2	-	2	-	-
Puse puslapio	12	1	3	-	-
Trumpa žinutė	10	5	1	1	1
1/3 puslapio	3	1	-	-	-

9pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ apimtis spaudoje.

Publikacijų apimtis portaluose	Alfa.lt	Balsas.lt	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplius.lt
Iki 100 žodžių	-	-	1	-	-	3
100-200 žodžių	-	-	5	-	-	12
200-400 žodžių	1	1	3	5	3	9
400-600 žodžių	-	-	-	-	-	8
600 – 1000 žodžių	-	-	-	-	-	4
Virš 1000 žodžių	-	1	-	-	-	2

10 pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ apimtis naujienų portaluose.

Publikacijų vieta dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“
Aktualijos	8	3	1

Kultūra	-	-	-
Pramogos	1	1	-
Renginiai	-	1	-
Apžvalgos	1	-	-
Tradicijos	-	-	1
Priedai	-	1	-

11 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelių festivalį „Ant rubežiaus“ vieta spaudoje.

Publikacijų vieta portaluose	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplius.lt
Aktualijos	-	-	1	-
Kultūra	3	-	-	6
Nusikaltimai ir nelaimės	-	-	-	1
Pramogos	1	1	-	1

12 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelių festivalį „Ant rubežiaus“ vieta portaluose.

Publikacijų apimtis dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“
Puslapis	4	2	-
Puse puslapio	4	1	1
Du puslapiai	-	-	-
Trumpa žinutė	-	3	-
1/3 puslapio	1	-	-

13 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelių festivalį „Ant rubežiaus“ apimtis spaudoje.

Publikacijų apimtis portaluose	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplius.lt
Iki 100 žodžių	1	-	-	3
100-200 žodžių	-	1	1	-

200-400 žodžių	3	-	-	3
Virš 1000 žodžių	-	-	-	2

14 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelių festivalį „Ant rubežiaus“ apimtis portaluose.

Publikacijų temos spaudoje	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“	„Lietuvos rytas“	„Respublika“
Festivalio pristatymas	2	4	4	1	-
Festivalio renginiai	9	-	-	-	-
Festivalis kaip konkursas	3	-	1	-	-
Nuomonė apie festivalį	9	-	1	-	-
Kolektyvai, jų šalies kultūra	6	-	1	-	-
Festivalio finansavimas	5	4	2	-	-
Skandalai	4	-	-	-	1

15 pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ temos spaudoje.

Publikacijų temos portaluose	Alfa.lt	Balsas.lt	Delfi.lt	15min.lt	Etaplius.lt	Lrytas.lt
Festivalio pristatymas	-	1	2	-	6	2
Festivalio renginiai	1	1	2	3	18	-
Festivalis kaip konkursas	-	-	1	1	4	-
Nuomonė	-	-	-	-	4	-

apie festivalį						
Kolektyvai, jų šalies kultūra	-	-	1	1	3	1
Festivalio finansavimas	-	-		-	2	-
Skandalai	-	-	3	-	1	-

16 pav. Publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“temos portaluose.

Publikacijų temos spaudoje	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“
Festivalio pristatymas	4	2	1
Festivalio renginiai	3	2	-
Festivalio dalyviai	1	-	-
Nuomonė apie festivalį	1	1	-
Skandalai	-	2	-
		-	-

17 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ temos spaudoje.

Publikacijų temos portaluose	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplus.lt
Festivalio pristatymas	4	-	-	5
Festivalio renginiai	-	1	-	2
Skandalai	-	-	-	1

18 pav. Publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“ temos portaluose.

Nuotraukų skaičius dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“	„Lietuvos rytas“	„Respublika“
Iš viso nėra	3	6	1	-	-
1-3 nuotr.	24	2	5	1	1
4-9 nuotr.	10	1	3	-	-
18 nuotr.	1	-	-	-	-

19 pav. Nuotraukų skaičius spaudoje prie publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“.

Nuotraukų skaičius portaluose	Alfa.lt	Balsas.lt	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplius.lt
Iš viso nėra	-	-	-	-	-	-
1-3 nuotr.	1	2	8	4	1	31
4-10 nuotr.	-	-	1	-	-	6
14 nuotr.	-	-	-	-	1	1
31-32 nuotr.	-	-	-	1	1	-

20 pav. Nuotraukų skaičius portaluose prie publikacijų apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“.

Nuotraukų skaičius dienraščiuose	„Šiaulių kraštas“	„Šiaulių naujienos“	„Šiauliai plus“
Iš viso nėra	2	2	0
1-3 nuotr.	6	3	1
4-6 nuotr.	2	-	-
11 nuotr.	-	1	-

21 pav. Nuotraukų skaičius spaudoje prie publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“.

Nuotraukų skaičius portaluose	Delfi.lt	15min.lt	Lrytas.lt	Etaplius.lt

Iš viso nėra	-	-	1	-
1-3 nuotr.	3	-	-	6
10 nuotr.	-	1	-	-
19 nuotr.	-	-	-	1
38 nuotr.	1	-	-	-
49 nuotr.	-	-	-	1

22 pav. Nuotraukų skaičius portaluose prie publikacijų apie Lietuvos kaimo muzikantų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“.

**Interviu su savaitraščio „Šiauliai plus“ ir naujienų portalų etaplus.lt žurnalistė Jūrate
Sobutiene**

Interviu atliktas 2012 05 10

I.: Kiek jūsų savaitraščiui/naujienų portalui reikšmingi Šiaulių kultūriniai įvykiai ir renginiai?

R.: Įkuriant savaitraštį „Šiauliai plus“ buvo suformuluota užduotis, kad jame turi atsispindėti teigiami gyvenimo pavyzdžiai. Kultūros įvykiai tą pozityvų užtaisą turi, todėl savaitraštyje daug vietos jiems ir skiriama. Analogiška situacija ir kiek vėliau atsiradusiame portale. Buvo užsibrėžtas tikslas, kad ir savaitraštyje, ir portale šiauliečiai rastų informaciją apie visus kultūros renginius mieste, tos nuostatos visą laiką ir laikytasi.

I.: Koks jūsų požiūris į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus? Kodėl?”

R.: Mano asmeninis požiūris. Festivalis „Saulės žiedas“ – unikalus projektas, suteikiantis galimybę susipažinti su kitų šalių kultūra, tradicijomis. „Ant rubežiaus“ – senesnes tradicijas turintis festivalis, per laiką iš didelių erdvių pasitraukęs į mažesnes, tuo pačiu jaukesnes, bet, mano galva, jau kiek išsisėmęs. Jam jau trūksta kibirkštėlės – amatininkų muge nieko nebenustebinsi.

I.: Kas paskatino rašyti apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“?”

R.: Savaitraštis tegyvuoja metus, kai buvo surengtas pirmasis „Saulės žiedo“ festivalis“. Jo dalyvių nuotrauka papuošė viršelį. Redakcijai atrodė, kad tuo metu – tai svarbiausias įvyklis Šiaulių mieste. Ir vėliau laikytasi tokios pozicijos. „Ant rubežiaus“ atspindėta veikia fragmentiškai; interviu su atskirais atlikėjais, mugės vaizdeliai ir pan. Taip nutiko veikiausiai dėl pačių organizatorių, kurie buvo ne vienodai aktyvūs. Reikia įvertinti, kad redakcijose dirba minimaliai žmonių, todėl jie ne visada spėja atspindėti reikšmingiausius įvykius, tad organizatorių atkaklumas dažnai nulemia žiniasklaidoje pateikiamą vaizdinį...

I.: Kada rašėte apie į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“?”

- Artėjant renginiui?
- Sužinojęs ką nors aktualaus ir naujo?
- Po organizatorių kreipimosi: spaudos konferencijos, informacinio pranešimo?

R.: Ir savaitraštis, ir portalas – šių renginių rėmėjas, todėl skelbiama labai įvairi informacija: konkrečių koncertų tvarkaraštis, spaudos konferencijų informacija, interviu su rengėjais (prieš festivalį), renginių fotoreportažai, interviu su dalyviais.

I.: Kas lėmė publikacijų turinį? Kodėl?

R.: Jei redakcijos politika – atspindėti kultūros reiškinius, tai tos politikos ir laikomasi. Ir, kaip anksčiau minėta, kryptis – teigiamų pavyzdžių paieška, tad publikacijų turinys – pozityvus.

Interviu su dienraščio „Šiaulių kraštas“ žurnaliste Živile Kavaliauskaite

Interviu atliktas 2012 05 10

I.: Kiek jūsų dienraščiui reikšmingi Šiaulių kultūriniai įvykiai ir renginiai?

R.: Šiaulių miesto ir apskrities kultūriniais renginiais laikraštyje vietos skiriama kasdien. Bent kartą per savaitę – puslapis. Apie renginius (parodas, spektaklius, koncertus, susitikimus su kūrėjais) stengiamasi pranešti kuo operatyviau. Kiekviename laikraščio numeryje skiltyje „Afiša“ trumpai anonsuojami dienos ir rytdienos kultūros įvykiai.

Plačiau apie juos parašoma jau kitą dieną, straipsniai iliustruojami fotografijomis.

Priklausomai nuo temos svarbos (aktualumas, naujumas, išskirtinis pašnekovas) kultūrinė tema gali būti spausdinama ir pirmajame laikraščio puslapyje.

Kartą per mėnesį „Šiaulių kraštas“ leidžia 8 puslapių kultūros, meno ir literatūros priedą „Atolankos“. Priede daug dėmesio skiriama kuriančioms asmenybėms, pristatoma kūryba, organizuojami kūrybiniai konkursai (Vieno eilėraščio konkursas, Dokumentinio piešinio konkursas), spausdinamos recenzijos, knygų apžvalgos. Aprėpiamos įvairios temos – muzikos, dailės, literatūros ir t.t.

Visa informacija skelbiama internetiniame puslapyje www.skrastas.lt. Dienraščio „Facebook“ profilyje talpinama daugiau nuotraukų iš renginių nei (dėl ribojamos apimties) laikraštyje.

I.: Koks jūsų požiūris į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus? Kodėl?

R.: Kiekvienas kultūrinis renginys miestui suteikia spalvų, patrauklumo, gyvumo. Ypač minėti festivaliai, išsiskiriantys dalyvių ir žiūrovų gausa, programos ir renginių įvairove. Festivaliai garsina miestą ir kitose šalyse, tampa savotiškais miesto (ir šalies) ambasadoriais, pritraukia užsienio svečių.

Kartu tai ir savos kultūros pristatymas bei proga susipažinti su nauja, nematyta, nepažinta.

I.: Kas paskatino rašyti apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“?

R.: Laikraščio misija – informuoti skaitytojus apie įvykius. Kiekviename festivalyje galima rasti įvairių temų: įdomių asmenybių (ne tik šokančių, grojančių, dainuojančių, bet ir pasipuošusių išskirtiniais tautiniais rūbais, grojančių retais instrumentais ir pan.), aktualių pokalbių (apie kultūros, tautinio identiteto svarbą, išskirtinumą globalizacijos akivaizdoje), kitų ir savos kultūros pažinimo. Įdomu, ir ką apie mūsų miestą (šalį, kultūrą) kalba atvykę svečiai (kas juos stebina, žavi ar kokių pastabų jie turi).

Dar vienas rašymo apsektas – festivalių finansavimo problemos, įvairūs nesusipratimai, kylantys švenčių metu (pvz, apgyvendinimo sąlygos, pabėgę svečiai iš Nepalo, kriminaliniai įvykiai) .

I.: Kada rašėte apie į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelių ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“

- **Artėjant renginiui?**
- **Sužinojęs ką nors aktualaus ir naujo?**
- **Po organizatorių kreipimosi: spaudos konferencijos, informacinio pranešimo?**

R.: Įprastai apie festivalius rašoma keletą kartų. Pirmiausia jie anonsuojami, kalbama apie galimybes rengti (problemos, sunkumai), būsimus svečius, programą. Papildomos informacijos suteikia pranešimai spaudai, spaudos konferencijos, tiesioginiai kontaktai su organizatoriais. Minėti festivaliai jau yra tradiciniai, tad natūraliai kyla klausimas: „Kas šiomet bus naujo?“

Prie temos sugrįžtama gavus papildomos informacijos (pvz., stringa finansavimas, numatyta naujovių programoje, atvyks garsus svečias ar pan.).

Vėliau skaitytojai informuojami reportažais iš renginių. Papildomai rašoma apie išskirtinius festivalio svečius, incidentus (jei tokių būna). Po festivalio pristatomi rezultatai, organizatorių ir dalyvių atsiliepimai, įspūdžiai.

I.: Kas lėmė publikacijų turinį? Kodėl?

R.: Straipsnių turinį lemia konkretūs įvykiai, žmonės, tema. Kasmet ieškoma naujų spalvų, pašnekovų, akcentų, kurie būtų įdomūs, aktualūs skaitytojui. Remiantis šiais kriterijais, stengiamasi objektyviai atspindėti miestą garsinančiais šventes.

Interviu su dienraščio „Šiaulių naujienos“ žurnaliste Romualda Urbonavičiūte

Interviu atliktas 2012 05 12

I.: Kiek jūsų dienraščiui reikšmingi Šiaulių kultūriniai įvykiai ir renginiai?

R.: Labai reikšmingi.

I.: Koks jūsų požiūris į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus? Kodėl?

R.: Teigiamas - kaip į sudėtinę dalį Šiauliuose vykstančių festivalių-konkursų ir kitų renginių, kurių reikia šiauliečiams.

I.: Kas paskatino rašyti apie tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus“?

R.: Neprisimenu.

I.: Kada rašėte apie į tarptautinį folkloro konkursą-festivalį „Saulės žiedas“ ir Lietuvos kaimo kapelų ir kapelijų festivalį „Ant rubežiaus?

- Artėjant renginiui?
- Sužinojus ką nors aktualaus ir naujo?
- Po organizatorių kreipimosi: spaudos konferencijos, informacinio pranešimo?

R.: Sužinojus ką nors aktualaus ir naujo. Ypač aktualūs sensacingi įvykiai.

I.: Kas lėmė publikacijų turinį? Kodėl?

R.: Surinkta informacija.

Interviu su Tarptautinio folkloro konkurso-festivalio „Saulės žiedo“ direktore Rūta Stankuviene

Interviu atliktas 2011 05 09

I.: Koks jūsų festivalio tikslas?

R.: Vieno festivalio tikslo nėra, jų yra keletas. Bendrąja prasme – ugdyti, puoselėti mūsų – lietuviškąją - tautinę tapatybę, etnokultūrinį paveldą. Geriausiai tai galima padaryti per savo ir kitų kultūrų pažinimą, jų lyginimą. Šiam tikslui pasirinkome ne vien festivalio formą, bet ir konkurso formatą. Festivalių Lietuvoje daug, kiekvienas miestas, miestelis organizuoja folkloro festivalį ir net ne po vieną, o folkloro konkursų, mūsų duomenimis, tikrai nėra Lietuvoje ir aplinkinėse šalyse. Konkursas sąlygoja kitą labai svarbų tikslą – kelti folkloro kolektyvų meninį lygį, nes konkurse yra visai kitokie kriterijai. Taip pat siekiame plėtoti teigiamą Šiaulių regiono įvaizdį Lietuvoje bei užsienio šalyse, ugdyti šiauliečių savivertės jausmą, mažinti kultūros sklaidos skirtumus tarp centro ir regionų.

I.: Kuo festivalis yra išskirtinis, koks jo vaidmuo kitų Šiaulių kultūrinių renginių kontekste?

R.: Kuo jisai išskirtinis? Tai - konkursu-festivaliu. Kuo jis Šiaulių... Šituo konkursu jisai yra išskirtinis ir tarptautiniu kontekstu, jau nekalbant apie Lietuvos. Mes – šiauliečių bendromis pajėgomis - sukūrėm išskirtinį renginį Lietuvos kontekste. Pavyzdžiui, senosios archeologijos festivalis Kernavėje. Jis yra vienintelis toks Lietuvoje ir visa Lietuva važiuoja į Kernavę. Kitų tokio masto nėra.

Didžiųjų Šiaulių renginių – Šiaulių dienų, „Ant rubežiaus“ – kontekste, „Saulės žiede“ akcentuojamas folkloro aspektas. Kiti renginiai atsiranda, nunyksta, o šiuos tris didžiulius renginius turim, į kuriuos visas miestas – ir ne tik - suplaukia.

I.: Gražiai pristatėte festivalį, o koks jūsų, kaip festivalio organizatorės, požiūris į žiniasklaidą?

R.: Teigiamas.

I.: Kodėl?

R.: O kaip gali būti neigiamas? Be žiniasklaidos, be viešinimo, pasidarysi šventę sau. O su žiniasklaidos pagalba pakviečiami, informuojami žmonės.

I.: Tai jūs žiniasklaidą įvardijate kaip viešinimo priemonę. O kaip jūs vertinate tai, jog žiniasklaida sąmoningai formuoja visuomenės nuomonę, pasirenką apie ką ir kaip rašyti?

R.: Tokia jų duona yra. Būdamas žurnalistu, specializuodamasis kultūros, renginių srityje, ar net nesispecializuodamas, įgyji teisę ir ypač atsakomybę apie tai rašyti, rodyti, komentuoti.

I.: Ar planuodami renginius ir festivalio programą atsižvelgiate į tai, kam nušviesdama praėjusius festivalius, skyrė daugiausia dėmesio žiniasklaidai? Ar daro įtaką žiniasklaidos apie festivalius formuojama nuomonė?

R.: Taip. Skaitant, žiūrint, kaip apie tavo organizuojamą renginį atsiliepia, be jokios abejonės, reaguoji į viską. Kaip ir kiekvienas žmogus, lygiai taip pat reaguoji į gerus atiliepimus, argumentuotus gerus, argumentuotus neigiamus, kritiką, neargumentuotus neigiamus ir taip toliau. Į viską reaguoji... nes neturi užsiauginęs storos odos... esi žmogus, o „Saulės žiedas“ – tarsi visų mūsų auginamas vaikas.

Jei pateikiama argumentuota kritika – ją analizuoji ir reaguoji. Lygiai taip pat dar atsižvelgi į žmonių nuomones, komentarus. Visgi, kad ir ką bekalbėtumėm, esam jautrūs organizatoriai ir norim, kad mūsų idėjos pasiektų žmones.

I.: O ar festivalio pateikimas žiniasklaidoje atitiko jūsų lūkesčius?

R.: Bendrąja prasme, taip. Nes iš esmės mes bendraujam su visom žiniasklaidos priemonėm, kurie nori draugauti su mumis. Praeitais metais turėjom subūrę didžiulę savanorių viešintojų komandą – apie 10-15, sudarytą iš rašančių, fotografuojančių, filmuojančių, kuriai vadovavo profesionali, viena stipriausių Šiaulių krašte žurnalistė, ryšių su visuomene specialistė. Dirbo komandoje profesionalų žurnalistų, kurie norėjo būti savanoriais mūsų festivalyje. Tie dalykai buvo planuojami: kokias žinias skleisim, kiek per dieną bus žinučių. Mes siūlėm savo temas, jeigu žiniasklaidos priemonėms, televizijoms, dienraščiams ar savaitraščiams tiko mūsų idėjos, tai ir ėmė mūsų tekstus ar atėjo į mūsų spaudos konferencijas, ėmė interviu.

I.: Kokią vietą festivalio komunikacijos strategijoje užėmė vietinė spauda ir internetiniai naujienų portalai?

R.: Pačią didžiausią ir pačią svarbiausią. Lietuvoje yra tokia situacija, kad be didelių pinigų, kurių ir neturi mūsų festivalis, nacionalinei žiniasklaidai regionai nėra labai įdomūs. Nacionalinei žiniasklaidai įdomūs tampame su dideliais pinigais, arba turi padaryti skandalą – savo ar ne savo noru: visai nacionalinei žiniasklaidai mes tapom įdomūs tik po renginio, kai paskutinėmis dienomis dingo mums nepranešę Nepalo atlikėjai. Konkretus pavyzdys. O vietinei žiniasklaidai mes esam įdomūs, mes draugaujame ir esam pastebimi kiekvienais metais, ir per kiekvieną renginį.

I.: Minėjote, kad tikslingai draugaujate su vietine žiniasklaida. Tai kas lėmė pasirinkimą vienos ar kitos žiniasklaidos priemonės?

R.: Bendras noras būti partneriais ir konkrečios žiniasklaidos priemonės reitingai, kuriuos lemia žmonių pasirinkimas, nes organizuojant renginį neturi teisės „mylėti“ kažkokią priemonę subjektyviai, be jokių argumentų.

Tarkim, aukščiausią pasiekiamumo poziciją Šiaulių mieste turi „Splus“ grupė: su savaitraščiu, televizija ir etaplius.lt. Regiono mastu itin svarbi „Šiaulių krašto“ laikraščiu grupė, kuri „apdengia“ visą regioną. Iš regioninių radijo stočių labiausiai pasiekiamas Saulės radijas. Taip pat žiūrima regione bei kitose artimiausiose apskrityse Šiaulių apskrities televizija.

Mažesnius reitingus turi RS2 radijas, „Ekspres kontaktas“ ar kitos žiniasklaidos priemonės, bet su visais norinčiais bendrauti, mes bendraujam.

I.: Ačiū už išsamų pokalbį.

**Interviu su Lietuvos kaimų kapelų ir kapelių festivalio „Ant rubežiaus“ organizatoriumi
Pranciškumi Trijoniu**

Interviu atliktas 2012 05 14

I.: Koks jūsų festivalio tikslas?

R.: Mūsų festivalio tikslas... kadangi mūsų klubas buvo sukurtas prieš aštuoniolika metų, tai tikslas buvo populiarinti kantri ir liaudišką muziką. Tai va... iš kantri festivalių nebėra, tai būdavo kantri „Jonis“, toks populiarus, „Šerifo atostogos“, tai liko vienintelis „Ant rubežiaus“ festivalis. Nu ir stengiamės festivalio metu būtent šiauliečius supažindinti, kadangi kviečiam iš visų regionų, tai yra su aukštaitišku, žemaitišku pagrinde muzikavimu liaudišku, suvalkietišku ir dzūkaišku. Jų mažiau šiek tiek ir taip pat kviečiam pavienius kaimo muzikantus, kadangi tai yra iš tikrųjų, sakykim, ypatinga žmonių grupė, tai yra ypatingi entuziastai. Jeigu kalbėti apie jau tas kapelas, arba stilizuotas kapelas, daug kur jos suprofesionalėjusios, liaudies ištakų jau tiek nedaug beyra. Toks tikslas ir yra, kad supažindinti Šiaulius su liaudiška muzika.

I.: Kuo festivalis yra išskirtinis, koks jo vaidmuo kitų Šiaulių kultūrinių renginių kontekste?

R.: Mes nesistengiam daryti kažkokius tai konkursus, kaip pavyzdžiui, „Saulės žiedas“, kurio pagrindas buvo konkursas. Matyt organizatoriai važinėja po pasaulį ir pamatė, kaip kitur daro... Mūsų tiklas... liaudiškos muzikos festivalis-linksma šventė. Tai yra šventė miestelėnams, svečiams ir muzikantams. Svarbiausia – muzikantams, irgi vat atvažiuoja į festivalį, mes stengiamės suteikti visas sąlygas, tai yra gerą garsą, jeigu tai įmanoma, kad ir filmuojama būtų, paskui, sakykim žmonės, kurie atvažiuoja iš toliau, tai stengiamės dengti kelionės išlaidas. Tai va, aš skaitau, kad tai yra šventė muzikantams ir žiūrovams.

I.: O koks jūsų, kaip festivalio organizatoriaus, požiūris į žiniasklaidą?

R.: Aš aplelamai mėgstu žiūrėti žinias, skaityti laikraščius, dabar internetiniai pasidarė. Tai yra tendencija, aš atsimenu, kai pradėjom festivalius, tą patį „Ant rubežiaus“, tos pačios „Kantri Jonio“ būdavo, tai buvo rašoma iš tikrųjų daug apie muziką. Parašydavo jien ten apie kokią įdomesnę grupę, atvažiuodavo, interviu paimdavo. Žinot, paskutiniu metu yra tendencija tokia, kad visi ima kažkokias atrakcijas, kažkokie dalykai, kurie absoliučiai nesusiję su festivaliu. Galiu apie vieną mūsų šiaulietišką žiniasklaidos priemonę pakalbėti taip, kad visas festivalis lygtais linksmas ir smagus, bet vat būtent idėjo nuotrauką, kur toks kaimo muzikantas, jis atvežiavęs į Šiaulius tiesiog bokalą alaus pasiėmė, ir jis su bokalu alaus ir armonika vaikšto po piesčiųjų bulvarą. Nu tai skaitos,

va koks lygis festivalio. Nors iš tikrųjų tai yra tendencingai yra nušviečiama kai kada. Ir dabar, sakau, paskutiniu metu darom tuos visokius rekordus, kad pritraukti žiniasklaidą. Ir vat šiemet bandom tokį muzikinį galbūt rekordą, ne rekordą, bet akcentas bus festivalio birželio pirmą dieną tai bus jungtinis Lietuvos bandonininkų orkestras.

I.: „Saulės žiedo“ konkurso-festivalio organizatoriai tikslingai vykdo viešinimo strategiją, organizuoja spaudos konferencijas ir taip toliau. O ar jūs koku nors būdu tikslingai darote įtaką žiniasklaidai, kad teigiamai reprezentuotų festivalį ?

R.: Ne, aš šitų dalykų nedarau.

I.: Kodėl?

R.: Todėl, kad aš galvoju, jeigu žmonės kažką nori gero parašyti, ar blogo – tai jie ir parašys. Aš nenoriu ir nekontroliuoju, ką jie ten ruošiasi rašyti. Aš tiktais prašau, kada jeigu prieš festivalį rimtesnį straipsnį rašo, kad atsiųstų, kad pavardės nebūtų iškraipytos. Aš nesu kažkoks tai baubas, kad manęs reikėtų bijoti. Bet visuomet nusiunčiu informaciją, informuoju žurnalistus. Kiek čia aš jų pažįstu, su kai kuriais laikraščiais ir žiniasklaida mes dirbam nuo trečio festivalio artimiau. Sunčiu visiems, o kas nori, tas ir parašo.

I.: Minėjote, kad vis dėlto bendraujate su kai kuriomis žiniasklaidos priemonėmis. O kokią vietą užima vietinė spauda ir internetinis portalas?

R.: Sakykim, kad jie yra pagrindiniai. Kažkada, tarp kitko, dabar nepasakysiu, kuriais metais, Lietuvos televizija buvo labai susidomėjusi mūsų festivaliu. Du kartus filmavo ir muzikinį filmą sukūrė. Ir iš ten paskui sugalvojo „Duokim garo“. Šiemet irgi kviečiau, kad Lietuvos radijas būtų mūsų rėmėjai, jie daro nuorodas, reklamuos mūsų festivalį ir daugiau apie jį informuos. O šiaip tai, žinot, žiniasklaida labai brangiai kainuoja.

I.: Kas lemia informacinių rėmėjų pasirinkimą?

R.: Aš atsižvelgiu į tai, koks kontingentas ateina į mūsų festivalį. Lietuvos radijas turi daugiausia klausimumą tarp vidutinio ir vyresnio amžiaus klausytojų, nu ir Lietuvos televizija. Vietiniai irgi bus: „Šiaulių kraštas“, „Šiaulių plus“ visa kompanija.

I.:Neminite „Šiaulių naujienų“.Kokie santykiai su šiuo dienraščiu?

R.: Su „Šiaulių naujienom“ aš nekonfliktuoju, bet konfliktuoja kiti laikraščiai. Aš negaliu, aš turiu atsiklausti... jie pasako, kad jeigu „Šiaulių naujienos“ bus šalia, mes tada neremiam jūsų. Suprantat,

kaip yra. Turi žinoti, su kuo kas yra susipykęs, su kuo draugauja. Pavyzdžiui, tarp „Šiaulių naujienų“ ir „Šiauliai plus“ yra karo kirvis iškastas. Tai aš pasirinkau „Šiauliai plus“, o ką darysi.

I.: Ar planuodami renginius ir festivalio programą atsižvelgiate į tai, kam nušviesdama praėjusius festivalius, skyrė daugiausia dėmesio žiniasklaidai? Ar daro įtaką žiniasklaidos apie festivalius formuojama nuomonė?

R.: Nu kaip, pasižiūriu, kad regioniniam laikraštyje nušviečia praktiškai tokius visokius įdomesnius renginius, vienus plačiau, kitus siauriau. Ir aišku aš kitais metais dirbsiu su tais, kurie kreipia didesnę dėmesį į mūsų festivalį. Daug metų mes dirbam su „Ūkininko patarėju“, už tad, kad žurnalistams, jiems įdomūs tie festivaliai, plačiai parašo anonsus, parašo po festivalio su nuotraukom, su viskuo. Aš pats siūlau, kad pašnekėkit su tuo žmogum, nu ir jie išpildo. Nu tai aš visada mielu noru su tokiais dirbu.

I.: Kaip vertinate tendenciją, kad spaudoje ir internetiniuose portaluose ypač didelis dėmesys skiriamas ne muzikantams, o tautodailininkų, prekybininkų mugėi?

R.: Ką galiu pasakyti, kad tos mugės Lietuvoje yra labai populiarios. Ir sakykim, pradžioje mes mokesčius nedarydavom. Net nebūdavo, mes neregistruodavom tų tautodailininkų, kaip jūs norit, taip darykit. Norit – prekiaukit, norit – neprekiaukit, nerikiuodavom juos, bet kadangi dabar į mūsų festivalį galėtume antra tiek priimti, ir aišku galėjome mes juos atsisijuoti visus tuos mugininkus, galbūt priekaištas ir yra mūsų festivalio, kad atvažiuoja ne tik tautodailininkai, bet ir visokie prekybininkai, su veilokais. Bet yra dėl to, galiu tiesiai šviesiai pasakyti, kad Šiaulių miestas iš tikrųjų mūsų tą festivalį menkai remia. Šiomet išvis neriame. Penkis šimtus litų davė nuo to, kiek Kultūros ministerija skyrė ir viskas. Penki tualetai ir keturios šiukšlidės. Užtad mes turim įleisti tuo prekybininkus, kurie gali daugiau sumokėti, tai yra paremti mūsų festivalį. Čia tarp kitko, ne tai, kad mūsų festivalį remia, bet mes miestui sumokam. Aš nelabai zauniju per tą žiniasklaidą, bet iš tikrųjų taip buva. Jeigu ne mugė, mano festivalis neįvyktų, matyt tą pamatė ir žurnalistai. Aš galiu pasakyti, kad šiomet skirta tik penki šimtai litų, tai iš penkių šimtų litų nepadarysi festivalio. Tie prekybininkai ir remia festivalį, mes nesakom konkrečios sumos, derimės ir visaip darom.

I.: Apibendrinant mūsų pokalbį, ar vis dėlto festivalio pateikimas žiniasklaidoje atitiko jūsų lūkesčius?

R.: Nu galiu pasakyti, kiek aš pats jau stengiaus, galbūt sudominau kai kuo, festivalio dalykais, tai žiniasklaidai nesako, o čia neįdomu. Ne, įdomu, reikia su jais susitikinėti, pasakoti, jie kažkiek parašo, tik gaila, kad mažai rašo apie muziką, kapelų koncertus, varžytuves. Pavyzdžiui, RS2

radijas dabar yra labai aktyvūs, visada kviečia į tiesioginius eterius ir ten gali pašnekėti, papasakoti. Nes iš tikrųjų apie tokį didžiulį festivalį, kada net į afišą nesutelpa net grupės, o ten kažkokį eiliškumą surašyti labai sunku, vietas užima, tai tiesiog tie visokie anonsai, radio anonsai labai padeda: galiu papasakoti, kas vyks, ką ten veiksime žodžiu...

I.: Jūs kaip pagrindinius žiniasklaidos šaltinius įvardijate radiją, televiziją, o ne spaudą ar internetą. Kodėl būtent toks jūsų pasirinkimas?

R.: Taip, internetas yra gerai tas, kad, pavyzdžiui, jeigu susitari, baneris yra įdedamas, tai yra operatyvu, visas smulkmenas žmonės gali pasiskaityti, o vis tiek... radiją klauso. Visi įsijungia, ateina į darbą, visi, kas turi galimybes, šalia yra radijas. Tas yra efektyviau. Spauda kaip ir radijas yra ta vadinama paskutinė aktyvi reklama, kur jau įkyriai yra reklamuojama, zaunijama apie festivalį.

I.: ačiū už pokalbį.

CD: Magistro darbas, interviu įrašai.