

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Informacijos ir komunikacijos katedra

Kristina Čiukšytė,
Komunikacijos mokslų magistro studijų programos II kurso studentė

LYČIŲ TAPATYBĖS SAMPRATA IR RAIŠKA PAŽINČIŲ SKELBIMUOSE

Magistro darbas

Vadovė: lekt. dr. L. Stundžė

Vilnius, 2011

MAGISTRO DARBO LYDRAŠTIS

Pildo magistro baigiamojo darbo autorius

Kristina Čiukšytė _____

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

„Lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose“ _____

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

„Gender identity concept and expression in dating advertisements“ _____

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

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

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

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

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas

Magistro baigiamąjį darbą ginti _____

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data) (magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data) (instituto / katedros reikalų tvarkytojos parašas)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu _____

(recenzento vardas, pavardė)

(data) (instituto / katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau. _____

(data) (recenzento parašas)

Čiukšytė, Kristina

Či 184

Lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose: magistro darbas / Kristina Čiukšytė; mokslinis vadovas Lijana Stundžė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra.

UDK -055:159.92

Reikšminiai žodžiai**** tapatybė, identitetas, individas, pažinčių skelbimai, socialinė lytis, biologinė lytis, vyriškumas, moteriškumas.

Magistro darbo objektas – tapatybės samprata ir raiška pažinčių portalo www.pazintys.lt skelbimuose. Darbo tikslas – ištirti lyčių tapatybės sampratos tendencijas ir jos raišką pažinčių skelbimuose. Darbo uždaviniai – išanalizuoti lytiškumo sampratą; atskleisti lyties tapatybės suvokimo reikšmę, jos konstravimo ir raiškos būdus; apžvelgti pažinčių skelbimų terpes ir jų svarbą; ištirti lyčių tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose.

Išanalizavus teorinę literatūrą, išsiaiškinta vyriškumo ir moteriškumo samprata bei simboliai; socialinės ir biologinės lyties samprata; tapatybės samprata, jos konstravimo ypatumai bei reikšmė tarpusavio komunikacijai; pažinčių skelbimų reikšmė.

Atlikus kokybinę ir kiekybinę vyrų ir moterų pažinčių skelbimų analizę pažinčių portale www.pazintys.lt bei pritaikius analitinį-interpretacinį ir lyginamąjį metodus, prieita prie išvados, kad vyrų ir moterų tapatybės samprata ir raiška turi tiek panašumų, tiek skirtumų, nes ir vyrai, ir moterys yra linkę tapatintis su tradiciniais lyties įvaizdžiais, tik vyrai save išreiškia labiau akcentuodami socialines savybes, o moterys – išorines, vizualines.

Magistro darbas gali būti naudingas žmogaus tapatybės tyrinėjimams.

TURINYS

MAGISTRO DARBO LYDRAŠTIS.....	2
TURINYS.....	4
ĮVADAS.....	5
1. LYTISKUMO SAMPRATA	10
1.1. Vyriškumo ir moteriškumo samprata ir simboliai.....	10
1.2. Socialinės lyties samprata	12
2. TAPATYBĖS SAMPRATA	17
2.1. Lyties tapatybė	18
2.2. Tapatybės konstravimas.....	20
2.3. Komunikacija ir tapatybės raiška	22
3. PAŽINČIŲ SKELBIMAI IR JŲ REIKŠMĖ	26
3.1. Pažinčių skelbimų ypatybės.....	26
3.2. Pažinčių skelbimų terpės	28
4. LYČIŲ TAPATYBĖS SAMPRATA IR RAIŠKA TINKLAPIO www.pazintys.lt SKELBIMUOSE.....	30
4.1. Vyrų tapatybės samprata ir raiška	31
4.2. Moterų tapatybės samprata ir raiška.....	41
IŠVADOS.....	51
SUMMARY	53
LITERATŪROS SĄRAŠAS	54
PRIEDAI	58

ĮVADAS

Žmogus – įdomi ir sudėtinga būtybė. Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne žmogus apibūdinamas kaip „gyva, mąstanti visuomeninė būtybė“ (DLKŽ). Pabrėžiamas visuomeniškumas, jis yra vienas iš veiksnių, skiriančių žmogų nuo kitų gyvų sutvėrimų. Visuomeniškumas, tam tikri ypatingi saitai, ryšiai, bendravimo modeliai, jungiantys panašius ir visiškai skirtingus žmones, kolektyvinė ir individuali pasaulio, būties samprata, vertinimas, požiūris į save bei aplinką – visa tai yra faktoriai, kurie lemia žmogaus unikalumą ir savotišką atskirtį nuo kitų gamtos dalių. Kęstučio Šerpečio teigimu, „visoje dvasinėje ir praktinėje žmogaus veikloje nesunku atsekti <...> nuolat skatinamą žmogiškosios būties pasaulio susidvejinimą į gamtiškąjį (daiktinį, objektinį) ir kultūriškąjį (įsisavintą, sukurtą). <...> žmogus pradeda suvokti ne tik savo priklausomybę nuo stichijų pasaulio, bet ir savo suverenumą, skirtingumą, kurie dėl filosofinės refleksijos pamažu brandina įsitikinimą, kad žmogus yra Kosmoso centras“ (1996:8). Žmogaus unikalumas ir atskirtis nuo kitų gyvų būtybių slypi jo troškime pažinti, suprasti, pajauti materialaus ir dvasinio pasaulio, būties paslaptis, užmegzti ryšį su kitais žmonėmis, kurti ir modeliuoti savo likimą.

Neabejotina ir svarbu yra tai, kad „įvairiose kultūrose galima atrasti universalių bendražmogiškų dalykų <...>. Universalius bendrakultūrinius dalykus galima aiškinti tiek natūraliais įgimtais bendražmogiškais žmonių poreikiais (biologiniais ir visuomeniniais), tiek bendrais elementariais mąstymo ir veiklos archetipais“ (Račiūnaitė, Senvaitytė, Vaicekuskas, 2001:7–8). Bet, nepaisant universaliųjų dalykų, žmonės stipriai skiriasi vieni nuo kitų: nevienoda jų gyvenamoji vieta, gamtinė aplinka, tikėjimas, kultūra, papročiai, pasaulejauta, skiriasi žmonių interesai, reikalai, pažiūros. Tačiau žmogus, kuris nori kažką sužinoti apie kitą, nematytą, visiškai svetimą ir nepažįstamą individą, nepuola aiškintis jo pomėgių, rūpesčių, vertybių ar pan. Tam, kad būtų galima susidarytų pradinį kito žmogaus vaizdą, ko gero, pirmiausia yra klausama: vyras tai ar moteris? Kokia jo lytis? Turbūt lyties įvardijimas yra ta pirminė informacija, kuri leidžia priskirti žmogų tam tikrai grupei, vertinti jį kaip jos narį, susikurti pradinę nuomonę, požiūrį į kitą žmogų, suvokti savo galimą santykį su juo. Būtent todėl lytis yra tokia reikšminga žmonių bendruomenėje; ji, jos identifikavimas, atskyrimas, didesnis ar mažesnis pažinimas nulemia tolesnius žmonių bendravimo procesus ir jų individualias bei visuotines pasekmes. „<...> žmogaus lytis yra skiriamasis bruožas – kiekvieno individo tapatumo ir patyrimo pagrindas tiek sąmonėje, tiek ir pasąmonėje. <...> iki šio šimtmečio nebuvo įprasta sąmoningai apmąstyti savo vyriškumą ar moteriškumą. Buvo visuotinai manyta, kad asmens lytis yra paprasčiausiai tai, kas įgimta, ir kad tai visai nesusiję nei su kultūra ir istoriniu laikotarpiu, kada buvo gimta, nei su

materialiomis sąlygomis“, – parėžia Karla Gruodis (1995:7–8) ir atkreipia dėmesį į tai, kad skirtingoms lytims svarbu ne tik identifikuoti ir pažinti vienoms kitas, bet, pirmiausia, siekti savęs supratimo, ugdyti savo, kaip tam tikros lyties atstovo, savimone, identitetą, atrasti asmeninį savo santykiui su pasauliu, skirtingais žmonėmis ir suvokti viso to prasmę.

Vyrai ir moterys, norėdami geriau pažinti ir suprasti tiek vieni kitus, tiek patys save, siekdami atskleisti savo vidinį pasaulį, troškimus, poreikius, tikslus, norėdami informuoti kitus visuomenės narius apie savo egzistavimą, jo subtilybes, pirmiausia, turi patys save suvokti. Žmogus konstruoja savo tapatybę tiek nejučia, pats to nepastebėdamas, tiek nuosekliai ir sąmoningai. Žmogaus kalba, apranga, išvaizda, bendravimo stilius, laisvalaikis, pomėgiai, kūryba, profesija ir daugelis kitų dalykų – visa tai gali būti suprantama kaip tam tikri tapatybės sampratos atspindžiai ir jos išraiškos formos. Tapatybės suvokimas, identifikavimasis su vienokia ar kitokia grupe ne tik leidžia žmogui atskleisti, parodyti save, bet ir padeda siekti dvasinės pilnatvės, skatina jį tobulėti. Svarbu tai, kad tapatybės klausimas yra opus ir aktualus šiuolaikinėje visuomenėje. Tai patvirtina ir A. Giddenso išsakytas teiginys, jog „asmens tapatumo paieškos yra moderni problema <...>. Mintis, kad kiekvienas asmuo turi unikalų charakterį ir ypatingas galimybes, kurios gali būti įgyvendintos arba ne, ikimoderniai kultūrai svetima. <...> „individas“ tam tikra prasme neegzistavo tradicinėse kultūrose, o individualumas nebuvo aukštinamas. Tik susiformavus modernioms visuomenėms, konkrečiau, išryškėjus darbo pasidalijimui, individas tapo dėmesio objektu (2000:99-100).

Šių dienų visuomenėje būdų ir erdvių tapatybės paieškoms ir jos konstravimui esti gerokai daugiau, negu ankstesnių kartų ar, juo labiau, pirmykščių žmonių. Dabartiniam žmogui įprasti ir kasdieniai dalykai yra televizija, spauda, radijas, internetas. Šiose erdvėse žmogus gali kurti, realizuoti savo sprendimus, tenkinti poreikius, tvarkyti buitinius reikalus, užmegzti ryšius su kitais žmonėmis, informuoti kitus apie save.

Savivokos, identiteto paieškoms ir realizacijai individas renkasi įvairiausias būdus: tai gali būti savianalizė, bendravimas, kūryba ir pan. Ne tik priemonė, skirta vienišų žmonių problemoms spręsti, bet ir tam tikra tapatybės raiškos erdvė, yra pažinčių skelbimai. Tokių skelbimų skyreliai dažni periodinėje spaudoje, dėmesio tokioms rubrikoms neretai skiriama ir radijo ar televizijos laidos. O internete galima aptikti ištissus sąrašus įvairiausio pobūdžio pažinčių skelbimų portalų. Vienuose jų žmonės savarankiškai ir individualiai stengiasi skleisti žinią apie save ir kurti santykius su kitais žmonėmis, kituose tam tikslui siūloma profesionalų pagalba. Daugybė skirtingų žmonių pažinčių skelbimuose bando atskleisti savo tapatybę, išsakydami savo pomėgius, interesus, vertybes,

apibūdindami savo išvaizdą, profesiją, materialinę, socialinę padėtį ir panašiai. Kitaip tariant, pažinčių skelbimuose atsispindi žmogaus požiūris į save, savęs supratimas.

Kur kas dažniau įvairiose visuomenės informavimo terpėse ar tiesiog žmonėms bendraujant tarpusavyje, susiduriama su vyrų nuomonėmis apie moteris ar moterų apie vyrus, sužinoma tai, kaip priešingų lyčių atstovai vertina vieni kitus, ko tikisi vieni iš kitų, kokį priešingos lyties įvaizdį, stereotipą brandina ir nejučia platina visuomenėje. Todėl išties įdomu ir svarbu išanalizuoti tai, kaip patys vyrai ir pačios moterys suvokia save, savo identitetą ir kaip jį išreiškia, kaip jie reprezentuoja save. Ypač šių dienų žmogaus gyvenime, kuris nebeįsivaizduojamas be naujų technologijų tiek profesinėje srityje, tiek kasdieniauose, asmeniniuose reikaluose, aktualu panagrinėti ir palyginti, kaip priešingos lyties save reprezentuoja virtualioje erdvėje.

Lyčių santykiai, lytiškumo suvokimas ir vaidmuo visuomenėje – amžinos ir įdomios temos, kurios bėgat laikui ir keičiantis žmonių gyvenimo normoms, tempui, nuolat atsinaujina, iškelia naujų klausimų, svarstymų, diskusijų. Tačiau, ko gero, daugiausia dėmesio skiriama būtent lyčių santykiams tirti, skirtingų lyčių požiūriui vienas į kitas, vertinimui nagrinėti. Bet ne mažesnę susidomėjimą kelia lyčių savivoka, moters ar vyro tapatybės samprata, savęs vertinimas, pristatymas kitiems žmonėms, savo identiteto konstravimas. **Darbo problema** yra ta, kad lyčių savivoka, tapatybės samprata ir jos išraiška, ypač pažinčių skelbimuose, nėra analizuota, neaptikta jokių išsamesnių tyrimų, nuomonių ar diskusijų tokia tema. Keliama **hipotezė**, kad vyrų ir moterų tapatybės samprata ir raiška yra skirtinga.

Darbo objektas – lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių portalo www.pazintys.lt skelbimuose. Portalas www.pazintys.lt – vienas didžiausių ir populiariausių pažinčių portalų Lietuvoje, suteikiantis galimybę asmenims bendrauti, ieškoti draugų, bendraminčių ar antrosios pusės virtualioje erdvėje. Portale įdiegta gana detali paieškos sistema, kuri leidžia atlikti paiešką pagal tam tikrus kriterijus, tokius kaip amžius, ūgis, išsilavinimas, akių ir plaukų spalvos, kūno tipas, gyvenamoji vieta ir pan. Paieškos filtrai taip pat leidžia ieškoti registruotų vartotojų pagal tokius parametrus kaip „Kas prisijungė“, „Naujos nuotraukos“, „Top merginos“, „Top vaikinai“, „Garsenybės“, „DJs“, „Klubai“, „VIP nariai“, „TOP įsimylėjęliai“, „Naujos merginos“, „Nauji vaikinai“, „Gimtadieniai“, „Naujausi video“, „Vardadieniai“, „Top pirkėjai“, „Top remėjai“, „Vagių galerija“. Tiek registruoti nariai, tiek portalo lankytojai gali sekti informaciją apie artėjančius renginius, žaisti internetinius žaidimus, skaityti registruotų narių internetinius dienoraščius, peržiūrėti jų sukurtus nuotraukų albumus bei patalpintus video vaizdus. Registruoti nariai taip pat turi privilegiją bendrauti pokalbių kambaryje bei išsakyti savo nuomonę jiems aktualiomis temomis dalyvių forume, rašyti „karštojoje linijoje“. Už tam tikrą mokestį registruotam nariui yra leidžiama patalpinti daugiau nuotraukų, garso įrašų, paslėpti kai kurias

nuotraukas, savo vardą užrašyti kita spalva, pakeisti anketos foną, matyti anketa peržiūrėjusių narių sąrašą ir pan. Portale gausu nuorodų į įvairius reklaminius puslapius bei kitas pažinčių svetaines. Asmenims, nekalbantiems lietuviškai, informacija internetiniame portale gali būti pateikta rusų, anglų ir italų kalbomis.

Darbo **tikslas** – ištirti lyčių tapatybės sampratą ir jos raišką pažinčių skelbimuose. Norint pasiekti iškeltą tikslą, sprendžiami tokie **uždaviniai**:

- 1) išanalizuoti lytiškumo sampratą;
- 2) atskleisti lyties tapatybės suvokimo reikšmę, jos konstravimo ir raiškos būdus;
- 3) apžvelgti pažinčių skelbimų terpes ir jų svarbą;
- 4) ištirti vyrų ir moterų pažinčių skelbimus, atsižvelgiant į tapatinimosi, identiteto raiškos ypatybes.

Darbo **metodai**. Nagrinėjant lytiškumo sampratą, lyčių santykių, aptariant tapatybės ypatybes ir reikšmę, apžvelgiant pažinčių skelbimų erdves, taikytas aprašomasis ir analitinis metodai. Jie leido nustatyti vyriškumo ir moteriškumo pirmąjį suvokimą ir simbolius, atskleisti socialinę lytiškumo sampratą, taip pat išsiaiškinti identiteto, jo konstravimo ir raiškos bruožus bei sužinoti apie šiandienines pažinčių skelbimų terpes. Siekiant ištirti lyčių tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose, buvo pasitelktas kokybinė ir kiekybinė turinio analizė, analitinis-interpretacinis, lyginamasis metodai.

Darbo **reikšmė** ir **aktualumas**. Lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose – pakankamai nauja ir labai mažai tirta tema. O pažinčių skelbimai yra šių laikų erdvė, aplinka, kurioje neretai mezgasi, plėtojasi žmonių ryšiai, atsiranda vienokie ar kitokie santykiai tarp priešingų lyčių, kurie tam tikra prasme formuoja ir visuomenę, veikia joje vykstančius procesus. Tad šis darbas svarbus keletu požiūrių. Pirmiausia, atkreipiamas dėmesys į vyro ir moters psichologinį, pasąmoninį savęs suvokimą, lyčių savimonės skirtynes, identiteto sampratą, kurios atspirties taškas – būtent lytiškumas. Taip pat tikimasi, kad šis darbas bus įnašas ir į internetinės erdvės ypatybių, tematikos, auditorijos ir kitų aspektų tyrimus. Viliamasi, kad šiame darbe keliami klausimai, mintys, taip pat temos objektas, tyrimo būdai ir rezultatai paskatins ne tik įvairesnius lytiškumo analizės aspektus, bet ir bus postūmis išsamesniems žmogaus tapatybės, jos suvokimo bei reikšmės nagrinėjimams.

Darbo **struktūra**. Šį darbą sudaro įvadas, keturi skyriai, išvados, santrauka anglų kalba, šaltinių bei apžvelgtos literatūros sąrašas, priedų sąrašas. Pirmajame skyriuje apsvaustoma lytiškumo samprata ir lyčių santykis. Antrajame tyrinėjama tapatybės samprata, bruožai ir reikšmė. Trečiajame darbo skyriuje aptariamos pažinčių skelbimų ypatybės, terpės ir jų reikšmė. Ketvirtojoje šio darbo dalyje

analizuojama lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose. Priedų sąrašė pateiktos nuorodos į analizuotus skelbimus. Taip pat pridedamas kompaktinis diskas su analizuotų anketų fotografijomis.

Darbas paremtas užsienio ir Lietuvos autorių pateiktais darbais, publikacijomis, straipsniais ir knygomis. Taip pat pasinaudota akademinėmis duomenų bazėmis.

1. LYTIŠKUMO SAMPRATA

Kiekviena gyva būtybė yra tam tikros lyties – vyras arba moteris. Atrodytų, lytis – labai aiški ir paprasta loginė sąvoka, bet šių dienų visuomenėje tai ištis daugiaprasmiška ir sukianti įvairių klausimų, diskusijų tema. Norint suvokti lytiškumą pačia bendriausia prasme, pravartu panagrinėti vyriškumo ir moteriškumo sampratą ir simbolius, apžvelgti lytį socialiniame kontekste bei suvokti lyties, lytiškumo reikšmę. Tokios temos ir yra gvildenamos šiame darbo skyriuje.

1.1. Vyriškumo ir moteriškumo samprata ir simboliai

Vyriškumo ir moteriškumo, lytiškumo sampratos analizė, kaip ir daugelis kitų pamatinių temų, neatsiejama nuo pirmapradiško, instinktyvaus pasaulio, jo dėsnių, būties ir žmogaus suvokimo. Kaip teigia psichologas, filosofas C. G. Jungas, „mes nešiojamės su savimi savo praeitį – primityvų, žemesnio išsivystymo žmogų su jo troškimais ir emocijomis“ (1998:79). Todėl tam, kad būtų galima suprasti šiandieninius gyvenimo dėsnius ir procesus, žmonių bendravimo modelius, normas, savivokos problemas ir kitus esminius dalykus, būtina atsigręžti į pirmapradi, pasąmoninį, mitinį pasaulio ir būties aiškinimą. Toks aiškinimas glaudžiai susijęs ir yra neįmanomas be tam tikrų simbolių, jų reikšmių ar sąveikos. „<...> simboliai <...> yra visose psichikos apraiškose. Yra simbolinės mintys ir simboliški jausmai, simboliški veiksmai ir situacijos. Dažnai atrodo, kad net negyvi daiktai bendradarbiauja su sąsąmone formuodami simbolinius modelius“, – aiškina C. G. Jungas (1994:47). Jis priduria, kad „daug simbolių (tarp jų ir patys svarbiausi), savo kilme yra ne individualūs, bet kolektyviniai. <...> Tad šie vaizdiniai yra nesąmoningi spontaniški pasireiškimai, ir jokia būdu nėra sąmoningai sugalvoti“ (1994:47). Pabrėžiamas simbolių gaivališkumas; nesuvokiamas, bet jaučiamas ir nenuginčijamas simbolio prasminis krūvis, bendras turinys, aktualus ir reikšmingas ne konkrečiam individui ar pavieniems žmonėms, bet ištisoms bendruomenėms, žmonijai apskritai. „Žmogui būtina reikia bendrųjų idėjų ir įsitikinimų, kurie suteiktų prasmę jo gyvenimui ir padėtų surasti savo vietą visatoje“ (Jung, 1994:93).

Labai svarbu tai, kad kone visas pasaulis sudarytas iš tam tikrų simbolių opozicijų, kardinalių priešingybių. Iš esmės besiskiriančios struktūros, elementai, vaizdiniai, objektai pastebimi įvairiausiose sferose, priešingybėmis aiškinami pasaulėkūros procesai, egzistencija. Dangus ir žemė, šviesa ir tamsa, ugnis ir vanduo, šaltis ir šiluma – tai tik keletas tokių opozicijų pavyzdžių. Priešybių neišvengiamumą

ir svarbą ypač taikliai nusako C. G. Jungas: „tiesa yra ta, kad tikrasis žmogaus gyvenimas susideda iš daugelio nepermaldaujamų priešybių – dienos ir nakties, gimimo ir mirties, laimės ir nelaimės, gėrio ir blogio. Mes netgi nesame tikri, kad viena priešybė įveiks kitą, kad gėris nugalės blogį, o džiaugsmas – skausmą. Gyvenimas yra mūšio laukas. Jis visada toks buvo ir visuomet toks bus, o jeigu taip nebūtų, baigtųsi ir egzistencija“ (1994:91). Neabejotinai tokios dvi simbolinės priešingybės, atsakingos už pasaulio tvarką, nenutrūkstamumą, tam tikrą nuolatinę kovą ir jos rezultatą – atsinaujinimą, yra vyras ir moteris. Šie du priešingi poliai tarsi kuria pasaulį ir palaiko jo harmoningą egzistavimą. Lytiškumo ištakos, jo pirmapradiškumas ir simbolinė prasmė gali būti pagrindžiama Aušros Pažėraitės teiginiu, kad „ikimodernioje Vakarų <...> kultūroje žmogaus lytiškumas reiškė ne fiziologinę kūno sandarą, kaip kad šiandien, bet vietą kosminėje hierarchijoje. Žmogaus kūnas iš esmės buvo laikomas vienalyčiu, turinčiu vyriškų ar moteriškų organų, kurie buvo tik laikomi mažais skirtumais, leidžiančiais nustatyti jo vietą kosminėje hierarchijoje. <...> Kadangi tam tikri turimi fiziologiniai požymiai buvo tik ženklai, nurodantys žmogaus vietą kosminėje hierarchijoje, o ta užimama vieta reiškė atitinkamas teises ir pareigas aukštesniųjų ir žemesniųjų atžvilgiu, „vyriškumas“ ir „moteriškumas“ atitinkamai reikšdavo tam tikrą veikimo pobūdį: vyriškumas turėjo reikštis kaip dominavimas, viešpatavimas, aktyvus ir energingas veikimas, galia, jėga, o moteriškumas – kaip pasyvumas, pavaldumas, nuolaidumas“ (Pažėraitė, žurnalas „Klėja“ Nr. 8). Remiantis tokiu požiūriu, tiek vyras, tiek moteris užima tam tikrą poziciją, atlieka savo funkciją, įkūnija tam tikras gyvybiškai svarbias idėjas. Lyties vaidmens, paskirties sumišimas, pokyčiai, neatitikimas tarsi turėjo reikšti harmonijos, kosminės tvarkos griūtį, chaoso įsigalėjimą darniame ir sistemingame pasaulyje. Taigi du priešingi poliai – vyras ir moteris – yra ir turi būti pamatinių skirtybių atstovai, reikšti priešingus dalykus, atliepti opozicines jėgas, emocijas, požiūrius ir taip kurti pasaulį, jo tvarką. Jie turi atstovauti priešingas puses, nes, jei kažkuri iš jų nustotų funkcionuoti, pasaulis ir žmogus prarastų egzistencijos galimybę ir prasmę.

Turbūt giliausia simbolinė vyriškumo ir moteriškumo prasmė slypi vedybų ritualuose. Būtent dviejų priešingybių – vyro ir moters – vedybose, sąjungoje užčiuopiama archetipinės pasaulėkūros idėja. „Vedybinės apeigos <...> turi savo dieviškąjį pavyzdį, o žmonių vedybos atkuria hierogamiją (šventąsias vedybas), teisingiau pasakius, Dangaus ir Žemės sąjungą. <...> svarbu ne tiksliai mėgdžioti pavyzdį, šventąją Dangaus ir Žemės sąjungą; reikia turėti omenyje šios hierogamijos rezultatą, t.y. pasaulio sukūrimą. <...> Pasaulis atgimsta kiekvieną sykį, kai pamėgdžiojama hierogamija, t.y. kai atliekama vedybinė sąjungą. <...> Vedybos atgaivina „metus“ ir atneša vaisingumą, gausą ir laimę“, – aiškina profesorius Mircea Eliade (1996:26–29). Taigi pasaulio gyvybiniai ciklai, gerovė

neįsivaizduojama be vyriškojo ir moteriškojo prado sąjungos, abu jie vienodai svarbūs pasaulėkūros procesams.

Vyrus ir moteris galima suprasti kaip skirtingų kultūrų atstovus: tam tikra prasme egzistuoja vyrų kultūra ir moterų kultūra. Todėl, „kalbant apie kitas kultūras, siektina išsivaduoti nuo vertinimo „teisinga - neteisinga“ ir pan. Norint pažinti kitą kultūrą <...> tokią, kokia ji yra, reikia taikyti jai jos pačios kriterijus. <...> nuolat gresia pavojus kitokią kultūrą interpretuoti remiantis savosios kultūros kriterijais ir suteikti atskiriems kultūros elementams (o drauge ir visai ankstesnei kultūrai) svetimą, naują prasmę“ (Račiūnaitė, Senvaitytė, Vaicekuskas, 2001:8–9). Taigi norint pažinti vyrus ir moteris, suprasti juos, iš tiesų dera atsižvelgti ne tik į tradicinę, įvairiose kultūrose išsisknijusią panašią, bendrą lyties sampratą, bet ir į kiekvieno individo, vyriškos arba moteriškos lyties atstovo, savivoką, savęs vertinimo kriterijus.

Apibendrinant vyriškumo ir moteriškumo sampratos ir simbolikos temą galima teigti, jog lytis – gilų prasminį turinį turinti kategorija, nes vyras ir moteris – tam tikros simbolinės sąvokos, išreiškiančios pamatines, gilumines pasaulio kūrimo, jo progreso, raidos, cikliško atsinaujinimo ir nenutrūkstamumo, amžinumo idėjas.

1.2. Socialinės lyties samprata

Norint suvokti socialinį požiūrį į lytį, pirmiausia, reikia išsiaiškinti biologinę lyties sampratą. Ši samprata yra aiškinama – „medicinos požiūriu, žodis „lytis“ siejamas su žmogaus prigimtimi, biologija, fiziologiniais ypatumais“ (Jankauskaitė 2005:19), biologinė lytis yra nulemta ir nekintama. Biologiniais faktais aiškinamas vyrų tinkamumas atlikti vienus uždavinius, o moterų – kitus (Tereškinas 2001:81, 97). Kūdikis gimsta su jau nulemta biologine lytimi – berniukas arba mergaitė. Taigi biologinė lytis yra įprasta, savaime suprantama ir nekelianti klausimų, diskusijų, dvejonių ar svarstymų. Tačiau biologinė lytis yra labai glaudžiai susijusi su socialine lytimi, o tokio pobūdžio lytims, jų sąsajoms būdingos tam tikros ypatybės. „Biologiniu požiūriu mūsų visuomenėje žmonės skirstomi į dvi lytis. Tačiau suvokimas, ką reiškia būti vyru ar moterimi, skiriasi. Jis priklauso nuo visuomenės kultūros, istorinio laikotarpio, etninės, rasinės, socialinės priklausomybės ir net asmens amžiaus. Paprastai manoma, kad socialinius moters ar vyro vaidmenis lemia biologinė jų prigimtis“ (Jankauskaitė 2005:19). Todėl nenuostabu, kad visuomenėje retai matomas skirtumas tarp socialinės ir biologinės lyties, jos tarsi neatsiejamoms, priklausomos viena nuo kitos. „Vyriška“, „moteriška“ – šiais žodžiais apibrėžiama savimonės kokybė, žmogaus reakcija, kuri yra priklausoma ne vien nuo lyties. Asmuo gali būti moteris

ir ja nesijausti ta prasme, kaip ji priima pasaulį (ir vyras gali „nevyriškai“ reaguoti į pasaulį)“ (Pociūtė 1996:102). Dėl šios priežasties socialinę lytį turėtume suvokti kaip moters ir vyro paskirtį, vaidmenis, savijautą, savimonę socialinėje aplinkoje, visuomenėje, žmonių bendruomenėje, trumpiau – sociume, o ne tik kaip fiziologijos nulemtus biologinius vyro ir moters skirtumus. Kaip teigia Lijana Stundžė, „socializacija – sudėtingas, visą gyvenimą trunkantis procesas, pagrindinių nuostatų perėmimo laikotarpis, kai kuriama lyties tapatybė. Socializacija lemia žmogaus sąmonės ir elgesio formų įvairovę“ (2009:105). Taigi tam tikra prasme lyties tapatybė, vyro ar moters identitetas yra nuolat kuriamas, tai tam tikras savasties paieškos ir formavimo vyksmas, o ne pasyvus biologiškai nulemtas nekintantis faktas.

Socialinės lyties samprata – ypač daug diskusijų visuomenėje keliantis objektas, kurio esmė neretai yra koncentruojama į vyrų ir moterų vaidmenis, į tai, kas yra vyriška, o kas yra moteriška. Mokslinėje literatūroje teigiama, jog kintantis politinis, ekonominis, socialinis-kultūrinis kontekstas keičia susiklosčiusius lyčių apibrėžimo stereotipus (Kublickienė 2003:77), tačiau vis dar gajos asociacijos, jog moters vieta namuose, o vyras privalo uždirbti pinigus. Anot profesorės Marijos Aušrinės Pavilionienės, „tradicinę vyriškumo esmę įkūnija fiziškai stiprus, seksualus vyras, santūriai slepiąs ar agresyviai demonstruojantis savo emocijas, racionalus, atkakliai siekiąs pergalės konkurencinėje kovoje, sėkmingai įveikiąs visas socialines kliūtis. Tradicinė moteriškumo esmė – švelnumas, jausmingumas, intucija, romumas, pasiaukojimas šeimai, šeimos gyvenimo, kaip vienintelės laimės, aukštinimas“ (1998:15). Tačiau tokios tradicinės nuostatos šiuolaikinėje visuomenėje tampa problemiškos, nes jos nebeatitinka dabartinio žmogaus gyvenimo normų, tempo, kintančių prioritetų, vertybių, kintančių tarpusavio santykių ir bendravimo modelių. Tai ypač ryšku kalbant apie moteris, jų gebėjimus, tikslus, nes moterys savęs įprasminimui, saviraiškai vis dažniau renkasi galimybę siekti karjeros, drąsiai priima gyvenimo mestus iššūkius, saugo savo nepriklausomybę ir atsisako idėjos vien kurti ir puoselėti šeimą.

Griežta atskirtis tarp to, kas vyriška, ir to, kas moteriška, šių dienų visuomenėje blanksta, tačiau šis procesas yra painus, jis žmonių bendruomenėje sukuria tam tikrų nepatogumų, iškelia daug klausimų, uždavinių. Tai ypač problemiška moterims, kurioms vis dar labai aktualūs lygiavertiškumo, lygiateisiškumo ir panašūs klausimai. Mokslinėje literatūroje teigiama, jog norint išvengti stereotipizuoto skirstymo „vyriška“ ir „moteriška“ pirmiausia reikia, jog moteris gebėtų priimti savo besiskleidžiantį identitetą, atsiskirti nuo vyro sukurtų mitų, kurie projektuojami į tai, jog moteris yra vyro troškimų ir fantazijų objektas, moteris turi atsikratyti pagundos būti vyro svajonių idealu (Pociūtė 1996:102). Toks moters idealas nėra naujas, visais laikais moteris buvo laikoma vyrų mūza, įkvepėja,

todėl ji turinti atitikti tam tikrus kriterijus, nes „jei ji parodytų save tikrą, jis kitur ieškos įkvėpimo (kitos moters, kuri jį įkvėps!). Estetinę išvalgą turintis vyras atrodo amžinai ieškosiąs dvasinio idealo, tas, kuris valdomas kūniškų pojūčių tenkinimo aistros, vaikysis fizinio grožio“ (Pociūtė 1996:103). Moteriai tampa vis sunkiau įgyvendinti siekius atrodyti gražiai, patraukliai, būti geidžiamai ir norimai, prisitaikyti prie kuriamų vis drastiškesnių išvaizdos standartų, todėl reikia pastebėti, jog „vis griežtėjantys reikalavimai moters išvaizdai padaro ją savotiška belaisve. Negrąži moteris praranda net tą menką pasiteisinimą, kad grožio jai gamta pašykstėjo, į tai jai bet kurio laikraščio „ekspertas“ atkirs – grožį turi susikurti pati, net savo defektus paversdama originalaus žavesio dalimi. Šūkis, skelbiantis, jog nėra negražių moterų, pamažu virsta neįveikiamu kalėjimu moteriai, kuri dabar jau nebeturi teisės būti negraži. <...> Neretai kūno konstravimas įgauna tiesiog žiaurias formas. Spauldoje nuolat skelbiamos visokios idealių proporcijų formulės ir moterys vis raginamos patikėti, kad gerokai pasistengusios galetų į jas tilpti“ (Lotužytė 2003:61). Taigi moters išvaizda ir jos sureikšminimas, kūnui, išorei skiriamas didžiulis dėmesys yra vienas iš labai svarbių veiksnių, apibūdinančių socialinę lyties sampratą; visuomenėje įprasta manyti, jog tikrasis moteriškumas atsiskleidžia būtent per tokius dalykus, kaip noras turėti gražių drabužių, gražiai atrodyti, pasipuošti, patikti.

Kitas aspektas, kurį vertėtų apžvelgti kalbant apie socialinę lyties sampratą, yra moters reprodukcinė veikla, kurios reikšmė ypatinga visose kultūrose. Gimdyti vaikus – neginčijama moters pareiga ir privilegija. Taip moteris yra įgalinama atstovauti gamtiniam pradui – pratęsti giminę. Moters, kaip motinos, samprata vis dar labai gabi, moteris privalanti atlikti savo biologinę paskirtį – išnešioti ir pagimdyti vaiką, o tai tarsi apibrėžia moters erdvės ribotumą ir visuomeninį neveiklumą: ji yra namų šeimininkė, žmona ir savo vaikų auklė (Klimašauskienė, Kailiūtė 2005:63). Taip moteriai tarsi užkertamas kelias siekti karjeros aukštumų, pripažinimo visuomenėje, įrodyti, kad ji galinti ne tik auginti vaikus, šeimininkauti namuose, bet ir priimti atsakingus, lemiamus sprendimus. Visuomenėje yra manoma ir tikima, jog šeima ir namai – tai esminės vertybės, kurias privalo puoselėti moteris. Tikima, kad moteris yra atsakinga už amžinuosius, pamatinius ir dvasinius dalykus.

Apskritai kalbant apie socialinę lyties sampratą ir problemas, su kuriomis susiduriama, dažniausiai dėmesio centre atsiduria moteris – diskutuojama apie visuomenėje susiformavusius stereotipus bei požiūrius, kokia yra ir kokia turėtų būti tikra moteris. Tačiau lygiai taip pat svarbu yra atkreipti dėmesį ir į kitą veikiantįjį – vyrą, bei apžvelgti jo sampratą, socialinį vaidmenį ir klausimus, kurie kyla vertinant vyriškumo ypatybes.

Gana išsamiai vyriškų vaidmenų ypatumus yra analizavusi L. Kublickienė, kuri teigia, jog poreikis analizuoti problemas, su kuriomis susiduria šiuolaikiniai vyrai, atsirado moterims ėmus

kvestionuoti joms priskiriamus tradicinius vaidmenis. Kaip atsakas feminizmui susiformavo maskulinizmas, kuris skleidžia specifinį vyrišką pasaulio matymo diskursą (Kublickienė 2003:77). Teigiama, kad „socialinė konstrukcionistinė prieiga leidžia apibūdinti vyriškumą *gender* lūkesčių terminais: vyriškumas yra tai, kuo turi būti vyras ir ko iš jo laukiama“ (Žvinklienė 2009:78). Tradiciškai tikimasi, kad vyras uždirbs pinigus, gebės aprūpinti šeimą, bus stiprus, ištvermingas, atkakliai sieks užsibrėžto tikslo, trumpiau tariant, įkūnys tikrąjį *macho*. „Tiesioginė ispanų kalbos žodžio *macho* reikšmė – vyras, vyriška lytis (kilo iš lot. k. *masculus*), yra *machismo* vedinys; ispanų kalboje ši sąvoka vartojama asmeninių vyro savybių ir elgesio kodų visumai nusakyti, t. y. apibrėžti vyriškumo sampratai. Perkeltinė *macho* prasmė – „stiprus“, „kietas“ (Žvinklienė 2009:78). Toliau plėtodama mintį apie mačo ir mačizmą, A. Žvinklienė pastebi, jog „mačizmas – visų pirma tai, kaip vienas vyras charakterizuojamas kito vyro atžvilgiu, tai varžytuvių situacija. Jį tikslinga suprasti kaip garbės – simbolinio kapitalo – gynimą kovoje už pripažinimą ir pranašumą; į šią kovą įtraukiami visi vyro šeimos nariai. Tokiu atveju moteris objektyvizuojama ir tampa viena iš priemonių savo pranašumui įrodyti ar net varžovui įveikti, paprastai – suviliojant jo žmoną, dukrą, seserį ir pan., ir taip suteršti ar net visai nuplėšti vyro ir jo šeimos garbę. Kadangi tikrai tikras vyras mačo – sugeba apginti savo šeimos moteris nuo kitų vyrų, nuolatinis moterų kontroliavimas ir dominavimas tampa būtina jų gynimo sąlyga. Taigi vyro ir/arba šeimos garbės gynimas tiesiogiai susijęs su mačizmu“ (2009:81). Galima daryti išvadą, jog visuomenėje vyras nebus gerbiamas ir pripažįstamas, jei nesugebės užkariauti jam patinkančios moters, išlaikyti šeimos, bus jautrus, neturės gerų fizinių duomenų, nesugebės racionaliai mąstyti, kitaip tariant – neatitiks visuomeninėje nusistovėjusių ir priimtinių normų, kurios tarsi teigia, jog vyras privalo būti atkaklus, griežtas, reiklus, ginantis save, savo nuomonę ir savo šeimą. Tačiau, anot L. Kublickienės, būtent tokie seni patriarchaliniai maskuliniškumo idealai yra lemtingi patiemis vyrams ir jie nori išsivaduoti iš iliuzinių vyriškumo suvaržymų, kadangi visuomeninis statusas bei maskulininės privilegijos pasiekiami sumokant gana aukštą kainą: suprastėja sveikata, trumpėja gyvenimo trukmė, paviršutiniški emociniai santykiai, nuolat patiriamas stresas, įtampa, spaudimas įrodinėjant sau ir kitiems vyriškumą (2003:78). Būtent šios vyrų išgyvenamos problemos skatina atidžiau pažvelgti į vyrus bei jų jausenas. Nemaža dalis šiuolaikinių vyrų yra kamuojami vidinės sumaišties dėl to, kokie jie yra ir dėl to, kokius juos tikisi matyti visuomenė, „dabartiniam vyrui keliamų reikalavimų spektras labai įvairus, be to, pakankamai prieštaringas. Sakoma, kad jie turi būti konkurentiškai ir kartu švelnūs, negailestingi ir jausmingi, veiklūs ir jautrūs, rūpintis moterimis ir tuo pačiu traktuoti jas kaip lygias sau. Socialinio gyvenimo modernizavimui neigiant tradicinį patriarchalinį vyro apibrėžimą, naujasis nėra taip paprastai ir aiškiai formuluojamas, vyrai susiduria su

savęs apibrėžimo, naujo identiteto konstravimo problema (Kublickienė 2003:81). Įprasta manyti, kad vyro/tėvo autoritetas šeimoje – didžiausias. Jis (vyras/tėvas) šeimoje yra garbinamas, laikomas sektinu pavyzdžiu, tik jo žodis – teisingas ir neginčytinas. Tai pernelyg nestebina, nes daugelyje kultūrų vyras/tėvas yra ta figūra, kuriai paklūstama, kuri yra idealizuojama. Tačiau itin sparčiai besikeičiantis gyvenimo būdas, griežtų opozicijų nykimas, keičia net giliausias tradicijas bei požiūrius. Vis dažniau literatūroje aptinkamas terminas „minkštas vyras“, kurį reikėtų suprasti kaip priešpriešą „kietam vyrukui“. „Minkštas vyras“ – jautrus, dėmesingas, suprantantis moteris. Tačiau toks pernelyg švelnus vyras vėl atsiduria keblioje padėtyje, nes visuomenei tai nėra priimtina, toks vyras susilaukia daugiau paniekos nei pagarbos, nes jis neatitinka ir griauna tikro vyro – mačo – įvaizdį. Bet koku atveju vyras susilaukia kritikos. Viena vertus, jis yra smerkiamas už „patriarchalinį dominavimą bei moteriškumo nuvertinimą“, kita vertus, akivaizdžiai matomas nusivylimas „naujai besiformuojančiai silpnų, neatsakingų, dažnai savo nišos neatrandančių vyrų karta“ (Kublickienė 2003:81). Tačiau reikia atkreipti dėmesį, jog bet kurio vyro išgyvenimai, jausenos, būdo bruožai, charakteris yra susiję su jo gyvenimo situacija, bendru namų, šeimos, aplinkos, veiklos kontekstu, todėl reikėtų labai atsargiai vertinti ir kritikuoti vyrų elgesį, pvz., jo nenorą užimti dominuojančios padėties, jautriai reaguoti į vienokias ar kitokias situacijas.

Apibendrinant galima teigti, jog reikalavimai, kurie yra keliami tiek moterims, tiek vyrams, yra dviprasmiški ir nepagrįsti. Reikėtų vengti įsivaizdavimo, jog moteris gali užimti tik namų šeimininkės pareigas bei atsisakyti vertinimo, jog vyrui yra nepriimtina būti jauriam ir švelniam. Šie lyčių skirtumai kelia labai daug diskusijų, tačiau reikėtų suvokti, kad taip pat jie yra glaudžiai susiję.

2. TAPATYBĖS SAMPRATA

Kiekvienas individas yra vienokios ar kitokios bendruomenės, sociumo narys. Todėl kiekvienam žmogui – nesvarbu, kokia jo lytis, amžius ar socialinis statusas – svarbu tapatintis su jam priimtinių, artimų požymių turinčia kitų žmonių grupe, jam svarbu suvokti savo identitetą. Tapatybė, arba identitetas, yra „savęs, savojo aš samprata arba vizija“ (Vosyliūtė 2009:63). Reikšminga tai, kad tapatybė yra ne tik tai, kaip žmogus supranta save konkrečiu metu ar konkrečioje situacijoje. Ji susijusi su vizišku aplinkos, realiųjų matymu ir nuojauta: žmogus regi tam tikrą pasaulio, gyvenimo viziją, savo paties viziją. Todėl tapatybė neatsiejama nuo savivokos; „asmens tapatumas nėra individo skiriamasis bruožas. Tai yra savimonė (*self*), kurią asmuo refleksyviai suvokia savo biografijos požiūriu“ (Giddensas 2000:24). Savivoka aprėpia tiek praeities išgyvenimus, potyrius, tėvų įskiepytas vertybes, įgytas žinias; tiek dabartinę žmogaus situaciją, būseną, aplinką; tiek ir ateities planus, sumanymus, lūkesčius, svajones ar perspektyvas. A. Giddenso teigimu, „aš yra raidos trajektorija nuo praeities iki numatomos ateities. Individas perima savo praeitį peržiūrėdamas ją per numatomos (organizuotos) ateities prizmę“ (2000:101). Taigi savivoka yra tam tikra praeities, dabarties ir ateities sintezė. Būtent nuo jos, savęs suvokimo priklauso tai, kaip žmogus pats formuoja ir formuluoja savo tapatybę ar su kokiomis grupėmis tapatinasi.

Aiškinant tapatybės koncepciją, svarbu suvokti tapatybės, identiteto ir tapatinimosi, identifikavimosi ryšį, neatsiejamumą. „Lietuvių kalbos žodynas tapatybę apibrėžia kaip objekto lygybę pačiam sau arba kitam objektui, tolygumą, vienodumą“ (Naktinienė ir kt., 2005; Šttilis, Laurinaitis 2009:241). Tapatybė, arba identitetas, suvokiamas kaip tam tikras rezultatas, proceso baigtis, esanti vienoje ar kitoje situacijoje, vienu ar kitu žmogaus gyvenimo tarpsniu. Tuo tarpu tapatinimasis, arba identifikavimasis yra susijęs su savojo „aš“ projektavimu, konstravimu, procesu. Šiuo atveju dėmesys tenka tiek paties individo savivokai, tiek tam, kaip ją identifikuoja kiti. Pastarasis aspektas labai reikšmingas ir turintis įtakos, nes „identifikavimas suprantamas kaip tapatybės pripažinimas, nustatymas; sutapatinimas (Naktinienė ir kt., 2005; Šttilis, Laurinaitis 2009:241). Kaip jau minėta, žmogus – bendruomeninė būtybė, dėl to jo priklausymas nuo kitų žmonių požiūrio, vertinimo, pripažinimo ar atmetimo yra natūralus ir suprantamas reiškinys. Kiekvienam žmogui svarbu, kad kiti jį tinkamai, teisingai suprastų ir identifiкуotų, nes būtent nuo to priklauso tolesni žmonių tarpusavio santykiai, bendravimo ar kai kurie kiti gyvenimo kokybės aspektai.

Identiteto suvokimas, bandymas suprasti savosios tapatybės esmę, bandymas ją sukurti yra neabejotinai svarbus procesas ar jo rezultatas dar ir dėl to, kad tik taip žmogus gali realizuoti save, savo sumanymus, išreikšti savo požiūrį į jį supančią aplinką, tos aplinkos vertinimą, savo santykį su pasauliu. Tik tuomet įmanoma pajauti pilnatvę, harmoniją, objektyviai vertinti įvairius tikrovės reiškinius, sutelkti dėmesį į svarbius materialinius ir dvasinius dalykus.

2.1. Lyties tapatybė

Galima teigti, jog pirminis požymis, suteikiantis žinių apie žmogų, yra jo lytis. Būtent informacija apie kito žmogaus lytį, lyties žinojimas neretai turi įtakos požiūriui į tą žmogų, santykiui su juo, bendravimo modelio pasirinkimui ir kitiems dalykams. Tam, kad žmogus galėtų save reprezentuoti kaip tam tikros lyties atstovą, jam būtina pačiam suvokti savo lytį, lytinį identitetą. Jukka Lehtonen teigia, jog „terminas lytinis identitetas nurodo tai, kuo žmonės suvokia save esant: moterimi, vyru, kažkuo per vidurį ar anapus šių kategorijų“ (Lehtonen 2007:20). Todėl lyties suvokimas yra kone reikšmingiausia, pirmapradė sąlyga formuoti tapatybei pačia bendriausia prasme; lyties identitetas veikia ir formuoja visą žmogaus identitetą. Anot Sigitos Kraniauskienės, „lytis, greta žmogiškumo, yra viena pagrindinių kategorijų, kurios ribose žmonės mąsto apie savo gyvenimą. Ji yra pagrindinis tapatumo matmuo“ (2005:73). Tik suprasdamas savo lytinę tapatybę žmogus gali sąmoningai reaguoti į aplinką, projektuoti tam tikrą gyvenimo viziją, suvokti savo paskirtį ar kryptingai jos ieškoti, nes būtent lyties tapatybės samprata yra žmogaus pasaulėvokos pamatas, vertybių, nuostatų ir gyvenimo modelio pagrindas. Kai kurių autorių teigimu, „lyčių tapatumas/identitetas yra apibrėžiamas kaip „fundamentali, egzistencinė vyriškumo ar moteriškumo prasmė“ (Spence 1984, p. 83) <...> Anot Bem (1981a), lyčių tapatybė tarnauja kaip organizavimo principas, per kurį asmenys pateikia informaciją apie save, juos supančią aplinką“ (Palan 2001:4). Taigi būtent lyties tapatybė ir jos suvokimas leidžia kurti, steigti ir realizuoti pamatines bendražmogiškas arba individualias gyvenimo, mąstymo ir elgesio nuostatas.

Lyties tapatybės samprata susijusi su biologinės ir socialinės lyties atskirties suvokimu. „Socialinę lytį galima apibūdinti kaip socialinių praktikų visumą, kas mokslininkams leidžia kalbėti apie ją kaip apie socialinį identitetą. <...> socialinė lytis kaip būdingų socialinių praktikų visuma“, – teigia S. Kraniauskienė (2005:74). Atkreipiamas dėmesys, kad socialiniame kontekste, žmonių tarpusavio santykiuose, bendravime, individo būvyje tarp kitų lytis įgauna kur kas sudėtingesnę prasminę krūvį. Tai nebėra vien konkretus ir nekeliantis abejonių buvimas vyru, moterimi, mergina, vaikinų ar pan. Lytis skirtingose situacijose tampa vienu iš socialinių vaidmenų. Įvairiose aplinkybėse

ima dominuoti ne vyro ar moters, bet tėvo, motinos, žmonos ir panašūs vaidmenys, kuomet atsiribojama nuo biologinės lyties išgyvenimo ir susitelkiama būtent į socialinį, bet turintį ryškų lytiškumo atspindį, vaidmenį ir funkciją. „Socialinė lytis <...> yra socialinė veikla. Tai situacinis elgesys, valdomas normatyvinių sampratų, įvardijančių, kokie veiksmai ir nuostatos yra tinkami ir priimtini konkrečiai biologinės lyties kategorijai“ (West, Zimmerman 1987:127). Tačiau tiriant lyties identitetą, būtina atkreipti dėmesį į tai, jog tapatybė ir vaidmuo nėra vienas ir tas pats dalykas. Kai kurių autorių teigimu, „tapatumą reikia skirti nuo to, ką sociologai tradiciškai vadina vaidmenimis ar vaidmenų rinkiniais <...>. Vaidmenis <...> apibrėžia normos, kurias formuoja visuomenės institucijos bei organizacijos. Jų santykinę galią veikti žmonių elgseną lemia individų ir šių institucijų bei organizacijų derybos ir susitarimai. Tapatumai veikėjams yra prasmės šaltiniai, o sykiu jie yra veikėjų konstruojami individuacijos procese. <...> Kai kada savivokos <...> gali sutapti ir su socialiniais vaidmenimis, tarkim, tuomet, kai buvimas tėvu veikėjo požiūriu yra svarbiausias jo savivokos šaltinis. Vis dėl to tapatumai yra tvaresni prasmės šaltiniai negu vaidmenys <...>. Paprasčiau kalbant, tapatumai organizuoja prasmę, o vaidmenys – funkcijas“ (Castells 2006:22-23). Apibendrinant galima pasakyti, kad žmogus, neprarasdamas pasąmonėje glūdinčio biologinės lyties suvokimo, skirtingais atvejais kliaujasi tam tikrais socialiniais vaidmenimis, jų paskirtimi ir nuostatomis, o visa tai modeliuoja, vienaip ar kitaip veikia tiek individo lytinę tapatybę, tiek tapatybę pačia bendriausia prasme.

Svarbu išsiaiškinti, kaip vyro ar moters lyties tapatybės samprata veikia kitus žmones, kokią informaciją ir prasmę individo lytinis identitetas turi būvyje tarp kitų. Išryškėja tam tikros giluminės, pasąmoninės vyrų ir moterų mąstymo, elgsenos skirtybės. „Moteriškojo pasaulio ir moters tapatybės pagrindas (Bernard 1981) yra meilės ir/ar pareigos etosas, apibūdinamas solidarumo, pagalbos, paskatinimo, sutikimo, emocinės paramos ir pasyvaus susitaikymo funkcija, tuo tarpu vyriškojo pasaulio bruožas – jo racionalusis pradas, „cash-nexus“ kontraktas (darbas už finansinį atlygį). Gilligan vartoja „atsietos“ (*separate*) – vyriškos, ir „susietos“ (*connected*) – moteriškos tapatybės sąvokas. Pirmoji formuojasi atskiriant save nuo kitų individų savo gabumų ir savybių atžvilgiu. Savęs vertinimo pagrindas yra individualūs pasiekimai ir sėkmė. Ši tapatybės forma sustiprina pasiekimų poreikį. „Susietos“ tapatybės savęs vertinimo pagrindas, priešingai, – kitų priežiūros ir paramos kokybė bei sugebėjimas išlaikyti savo ir kitų tarpusavio ryšį. Ši tapatybės forma logiškai siejama su prisirišimo poreikiu, kuris, kaip teigiama, yra labiau būdingas moterims nei vyrams“ (Reingardienė 2004:61). Lyties tapatybė ir jos išraiška yra aktuali visose gyvenimo sferose: tiek profesinėje veikloje, tiek šeimoje, o ypač – bendravimo procesuose, įvairaus pobūdžio santykiuose su kitais žmonėmis. Pasąmoninė lyties tapatybės samprata (skirtinga vyrų ir moterų) ir reprezentacija leidžia žmogui sieti

save su kitų žmonių grupe, atsižvelgiant į tam tikrus psichologinius, emocinius, pasaulėvokinius aspektus, labiau būdingus vyrams arba moterims, ir dėl to kuriančius tapatumo, bendrystės, vienodumo, saugumo ir pripažinimo išpūdį.

2.2. Tapatybės konstravimas

Nagrinėjant tapatybės konstravimą, savojo identiteto modeliavimą, susiduriama su skirtingomis nuomonėmis. Kaip teigia Dalia Antinienė, „tarpdalykinėje diskusijoje išryškėja du požiūriai: vieni mokslininkai pritaria koncepcijai, kad tapatumas yra vientisas ir suderinti įvairias asmenybės identiteto puses individui nelengva, kitų nuomone – tai ne vientisas ir darnus, bet priklausomas nuo aplinkos, kintantis pagal situaciją darinys“ (2002:101). Akivaizdu, jog tapatybė, nors galbūt sudėtingai ar komplikotai, yra kuriama ir konstruojama. Ji daugialypė ir dinamiška. Kaip teigia A. Giddensas, „aš refleksyvumas yra nuolatinis ir viską persmelkiantis. Kiekvienu momentu ar bent jau periodiškai individas prašomas klausti save, kas vyksta“ (2000: 101). Taigi kintant, vystantis žmogaus gyvenimui, kinta ir jo tapatybė. Tapatybė ir jos suvokimas stipriai susijęs su tuo, kokios permainos ar etapai fiksuojami žmogaus gyvenime, kokia aplinka jį supa, su kokiomis situacijomis susiduriama.

Išsiaiškinus, jog tapatybės konstravimas yra nuolatinis procesas, veikiamas žmogaus ir jo gyvenimo nepastovumo, būtina išskirti ir kitas, smulkesnes, aplinkybes ir veiksnius, kurie turi įtakos identiteto kūrimo procesui. Pirmiausia, individo tapatybė neatsiejama nuo socio, socialinių procesų ir sąlygų, nes „mūsų tapatybės yra kuriamos socialiai. Socialinis tapatybių kūrimas paremtas institucinėmis vertybėmis – šeima, bendruomenė, bažnyčia, profesija, nacija ir taip toliau“ (Fraser, Dutta, 2010:64). Ši požiūrį pagrindžia ir teiginys, jog „statybinių medžiagų“ tapatumo konstravimui teikia istorija, geografija, biologija, gamybos ir reprodukcijos institucijos, kolektyvinė atmintis bei asmeninės fantazijos, galios aparatai ir religiniai apreiškimai“ (Castells, 2006:23). Taigi tiek visuomenė, bendruomenė, tiek žmogaus materialinė, buitinė, tiek jo emocinė ir dvasinė aplinka yra terpė, kurioje individas egzistuoja, tai medžiaga, kurią jis nuolat tarsi filtruoja, išgyvena; medžiaga, iš kurios yra konstruojamas identitetas. Ne mažiau svarbus yra tapatumo, jo konstravimo ir socialinių procesų santykis. Peter L. Berger, Thomas Luckman pabrėžia, kad „susiformavus tapatumui, socialiniai ryšiai jį palaiko, keičia ar net iš naujo performuoja. <...> tapatumai, kuriuos sukuria organizmo, individo sąmonės ir socialinės struktūros sąveika, veikia pačią socialinę struktūrą – ją palaiko, keičia ar net performuoja iš naujo. Visuomenės turi istorijas, jų eigoje atsiranda konkretūs tapatumai; tačiau šios istorijos yra sukurtos žmonių, turinčių konkrečius tapatumus“ (1999:216-217). Taigi tarp visos

socialinės struktūros, socialinių procesų ir tapatumo yra nenutrūkstamas, abipusis, grįžtamasis ryšys. Tapatumas ir sociumas tarsi palaiko ciklišką, dėsninę visuomenės gyvavimo eigą.

Tam tikra prasme savo tapatybę labiausiai konstruoja pats individas. Tačiau iš tiesų tai yra kelių lygmenų procesas. Viena vertus, tapatybę konstruojama žmogaus ir jo individualios pasaulėvokos, asmeninės patirties, potyrių ir požiūrių, kai kurių vidinių aspektų. Kita vertus, savosios tapatybės modeliavimas neatsiejamas nuo noro, kad kiti mus identifikuotų, pažintų. Kaip tegia A. Giddensas, „aš suvokiamas kaip refleksyvinis projektas, už kurį individas atsakingas <...>. Mes esame ne tokie, kokie esame, o tokie, kokius save padarome. <...> tai, kuo tampa individas, priklauso nuo jo rekonstrukcinių pastangų. Jos yra daugiau, negu pastangos „geriau pažinti save“: savęs supratimas priklausomas nuo viską apimančio ir fundamentalistinio tikslo – sukurti ir atkurti aiškų ir teikiantį pasitenkinimą tapatumo jausmą“ (2000:100). Iš tiesų tapatybės sampratai ir jos formavimui būtinas savęs pažinimas, tačiau tai neturi būti paviršutiniškas savo poreikių, pomėgių, reakcijų į vienas ar kitas situacijas ir pan. žinojimas ir numatymas. Tapatybės konstravimui būtina giluminė savivoka, aprėpanti pamatinius, egzistencinius ir pasaulėvokinius dalykus, gyvenimo prasmės ir paskirties sampratas. Žmogaus tapatybė – tai jo vertybės, sprendimai, tikslai. Vienas svarbiausių dalykų, veikiančių žmogaus gyvenimą ar jo kokybę, yra būvis tarp kitų žmonių. Dėl to iškyla tapatinimosi reikšmė: individui būtina suvokti, su kokia visuomenės grupe jis tapatinasi, į kokių ypatybių turinčią grupę jis orientuojasi ir kieno nori būti atpažįstamas, pripažįstamas ir priimamas. D. Antinienė pabrėžia, jog „identitetą žmogus konstruoja sprenddamas, kuo būti, prie kurios grupės šlietis, kokias vertybes pasirinkti ir t. t. Toks tapatumas pasiekiamas sprendimu“ (2002:103). Paaiškėja, jog tapatybė ir jos konstravimas yra stipriai priklausomas nuo kitų, tiksliau, nuo kiekvieno žmogaus santykio su kitais, santykių vizijos, lūkesčių ir siekių. „Savęs pažinimo, kuris <...> visuomet yra konstrukcija, neįmanoma visiškai atskirti nuo pretenzijų, kad kiti mus pažintų tokius, o ne kitokius“ (Calhoun, 1994:9-10). Taigi konstruodami savo tapatybę, neišvengiamai atsižvelgiame į kitus; siekiame būti suprasti kaip tie, kurie labiau negu kiti yra mums priimtini, kurie galbūt yra mūsų idealai, autoritetai ar pan. Tapatindamiesi su kažkokia grupe, nejučia lygiuojamės į jos narius ir tikimės, kad būsime pastebėti ir pripažinti būtent toje, o ne kitoje grupėje. Žmogus, prisiimdamas vienokias ar kitokias vertybes, gyvenimo būdą, tapatinasi su kažkuo, kuo jis tiki, pasitiki, ką supranta, kas jam aktualu, ir taip konstruoja savąjį identitetą.

Kaip minėta, lyties identitetas yra vienas reikšmingiausių dalykų, siekiant atrasti ir suvokti identitetą apskritai. Todėl svarbu apžvelgti ir kai kurias lyties tapatybės konstravimo ypatybes. „Lyties tapatybė yra savęs suvokimo ir įvardijimo proceso rezultatas, kuris yra įsitvirtinęs kultūrinėje aplinkoje ir veikiamas lyties istorijos“, – teigia Bernice L. Hausman (2000:116). Iš tiesų lyties tapatybės

konstravimas yra ypač priklausomas nuo kultūrinių normų, visuomenės stereotipų, iššaknijusių ir afišuojamų įvaizdžių. Vienose visuomenėse tokios normos ir įvaizdžiai yra sustabarėję ir nekintantys išstisus šimtmečius, kitose – liberalesni, individualesni. Bet kuriuo atveju, kultūrinė aplinka turi lemiamos įtakos lyties tapatybei, jos konstravimui ir raiškai. Į lyties tapatybės modeliavimą galima žvelgti dviem aspektais. Viena vertus, svarbu suprasti, kaip vienos ar kitos lyties atstovas suvokia save būtent kaip tos lyties atstovą. Kita vertus, ne mažiau reikšminga yra ir tai, kaip vienos ar kitos lyties atstovas suvokia save kaip žmogų, asmenybę. Pirmuoju atveju būtina atkreipti dėmesį į tai, jog „kad ir kokia būtų mūsų fizinė sandara, nei vienas iš mūsų nėra „berniukas“ arba „mergaitė“, kol toks identitetas nėra primetamas mums mūsų šeimos, bendruomenės ir mūsų pačių priimamas. Fizinė sandara yra lyties tapatybės ženklas, bet ne lemiamas veiksnys. Lyties priskyrimas turi būti preliminarus; mergaitės ir berniukai, gimę su tam tikromis kūno dalimis, užaugę gali kurti naują ir kitokią savo lyties tapatybę. Taigi lyties organai neturėtų būti vertinami kaip galutiniai lyties identiteto lėmėjai“ (Hausman, 2000:117). Taigi fizinis pavidalas, sandara, fizinė prigimtis ne visuomet sutampa su žmogaus savivoka, jo tapatybės samprata; kartais individas gali aptikti kur kas svaresnių psichologinių, dvasinių, emocinių argumentų ir „medžiagos“ lyties identitetui kurti. Lyties tapatybę lemia ne vienokios ar kitokios kūno dalys, bet tam tikros mąstysenos, jausenos ypatybės.

Tai, kaip vyras ar moteris suvokia save kaip žmogų, kaip skirtingų lyčių suvokimas skiriasi, vėlgi labai priklauso nuo konteksto, situacijų, įvairių aplinkybių, kuriose žmogus yra, kuriose jis veikia ir išreiškia save. Šis aspektas susijęs su anksčiau aptartais socialiniais vaidmenimis, fundamentalistinės savo paskirties samprata ir įvardijimu. Pvz., moterims primetami namų šeimininkės, lieknos gražuolės ar panašūs vaidmenys ir jaučiamas spaudimas iš visuomenės, aplinkos, žiniasklaidos, neabejotinai veikia jų tapatybės sampratą, viziją ir konstravimą. Tie patys veiksniai turi įtakos ir vyrų identiteto suvokimui. Dėl to lyties tapatybės konstravimas yra išties sudėtingas procesas, o savasties paieškos neretai būna painios ir komplikotos.

2.3. Komunikacija ir tapatybės raiška

Kiekvieno žmogaus tapatybę geriausiai atsiskleidžia bendraujant su kitais žmonėmis. Kita vertus, tapatybė ir yra konstruojama, jai skiriama tiek daug dėmesio todėl, kad žmogus galėtų sėkmingai komunikuoti. Apskritai identitetas gali būti išreiškiamas tik vienokiuose ar kitokiuose santykiuose, tik komunikuojant. Kalbant apie komunikacijos ir tapatybės sąsajas, svarbu atkreipti dėmesį į tapatinimosi sąvoką. Tapatinintis žmogus gali tik su kažkuo kitu, todėl tam, kad galėtų

realizuoti, išreikšti savo tapatybę, jam būtina bendrauti, veikti tarp kitų. Jūratės Černevičiūtės teigimu, „sėkminga identiteto išraiška rodo aktyvų pripažinimą, tam tikrą mūsų elgesio patvirtinimą ir taisyklingumą. Išreiškdami savo identitetą, jaučiame pasitenkinimą, jei sulaukiame pozityvios ir palaikančios grįžtamosios reakcijos. Jei individui nuolat nepavyksta pasiekti pripažinimo grupėje, jis turi rasti kitą grupę, kuriai priklausytų“ (2006:22). Žmogus nuolat sąmoningai ar nesąmoningai reprezentuoja savo identitetą, jis nejučia tapatinasi su tam tikromis, jam priimtinomis, grupėmis ir, jei tose grupėse yra atpažįstamas, pripažįstamas, pasijunta saugus, ramus, patiria harmoniją, igauna pasitikėjimo savimi.

Žmonės komunikuoja labai įvairiai. Visiems žinoma verbalinė komunikacija, kada mintis, emocijas ir kitus dalykus žmogus išreiškia žodžiais, kalbėdamas su kitais. Ne mažiau svarbi ir neverbalinė komunikacija, kuomet daugiausia informacijos perduodama kūno kalba, veido išraiška, gestais, išvaizdos ar aprangos detalėmis. Šių dienų visuomenėje itin aktuali ir dinamiška, apimanti daugelį gyvenimo sričių, yra virtuali erdvė. Joje komunikacijos ir tapatybės raiškos procesai ypač dažni, įdomūs, jie neretai atspindi visuomenės realijas, problemas, vertybes. Virtualioje erdvėje tapatybės apraiškos pastebimos visur: straipsniuose, komentaruose, internetinių svetainių dizaine, nuotraukose. Pastebima, kad visose terpėse siekiama grįžtamojo ryšio, vienokios ar kitokios reakcijos iš aplinkinių. Esantieji ir dalyvaujantieji virtualioje erdvėje nori būti pastebėti, nori save išreikšti, tarsi nori pasitikrinti, ar yra pripažįstami kitų žmonių, ar jų atstumiami.

Turbūt į tapatybės raišką labiausiai koncentruota sritis virtualioje erdvėje yra tinklaraščiai, asmeniniai profiliai tam tikrose svetainėse, pokalbių svetainės, pažinčių anketos ir skelbimai. Būtent juose atsiveria ištis plačios galimybės konstruoti savo identitetą ir jį išreikšti, pristatyti kitiems. „Mūsų tapatybės realiame pasaulyje yra socialiai konstruojamos pagal institucines vertybes, o kibernetinė erdvė sukuria platesnę horizontalią erdvę, kuri palengvina asmeninį tapatybių kūrimą“ (Fraser, Dutta, 2010:46). Virtualioje erdvėje labiau atsiribojama nuo visuomeninių normų, dorovinių principų ir elgesio standartų, žmonės laisviau, drąsiau ir neretai išradingiau modeliuoja savo įvaizdį, kuria virtualią savo tapatybę. Iš dalies tokios veikimo galimybės yra paskata bandymams, ieškojimams, saviraiškai, tačiau itin dažnai susiduriama su tuo, jog „internetiniame pasaulyje vienietinė asmenybė pavirto daugialype asmenybe. Tapatybės kibernetinėje erdvėje yra daugiaaspektės, suskaldytos, išgalvotos, nestabilios, sąlygiškos, netikėtos ir kartais apgaulingos“ (Fraser, Dutta, 2010:62). Šiuo požiūriu tapatybės samprata tampa problematiška.

Kita svarbi tema yra tapatybės (ypač lyties tapatybės) raiška, reprezentacija virtualiose bendravimo terpėse. Įvardydama realios ir virtualios komunikacijos atskirtį ir bendrumą, autorė

Marisol Del-Teso-Craviotto teigia: „taip pat, kaip mes, norėdami parodyti patrauklų savo įvaizdį, tam tikru būdu rengiamės, puošiamės, grimuojamės ar judame, pažinčių ir pokalbių svetainių dalyviai pasirenka slapyvardžius, siekdami sukurti savo „išvaizdą“, kuri paskatintų kitus dalyvius užmegzti pokalbį. Slapyvardžio pasirinkimas ir jo reprezentavimas <...> pabrėžia tuos fizinius aspektus, kurie yra tipiški vyrams arba moterims“ (2008:257). Tam tikros detalės, tokios kaip slapyvardis, tinklaraščio pavadinimas ar pan. iš tiesų tampa esminės. Taip, kaip tikrovėje, realioje erdvėje pirminė informacija apie žmogų yra vizualus jo lyties atpažinimas ir suvokimas, virtualioje erdvėje pirminės žinios yra vardai, slapyvardžiai ar pavadinimai. Pirmiausia lytis atskleidžiama per visa tai. Tačiau lyties tapatybė virtualioje erdvėje, be abejo, neapsiriboja vien šia informacija. „Pokalbiuose lyties tapatybės tikrumas yra pasiekiamas per lytiško elgesio parodymą. Grafinių simbolių naudojimas yra tam tikras lytiškas veiksmas, mat moterys šią strategiją naudoja dažniau nei vyrai. <...> grafiniai veideliai, šypsenėlės turi išraiškos funkciją, tad jie gali būti naudojami siekiant sukurti tradicinio moteriškumo įvaizdį. Tačiau grafiniai simboliai padeda konstruoti ne tik moterų identitetą. Kai kurie vyrai naudoja raides ir simbolius norėdami pavaizduoti asistavimą, merginimą“ (Del-Teso-Craviotto 2008:259). Taigi besikeičiant komunikacijos erdvėms, keičiasi ir jos pobūdis. Tradicinis elgesys, minčių, mentaliteto, emocijų išraiška transformuojasi, įgauna naujų pavidalų. Virtualioje realybėje įsitvirtina nauji lytį konstruojantys ir reprezentuojantys būdai, įsitvirtina tik tos aplinkos dalyviams suvokiami simboliai, kuriais bandoma atskleisti identitetą, jį sukurti, susitapatinti su tos erdvės ar tos grupės nariais. Susiduriama su reiškiniu, jog reprezentuojamos tapatybės dažnai esti ne realios, o išgalvotos, pramanytos, kyla abejonių dėl jų tikrumo, sąžiningumo ir nuoširdumo. Tačiau net ir šis apsimetinėjimo faktas suteikia informacijos apie individą, nes būtent tai, kaip žmogus save pateikia, kokią savo, kaip asmenybės, viziją puoselėja, kokiais būdais siunčia žinią apie save, kokias priemones pasirenka savo identiteto konstravimui, kaip jį išreiškia, vienaip ar kitaip atspindi jo savivoką, asmenybės ir vertės sampratą. Taigi virtuali aplinka tampa palankia terpe tiek tapatintis su kitais, tiek mėginti sukurti savo unikalią tapatybę.

Apibendrinti galima M. Fraser ir S. Dutta žodžiais: „socialinės tapatybės jungia mus į bendruomenes, paremtas tapatumo su kitais nariais jausmu. Kita vertus, asmeninės tapatybės kuriamos ne tam, kad sustiprintume savo panašumą į kitus, o greičiau tam, kad patvirtintume savo unikalumą. Virtuali realybė yra ideali aplinka asmeninėms tapatybėms. Unikalumo ieškojimas internetiniuose socialiniuose tinkluose <...> kartais gali įkvėpti labai lakios vaizduotės savęs pateikimo formas, įskaitant klastojimą ir išsigalvojimą“ (2010:68). Taigi komunikacija ir tapatybės konstravimas bei raiška yra jungiami abipusiai, turinčiais tiek pozityvių, tiek negatyvių atspalvių, saitais: komunikacija,

jos erdvės ir dinamika veikia tapatybę, o skirtingi identitetai turi įtakos komunikaciniams procesams ir jų raidai.

3. PAŽINČIŲ SKELBIMAI IR JŲ REIKŠMĖ

Vienokia ar kitokia komunikacija tarp žmonių vyksta nuolat: bendraujama telefonu, laiškais, internetu ar kitomis šiuolaikinėmis ryšio priemonėmis. Be abejo, daugiausiai informacijos teikiantis ir emociškai, jausmiškai turiningiausias bendravimo būdas yra tiesioginis, kuomet su kitu žmogumi galima pasikalbėti „akis į akį“, pabūti kartu, stebėti savo pašnekovą, jo kūno kalbą. Apskritai komunikacija yra nenutrūkstanti, o jos esmė – žmonių ryšiai ir jų palaikymas, be viso to neįsivaizduojamas tolesnis žmonių progresavimas ir tobulėjimas. Žinoma, reikia paminėti ir tai, jog komunikacija yra dvejopas procesas: viena vertus, žmonėms tarpusavyje užmezgant ir plėtojant tam tikrus santykius, neišvengiamai kyla nesutarimų, konfliktinių situacijų, tačiau taip pat neretai pavyksta sutikti bendraminčių, draugų ar net atrasti gyvenimo partnerį. Todėl yra labai svarbu mokėti bendrauti, kontaktuojant su kitu žmogumi sugebėti sukurti pozityvią atmosferą, tinkamai reprezentuoti save, išreikšti savo mintis, tikslus, lūkesčius. Deja, kartais žmogui pristinga pasitikėjimo savimi, ryžto ar drąsos tam, kad jis nesidrovėdamas, nejausdamas psichologinio diskomforto, galėtų užmegzti kontaktą, užkalbinti jį sudominusį asmenį. Tokiose situacijose gelbėja šiais laikais itin populiarūs bendravimo priemonė – pažinčių skelbimai.

3.1. Pažinčių skelbimų ypatybės

Pažinčių skelbimai nėra naujas reiškinys – moksliniuose straipsniuose teigiama, jog pažinčių skelbimais žmonės Didžiojoje Britanijoje galėjo naudotis net XVI amžiuje, Jungtinėse Valstijose – XVIII amžiuje. Anksčiau pažinčių skelbimai buvo susiję su „žmonos paštu užsakymu“ ir piršlio fenomenu, kai nuotakos buvo ieškoma tarp tam tikrų ypač plačiai migruojančių po pasaulį ir nutolusių nuo savo tėvynės bendruomenių, toks partnerių paieškos būdas kelia tam tikrų abejonių, tačiau jis išliko populiarus dar ketvirtą amžiaus (Gunter 2007:88; Jagger 2001:39).

Mokslininkai, tyrinėjantys pažinčių skelbimus, į juos žvelgia dvejopai. Viena vertus, pažinčių skelbimų gausa gali būti traktuojama, kaip visuomenės vienišumo, susvetimėjimo ir liūdesio simbolis; kita vertus – tai novatoriška ir greita socialinio gyvenimo kaita, ieškant partnerio (Bolig, Stein, Mckenr 1984:587). Šiais laikais pažinčių skelbimai mažai ką stebina, jie yra suprantami kaip normali socialinio gyvenimo dalis (Marley 2008:138) ir nebėra laikomi vienišumo ženklu, atvirkščiai, šiuolaikiniame gyvenime jie yra suvokiami kaip natūrali ir gana veiksminga priemonė surasti savo antrąją pusę (Jagger

2001:39), nes juose raštu pateikiamas kalbinis procesas, o tai yra tarsi susitikimas tarp skelbimo autoriaus ir jį skaitančiojo (galimo partnerio) (Marley 2002:75). Mokslininkė, tirianti pažinčių skelbimus, Justine Coupland, pastebi, jog pažinčių skelbimai – ideali vieta ištirti, kaip yra konstruojama socialinė tapatybė (Coupland 1996:188), nes bet kuriame skelbime autorius pateikia tokią informaciją, kuri jo nuomone, atspindi geriausias jo/jos charakterio ar fizines savybes. Apskritai, kalbant apie patį pažinčių skelbimų žanrą ir formata, reikia pastebėti, jog skelbimas yra tarsi nepriklausoma erdvė, kurioje tik nuo skelbimo autoriaus išmonės priklauso viešas savęs pateikimas. Funkcijos, kurias atlieka pažinčių skelbimas, yra supaprastinta galimybė susisiekti specifinių interesų turintiems individams; baimės bendrauti „akis į akį“ mažėjimas; santykių formavimas išvengiant tiesioginio kontakto, nes užtenka tik skelbime pateiktos faktinės informacijos (Thorne, Coupland 1998:236). Mokslininkė Carol Marley pažinčių skelbimų žanro egzistavimą lygina su tam tikrais socialiniais, visuomeniniais procesais ir vaidmenimis, vykstančiais mūsų gyvenime (pvz. pirkėjo ir pardavėjo santykiai), o sąveika tarp skelbimo autoriaus ir skaitytojo vertinama, kaip savireklamos priemonė (Marley 2008:143). Išties, pardavėjas, turintis tikslą parduoti prekę, siekia ją kuo patraukliau pateikti pirkėjui. Beveik identiškai elgiasi ir skelbimo autorius, norėdamas rasti (ir kad jį atrastų) galimą partnerį: jis skelbime pateikia visą įmanomą informaciją, kuri tarsi turi įrodyti, kad jis yra tinkamas. Skirtumas tarp skelbimo autoriaus ir pardavėjo yra tas, jog skelbimo autorius greita informacijos apie save, pateikia informaciją skaitytojui ir apie tai, ko jis tikisi iš savo potencialaus partnerio (nurodomos savybės, kuriomis partneris turėtų pasižymėti). Viena iš mokslinių straipsnių „Paprastos ir kultūringi: pažinčių skelbimų semantika“ teigiama, „pažinčių skelbimai kaip jokie kiti parodo žmonių vertybes ir lūkesčius, jausenas ir vertinimus, vienišių pasiūlą ir paklausą. Be to, jie yra ypatinga reklamos rūšis, nes jos autoriai reklamuoja patys save, apeliuodami į vieną ieškomąjį adresatą – galimą partnerį. Toks skelbimas rašomas pagal vieną paprastą bendrą schemą: „X ieško Y su tikslu Z“. (Marcinkevičienė 2008:4). Taigi pažinčių skelbimų tikslas – savo identitetą išreiškiant tekstu, susirasti partnerį. Galima teigti, jog aktyvios partnerio paieškos per pažinčių skelbimus – gyvenimo būdas, individuali veikla ir, be abejo, sunkus darbas reprezentuojant save, nes skelbimo autorius turi gerai apgalvoti savo pranašumus, kad pasirodytų geidžiamas ir patrauklus.

Pažinčių skelbimo pasirinkimas – sąmoningas savo asmeninių savybių, būdo bruožų ir ambicijų sutalpinimas į trumpą struktūrizuotą tekstą, kuris bet kada gali privesti prie dviprasmiškos interpretacijos (Coupland 2000:10-27). Todėl pažinčių skelbimai, kaip tyrimo objektas, itin naudingas ir mokslininkams, jie leidžia tirti santykių susidarymo dinamiką, nes skelbimo autorius nurodo, ko ieško santykiuose ir kokius jausmus jis gali pasiūlyti (Yancei and Yancei 1997:655). Kurdamas savo

asmeninį skelbimą pažinčių skyrelyje, kiekvienas žmogus reprezentuoja save, išreiškia savo požiūrį į pasaulį, kitus žmones, tokiam skelbime atsiskleidžia individo savivoka, emocinė būseną, žmogiškų santykių vertinimas, tam tikri jo socialiniai tikslai.

Apibendrinant galima teigti, jog pažinčių skelbimai keičia nusistovėjusias visuomenio elgesio taisykles, nes, pvz., pažintį su patikusiu asmeniu galima pradėti net neišeinant iš namų. Be to, pažinčių skelbimuose pastebimos identiteto bei saviraiškos apraiškos, kurios yra svarbios siekiant atrasti tinkamą partnerį ir išvengti įprastų ir neretai didesnį ar mažesnį psichologinį diskomfortą sukeliančių pažinties būdų, kai yra reikalingas tiesioginis kontaktas ir bendravimas „akis į akį“.

3.2. Pažinčių skelbimų terpės

Pažinčių skelbimų galima aptikti beveik visose masinės komunikacijos priemonėse: televizijoje, internete, spaudoje (laikraščiuose, žurnaluose), radijuje. Mokslininkai teigia, jog ieškoti partnerio ir draugų per įvairias masinės komunikacijos priemones populiariu tapo 1980 m., kai skelbimai tapo normaliu socialiniu reiškiniu visuomenėje (R. Bolig, P. J. Stein, P. C. Mckenr 1984:587).

Šiame darbe bus aptarti internetiniai pažinčių skelbimai, nes pasak mokslininkės E. Jagger, žmonės labai dažnai griebiasi interneto, kad užmegztų pažintis su kitais (Jagger 2001:39).

Internetas – viena populiariausių masinės komunikacijos priemonių, kuri yra ne tik pagrindinių naujienų perdavėjas, reikia pastebėti, jog interneto turinys nėra vien žinių, naujienų ar dienos aktualijų pristatymas, nemaža dalis reklamų ir įvairūs skelbimai taip pat yra talpinami virtualioje erdvėje.

Dažniausiai apie save paskelbti virtualioje erdvėje nekainuoja nieko, arba kainuoja tik nario registracija tam tikrame internetiniame portale. Reikšminga ir tai, kad informacinių technologijų plėtra ir prieinamumas įgalina daugelį asmenų naudotis spartesnėmis, labiau dinamiškomis bendravimo, susipažinimo galimybėmis.

Itin sparčiai vystantis informacinėms technologijoms, vis daugiau pažinčių skelbimų atsiduria virtualioje erdvėje. Mokslinėje literatūroje pastebima, jog informacinės komunikacijos priemonės lengvina prieigą prie informacijos išteklių, plečia mokymo/mokymosi aplinką ir yra naudojamos kaip bendravimo priemonė. Tai aplinka, kurioje individas gali tenkinti savo socialinius, pripažinimo, kūrybinius ir kitokius poreikius (Jocaitė 2009:282). Aktyviai veikdamas virtualioje erdvėje individas gali save realizuoti, o tai, anot R. Jocaitės, įtraukia, suburia ir formuoja savitą, dinamišką bendravimo kultūrą (Jocaitė 2009:283).

Neišvengiama, kad plintant interneto prieinamumui dauguma romantiškų pažinčių skelbimų atsiduria virtualioje erdvėje, kadangi internetas pranašesnis už įprastines spaudos priemones (laikraščius ir žurnalus) tuo, jog gali pasiūlyti platesnę prieigą ir realesnę galimybę susirasti partnerį, nei tradicinės spaudos priemonės. Be to, interneto interaktyvumas įgalina vartotojus užsiimti greitu susirašinėjimu (Gunter 2008:88). Taip pat romantiškų pažinčių paieška internetinėje erdvėje palengvina potencialių partnerių bendravimą ir komunikaciją, nes asmenys gali kurti save pristatantį profilį, ieškoti ir vertinti kitus, bandančius užmegzti pažintį, atsisakant tradicinio „akis į akį“ bendravimo (Heino, Ellison, Gibbs 2010:428).

Mokslininkė D. Sonnenwald išskiria penkias virtualų bendravimą lemiančias priežastis:

- 1) anonimiškumas, kuris individui leidžia jaustis laisviau bendraujant, nes virtualioje erdvėje įsigalėję stereotipai, socialiniai vaidmenys, amžius, fiziniai duomenys, lytis ir kt. nebetenka reikšmės;
- 2) galimybė patenkinti smalsumą;
- 3) erdvė saviraiškai. Bendraujant virtualioje erdvėje yra kuriamas kitas, virtualusis AŠ, o tai yra saviraiškos forma, leidžianti pasirinkti norimus socialinius vaidmenis, nutylėti nepageidaujamą informaciją;
- 4) iliuziškumas. Žmogus turi galimybę save pristatyti taip, kaip jis nori, o tai nebūtinai reiškia, kad jis toks yra realiame gyvenime;
- 5) rašytinis diskursas leidžia jausmus ir emocijas išreikšti įvairiomis šypsenėlėmis ir kitais ženklais (Sonnenwald 1999: 176-190).

Iš šių mokslininkės išskirtų virtualaus bendravimo pasirinkimo priežasčių bene labiausiai reikšmingos yra saviraiškos erdvės ir iliuziškumo aplinkybės, nes būtent jos vienaip ar kitaip formuoja žmogaus tikrą ar tariamą tapatybę. Išties aktualu išsiaiškinti, kaip individas, ieškodamas partnerio, išreiškia save, kokios, jo manymu, yra svarbiausios išorinės, vidinės ar socialinės savybės. Skelbimų forma, turinys atspindi, nors iki galo ir neatskleidžia, skelbimo autoriaus poreikius, siekius, jo savimone, gyvenimo sampratą ir kitus svarbius dalykus. Vien tai, kad žmogus nusprendžia sukurti ir vienokioje ar kitokioje terpėje patalpinti savo asmeninį skelbimą, parodo jo gyvenimo viziją, didžiausias vertybes, netiesiogiai įvardija tam tikrus nepatenkintus poreikius, parodo, ko trūksta, kad žmogus pajautų pilnatvę. Taigi pačia bendriausia prasme pažinčių skelbimai išreiškia žmogų ir jo pasaulėvaizdį.

4. LYČIŲ TAPATYBĖS SAMPRATA IR RAIŠKA TINKLAPIO www.pazintys.lt SKELBIMUOSE

Siekiant ištirti lyčių tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose, iš viso surinkta 280 pažinčių anketų iš portalo www.pazintys.lt (140 vyrų ir 140 moterų skelbimų). Tyrimui surinkta medžiaga buvo padalyta į dvi dalis: vyrų skelbimai ir moterų skelbimai.

Atlikta kokybinė-kiekybinė turinio analizė.

Vis daugiau žmonių renkasi virtualaus bendravimo galimybę ir taip siekia užmegzti pažintį su patikusiu asmeniu, išreikšti save, savo tapatybę, tačiau pagrindinė **problema** yra ta, jog lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose yra mažai nagrinėta tema.

Tyrimo **objektas** – pažinčių anketos tinklapyje www.pazintys.lt.

Tyrimo **tikslas** – išanalizuoti kaip savo tapatybę pažinčių skelbimuose supranta ir reprezentuoja vyrai bei moterys.

Siekiant šio tikslo išskelti tokie **uždaviniai**:

- 1) palyginti vyrų ir moterų tapatybės raiškos panašumus ir skirtumus pažinčių skelbimuose;
- 2) nustatyti vyraujančias tendencijas pažinčių skelbimuose;
- 3) nagrinėti pažinčių skelbimų specifiką.

Nagrinėjant turinį, stengtasi apžvelgti tai, kaip autorius reprezentuoja save (kokias išorines, vidines ir socialines savybes pabrėžia); kokių tikslų, siekių jis turi; kaip formuluoja savo, kaip asmenybės ir kaip tam tikros lyties atstovo, identitetą. Aptariant formą, dėmesys kreiptas į skelbimo autoriaus kalbėjimo, teksto konstravimo būdą, naudojamus grafinius simbolius, pateikiamas nuotraukas.

Keliama **hipotezė**, jog vyrų ir moterų tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose skiriasi.

Kaip minėta, tyrimui atlikti buvo pasitelkta kokybinė ir kiekybinė turinio analizė, analitinis-interpretacinis ir lyginamasis **metodai**. Šie metodai leido analizuoti, interpretuoti vyrų ir moterų pažinčių skelbimus; nagrinėti kontekstą, jo ypatybes.

Tyrimui buvo naudoti 2011 m. vasario-balandžio mėnesiais publikuoti skelbimai. Analizė buvo atliekama atsitiktiniu būdu renkant „Top merginų“ ir „Top vaikų“ skelbimus iš tinklapijo www.pazintys.lt.

Atliekant tyrimą, dėmesys buvo kreipiamas į pažinčių skelbimų turinį bei formą. Analizuojant skelbimo turinį, buvo siekiama išsiaiškinti, kaip atsiskleidžia lyčių tapatybės samprata, o analizuojant skelbimo formą – lyčių tapatybės raiška.

Tyrimas buvo atliekamas pagal šiuos pagrindinius kriterijus:

1 lentelė. Pažinčių skelbimų vertinimo kriterijai

Skelbimo turinys	Skelbimo forma
<p>1. Pristatymas:</p> <p>a) išorinės savybės (siekiama iširti, kaip skelbimų autoriai apibūdina savo išorę).</p> <p>b) vidinės savybės (apžvelgiamas charakteris, vertybės, gebėjimai, gyvenimo būdas ir pan.).</p> <p>c) socialinės savybės (analizuojamas išsilavinimas, profesija, interesai, pomėgiai ir pan.).</p>	<p>1. Kalba, teksto konstravimas (slapyvardžio pasirinkimas, reikšmė, konstravimas, turinys, kalbėjimo būdas).</p>
<p>2. Tikslai ir siekiai, kuriuos įvardija anketų autoriai (ko ir kokiam tikslui ieško)</p>	<p>2. Grafinių simbolių naudojimas (simbolių kiekis, reikšmė, naudojimo ypatybės).</p>
<p>3. Žmogaus savivokos ir tapatinimosi atspindžiai, pastebimi skelbimų tekste (individo vaidmuo ir paskirtis gyvenime, socialinių vaidmenų apraiškos).</p>	<p>3. Vaizdinės informacijos (nuotraukų) pateikimas ir ypatybės (nuotraukų pobūdis, su kuo jose tapatinamasi, kaip projektuojama vaizdinė tapatybė).</p>

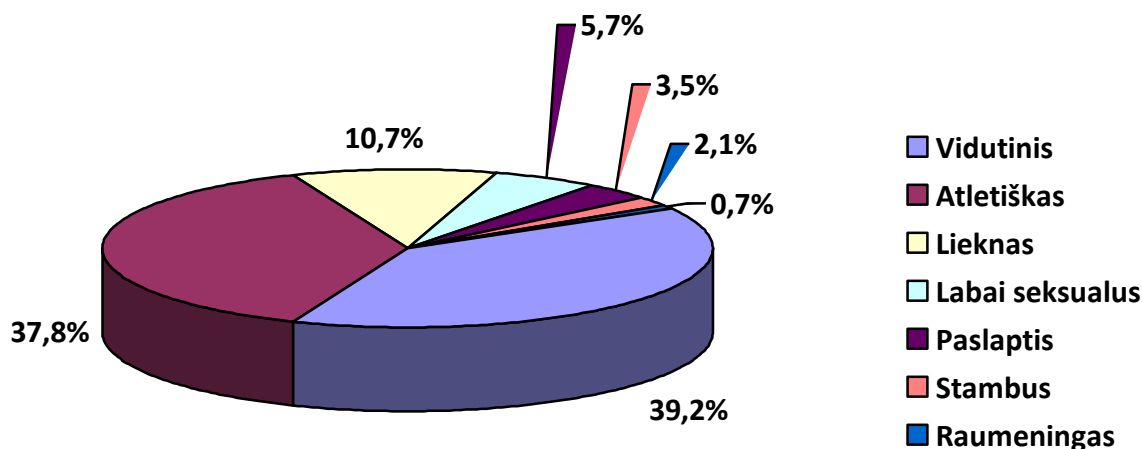
4.1. Vyrų tapatybės samprata ir raiška

Tinklalapyje www.pazintys.lt buvo surinkta 140 vaikinų pažinčių skelbimų, kurie iširti atsižvelgiant į anksčiau įvardytus aspektus. Besiskelbusių vaikinų amžius svyravo nuo 16 iki 52 metų. 100% vaikinų savo anketose patalpino nuotraukas.

Pirmiausia, nagrinėjant skelbimų autorių tapatybės sampratą, svarbu apžvelgti jų pristatymą, sužinoti, kaip savo tapatybę jie supranta ir reprezentuoja patys. Kalbant apie išorės, kai kurių išorinių savybių nusakymą, svarbu paminėti, kad visi anketų autoriai įvardija savo ūgį, kūno tipą, akių spalvą, plaukų spalvą. Kalbėdami apie plaukus, akis ir ūgį, tai daro konkrečiai, tiesiog pažymi skaičius ar kitus tinklalapio siūlomus tikslus ar šmaikščius pasirinkimo variantus (pvz., *nenusakoma, gili, tau patiks,*




priklauso nuo nuotaikos). Įdomu tai, kaip vaikinai įvardija savo kūno tipą. Vieni jų tiesiog pažymi, koks jų kūno sudėjimas (pvz., *vidutinis, lieknas, atletiškas*), tačiau kiti vengia įvardyti savo kūno tipą (pvz., *paslaptis*).

1 paveikslas. Vyrų kūno tipas



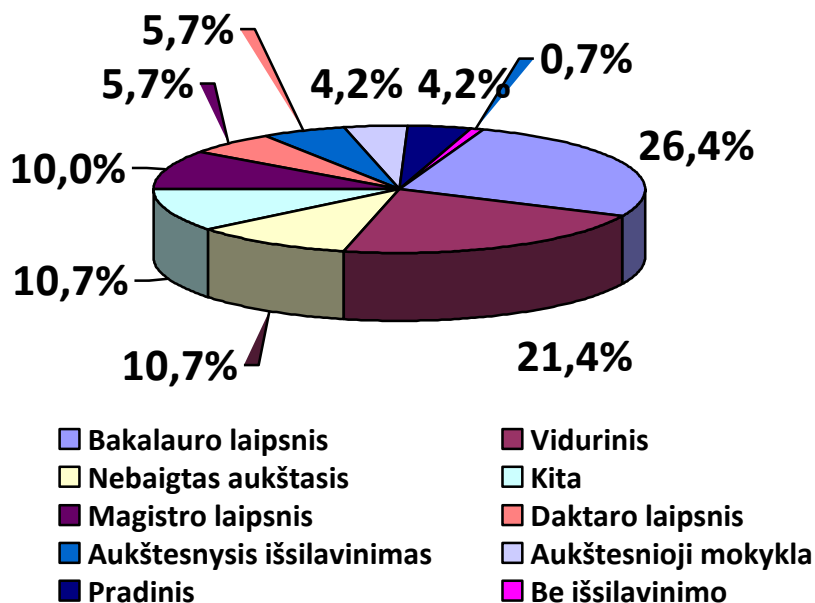
Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad visus šiuos išorinių savybių pasirinkimo variantus siūlo pažinčių svetainė, o anketų autoriai; jie, kurdami savo skelbimą, tiesiog pasirenka vieną iš variantų ir tai nėra jų pačių sugalvotas autentiškas požymių nusakymo būdas. Taip pat reikšminga yra tai, jog kurdami savo anketas pažinčių svetainėje, dalyviai turi galimybę patalpinti savo nuotrauką, todėl žodiniam išvaizdos aprašymui nėra skiriama daug dėmesio, įvardijamos tik tos išorės ypatybės, kurias pažymėti būtina.

Daugiau informacijos apie vaikinų tapatybę suteikia jų vidinių savybių nusakymas. Šias savybes skelbimų autoriai nurodo patys tam skirtame papildomos informacijos laukelyje. Iš visų nagrinėtų vaikinų pažinčių skelbimų 65,7% pateikia papildomą informaciją apie save, 42,1% šiuos laukelius užpildo grafiniais simboliais (pvz., 😊; 🙌; 🙌), o 34,2% papildomos informacijos laukelio visai neužpildo. Kai kurie vaikinai pabrėžia savo charakterį (pvz., *Esu mielas ir paprastas vaikinukas; linksmas, rimtas, lengvai bendraujantis; Esu linksmas, idomus žmogeliukas; es paprastas vyriokas; nesikandzioju 😊 nu gal biski ;D*). Nemaža dalis nurodo vertybes (pvz., *Atviriems žmonėms aš atviras, melagiams – melagis; Nemeigstu veidmainiu, melagiu, pasikelusiu ir t. t jei tokia geriau nerasyk! 🤔 Ir nekenciu nekonkrečiu žmoniu! 🤔 Jei esi paprasta, tvarkinga ir liekna tai gal tu man?*

 ; Noriu kažko gražaus ir tyro... Be jokių apgaulių, melų, itampų ir intrigu... Noriu duoti ir noriu gauti... Noriu auginti santykius, ieskoti kompromisu, laimėti abiems, tobuleti kartu... Noriu bendrauti, noriu isklausyti ir būti isgirstas... Noriu gerbti ir būti gerbiamas...; Nekenčiu melagių ir pažadukų). Kiti vienokiu ar kitokiu būdu mėgina nusakyti savo gyvenimo būdą, gyvenimo filosofiją, pasaulėžiūrą ir pan. (pvz., *Imk šypsena ir dovanok tam, kuris jos niekada neturėjo; Ismokai iskaudinti-ismok ir atsprasyti. Kad ir kaip bus sunku atleisti-ATLEISK; Viskas yra čia pat, tiesiog to nematome; Laikytis visu taisykliu – reiskia atsisakyti visu malonumu;Svarbiausia veikti ne saugiai, o protingai...; Didžiausia pergalė - pergalė prieš save..* ); Ir gyvenime ir vadovaudami laikykimes kuo paprastesniu principu. Lyderiam labiau reikia ne talento, o doros. Dabartinis įvaizdis dažnai būna daug svarbesnis už jūsų gebėjimus ar praeities pergalės; Kaip ir kiekviename klasikiniame samdomų žudikų filme, čia daug veiksmo, mafijos persekiojimo, komiškų situacijų ir už širdies griebiančių dialogų). Matoma, kad vaikinai išradingai bando pristatyti savo požiūrį į pasaulį ir gyvenimą, atskleisti savęs ir aplinkos sampratą. Pastebima, kad daugumai besiskelbiančiųjų būdingas pozityvus požiūris į gyvenimą, jie drąsiai siekia savo tikslų, vertina gilius tarpasmeninius santykius. Taip pat pastebima, kad vaikinams būdingas tobulumo siekis, maksimalizmas, romantiškas požiūris į aplinką ir gyvenimą, žmonių tarpusavio santykius, neretai deklaruojamas žavėjimasis gyvenimu šia akimirka. Dažnam priimtinos pamatinės vertybės, nebūdinga paviršutiniška pasaulio samprata. Jaučiama, kad skelbimų autoriai daugelyje gyvenimo sričių, apskritai gyvenime itin atkakliai ieško prasmės, tikrumo, nuoširdumo.

Kitas svarbus pažinčių skelbimų aspektas yra įvairios socialinės savybės, kurias nurodo skelbimų autoriai. Portalas www.pazintys.lt pateikia skirtingus išsilavinimo, profesijos, pajamų, pomėgių pasirinkimo variantus.





2 paveikslas. Vyrų išsilavinimas



Tačiau šie duomenys apie išsilavinimą ne visose anketose patikimi, nes nesutampa kai kurių skelbimų autorių amžius ir Lietuvos aukštojo mokslo sistema, trukmė. Toks melagingas išsilavinimo duomenų nurodymas gali būti interpretuojamas kaip besiskelbiančiojo siekis pašmaikštauti ar, deramai neįsigilinus į švietimo sistemą, sukurti patrauklesnį savo įvaizdį, sudominti ir pritraukti daugiau jo skelbimo skaitytojų.

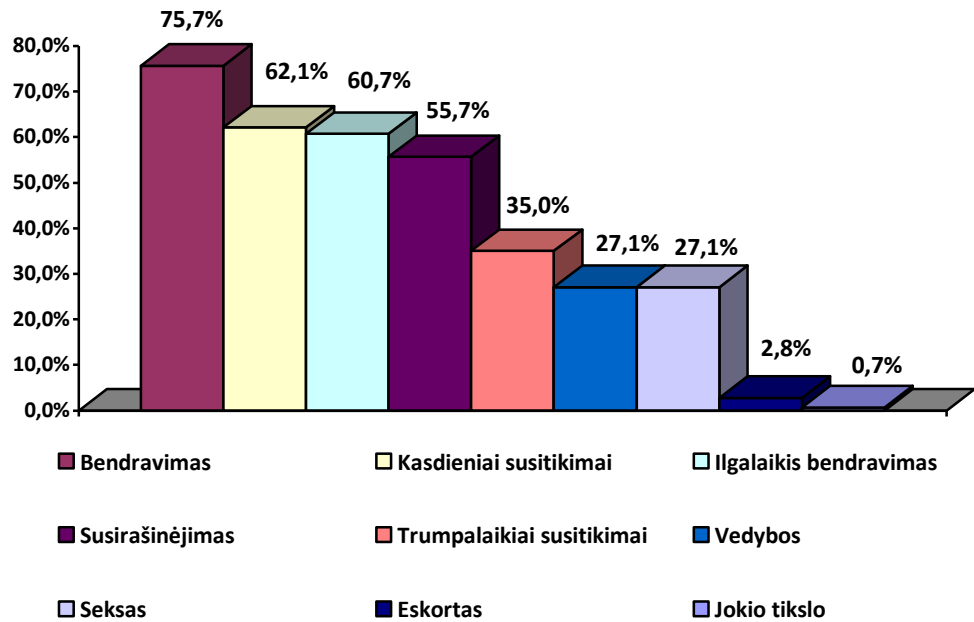
Įdomios informacijos sužinoma iš vaikinų nurodomų profesijų duomenų. Profesija, darbinė veikla vyrų gyvenime užima ypač svarbią vietą, todėl iš to, kokią sritį jie pažymi, sužinoma ir apie jų tapatybės sampratą. 75,7% vaikinų nurodo savo profesiją, pasirinkdami vieną iš portalo teikiamų variantų, 24,3% jos nenurodo, o pažymi, kad jų profesija kita. Tai, jog vaikinai neįvardija savo profesijos gali reikšti, kad jų užsiėmimo nėra portalo siūlomų profesijų sąrašė arba tai, kad vaikinai vengia kalbėti apie savo darbinę veiklą. Pastarasis variantas gali būti požymis, jog vyrai dėl savo profesijos ar jos nebuvimo nesijaučia gerai. Natūralu, kad šią informaciją dažniau nutyli jaunesni skelbimų autoriai. Apskritai vyrų pažinčių skelbimuose vyrauja profesijos, susijusios su vadyba, IT technologijomis, ekonomika, finansais, marketingu, inžinerija ir pan., aptikta keletas skelbimų, kurių autoriai teigė esantys veterinariai, jūrininkai, muzikantai, sportininkai, karininkai. Matoma, kad vyrai nurodo stereotipiškas „vyriškas“ profesijas, susijusias su tiksliaisiais mokslais, strategišku mąstymu, „šaltu“ protu arba jėga, ištverme ir panašiomis savybėmis. Taigi profesija tarsi atspindi tradicinį vyro, kaip savo lyties atstovo, identitetą.

Su profesija susijęs ir pajamų nurodymas. 40% skelbimų autorių nurodo savo uždarbį, 60% apie jį neinformuoja. Tai, kad didesnė dalis vyrų nenurodo savo pajamų, gali būti aiškinama tuo, jog skelbimų autoriai nenori akcentuoti savo uždarbio, jie nori pritraukti priešingos lyties atstoves savo asmenybe, o ne finansine padėtimi; galbūt vyrai stengiasi išvengti kontaktų ir pažinčių „iš išskaičiavimo“, apsisaugoti nuo moterų, kurios siekia finansiškai juos išnaudoti, pasipelnyti. Kita vertus, tai, jog vyrai nenurodo savo pajamų, gali sufleruoti apie jų nepasitenkinimą savo finansine padėtimi, dėl kurio jie, nenorėdami meluoti ar išsigalvoti, tiesiog apskritai vengia apie tai kalbėti.

Portalas www.pazintys.lt siūlo labai plačias pomėgių pasirinkimo galimybes. Dažniausiai skelbimų autoriai nurodo tokius pomėgius, kaip sportas, filmai, muzika, kelionės, informacinės technologijos ir internetas, menas, naktiniai klubai, seksas, automobiliai, grybavimas. Tapatybės sampratą geriau atskleidžia vaikinių pomėgiai ir interesai, jų pačių nurodyti papildomos informacijos laukelyje. Vieni akcentuoja bendravimo svarbą (pvz., *taip norisi pailsėti, išgerti kavos/arbatos/sampano su sauneiai linksma mergina. Ar palaikysi man kompanija?* ); *domina realios pazintys*), kitiems aktualios įvairios meno rūšys (pvz., *Neturiu kitu dievu, tik Dj Tiesto*  ) , kelionės (pvz., *Keliaut, keliaut ir dar kartą keliaut!* ); kai kurie vaikinai domisi neįprastais dalykais (pvz., *Esu besidomintis senoviniu baltų tikėjimu ir jo atgaivinimu*) arba viskuo, kas dar nebandyta, ieško nuotykių, tiesiog yra veiklūs žmonės (pvz., *nauji iššūkiai, patirtys, išbandymai, komforto zonos plėtimas, polėkis, nuotykliai, ir žinoma lenktynės, tas nepakartojamas benzino kvapas ir didelis kiekis adrenalino – tai dalykai be kurių negaliu gyventi; Mėgstu keliauti ,sportuoti, fotografuoti gražius vaizdus pvz. saulėlydžius, žmones ,įvairius vaizdus būti gamtoj ,megstu susirasinėti ,dirbti ką nors naudingo*). Taigi vaikinių pomėgiai, jų laisvalaikio praleidimo būdas yra ir jų tapatybės atspindys, nes tai yra visiškai laisvai pasirenkama veikla, kuri teikia malonumą (profesijos pasirinkimas, priešingai, neretai priklauso nuo įgytos specialybės, gebėjimų, finansinių poreikių ar kitų aplinkybių ir tai nebūtinai yra ta veikla, kuria žmogus mėgaujasi).

Norint geriau suvokti vaikinių tapatybės sampratą, būtina apžvelgti jų tikslus, nurodomus pažinčių svetainės skelbimuose. Pirmiausia, 87,7% vaikinių teigia, jog ieško moterų, 25,7% – draugų, 9,2% nurodo, kad nieko neieško. Akivaizdu, kad didžioji dalis besiskelbiančiųjų pažinčių portale sukūrė savo skelbimus, nes tikisi sulaukti priešingos lyties atstovių dėmesio. Svarbu paminėti, kad dažnai skelbimų autoriai nurodo po kelis savo, kaip pažinčių portalo dalyvių, tikslus.

3 paveikslas. Vyrų bendravimo internete tikslai



Matoma, jog didžioji dalis vaikinių tikisi bendravimo, vienokių ar kitokių santykių, jų savivoka, tapatybės samprata neatsiejama nuo ryšio su kitais žmonėmis. Kai kurie skelbimų autoriai papildomos informacijos laukelyje konkrečiau nurodo, ko ieško (pvz., *ieskau tos vienintele!!!!; Kaledoms noriu gauti zmona; Ieškau merginos arba moters nuo 25 iki 40 tik rimtiems santykiams; ieskau smagių panelių; Jieskau draugu ir merginų; Ko konkrečiai ieskau - pasakyti sunku. Kazko, kas imponuotu, "veztu" smegenis, pojucius, busena... Bet kuriuo atveju, idomios, dailios, savimi pasitikincios, rafinuotos, subrendusios moters draugijos neatsisakyciau... "Komercija" nedomina jokioje formoje; Tikiu, kad pats sauniausias vienas kito papildymas vyksta naturaliame gyvenime*). Taigi dauguma vaikinių tikisi gilių, rimtų santykių, galinčių tęstis ir už virtualios erdvės ribų; jie ieško antrosios pusės tam, kad suteiktų gyvenimui pilnatvės, atsiskleistų kaip asmenybės. Visi vertina nuoširdumą, paprastumą, komunikabilumą (pvz., *Noreciau susipazinti su PAPERASTOMIS, NEPASIKELUSIOMIS merginomis is Vilniaus; labai malonu butu sutikti lietuvaite mergina, su kuria butu galima maloniai ir ydomiai pabendrauti*), keletas pabrėžia ir išvaizdos svarbą (pvz., *ieskau gyvenimo drauges lieknos tvarkingos; domina zavingos ir grazios merginos, bet kartu paprastos ir nuosirdzios, linksmos ir megstancios bendrauti*) arba dar detaliau nurodo merginų atrankos kriterijus (pvz., *eskau drauges rimtiems santykiams. Lieknos, zaliu arba melynų akiu. Horoskopai skorpionas, dvyiniai deja netinka*).

Iš tekstinės skelbimų informacijos matoma, kad vaikinams labai būdinga savita gyvenimo filosofija, prasmės paieška, troškimas puoselėti gilius santykius. Nemaža dalis besiskelbiančiųjų išsamiai pristato žmogaus, gyvenimo sampratą, kai kuriuos savivokos aspektus, gyvenimo viziją, jiems priimtinas elgesio normas, pamatinius moralinius principus. Tai, jog dauguma siekia bendravimo, ilgalaikių santykių, tikisi, kad kontaktas su priešinga lytimi nenutrūks už virtualios realybės ribų, gali reikšti, jog skelbimų autorių, kaip asmenų, individų, tapatybė yra neatsiejama nuo jų, kaip tam tikros lyties atstovų, tapatybės. Savo identitetui konstruoti ir jį suvokti vyrams būtini vienokie ar kitokie santykiai su moterimis, be priešingos lyties draugijos, dėmesio vyrai tarsi nesijaučia tikrais vyrais, dėl to jų tapatybės samprata tampa komplikuoata, neaiški ir problematiška. Galima teigti, jog kurdami savo skelbimą ir ieškodami antrosios pusės pažinčių svetainėje, vyrai tam tikra prasme iš tiesų ieško savęs, bando suvokti save, nes geriausiai atsiskleisti geba tik santykyje su kitu žmogumi.

Tam, kad būtų galima suprasti, su kuo vyrai tapatinasi, kokiomis priemonėmis ir būdais jie konstruoja savo identitetą, būtina išanalizuoti pažinčių skelbimų formą, t.y., aptarti skelbimų kalbą, apžvelgti grafinių simbolių naudojimo ypatybes, paanalizuoti nuotraukas.

Tiriam pažinčių skelbimų kalbą pastebima, kad vyrai šiuo atžvilgiu pasidalija į dvi dalis: vieni jų tik pažymi pažinčių portalo siūlomus pasirinkimų variantus, kiti išsamiai ir kūrybingai pildo papildomos informacijos laukelį, kuris skirtas būtent pačių skelbimų autorių įvairiausioms mintims išsakyti, duomenims nurodyti ir pan. Vaikinai, kurie pildo šį laukelį, dažniausiai pateikia bendro pobūdžio informaciją, kuri jiems patiems yra labai svarbi, pamąstymus apie gyvenimą, savo požiūrį į kai kuriuos dalykus (pvz., *viskas bus gerai; Geriausia žmona yra ta, kuri budama istikima elgiasi taip zavinngai, lyg nebutu...; Tikra meilė - ji yra! Tačiau, kad ją rasti reikia pasistengti!; Netikek ka priesai suoks, ka kalbes tau svetimi, sis gyvenimas kitoks- REIKIA BUTI SAVIMI!!!!!!!*). Kiti trumpai nurodo savo tikslus ir lūkesčius (pvz., *Tikiu, kad pats sauniausias vienas kito papildymas vyksta naturaliame gyvenime; Jieskau draugu ir merginu*), dar kiti ragina bendrauti, užkalbinti juos arba kitais būdais kviečia atkreipti dėmesį į save (pvz., *klausk gi; nepamirsk foto ir perskaityk atidžiau anketa... ačiū už demesį...; Na ka, pasbendraukim; parasyk ir suzinosi daugiau; Jei kazkuom Tave sudominau parasyk nors ir paprasta zodeli "labas"*). Taigi vaikinai vienaip ar kitaip bando išreikšti save, bando pateikti tokią papildomą informaciją, kuri geriausiai juos reprezentuotų: jų gyvenimo būdą, pasaulėvoką, socialinį statusą, poreikius. Jie pateikia tokią informaciją, kuri jiems yra pati aktualiausia ir, jų manymu, galėtų būti aktuali, patraukli, reikšminga ir skelbimų skaitytojoms; sudomintų, paskatintų užmegzti pažintį. Anketos, kuriose pateikiama papildoma informacija, iš karto sukuria šiltesnę, betarpiškesnę, intymesnę atmosferą tarp skelbimo autoriaus ir jo skaitytojos. Autorius, pats

apgalvodamas ir parašydamas žodžius (o ne vien varnelėmis pažymėdamas atitinkamus portalo pateikiamus laukelius), ganėtinai formalioje virtualioje aplinkoje veikia asmeniškiau ir, galima numanyti, sulaukia asmeniškesnės reakcijos.

Bene svarbiausias ir labiausiai tapatybę atspindintis dalykas būtent internetiniuose pažinčių skelbimuose yra dalyvių slapyvardžiai. Pastebėta, kad vieni vyrai renkasi informatyvius, „praktinę“ paskirtį turinčius slapyvardžius, kurie suteikia duomenų apie žmogų: nurodo vardą, metus, gimimo metus, gyvenamąją vietą ir pan. (pvz., *wyteniux17*; *tomas_dublin*; *Algimantas*; *1975*). Kiti slapyvardžiu sufleruoja apie kokį nors savo pomėgį, socialinį būdą ar išorės bruožą (pvz., *meskeras*; *PAPARACIS*; *hardrock*; *Sypsius*; *Plikas37*; *Zhaliaakis*). Dalis vyrų pasivadina mažiabūviu žodeliu, dažniausiai tokia forma pateikia savo vardą (pvz., *Mantuks*; *Domanteliss*; *miXiukas1*; *Nidukas*, *Martukas*). Nemažai skelbimų autorių pasivadina nieko nesakančiais, sunkiai suvokiamais žodžiais, trumpiniais, raidžių, skaičių junginiais (pvz., *GasK*; *kes*; *Oty*; *SentIs*; *AoJ*; *slajuss*) arba pateikia pakeistus, papildytus, transformuotus savo vardus (pvz., *Carlosas*; *vaidasgreit*; *eduardik*, *Casparas123456*). Tačiau lyties tapatybę įdomiausiai atskleidžia tie slapyvardžiai, kurie yra susiję būtent su lytiškumu, tradiciniais ar moderniais vyriškumo simboliais, kurie kuria tam tikrą vyro įvaizdį. Šiuo aspektu slapyvardžius galima dalinti į dvi grupes. Vieni vaikinai renkasi tokius slapyvardžius, kurie įprasmina jėgą, galią, stiprybę; pasivadina personažų, kurių vyriškumu niekas neabejoja, vardais (pvz., *zaibas009*; *Rembo111*; *zzoro*; *bblinda*; *Liutass*; *bad~boy*). Tuo tarpu kiti slapyvardžiu bando išreikšti švelnumą, jausmingumą, romantišką prigimtį ir būtent taip patraukti priešingos lyties dėmesį (pvz., *Princesas*; *KaCiuKazzz*; *Simpatukas*; *svajuuukas*; *inromnce*; *zuikis32*). Iš tos pačios pozicijos gali būti žvelgiama ir į anksčiau paminėtą mažiabūvių vardo formos pasirinkimą. Išryškėja visuomenėje aktualus dvejopas požiūris į vyrą: viena vertus, moterys vertina vyriškus, stiprius, jas globojančius ir ginančius vyrus, kita vertus, ne viena svajoja apie meilų, lipšną, nuoširdų ir jausmingą partnerį.

Taigi pažinčių skelbimuose vaikinai vienu iš būdų lyties tapatybės konstravimui, jos išraiškai pasirenka slapyvardžio formą. Slapyvardžiai atspindi autorių savivoką; vaikinai tapatinasi su tuo, kas jais įvardijama, jie nori būti identifikuojami būtent taip.

Kalbant apie grafinius simbolius ir jų naudojimą pažinčių skelbimuose, atkreipiamas dėmesys į tai, kad dauguma vaikinų linkę jais pajvairinti skelbimo tekstą. Grafiniai simboliai (veideliai, šypsenėlės) pateikiami papildomos informacijos laukelyje, jais tekstui bandoma suteikti žaismingumo, nuotaikingumo. Vaikinai papildoma grafine informacija reiškia emocijas, jais bando nusakyti savo charakterį, būdą ar būseną (pvz., *Laikytis visu taisykliu - reiskia atsisakyti visu malonumu...* 😊 🤩; *Tiesiog - simple* 😊; *Nekenciu zmoniu kurie yra pasikele...* 🙄; *Nemegstu veidmainiu, melagiu,*

pasikelusiu ir t. t. jei tokia geriau nerasyk! 🤔). Dauguma savo tekstą papildo tradiciniais, įprastais, šypseną ar bučinį išreiškiančiais simboliais (pvz., 😊, 😄), tačiau kiti įmantrauja pasirinkdami retesnius, judančius, nematytus simbolius, vaizduojančius tam tikrą veiksmą, siužetą (pvz., 🙏, 🧘, 🏍️, 🛵). Kai kurių skelbimų autoriai, užuot ką nors parašę apie save papildomos informacijos laukelyje, pateikia jame vien simbolių, būtent jais bando parodyti savo tapatybę, prisistatyti skelbimų skaitytojoms. Taigi matoma, jog grafiniais simboliais, taip pat kaip ir tekstu, konstruojama tapatybė, jais siekiama atskleisti dvasinę būseną, emocinį identitetą, savo paties suvokimą.

Lyčių tapatybė išreiškiama ne tik tekstine, grafine, bet ir vaizdine informacija, t.y., nuotraukomis. Visuose analizuotuose skelbimuose jų autoriai pateikė po keletą savo nuotraukų. Vaikinių nuotraukos labai įvairios: vieni pozuoja draugų būryje, kiti – vienumoje, dar kiti pateikia nuotraukas, kuriose jie įamžinti merginų draugijoje. Žvelgiant kitu aspektu, vieni anketų autoriai publikuoja nuotraukas, kurios labai informatyvios: aiškiai matomi jų veido bruožai, ūgis, kūno sudėjimas, jie pozuoja su koku nors objektu ar kokioje nors situacijoje, kuri susijusi su jų pomėgiais ar darbine veikla (pvz., su fotoaparatu, ant motociklo, šokių klube ir pan.). Tuo tarpu kiti vaikinai vengia demonstruoti savo išorę ir patalpina nuotraukas, iš kurių sunku pasakyti ką nors apie jų išvaizdą (pvz., fotografuojasi su šalmu, nardymo įranga, slidininėjimo akiniais arba stovi kažkur tolyje ir matosi tik jų siluetai).

Pagal tai, kaip vaikinai nuotraukose pateikia save, kaip jie projektuoja vizualinę savo tapatybę, juos galima sugrupuoti į keletą grupių. Pirmiausia, vieni vaikinai nori pasirodyti labai populiarūs, aktyvūs, mėgstami ir „paklausūs“ merginų tarpe. Jie nuotraukose būna merginų apsuptyje, šokio įkarštyje, besilinksminantys draugų būryje ir pan. Galima numanyti, kad taip vaikinai tarsi nepripažįsta savo vienišumo, bando „apgauti“ ne tik skelbimų skaitytojas, bet ir patys save; tam tikra prasme jie siekia pasirodyti geresni, nei yra iš tiesų. Išryškėja žmogaus psichologinė drama – galbūt vaikinai dėl savo vienišumo nesijaučia pilnaverčiai, nuotraukomis bando maskuoti savo padėtį, sukurti priešingą „vakarėlių liūto“ ar populiarus merginų viliotojo, įvaizdį. Kita vertus, galbūt vaikino, pažinčių portale ieškančio antrosios pusės, gyvenimas iš tiesų yra būtent toks, koks parodomas nuotraukose. Tačiau vėlgi kyla klausimas, ar toks neribotas pažinčių plėtimas, savotiškas narcisizmas, draugų „kolekcionavimas“, jų keitimas yra natūralus, įprastas ir normalus reiškinys žmogaus gyvenime.

Kita vaikinių dalis vaizdiškai tapatinasi su stipriais, galingais, ištvėringais, nebijančiais iššūkių ir pavojų vyrais. Jie nuotraukose dažniausiai vairuoja motociklus, visureigius, būriuoja, šaudo, stovi ant aukštų pastatų, demonstruoja raumenis ir pan. Toks tapatybės konstravimas ir jos išraiška sufleruoja apie stiprų vyro, kaip savo lyties atstovo, identitetą. Galima spėti, jog tokie vyrai siekia būti lyderiai; jie suvokia, kad esminė, pamatinė jų paskirtis yra būti patikimais globėjais, stipriais gynėjais ir nejučia puoselėja būtent su tokį archetipinio vyro įvaizdį.

Vyriškumas, tik pateiktas kitokia forma, pastebimas ir kitoje nuotraukų dalyje. Joje autoriai savo galią, jėgą išreiškia demonstruodami savo puikią turtinę, socialinę padėtį. Vyrai publikuoja nuotraukas, kuriose jie vilki prabangius kostiumus, dalyvauja pokyliuose, skanauja tauriuosius gėrimus, sėdi prabanguose automobiliuose ar ištainguose apartamentuose. Skelbimų autoriai, afišuojantys savo finansinę padėtį, identifikuojasi su tam tikrų privilegijų turinčiais visuomenės sluoksniais. Tokia jų tapatybės samprata ir pasirinkimas ją demonstruoti gali būti suprantama kaip noras informuoti skelbimų skaitytojas, potencialias partneres, kad jie gali jomis pasirūpinti, gali sukurti saugų prieglobstį ir užtikrinti nerūpestingą gyvenimą.

Nagrinėjant pažinčių skelbimus, aptikta nemažai anketų, kurių autoriai nuotraukose atrodo labai jausmingi, jie įamžinti meniškoje, romantiškoje aplinkoje (pvz., pozuoja prie seno pastato sienos, saulėlydžio fone, žvakių šviesoje, glėbyje laikantys kokį nors gyvūnėlį ir pan.). Tokios nuotraukos atspindi jų autorių jautrią, švelnią prigimtį, romantinį polėkį, norą puoselėti švelnius ir tyrus jausmus. Matoma, jog vaikinai save suvokia, pirmiausia, kaip idealizuotus, tipiškus mylimuosius ir mylinčiuosius, kurių gyvenimo esmė yra jausmai ir mylimas žmogus. Jie visomis įmanomomis priemonėmis stengiasi atskleisti tokią savo tapatybę, savivoką ir ieško merginų, kurios juos perprastų, pažintų ir pripažintų. Numanoma, kad tokie vaikinai ypač išgyvena dėl savo vienišumo, nes, neturėdami partnerės, negali įprasminti savo prigimties, atskleisti tapatybės.

Taigi nagrinėjant vaikinių anketas pastebėtos kelios tapatybės raiškos tendencijos. Išryškėja vyrų vaidmenų ir padėties visuomenėje klausimas, jie savo nuotraukomis tarsi atspindi aktualią, vyraujančią „paklausą“: vienoms moterims reikia stipraus, galinčio jas apginti vyro, kitoms – užtikrinančio saugų gyvenimą be rūpesčių, dalis moterų svajoja apie jausmingą ir atsidavusį partnerį, o dar kita dalis moterų (kurios susidomi ir užmezga pažintis su „populiariųjų“ įvaizdį puoselėjančiais vaikiniais) nori pačios rinktis, kovoti dėl vyro, nugalėti konkurentes ir būti geriausios.

Aptarus vyrų tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose galima teigti, jog vaikinių identitetą atspindi jų gyvenimo būdas, gyvenimo filosofija, prasmės paieškos ir jos suvokimas. Tapatybės sampratai įtakos turi ir vyrų pomėgiai, profesija, jų pačių požiūris į savo vidines ir išorines

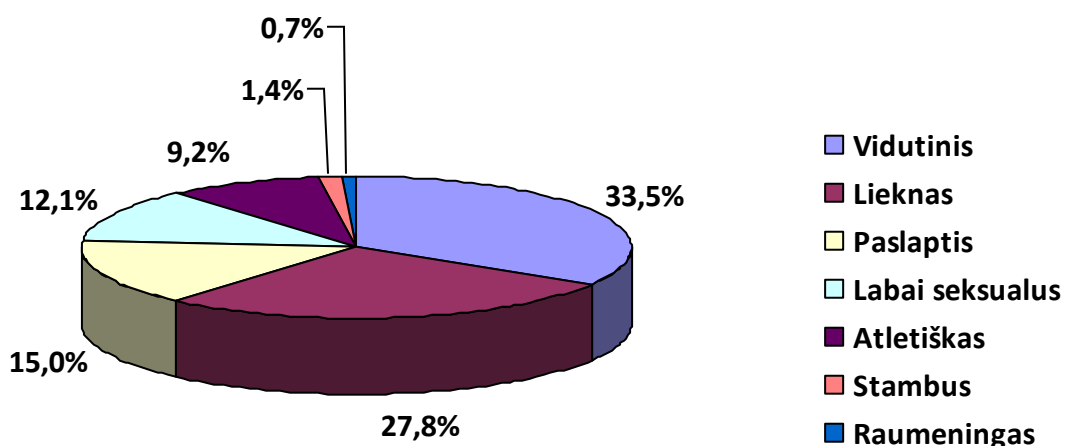
savybes. Skelbimų autoriai virtualioje erdvėje tapatybę konstruoja pasirinkdami vienokią ar kitokią reikšmę turinčius slapyvardžius, pateikdami, jų pačių manymu, geriausiai juos reprezentuojančias nuotraukas ar tam tikru būdu reikšdami mintis. Svarbu paminėti ir tai, kad vyrų tapatybės samprata, jų savivoka stipriai priklausoma nuo moterų poreikių ir vertybių, nes nemaža dalis vyrų, konstruodami savo identitetą, orientuojasi į tai, kokie jų lyties atstovai yra „paklausūs“, populiarūs visuomenėje, moterų tarpe; jie tarsi bando nuspėti, kokias išorės ypatybes, charakterio ir būdo bruožus, socialines savybes moterys laiko prioritetinėmis, kokio partnerio šalia savęs jos tikisi ir savo spėjimus išreiškia pažinčių skelbimuose.

4.2. Moterų tapatybės samprata ir raiška

Moterų tapatybės samprata ir raiška nagrinėta atsižvelgiant į tuos pačius aspektus, kaip ir tiriant vyrų tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose.

Analizuojant pasirinktus moterų pažinčių skelbimus pastebėta, jog paskelbusiųjų anketas virtualioje erdvėje amžius svyruoja nuo 17 iki 55 metų, daugiausia (11,4%) anketų patalpino merginos, kurių amžius – dvidešimt vieneri metai. Moterys nebuvo linkusios nutylėti savo išvaizdos ypatybių, nurodydavo savo akių, plaukų spalvas, ūgį, kūno tipą.

4 paveikslas. Moterų kūno tipas



Taigi galima teigti, jog išvaizdos akcentavimas ir pabrėžimas yra labai svarbus ieškant partnerio; siekis atrodyti patraukliai ir geidžiamai tarsi padidina galimybę sutikti savo antrąją pusę, gyvenimo draugą.

Tačiau, norėdamos sužavėti galimus partnerius, moterys neapsiriboja vien tik savo išvaizdos apibūdinimu, jos stengiasi pabrėžti ir kai kurias vidines bei socialines savybes, kurios yra išties svarbios norint suvokti moterų identiteto ypatumus. Nagrinėjant moterų anketas, pastebėtas dažnas charakterio akcentavimas (pvz., *Esu paprasta ir draugiška 😊 Mėgstu linksmus žmones, nes pati mėgstu pajuokauti 😊; romantiska, maksimaliste; esu linksmo būdo, draugiška, simpatiška moteris 😊; laaaaabai nemėgstu nuobodžiauti 😊 Dievinu linksmybes 🍷🍷😊 bet būnu ir rimta 🎩 labai patinka miegoti 😊 zzz zzz neieškau žodžių rankinuke; as esiu gera mergaite; truputi savanaudiska, bet is esmes gera 😊; esu linksmas jaunatviskas ir nepasenusi; esu paprasta draugiska, lengvai bendraujanti, turinti savo gyvenimo tikslą...; *Nekenčiu banalybių. 🤖😊*). Išskiriant savo charakterio savybes, tokias kaip linksmas būdas, romantiškumas, paprastumas ir pan., tarsi „signalizuojama“ galimam partneriui, jog jei jis nepasižymi tokiomis savybėmis, gali nesivarginti ir nemėginti užmegzti kontakto su anketos autore, nes ji ieško į save panašaus partnerio, pvz. romantiko ar žmogaus, gyvenime turinčio tikslų.

Kitas svarbus aspektas, kurį pabrėžia nemaža dalis moterų – vertybės. Vienos jas įvardija labai konkrečiai, nebijodamos išsakyti, ką galvoja (pvz., *Vertinu laisvę, ramybę bei humorą 😊; nekenciu pamaivų, apsikarsciusiu begale papuosalu, nes man nereikia vaikinų kaip aksesuarų; Nevertinu daiktų... nevertinu pinigų... prioritetas - žmogus, bet tik iki pirmos nesąmonės.; zaviuosiu žmonėmis, kurie nemoka ir nenori meluoti.; APKERPEJE NERASYKITE! NEMEGSTU TINGINIUI!); kitos moterys – ne tokios atviros, apie joms aktualias vertybes kalba cituodamos mąstytojų mintis, pasitelkdamos poetišką kalbėjimą, užuominas, tarsi bijodamos pasirodyti tiesmukos, izeisti potencialų partnerį (pvz., *tai kas greit pasiekiamas, greit ir atsibosta 🤪; Verčiau būk alkanas, negu betko pavalgęs, ir likęs vienišas, jei nėra tikrų draugų..... 😊👉; Nebuna vyru kurie is moters nori tik sekso, buna moterys kurios be sekso neturi ka pasiulyt.; Pirma užduotis gyvenime, pamatyti stebuklą paprastuose dalykuose....; Būti mylimam - tai daugiau negu būti turtingam, nes būti mylimam - tai būti laimingam. K. Tilje*). Dar viena grupė moterų apie dalykus, kuriuos vertina, kalba neslėpdamos paniekos ir pykčio (pvz., *mano tevo**

amžiaus "sexiu" laišku man nereikia !!! 😬; tėčio neieškau (neįsižeiskit), bet vyresni nei 30m nerašykite.. neverta.. taip pat, jei tu esi beraštis ir nemoki taisyklingai rašyti - nesivargink.. atsakymo nesulauksi.. banalus laiškas.. ohh.. negi negalima sugalvoti nieko įdomaus..; DĖMĖSIO Vyriškai, artėjantys prie vidutinio amžiaus krizės/vedę/turintys vaikų ar anūku/ieškantys lieknos šviesiaplaukės meilužės su vištos smegenimis/besirengiantys greitu metu susirasti žmoną ar mamą būsimiems vaikams: būkite geri, NERAŠYKITE su intymiais pasiūlymais. 😏^a Neieškau turtingo dėdės su gera taške, kad nupirktų firminį rūbėlį... 😊). Toks atviras (ir ne tik) vertybių įvardijimas taip pat atlieka įspėjamojo ženklą funkciją – skirtingos vertybės, požiūriai į gyvenimiškus ir dvasinius dalykus turėtų stabdyti ieškantį.

Siekdamos tinkamai save pristatyti ir suteikti kuo daugiau naudingos informacijos apie save, moterys taip pat įvardija savo gyvenimo būdą arba požiūrį į gyvenimą (pvz., gyvenimas nevisada duoda tai ko nori, gyvenimas duoda tai, ko tau reikia...; Nebūkite paniurę ir nusivylę gyvenimu, džiaukites kiekviena minute, gyvenkite ta minute.; Labiausiai man patinka nedaryti nieko. Nors tikrai daug laiko praleidžiu nieko nedarydama, visai nepavargstu! Geriausia nieko nedaryti tada, kai visi žmonės skuba padaryti viską, o tu patogiai įsitaisai ir ramiai stebi :p~; gyvenu kaip noriu...; dainuoju, sportuoju, dirbu, mokausi na ir kitokios veiklos turiu 😊 tikėkimės, kad tavęs negąsdina aktyvumas; su manim niekada neebuna liudna 😊), tai leidžia potencialiam partneriui palyginti savo gyvenimo būdą su moters, patalpinusios anketą pažinčių svetainėje, gyvenimo būdu.

Charakteris, vertybės ir gyvenimo būdas – tai vidinės moters savybės, kurios yra įvardijamos kuriant savo anketą pažinčių svetainėje. Pristatydamos šias savybes, moterys kartu pristato ir savo tapatybę, savivoką, požiūrį į pasaulį; parodo, jog vertina brandžius ir rimtus santykius, į gyvenimą žvelgia optimistiškai. Tačiau nemažiau reikšmingos yra ir socialinės savybės, tokios kaip šeimyninė padėtis, finansai, išsilavinimas, profesija, interesai, pomėgiai.

Kokia yra šeimyninė padėtis, pažymi labai maža dalis moterų (2,8%) (pvz., Pati nebežinau -

Oops!

išsiskyrusi ar dar ne 😬 Šiuo metu vienai gyventi patogiau nei su vidurio amžiaus krizės kamuojamu sutuoktiniu.; I pasimatymus vaikstau tik su savo vaikinu.; linksma, zavi mamyte 😊; Esu šauni moteris. Išsiskyrusi.). Atviras šeimyninės padėties įvardijimas leidžia spėti, kad moterys nelinkusios slėpti esamos situacijos ir tikisi, jog atras tokius skelbimų skaitytojus, kuriems patiks tokios, kokios yra.

Portalo www.pazintys.lt sistema registruotiems vartotojams leidžia pažymėti, kokia yra jų finansinė padėtis, vartotojai gali rinktis – nurodyti ją arba ne. 34,2% moterų savo finansinę padėtį nurodo, taip pabrėždamos, jog finansiškai yra nepriklausomos, savimi gali pasirūpinti pačios, jų nereikia išlaikyti. Tačiau didesnė dalis moterų (65,7%) savo finansinę padėtį yra linkusios slėpti, tai gali būti susiję su tuo, jog finansinės padėties atskleidimas yra pernelyg asmenišką ir privatus dalyką, kuris neturėtų būti viešai skelbiamas virtualioje erdvėje. Kita vertus, galima numanyti, jog neturinčioms nuolatinių pajamų moterims nejauku apie tai prisipažinti, nes visuomenėje itin paplitusi nuomonė, kad moteriai iš vyro labiau reikia finansinės paramos, nei nuoširdaus bendravimo.

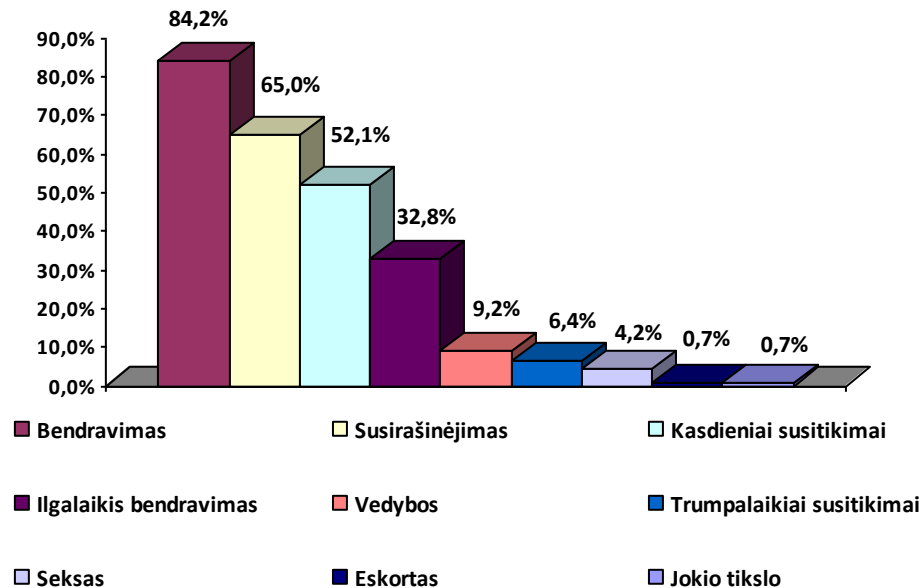
Taip pat minėto pažinčių portalo sistema leidžia įvardinti savo išsilavinimą, profesiją, pomėgius ir interesus. Kad neturi išsilavinimo, pažymi tik 3,5% moterų, 15,7% nurodo turinčios bakalauro laipsnį ir 6,4% – magistro laipsnį.

Savo profesiją nurodo 74,7% moterų. Pagrindinės profesijos, kurias nurodo skelbimų autorės, susijusios su vadyba, marketingu, ekonomika. Todėl galima teigti, jog moterų profesijos neatspindi tradicinio moters vaidmens, nes tokias pat profesijas nurodė ir nemaža dalis vyrų savo skelbimuose.

99,3% moterų įvardija savo pomėgius, kurie irgi yra vienas aspektų, leidžiančių geriau suprasti ir atskleisti moterų tapatybę. Dažniausiai moterys nurodo tokius pomėgius, kaip literatūra, mada, fotografija, sveikas gyvenimo būdas, gyvūnų auginimas ir jų priežiūra, maisto ruošimas, naktiniai klubai, muzika, kinas. Retkarčiais pažymima, jog skelbimo autorė domisi automobiliais, sportu ar politika. Todėl, kalbant apie moterų pomėgių ir jų savivokos, identiteto sąsajas, reikia pastebėti, jog interesai, laisvalaikis tik iš dalies patvirtina tradicinį moterų vaidmenį.

Žmogaus tapatybę puikiai atskleidžia tai, kokių tikslų ir siekių jis turi, kokius reikalavimus kelia galimiems partneriams. Pažinčių skelbimuose tokia informacija itin dažna. Kaip jau minėta, pažinčių svetainėje kuriant savo anketą yra galimybė pažymėti, ko tikimasi iš tokios pažinties – susirašinėjimo, trumpalaikių susitikimų, vedybų, bendravimo, kasdienių susitikimų, sekso, ilgalaikio bendravimo, eskorto ar nieko. Bendravimą, kaip vieną pagrindinių tikslų, įvardija 84,2% moterų, 65% moterų siekia susirašinėti ir tokiu būdu užmegzti santykius, 52,1% moterų tikisi, jog pažintis internete išsivystys į kasdienes susitikimus.

5 paveikslas. Moterų bendravimo internete tikslas



57,8% moterų pažymi, jog pažinčių svetainėje ieško vyro, 49,2% – draugų, 20,7% – nieko. Atviras anketos tikslo ir lūkesčių nusakymas susijęs su moterų tapatybės samprata: kad pajustų visišką gyvenimo pilnatvę, moterims yra reikalingas priešingos lyties atstovo dėmesys, bendravimas su juo, nes tokiu būdu moteris galės atsiskleisti kaip partnerė, šeimos moteris.

Kad dar tiksliau išsakytų savo lūkesčius, moterys savo anketą tikslina (pvz., *ieskau galimybes isimyleti...*; *Ieškau kažko mielo su kuo būtų galima paplepėti.*; *Ieškau draugo ir bendraminčio, su kuriuo įdomiai ir turiningai leistume laisvalaikį*; *Ieškau draugu Lietuvoje, Vokietijoje ir visam pasaulyje!!*; *noriu sutikti nuosirdi miela drauga*; *ieskau rimto rimtam. noriu pastovumo.*). Taip moterys dar kartą pabrėžia savo poreikius, partnerystės suvokimo principus, vertybes, aktualijas, gyvenimo prioritetus.



Analizuojant moterų tapatybę pažinčių skelbimuose svarbu aptarti, kaip moterys išreiškia savo, kaip tam tikros lyties atstovių, identitetą. Kaip buvo minėta, lyties tapatybės konstravimas yra neatsiejamas nuo kultūrinių normų, stereotipų, įvaidžių. Mūsų kultūroje įprasta moteriai priskirti motinos, namų šeimininkės vaidmenis, todėl moterų pažinčių skelbimuose gausu visuomenėje vyraujančių stereotipų apraiškų, kuriose moteris vis dar atlieka vyro papuošalo funkciją. Pažinčių skelbimuose moterys retai pabrėžia savo protinius gebėjimus, karjeros siekius, kai tuo tarpu išvaizdos ir fizinių savybių akcentavimas užima dominuojančią poziciją. Konstruodamos savo tapatybę, moterys tarsi stengiasi nelaužyti visuomenėje nusistovėjusių normų – jos siekia būti tokios, kokių jų tikimasi –


patrauklios, geidžiamos, nuolankios, paslaugios. Moterys yra linkusios pabrėžti kai kuriuos moteriškumo aspektus (pvz., *Mane visada prisiminsi 😊 žinai kodėl? 😊 Manęs neįmanoma pamiršti 💋*; *Esu paprasta, bet ne prasta 😊, nuosirdi, švelni, turinti humoro jausmą mergina.*; *Esu paprasta, nuosirdi... tiesiog ieskau gyvenimui antros puses.*; *Ieškau kažko nepaprasto, kas mokėtų mane sutramdyti, mokėtų paguosti, išklaudyti, ieškau kažko, o ko tiksliai nežinau, jei atsiras, būtinai laikysiu šalia savęs.*). Tai, jog pabrėžiamas paprastumas, švelnumas, leidžia daryti išvadą, kad buvimas emancipuota, savimi pasitikinčia ar išsišokėle dažniausiai yra neigiamas dalykas, norint surasti gyvenimo partnerį ar draugą. Tokie veiksniai kaip motiniškumas, globos ir meilės poreikis, grožis, seksualumas sukuria tradicinį moters įvaizdį, parodo, kad moteriai priimtinas būtent toks vaidmuo, kad, negalėdama jo išreikšti, ji nesijaučia pilnavertė, neatsiskleidžia kaip moteris. Tokios savybės, kaip užsibrėžto tikslo siekimas, ryžtingumas, gebėjimas pačiai savimi pasirūpinti, visuomenėje dar yra vertinamos skeptiškai ir atsargiai. Tik labai maža dalis moterų išdrįsta pasakyti ką galvoja ir taip griauti gajus stereotipus, parodydamos, jog tradicinis moters įvaizdis joms nėra priimtinas (pvz., *Tegu apsilaižo tie, kurie manęs negavo ir tegu padvėsta tie, kurie manęs nenorėjo!; Niekada neleisk kažkam tapti viskuo, nes kai jis išeis tau nebeliks nieko 😊*; *Teisingo gyvenimo taisyklės: 1. Traukinys sikanciu nelaukia. 2. Mano nuomone svarbiausia. 3. As – pasaulio bamba. 4. Patik sau – patiksi kitiems. 5. Nusispyjauk ant praeivių, nes matai juos paskutini karta. 6. Jei ko nors nori – nesedek vietoje, VEIK! 7. Nonori nereikia, noreši – nebus. 8. Jei gert mazai – gert Jagermeisteri. 9. Dar negime vyras vertas moters, o yapc jos asaru...*). Taigi matoma, kad kai kurios moterys, nors pamažu ir nedrąsiai, bet renkasi novatoriškus bendravimo sprendimus, savo tapatybės atskleidimo būdus. Tačiau didžioji dalis nesiryžta keisti įprastų gyvenimo normų, mąstymo, nesiekia tobulėti, kad parodytų, jog visuomenėje joms – moterims – priskiriami lyčių vaidmenys ne visuomet yra teisingi ir pagrįsti.

Apibendrinant galima teigti, jog didžioji dalis moterų, turinčių anketas pažinčių svetainėje, yra patenkintos visuomenėje vyraujančiomis nuostatomis, su jomis tapatinasi, jų nežeidžia stereotipai, o save yra linkusios pristatyti būtent taip, kaip to reikalauja visuomenė – pabrėžiant savo išvaizdos privalumus, paslepiant trūkumus ir siekiant tapti svajonių moterimi. Tai susiję su aplinkybe, jog tapatybės suvokimas ir jos formavimas labai priklauso tiek nuo savų vertybių, tiek nuo kitų žmonių požiūrių. Moterys, kaip ir vyrai, tikisi ir siekia, kad bendruomenė jų neatstumtų, kad jie galėtų priklausyti tam tikrai grupei, būti tinkamai suprasti ir atpažįstami.

Kitas labai svarbus aspektas analizuojant kaip pažinčių skelbimuose atsiskleidžia moterų tapatybė, yra pati pažinčių skelbimų forma – kalba, grafiniai simboliai, nuotraukos. Šie veiksniai yra tam tikros moterų tapatybės konstravimo priemonės, jų identiteto išraiška.

Tiriant tapatybės raišką, svarbu aptarti pažinčių skelbimo kalbą ir kalbėjimo būdą. Pastebėta, jog stengdamosi sužavėti galimą partnerį, moterys vietoj konkrečios informacijos ir faktų pateikimo apie save yra linkusios kalbėti žymių žmonių mintimis bei renkasi jų citavimą (pvz., *Žmogui nepakanka kaupiti žinias, reikia mokėti iš jų gauti palūkanas J.V.Getė; "Sužinot viską apie kitą žmogų- beprotiškas, pamišėliškas noras. Juk žmogus- visada visiems ir visur kitoks. Žmogus, kaip upė- teka, srūva, kinta... ar galima vienąsyk įbridus į upę pasakyti, kokie yra jos vandenys pavasarį, vasarą, rudenį, žiemą, švintant, saulei leidžiantis; mėnesienoje; kokie jie plukdydami išą, purvus po smarkių liūčių ar kieno nors negyvą kūną?.."* (Jurga Ivanauskaitė)). Tokiu būdu moteris tarsi parodo savo apsiskaitymą, išsilavinimą, erudiciją, stengiasi galimą partnerį sudominti savo protu ir taip tarsi patvirtina joms artimas vertybes bei požiūrius. Moterys stengiasi, kad jų skelbimas ir jame esanti informacija skaitytojui ir galimam partneriui keltų estetinį pasigerėjimą (pvz., *Žmogus - tai neperplauktas vandenynas, neištirtas žemynas, neatrastų gebėjimų klodai...; Dabar ji, kaip brandi paryžietė: žavinti paprastumu ir elegancija, tokia vienintelė ir nepakartojama, jai nereikia išsišokti, kad būtų pastebėta, ji traukia dėmesį ne blizgučiais, o*

tu kas viduje ). Pažinčių skelbimų autorės siekia užmegzti dialogą su skaitytoju (pvz., *Aš atsiprašau už viską ką Tau padariau: Atsiprašau, kad Tave mylėjau, kad Tavim tikėjau, kad verkiau, kad melavau, ir tiesos Tau nesakiau Atsiprašau, jai įžeidžiau Tave, kad ant Tavęs rėkiau...; Dažnai mes į viską žiurim labai paviršutiniškai, nevertinam to kas gražu, to kas brangu. Todėl ir liekam vieni... Be jausmų. Be šilumos. Tik su didelia tuštuma viduje. Bet laikas bėga. Žaizdos po truputi užgyja ir ateina nauja viltis... Naujas šiltas jausmas Meile.) ir taip įtikinti savo nuoširdumu, jautrumu, švelnumu. Tiesa, kelios skelbimų autorės nevengė humoristinės, ironiškos kalbos, taip tarsi parodydamos, jog pažinties virtualioje erdvėje nereikia suabsoliutinti, ją reikia priimti kaip nuotykią ar pramogą (pvz., *Ieskomas princas. Tiks ir ant asiliuko* ; *Silpnoji lytis stipresnė už stipriąją dėl stipriosios lyties silpnumo silpnajai...**

; *Laisvalaikiu mėtau akmenis į praeivius. Kai baigsiu kirpėjų-kosmologų gimnaziją, žadu studijuoti medicinos profkėj, dantenu žaliavimo paslaptis longneso burnoj. Be to, esu Prienu savivaldybės skiemenavimo čempione.*). Tačiau ekspresijos, gyvybingos ir išraiškingos kalbos skelbimuose nepastebėta, greičiausiai bijodamos likti nesuprastos moterys renkasi paprastesnį, buitiskesnį kalbėjimo būdą (pvz., *Norėčiau bendrauti su įdomiais, protingais, paprastais žmonėmis.; bus taip kaip noriu as; paprasta, bet neprasta; D**). Nesvarbu, kuri kalbėjimo variantą būtų pasirinkusios moterys, jis daugiau ar mažiau atspindi jų identitetą.

Taip pat labai svarbu aptarti moterų slapyvardžio pasirinkimą, jo konstravimą ir patį turinį, nes slapyvardis suteikia pirminių žinių apie anketos autorę. Slapyvardis gali atskleisti orientaciją į priešingą lytį (pvz., *Lovelly_doll*, *Barbie-girl*, *geidziudaugiau*, *Kitte_*, *katytekns*), nes būtent jis fokusuoja dėmesį į tikslą – užmegzti pažintį su priešingos lyties atstovu arba juo siekiama nusakyti kai kuriuos savivokos aspektus. Kai siekiama slapyvardžiu išreikšti savo tapatybę, moterys renkasi tokius žodžius, kuriais galėtų apibūdinti save kaip asmenybę, savo charakterio ir būdo bruožus (pvz., *Dreamer77*, *sypseneleee*, *angel27*, *spinduliuqas*, *dziaugsmelis*), taip norima pasirodyti malonia ir teigiama asmenybe. Kitos moterys savo tapatybę reiškia slapyvardžius sudarydamos iš tikrojo vardo variacijų (pvz., *Laimuze*, *danguolexxx*, *Emilijaaa*, *Simona19*, *Loretaa*, *Carolee*), toks slapyvardžio pasirinkimas nereikalauja fantazijos ir vaizduotės. Kitai grupei moterų tapatybės raiška asocijuojasi su išvaizdos ir fizinių savybių nusakymu, todėl vienos jų pabrėžia nepriekaištingas savo kūno formas, lieknumą ir grakštumą (pvz., *coliukee^*, *i_smilga*, *stinta*), kitos skelbimų autorės akcentuoja savo plaukų spalvą (pvz., *tamsiaplaukeee*, *blondgirl*, *JuOdUuKee*). Retkarčiais į slapyvardį yra įterpiamas koks nors skaitmuo (dažniausiai jis nurodo moters amžių, anketos sukūrimo dieną, pvz., *Grazute1970*, *marija34*, *kristoline17*, *gretytee18*) arba paįvairinamas skyrybos ar rašybos ženklais, taip siekiant išsiskirti save iš gausybės kitų anketų (pvz., *E_va*, *_Ernestele:**, *LadyCler_*). Reikia paminėti, jog nemažos dalies moterų slapyvardžiai apskritai neturi jokios reikšmės ir yra neinformatyvūs (pvz., *Anijo*, *Riseal*, *sharea* ir pan.), greičiausiai tokių slapyvardžių prasmė yra aiški tik jo autorei, o skaitančiajam skelbimą jis nesuteikia jokios užuominos, ko būtų galima tikėtis iš skelbimą parašiusios moters.

Kad anketa nebūtų nuobodi ir vienoda moterys ją „pagyvina“ grafiniais simboliais, kurie simbolizuoja vartotojų nuotaiką, emocijas, interesus ir pan. Grafinius simbolius kartu su tekstu naudoja 67,1% moterų. Dažniausiai moterys savo anketoms paįvairinti renkasi tradicinius besišypsančius veidelius, simbolizuojančius geranoriškumą, teigiamą nusiteikimą ir puikią nuotaiką. Grafinis simbolis papildomos informacijos laukelyje taip pat gali suteikti informacijos apie tai, kaip moterys suvokia save, savo būseną, kokias emocijas ir išgyvenimus siekia perteikti.

Analizuojant anketas būtina aptarti ir jose pateikiamas nuotraukas, kurių kiekis kiekvienoje anketoje svyruoja nuo vienos iki dvidešimt aštuonių. Nuotraukos anketose labai įvairios – moterys viešam publikavimui renkasi tiek portretines, tiek nuotraukas visu ūgiu; kai kurios jų yra apdorotos tam tikromis kompiuterinėmis programomis, todėl retkarčiais nuotraukoje esantis žmogus atrodo nenatūraliai. Galima numanyti, kad realybėje susitikus skelbimo autorei ir skelbimo skaitytojui dėl šios priežasties įmanomi ir tam tikri netikėtumai bei nesusipratimai. Žvelgiant į visas analizuojamas anketas ir nuotraukas, jaučiamas moterų bandymas susitapatinti su nepriekaištingomis gražuolėmis ir

vilioklėmis, mėgstančiomis nuotykius, aktyvų poilsį, linksminis bei pramogauti. Tokį išpūdį sustiprina ir ryškūs drabužiai bei grimas, nuogo kūno vaizdavimas. Dažniausiai publikuojamose nuotraukose skelbimo autorė yra įsiamžinusi viena; taip tarsi siekiama projektuoti visą dėmesį tik į save. Tik labai nedidelėje dalyje nuotraukų moterys (priešingai nei vyrai) matomos kitų merginų apsuptyje, jos tarsi bijo ir vengia galimos konkurencijos. Moterys mieliau renkasi tokias nuotraukas, iš kurių galima spręsti apie jų pomėgius – tai nuotraukos iš kelionių, naktinių šokių klubų ar su gyvūnėliais. Didžioji dalis fotografijų yra spalvotos, ryškios, tačiau esti ir nespalvotų, kuriose tas pats žmogus dažniausiai vaizduojamas melancholiškas, susimąstęs, santūrus. Taip moterys tarsi turi galimybę tapatintis tiek su nepasiekiamą ir neprieinamą, geidžiama svajonių mergina, tiek su šeimyniška, mylinčia partnere.

Kiekviena analizuota anketa – unikali, šabloniškas tik jos formatas, tačiau informacija, kurią pateikia moterys, tarsi „signalizuoja“ apie tai, jog kiekviena moteris, patalpinusi savo anketą pažinčių svetainėje, stengiasi išreikšti savo individualumą bei savitumą, jausenas. Pasirinkdamos skirtingus kalbėjimo būdus, įvairius grafinius simbolius bei vaizdinę medžiagą jos siekia išsiskirti, tačiau panašumai ir vyraujančios tendencijos, kurios yra aptinkamos skelbimuose, įrodo, jog konstruodamos tapatybę, moterys stengiasi būti atpažįstamos, pripažįstamos vienokios ar kitokios grupės; jos siekia gauti pritarimą bei sulaukti grįžtamosios reakcijos.

Ištyrus vyrų ir moterų pažinčių skelbimus portale www.pazintys.lt, galima padaryti keletą tyrimo išvadų.

Pirmiausia, moterų skelbimuose labai ryšku tai, kad jų savivoka neatsiejama nuo išvaizdos, konkrečių išorės savybių: kūno sudėjimo, plaukų spalvos, ilgio ar pan. Moterys, kurios neabejoja nepriekaištinga savo išvaizda, tapatinasi su patraukliomis, seksualiomis viliokėmis, o tos, kurios išvaizdos taip nesureikšmina arba galbūt nėra ja tokios patenkintos, traktuoja save kaip puikias drauges, švelnias bendramintes, šeimyniškas partneres.

Vyrų tapatybės samprata labiau susijusi su kai kuriomis jų socialinėmis savybėmis: populiarumu draugų ir merginų tarpe, turtine padėtimi. Vyrai stengiasi puoselėti „paklausaus“, pirmaujančio ir geriausio savo lyties atstovo įvaizdį. Jų identiteto suvokimas neatsiejamas nuo siekio būti pranašesniu, stipresniu, ištvermingesniu už kitus, gebėjimo pasirūpinti ne tik savimi, bet ir savo moterimi.

Ištyrus vyrų ir moterų tapatybės raišką pažinčių skelbimuose pastebėta, kad abiejų lyčių atstovai tapatybę neretai atskleidžia pasirinkdami jiems svarbius dalykus įprasminančius, būtent su lytimi susijusius, jų identitetą atspindinčius slapyvardžius. Svarbu paminėti, kad vyrų savivoką, kur kas geriau nei moterų, parodo jų patalpintos nuotraukos. Vyrai publikuoja gana informatyvias nuotraukas, kuriose

jie įsiamžinę jų gyvenimo būdą reprezentuojančioje aplinkoje, užsiimantys jiems, kaip asmenybėms, svarbia veikla ar bandantys išreikšti savo vertybes, nuotaikas, gyvenimo tikslus. Neretai vyrų nuotraukos parodo jų socialinį statusą, finansinę padėtį. Tuo tarpu moterų nuotraukose visas dėmesys sutelkiamas į jų išvaizdą, grožį, išskirtinumą arba fotografijomis bandomos atskleisti tokios moterų savybės, kaip švelnumas, dėmesingumas, lipšnumas, draugiškumas.

Pastebėta, kad moterims būdingesnės savęs paieškos, tam tikras susidvejinimas, nenatūralus, visuomenės stereotipų primestas savo tapatybės konstravimas. Jos neretai bando laviruoti tarp to, kokios yra iš tiesų, ir to, kokių jų tikisi visuomenė ar priešinga lytis. O vyrai savo identitetą suvokia gana aiškiai, jie kryptingai, nuosekliai ir užtikrintai bando realizuoti savo tapatybės viziją. Nepaisant šių skirtumų, galima teigti, kad tiek vyrai, tiek moterys kuria tradicinį savo lyties įvaizdį, identifikuojasi su įprastais, nusistovėjusiais lyčių vaidmenimis (moterys tapatinasi su geidžiamomis gražuolėmis, namų židinio puoselėtojomis, šeimyniškomis bendramintėmis, vyrai – su stipriais ir rūpestingais gynėjais ar romantiškais globėjais). Svarbu paminėti, kad tiek vyrų, tiek moterų tapatybės samprata, jų savivoka iš tiesų yra labai stipriai priklausoma ir veikiama priešingos lyties atstovų poreikių, vertybių ir lūkesčių.

IŠVADOS

Darbe aptarus lytiškumo sampratą, ištyrus tapatybės koncepciją, išnagrinėjus pažinčių skelbimų ypatybes bei išanalizavus lyčių tapatybės sampratą ir raišką pažinčių skelbimuose, galima padaryti keletą išvadų:

1. Vyras ir moteris yra tam tikros simbolinės sąvokos, kurių esmė yra atliepti reikšmines, simbolines opozicijas, atskleisti pamatines pasaulio kūrimo, raidos, cikliško atsinaujinimo ir amžinumo idėjas. Socialinė lytis turėtų būti suvokiama ir vertinama kaip vyro ir moters paskirtis, vaidmuo žmonių bendruomenėje; tai skirtingų lyčių savimonė ir savijauta visuomenėje, sociume. Lysis yra neatsiejama nuo žmogaus identiteto; tai jo tapatybės pagrindas, tapatinimosi su vienokia ar kitokia grupe pradinis, pamatinis kriterijus.

2. Savivoka, tapatybės samprata ir jos konstravimas yra nenutrūkstantis, visą žmogaus gyvenimą trunkantis savęs ieškojimo ir kūrimo procesas. Tiek visuomenė, bendruomenė, tiek žmogaus materialinė, buitinė, tiek jo emocinė ir dvasinė aplinka yra medžiaga, iš kurios yra konstruojamas identitetas. Tapatybė formuojama ne tik paties žmogaus ir jo individualios pasaulėvokos, asmeninės patirties, bet ir noro, kad kiti jį identifikuotų, pažintų. Ypač priklausomas nuo kultūrinių normų, visuomenės stereotipų, įsišaknijusių ir afišuojamų įvaizdžių yra lyties tapatybės konstravimas.

Geriausiai kiekvieno žmogaus tapatybė atsiskleidžia bendraujant su kitais žmonėmis, todėl komunikacija ir tapatybės konstravimas bei raiška yra jungiami abipusiai saitais: komunikacija, jos erdvės ir dinamika veikia tapatybę, o skirtingi identitetai turi įtakos komunikaciniams procesams ir jų raidai.

3. Mėgindamas suvokti savo tapatybę, formuodamas ir reikšdamas ją, žmogus tam renkasi įvairias erdves. Viena jų – pažinčių skelbimai virtualioje aplinkoje. Šiandieninio žmogaus tapatybės konstravimui ir raiškai virtuali erdvė yra patraukli dėl to, jog ji suteikia galimybę savivoką ir identitetą reprezentuoti laisvai, nevaržomai, nepaisant amžiaus, socialinio statuso, nusistovėjusių normų, stereotipų, visuomenės nuomonės ir kitų dalykų. Be to, pažinčių skelbimai virtualioje erdvėje vaizdžiai atspindi įvairius socialinius reiškinius, problemas ir klausimus, turinčius įtakos ne tik atskirų individų identiteto paieškoms, sampratai, bet ir visos visuomenės procesams.

4. Išanalizavus 280 vyrų ir moterų pažinčių skelbimų portale www.pazintys.lt paaiškėjo, kad vyrų ir moterų tapatybės samprata ir raiška turi tiek panašumų, tiek skirtumų. Pirmiausia, panašu yra tai, kad tiek vyrams, tiek moterims priimtini ir aktualūs yra tradiciniai lyčių vaidmenys, su jais noriai tapatinamasi, jie neatsiejami nuo bendros žmogaus savivokos, identiteto sampratos. Esminis skirtumas

yra tas, kad vyrai dažniau savo tapatybę išreiškia akcentuodami įvairias socialines savybes (profesiją, pajamas, visuomeninį statusą), o moterys tapatybę išreiškia pabrėždamos vizualines, išorines ypatybes, išvaizdos bruožus (grožį, seksualumą, išskirtinumą).

Apibendrinant galima teigti, jog darbo pradžioje kelta hipotezė, kad vyrų ir moterų tapatybės samprata ir raiška yra skirtinga, pasitvirtino tik iš dalies, nes vyrų ir moterų identiteto suvokimas yra gana panašus (tiek vieniems, tiek kitiems būdinga tradicinė savo lyties koncepcija), kiek labiau skiriasi tik identiteto išraiška (vyrai ir moterys sureiškina ir akcentuoja skirtingas ypatybes).

SUMMARY

Men and women should perceive themselves at first, if they want to acknowledge and understand not only each other, but themselves as well by opening inner personality, desires, needs, aims; if they want inform society about their human being. Man builds identity seamlessly, not noticing that as well as consistently and consciously. Man's talk, apparel, features, communication style, free time activities, hobbies, creativity, profession and many more options are perceived as specific features' reflections and it's forms of expressions. Identity perception, identification with specific society group lets man express himself and even helps to reach the fullness of soul, encourages him to reach perfection.

Compared to ancient times, nowadays there are many more ways and spaces to explore and build identity. For nowadays man television, print, radio and internet are very common things. In these mediums man can create, realize his decisions, satisfy needs, do everyday tasks, build bridges with other human beings, and advertise him.

Person chooses various ways for self-conception, identity findings and realization; that could be self-analysis, communication, creativity, etc. Dating advertisement is not the only way to solve problems for the lonely, but also it is some sort of space for identity space for identity expression. Dating advertisements are often met in printed media as well as in radio or television. At the moment the biggest amount of dating advertisement could be found in internet portals. Ones are used to spread the message about self and build relationship individually and on your own, while the others suggest professional services for this purpose. In dating advertisement many various people try to express their identity presenting hobbies, interest, values, describing their features, profession, material and social state, etc. In other words dating advertisement reflects person's attitude towards himself and self-perception.

More and more often in all sort of mediums or simply communicating with each other, we face men's opinion about women and vice versa. We get to know how opposite genders assess each other, what do they expect from each other, what type of opposite gender's image – stereotype they mature and how it all is seamlessly transferred to society. That is why it is interesting and important to analyze how men and women perceive themselves, their identity and how expresses it, how they represent themselves. Especially nowadays when we can't imagine life without newest technologies as in professional field, as in daily life and personal matters it is relevant to examine and compare how opposite genders represent themselves in virtual medium.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. ANTINIENĖ, Dalia „Asmens tautinio tapatumo tapšmas. Sociopsichologinės šio proceso interpretacijos“. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, Nr. 2, 2002. [žiūrėta 2011 m. kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ku.lt/sociologija/files/2002_nr.02.100-107.pdf>
2. BERGER, Peter L., LUCKMAN, Thomas „*Socialinės tikrovės konstravimas*“, Pradai, Vilnius, 1999.
3. BOLIG, Rosemary; STEIN, Peter J; MCKENR, Patrick C. „The Self-Advertisement Approach to Dating: Male-Female Differences“, *Family Relations*, No. 4, 1984. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/583839>>.
4. CALHOUN, Craig. „*Social Theory and Politics of Identity*“, Blackwell, Oxford, 1994.
5. CASTELLS, Manuel „*Tapatumo galia*“, Poligrafija ir informatika, Kaunas, 2006.
6. COUPLAND, Justine. „Discourses of the Commodified Self“, *Discourse and Society*7, 1996.
7. COUPLAND, Justine. „Past the “Perfect Kind of Age”? Styling Selves and Relationships in Over-50s Dating Advertisements“, *Journal of Communication*, 2000. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02850.x/pdf>>
8. ČERNEVIČIŪTĖ, Jūratė „Vartojimas, identitetas ir gyvenimo stilius“. *Filosofija. Sociologija*, Nr. 3, 2006. [žiūrėta 2011 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://server.uzupiozinios.lt/kurybinesindustrijos/wp-content/uploads/2009/08/cerneviciute-vartojimas-identitetas-ir-gyvenimo-stilius.pdf>>
9. DEL-TESO-CRAVIOTTO, Marisol „Gender and sexual identity authentication in language use: the case of chat rooms“, *Discourse Studies*, No. 10, 2008. [žiūrėta 2011 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://dis.sagepub.com/content/10/2/251>>
10. ELIADE, Mircea. „*Amžinojo sugrįžimo mitas*“, Vilnius: Mintis, 1996.
11. FRASER, Matthew; DUTTA, Soumitra „*Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*“, Eugrimas, Vilnius, 2010. [žiūrėta 2011 m. kovo 27 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.google.com/books?hl=lt&lr=&id=7aGXv9b9qpQC&oi=fnd&pg=PA171&dq=pa%C5%BEin%C4%8Di%C5%B3+skelbimai&ots=IXI_JaR5JT&sig=iM5v5Zqa2GTY6b_S6zDICKfJAt0#v=onepage&q&f=false>
12. GIDDENS, Anthony „*Modernybė ir asmens tapatumas*“, Pradai, Vilnius, 2000.

13. GRUODIS, Karla. „*Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*“ Vilnius: Pradai, 1995.
14. GUNTER, Barrie. „Internet dating: a British survey”, *New Information Perspectives*, No. 2, 2008. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <www.emeraldinsight.com/0001-253X.htm>.
15. HAUSMAN, Bernice L., „Do Boys Have to Be Boys? Gender, Narrativity, and the John/Joan Case“, *Feminist Formations*, No. 3, 2000. [žiūrėta 2011 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://muse.jhu.edu/journals/ff/summary/v012/12.3hausman.html>>
16. HEINNO, Rebecca D; ELLISON, Nicole B; GIBBS, Jennifer L. „Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating”, *Journal of Social and Personal Relationships*, No. 27, 2010. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://spr.sagepub.com/content/27/4/427>>.
17. YANCEI, George A; YANCEI, Sherelyn W. „Black-White Differences in the Use of Personal Advertisements for Individuals Seeking Interracial Relationships”, *Journal of Black Studies*, No. 5, 1997. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/2784873>>.
18. JAGGER, Elizabeth. „Marketing Molly and Melville: Dating in Postmodern Consumer Society”, *Sociology*, No. 35, 2001. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://soc.sagepub.com/content/35/1/39>>.
19. JANKAUSKAITĖ, Margarita „Lytinė ir reprodukcinė sveikata: lyčių aspektas“, L. Jaruševičienė, L. Valius „*Jaunų žmonių lytinė ir reprodukcinė sveikata*“, Kaunas: Vitae Litera, 2005. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 4 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.gap.lt/images/pdf/publikacijos/jaunimo_lytine_ir_reprodukcine_sveikata_kmu.pdf>
20. JOCAITĖ, Regina. „Slapyvardis virtualaus bendravimo kontekste“, *Acta humanitarica universitatis Saulensis*, Nr. 8, 2009. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 4 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.minfolit.lt/arch/21501/21817.pdf>>.
21. JUNGAS, Karlas Gustavas. „*Psichologija ir religija*“, Vilnius: Aidai, 1998.
22. JUNGAS, Karlas Gustavas. „*Žvelgiant į pasąmonę*“, Vilnius: Taura, 1994.
23. KAILIŪTĖ, Rūta; KLIMAŠAUSKIENĖ, Irena. „Moters vaizdavimo stereotipai ir jų modifikacijos XX a. antrosios pusės lietuvių prozoje“. *Lyčių studijos ir tyrimai*, Nr. 1, 2005. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: http://su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/llyciu_studijos/2005_5/klimasauskiene.pdf

24. KRANIAUSKIENĖ, Sigita „Lyties tapatybės raiška XX a. lietuvių autobiografijose“. *Tiltai*, Nr. 2, 2005. [žiūrėta 2011 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: < http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2005~ISSN_1392-3137.N_2_31.PG_73-82/DS.002.0.02.ARTIC>
25. KUBLICKIENĖ, Lilija. „Vyriškų vaidmenų ypatumai dabarties Lietuvoje“. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, Nr. 2, 2003. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ku.lt/sociologija/files/2003_nr.02.77-86.pdf>
26. LEHTONEN, Jukka „Seksualinė ir lyčių įvairovė mokyklose bei darbo aplinkoje“. *„Heteronormos hegemonija. Homoseksualių žmonių socialinė atskirtis ir diskriminacijos patirtys“*, Vytauto Didžiojo universitetas, Kaunas, 2007. [žiūrėta 2011 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.equal.lt/uploads/docs/VB-08%20Heteronormos_hegemonija%5B1%5D.pdf>
27. LOTUŽYTĖ, Kristina. „Kodėl moterys privalo būti gražios? Moteriškumo sampratos kaitos atspindžiai Lietuvos tarpukario spaudoje“. *Menotyra*, Nr. 2, 2003. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://images.katalogas.lt/maleidykla/men32/M-61.pdf>>
28. MARCINKEVIČIENĖ, Rūta. „Paprastos ir kultūringi: pažinčių skelbimų semantika“, *Akiračiai*, Nr. 2, 2008. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: < http://www.apiekalba.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=63>.
29. MARLEY, Carol. „Popping the question: questions and modality in written dating advertisements“, *Discourse Studies*, No. 4, 2002. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 9 d.]. Prieiga per internetą: < <http://dis.sagepub.com/content/4/1/75>>.
30. MARLEY, Carol. „Truth values and truth-commitment in interdiscursive dating ads“, *Language and Literature*, No. 17, 2008. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://lal.sagepub.com/content/17/2/137.full.pdf+html>>.
31. NAKTINIENĖ, Gertrūda; PAULAUSKAS, Jonas; PETROKIENĖ, Riturė; VITKAUSKAS, Vytautas; ZABARSKAITĖ, Jolanta. *„Lietuvių kalbos žodynas“*, Lietuvių kalbos institutas, Vilnius, 2005. [žiūrėta 2011 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <www.lkz.lt>.
32. PALAN, Kay M. „Gender Identity in Consumer Behavior Research: A Literature Review and Research Agenda“, *Academy of Marketing Science*, No. 10, 2001. [žiūrėta 2011 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amsreview.org/articles/palan10-2001.pdf?q=palan>>
33. PAVILIONIENĖ, Aušrinė Marija. *„Lyčių drama“*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1998.
34. PAŽĖRAITĖ, Aušra. „Lytiškumo samprata Biblijoje ir jo reiškimosi socialinės bei kultūrinės sąlygos ir realijos“. *Klėja*, Nr. 8 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 7 d.]. Prieiga internete: <http://www.moterys.lt/assets/leidiniai/index8910.html?show_content_id=635>

35. POČIŪTĖ, Rima. „Feministiniai tekstai – atviri rizikai“, *Feminizmas ir literatūra*, sudarė Marija Aušrinė Pavilionienė, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1996.
36. RAČIŪNAITĖ, Rasa., SENVAITYTĖ, Dalia., VAICEKAUSKAS, Arūnas. „*Senovės lietuvių pasaulėžiūra*“, Kaunas: Knygininkas, 2001.
37. REINGARDIENĖ, Jolanta. „Moterų karjeros ir šeimos dilemos1“. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, Nr. 1, 2004. [žiūrėta 2011 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.e-biblioteka.lt/resursai/Mokslai/VU/Sociologija/Sociologija_2004_Nr%5B1%5D.%2001.pdf#page=59kovo%2017%20d.>
38. SONNENWALD, Diane H. „Evolving Perspectives of Human Information Behaviour: Contexts, Situation, Social Networks and Information Horizons“, *Exploring the Contexts of Information Behaviour*, Thomas D. Wilson, David K. Allen (eds), London: Taylor Graham Publishing.
39. STUNDŽĖ, Lijana. „Komunikacija ir žiniasklaida. Lytis ir organizacija: komunikacinis aspektas“, *Informacijos mokslai*, Nr. 49, 2009. [žiūrėta 2010 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/49/99-117.pdf>
40. ŠERPETIS, Kęstutis. „*Filosofiniai pasaulėžiūros pagrindai*“, Šiauliai: Šiaulių pedagoginis institutas, 1996.
41. ŠTITILIS, Darius; LAURINAITIS, Marius „Tapatybės vagystė elektroninėje erdvėje“. *Informacijos mokslai*, Nr. 50, 2009. [žiūrėta 2011 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/50/240-247.pdf>
42. TEREŠKINAS, Artūras. „*Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*“, Vilnius: Baltos lankos, 2001.
43. THORNE, Adrian; COUPLAND, Justine. „Articulations of same-sex desire: Lesbian and gay male dating advertisements“, *Journal of Sociolinguistics*, No. 2, 1998. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ucm.es/info/rqtr/biblioteca/Estudios%20glb/gltb%20dating%20advertisements.pdf>>.
44. VOSILIŪTĖ, Anelė „Moterų grupės: gyvensenos skirtumai“. *Šiaulių universiteto Lyčių studijų centras*, Nr. 7, 2009. [žiūrėta 2011 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.minfolit.lt/arch/21501/21549.pdf>>
45. WEST, C., Zimmerman, D. H. „Doing Gender“. *Gender and Society* 2, 1987.
46. ŽVINKLIENĖ, Alina. „Garbė vyriškumo ir moteriškumo kūrime“. *Lyčių studijos ir tyrimai*, Nr. 7, 2009. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.minfolit.lt/arch/21501/21550.pdf>>

PRIEDAI

1. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/74027.html>
2. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/358271.html>
3. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/79245.html>
4. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/106967.html>
5. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/351826.html>
6. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/103087.html>
7. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/120545.html>
8. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/640588.html>
9. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/690776.html>
10. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/694489.html>
11. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/1091.html>
12. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/20746.html>
13. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/671433.html>
14. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/536594.html>
15. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/709525.html>
16. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/477097.html>
17. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/694908.html>
18. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/707168.html>
19. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/710869.html>
20. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/690605.html>
21. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/666539.html>
22. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/704433.html>
23. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/643938.html>
24. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/671159.html>
25. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/691328.html>
26. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/607580.html>
27. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/691276.html>
28. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/251756.html>
29. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/623153.html>
30. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/708905.html>
31. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/674210.html>
32. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/629127.html>
33. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/703174.html>
34. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/697224.html>
35. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/706066.html>
36. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/605595.html>
37. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711393.html>
38. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711357.html>
39. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711361.html>

40. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711387.html>
41. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711021.html>
42. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/709124.html>
43. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711406.html>
44. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711277.html>
45. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/699399.html>
46. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711283.html>
47. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/707863.html>
48. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711272.html>
49. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/62877.html>
50. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/203666.html>
51. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/216071.html>
52. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/382991.html>
53. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/333599.html>
54. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/37183.html>
55. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/190707.html>
56. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/143221.html>
57. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/339259.html>
58. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/432522.html>
59. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/349738.html>
60. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/288291.html>
61. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/107517.html>
62. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/207148.html>
63. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/422929.html>
64. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/295962.html>
65. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/148855.html>
66. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/274408.html>
67. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/709473.html>
68. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/605592.html>
69. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/93461.html>
70. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/702223.html>
71. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/704928.html>
72. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/242419.html>
73. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/693271.html>
74. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/663377.html>
75. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/7628.html>
76. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/545357.html>
77. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/15658.html>
78. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/541484.html>
79. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/510536.html>
80. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/476507.html>
81. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/622949.html>

82. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/683379.html>
83. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/372577.html>
84. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/155507.html>
85. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/683801.html>
86. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/575546.html>
87. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/424463.html>
88. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/577573.html>
89. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/704647.html>
90. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/376319.html>
91. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/475570.html>
92. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/523361.html>
93. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/518372.html>
94. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/487387.html>
95. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/704263.html>
96. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/660619.html>
97. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/701836.html>
98. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/667382.html>
99. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/483233.html>
100. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/63503.html>
101. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/69507.html>
102. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/435653.html>
103. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/285439.html>
104. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/340001.html>
105. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/74025.html>
106. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/311940.html>
107. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/395402.html>
108. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/197330.html>
109. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/210615.html>
110. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/124335.html>
111. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/369058.html>
112. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/324462.html>
113. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/291952.html>
114. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/617864.html>
115. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/654743.html>
116. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/664962.html>
117. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/699193.html>
118. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/565979.html>
119. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/107875.html>
120. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/428804.html>
121. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/574999.html>
122. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/701298.html>
123. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/667670.html>

124. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/635369.html>
125. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/683643.html>
126. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/247158.html>
127. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/698608.html>
128. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/437244.html>
129. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/710855.html>
130. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/413434.html>
131. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/706631.html>
132. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/554574.html>
133. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/653456.html>
134. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/680705.html>
135. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687755.html>
136. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/703138.html>
137. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711527.html>
138. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711464.html>
139. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711543.html>
140. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/31699.html>
141. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/308618.html>
142. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/326256.html>
143. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/242960.html>
144. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/237485.html>
145. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/8318.html>
146. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/198863.html>
147. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/508409.html>
148. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/18093.html>
149. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/22902.html>
150. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/365563.html>
151. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/607041.html>
152. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/703526.html>
153. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/252514.html>
154. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/645610.html>
155. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/693101.html>
156. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/689117.html>
157. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/570448.html>
158. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/289877.html>
159. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/685278.html>
160. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/699823.html>
161. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/555564.html>
162. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/710233.html>
163. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/400716.html>
164. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/676084.html>
165. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/469808.html>

166. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/522324.html>
167. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/558025.html>
168. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/451135.html>
169. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/710629.html>
170. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711498.html>
171. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711374.html>
172. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711459.html>
173. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711526.html>
174. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687436.html>
175. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/711395.html>
176. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/115755.html>
177. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/170329.html>
178. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/338094.html>
179. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/267328.html>
180. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/260454.html>
181. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/319751.html>
182. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/359940.html>
183. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/217278.html>
184. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/134253.html>
185. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/542454.html>
186. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/517790.html>
187. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/627936.html>
188. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/628577.html>
189. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/164523.html>
190. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/56446.html>
191. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/306930.html>
192. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/656453.html>
193. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/313286.html>
194. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/671152.html>
195. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/628000.html>
196. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/581207.html>
197. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687409.html>
198. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/675711.html>
199. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/526117.html>
200. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/516554.html>
201. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/72368.html>
202. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/647909.html>
203. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/657047.html>
204. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687109.html>
205. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/704604.html>
206. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/452699.html>
207. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/709150.html>

208. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/164289.html>
209. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/317345.html>
210. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687759.html>
211. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/543292.html>
212. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/524245.html>
213. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/271912.html>
214. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/654502.html>
215. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/603584.html>
216. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/615008.html>
217. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/706841.html>
218. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/588022.html>
219. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/677368.html>
220. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/573267.html>
221. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/604672.html>
222. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/656543.html>
223. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/253450.html>
224. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/368168.html>
225. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/464763.html>
226. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/702562.html>
227. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/216866.html>
228. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/590029.html>
229. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/660100.html>
230. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/621775.html>
231. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/135985.html>
232. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/449418.html>
233. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/122141.html>
234. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/657286.html>
235. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/471942.html>
236. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/664751.html>
237. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/592626.html>
238. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/634241.html>
239. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/640829.html>
240. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/630351.html>
241. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/465193.html>
242. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/333181.html>
243. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/263311.html>
244. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/182985.html>
245. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/616796.html>
246. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/503555.htm>
247. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/552887.html>
248. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/92279.html>
249. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/492605.html>

250. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/242356.html>
251. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/389135.html>
252. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/446657.html>
253. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/147560.html>
254. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/540562.html>
255. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/354601.html>
256. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/319780.html>
257. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/455246.html>
258. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/696693.html>
259. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/654858.html>
260. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/527354.html>
261. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/585501.html>
262. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/699109.html>
263. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/590904.html>
264. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/669699.html>
265. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/691150.html>
266. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/668314.html>
267. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/687136.html>
268. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/268300.html>
269. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/473900.html>
270. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/281499.html>
271. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/96225.html>
272. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/509207.html>
273. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/536211.html>
274. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/439674.html>
275. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/691691.html>
276. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/579621.html>
277. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/603418.html>
278. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/595276.html>
279. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/659440.html>
280. <http://www.pazintys.lt/en/details/view/442195.html>