

Vilniaus universitetas  
Komunikacijos fakultetas  
Informacijos ir komunikacijos katedra

Ieva Kuodytė

Ryšių su visuomene studijų programos 2 kurso studentė

**ŽINIASKLAIDOS ĮTAKA EKOLOGIŠKO VARTOJIMO DISKURSUI**  
MAGISTRO DARBAS

Vadovas asist. Ingrida Gečienė

Vilnius, 2011

*Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo autorius*

Ieva Kuodytė

(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

*Žiniasklaidos įtaka ekologiško vartojimo diskursui*

(bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

*Media influence on discourse of green consumption*

(bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

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

\_\_\_\_\_  
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

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

\_\_\_\_\_  
(bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

*Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovas*

**Bakalauro / magistro baigiamąjį darbą ginti** \_\_\_\_\_

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

\_\_\_\_\_  
(data) (bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

*Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja*

**Bakalauro / 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)

KU – 01 Žiniasklaidos įtaka ekologiško vartojimo diskursui: magistro darbas / Ieva Kuodytė; mokslinis vadovas Ingrida Gečienė ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2011. – 89, [4] lap. : lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: lap. 81– 85 (61 pavad.).

UDK 007-504(474.5)

**Reikšminiai žodžiai:** ekologiškas vartojimas, žiniasklaida, žiniasklaidos įtaka, žiniasklaidos įtakų teorijos, diskursas, ekologinis sąmoningumas

Magistrinio darbo *objektas* – ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje. *Darbo tikslas* - išanalizuoti ekologiško vartojimo diskursą žiniasklaidoje. *Darbo uždaviniai:* apžvelgti ekologiško vartojimo sampratą ir teorijas pasaulyje ir Lietuvoje; pateikti ir paaiškinti pagrindines žiniasklaidos įtakų teorijas; aptarti diskurso sampratą ir diskurso analizės galimybes; atlikti tyrimą kiekybiniu ir kokybiniu turinio analizės būdu ir nustatyti, kaip ekologiško vartojimo diskursas yra pateikiamas žiniasklaidoje.

Atlikus literatūros analizę, susijusią su analizuojama tema, pastebėta, jog ekologiškas vartojimas yra glaudžiai siejamas su ekologiniu sąmoningumu. Remiantis įvairiomis ekologinio sąmoningumo teorijomis nustatyta, jog ekologiškas vartojimas yra viena iš elgesio formų, kylanti iš ekologinio sąmoningumo.

Taip pat remiantis įvairia literatūra paaiškėjo, kad žiniasklaida, informuodama visuomenę apie ekologines problemas, vaidina svarbų vaidmenį formuojant ekologinį sąmoningumą. Šiuo atveju pagrindinėmis teorinėmis prielaidomis pasirinktos dienotvarkės sudarymo ir rėmų teorijos, kuriomis ir buvo grindžiamas tyrimas.

Svarbu buvo paaiškinti diskurso sampratą ir jo analizės galimybes. Paaiškėjo, kad diskursas yra tam tikra terpė, kur kalba ir kalbos išraiškos nebėra vien tik elementarūs komunikacijos atspindžiai, o tampa laidininku tam tikram pažinimui bei suvokimui atsirasti ir leidžia rinktis pačius pažinimo būdus.

Ekologiško vartojimo diskurso straipsniuose analizė buvo atlikta kiekybiniais ir kokybiniais analizės metodais. Prieita prie išvadų, kad straipsniuose egzistuoja tam tikros pasikartojančios siužetinės linijos, kurios tam tikru būdu įrėmina ekologiško vartojimo diskursą. Reiktų paminėti, jog dominuoja sąmoningumu grįsto ekologiško vartojimo siužetinė linija. Akcentuojamas žmogaus ekologinis sąmoningumas, kaip esminė ekologiško vartotojo savybė.

Magistro darbas gali būti naudingas žiniasklaidos atstovams ir komunikacijos disciplinos dėstytojams bei studentams.

## TURINYS

ĮVADAS.....	5
1. PROBLEMOS APIBRĖŽIMAS.....	8
2. EKOLOGIŠKO VARTOJIMO SAMPRATA IR TEORIJS.....	9
2.1. Ekologiško vartojimo samprata.....	9
2.2. Ekologiškas vartotojas.....	11
2.3. Ekologinis sąmoningumas.....	13
2.4. Aplinkosauga Lietuvoje.....	17
3. ŽINIASKLAIDA IR ŽINIASKLAIDOS ĮTAKŲ TEORIJS.....	20
3.1. Žiniasklaidos poveikio teorijos.....	21
3.2. Teorinės tyrimo prielaidos: dienotvarkės sudarymo ir rėmų teorijos.....	25
3.3. Ekologijos diskursas žiniasklaidoje.....	28
3.4. Žiniasklaidos vaidmuo Lietuvoje.....	32
4. DISKURSAS IR DISKURSO ANALIZĖ.....	33
4.1. Diskurso samprata.....	33
4.2. Diskurso analizė.....	37
5. EKOLOGIŠKO VARTOJIMO DISKURSO ŽINIASKLAIDOJE TYRIMAS.....	44
5.1. Metodologinis tyrimo pagrindimas.....	44
5.2. Ekologiško vartojimo diskurso tyrimo žiniasklaidoje rezultatai.....	45
5.2.1. Bendrosios ekologiško vartojimo diskurso žurnaluose charakteristikos.....	45
5.2.2. Ekologiško vartojimo diskurso žurnaluose turinys.....	53
5.2.3. Pagrindinės siužetinės linijos.....	58
5.3. Ekologiško vartojimo diskurso tyrimo rezultatų apibendrinimas.....	77
IŠVADOS.....	79
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	81
Media influence on discourse of green consumption (summary).....	85
Priedai.....	86
1 Priedas. Tyrime naudotų straipsnių sąrašas.....	86

## IVADAS

Pastaruoju metu visuomenėje išaugo susirūpinimas ekologinėmis problemomis, tam turi įtakos vis didėjanti klimato kaita, aplinkos tarša ir kenksmingų medžiagų naudojimas. Šie veiksniai daro reikšmingą poveikį aplinkai ir žmonių sveikatai. Kyla klausimas - kiek žmogus gali prisidėti prie gamtos išsaugojimo? Ką gali padaryti kiekvienas iš mūsų, norėdamas pristabdyti ar sumažinti jau padarytą žalą? Ekologiškas vartojimas, dar kitaip vadinamas „žaliuoju“ vartojimu, yra svarbus žingsnis link aplinkosauginio elgesio, kuris turi būti pagrįstas ekologiniu sąmoningumu.

Nors susidomėjimas ekologiškais problemomis pastebėtas jau nuo 1970 m., tačiau tik pastarąjį dešimtmetį jis įgauna naują „kvėpavimą“. Ekologiškas vartojimas sulaukia nemažai mokslininkų dėmesio, dažnai jis yra vertinamas kaip vienas iš ekologinio sąmoningumo veiksnių, tiriamas lygiagrečiai su darniu vartojimu.

Šiame darbe bus analizuojamas žiniasklaidos vaidmuo, konstruojant ekologiško vartojimo diskursą. Masinės visuomenės informavimo priemonės yra galingas įrankis, kuris konstruoja visuomenės suvokimą ir vertinimą įvairiais klausimais, tarp jų ir ekologiniais. Norint suvokti tam tikrus visuomenės pasirinkimus ir vertinimus svarbu įvertinti žiniasklaidoje pasirodančius tekstus ekologiško vartojimo temomis. Darbe bus siekiama suvokti ir išanalizuoti, kaip žiniasklaidoje yra konstruojamas ir rėminamas ekologiško vartojimo diskursas.

Reiktų paminėti, jog mokslo visuomenė mažai skyrė dėmesio ekologiško vartojimo ir žiniasklaidos santykiui. Dažniau pasitaiko tyrimų kuriuose analizuojamas žiniasklaidos vaidmuo ekologiniam sąmoningumui ar ekologiniam diskursui, tik šiame kontekste kartais galima rasti užuominų į ekologišką vartojimą. Ekologiško vartojimo tema yra aktuali tarp marketingo srities mokslininkų, tačiau ir čia tik fragmentiškai užsimenama apie žiniasklaidos vaidmenį.

Tyrime bus remtasi dviem žiniasklaidos poveikio teorijomis: dienotvarkės nustatymo ir rėmų teorijomis. Manoma, kad šios teorijos gali labiausiai padėti atskleisti ekologiško vartojimo diskursą žiniasklaidoje, kadangi šiomis teorijomis aiškinama, kaip žiniasklaida formuoja ir rėmina tam tikras temas, kiek dėmesio yra joms skiriama, o tai yra aktualu analizuojamai temai.

Darbe remtasi pačia naujausia literatūra: Lietuvos ir užsienio mokslininkų straipsniais ir monografijomis. Analizuojant temą labai padėjo tokių mokslininkų kaip Dunlap, Stern, Entmann, Telešienės, Rannikk, Preisendorfer, Inglehart, Diekmann, Giddens, Beck, Juraitės, Goffman, McQuail, Trumbo, Hannigan, Bonfadelli, Hajer, van Dijk, Poškienės darbai ir išvalgos.

Atliekant tyrimą bus taikoma diskurso analizės strategija. Diskurso analizė leidžia pažvelgti į ekologišką vartojimą, kaip į socialinį reiškinių, kuris yra konstruojamas per įvairius tekstus. Diskurso analizė remiasi kalbos konstruktyviais efektais ir sieja įvairių kontekstą su tekstu, todėl tai padės

šiam darbe atskleisti, kaip yra kuriamas ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje. Siekiant patvirtinti išsikeltas hipotezes tyrimo eigoje bus atlikta kiekybinė ir kokybinė turinio analizė.

Atlikdami ekologiško vartojimo diskurso tyrimą, koncentruosimės į tradicinėje žiniasklaidoje, o konkrečiai žurnaluose, formuojamą ekologiško vartojimo diskursą.

Darbe iškeltos hipotezės:

- Ekologiškas vartojimas žiniasklaidoje glaudžiai siejamas su ekologišku sąmoningumu.
- Ekologinės problemos ir žmogaus sveikata žiniasklaidoje pateikiami kaip pagrindiniai motyvai, skatinantys ekologišką vartojimą.
- Žiniasklaidoje ekologiškas vartojimas yra ideologizuojamas.

Tyrimo objektas – ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje.

Tikslas – išanalizuoti ekologiško vartojimo diskursą žiniasklaidoje.

Uždaviniai :

1. Apžvelgti ekologiško vartojimo sampratą ir teorijas pasaulyje ir Lietuvoje.
2. Išnagrinėti ekologinio sąmoningumo sampratą, jį susiejant su ekologišku vartojimu.
3. Pateikti ir paaiškinti pagrindines žiniasklaidos įtakų teorijas.
4. Aptarti diskurso sampratą ir diskurso analizės galimybes.
5. Atlikus kiekybinį ir kokybinį turinio analizės tyrimą nustatyti, kaip ekologiško vartojimo diskursas yra pateikiamas žiniasklaidoje.

Tyrimo metodai:

- Teoriniai: mokslinės literatūros analizė nagrinėjama tema.
- Empiriniai: kiekybiniai ir kokybiniai turinio analizės metodai ekologiško vartojimo tema žurnaluose.

Darbo struktūrą sudaro turinys, įvadas, teorinė dalis, tiriamoji dalis, išvados, bibliografinių nuorodų sąrašas, santrauka anglų kalba ir priedai.

Teorinėje dalyje bus apibrėžiama ekologiško vartojimo svarba ir samprata, pateikiamos pagrindinės ekologišką vartojimą grindžiančios teorijos. Aiškinama ekologinio sąmoningumo samprata ir pagrindinės tai aiškinančios teorijos. Ekologinio sąmoningumas išskirtas, nes jis glaudžiai susijęs su ekologišku vartojimu, kadangi dažniausiai ekologiškas vartojimas yra aiškinamas ekologinio sąmoningumo kontekste. Taip pat bus aptariamas aplinkosauginis judėjimas Lietuvoje, jo raida. Bus aktualizuojamas žiniasklaidos vaidmuo, išskiriamos pagrindinės žiniasklaidos įtakos teorijos, aptariama žiniasklaida Lietuvoje. Išskiriamos pagrindinės žiniasklaidos įtakos teorijos, kuriomis bus remtasi darbe. Aiškinamas žiniasklaidos vaidmuo ekologijos diskursui. Išskirtoje diskurso dalyje analizuojama diskurso samprata, diskurso raida, diskurso analizės galimybės.

Tiriamojame dalyje bus pateikiamos tyrimo metodologinės prielaidos. Aprašoma ir analizuojama kiekybinė ir kokybinė turinio analizės žurnaluose. Pagrindinė tyrimo užduotis – išsiaiškinti, kaip vaizduojamas ekologiškas vartojimas žiniasklaidoje. Pateikiami tyrimą apibendrinantys rezultatai.

**Darbo mokslinė vertė ir teorinis naujumas.** Ekologiškas vartojimas - gan plati tema, kurią nagrinėja įvairių sričių mokslininkai. Tačiau dažniausiai ši tema būna paliečiama marketingo kontekste arba analizuojant ekologinį sąmoningumą. Žiniasklaidos įtaka ekologiško vartojimo diskursui – dar mažai, pavienių mokslininkų, nagrinėta sritis. Šio darbo autoriui buvo iššūkis rašant darbą ir atliekant tyrimą, kadangi nėra Lietuvoje atlikta daug tyrimų susijusių su analizuojama tema. Nerasta tyrimų, kurie analizuotų, kaip žiniasklaidoje yra formuojamas ekologiško vartojimo diskursas. Be to, šios temos pobūdis yra tarpdisciplininis, kuris atsirado dėl tyrimo objekto. Tikimasi, jog šis darbas bus naudingas tolesniems, panašaus pobūdžio teoriniams ir empiriniams tyrimams.

## 1. PROBLEMOS APIBRĖŽIMAS

Pastaruosius metus visuomenėje ekologiškas vartojimas tapo aktuali tema. Susidomėjimą ekologišku vartojimu paskatino ekologinės problemos, kurios yra analizuojamos ir aptarinėjamos visuomenėje. Klimato atšilimas, pasaulio resursų mažėjimas, žmogaus sveikatos problemos – ryškė šiuolaikinėje visuomenėje. Ilgą laiką žmonės, gyvenę materialistiniame pasaulyje, pasiklioję vien moderniomis technologijomis, pradėjo ieškoti išeities iš susiklosčiusių problemų, kurias jie patys ir sukūrė. Žmogaus pramoninė veikla, besaikis produktų, ypač sintetinių, vartojimas dažnai apibrėžiamas kaip pagrindinės priežastys, kurios veikia neigiamai ne tik aplinką, o taip pat ir žmogaus sveikatą.

Žmonės atkreipė dėmesį į natūralumą, kurio jie pradėjo siekti įvairiose gyvenimo srityse. Ekologiškas vartojimas yra laikoma viena iš išeičių, kuri gali kažkiek prisidėti prie žmonijos sukurtų ekologinių problemų mažinimo. Pasaulyje ekologiškas vartojimas, atsiradęs prieš gerą dešimtmetį, tai atslūgsta, tai vėl atgimsta. Tačiau yra aišku, kad žmonijai kito kelio nėra, tik stengtis gyventi ekologiškiau, grįžti prie natūralumo.

Lietuvoje ekologiškas vartojimas, o taip pat ir ekologiškas gyvenimo būdas palaipsniui tampa aktuali tema tarp visuomenės narių. Žmonės stokoja objektyvios ir aiškios informacijos, kodėl reikia vartoti ekologiškai ir kas apskritai yra tas ekologiškas vartojimas. Šiuo atveju ekologiškas vartojimas yra apaugęs įvairiais mitais ir skepticizmu. Dažnai kalbama, jog ekologiškas vartojimas, tai dar viena vartojimo atšaka, kuria siekiama, kita forma prisijaukinti vartotoją, dar viena postmoderniosios visuomenės išmonė, o greičiau pramonininkų sugalvotas pasipelnymo būdas, kuriuo žmonėms „žaliai plaunamos smegenys“. Tačiau yra ir teigiama medalio pusė – tai sąmoningumo skatinimas. O šiuo atveju ekologiškas vartojimas dažnai neapsieina be siekio informuoti vartotoją, paskatinti jį susimąstyti apie aplinkai daromą žalą. Tai yra prasmingas vartojimas, kitaip tariant, socialiai atsakingas vartojimas, kuris yra daugiau nei vien vartojimas, o sąmoningo elgesio su gamta vienas iš veiksmų.

Taigi, žiniasklaida šiuolaikinėje visuomenėje yra laikoma viena iš nuomonės formuotojų, ji kuria tam tikrus socialinius konstruktus, rėmina aktualius klausimus ir temas. Dažnai apie žiniasklaidą kalbama neigiamai, ypač kai paliečiama vartojimo tema. Tačiau reiktų pasakyti, jog žiniasklaida gali ne tik prisidėti prie neigiamo visuomenės elgesio ir požiūrio formavimo, bet ji, išskeldama tam tikrus problemos aspektus ir juos atitinkamai įremindama, gali paskatinti visuomenę sąmoningam mąstymui ir elgesiui. Darbe bus nagrinėjama, kaip žiniasklaida prisideda prie teigiamo ekologiško vartojimo diskurso formavimo, kiek per šį diskursą ji akcentuoja sąmoningą ir atsakingą požiūrį ir elgesį ekologijos atžvilgiu.



## 2. EKOLOGIŠKO VARTOJIMO SAMPRATA IR TEORIJOS

Šioje dalyje bus apžvelgtos pagrindinės ekologiško vartojimo ir su juo susijusios teorijos.

### 2.1. Ekologiško vartojimo samprata

Kaip vartoti, ką vartoti, kiek vartoti yra kiekvieno žmogaus individualus pasirinkimas. Žinoma, vartojimo įpročius gali lemti daugelis veiksnių, tačiau galutinis pasirinkimas yra nulemtas paties žmogaus. Ekologiškas vartojimas gali būti vienas iš tų pasirinkimų.

Warde (2005) teigė, jog vartojimas pats savaime nėra praktika, o yra momentas beveik kiekvienos praktikos. Šis apibrėžimas galima sakyti, sumažina individualias galimybes keisti vartojimo įpročius. Pavyzdžiui, didesnis ar mažesnis energijos naudojimas yra tik labai limituotas individualus sprendimas, tai yra pirmiausia integruota socialinės praktikos dalis, tokios kaip gyvenimas pagal tam tikrą susitarimą, skalbimas, valgio gaminimas, maitinimasis, vairavimas it t. t., kurie visi yra savo pobūdžiu sistemiskai – techniškai, ekonomiškai ir kultūriškai įtraukti į tam tikrą socialinį modelį (Brand 2008; Southerton, Warde ir Hand 2004).<sup>1</sup>

Ekologiško vartojimo tema tapo aktualia visuomenėje trečio tūkstantmečio pradžioje, kai ypatingai padidėjo susirūpinimas ekologinėmis problemomis, tokiomis kaip klimato kaita, ozono sluoksnio mažėjimas, miškų kirtimas ir pan. Ypatingas susidomėjimas ekologinėmis problemomis taip pat yra siejamas ir su padidėjusiu žiniasklaidos dėmesiu klimato kaitai ir kitoms ekologinėms problemomis, kurios dažniausiai nušviečiamos kaip žmogaus veiklos padarinys.

Naujų technologijų atradimai ir techninių galimybių vystymasis per pastaruosius 200 metų suteikė žmogui galimybę visais įmanomais būdais išnaudoti aplinką socialinėms reikmėms. Tam tikri žmogaus veiklos faktai „patys kalba už save: kiekvieną dieną į aplinką patenka 60 milijonų CO<sub>2</sub>, sugaunama 200,000 t žuvų, sunaikinama 50,000 miškų, išnyko daugiau nei 100 gyvūnų rūšių, 20,000 ha dirbamos žemės degradoja“.<sup>2</sup>

Dauguma empirinių tyrimų nustatė, jog visuomenės rizikos kontraversijos, su maisto gamyba susiję skandalai ar klimato kaita gali būti išgyvenama kaip sunki, keičianti nusistovėjusią tvarką situacija, kuri gali tam tikru lygiu paskatinti norą keisti vartojimo įpročius.

Ekologiškas vartojimas dar yra vadinamas darniu vartojimu arba „žaliuoju“ vartojimu. Tai yra vartojimas grindžiamas produkto ar paslaugos pasirinkimu, atsižvelgiant ne tik į produkto kainą ar

<sup>1</sup> BRAND, K. W, Social Practices and Sustainable Consumption: Benefits and Limitations of a New Theoretical Approach. *Environmental Sociology* 2010, Part 3, p. 222

<sup>2</sup> SIEBENHUNER, B., HEINRICHS, H., Knowledge and Social Learning for Sustainable Development, *Environmental Sociology*, 2010, Part 3, p. 187

kokybę, bet ir perkamo produkto gamybos ir naudojimo poveikį aplinkai. Taigi svarbu ekologiškam vartojimui ne tik pats vartojimas savaime, bet ir to vartojimo pasekmės. Jis yra mažiau žalingas aplinkai.

Darnios plėtos taryba 1995 m. priėmė šiuo metu galiojančią darnaus vartojimo apibrėžimą: „Paslaugų ir gaminių, susijusių su pagrindiniais poreikiais, ir pagerinančių gyvenimo kokybę, vartojimas, kuo mažiau naudojant nenatūralių žaliavų ir toksinių medžiagų ir kartu mažinant atliekų bei teršalų kieki per visą būvio ciklą, siekiant nesukelti pavojaus ateities kartoms.”<sup>3</sup>

Išskiriami pagrindiniai subalansuoto vartojimo tikslai:<sup>4</sup>

1. *mažiau* – radikalus visų medžiagų naudojimo mažinimas visose išsivysčiusios ekonomikos šalyse;

2. *daugiau* – subalansuota ekonomikos plėtra besivystančiose šalyse;

3. *etiškai* – subalansuoto vartojimo formų pokyčiai, pagrįsti vertybių ir kultūros permąstymu pradžioje ir galimybėmis bei perskirstymu - vėlesniuose etapuose.

Taigi, ekologiškas vartojimas, galima sakyti, yra viena iš darnaus vartojimo atšakų.

Ekologiškų produktų gamyba skiriasi nuo kitų produktų gamybos tuo, jog jiems gaminti naudojama mažiau gamtinių išteklių ir mažiau teršiama aplinka. Naudojami atsinaujinantys, aplinkai palankūs energijos ištekliai. Ekologiškų produktų sudėtyje yra mažiau arba visai nėra pavojingų, toksinių medžiagų, todėl jie nekelia pavojaus sveikatai ir mažiau teršia aplinką. Šie produktai dažnai yra ilgaamžiai, o jų atliekos tinkamos perdirbimui ar antriniam panaudojimui.

Vartotojai atpažįsta ekologiškus produktus nuo kitų pagal specialiai jiems skirtą ženklumą, kuris yra grafinis simbolis, nurodytas ant produkto etiketės. Ekologiškų produktų ženklinimo sistema imta diegti, siekiant sumažinti gaminio kenksmingą poveikį aplinkai. Ekologiškų produktų ženklinimas yra reikalingas tam, kad vartotojas nepasimestų tarp gausybės produktų pasiūlos ir sugebėtų atsirinkti. Ženklinimas yra svarbiausia informacija apie produkto ekologiškumą.

Ekologinis ženklas suteikiamas atlikus nuodugnius produkto ar paslaugos tyrimus, remiamasi moksliniais duomenimis. Atsižvelgiama į visą produkto ciklą nuo jo pagaminimo iki tinkamo sutvarkymo po panaudojimo.

*Ekologiniai ženklai Europos Sąjungoje*

„Žydrasis angelas” – tai tarptautinis ženklas, kuris yra seniausias pasaulyje. Šiuo ženklu yra ženklinami įvairūs produktai ir paslaugos: automobilių dalys, statybinės medžiagos ir konstrukcijos, valymo priemonės, popieriaus ir kartono gaminiai. Baldai, biurų įrangos, plastikiniai gaminiai ir kt.<sup>5</sup>

„Šiaurės gulbė“ – šiuo ekologiniu ženklu žymimi cheminiai preparatai, kosmetika ir kt.

„ES – gėlė” – žymimi aplinkai palankūs gaminiai, tarp jų ir turizmo paslaugos.

<sup>3</sup> <http://www.darnusvartojimas.org/files/2-darnus-vartojimas/22-vartojimo-poveikis-aplinkai.pdf>

<sup>4</sup> Ten pat.

<sup>5</sup> SIEBENHUNER, B., išnaša 2. p. 188

„Energijos žvaigždė“ – žymimos buitinė prekės pasižyminčios energijos efektyvumu ir taupymu.

„Ekologiškas žemės ūkis“ – žymimi ekologiški maisto produktai. Galutinis produktas turi būti 95 procentus ekologiškas.

„Europos lapas“ – naujas Europos Sąjungos ekologinis ženklas, pradėtas naudoti nuo 2010 m. liepos 1 d. Šiuo ženklu privaloma žymėti ekologiškus fasuotus produktus.

#### *Ekologiniai ženklai Lietuvoje*

Lietuvoje ekologinio ženklinimo sistema pradėta kurti nuo 1996 metų.

„Vandens lelija“ – ženklinami ne maisto produktai. Ženklo suteikimo kriterijai parengti pagal atitinkamus Europos Sąjungos Komisijos reikalavimus. Lietuvos rinkoje dar nėra nė vieno gaminio paženklinto Vandens lelijos ženklu.<sup>6</sup>

„Ekoagros“ – šiuo ženklu ženklinami žemės ūkio ir maisto produktai.

„Ekologinis žemės ūkis“ – įvestas 2007 m. Žymimi žemės ūkio ir maisto produktai. Šis ženklas naudojamas kartu su „Ekoagros“ ženklu.

Kaip matyti, ekologišku ženklų yra nemažai, todėl svarbu, kad žmonės juos žinotų, nes dažniausiai tik tokiu būdu, galima atskirti, kas tikrai yra ekologiškas produktas

## **2.2. Ekologiškas vartotojas**

Kalbant apie vartotoją, kuris vartoja ekologiškus produktus, tai svarbiausia yra akcentuojamas jo sąmoningumas. Svarbu, kad vartotojas suvoktų, jog pasirinkdamas ekologišką produktą jis prisidės prie aplinkos tausojimo, o taip pat skatins švaresnę gamybą.

Nagrinęjant vartotojų elgseną dažniausiai laikomasi požiūrio, kad žmogaus kaip individo nuostatos ir įpročiai vaidina svarbiausią vaidmenį priimant kasdieninius sprendimus, ką pirkti, kiek pirkti ir panašiai, todėl daug dėmesio skiriama vartotojų vertybinių nuostatų bei jų įtakos vartojimo elgsenai tyrimams.

Šiuolaikinės aplinkos apsaugos atsiradimą vakarų Europoje galima aptikti jau 1960 m. ir ankstyvaisiais 1970 m. Susirūpinimas kilo dėl vartojimo ir produktų poveikio aplinkai. Tuo metu iškilo diskusijos susijusios su industrinių teršalų, o taip pat ir ekonominio bei populiacijos augimo poveikio sveikatai (Cohen, 2010).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.krda.lt/eko/ekomarks/pez>

<sup>7</sup> COHEN, M., 'The Emergent Environmental Policy Discourse on Sustainable Consumption', in M. Cohen ir J. Murphy *Exploring Sustainable Consumption: Environmental Policy and the Social Sciences*, 2001, pp. 21–37. London: Pergamon.

Dabar vakarų kultūrose ekologiškas arba žaliasis vartojimas yra suvokiamas, kaip vienas iš aplinkosauginių reformų elementų (Buttel, 2003)<sup>8</sup>. Tai apsprendžia vartotojų atsakomybę atsižvelgiant į aplinkos problemas ir skatina juos pasirinkti aplinkai draugišką gyvenimo būdą.

Stebint vartotojo elgesio modelius galima apibūdinti jo gyvenimo būdą arba kitaip, gyvenimo stilių. Suprasti vartotojo pasirinkimą galima nustatčius jo gyvenimo būdą pagal jo naudojamus produktus ir analizavimas, kaip jis renkasi produktus kategorijų įvairovėje.

Šiuo metu vis dar diskutuojama, ar vartotojas turi prisiimti bendrą atsakomybę kartu su gamintojais dėl aplinkos problemų. Vieni aplinkosaugininkai pabrėžia sumažinto vartojimo svarbą, kiti teigia, jog mažesnio vartojimo ar „žaliųjų“ produktų vartojimo skatinimas nėra efektyvus būdas prisidėti prie aplinkai draugiškų socialinių pasikeitimų.<sup>9</sup>

Pastaruosius dešimtmečius atsirado vartotojo koncepcija, kuris savanoriškai ištraukia į aplinkai draugišką vartojimą, ir dabar marketingo srities specialistų, marketingo mokslininkų, sociologų ir aplinkosaugininkų yra vadinamas „žaliuoju“ vartotoju. Dažnai „žaliasis“ vartotojas yra priskiriamas politiniam ir etiškam vartojimui.

Nuo 1990 m. darnaus vystymosi diskursas iš esmės pakeitė aplinkosauginius debatus, o taip pat restruktūrizavo mokslininkų tyrimus, orientuotus į ekologišką žinojimą ir elgesį. 1992 metais Rio de Žaneiro konferencijoje buvo patvirtinta „Agenda 21“, kuri nustatė, jog vartojimo ir produkcijos modelių pasikeitimas yra esminiai įgyvendinant darnų vystymąsi. Nuo tada darnus vartojimas ir gamyba tapo esminiai klausimai įvairių tarptautinių rėmimų ir tyrimų programose. Dėl šios priežasties nuo dešimto dešimtmečio pabaigos ekologinio elgesio tyrimai buvos labiausiai orientuoti į „darnų vartojimą“ (Tukker ir kt. 2008). Darnaus vartojimo tyrimai labiau apėmė tokius kasdienio vartojimo aspektus kaip namų ruoša, šildymas, maisto gaminimas, skalbimas, transportavimas ir kt. Gronow ir Warde tokį vartojimą vadinama „kasdieniniu vartojimu“ (Gronow ir Warde 2001). Šis vartojimas taip pat daro tam tikrą poveikį aplinkai.<sup>10</sup>

Nuo 1970 metų marketingo tyrėja siekė identifikuoti ir apibūdinti ekologiškai sąmoningo vartotojo profilį, tuo pačiu metu buvo siekiama pagelbėti „žaliesiems“ vartotojams apsispręsti. Sociologai taip pat siekė iširti naujo socialinio judėjimo, kuris grįstas aplinkosauginiu aktyvizmu, narių gyvenimo būdą ir vartojimą (Purdue et al., 1997; Shepherd, 2002; Horton, 2003).<sup>11</sup>

Bandymas spręsti aplinkosaugos problemas per žmonių asmeninį vartojimą, gali būti siejamas su žaliųjų organizacijomis ir kuriamu „žaliuoju“ sąmoningumu. Atsižvelgdami į materialų

---

<sup>8</sup> BUTTEL, F., Environmental Sociology and the Explanation of Environmental reform. *Organization & Environment* 16(3): 2003, p. 306–44

<sup>9</sup> CONNOLLY, J., PROTHERO, A., Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions *Journal of Consumer Culture*, 2008, p. 118 prieiga per internetą: <http://joc.sagepub.com/content/8/1/117>

<sup>10</sup> BRAND, K. W., Social Practices and Sustainable Consumption: Benefits and Limitations of a New Theoretical Approach. *Environmental Sociology* 2010, Part 3, p. 219

<sup>11</sup> CONNOLLY, J., išnaša 9

vartojimo aspektą, dauguma aplinkosaugininkų per pastaruosius trisdešimt metų ragino vartotojus atsisakyti tam tikrų vartojamų produktų, skatino perdirbimą ir viešo transporto naudojimą. Šiuo metu ekologiškas vartojimas tapo neatsiejamas nuo darnaus vystymosi diskurso, tai yra sąvokų darnus vartojimas ir darnaus vystymasis.

Pastarojo dešimtmečio tyrimai rodo jog labiausiai žaliajame vartojime progresuojantis yra maisto produktų ir buičiai naudojamų prekių vartojimas.

Mokslininkų atlikti tyrimų rezultatai parodė, jog asmeninės-filosofinės vertybės ir emocijos daro didžiausią įtaką aplinkosauginiam elgesiui (Grob 1995). Kitas pavyzdys būtų Hines et al. meta-analizės, kurių metu buvo apibendrinti 128 tyrimai. Tyrimo duomenys parodė, jog didžiausią įtaką aplinkosauginiam sąmoningumui daro: žodinis įsipareigojimas, nuostatos, atsakomybės jausmas, ekonominė orientacija ir socio-demografiniai kintamieji<sup>12</sup>

Priešingai, normų aktyvavimo modelyje (Schwartz, 1977), individualus žodinis įsipareigojimas pirmiausia yra nustatomas pagal asmeninių normų aktyvavimą. Tyrimo rezultatai patvirtino aplinkosauginį suvokimą, rizikos suvokimą, elgsenos padarinių pripažinimą, atsakomybės suvokimą ir krizes pagrindiniais faktoriais įtakojančiais aplinkosauginį elgesį.<sup>13</sup>

Sekančiame poskyryje bus plačiau nušviečiama ekologinio sąmoningumo samprata.

### 2.3. Ekologinis sąmoningumas

Ekologinis sąmoningumas yra neatsiejamas nuo ekologiško vartojimo. Dažnai ekologinis sąmoningumas yra lemiamas veiksnys, kuris įtakoja ekologišką vartojimą, tai yra apsisprendimą gyventi ekologiškiau.

Dažniausiai ekologinė sąmonė, ekologinis sąmoningumas suvokiamas, kaip ekologinių problemų reikšmės didėjimas šiuolaikinėje, modernioje visuomenėje. Kaip jau minėta prieš tai, ekologinio sąmoningumo koncepcija apima: ekologinių klausimų žinojimą, ekologinį elgesį, ekologinį požiūrį. Ekologinių problemų suvokimas apima, žinojimą ir informaciją, kurią žmonės turi apie aplinką, mus supančią gamtą, augaliją ir gyvūniją, ekologines problemas ir priežastis, pasekmes ir sprendimus. Ekologinis suvokimas reikalingas žmonių ekologiniam elgesiui, kuris apibrėžiamas, kaip socialiai sąmoningas elgsenys aplinkos atžvilgiu.<sup>14</sup>

---

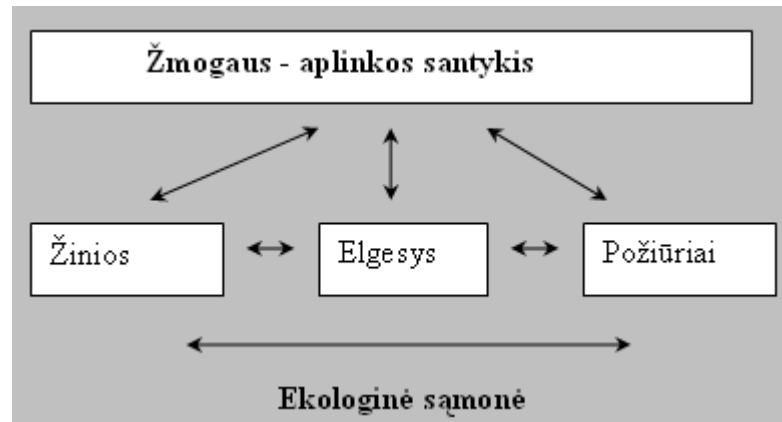
<sup>12</sup> ARLT, D., HOPPE, I., WOLLING, I., Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions. In *International Communication Gazette* January 6, 2011 vol. 73 no. 1-2, p. 48 prieiga per internetą: <http://gaz.sagepub.com/content/73/1-2/45.full.pdf+html>

<sup>13</sup> ARLT, D., HOPPE, I., WOLLING, I., išnaša 12.

<sup>14</sup> JURAITĖ, K., *Ekologinė sąmonė ir masinė komunikacija: visuomenės nuomonės apie aplinkosaugą konstravimas žiniasklaidoje*, daktaro disertacijos santrauka, Kaunas 2002 m. Vytauto Didžiojo Universitetas. 12 p.

Žemiau pateikiamas P. Rannikk ekologinės sąmonės konceptualusis modelis, kuriame atsispindi ekologinio sąmoningumą lemiantys veiksniai: žinios, elgesys, požiūriai.

1 paveikslas. P.Rannikk ekologinės sąmonės konceptualusis modelis (Juraitė, 2002)



Sociologas N. A. Tolokoncev pateikė tokį ekologiško sąmoningumo apibrėžimą (cituoja Juraitė, 2002, p. 27), „ekologinė sąmonė, tai žmogaus kaip socialinės būtybės santykio su jį supančia gamtine aplinka refleksija visuomenės nuomonėje, kurio prielaida yra objektyvių pačios gamtos dėsningumų, visuomenės ir gamtos santykių mechanizmų pažinimas, antropogeninių veiksnių poveikio gamtinei aplinkai, taip pat ir antropogeniškai paveiktos gamtinės aplinkos „antrosios gamtos“ poveikio pačiam žmogui ir visai visuomenei supratimas“.

Ekologiškai orientuotas elgesys laikomas socialiai sąmoningu elgesiu, kuris remiasi socialinės atsakomybės suvokimu ir apima individualius bei visuomeninius tikslus, taip siekdamas juos patenkinti atitinkamai elgdamasis.

Ekologinės sociologijos tyrėjai padarė išvadą, jog žmonės yra labiau linkę elgtis aplinkos naudai, jei reikalaujama mažai pastangų, nereikia įdėti daug laiko ir pinigų. Pabrėžiama, kad ekologinį elgesį gali įtakoti bei varžyti vidiniai barjerai, tai ir socialinės normos, vertybės, tikėjimas, žinios ir įgūdžiai, patirtis, o taip pat ir išoriniai trukdžiai, egzistuojantys socialinėje ir ekonominėje aplinkoje (Gardner'is ir Stern'as, 1996).

Dauguma tyrimų apie visuomenės ekologinį sąmoningumą parodė, kad socioekonominiai faktoriai tokie kaip amžius, lytis, išsilavinimas, profesija, uždarbis, politinės pažiūros, tautybė ir gyvenama vieta gali diferencijuoti visuomenės ekologinį susirūpinimą, tačiau šių elementų poveikis ekologinio susirūpinimo stiprumui nėra labai reikšmingas (Cotgrove, Rey, Preisendorfer ir Mertig).<sup>15</sup>

Ilgai buvo manoma, kad kylant ekonominiam šalies lygiui, didėja šalies gyventojų sąmoningumas (Affluence hypothesis). Ši post-materialistinė hipotezė, kurią išskėlė Inglehart buvo orientuota į išsivysčiusias visuomenes, kurios yra pajėgios spręsti ekologines problemas, buvo

<sup>15</sup> JURAITĖ, K..., išnaša 14.

teigiama, kad tik tokioms šalims ekologinis susirūpinimas yra prieinamas. Tačiau ši hipotezė buvo stipriai kritikuojama ne tik dėl to, kad ekologinės problemos laikomos „prabanga“, bet taip pat ir dėl to, kad nepaisė objektyvios ekologinės situacijos ir rėmėsi tik socialinių pokyčių teorijomis.<sup>16</sup> Ši post-materialistinė hipotezė, kurią iškėlė Inglehart buvo orientuota į išsivysčiusias visuomenes, kurios yra pajėgios spręsti ekologines problemas. Buvo teigiama, kad tik tokioms šalims ekologinis susirūpinimas yra prieinamas. Tačiau ši hipotezė buvo stipriai kritikuojama ne tik dėl to, kad ekologinės problemos laikomos „prabanga“, bet taip pat ir dėl to, kad nepaisė objektyvios ekologinės situacijos ir rėmėsi tik socialinių pokyčių teorijomis.<sup>17</sup>

2008 metais Barselonoje vykusiame Pasaulio sociologų asociacijos (ISA) kongrese žinomas aplinkosaugos sociologas R. Dunlap paneigė post-materialistinę hipotezę. Jis teigia, kad nėra jokio ryšio tarp augančio šalių BVP ir ekologinės sąmonės rodiklių. R. Dunlap teigė, kad ekologinis palaikymas yra aptinkamas tarp visų visuomenės socialinių grupių, nepriklausomai ar šalis yra išsivysčiusi, ar ne (Dunlap, 2008).

Ekologinį elgesį taip pat aiškina racionalaus pasirinkimo teorija (RPT), kuri remiasi metodologiniu individualizmu. Ekologiniuose tyrimuose racionalaus pasirinkimo teorija yra naudojama numatyti ekologinį suvokimą, požiūrį ir elgesį mikro lygyje ir atskleisti ekologines pasekmes makro lygyje. Fundamentaliausias RPT pastebėjimas yra tas, kad ekologinės problemos yra visuomenės dilemos, apie individualius tyčinius veiksmus, vedančius į neigiamus bendrus padarinius, rezultatas.<sup>18</sup>

Ekologijos mokslininkai dažniausia racionalaus pasirinkimo teorija aiškina individualų ekologinį elgesį tokį kaip atliekų rūšiavimas, energijos taupymas, ar keliavimo būdo pasirinkimas.

Diekmann ir Preisendörfer (2003) taip pat iškėlė „mažų išlaidų hipotezę“. Tyrimai parodė, jog ekologinis susirūpinimas turi didesnę įtaką „mažų išlaidų“ elgesiui, tokių kaip atliekų rūšiavimas ar ekologiškų produktų pirkimas, nei „didelių išlaidų“ elgesiui, tokių kaip važiavimas atostogų ar apsipirkti be automobilio.<sup>19</sup>

Kita ekologišką elgesį aiškinti teorija yra „motyvuotų veiksmų teorija“. Pagrindinė šios teorijos mintis yra tai, jog individai turi asmeninių vertybių įvairovę ir kiekviena iš tų vertybių užima skirtingą svarbumo lygį. Šie kriterijai lemia tinkamiausio elgesio pasirinkimo vertinimą (Ajzen ir Fishbein 1980).<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> JURAITĖ, K., išnaša 14. p. 13

<sup>17</sup> JURAITĖ, K., išnaša 14. p. 13

<sup>18</sup> PREISENDORFER, P., LIEBE, U., Rational Choice Theory and the Environment: Variants, Applications, and New Trends by Ulf Liebe, *Environmental Sociology*, Publisher: Springer, 2010, p. 141

<sup>19</sup> PREISENDORFER, P., LIEBE, U., išnaša 18, p. 148

<sup>20</sup> KOTCHEN, M. J.; ir REILING, S. D., Environmental attitudes, motivations and contingent valuation of nonuse values: A case study involving endangered species, in *Ecological Economic.*, 32: 2000, p. 95

Kai kurie mokslininkai tiria šiuolaikinėje visuomenėje iškilusias ekocentrtines vertybes. Ekocentrinės vertybės apibrėžiamos kaip susivienijimas su gamta, aplinkos apsauga, taršos prevencija ir pagarba žemei, pasaulio grožiui. Sociologas P. Stern et al. nustatė, jog ekocentrinės vertybės eina lygiagrečiai kartu su homocentrinėmis vertybėmis (pasaulio taika, lygybė, socialinis teisingumas, naudingumas). Tyrimas parodė, jog žmonės, kurie pasižymėjo ekocentrinėmis vertybėmis taip pat buvo linkę paremti ir homocentrtines vertybes.<sup>21</sup>

Šalia kitų ekologinių sąmoningumą aiškinančių teorijų reiktų paminėti Naująją ekologinę paradigmą (NEP). NEP akcentuoja ekologinės pasaulėžiūros ir ekocentrinų vertybių orientaciją. Ši paradigma (NEP) yra priešinga Dominuojančiai socialinei paradigmai (DSP). DSP apima antropocentrinio pasaulėvaizdžio ir vertybių orientaciją. Dunlap (2000) teigė, kad Dominuojanti socialinė paradigma, kuri pabrėžia mokslo ir technologijų vaidmenį, modernioje industrinėje visuomenėje yra laipsniškai išstumiamą Naujos ekologinės paradigmos. NEP iliustruoja visuomenės suvokimą, kad žmogus yra dalis planetos ekosistemos ir, kad modernioji industrinė visuomenė palaipsniui nenumaldomai naikina ekosistemą. Todėl žmonės turi pakeisti savo pasaulėvaizdį ir gyvenimo būdą tam, kad išvengtų drastiškų ekologinių problemų ir sukurtų, išlaikančią ekologinę pusiausvyrą, visuomenę.

Vienas iš teorinių požiūrių teigia tai, kad šiuolaikinėje visuomenėje vertybės keičiamos link ekocentristinių vertybių orientacijos, gali būti aiškinama ir padidėjusiu prieinamos mokslinės informacijos srautu, kuris yra orientuotas į globalinius ekologinius klausimus. Šis požiūris teigia, jog ekologinės vertybės atsiranda tik tam tikrose socialinėse grupėse ir yra susijusios su asmenine patirtimi. Reiktų paminėti, kad sudėtinga nustatyti, kuri teorija yra teisingiausia, nes vertybių kitimas yra ilgalaikis procesas, reikalaujantis ilgalaikių ir nuoseklių tyrimų.

Galima sakyti, jog informacijos vaidmuo yra taip pat labai svarbus visuomenės susirūpinimui ekologinėmis problemomis. Natūralu, kad žmogus daugiau žinodama ir girdėdamas apie ekologines problemas, daugiau apie jas galvos ir, galima manyti, taip bus veikiami jo įsitikinimai ir elgesys. Ši faktą pagrindžia ir mokslininkų tyrimai, kurie parodė, kad tie žmonės, kurie yra geriau informuoti įvairiais ekologinių problemų klausimais, dažniau išreiškia ekologinį elgesį (prieš arba už), nei tie, kurie nėra apsisprendę ir yra mažiau informuoti. Tačiau pasitaiko, jog žiniasklaidos įsiterpimas neigiamai koreliuoja su ekologiniu susirūpinimu (de Haan, 1995).

Reiktų paminėti ir U. Beck, A. Giddens ir S. Lash šiuolaikinės *rizikos visuomenės* teoriją, kuria teigiama, jog visuomenė yra nuolat informuojama apie ekologines problemas ir ekologines krizes, taip yra formuojamos rizikos, kurios yra socialinė ir kultūrinė konstrukcija, priklausoma nuo

---

<sup>21</sup> JURAITĖ, K., išnaša 14, 12 p.



laiko, erdvės ir situacijos. Šias rizikas formuoja įvairūs socialiniai agentai, tarp kurių yra ir žiniasklaida.<sup>22</sup>

Visai neseniai visuomenė pradėjo įsisauginti žmogaus veiklos padarinių grėsmę ir katastrofiškumą. Todėl stengiamasi suvokti grėsmių mastą ir priežastis, sumažinti jų pavojų paskirstant rizikas visiems žmonėms. Rizikų paskirstymas – tai komunikacija ekologinių idėjų, kurios teigia, jog kiekvienas žmogus asmeniškai yra atsakingas už aplinkos saugojimą ir turi prie to prisidėti.

Pagal vokiečių sociologą Ulrich Beck (1997) paprastoji modernybė atspindi industrinės visuomenės vystymąsi, o refleksyvioji modernybė – *rizikos visuomenę*, tai yra būsena kurioje didėjantis žinojimas sukūrė sukonstruotą netikrumo pojūtį, pavyzdžiui ekologinių katastrofų rizika.

Rizikos visuomenė apibūdinama tokia visuomenė, kuri yra organizuojama kaip atsakas į kylančias rizikas. Rizikos yra būdai, kaip sistemiškai kovoti su grėsmėmis ir nesaugumu, kuriuos sukuria modernizacija. Modernizacija visuomenėje kuria naujas rizikos situacijas, grėsmes, kurias sunku pamatuoti.<sup>23</sup> Tarp tokių grėsmių galima priskirti genetiškai modifikuotą maistą, konservantus ir kt.

Rizikos visuomenėje ekologinės rizikos yra vienos iš opiausių problemų. Dėl keliamo pavojaus aplinkai ir žmonėms, kritikuojamas mokslas, technologijos, pramonė. Rizikos vis labiau tampa visos visuomenės svarstymų tema ir stengiamasi suvokti grėsmių mastą ir priežastis. Taigi rizikų paskirstymas tampa svarbiausias rizikos visuomenės rūpestis.

## 2.4. Aplinkosauga Lietuvoje

Iki *pertvarkos* (rus. *Perestrokos*) laikų Lietuvoje visuomenės gyvenimas buvo stipriai varžoma ir kontroliuojamas Sovietinės valdžios, todėl nebuvo kalbama ir diskutuojama apie ekologines problemas. Dažnai ekologinės katastrofos buvo suvokiamos kaip žmonijos aplaidumo padarinys. Tuo metu Lietuvoje mažai, kas suvokė, jog tas „aplaidumas“ gali būti tendencingas ir kelti didžiulę grėsmę visai planetai.

Tačiau jau politinio „atšilimo“ laikotarpiu situacija kiek pasikeitė. Kaip ir Vakaruose, Lietuvoje aplinkosauginis judėjimas prasidėjo nuo „techninių“ problemų, tokių kaip užterštumas, resursų išnaudojimas. Ypač stipriai sujudo visuomenė po Černobilio (1986) katastrofos. Tuo metu išryškėjo pirmieji Lietuvos aplinkosauginiai judėjimai. Šie aplinkosauginiai judėjimai buvo labai

<sup>22</sup> JURAITĖ, K., išnaša 14, p. 13-14

<sup>23</sup> BECK, U. *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage Publications, 1993, p. 53

aktyvūs ir apėmė daugelį ekologinių problemų. Tuo metu Lietuvoje šie judėjimai, kovoję prieš atominę energiją ar naftos gręžinių projektus, kartu kovojo ir prieš visą Sovietinę sistemą.

1991 m. Lietuvai atgavus nepriklausomybę aplinkosauginis judėjimas nuslūgo, kadangi prarado visuomenės palaikymą. Galima sakyti, jog žmonėms prisidėjimas prie aplinkosauginio judėjimo buvo vienas iš kovos būdų su imperialistine valdžia. Lietuvos visuomenėje prioritetingą vietą užėmė kiti klausimai, tokie kaip ekonominis išgyvenimas. Nepriklausomybės metu Lietuvoje buvo įtvirtinti keli aplinkosaugos reguliavimo įstatymai, atitinkantys tarptautinius ir ES standartus (Juraitė, 2000).

A. Telešienė (2005) savo disertacijoje teigė, jog žiniasklaida atlieka svarbiausią visuomenės ekologinio sąmoningumo formavimui. Ji savo darbe, nagrinėdama viešąjį diskursą, išskyrė tris pagrindinius ekologinės pasaulėžiūros formavimosi Lietuvoje etapus<sup>24</sup>:

1. 1989 – 1992 m. – ekologinio ir nacionalistinio diskursų samplaika. Aplinkosauginės diskusijos Lietuvoje prasidėjo vykstant M. Gorbačiovo reformoms. Devinto dešimtmečio viduryje Lietuvą pasiekusios reformos leido objektyviau informuoti visuomenę apie vietos ir globalias ekologines problemas. Ši prielaida lėmė visuomenės dėmesio ekologinėms problemoms padidėjimą. Tuo metu dominavusios siužetinės linijos – ekologinis nacionalizmas ir panteistinių tradicijų atgaivinimas. To laikotarpio teiginys – „Už žalią nepriklausomą Lietuvą“. Dominuojantys veikėjai: aplinkosauginės NVO (pvz. Lietuvos žaliųjų judėjimas) ir jų telkiama visuomenė, mokslininkai, intelektualai, politikai. To laikotarpio esminiai diskurso bruožai: ekologinio judėjimo pakilimas, radikalus aplinkosauginis aktyvizmas, žaliųjų pasaulėžiūrų persipynimas su politiniais Lietuvos tikslais.
2. 1993 – 2000 m. – „žaliosios“ ideologijos paieška. To laikotarpio diskurso temos nagrinėja ekologinio identiteto, naujos legitimacijos veiklai ir laikotarpio kultūrinės taip pat ir sąmoningumo krizės klausimus. Dominuojantys veikėjai: aplinkosauginių NVO aktyvistai, politikai, mokslininkai. Diskurso esminiai bruožai: visuomenės dėmesio ekologinėms problemoms ir klausimams sumažėjimas, ekologinio aktyvizmo formų kaita, demokratizacijos procesai, aplinkos politikos ir ekologinių judėjimų tarptautiškumas.
3. 2000-2008 m. – bendruomenių įsitraukimas ir globalaus ekologinio sąmoningumo stiprėjimas. Esminės siužetinės linijos ir temos: gamtojauta, darnus vystymasis. Simboliniai teiginiai – „Darnaus vystymosi link!“, „Gamtosauga – bendruomenių rūpestis“. Ekologinio diskurso bruožai: globalaus ekologinio sąmoningumo formavimasis, bendruomeninio aplinkosauginio aktyvizmo atsiradimas. Kiti to laikotarpio diskurso bruožai: aplinkos politikos ir aplinkosauginių NVO internacionalizacija, ekologinis aktyvizmas – orientuotas į problemas.

---

<sup>24</sup> TELEŠIENĖ, A., *Ekologinis diskursas 1989-2005m.* Daktaro disertacija, KTU, Socialinių tyrimų institutas, 2006, p. 15-17

Veikėjai: bendruomenės, aplinkosauginės NVO, mokslininkai, politikai. Pasireiškia visuomenės narių požiūriai, visuomenės lyderiai.

Ši A. Telešienės disertacija yra rašyta 2005 metais, todėl galbūt reiktų išskirti ketvirtąjį etapą. Iš dalies dabartinis laikotarpis turi panašių bruožų kaip ir prieš tai buvęs, tačiau dabar matome nuslopusį aplinkosauginį aktyvizmą. Dažniausiai yra liečiamos globalios problemos, o nacionalinės temos sulaukia mažai dėmesio ir dažnai tas dėmesys yra trumpalaikis. Vis dar diskutuojama apie atominės elektrinės statybą Lietuvoje, tačiau aplinkosaugininkai nerodo ypatingo dėmesio šiam klausimui. Tą patį galima pasakyti ir apie kalbas, jog šalia Lietuvos žadama statyti net dvi atominės elektrines kaimyninėse šalyse. Tačiau ši tema taip pat dar nesulaukia išskirtinio aplinkosauginių judėjimų dėmesio. Galima svarstyti, jog aplinkosauga dabar pasitraukė į individualų ekologišką elgesį. Lietuvoje visuomenė stebi įvykius vykstančius pasaulyje (Meksikos įlankos katastrofa, Japonijos atominės elektrinės tragedija), vertina juos internetinėje erdvėje, diskutuoja. Atrodo, kad iš dalies aplinkosauginis aktyvizmas persikėlė į virtualią erdvę, tačiau čia jo galimybės yra ribotos. Galima paminėti, jog aktualus tapo individualus ekologiškas vartojimas (nors ir jo mastai labai riboti), individualus ekologiškas gyvenimo būdas. Žinoma, reiktų paminėti, jog pastaruosius tris metus (nuo 2008) yra rengiama vieša švaros akcija „Darom“, kuri iš dalies atspindi bendruomeninį aplinkosauginį aktyvizmą, tačiau tas bendruomeniškumas yra labai fragmentiškas.

### 3. ŽINIASKLAIDA IR ŽINIASKLAIDOS ĮTAKŲ TEORIJOS

Šioje dalyje bus nagrinėjama žiniasklaidos samprata ir pateikiamos pagrindinės žiniasklaidos įtakos teorijos.

Žiniasklaida vaidina svarbų vaidmenį formuojant ir konstruojant visuomenės nuomonę. Ji kuria tam tikrus įvaizdžius, kurie yra priimami visuomenės ir kuriuos ji perfiltruoja.

McQuail (1994 m.) taip apibrėžė žiniasklaidą: 1) tai komunikacijos kanalai, kuriais perduodami pranešimų srautai, parengti keleto ir skirti daugumos žmonių vartojimui; 2) ji nurodo į tas masines komunikacijos priemones ir pranešimus, kurie skirti plačios auditorijos vartojimui per tam tikras technologines priemones; 3) tai masinės komunikacijos priemonės.<sup>25</sup>

Žiniasklaidą apibūdinant turi būti aprėpiamos ir įvairios institucijos, naudojančios technines priemones pranešimams perduoti. Svarbus žiniasklaidą nusakantis veiksnys interaktyvumas.<sup>26</sup>

Tradiciškai žiniasklaidos priemonėmis yra laikomi spauda (laikraščiai, žurnalai), radijas, televizija, internetas (laikomas nauja žiniasklaidos priemone). Tačiau pastaruoju metu žiniasklaidos apibrėžtis nėra tokia paprasta, kadangi besivystančios naujos skaitmeninės technologijos iškelia naujus klausimus, kas apima žiniasklaidos priemones.

Komunikacijos teorijoje žiniasklaidos įtaka arba, kitaip žiniasklaidos poveikis, nurodo į teorijas apie būdus, kaip masinės informavimo priemonės paveikia auditorijos mąstymą ir veiksmus.

Dabartiniai moksliniai tyrimai reprezentuoja sudėtingą ryšį tarp žiniasklaidos ir auditorijos. Žiniasklaida vaidina reikšmingą vaidmenį formuojant ir atspindint visuomenės nuomonę, sujungiant pasaulį su asmeniu, reflektuojant pačią visuomenę. Jau nuo XX a. pradžios iki XX a. vidurio mokslininkai teigė, jog žiniasklaida silpnina asmenybės galimybę veikti autonomiškai. Vėlesni empiriniai tyrimai pateikė saikingesnius žiniasklaidos poveikius. Dabartiniai mokslininkai pateikia sudėtingesnę sąveiką tarp žiniasklaidos ir visuomenės.

Žiniasklaidoje įvykiai yra pasirenkami, priklausomai nuo tam tikrų kriterijų: trumpalaikiškumo, globalumo, aiškumo, nedviprasmiškumo, atpažįstamumo, kultūrinio artimumo. Taip pat įvykių atranką lemia techninės galimybės užfiksuoti ir pateikti informaciją. Naujienu atrinkimas nėra subjektyvus ir atsitiktinis. McQuail'as teigia, jog asmenys, vieta ir laikas yra pagrindiniai veiksniai žiniasklaidoje lemiantys įvykių atrinkimą.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> MATKEVIČIENĖ, R. Politinio žiniasklaidos diskurso apibrėžtys: žiniasklaidos, kaip politinės komunikacijos dėmens, tyrimas. *Informacijos mokslai*, 2008, p. 107.

<sup>26</sup> MATKEVIČIENĖ, R., Išnaša 25.

<sup>27</sup> Ten pat p. 229

Žiniasklaida daro ryškia socialinę ir kultūrinę įtaką visuomenei. Tai grindžiama žiniasklaidos galimybe perduoti galingą ir įtakingą pranešimą plačiam auditorijos ratui. McLuhan frazė “priemonė yra pranešimas” nurodo, jog pats pranešimo išplitinimas gali būti daug svarbesnis, nei jos turinys.<sup>28</sup>

Vėliau pateiksime pagrindines žiniasklaidos įtakos teorijas.

### 3.1. Žiniasklaidos poveikio teorijos

Pirmieji tyrimai, susiję su žiniasklaidos poveikiu, buvo atlikti jau XX a. pradžioje. Tyrimai buvo nukreipti į žiniasklaidos poveikį masėms arba visuomenę apskritai. Mokslininkams buvo ir yra svarbu išsiaiškinti, kodėl žmonės naudojami žiniasklaidos priemonėmis ir kaip jie yra įtakojami. Pateiksime populiariausias žiniasklaidos poveikio teorijas.

*Dviejų pakopų srauto teorija* – dviejų pakopų komunikacijos teorija pirmą kartą buvo pristatyta Lazarsfeld, Berelson ir Gaudet 1944 m. išleistoje knygoje „Žmonių pasirinkimas“ (*The People's Choice*)<sup>29</sup>.

Šia teorija įrodoma, jog iš žiniasklaidos ateinanti informacija sklinda dviem skirtingom pakopom. Visų pirma žiniasklaidos informaciją priima nuomonės lyderiai, kurie gauta informacija aktyvia dalinasi su aplinkiniais. Šią informaciją jie pateikia su savo interpretacijomis. Taigi žmonės, kuriuos veikia nuomonės lyderiai, yra nuomonės gavėjai. Jie yra mažiau aktyvūs auditorijos nariai ir labiau pasikliauna asmeniniais saitais.

Ši teorija patobulino galimybę nuspėti žiniasklaidos pranešimų įtaką auditorijos elgesiui. Ji taip pat padeda paaiškinti, kodėl kai kurioms žiniasklaidos kampanijoms nepavyksta pakeisti auditorijos nuomonę ir elgesį. Ši teorija taip pat nutiesė kelia ir kitoms teorijoms: daugiapakopei srauto teorijai ar inovacijos sklaidos teorijai.

*Inovacijų sklaidos teorija* – inovacijų sklaidos teorija yra apie tai, kaip, kodėl ir koku greičiu naujos idėjos bei technologijos pasklinda kultūroje. Ši teorija išsirutuliavo iš dviejų pakopų srauto teorijos. Visų pirma šią koncepciją studijavo XIX a. pab. – XX a. pr. prancūzų sociologas Tarde ir vokiečių bei austrų antropologai (Ratzel ir Frobeniu). Vėliau šią teoriją išsamiai išplėtojo ir įtvirtino mokslininkas Rogers, kuris savo knygoje „Inovacijų sklaida“ (*Diffusion of Innovations*) susistemina įvairius atliktus sklaidos tyrimus bei pateikia teoriją apie inovacijų pasisavinimą tarp individų ir organizacijų.

<sup>28</sup> MCLUHAN, M. *The Medium is the Message*. Hardwired, San Francisco, 1964, p. 8-9; 26-41.

<sup>29</sup> LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B.; ir GAUDET, H. *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press, 1944, p. 151.

Taigi, sklaidos teorija susikoncentruoja ties sąlygomis, kurios padidina ar sumažina tikimybę, jog nauja idėja, technologija, produktas, praktika bus priimta kultūros narių. Ši teorija numato, kad masinės komunikacijos priemonės taip pat ir asmeniniai ryšiai suteikia informaciją bei įtakoja nuomonę ir sprendimus. Išskiriami keturi pagrindiniai sklaidos elementai: inovacija, komunikacija, laikas, socialinė sistema.<sup>30</sup>

*Dienotvarkės sudarymo teorija* – dienotvarkės sudarymo teorija teigiama, jog žiniasklaida daro labai didelę įtaką auditorijai sprendžiant, kuriuos pranešimus pateikti kaip svarbiausius, kiek vietos ir kiek reikšmės tiems pranešimams skirti.<sup>31</sup>

Šią teoriją puikiai atspindi citata: „Žiniasklaidai ne visada gali žmonėms įsakyti, ką galvoti, bet jai visada pavyksta įtikinti, apie ką galvoti“ (Cohen (1993))

Jau 1922 m. žurnalistas bei mokslininkas Lippman pastebėjo, jog žiniasklaida turi galią pateikti auditorijai įvaizdžius.

Dvi pagrindinės prielaidos, kurios sudaro pagrindą dienotvarkės sudarymo tyrimams:<sup>32</sup>

- Žiniasklaida neatspindi realybės. Ji perfiltruoja ir formuoja realybę.
- Žiniasklaidos koncentravimasis į tam tikrus klausimus ir temas verčia auditoriją manyti kaip svarbiausius, lyginant su kitais klausimais ir temomis.

Dienotvarkės nustatymo teoriją sudaro keli komponentai:

- Žiniasklaidos dienotvarkė: tai svarbiausi klausimai, kurie diskutuojami žiniasklaidoje.
- Auditorijos dienotvarkė: tai svarbiausi klausimai, kurie aptarinėjami asmeniškai, tiesiogiai susiję su auditorija.

- Politikos dienotvarkė: klausimai, kuriuos politikai laiko svarbiausiais.

Dienotvarkės sudarymo lygiai:

- Pirmas lygmuo: žiniasklaida sprendžia, apie ką auditorija turi galvoti.
- Antrasis lygmuo: žiniasklaida siūlo, kaip galvoti apie svarbų klausimą.

Dienotvarkės sudarymo teorija yra viena iš pagrindinių teorinių prielaidų šiame darbe. Plačiau ši teorija bus apžvelgta kitame poskyryje.

*Rėmų teorija* – rėmų teorija yra glaudžiai susijusi su dienotvarkės nustatymo teorija.

Teorijos esmė – žiniasklaida koncentruoja dėmesį į tam tikrus įvykius ir suteikia jiems tam tikrą reikšmę, tuo būdu išryškindama problemos aspektus, formuoja požiūrį. Rėminimo koncepcija yra svarbi, kadangi gali turėti labai didelę įtaką auditorijai. Ši teorija prieštarauja racionalaus pasirinkimo teorijai.

<sup>30</sup> ROGERS, E. M. *Diffusion of Innovations* (ketvirtas leidimas), New York, Free Press, 1995.

<http://nlnm.gov/archive/pnr/eval/rogers.html>

<sup>31</sup> BROOKS, B. S., ir kt. *News Reporting and Writing*, Seventh Edition. Bedford / Missouri Group, 2003 p. 27

<sup>32</sup> MCCOMB, M. E; ir SHAW, D.L. *The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly*, 1972, Vol. 36 p.176-187

Anksčiausiai „rėmų“ temą palietė antropologas Goffman. Savo etnografiniame tyrime jis apibrėžė rėmus kaip interpretavimo schemas, kurios padeda individui nustatyti, suprasti, identifikuoti ir apibūdinti svarbius klausimus, temas, įvykius.

Šia žiniasklaidos įtakų teorija bus taip pat remiamasi šiame darbe. Plačiau šią teoriją aptarsime kitame poskyryje.

*Aktyvavimo teorija* – aktyvavimas dažnai minimas šalia „rėminimo“ ir dienotvarkės sudarymo teorijų. Aktyvavimas yra kognityvinis procesas, kurio metu žiniasklaidos informacija laikinai padidina žinojimo vienetus individo atmintyje, tuo būdu padidinant tikimybę, jog šie žinojimo vienetai bus panaudoti priėmime, interpretacijoje ir vertinime tolesnės išorinės informacijos.<sup>33</sup>

Aktyvavimas nurodo auditorijai, kas yra blogai ar gerai, ar komunikuojama efektyvi. Žiniasklaida aktyvuoja auditoriją apie tai, kaip atrodo naujienų pranešimai, kaip atrodo patikimas asmuo ir t.t.

*Tylos spiralės teorija* – šią teoriją pateikė Vokietijos mokslininkė Neumann. 1974 m. ji pristatė „tylos spiralės“ teoriją tam, kad paaiškintų, kaip yra formuojama visuomenės nuomonė. Šia teorija teigiama, jog asmuo yra mažiau linkęs išreikšti savo nuomonę klausimu, kuris prieštarauja daugumos nuomonei. Ši baimė grindžiama daugumos atstūmimo ir izoliacijos baime.<sup>34</sup> Tylos spiralės teorija yra susijusi su žiniasklaida, kadangi žiniasklaida įtakoja visuomenės nuomonę.

*Kultivacijos teorija* – kultivacijos teorijos (kartais dar vadinamos kultivacijos analize arba kultivacijos hipoteze) požiūris pirmą kartą buvo išvystytas profesoriaus Gerbner 1960 m.

Šios teorijos šalininkai teigia, jog televizija sukelia ilgalaikius poveikius, kurie yra maži, pasikartojantys, netiesioginiai, bet sukaupti ir pastebimi.<sup>35</sup>

*Žinių spragų teorija* – žinių spragų hipotezės teorija teigia, jog didėja atotrūkis tarp aukštesnio ir žemesnio išsilavinimo žmonių. Žinių spragų teorija pirmą kartą buvo paminėta 1970 m. Tichenor, Donohue ir Olien. Jie teigė, jog visuomenėje didėjantis informacijos srautas nėra vienodai priimamas visų visuomenės narių.

Taip pat išskiriamos trys žmonių grupės: aukštą, vidutinį ir žemą socioekonominį statusą turintys asmenys.<sup>36</sup>

Asmenys užimantys aukštesnį socioekonominį statusą yra linkę pasisavinti informaciją ir daugiau žino apie įvairius dalykus. Žemesnį socioekonominį statusą užimantys asmenys žino mažai

---

<sup>33</sup> SCHEUFELE, D.A., Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Communication abstracts*, 24(1), 2001

<sup>34</sup> NEUMANN, N. E. The theory of public opinion: The concept of the Spiral of Silence. In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 14*, 256-287. Newbury Park, CA: Sage. 1991

<sup>35</sup> BRYANT, J; OLIVER, M. B., *Media Effects: Advances In Theory And Research*, 2 sk. Growing Up with Television: The Cultivation Processes, 2008, p. 34-49

<sup>36</sup> VISWANATH, K.; ir FINNEGAN, J. R., The Knowledge Gap Hypothesis: Twenty-Five Years Later. P. 187-228. In *Communication Yearbook 19*. London, 1996. p. 187-228.

arba visai nežino apie visuomenės reikalus, yra atitrūkę nuo naujų įvykių ir svarbių naujų atradimų ir dažniausiai nėra susirūpinę savo žinojimo stoka.

*Trečiojo asmens efekto teorija* – trečiojo asmens poveikio hipotezė teigia, jog žmonės linkę manyti, jog žiniasklaida kitus žmones įtakoja labiau nei juos pačius. Trečiojo asmens efekto teoriją pirmą kartą pristatė Davison 1983 m.

Ši teorija tiria ne žiniasklaidos poveikį elgesiui, suvokimui, bet suvokimą apie žiniasklaidos pranešimų daromą įtaką.<sup>37</sup>

*Panaudojimo ir atlygio požiūris* – ši teorija paaiškina žiniasklaidos naudojimo priežastis. Panaudojimo ir atlygio teorijos užuomazgų galima atrasti XX a. penktame dešimtmetyje (buvo tiriamas radijo laidų, laikraščių vartojimas), nors galutinai susiformavo 1970 m., kaip atsakas tradiciniams masinės komunikacijos tyrimams, kurie apimdavo siuntėją ir patį pranešimą.

Šioje teorijoje svarbiausia yra aktyvi auditorija, kuri naudojami žiniasklaida. Svarbu yra psichologinė auditorijos orientacija: poreikiai, motyvai ir atlygis.

Teorija aiškinama, kodėl individai, grupė, visuomenė naudoja žiniasklaidos priemones ir kokias funkcijas jiems žiniasklaida atlieka. Taigi, panaudojimo ir atlygio teorijai vystyti svarbūs trys objektai: 1) Paaiškinti, kaip individai naudojami žiniasklaida, patenkinti savo poreikius. 2) Nustatyti esminius žiniasklaidos naudojimo motyvus. 3) Nustatyti teigiamus ir neigiamus žiniasklaidos naudojimo padarinius.<sup>38</sup>

Teorijos tyrėjai (Blumler ir Katz) teigia, jog skirtingi žmonės gali naudotis tomis pačiomis komunikacijos priemonėmis labai skirtingais tikslais.

Panaudojimo ir atlygio teorija pastaruoju metu yra plačiai naudojama ir yra pritaikyta interneto naudojimui. Interneto aplinkoje vartotojai yra labai aktyvūs dalyviai. Tam tikri tyrimai parodė, jog interneto vartotojai gali lengvai apibrėžti savo poreikius naudoti internetą. Dažniausiai tyrėjų išskiriamos interneto atlygio kategorijos: atsipalaidavimas, bendravimas, laiko praleidimas, pramoga, socialinis interaktyvumas, informacija, susijaudinimas, pabėgimas.<sup>39</sup>

Šioje dalyje buvo aptartos pagrindinės žiniasklaidos teorijos. Tačiau norint tirti ekologiško vartojimo diskurso formavimą žiniasklaidoje bus remtasi dvejomis paminėtomis teorijomis: dienotvarkės nustatymo ir rėmų. Šios teorijos bus plačiau aptartos vėlesniame poskyryje.

Remiantis šiomis teorijomis bus galima nustatyti, kiek dėmesio yra skiriama ekologiško vartojimo diskursui, ar tai yra svarbi tema, kaip ekologiško vartojimo diskurso vaizdavimas gali

---

<sup>37</sup> BRYANT, J.; OLIVER, M. B., *Media Effects: Advances In Theory And Research*, 12 sk. Mass Media, Social Perception, and the Third-Person Effect. p. 252-268.

<sup>38</sup> KATZ, E., BLUMLER, J. G., ir GUREVITCH, M. Utilization of mass communication by the individual. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* Beverly Hills: Sage. 1974, p. 19-32

<sup>39</sup> LIN, C. A., Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption, in *Mass Communication and Society*, 4(1), 2001 p. 19-38



įtakoti visuomenės nuomonę, kaip yra „rėminamas“ ekologiškas vartojimas, kokiame kontekste pateikiamas.

### 3.2. Teorinės tyrimo prielaidos: dienotvarkės sudarymo ir rėmų teorijos

Šiame darbe remtasi dviem žiniasklaidos įtakos teorijomis: dienotvarkės sudarymo ir rėmų. Manoma, kad šios teorijos gali geriausiai atspindėti analizuojamą temą. Svarbu nusakyti ir apibrėžti, kaip yra konstruojamas ir rėminamas ekologiškas vartojimas žiniasklaidoje, kiek šiam diskursui skiriama dėmesio. Trumpai pateiksime šių dviejų teorijų sampratą.

Žiniasklaidoje įvykiai yra pasirenkami, priklausomai nuo tam tikrų kriterijų: trumpalaikiškumo, globalumo, aiškumo, nedviprasmiškumo, atpažįstamumo, kultūrinio artimumo. Taip pat įvykių atranką lemia techninės galimybės užfiksuoti ir pateikti informaciją. Naujienų atrinkimas nėra subjektyvus ir atsitiktinis. McQuail'as teigia, jog asmenys, vieta ir laikas yra pagrindiniai veiksniai žiniasklaidoje lemiantys įvykių atrinkimą.<sup>40</sup>

Komunikacijos tyrimuose yra svarbu analizuoti, kaip žiniasklaida iš visos gausybės atranka istorijas. Mokslininkai teigia, jog žiniasklaidos pranešimai yra nuolat kuriamos interpretacinės konstrukcijos, kurias veikia vis naujas socialinis kontekstas. Teigiama, jog žinių pranešėjai prisideda prie visuomenės naudojamų įvykių apibrėžimo formavimo, atrinkimo būdu, jiems priskirdami tam tikras detales. Tuo būdu informacija praranda savo objektyvumą, kadangi žurnalistas ją perfiltruoja per savo suvokimo prizmę. Žiniasklaida apdoroja ir supaprastina pasaulio sudėtingumą remdamasi savo specifine žiniasklaidos logika (Schulz 1989; Luhmann 1996). Taigi, ne visi įvykiai žiniasklaidoje sulaukia vienodo dėmesio.

Dienotvarkės sudarymo teorija yra teigiama, jog žiniasklaida struktūruoja visuomenėje aktualiomis temomis. Temos aktualumą visuomenėje ir politikoje lemia jos pranešimų dažnumas žiniasklaidoje. Ši teorija pabrėžia priežastinį ryšį tarp visuomenės informavimo priemonių pateikiamo turinio, visuomenės nuomonės ir politinėje arenoje priimamų sprendimų. Ši teorija taip pat aiškina, kaip vyksta naujienų atrinkimas ir kaip tai veikia visuomenės nuomonę.<sup>41</sup>

Tam tikrų temų aktualizavimas žiniasklaidoje lemia visuomenės susidomėjimą šiomis temomis. Žiniasklaida, visuomenė ir politinė valdžia yra pagrindinės ašys dienotvarkės sudarymo teorijoje. Žiniasklaidos darbotvarkė veikia visuomenės darbotvarkę, kuri gali daryti įtaką politinei darbotvarkei. Ir vis dėlto galimas atvirkščias variantas t.y., kai visuomenė lemia žiniasklaidos darbotvarkę.

---

<sup>40</sup> JURAITĖ, K., TELEŠIENĖ, K., *Ekologinės rizikos diskursas žiniasklaidoje: tyrimo teorinės bei metodologinės prielaidos*, Filosofija. Sociologija. 2009. T. 20. Nr. 4, Lietuvos mokslų akademija, 2009, p. 229

<sup>41</sup> JURAITĖ, K., *Ekologinė sąmonė ir masinė komunikacija: visuomenės nuomonės apie aplinkosaugą konstravimas žiniasklaidoje*, daktaro disertacijos santrauka, Kaunas 2002 m. Vytauto Didžiojo Universitetas. p. 16

Kiti dienotvarkės nustatymui svarbūs faktoriai yra asmeninė patirtis ir tarpasmeninis bendravimas, realaus gyvenimo pavyzdžiai ir vartininkai (angl. *gate keepers*), tai atsakingi asmenys ar institucijos, kontroliuojantys informacijos srautus. Taip pat svarbus yra objektyvios tikrovės faktorius, kaip aplinkos kokybės ir taršos statistika, kuris yra tam tikras rizikos indeksas. Dažnai teigiama, kad žiniasklaida dažnai atkreipia dėmesį į tam tikrą klausimą tik įvykus katastrofai ar nelaimei (Dearing, 1996).

Daugelį ekologinių problemų sunku apibrėžti ir suvokti, kadangi jos neturi tiesioginių ar konkrečių pasekmių dabartyje, o dažnai yra tik numanoma rizika. Žiniasklaidos pranešimai lemia globalinių rizikų suvokimą visuomenėje. Žmonėms yra aktualesnės vietos problemos, su kuriomis susiduriama savo aplinkoje, o ne tos problemos, kurios yra tolimos vietos ir laiko atžvilgiu.

*Rėmų teorija* yra glaudžiai susijusi su dienotvarkės nustatymo teorija. Tai yra antra teorija, kuria remiamasi šiame darbe.

Teorijos esmė – žiniasklaida koncentruoja dėmesį į tam tikrus įvykius ir suteikia jiems tam tikras reikšmes, tuo būdu, išryškindama tam tikrus problemos aspektus, formuoja požiūrį. Rėminimo koncepcija yra svarbi, kadangi gali turėti labai didelę įtaką auditorijai. Ši teorija prieštarauja racionalaus pasirinkimo teorijai.

Anksčiausiai rėmų temą palietė antropologas Goffman. Savo etnografiniame tyrime jis apibrėžė rėmus kaip interpretavimo schemas, kurios padeda individui nustatyti, suprasti, identifikuoti ir apibūdinti svarbius klausimus, temas, įvykius.<sup>42</sup>

Kognityvinės psichologijos atstovai Kahneman ir Tversky pritaikė rėmų teoriją savo eksperimentiniame tyrime. Jie nustatė, jog pranešimas, skirtingai išreikštas arba įrėmintas, gali sukelti skirtingus elgesio rezultatus. Tai priklauso nuo naudojamos terminologijos arba vizualinio konteksto, kuriais atspindimas pranešimas.<sup>43</sup>

G. Fairhurst ir R. Star išskyrė tris rėminimo elementus: kalba, mintis, numatymas.

Tačiau sudėtinga yra nustatyti rėmus ir juos išmatuoti, nes jie yra tik numanomi.

Entaman (1993) išskyrė šias rėminimo funkcijas:<sup>44</sup>

- Iškelti ir išryškinti problemą bei jos svarbiausius aspektus
- Priežasčių, sukėlusią problemą, interpretacija
- Moralinis vertinimas
- Tolesnio elgesio rekomendacijos

---

<sup>42</sup>SMITH, A. N., BORTREE, D. S., Buying Green or Being Green: Environmental Consciousness Frames in Teen Girls' Magazines. Presented at the meeting of the Association for Education in *Journalism and Mass Communication*, Boston, MA. Spring 2009 p.6

<sup>43</sup> TVERSKY, A; ir KAHNEMAN, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. in *Science*, 1981 Vol. 211(4481) pp.453-458

<sup>44</sup> ENTMAN, R. M. 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm., in *Journal of Communication* 43 (4), 1993, p. 51-58.

Pastarųjų dešimtmečių politikos komunikacijos ir sociologijos tyrimai paaiškina, kaip žiniasklaidos atvaizdavimai, sąveikoje su kultūrinėmis prasmėmis, formuoja auditorijos požiūrius. Rėmai naudojami auditorijos kaip „interpretacinės schemas“ tam, kad įprasminti ir apsvarstyti probleminius klausimus. Žurnalistai naudoja rėmus kurdami įdomius ir patrauklius naujienos pranešimus.

Kiekviename iš šių aspektų rėmai supaprastina sudėtingus klausimus, jie padeda iškomunikuoti, kodėl tai yra svarbi problema, kas yra atsakingas ir kas turėtų būti daroma. Didžiausią poveikį žiniasklaidos rėmai daro, kai rezonuoja su auditorijos „interpretacinėmis schemomis“.

Pasak Entman (1993) rėminimo koncepcija padeda nustatyti ir apibūdinti tekstų komunikavimo galią. Rėmai buvo naudingas analitinis įrankis įvairių komunikacijos sričių mokslininkams (Davis 1995, Trumbo 2000, Ketchum 2004).

Dauguma žiniasklaidos tyrėjų ypač fokusuojasi į žiniasklaidoje pateikiamų tekstų rėmus, nagrinėjami būdai, kuriais yra pateikiama ir aptarinėjama tam tikra problema. Šiuo atveju, rėminimas žvelgia į žurnalisto ar kito žiniasklaidos atstovo būdus, kuriais jis tam tikrus realybės aspektus daro labiau matomus tekste tam, kad perteiktų konkrečią problemos ar klausymo interpretaciją ir potencialų sprendimą. Rėminimas žiniasklaidos tekstuose nepasižymi tuo pačiu poveikiu kiekvienam gavėjui, bet tikimasi, kad jie turės tokį patį poveikį didžiajai auditorijos daliai (Entman, 1993).

Analizuojamai temai yra svarbu apibrėžti socialinį temų rėminimą. Pasak Modigliani (1989), kiekvienas socialinis klausimas turi kultūrą, vykstantį diskursą, kuris vystosi ir keičiasi per laiką, pateikdamas susijusių klausimų interpretacijas ir reikšmes. Iš tikrųjų, dauguma klausimų turi įvairialypius diskursus, kurie tarpusavyje konkuruoja. Šių diskursų centre yra organizuota idėja, arba rėmas, kuris padeda įprasminti temas ar susijusius įvykius. Šių rėmų prezentacija užima atitinkamą vietą įvairiuose žiniasklaidos tekstuose – žiniasklaida „suteikia mums rėmus, kuriais asimiliuojame ir suformuojame informaciją apie įvairius socialinius klausimus ir problemas“<sup>45</sup>

Rėmai, padėdami suprasti klausimus, leidžia individams spręsti apie jų asmeninį dalyvavimą ir siūlo atitinkamą elgesį ir atsaką (Goffman, 1974) Kitais žodžiais tariant, tai yra būdas, kuriuo klausimas yra rėminamas žiniasklaidoje ir kuris ne tik įtakoja mūsų dalyvavimą, jis taip pat pasako mums apie įvairius galimus būdus, kuriais mes galime atsakyti į klausimą.

Van Gorp (2007) apibūdina rėmą, kaip kvietimą tam tikru būdu interpretuoti klausimą taip, kad specifinis apibūdinimas apie tam tikrą problemą ar vertinimą būtų įsisavinamas gavėjo. Yra daugybė funkcijų, įtraukiamų į šį interpretavimo procesą, kurios visos yra centrinės socialinių klausimų rėmams. Iš tikro šie rėmai atlieka keturias pagrindines komunikavimo funkcijas. Rėmai

---

<sup>45</sup> ANDERSON, A., *Media, culture and the environment*. London, Bristol, 1997, Pa.: UCL Press. p.

gali apibrėžti problemą, nustatyti priežastis, pateikti moralinį vertinimą apie tai, kas turi veikti, ir pasiūlyti specifines priemones. Šios funkcijos praktiškai niekada nebūna atskiros – viename tekste dažnai būna visos keturios.<sup>46</sup>

Pirmos dvi funkcijos pateikia tam tikro klausimo situacijos ir fono informaciją, kitos dvi funkcijos padeda individams pamatyti, ką galima daryti atsakant į problemą. Kadangi visuomenės suvokimas apie socialines problemas keičiasi, laikui bėgant mūsų suvokimas yra stipriai veikiamas gaunamo kiekio ir pobūdžio apie tam tikrą klausimą (Downs 1972). Rėmai, kurie yra naudojami pateikiant specifinius klausimus žiniasklaidoje, taip pat keičiasi. Kai klausimų pateikimas žiniasklaidoje vytyti, rėmai taip pat linkę „kisti apibrėžiant problemą, nustatant priežastis ir vertinant bei siūlant priemones“ (Trumbo, 1996).

Dauguma socialinių klausimų būdinga tai, kad jie negali ilgai išlaikyti visuomenės dėmesį (Downs, 1972). Jei klausimas stokoja jaudinančių, dramatiškų ypatybių, atrodo platus ar neįveikiamas, ar pasirodo neturintis ryšio su daugumos žmonių gyvenimo būdu, jam sunku išlaikyti visuotinį dėmesį. Tačiau tam tikri klausimai turi unikalų potencialą išlikti dėl jų matomumo, sudėtingumo ir pasiekiamumo (Downs, 1972)

Vienas klausimas ypatingai pademonstravo sugebėjimą įgyti aktualumą – aplinka. (Trumbo, 1996; Chaloupka, 2002; Brossard, et al., 2004) Svarbu paminėti, nors susirūpinimas ekologija liko matomas žiniasklaidoje, tačiau nušvietimo žiniasklaidoje tipas ir savybė laikui bėgant pakito (Trumbo, 1996) ir dar daugiau, ekologinių problemų nušvietimas žiniasklaidoje gali skirtis tarp šalių, dėl skirtingų nacionalinės spaudos sistemų ir skirtingo ekologinių problemų vertinimo (Dunlap, 1994).

Taigi svarbu šiame darbe apibrėžti šiandieninėje žiniasklaidoje egzistuojančius ekologiško vartojimo rėmus, o taip pat ir nustatyti, kiek dėmesio sulaukia ši tema, kaip ji yra atspindima ir vaizduojama.

### **3.3. Ekologijos diskursas žiniasklaidoje**

Jau nuo 1970 metų aplinka ir ekologija tapo vis svarbesniu probleminiu klausimu žiniasklaidos ir visuomenės sferose tarp išsivysčiusių vakarų šalių. Ypač susidomėjimas padidėjo po Brundtland pranešimo (1987), Rio konferencijos (1992), ir Kyoto protokolo (1997). Empiriniai komunikacijos tyrimai, susiję su ekologija ir žiniasklaida, buvo pradėti Anglijoje, Amerikoje, vėliau Vokietijoje ir Šveicarijoje. Tačiau žiniasklaidos ir ekologijos tyrimai vis dar lieka ribinėje sferoje ir komunikacijos tyrėjų indėlis yra labai fragmentiškas šioje srityje. Dažniausiai paliečiamos

---

<sup>46</sup> SMITH, A. N., BORTREE, D. S., išnaša 42, p. 7

ekologinės komunikacijos sritys yra rizikos komunikacija (Dunwoody ir Peters 1992; Bonfadelli 2004b), mokslo komunikacija (Lewenstein 1995; Kohring 1997) ir katastrofų komunikacija, tačiau šios tyrimų sritys dažniausiai nebūna aiškiai apibrėžiamos.<sup>47</sup>

Yra pastebėta, jog apie ekologines problemas žiniasklaida linkusi nušviesti tada, kai įvyksta kokia nors netikėta ir staigi ekologinė katastrofa kaip atominių reaktorių avarijos (Trijų myliu sala (1979. Černobilis (1986)), chemikalų avarijos (Sevesas (1976), Bhopalas (1984), Bazelis (1986)), o taip pat ir miškų nykimas Europoje, klimato kaita ar potvynių katastrofos, SARS, naujų technologijų rizika kaip GMO ar nanotechnologijos.

Šiuo atveju yra svarbus klausimas, ar ekologinių katastrofų iškėlimas gali informuoti ar netgi aktyvuoti plačiąją visuomenę, o gal žiniasklaida užstrigs informacijos sraute ir panikos kėlime ir taip ekologinė žurnalistika paralyžuos ekologinio sąmoningumo svarbą vietoj to, kad būtų svarbi ekologinio susirūpinimo pranešėja, kuri šviečia visuomenę ir skatina pokyčius (Stocking ir Leonard 1990; Major ir Atwood 2004).<sup>48</sup>

Aplinkos, ekologijos ir tausojimo probleminiai klausimai nėra vien mokslinis fenomenas, kuriuos galima vien tik griežtai apibrėžti. Apskritai aplinka ir gamtinių resursų tausojimas yra kolektyvinis fenomenas, kuris yra socialinių problemų forma apibrėžiama ir konstruojama socialiai (Schoenfeld et al. 1979; Hansen 1991). Kaip žinoma, ekologinė tarša nėra tiesiogiai matoma, todėl moksliniai pastebėjimai, patikimi vertinimai ir duomenys turi būti komunikuojami, diskutuojami ir teisiškai apibrėžiami visuomenės sferoje, o taip pat ir vertinami pagal socialines vertybes ir siūlomos strategijos darniam vystymuisi. Žiniasklaida remdamasi mokslininkais, ekspertais turi komunikuoti visuomenei apie ekologinės taršos riziką ir ekologinių bei gamtos resursų tausojimo strategijas. Pati aplinka negali kalbėti už save, todėl yra reikalingi tokie socialiniai veikėjai kaip Greenpeace ar Pasaulinis Laukinės Gamtos Fondas (WWF), o taip pat ir įsitraukusių į šiuos klausimus žiniasklaidos atstovų, kurie viešintų ekologines problemas ir skatintų ekologinį susirūpinimą.

Ekologinės taršos vertinimas ar duomenys, rodantys klimato kaitą, gali būti analizuojami ir vertinami labai skirtingais būdais priklausomai nuo ekonominės šalies situacijos, politinio suskirstymo ar atitinkamos žiniasklaidos sistemos.

Ekologinė tema yra sudėtingas procesas, kuris apima ne tik natūralius procesus, bet socialinius klausimus, todėl tai iš dalies apunkina ekologinę žurnalistiką. Sudėtinga gamtos resursų tausojimo koncepcija žiniasklaidoje yra *skerspjuvio tema*, nes apima ateities ir praeities laiką, taip pat yra įtrauktos socialinės, techninės, ekonominės priežastys ir padariniai.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> BONFADELLI, H., Environmental Sustainability as Challenge for Media and Journalism, , *Environmental Sociology* 2010, Part 4, 257-278, p. 258

<sup>48</sup> BONFADELLI, H., išnaša 47, p. 259

<sup>49</sup> BONFADELLI, H., išnaša 47., p. 260

Informacija susijusi su aplinkosauga dažnai pateikiama pagal universalią žinių pateikimo formulę „kas, ką, kada ir kur pasakė“. Pastebėta, jog žiniasklaidos atstovai, nebūdami aplinkosaugos žinovai, privengia rašyti apie prieštarai įvairių visuomenės atstovų (mokslininkų, politikų, aplinkosaugininkų) vertinamas aplinkosaugos problemas, arba remiasi patikimu informacijos šaltiniu, kuris gali suteikti aiškios informacijos apie temą, o pats stengiasi išlikti neutralus (Hannigan, 1995).

Ekologinė žala yra visų tautų, visos žmonijos problema. Mūsų planetos sveikata egzistuoja tarp visos planetos žmonių. Tačiau modernioji ekologija yra įsiskverbusi post-industrinės ekologijos nykime ir dažniau yra atpažįstama ir išvystyta tarp išsivysčiusių Vakarų šalių (Eckersley, 1992; Dryzek, 2005)<sup>50</sup>

Susirūpinimas ekologinėmis problemomis ypač tapo aktualus trečiojo tūkstantmečio pradžioje. Ypatingai susirūpinimo padidėjimą galima pastebėti žiniasklaidoje, kurioje tapo aktualu įtraukti į savo dienotvarkę klimato kaitos temą. Vokiečių sociologų tyrimas parodė, jog 2006/2007 metais ypač pagausėjo klimato kaitos (globalinio atšilimo) nušvietimas žiniasklaidoje.<sup>51</sup>

Vokiečių sociologų tyrime buvo analizuojama 47 šalių žiniasklaidos pranešimai susiję su globaliniu atšilimu. Pastebėta, jog susirūpinimas klimato kaita aplenkė net tokias visuomenei aktualias temas, kaip terorizmas, politinis stabilumas, nusikaltimai, karai ir imigracija. Ir vis dėlto, nors globalinio atšilimo temą lenkė ekonomikos ir sveikatos problemos, toksai šios temos populiarumas yra tikrai ryškus. Daugumai žmonių žiniasklaida yra svarbiausias informacijos šaltinis, kuris suteikia žinių apie klimato problemas. Taigi galima sakyti, jog padidėjusį visuomenės susirūpinimą ekologinėmis problemomis lėmė padidėjęs žiniasklaidos dėmesys šiai temai.<sup>52</sup>

Vakarų kultūros šalyse yra įprasta, jog žiniasklaida nušviečia ekologines problemas, tačiau tai yra daroma skirtingu tonu. Skirtingą ekologinių problemų pateikimą lemia kiekvienos šalies, jai būdinga žiniasklaidos tradicija (Brossard, Shanahan & McComas, 2004).

F. Esser (2008) atrado, jog nepaisant pranešimų stiliaus homogeniškumo ir žiniasklaidos savininkų konsolidacijos, šalyse vyrauja naujienų pranešimų skirtumai. Šiuos gali lemti skirtingas ekologinių problemų suvokimas (Dunlop 2005). Tačiau vis dar mažai yra informacijos apie ekologinių problemų pobūdį, kuris yra pateikiamas žurnaluose. Žinojimas, kaip ekologinės problemos yra rėminamos žurnaluose, gali suteikti informacijos apie žmonių požiūrį ir supratimą apie ekologines problemas. Tai leistų pastebėti ir tam tikras tendencijas vyraujančias žurnaluose.

---

<sup>50</sup> SMITH, A. N., BORTREE, D. S., Buying Green or Being Green: Environmental Consciousness Frames in Teen Girls' Magazines. Presented at the meeting of the Association for Education in *Journalism and Mass Communication*, Boston, MA. Spring 2009 4p.

<sup>51</sup> REUSSWIG, R., The New Climate Change Discourse: A Challenge for Environmental Sociology, *Environmental Sociology*, 2010, Part 1, p p. 43

<sup>52</sup> REUSSWIG, R., išnaša 51., p. 44

Žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį formuojant ekologiškumo sampratą visuomenėje. Masinės komunikacijos parenka, transformuoja ir skleidžia ekologines konstrukcijas šiuolaikinėje visuomenėje. Tačiau remiantis tyrimų duomenimis, galima teigti, jog ekologinė tema nėra prioritetas Lietuvos visuomenės ir žiniasklaidos darbotvarkėje.

Ekologinės sąmonės tyrimai Lietuvoje parodė, jog tradicinė žiniasklaida stokoja aiškios ir suprantamos informacijos apie aplinkosaugos problemas, kurios nėra nušviečiamos kaip svarbiausios visuomenėje. Čia taip pat galima pastebėti pasyvų Lietuvos visuomenės vaidmenį sprendžiant ekologines problemas. Tačiau pastaraisiais metais pastebimas didesnis susidomėjimas ekologija. Ypač šios tendencijos atsispindi internete. Ši nauja komunikacijos erdvė sudarė palankias sąlygas skleisti ekologinės problemos klausimus.

Atsižvelgiant į ekologinį diskursą, pastebėtina, jog žiniasklaidoje aplinkosauginė tema yra atskleidžiama su rizikos elementais, kuris yra būdingas pranešimo pasakojimo struktūrai.<sup>53</sup>

Taigi, dabar masinės visuomenės priemonės vis labiau akcentuoja ekologinių problemų temą. Be abejo, šios temos iškėlimas daro tam tikrą įtaką visuomenės nuomonei. 2008 metais Eurobarometras paskelbė tyrimo išvadas, kuriose atsispindi, jog 62 procentai Europos gyventojų laiko klimato kaitą svarbiausia socialine problema. Labiausiai susirūpinimą klimato kaita išreiškė Švedijos, Norvegijos, Vokietijos, Prancūzijos, Suomijos ir Vengrijos gyventojai.<sup>54</sup>

Viena iš geriausiai žinomų tradicinių daugiakomponentinių modelių koncepcijų yra ekologinė skalė kurią tam, kad būtų galima išmatuoti aplinkosauginį sąmoningumą, 1973 metais išvystė Maloney ir Ward'as. Ši skalė susideda iš keturių poskalių: poveikis, žinios, žodinis ir tiesioginis įsipareigojimas. Ekologinė skalė, kitaip nei kitos koncepcijos, apima elgesio komponentus, kaip tiesioginius aplinkosauginio sąmoningumo elementus.

Žiniasklaida vaidina svarbų vaidmenį aktyvuojant aplinkosauginį elgesį. Luhmann nurodė, kad aplinkosauginės problemos komunikuojant turi būti aiškios ir apibrėžtos kaip socialinės problemos. Toks bendras požiūris formuotų aplinkosauginį sąmoningumą. Požiūris į aplinkosauginę situaciją atstovauja socialinį atvaizdą, kuris yra susijęs su bendru žinojimu ir socialinėmis vertybėmis. Taigi aplinkosauginis komunikavimas per visuomenės informavimo priemones yra ypatingai svarbus perteikiant šį žinojimą, įtvirtinant šiuos rėmus ir vertybes, o taip pat ir parodant veiksmų galimybes.<sup>55</sup>

Daugelį ekologinių problemų sunku apibrėžti ir suvokti, kadangi jos neturi tiesioginių ar konkrečių pasekmių dabartyje, o dažnai yra tik numanoma rizika. Žiniasklaidos pranešimai lemia

<sup>53</sup> JURAITĖ, K., TELEŠIENĖ, K., *Ekologinės rizikos diskursas žiniasklaidoje: tyrimo teorinės bei metodologinės prielaidos*, Filosofija. Sociologija. 2009. T. 20. Nr. 4, p. 227–236, Lietuvos mokslų akademija, 2009. p. 228

<sup>54</sup> ARLT, D., HOPPE, I., WOLLING, I., *Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions*. In *International Communication Gazette* January 6, 2011 vol. 73 no. 1-2 p. 46

<sup>55</sup> ARLT, D., HOPPE, I., išnaša 54, p 48

globalinių rizikų suvokimą visuomenėje. Žmonėms yra aktualesnės vietos problemos, su kuriomis susiduriama savo aplinkoje, o ne tos problemos, kurios yra tolimos vietos ir laiko atžvilgiu.

Nuo 1970 m. iškilo oro taršos problema. Imta kalbėti apie oro užterštumo poveikį žmogaus sveikatai, aplinkai, iškelta globalinio atšilimo problema. 2000 metais globalinė klimato kaitos problema tapo politinės darbotvarkės klausimu nacionaliniu ir visuotiniu mastu.<sup>56</sup>

Taigi galima daryti išvada, kad žiniasklaidos vaidmuo iš tikrųjų yra vienas iš lemiamų veiksnių, kurio dėka žmonės ne tik gali sužinoti apie ekologines problemas, bet ir susiformuoja nuomonę apie jas, šiuo atveju labai svarbu, kaip žiniasklaidoje yra pateikiamos tos ekologinės problemos ir ekologiniai klausimai. Kaip jau minėta, ekologiškas vartojimas yra viena ekologiško sąmoningumo išraiškų, to sąmoningumo pasekmė arba elgesio forma. Taigi tai, kaip pateikia žiniasklaida ekologišką vartojimą, gali prisidėti ir prie ekologinio sąmoningumo formavimo.

### 3.4. Žiniasklaidos vaidmuo Lietuvoje

Iki nepriklausomybės atgavimo Lietuvos žiniasklaidos sistema buvo Sovietinės žiniasklaidos aparato dalis. Tuo metu žiniasklaidą naudojo Komunistinės partijos kaip propagandos instrumentą, kuris suteikdavo galimybę kontroliuoti visuomenę. Sovietinė valdžia nepageidavo pliuralizmo, todėl tokie visuomenės diskursai kaip narkotikai, prostitucija, gamtos katastrofos ir nelaimės buvo nutylimos. Žiniasklaida taip pat tylėjo apie tikrą ekonominę situaciją, nedarbą, etninius konfliktus, aplinkosauginės temas. Devinto dešimtmečio pabaigoje situacija pasikeitė, tai lėmė viešumo politikos (*glasnot*) ir *pertvarkos* reformų pradžia. Taigi žiniasklaida pradėjo informuoti apie ekologines problemas, kurios lietė visą visuomenę.

Pastaruosiu metu išaugęs susidomėjimas ekologišku vartojimu neaplenkė ir Lietuvos žiniasklaidos. Žiniasklaida tikriausiai pirmoji informavo visuomenę apie pasaulyje vyraujančias ekologiškumo tendencijas. Šiuo atveju didesnis informavimas skatina didesnę visuomenės susidomėjimą ekologišku vartojimu.

Dabar tapo natūralu nušviesti visuomenę apie ekologines problemas ir ekologinę situaciją, kuri vyksta ne tik nacionaliniu mastu, bet taip pat ir globaliu. Galima manyti, kad būtent žiniasklaida Lietuvoje vaidina pagrindinį vaidmenį formuojant ekologinį sąmoningumą. Ji ne tik informuoja visuomenę apie ekologiją, bet ir siūlo savo vertinimą, bei elgesio medelius.

---

<sup>56</sup> JURAITĖ, K., TELEŠIENĖ, K., *Ekologinės rizikos diskursas žiniasklaidoje: tyrimo teorinės bei metodologinės prielaidos*, Filosofija. Sociologija. 2009. T. 20. Nr. 4, p. 227–236, Lietuvos mokslų akademija, 2009. p. 230



## 4. DISKURSAS IR DISKURSO ANALIZĖ

Diskurso analizė pasirinkta kaip tyrimo strategija, todėl svarbu apibrėžti, kas yra diskursas, jo reikšmę, sampratą, diskurso teorijas ir taikymo būdus. Todėl visas šis skyrius ir skiriamas šiai gan sudėtingai temai.

Diskursas yra apibrėžiamas, kaip visuma idėjų, sąvokų ir kategorijų, kurios yra kuriamos ir atkuriamos, keičiamos tam tikrais socialiniais veiksmais ir kurių dėka fizinei ir socialinei realybėms yra suteikiamos reikšmės.<sup>57</sup>

Atliekant diskurso analizę svarbu nurodyti pagrindines dimensijas: turinį – dėmesio objektą, temą ar klausimą, objektą aprašančius ar vertinančius teiginius; diskurso dalyvius ir diskurso kontekstą.

Diskurso turinys apima įvairius teiginius apie dėmesio objektą. Temos, kurios yra nagrinėjamos tekstuose, nusako turinį. Mokslininkas Teun A. van Dijk apibrėžia temas kaip „semantines makrostruktūras“, kylančias iš semantinių mikrostruktūrų.<sup>58</sup>

Diskurse kontekstas suvokiamas kaip socialinės, politinės, kultūrinės ir istorinės struktūros, kuriose vyksta diskursas. Šie kontekstai padeda geriau suprasti ir paaiškinti diskursą. Taip pat kontekstas diskurso analizėje suvokiamas kaip tiesioginis diskurso vyksmas.

### 4.1. Diskurso samprata

Kalba ir rašymas padeda mums kurti pasaulio vaizdą jį išreikšti garsais ir žodžiais, o taip pat suteikti jiems prasmę. Platonas manė, jog savaime atskirai pats žodis negali būti teisingas ar klaidingas, tačiau žodžių junginys turi turėti kažkokią prasmę, kuri gali būti nesuprantama. Galima sakyti, jog šioje terpėje iškyla diskurso terminas.<sup>59</sup>

Diskurso sąvoka pastaruoju metu yra vartojama labai dažnai. Ypač „diskursas“ bei „diskurso analizė“ yra aktuali socialiniuose moksluose, lingvistikoje, filosofijoje, socialinėje psichologijoje ir daugelyje kitų disciplinų. Šios sąvokos yra plačiai naudojamos ir literatūriniams, ir

---

<sup>57</sup> HAJER, M. A., *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernisation and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press, 1995. p. 44

<sup>58</sup> DIJK, T. A. van., „Multidisciplinary critical discourse analysis: a plea for diversity, in *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed R. Wodak, M. Meyer. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001 p. 102

<sup>59</sup> RICOEUR, P., *Interpretacijos teorija: Diskursas ir prasmės perteklius*, Vilnius: Baltos lankos, 2000, p. 13

neliteratūriniais tekstams analizuoti. Diskurso sąvoka turi begalę termino išraiškų naudojamų literatūros ir kultūros teorijoje, tačiau ji nėra iki galo aiškiai apibrėžta.<sup>60</sup>

Šio termino vartojimo vystymosi istoriją galima laikyti įvairiapuse, kadangi ji varijavo nuo vieno aspekto prie kito.

Diskursas [pranc. discours – kalba, kalbos tipas, tekstas]:

1. *kalbotyroje* - sudarytas pagal tam tikrą sistemą, ppr. išplėstas minties apie kuri nors dalyką išreiškimas;

2. *semiotikoje* – kalbinis arba nekalbinis procesas, turintis vienokią ar kitokią prasmę<sup>61</sup>.

Visų pirma diskursas vartojamas kaip „diskusijos“ sinonimas arba kaip tam tikras kalbėjimo ar šnekėjimo būdas.

Siauraja ir įprastine prasme diskursas yra lingvistinis terminas. Jo kilmė siejama su prancūzų žodžiu *discours*. Taigi diskursas apibūdinamas kaip: 1) verbalinis komunikavimas; kalbėjimas, pokalbis; 2) formalus temos traktavimas kalboje ar rašyme; 3) lingvistikoje reiškia bet kokią kalbos atkarpą, didesnę nei sakiny; 4) dėstyti, skaityti paskaitą, sakyti kalbą.<sup>62</sup>

Lingvistinis diskurso terminas yra glaudžiai susijęs su kalbėjimu ar šnekėjimu.

Nuo 1960 m. „diskursas“ yra siejamas su prancūzų filosofiniu mąstymu. Per šiuos metus šio termino filosofinė ir labiau teorinė prasmė šiek tiek išsiskyrė, tačiau bendrosios prasmės išliko, tam tikru būdu moduluodamos teorines prasmes.<sup>63</sup> Sudėtingiau yra apibrėžti diskurso prasmę teorinėje įvairovėje. Šiuo atveju yra labai svarbus disciplinos kontekstas, kuriame ši sąvoka atsiranda.

Tarkim, humanitarinių mokslų kontekste yra nagrinėjami aplinkosaugos, rasistiniai, feminizmo ir kitokie diskursai. Socialiniuose moksluose diskursas analizuoja kalbėjimą kaip būdą, kuris įprasmina žmonių gyvenimą. Jie akcentuoja diskursą kaip socialinį veiksma, interakcijos sampratą. Svarbus ne tik pasakytas ar parašytas tekstas, bet ir asmuo, kuris jį kuria, perteikia ar interpretuoja, o taip pat ir socialiniai bei istoriniai kontekstai, kurie diskursą apriboja ar sąlygoja.<sup>64</sup>

Kai kurie mokslininkai apibrėžia diskursą kaip komunikacijos proceso materialiosios išraiškos virtimą tekstone. Šiuo atveju svarbu yra kalbos kaip socialinės realybės formuotojo, įrėmintojo arba iškraipytojo vaidmuo.

Rusų mokslininkas P. Seri išskiria keletą termino „diskursas“ reikšmių, kurias plačiai naudoja prancūzų diskurso analizės mokyklos atstovai. Taigi diskursas tai:

- sąvokos „kalba“ ekvivalentas. Tai bet koks konkretus pasisakymas;

<sup>60</sup> MILLS, S., *Discourse (The New Critical Idiom)*, II leidimas, Routledge, 2004, p. 1

<sup>61</sup> Tarptautinių žodžių žodynas, ketvirtasis leidimas, Alma littera, 2005, p. 173

<sup>62</sup> MILLS, S., išnaša 61, p. 2

<sup>63</sup> MILLS, S., išnaša 61, p. 3

<sup>64</sup> TELEŠIENĖ, A., Kritiškosios diskurso analizės metodologinių principų taikymas sociologiniuose tyrimuose. *Filosofija.Sociologija*, 2005, nr.2, p. 1

- vienetas, didesnis negu frazė. Pasisakymas globalia prasme. Tai kas yra „teksto gramatikos“ objektas – atskirų pasisakymų seka;
- pragmatikos rėmuose diskursas yra pasisakymo įtaka jo gavėjui ir jo įsiliejimas į pasisakymo situaciją;
- diskursas atspindi pasikalbėjimą, kaip pagrindinį pasisakymo tipą;
- Benvenistas diskursu vadina kalbą, kurią pasisavino kalbėtojas, priešindamas jam pasikalbėjimą kaip pagrindinį pasisakymo tipą;
- kartais priešpriešinama kalba ir diskursas (language/discourse);
- terminas diskursas dažnai naudojamas tam, kad pažymėtų apribojimų sistemą, kuri riboja pasisakymų kiekį dėl tam tikros socialinės ar ideologinės pozicijos;
- tradiciškai diskurso analizė apibrėžia savo tyrimo objektą, atskirdama pasisakymą nuo diskurso;<sup>65</sup>

Kaip jau minėta, teorinį diskurso terminą smarkiai lemia bendrosios mokslinės tam tikros paradigmos. Sociologijos moksle diskursas yra suvokiamas kaip paprasčiausias komunikacinis procesas. Šio proceso materialinė išraiška įgyja teksto formą, kuri susideda iš sakytinių bei rašytinių žodžių, gestų, simbolių, pauzių, garsų, minčių bei šių elementų samplaikos, tokiu būdu iškomunikuojamos idėjos, požiūriai, suvokimas, nuomonės ir kt.

Hajer (1994) suvokė diskursą kaip idėjų, sąvokų, kategorijų visumą. Tam tikri socialiniai veiksniai jas kuria, keičia bei atkuria. Tuo būdu fizinei realybei yra suteikiama reikšmė.<sup>66</sup>

Crystal teigė, jog diskurso analizė koncentruojasi ties natūralia sakytine kalba, taigi diskursu laiko pokalbius, interviu, komentarus, kitaip nei tekstas, kuris fokusuojasi ties rašytine kalba.<sup>67</sup>

Dažnai autoriai nusako tai, kuo diskursas nėra. Bando jį priešpriešinti su tekstu, ideologija ir sakiniu.

Geoffrey, Leech ir Short (1981) teigia, jog diskursas yra lingvistinė komunikacija, regima kaip transakcija tarp kalbėtojo ir klausytojo, ir ši tarppersonalinė veikla turi socialinę paskirtį. Tuo tarpu tekstas paprasčiausiai regimas kaip užkoduota žinutė. Stubbs teigia, jog diskursas, kitaip nei tekstas, yra interaktyvus.<sup>68</sup>

Scheigal išskyrė teksto ir diskurso santykių tipus:

- tekstas yra žodžių užrašymas, diskursas – kalba, susijusi su gyvenimu;
- diskursas – tai ištisinis procesas, kurio metu vyksta kalbos kūrimas, tuo tarpu tekstas – kūrybinio proceso rezultatas;

<sup>65</sup>Серио П. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса, М. «Прогресс», 1999, 26-27

<sup>66</sup>HAJER, M. A., *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernisation and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press, 1995, p.55

<sup>67</sup>MILLS, S., išnaša 61, p. 3

<sup>68</sup>MILLS, S., išnaša 61, p. 4

- diskursas realizuojasi tekste
- diskursas asocijuojasi tik su žodine kalba, tekstas – su rašytine;
- diskursas apima visas sąvokas, būdingas „kalbai“ ir „tekstui“;
- diskursas traktuojamas kaip komunikacinis įvykis, pasireiškiantis per įvykio dalyviu sąveiką tam tikrame bendravimo kontekste. Galima sudaryti tokią formulę: diskursas = tekstas + interaktyvumas + situacijos kontekstas + kultūrinis kontekstas<sup>69</sup>

Foucault diskursas tai žinojimo ir idėjų sistema, kuri išreiškiama žodžių bei individualizuotų teiginių grupėmis. Pagal jį, visus išsireiškimus bei tekstus, kurie galėjo prisidėti prie pasaulio suvokimo formavimo, galime laikyti diskursu. Foucault apibrėžimai turėjo didelę įtaką kultūros teorijoje.<sup>70</sup> Pagal Foucault viena iš svarbesnių instancijų, turinčių teisę reglamentuoti ir paskirstyti diskursą yra švietimo instancija. Bet kokia švietimo sistema, anot Foucault, yra politinis būdas diskurso formų palaikymo ir pasisavinimo.

Struktūralistų ir post-struktūralistų teorijoje diskursas signalizavo esminį lūžį kalbos ir pateikimo požiūriuose. Jie matė kalbą kaip atskirą sistemą su savo taisyklėmis ir apribojimais.

S. Mills išskyrė tris pagrindines diskurso termino vartojimo grupes: kultūrinė teorija, kalbotyra, kritiška kalbotyra/socialinė psichologija.

Didžiausią įtaką kultūrinei teorijai darė M. Foucault požiūris. Kultūrinėje teorijoje diskursas yra naudojamas prasmių mišinyje ir labiau specifinėje teorinėje reikšmėje, kuri mato diskursą kaip bendrą taisyklių-vadovavimo formuluotės kūrimo ir cirkuliacijos sistemą. Čia pasireiškia skirtumas tarp šios abstrakčios, bendros teorinės diskurso sampratos ir individualių diskursų. Kitų mokslininkų darbuose diskursas yra suvokiamas kaip balsas tekste arba kalbos pozicija. Dar vieniems diskursas tai įvykių reprezentatorius tekste, be ypatingo susirūpinimo chronologija realiame gyvenime.

Lingvistams diskursas siejasi su kalbos ir teksto ilgumo prasme, tokiu būdu diskursas yra išplėsta teksto dalis, kuri turi vidinę struktūrą, ryšį. Dar kitiems diskursas apibrėžiamas kontekste, kuriame paplitę tam tikri išsireiškimai (religijos diskursas, reklamos diskursas). Šie teksto pateikimo kontekstai nustato vidinę pateikiamų specifinių tekstų sudedamąją dalį.<sup>71</sup>

Socialinės psichologijos tyrinėtojai ir kritiškos kalbotyros atstovai diskursą naudoja įvairiais būdais, bet visi jie sujungia kalbotyrininkų ir kultūros teoretikų diskurso reikšmes. Tokiu būdu socialiniai psichologai linkę integruoti ryšį su galios santykiais ir iškylančiomis autoritarinių išsireiškimų struktūromis, tokiomis kaip rasizmas, seksizmas ir taiko ankstesnę diskurso analizės metodologiją.

<sup>69</sup> Шейгал, Е. И., Семиотика политического дискурса. М., 2004, p. 10-12

<sup>70</sup> MILLS, S., išnaša 61, p. 7

<sup>71</sup> MILLS, S., išnaša 61 p. 9

Šis kalbotyros ir kultūros teorijų sujungimas neišvengiamai įtakojo diskurso termino reikšmę iš abiejų pusių.

#### 4.2. Diskurso analizė

Kaip teigia Telešienė, diskurso analizės pirminės teorines ir metodologines ištakas galima aptikti XX a. pr. rusų formalizme ir XX a. vidurio prancūzų struktūralizme. Socialinio konstruktyvizmo bei post-struktūralizmo sociologinės paradigmos bei kitos mikrosociologijos teorijos yra šiandieninės diskurso analizės teoriniai pagrindai. Jau nuo aštunto dešimtmečio diskurso analizė smarkiai išplito lingvistikoje, antropologijoje, filosofijoje, psichologijoje ir sociologijoje. Diskurso analizės pavadinimas buvo suteiktas domėjimuisi įvairiais kalbos vartojimais, tekstų, pokalbių, interviu bei kitai komunikacinių procesų aspektais. Tuo metu diskurso analizė tapo atskira tyrinėjimo sritis ir universitetinė disciplina.<sup>72</sup>

Diskurso analizė kuria sėkmingą teksto analizės tradiciją, kai įtraukia jos sociologinį, antropologinį ir filosofinį paveldą, stebėdama, kaip žmonės naudoja kalbą įprasinti bei atlikti kasdienę veiklą sąveikaujant.<sup>73</sup>

Diskurso analizė apibūdinama kaip metodologija, kuri leidžia komunikacinės veiklos procesų ir šių procesų rezultatų, tai yra tekstų, analizę. Empiriniuose tyrimuose svarbu diskurso termino elementų nusakymas:

- Objektas – klausimas arba tema
- Turinys – teiginiai, kurie aprašo ir vertina objektą
- Dalyviai
- Kontekstas

Diskurso analizę galima atlikti su visais arba keletu diskurso elementų. Pirmu atveju dėmesys telkiamas į diskurso objekto, turinio, bei dalyvio aprašomąją analizę. Antru atveju į diskurso objekto bei turinio sąryšį su konteksto analizę.

Van Dijk teigia, diskurso analizės paskirtį esant dvejopą:

- Diskurso analizė leidžia komunikacijos bei verbalinės interakcijos formų ir mechanizmų analizę;
- Diskurso analizė leidžia formuluoti esamo diskurso kritiką ir alternatyvas<sup>74</sup>.

<sup>72</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64, p. 2

<sup>73</sup> MATHENSON, D. M., *Media Discourses*. Berkshire, , GBR: McGraw-Hill Education, 2005, p 7.

<sup>74</sup> DIJK, T. A. van., Introduction: Discourse Analysis as a New Cross Discipline, in *Handbook of discourse analysis: Disciplines of Discourse. Vol. 1*. Ed. By T. A. van Dijk. London: Academic, 1985a, p. 5

Kadangi diskurso termino prieigos atskirai formavosi viena nuo kitos skirtingose disciplinose, tai lėmė šiandieninės diskurso analizės metodologinę įvairovę. Diskurso analizės metodologija sociologijoje yra susijusi dėmesio nukreipimu į kasdieninę socialinę sąveiką ir kitokius socialinės realybės aspektus. Tai susiję su XX a. 7 dešimtmetyje makrosociologinių prieigų ir struktūrinio funkcionalizmo atmetimu.<sup>75</sup>

Goffman, Garfinkel ir kitų sociologų veikaluose būdinga ši interpretacinė sociologija. Taip pat tuo metu pradėjo dominuoti dėmesys monologiniams diskurso žanrams t. y. tekstui, istorijoms. Vėliau dėmesys nukreipiamas ir susidomima bei analizuojama natūralaus dialogo socialinėje sąveikoje formos (kasdieniai pokalbiai, dialogai įvairiose situacijose).<sup>76</sup>

Vyrauja daug įvairių metodologinių diskurso analizės tradicijų ir metodinių prieigų, kurias galima apibrėžti keliais lygmenimis. A. Telešienė bendriausia prasme pagal diskurso išraiškos pavidalą skiria:

- pokalbių analizę;
- rašytinių tekstų analizę.

Tuo tarpu L. Kraniauskas (2001) išskiria taip pat dvi diskurso analizės kryptis, tačiau pagal vykdomos analizės lygmenį ir akcentus:<sup>77</sup>

- Pirma kryptis yra veikiama lingvistikos ir semiotikos, sutelkdama visą dėmesį į vidinę teksto analizę;
- Antra diskurso analizės kryptis koncentruojasi ties išoriniais teksto kūrimą ir diskursą sąlygojančiais faktoriais.

Taip pat reiktų paminėti ir Teun A. van Dijk išskirtas diskurso analizės metodologines tradicijas:

- lingvistinė analitinė tradicija,
- aprašomoji funkcionalistinė tradicija,
- interpretacinė tradicija,
- kritiškosios diskurso analizės tradicija,

Van Dijk visų pirma diskurso analizę moksliniuose tyrimuose siejo su struktūrinės lingvistikos bei semiotikos studijomis, kur ieškoma užslėptos teksto reikšmės ir domimasi lingvistiniais diskurso saitais.

**Lingvistinėje analitinėje** tradicijoje vyrauja diskurso struktūrinių elementų aprašomasis analizės metodas, kur tekstas bei kalba nagrinėjami gramatiškai, leksiškai, stilistiškai it kt.

Titscher *et al.* išskyrė lingvistinės analitinės tradicijos aprėpiamas metodines prieigas:

---

<sup>75</sup> DIJK, T. A. Van., išnaša 74

<sup>76</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64, p. 3

<sup>77</sup> KRANIAUSKAS, L., *Sociologinio diskurso raida Lietuvoje (1960-2000 m.)* : daktaro disertacijos santrauka : socialiniai mokslai, sociologija (05 S); Vilniaus universitetas. Vilnius : [Vilniaus univ. I-kla], 2001, p. 25.

- etnometodologinė pokalbių analizė,
- diferencinė pokalbių analizė,
- pasakojamoji semiotika ir kt.

Šios tradicijos dėka didesnis dėmesys nukreipiamas į diskurso funkcijas bei konteksto analizę.

Kognityvinis diskurso kontekstas tampa labai svarbus sociopsichologijos ir psichologijos tyrinėjimų pagrindiniu analizės elementu. Svarbu yra pats suvokimo procesas, atminties kryptingumas, informacijos organizavimas.

**Sociolingvistikoje** kreipiamas dėmesys į diskurso ryšį su socialiniu bei politiniu kontekstu. Kalba suprantama kaip socialinis veiksmas, o ne tik kaip verbalinis objektas.

Sekant lingvistinė analitinė tradicija sociopsichologijoje bei sociologijoje yra nagrinėjamos diskurso vyksmo situacijos, įvairūs interakciją apibūdinantys elementai, tai ir dominavimas, kontrolė, vaidmenys, normos atspindinčios diskurso kalboje ir tekste. Tradiciniai lingvistinės analitinės tradicijos duomenų šaltiniai yra neformalūs pasikalbėjimai, dialogai, kurie gali vykti darbo interviu, vizito pas daktarą metu, debatai seime ir pan. Šios situacijos leidžia nagrinėti, kaip amžius, lytis, socialinė bei etninė priklausomybė, o taip pat ir kitokios socialinės charakteristikos gali būti susietos su tam tikru žodyno, gramatikos, stiliaus bei retorikos naudojimu diskurse.<sup>78</sup>

Tai leidžia manyti, jog diskurse esančios sąvokos bei taisyklės turi savo kultūrinį specifiškumą.

Lingvistinė analitinė diskurso tyrimo tradicija apima kontent analizės, pokalbio analizės, funkcinės pragmatikos metodines prieigas. Kontent analizė pastaruoju metu tapo ypač populiari.

Aprašomojoje funkcionalistinėje tradicijoje remiamasi funkcinio požiūriu į kalbą. Kaip ir lingvistinėje analitinėje tradicijoje, domimasi kalba bei jos panaudojimu. Analizuojamas kalbos panaudojimo tikslingumas, taip paverčiant diskurso analizę į funkcijų analizę. Funkcija kalbotyroje reiškia tam tikrų elementų paskirtį atlikti tam tikrus vaidmenis.<sup>79</sup>

Įvairūs specialistai skiria įvairias kalbos funkcijas.

M. A. K. Halliday (1973) kalbos funkcijos:

- instrumentinė, pabrėžianti įprastą bendravimo funkciją
- reguliuojančioji, atspindinti pritarimą arba nepritaringumą bei taisyklių taikymą
- reprezentacinė f-ja
- komunikacinė f-ja
- asmeninė f-ja, leidžianti išreikšti savo jausmus, pojūčius bei išpūdžius kalbančiajam
- euristinė f-ja, su jos pagalba mokomės, įgyjame žinių

<sup>78</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64, p.3

<sup>79</sup> POŠKIENĖ, A., *Diskursas. Teorijos ir praktikos gairės : mokomoji knyga*, Kauno technologijos universitetas. Užsienio kalbų centras. Kaunas : Technologija, 2008, p. 26

- vaizduojamoji f-ja, padedančia kurti idėjas bei sistemas

J. Palonio (1999) kalbos funkcijos:

- komunikacinė
- ekspresinė
- eogitacinė
- gnoseologinė
- nominatyvinė (įvardijamoji)
- estetinė
- reprezentacinė

A. Pupkis (2005) išskiria šias kalbos funkcijas:

- komunikacinė, informacinė
- mentalinė
- emocinė ekspresinė
- etninė reprezentacinė
- estetinė
- ritualinė
- fatinė
- metakalbinė<sup>80</sup>

Didžiausias diskurso analizės sunkumas yra tas, kad diskurse egzistuoja įvairialypės struktūros ir vienetai, turintys skirtingas funkcijas.

Van Dijk šalia prieš tai jau minėtų lingvistinės aprašomosios ir funkcionalistinės diskurso analizės tradicijų išskyrė interpretacinę diskurso analizės tradiciją.

Ilgą laiką tarpą literatūros, istorijos ir teisės diskurso analizėje buvo taikoma hermeneutinė tekstų interpretacija, kuri pasiremia subjektyvia diskurso duomenų interpretacija. Šiuo atveju svarbi interpretuojančio asmens patirtis toje srityje ir empatija interpretuojamiems dalykams. Ši tradicija labiausiai atsispindi šiandienos sociologijoje.

„Ideologinės“ diskurso analizės atsiradimas siejamas su XX a. 6 ir 7 dešimtmečių pokyčiais, kai prasidėjo ideologiniai pokyčiai bei judėjimai. Ideologinio diskurso analizė tapo aktuali socialiniuose moksluose, kur analizuojamas politinis, žiniasklaidos, vyriausybės diskursai. Šiuo būdu į diskursą žvelgiama kaip į klasinio konflikto, galios demonstravimo visuomenėje sferą. Čia diskurso dalys atspindi kalbančiojo ar teksto kūrėjo požiūrį ir interesus. Ideologinė diskurso analizė nustato diskurse užkoduotus klasinius konfliktus<sup>81</sup>:

- interesų konfliktus

<sup>80</sup> POŠKIENĖ, A., išnaša 78, p. 26

<sup>81</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64, p.3



- galios santykius
- ideologijas

Vėliau jau XX a. 10 dešimtmetyje ideologinio diskurso analizės tradicija išsirutuliavo į atskirą kritiškosios diskurso analizės tradiciją.

**Kritiškoji diskurso analizė** plačiai suvokia kontekstą, lingvistines ir socialines analizes bei socialinės kritikos derinimus.

Šios teorijos teoriniam pamatui dažnai pasirenkama funkcinė sisteminė lingvistika, kognityvinė lingvistika, Foucault požiūrį, hermeneutiką, kritinę teoriją.

Kritiškojo diskurso analizės pirminiai bei esminiai analizuojami klausimai dažnai yra plataus pobūdžio socialinės problemos.

Analizės objektas dažnai būna<sup>82</sup>:

- lyčių santykiai
- rasės problemos
- žiniasklaidos diskursai
- politikos diskursai
- organizaciniai diskursai

Kritiškojo diskurso analizės taikomi metodai:

- kokybinės atvejo studijos
- giluminiai ar struktūruoti interviu
- dokumentų analizė
- biografinių tekstų kiekybinė ar kokybinė analizė
- kt.

Kritiškosios diskurso analizės dėka galima analizuoti probleminių klausimų ideologinius aspektus, komunikacijos procesus, socialinius bei politinius procesus. Jeigu kritiškoji diskurso analizė yra naudojama konstruktyviai, tada ji tampa įrankiu išreikšti konstruktyvią kritiką tam tikrais socialiniais klausimais.

Kritiškoji diskurso analizė yra laikoma diskurso analizės metodologine tradicija, kuri apima įvairias metodikas. Įvairūs mokslininkai sutinka, jog nėra vieno modelio, pritaikomo visuose tyrimuose. Kritiškojo diskurso analizės metodo bei modelio pasirinkimas yra individualus ir priklauso nuo tyrimo tikslo specifiškumo.<sup>83</sup>

Ir vis dėlto tyrimo taikymo sritys neapsibrėžia vien jėgos ir vyravimo temomis. Kritiškoji diskurso analizė gali būti taikoma ir analizuojant socialinius pokyčius. Šią analizę galima taikyti, tarkim, analizuojant marketingo pokyčius ir panašiai. Istorinis diskurso analizės modelis gali būti

<sup>82</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64, p. 3

<sup>83</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64p. 4

taikomas nagrinėjant stereotipus, aliuzijas, prietarus. Taip pat kritišką analizę galime taikyti tautinio identiteto tyrimuose.

Kritiškosios diskurso analizės svarbą sociologiniuose tyrimuose lemia<sup>84</sup>:

- socialinės struktūros. Diskursas yra socialinės veiklos forma
- tekstas vis dažniau socialiniuose tyrimuose naudojamas kaip socialinis informacinis šaltinis.
- tekstai labai gerai identifikuoja socialinius pokyčius. Šiuos pokyčius parodo diskursas.
- Tekstu išreiškiama socialinė kontrolė bei galios dominavimas. Tad labai svarbu analizuoti ir interpretuoti tekstą.

Kritiškosios diskurso analizės ribose galima naudoti skirtingus požiūrius:

- Kognityvinė diskurso analizė leidžia nustatyti kaip kalboje pasireiškia pasaulėžiūrą, vertybės ir nuostatos. Kognityvinė diskurso analizė tarpininkauja tarp lingvistinių ir sociologinių sričių. Mokslininkai, dirbantys šia kryptimi, nagrinėja diskurso ir visuomenės ryšių problemą.<sup>85</sup>

Šios srities mokslininkai tiria, kaip mes suvokiame, šifruojame pasisakymus kontekste, kodėl vienodas tekstas suprantamas skirtingai įvairiose auditorijose, kaip tai susiję su jau turimomis žiniomis. Pagrindinė problema – tekstų iškodavimas. Galima taikyti keletą metodų – koncepcijų, metaforų, modelių ir rėmų analizavimas. Politinių koncepcijų analizavimas – pagrindinių socialinių teorijų sąvokų (tokių kaip laisvė, revoliucija, nacija) naudojimo tekste analizė. Metaforų modelių tyrimo pagrindinė sąvoka yra metafora, kuri suprantama kaip tikrovės pažinimo būdas. Metaforų taikymas politiniame diskurse byloja apie socialinį stresą, mąstymą sunkioje situacijoje, reikalaujantis iš žmogaus visų kognityvinių procesų aktyvavimų.

- Aprašomasis metodas. Šis metodas naudojamas kalbinių priemonių, kurie gali būti panaudoti žmogaus sąmonės kontrolei bei tam tikrų pažiūrų primetimo analizei. Šiam metodui būdinga lingvistilinė, semantinė, psicholingvistinė kryptis. Lingvistilinė kryptis domisi stilistiškai paženklintais kalbos sistemos elementais (kaip šnekamosios kalbos žodžiais, specializuotais terminais) ir emocinį atspalvį turinčiais komponentais, konotacijomis, asociacijomis ir jų sąsajas su žmogaus asmeninėmis vertybėmis. Semantinė kryptis tiria, kaip tam tikrų kalbinių priemonių pasirinkimas leidžia struktūruoti realybę, darant įtaką grupinėm vertybėm.

- Kiekybinis metodas. Populiariausias ir plačiausiai pritaikomas metodas yra kiekybinė turinio analizė. Naudojant jį, pagal kiekybines teksto charakteristikas (žodžius, žodžių junginius) galima nustatyti gana tiksliai teksto turinį, o taip pat ir autoriaus mąstymo ypatumus, jo tikslus, nuostatas. Labai dažnai taikoma kiekybinių ir kokybinių metodų derinys.

---

<sup>84</sup> TELEŠIENĖ, A., išnaša 64

<sup>85</sup> DIJK, T. A. van., Introduction: Discourse Analysis as a New Cross Discipline, in *Handbook of discourse analysis: Disciplines of Discourse. Vol. 1.* Ed. By T. A. van Dijk. London: Academic, 1985a, p. 1–10

Darbe paminėtos diskurso analizės tradicijos bei metodikos pasižymi skirtingumu. Skiriasi jų stilius, teorinis pagrindas, tikslai. Tačiau joms yra būdingas ir bendrumai:

- domėjimasis diskurso turiniu;
- diskursas analizuojamas kaip viduje užkoduojantis bei atspindintis pažinimo ar socialinius faktus.

Diskurso analizė yra tinkama naudoti tyrimuose norint atskleisti socialinių asmenų nuomonę apie tam tikrą objektą, bei jų pasisakymų poveikį socialinei realybei.

Taip pat diskurso analizė tinkama pritaikyti tyrimuose, jei informacijos šaltinis yra pasikartojantis komunikacijos procesas bei norint aprėpti požiūrio visumą, taip išvengiant savo išankstinio žinojimo įtakos.

Van Dijk kalbėdamas apie diskurso analizę teigė, jog ji yra būdinga visoms mokslo paradigmoms. Jis paminėjo jog sociologinė diskurso analizė labiausiai siejasi su socialinės psichologijos taikoma diskurso analize. Remiamasi tuo jog šiems diskursams yra būdingas bendrai įtakojamas asmenų suvokimas bei atmintis, jų pažintinis vertinimas.<sup>86</sup>

Van Dijk išskyrė „faktą“, kuris, susideda iš semantinių struktūrų: atsitikimas, veiksmas, procesas, būseną. Diskurso analizę tiriantys mokslininkai siekia perteikti tai, kad pažinimo elementai, tokie kaip nuomonė, pažiūros, elgesys ir kt. nulemti socialinio žinojimo, iš kurio ir kyla diskursas.

Diskurso analizė suteikia galimybę ištirti technikos kalbą, mokslinę literatūrą, teorijas, patentus, žargoną, frazes, o svarbiausia, jog ji leidžia ištirti ir platesnius socialinius aspektus, kurie nėra apčiuopiami, tačiau vis dėlto yra realybė.<sup>87</sup>

Apibendrinant šį skyrių galima teigti, jog diskursas yra tam tikra terpė, kur kalba bei kalbos išraiškos nebėra vien tik elementarūs komunikacijos atspindžiai, o tampa laidininku tam tikram pažinimui bei suvokimui atsirasti bei leidžia rinktis pačius pažinimo būdus.

---

<sup>86</sup> DIJK, T. A. van., Introduction: Discourse Analysis as a New Cross Discipline, in *Handbook of discourse analysis: Disciplines of Discourse. Vol. 1.* Ed. By T. A. van Dijk. London: Academic, 1985a, p. 1–10

<sup>87</sup> POŠKIENĖ, A., išnaša 78, p. 15

## 5. EKOLOGIŠKO VARTOJIMO DISKURSO ŽINIASKLAIDOJE TYRIMAS

Šioje dalyje bus aprašytas tyrimo metodologinis pagrindimas, tyrimo eiga ir rezultatai.

### 5.1. Metodologinis tyrimo pagrindimas

Darbe aprašomas empirinis apie ekologišką vartojimą tyrimas. Tyrimui pasirinkta analizuoti Lietuvoje leidžiamus mėnesinius žurnalus.

Tyrime taikyta diskurso analizės metodologinė strategija. Diskurso analizės pagalba siekiama suprasti, kaip tarpusavyje sąveikauja veikėjai, kaip šios sąveikos metu yra apibrėžiamos problemos, ir kokio pobūdžio sprendimai yra priimami, o taip pat ir nustatyti kaip yra rėminama ekologiško vartojimo diskursas.

Hajer apibrėžia diskursą kaip: „visumą idėjų, sąvokų ir kategorijų, kurios yra kuriamos, atkuriamos bei keičiamos tam tikrais socialiniais veiksmais, ir kurių pagalba fizinei ir socialinei realybėms yra suteikiamos reikšmės“<sup>88</sup>

Tyrimas buvo atliktas pasitelkus kiekybinę ir kokybinę turinio analizės metodus. Kiekybinė analizė pasirinkta, kadangi tyrimų apie ekologiško vartojimo diskursą žurnaluose nėra, todėl buvo svarbu nustatyti, kaip kiekybiškai atsispindi ekologiško vartojimo diskursas.

Šio tyrimo tikslas – nustatyti, kaip ekologiškas vartojimas yra vaizduojamas Lietuvos žiniasklaidoje, šiuo atveju žurnaluose, identifikuoti aktualiausias ir dažniausiai pasikartojančias temas susijusias su ekologišku vartojimu. Pagal šiuos duomenis suformuluoti prielaidas apie ekologiško vartojimo suvokimą, šio reiškinių mastą. Kokybinė diskurso analizė leido giliau pažvelgti į ekologiško vartojimo vaizdavimą žurnaluose, o taip pat ir giliau juos interpretuoti.

Tyrimo objektas – ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje

Tyrimo uždaviniai:

1. Surinkti ir išanalizuoti straipsnius ekologiško vartojimo tema tradicinėje žiniasklaidoje, konkrečiai lietuviškuose žurnaluose (2010 m.).
2. Išanalizuoti įvairią medžiagą, susijusią su analizuojama tema: statistinius duomenis ir kt.
3. Atlikti straipsnių, susijusių su ekologišku vartojimu, kiekybinę ir kokybinę turinio analizės.
4. Išsiaiškinti, kaip žiniasklaidoje yra pateikiamas ir formuojamas ekologiško vartojimo diskursas ir nustatyti, kaip tai yra siejama su sąmoningumu.

---

<sup>88</sup> HAJER, M. A., *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernisation and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press, 1995p. 44

Tyrimo hipotezės:

- Ekologiškas vartojimas žiniasklaidoje glaudžiai siejamas su ekologišku sąmoningumu.
- Ekologinės problemos ir žmogaus sveikata žiniasklaidoje pateikiami kaip pagrindiniai motyvai, skatinantys ekologišką vartojimą.
- Žiniasklaidoje ekologiškas vartojimas yra ideologizuojamas.

Tyrimo imtį sudaro 68 straipsniai iš 7 lietuviškų žurnalų (Moteris, Valstybė, Tavo vaikas, A-Zet, Mano namai, Sveikas žmogus, Sveikatos ABC).

Tiriamasis laikotarpis: 2010 metai.

Straipsnių paieškos raktažodžiai: ekologiškas, ekologija, natūralus, organinis, atliekų rūšiavimas, alternatyvi (tausojanti) energija, perdirbtas, GMO, konservantai.

Kiekybiškai straipsniai buvo suskirstyti į šiuos kintamuosius: žurnalo pavadinimas; straipsnio data; straipsnio pavadinimas; dydis; vieta; iliustracijų kiekis; charakteristika ((naujienu straipsnis, problematizuojantis straipsnis, edukacinis, skaitovo reakcija); tema; bendras straipsnio tonas; informacijos šaltinis. Taip pat straipsniai buvo analizuojami pagal Entman'o keturių rėmų funkcijų teoriją, kuria siekiama nustatyti buvimą ar nebuvimą kiekvieno iš keturių kodų – problemos apibrėžimo, problemos nustatymo, moralinio vertinimo ir siūlomos priemonės – kiekviename straipsnyje. Tai pat straipsniai buvo koduojami pagal tai ar siūlantys vartojimo konstrukciją ekologiniams sprendimams, ar siūlantys gamtosauginį sprendimą. Straipsniai kurie buvo visiškai orientuoti į ekologiškus produktus ir ekologišką vartojimą buvo koduojami vartojimo kategorijoje. Straipsniai gamtosauginėje kategorijoje orientavosi į aktyvizmą: energijos ir resursų naudojimo mažinimas ( elektros, vandens it t.t), pradėti naują elgesį ( rūšiavimas) ar tampant visuomeniškai aktyviu ekologiniais klausymais ( balsavimas, savanoriavimas, donorystė). Taip pat straipsniai buvo koduojami ir pagal ekologiško sąmoningumo akcentavimą ar jo nebuvimą.

## **5.2. Ekologiško vartojimo diskurso tyrimo žiniasklaidoje rezultatai**

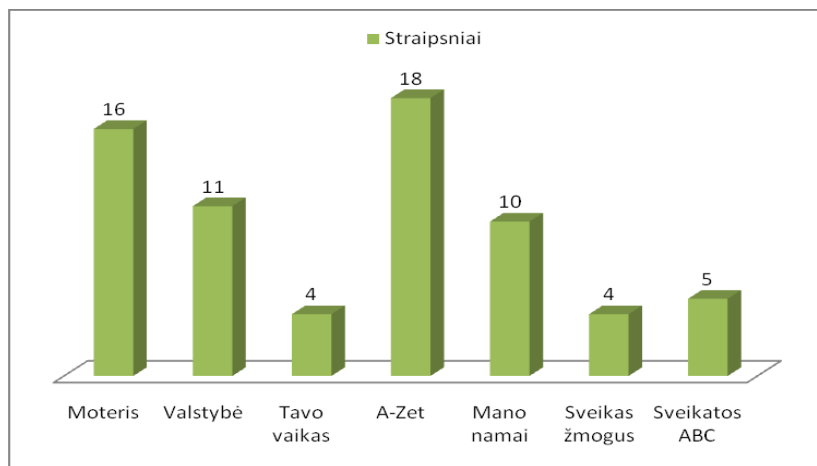
Šioje dalyje pateiksime kiekybinę ir kokybinę tyrimo turinio analizes. Kiekybinėje dalyje informacija pateikiama grafikais ir paveikslėliais. Duomenys analizuojami. Kokybinėje analizėje gilinamasi į turinį, jis interpretuojamas. Bandoma suvokti, kaip ekologiškas vartojimas rėminamas žiniasklaidoje.

### **5.2.1. Bendrosios ekologiško vartojimo diskurso žurnaluose charakteristikos**

Tyrimo imtį sudaro 68 straipsniai iš 7 lietuviškų žurnalų.

Tyrime buvo analizuojami žurnalai: „Moteris“, „Valstybė“, „Tavo vaikas“, „A-Zet“, „Mano namai“, „Sveikas žmogus“, „Sveikatos ABC“. Siekiant objektyvios informacijos, pasirinkti įvairaus pobūdžio žurnalai. Šiuo atveju, buvo tikimasi atrasti kuo įvairesnius straipsnius susijusius su ekologišku vartojimu. Buvo atsižvelgta ir į žurnalų populiarumą, ir į jų pobūdį.

2 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas žurnaluose



Tyrimo imtį sudaro visi 2010 metais pasirodę, jau prieš tai minėtų žurnalų, straipsniai, susiję su ekologija ir ekologišku vartojimu. Analizuojamas laikotarpis pasirinktas, atsižvelgiant į žurnalų pobūdį, jie yra leidžiami kas mėnesį. Tyrimui buvo tikimasi surinkti gausesnę informaciją.

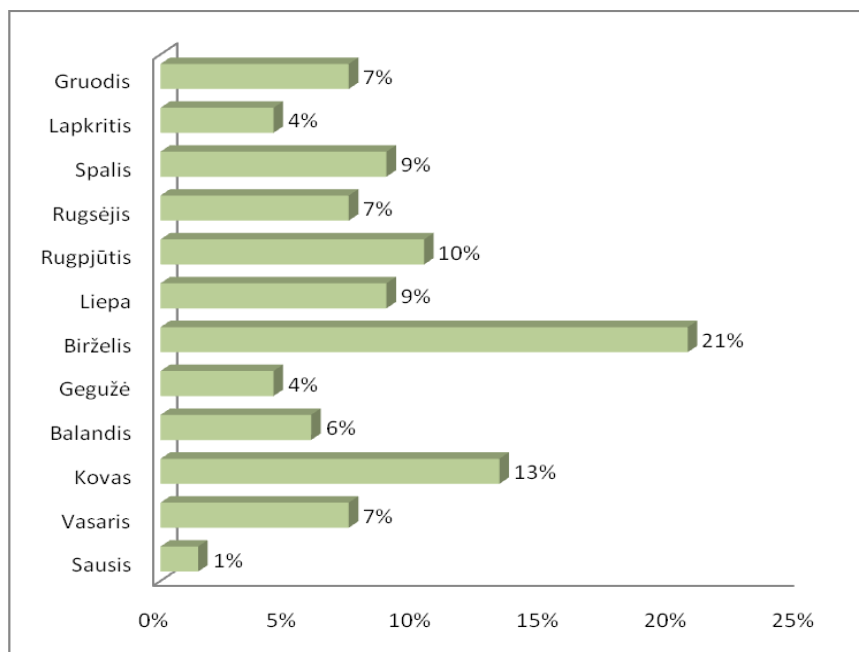
2 paveiksle – vaizduojamas straipsnių, susijusių su ekologišku vartojimu, kiekis žurnaluose. Pastebėta, jog skiriasi straipsnių kiekis žurnaluose, tarkim žurnaluose „Moteris“ ir „A-Zet“ aptikta daugiausiai straipsnių susijusių su analizuojama tema (26% ir 24%). Mažiausiai tokio pobūdžio straipsnių aptikta žurnaluose „Tavo vaikas“ ir „Sveikas žmogus“ (atitinkamai po 6%).

Galima pastebėti, jog gausiausiai straipsnių 14 (20%) aptikta birželio mėnesio leidiniuose (3 paveikslas.). Net 12 birželio mėnesio straipsnių yra iš žurnalo „Moteris“. Tai lėmė to mėnesio žurnalo tema – ekologija. Apie tai užsimenama redakcijos skiltyje: „Jau trečius metus birželio mėnesio numerį skiriame ekologiškos gyvenenos idėjoms”.<sup>89</sup> Beveik visi birželio mėnesio žurnalo „Moteris“ straipsniai rašė apie ekologišką vartojimą, gyvenimo būdą arba bent jau buvo susiję su tuo.

Pastebėta, kad kai kuriais mėnesiais daugiau pasitaiko straipsnių apie ekologišką vartojimą, bet iš esmės tai yra nežymus skirtumas.

3 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal mėnesius

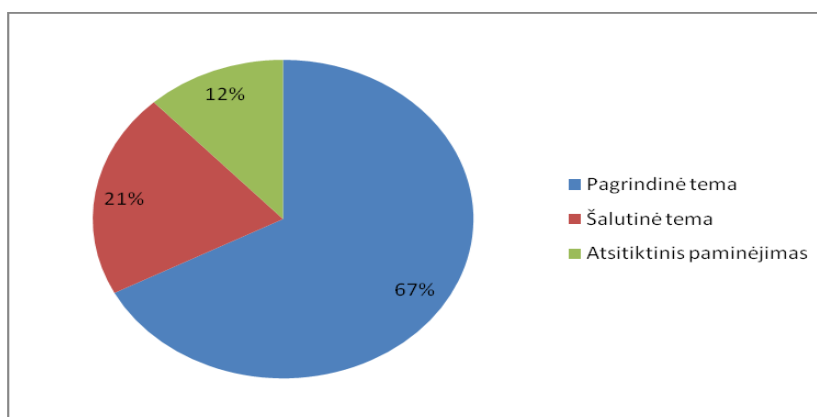
<sup>89</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)



#### *Pagrindinis, šalutinis ar atsitiktinis paminėjimas*

Taip pat straipsniai buvo suskirstyti pagal tai, ar juose ekologiškas vartojimas yra pagrindinė tema, šalutinė ar atsitiktinis paminėjimas, nes paminėtas vienas iš tyrimo raktažodžių. Toksai straipsnių suskirstymas yra svarbus, nes rodo ar ekologiškas vartojimas yra išskiriamas ar yra tik kitų temų sudėtinė dalis.

*4 paveikslas. Žurnalų straipsnių pasiskirstymas pagal tai, ar analizuojamas ekologiškas vartojimas juose pateikiamos kaip pagrindinės temos*



Dažniausiai pasitaikė straipsnių, kuriuose ekologiškas vartojimas yra pagrindinė tema – 67 %. 21 % straipsnių ekologiškas vartojimas yra šalutinė tema ir 12 % straipsnių yra aptiktas tik vienas iš paieškos raktažodžių. (4 paveikslas.)

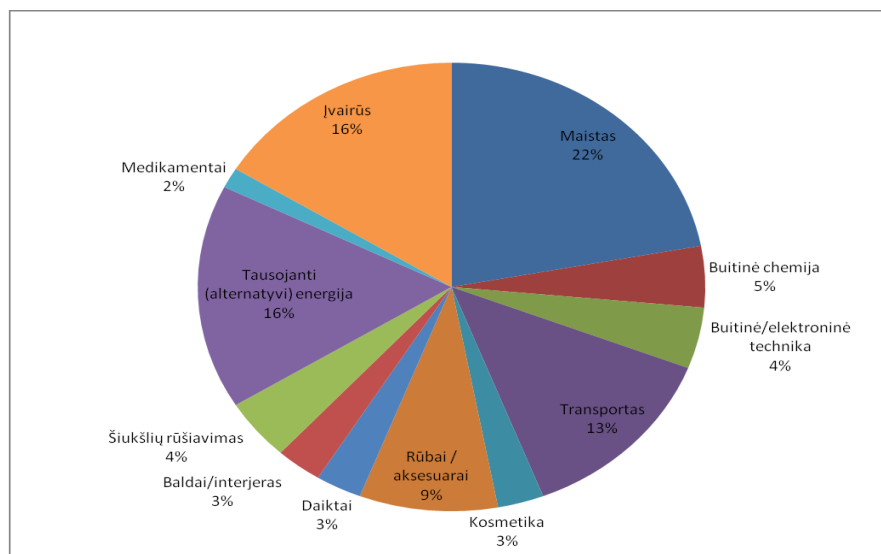
Taigi kaip matome, ekologiško vartojimo tema dažniausiai būna pagrindinė. Tai rodo jos svarbumą ir aktualumą.

#### *Temos*

Taip pat buvo išskiriamos temos pagal kurias analizuojami straipsniai. Pagrindinės temos: maistas, buitinė chemija/valikliai, buitinė/elektroninė technika, transportas, kosmetika,

rūbai/aksesuarai, daiktai, baldai/interjeras, šiukšlių rūšiavimas, tausojanti (alternatyvi) energija, medikamentai, įvairūs.

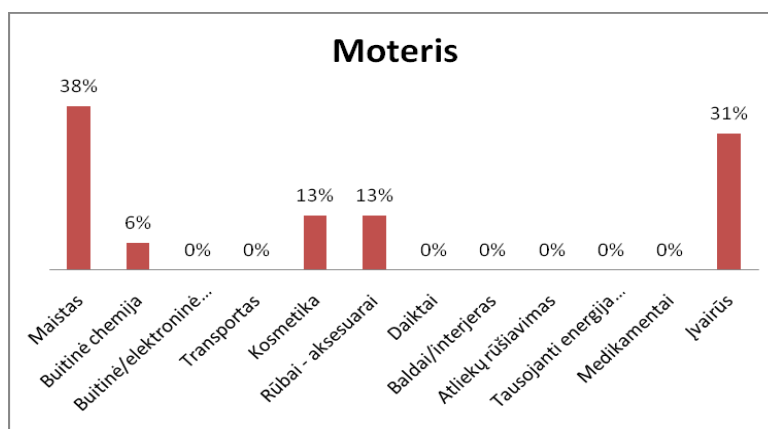
5 paveikslas. Temų pasiskirstymas straipsniuose



Kiekybinė analizė parodė, jog daugiausiai pasitaiko straipsnių susijusių su maistu (22%). Antra pagal populiarumą tematika tausojanti (alternatyvi) energija (16%). Gan dažnai pasitaiko straipsnių paliečiančių įvairius ekologiško vartojimo aspektus (16%) ir transportą (13%). 9% buvo paliečiama rūbų/aksesuarų tema ir t. t. (5 paveikslas).

Taip pat reiktų atkreipti dėmesį, jog žurnaluose vyrauja skirtingos temos. Tarkim, žurnale „Moteris“ dominuoja maisto (38%) tema, o taip pat dažnai yra paliečiami įvairūs ekologiško vartojimo aspektai (31%). Pasitaiko ir straipsnių apie kosmetiką ir rūbus/aksesuarus (atitinkamai po 13%) (6 paveikslas)

6 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Moteris“

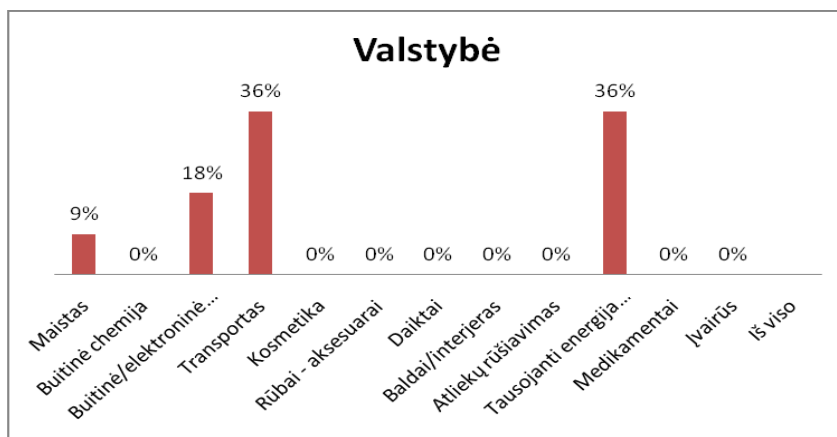


Žurnale „Valstybė“ dominuoja dvi temos susijusios su ekologišku vartojimu tai – transportas (36%) ir tausojanti (alternatyvi) energija (36%), taip pat pasitaiko straipsnių susijusių su



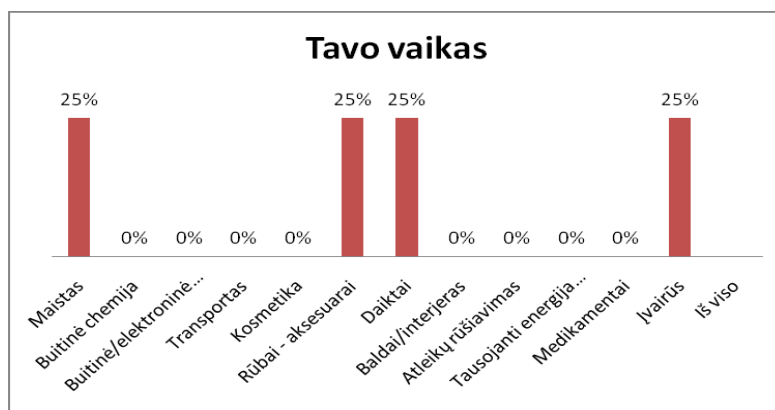
buitinė/elektroninę techniką. (7 paveikslas.) Gali būti, kad tokią ekologiško vartojimo tematiką lemia žurnalo pobūdis, kuris orientuotas į politiką ir ekonomiką.

7 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Valstybė“



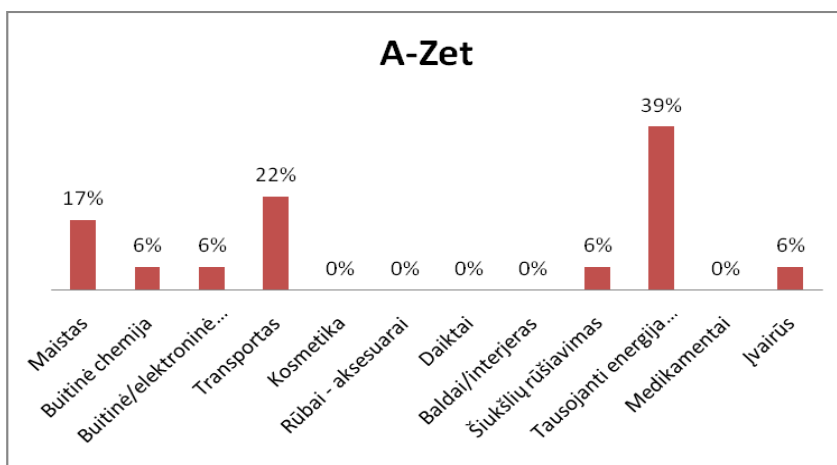
Žurnale „Tavo vaikas“ dominuoja keturios temos, kurios pasiskirsčiusios vienodai po 25%: maistas, rūbai/aksesuarai, daiktai ir įvairūs. (8 paveikslas.)

8 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Tavo vaikas“



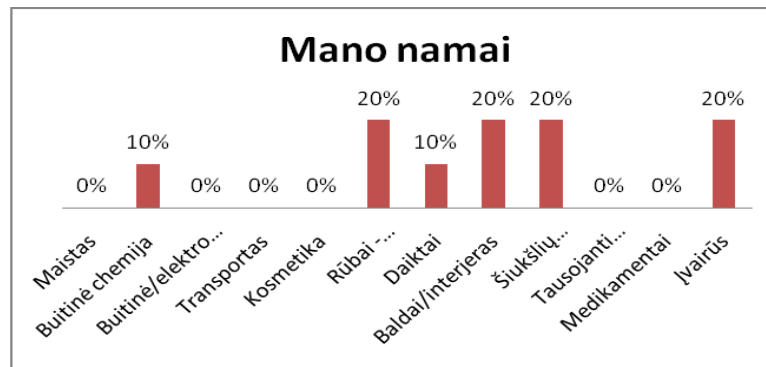
Žurnale „A-Zet“ populiariausia tema yra tausojanti (alternatyvi) energija (39%). Transportas ir maistas apima atitinkamai po 22% ir 17% straipsnių. (9 paveikslas.)

9 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „A-Zet“



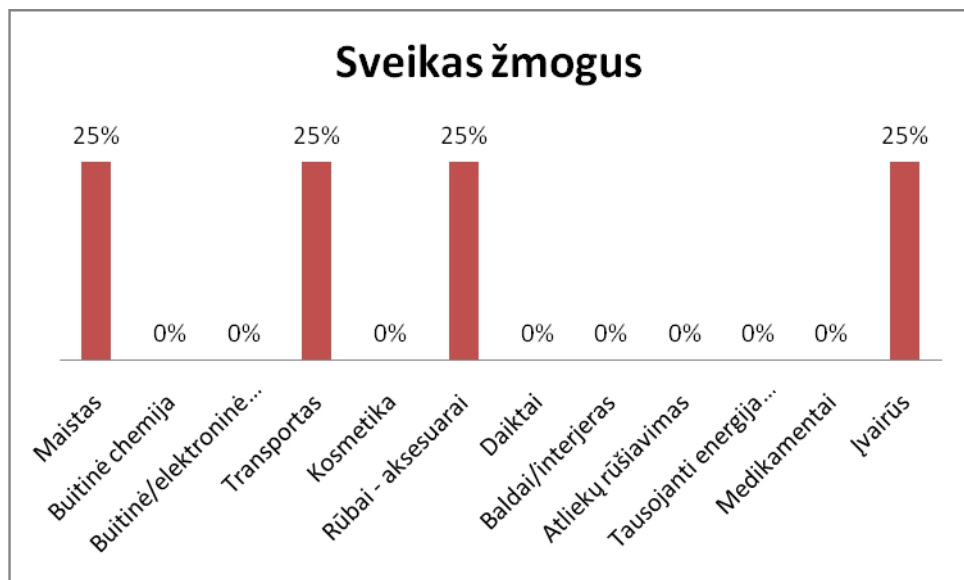
Žurnale „Mano namai“ populiariausios temos, liečiančios ekologišką vartojimą, yra rūbai/aksesuarai (20%), baldai/interjeras (20%), atliekų rūšiavimas (20%) ir įvairios (20%) (10 paveikslas.)

10 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Mano namai“



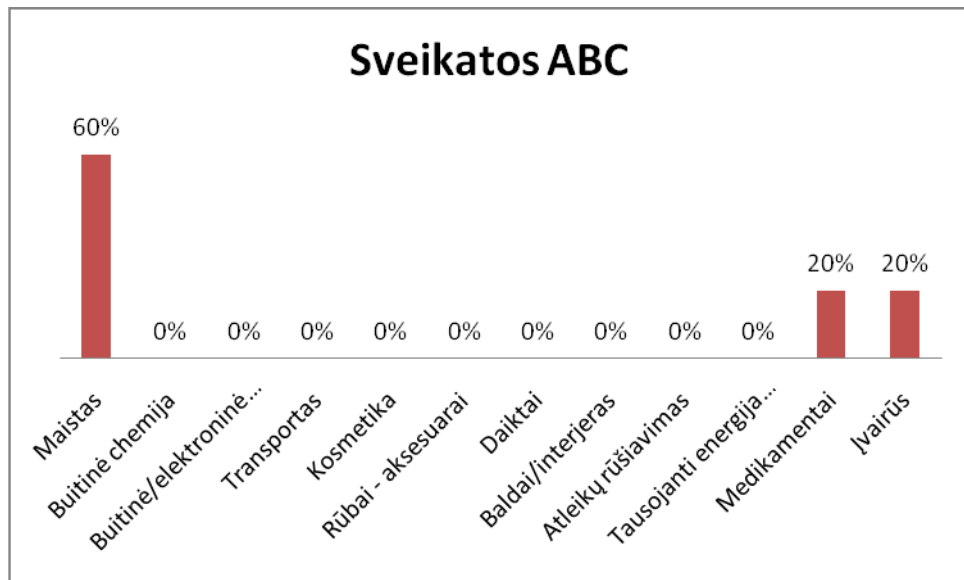
Maistas, transportas, rūbai/aksesuarai ir įvairūs dažniausiai pasitaikančios temos, atitinkamai po 25 %, atstovaujančios ekologišką vartojimą žurnale „Sveikas žmogus“. ( 11 paveikslas)

11 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Sveikas žmogus“



Maistas labai ryškiai dominuoja žurnale „Sveikatos ABC“, jis apima 60% visų straipsnių apie ekologišką vartojimą (12 paveikslas.).

12 paveikslas. Temų pasiskirstymas žurnale „Sveikatos ABC“



Taigi, kaip rodo kiekybinė analizė dažniausiai pasitaikanti ekologiško (22%) vartojimo tema yra maistas. Labai dažnai žmonės iš tikro suvokia ekologišką vartojimą būtent kaip maisto vartojimo praktiką. Ekologiškų maisto produktų žmonės gali lengviau įsigyti prekybos centruose, ekologiškuose turgeliuose, specializuotose ekologiškų prekių parduotuvėse ir panašiai. Maisto įsigijimas yra kasdienės praktikos dalis, kitaip nei baldų ar kitų daiktų įsigijimas. Tikriausiai paminėjus žodį ekologiškas nesąmoningai iškiltų asociacijos su maistu. Todėl toks žiniasklaidos dėmesys, ekologiškam vartojimui kaip maisto vartojimo praktikai, yra logiškai suprantamas. Žiniasklaida žmones informuoja apie tai, kas yra visuomenei aktualiausia, o mažiau aktualios temos užima mažesnę žiniasklaidos dėmesį.

Tačiau nors ir yra didelis žiniasklaidos ir visuomenės dėmesys ekologiškam maistui, tačiau kai kurie tyrimai rodo, kad Lietuvoje dar žmonės gan retai vartoja ekologiškus produktus. Vilniaus universiteto, Medicinos fakulteto darbuotojų atliktas Vilniaus miesto gyventojų ekologiško vartojimo tyrimas parodė, jog nors ir 82.1 % (88,2% moterų ir 71.2% vyrų) respondentų teigė, jog vartoja ekologiškus produktus, tačiau tai jie daro retai. 37.2% respondentų ekologiškus produktus vartoja du ar tris kartus per savaitę, kiti tai daro dar rečiau.<sup>90</sup>

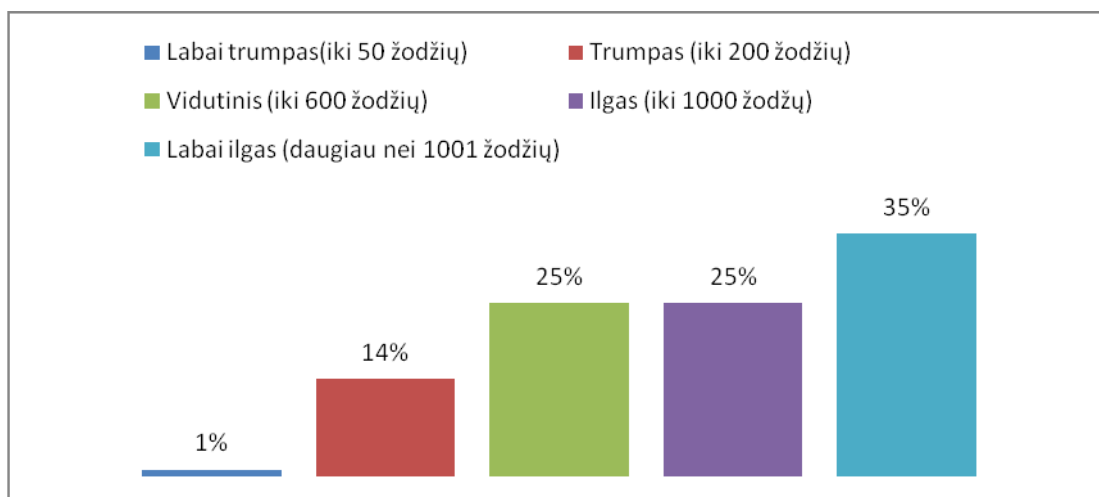
#### *Straipsnių ilgumas*

Taip pat buvo analizuojamas ir straipsnių ilgis, kadangi tai parodo, kiek dėmesio yra skiriama temai. Straipsnių ilgis buvo skirstomas pagal labai trumpas (iki 50 žodžių), trumpas (iki 200 žodžių), vidutinis (iki 600 žodžių), ilgas (iki 1000 žodžių), labai ilgas (daugiau nei 1001 žodžių).

Daugiausiai pasitaiko labai ilgų straipsnių, kurių apimtis yra daugiau nei 1001 žodžių, jie apima 35% visų straipsnių. Ilgi ir vidutinio ilgumo straipsniai dalinasi atitinkamai po 25%. Rečiausiai pasitaiko trumpų ir labai trumpų straipsnių (atitinkamai 14 % ir 1 %). (13 paveikslas)

<sup>90</sup> (Consumption and assessment of organic food by adult residents of Vilnius (Lithuania) EKOLOGIJA. 2010. Vol. 56. No. 1–2. P. 17–25 Rimantas Stukas, Genė Šurkienė, Rūta Dubakienė, Reda Nagytė, Marius Baranauskas p. 17

13 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal ilgumą



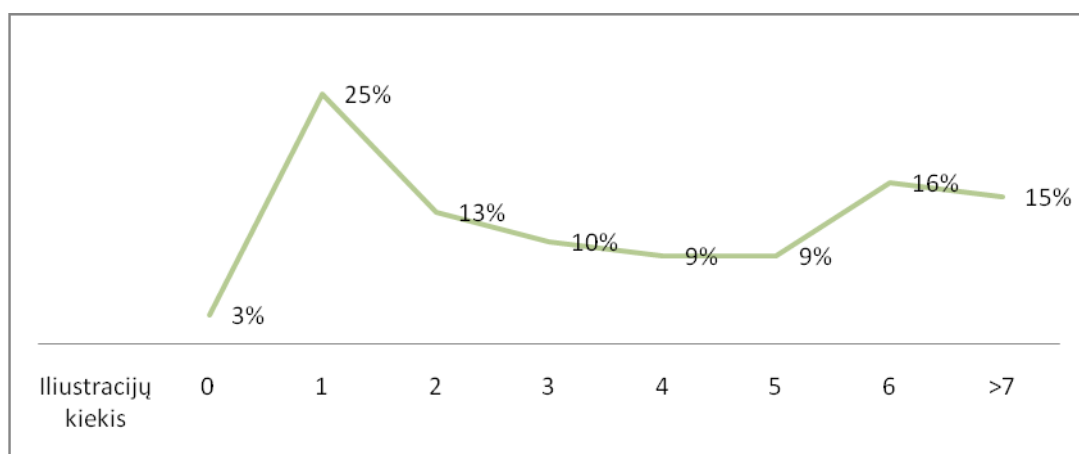
Rezultatai parodė, kad ekologiško vartojimo tema dažnai yra analizuojama plačiai, tai nėra vien fragmentiški paminėjimai ir rodo šios temos aktualumą.

#### *Tekstų iliustravimas*

Svarbu atkreipti dėmesį ir į iliustracijų kiekį žurnaluose, kadangi yra didesnė tikimybė, jog į straipsnį, kurį lydi iliustracijos, skaitytojas dažniau atkreips dėmesį. Iliustracija gali būti nuotrauka, piešinys ir panašiai.

Tyrimas parodė, jog straipsnius, siejamus su ekologišku vartojimu, dažnai lydi iliustracijos, tik skiriasi jų kiekis. Dažniausiai pasitaiko straipsnių su viena iliustracija (25%). Taip pat nemažai straipsnių, kuriuose yra po 6 (15%) ir daugiau nei 7 (15 %) iliustracijas. Straipsnių, kuriuose apskritai nebuvo nei vienos iliustracijos aptikta tik 3 %. (14 paveikslas.) Taigi galima teigti, jog straipsniai apie ekologišką vartojimą yra ganėtinai atkreipiantys į save dėmesį ir dėl iliustracijos gausos.

14 paveikslas. Iliustracijų kiekis straipsniuose



#### *Rubrikos*

Reiktų paminėti tai, kad ekologiškas vartojimas ganėtinai dažnai pasitaiko žiniasklaidos dienotvarkėje ir yra ganėtinai svarbus, rodo tokie aspektai, kaip specialios rubrikos ekologiškam

vartojimui ir ekologiškam gyvenimo būdui. Taip pat pasitaiko jog kai kurie žurnalistai yra linkę tendencingai rašyti straipsnius apie ekologiją, ekologišką gyvenimo būdą, ekologišką vartojimą.

Pastebėta, kad net keturiuose žurnaluose iš septinių („Moteryje“, „Tavo vaikas“, „Mano namai“, „Sveikas žmogus“) yra net specialiai išskirtos rubrikos ekologiškam vartojimui ir gyvenimo būdui. Šiose rubrikose pateikiamuose straipsniuose yra išsamiai nagrinėjamas ekologiškas gyvenimo būdas, ekologiškas vartojimas. Straipsniai yra informatyvūs, paliečia įvairias gyvenimo sritis.

Žurnale „Moteris“ visas birželio mėnesio leidinys buvo skirtas ekologiškam vartojimui ir gyvenimo būdui, buvo išskirta viena didelė rubrika, pavadinta „Žalioji stotelė“.

Žurnale „Mano namai“ beveik kiekvieną mėnesį buvo išskiriamos specialios rubrikos ekologiškam gyvenimo būdui: „Ekonamai“, „Ekologiškas interjeras“, „Ekologiška erdvė“

Žurnale „Sveikas žmogus“ taip pat buvo išskirta ekologiškam gyvenimo būdui ir vartojimui skirta skiltis, kuri vadinosi „Sveika gyvensena“

### **5.2.2. Ekologiško vartojimo diskurso žurnaluose turinys**

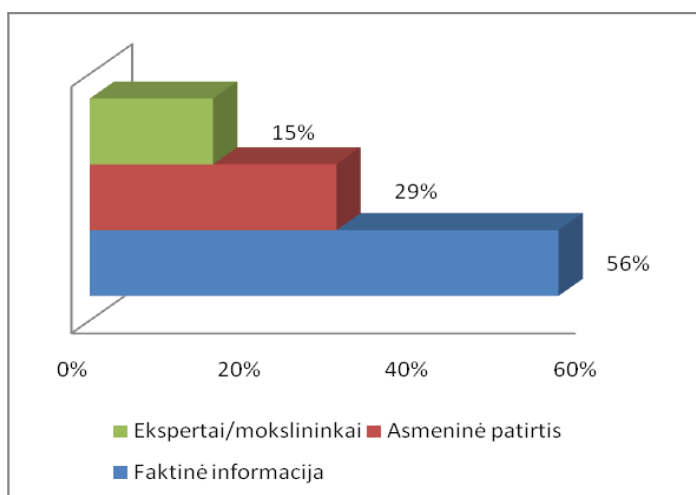
#### *Informacijos šaltiniai*

Analizuojant ekologišką vartojimą, svarbi vieta tenka informacijos šaltiniams, kurie, pasak Stuart Hall, (1978) „didele dalimi prisideda prie žiniasklaidos orientacijos į socialinės tikrovės definicijas, pateikiamas per akredituotus šaltinius.“

Buvo išskirti trys informacijos šaltiniai: faktinė informacija, asmeninė patirtis, ekspertų/mokslininkų atsiliepimai. Kiekybinis tyrimas parodė, jog straipsniuose dominuoja faktinė informacija (56 %). Taip pat nemaža dalis tenka asmeninei nuomonei (29 %). (15 paveikslas) Reiktų pastebėti, jog žurnale „Moteris“ dominuoja daugiau asmeninės patirties informacijos šaltiniai (63 %), o žurnale „A-Zet“ faktinės informacija (78%).

Šis faktas, jog informacija dažniau pateikiama faktais yra teigiamas, nes suteikia patikimumo išpūdį.

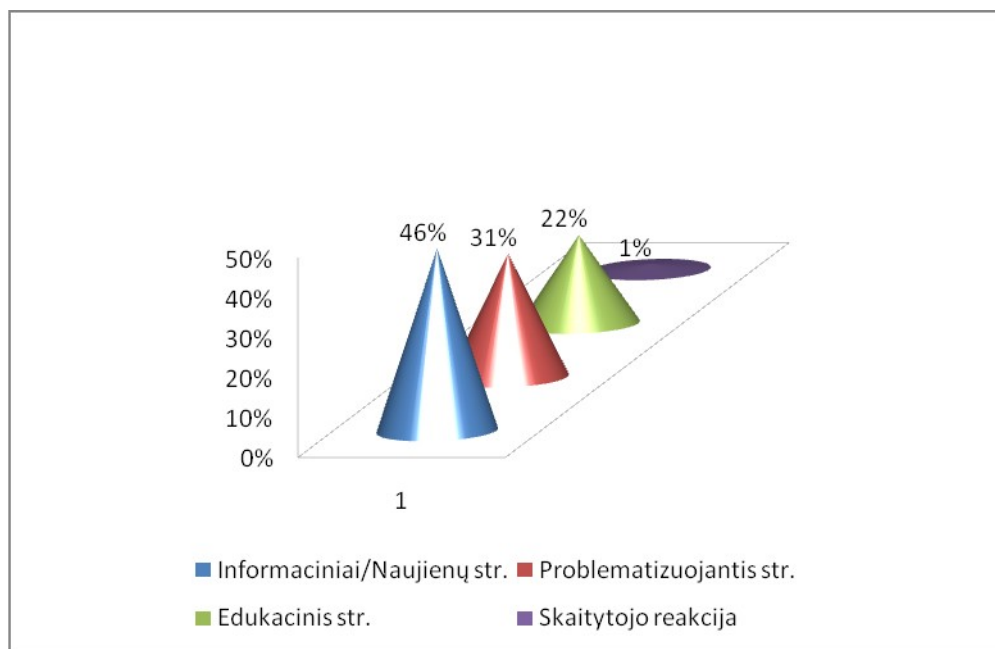
*15 paveikslas. Informacijos šaltinių pasiskirstymas straipsniuose*



### *Straipsnių charakteristika*

Straipsniai buvo taip pat suskirstyti ir pagal jų charakteristiką: informacinius/naujienu, problematizuojančius, edukacinius ir skaitytojo reakcija. Galima pastebėti, jog labiausiai dominuoja informaciniai/naujienu straipsniai (46%). Kiek mažiau yra problematizuojančių (31%) ir edukacinių (22%) straipsnių ir tik 1% sudaro skaitytojo reakcija. (16 paveikslas.)

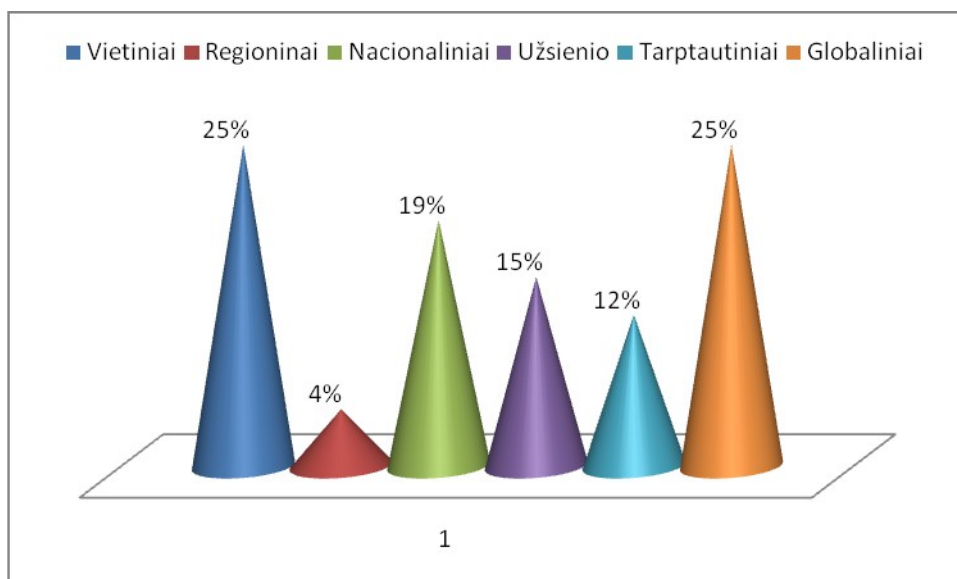
*16 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal charakteristiką*



### *Straipsnių lokalizacija*

Svarbu nustatyti ir straipsnių lokalizaciją, kadangi tai parodo ekologiškos vartojimo klausymo svarbą. Kaip rodo kiekybinė analizė, dominuoja globalios ir vietinės lokalizacijos straipsniai (atitinkamai po 25 %). Kiek mažiau vyrauja nacionalinės, užsienio ir tarptautinės lokalizacijos straipsniai ( atitinkamai po 19% ir 15 %). Galima teigti, jog ekologiškas vartojimas apima įvairias lokalizacijas. (17 paveikslas.)

17 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal lokalizaciją

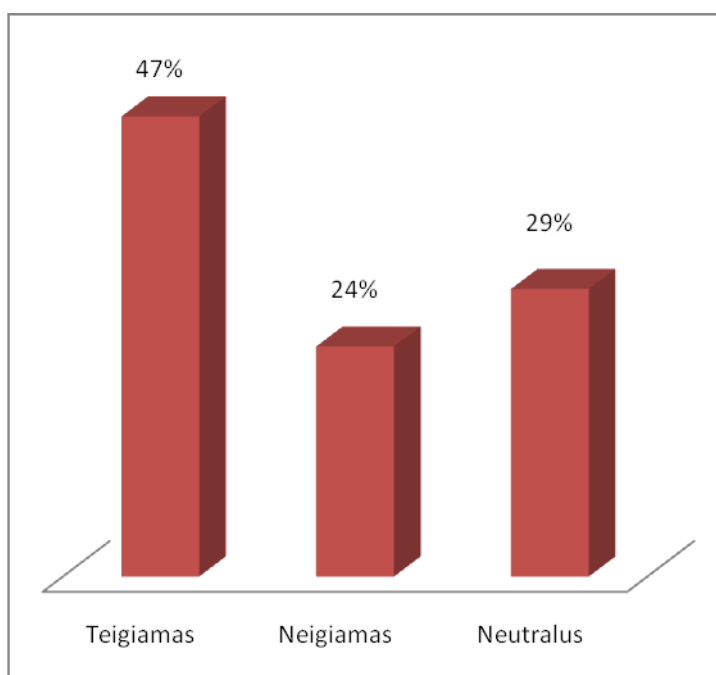


### *Straipsnių tonas*

Vertinant ekologišką diskursą žiniasklaidoje, svarbu nustatyti ir vyraujantį straipsnių toną, tai parodo, kokiame kontekste yra pateikiamas ekologiškas vartojimas. Straipsnio tonas atspindi ir autoriaus nuomonę, o taip pat gali lemti ir skaitytojo nuomonę.

Kiekybinė turinio analizė parodė, jog vyrauja teigiamas straipsnių tonas (atitinkamai 47 %), kiek mažiau sudaro neutralaus tono straipsniai (29 %), o mažiausiai - neigiami straipsniai (24 %). (18 paveikslas.).

18 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal toną



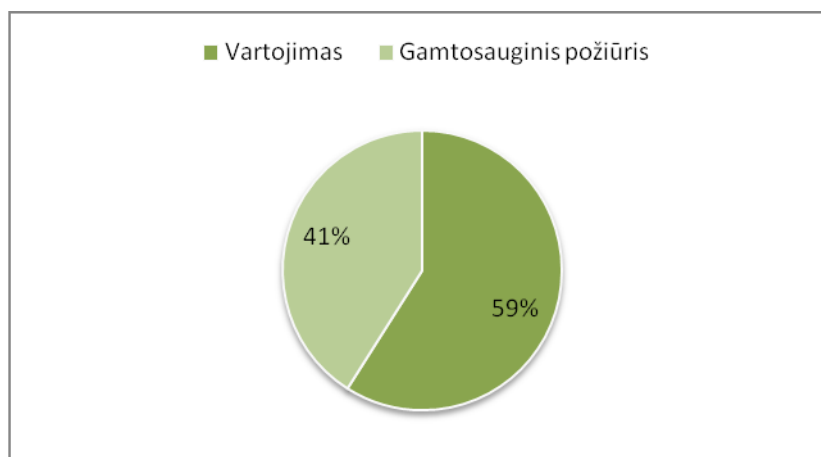
Teigiamo tono dominavimas tarp straipsnių apie ekologišką vartojimą yra tikrai reikšmingas, kadangi gali prisidėti prie teigiamo požiūrio į ekologišką vartojimą formavimo.

### *Vartojimas ar gamtosauginis požiūris*

Nagrinęjat ekologišką vartojimą žurnalų straipsniuose buvo svarbu nustatyti ar straipsniai yra siūlantys vartojimo konstrukciją ekologiniams sprendimams, ar siūlantys gamtosauginį sprendimą. Straipsniai kurie buvo visiškai orientuoti į ekologiškus produktus ir ekologišką vartojimą buvo koduojami vartojimo kategorijoje. Straipsniai gamtosauginėje kategorijoje orientavosi į aktyvizmą: energijos ir resursų naudojimo mažinimą ( elektros, vandens it t. t), pradėti naują elgesį (rūšiuavimas) ar tampant visuomeniškai aktyviu ekologiniais klausimais (balsavimas, savanoriavimas, donorystė).

Galima pastebėti, jog vyrauja straipsniai siūlantys vien tik vartojimo konstrukciją ekologiniams sprendimams (59 %). Kiek mažesnę dalį sudaro straipsniai akcentuojantys gamtosauginį požiūrį ( 41 %). (19 paveikslas.)

*19 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal siūlomą vartojimo ar gamtosauginę konstrukciją ekologiniams sprendimams*



Iš esmės yra suprantama tai, kad žurnaluose kiek daugiau vyrauja vartotojiškas požiūris. Mūsų visuomenė yra vartotojų visuomenė, o tai kas aktualu visuomenei atsispindi ir žiniasklaidoje. Dažnai žmonės ekologišką vartojimą suprantą tiesiogiai kaip ekologiškų produktų pirkimą, nes tai yra lengviausiai prieinamas ekologiškos pasaulėžiūros atspindys. Dar galima pasakyti, kad didžiojoje visuomenės dalyje nėra susiformavęs ekologinis sąmoningumas, kuris apima ne tik ekologišką vartojimą siaurąja ir plačiąja prasme, bet ir kitas ekologiško elgesio apraiškas, taip pat ir pasaulėžiūrą, ir žinojimą.

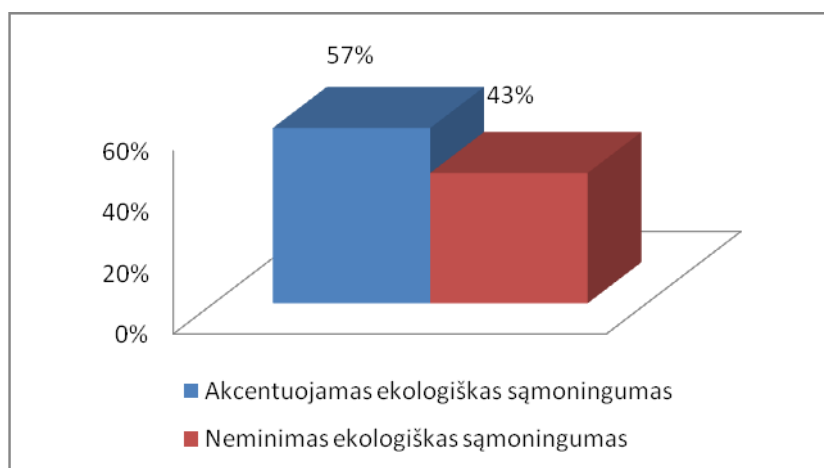
Tačiau gamtosauginis požiūris taip pat yra nesvetimas žurnaluose, kas vertinama kaip teigiamas aspektas, nes žiniasklaida prisideda prie visuomenės nuomonės formavimo.

### *Ekologiškos sąmoningumo akcentavimas*

Taip pat straipsniai buvo skirstomi į tuos, kurie akcentuoja ekologišką sąmoningumą ir tuos kurie ne. Norėta kiekybiškai įvertinti šį svarbų klausimą. Kaip matyti, ekologiškas sąmoningumas gan dažnai minimas straipsniuose (57 %). (20 paveikslas.)

*20 paveikslas. Straipsnių suskirstymas pagal tai ar akcentuojamas ekologiškas sąmoningumas*





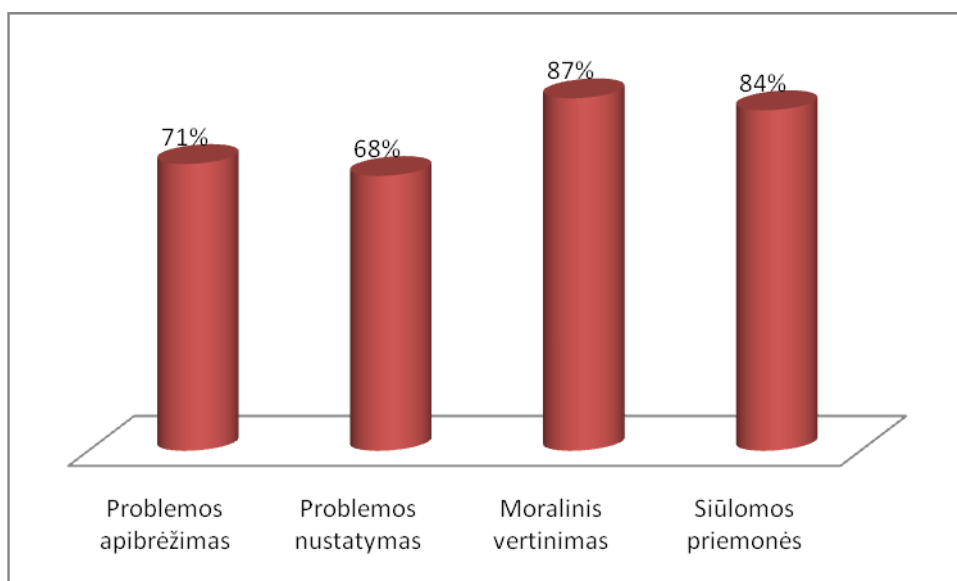
### *Entman'o rėmų funkcijos*

Rėmai gali apibrėžti problemą, nustatyti priežastis, pateikti moralinį vertinimą apie tai, kas turi veikti, ir pasiūlyti specifiniais priemonės. Šios funkcijos praktiškai niekada nebūna atskiros – viename tekste dažnai būna visos keturios. Taigi kiekybiniame tyrime straipsniai buvo suskirstyti ir pagal keturias Entman'o rėmų funkcijas: problemos apibrėžimas, problemos nustatymas, moralinis vertinimas, siūlomos priemonės.

Kaip matyti dažniausiai vyrauja dvi paskutinės rėminimo funkcijos: moralinis vertinimas (87%) ir siūlomos priemonės (84%) (21 paveikslas.). Tačiau tas skirtumas nėra labai didelis.

Žiniasklaidos turinys, kuris siūlo paprastas ir specifines rekomendacijas veiksams, tikėtina labiau paveiks elgesio pokyčius (Davis, 1995). Šis rėmų tipas atlieka dvi paskutines iš keturių komunikacijos funkcijas – jis daro vertinimą apie tai, kas turi veikti ir siūlo priemonės.<sup>91</sup>

*21 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal Entman rėmų funkcijas*



<sup>91</sup> SMITH, A. N., BORTREE, D. S., Buying Green or Being Green: Environmental Consciousness Frames in Teen Girls' Magazines. Presented at the meeting of the Association for Education in *Journalism and Mass Communication*, Boston, MA. Spring 2009 p 12p.

Taigi straipsniuose dažniausiai yra pateikiamas moralinis vertinimas ir rekomenduojamos priemonės. Ekologiškas vartojimas jau savaime gali būti vertinamas kaip priemonė, kuria kovojama ne tik su ekologiškomis problemomis, bet ir su besaikiu vartojimu ir panašiai. Šios tendencijos bus analizuojamos kokybinės analizės dalyje.

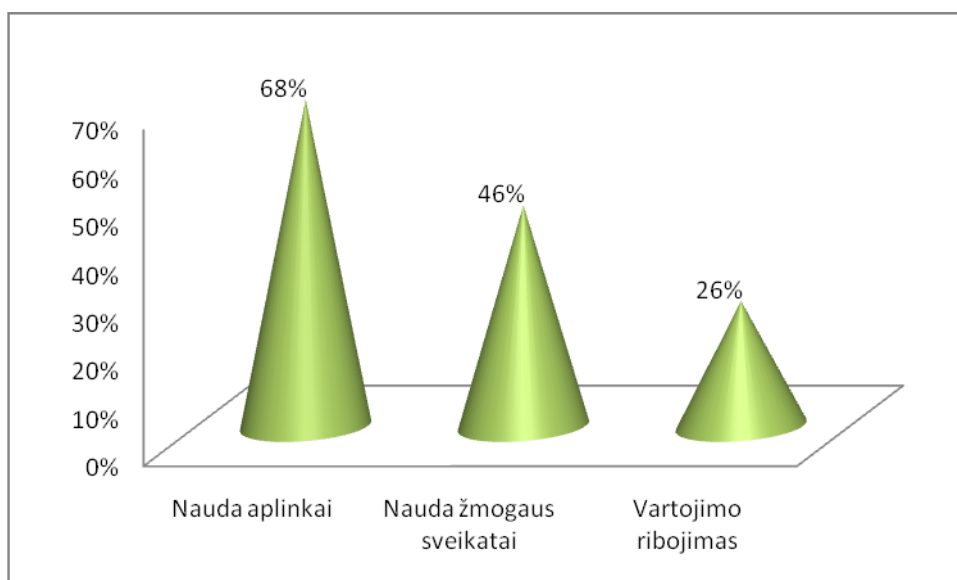
#### *Nauda aplinkai ir žmogaus sveikatai, ribotas vartojimas*

Taip pat buvo analizuojama, kiek dažnai straipsniuose yra akcentuojama ekologiško vartojimo nauda aplinkai ir žmogaus sveikatai. Šios siužetinės linijos yra svarbios pabrėžiant ekologiškai sąmoningą vartojimą.

Dažniausiai pasitaiko straipsnių, kuriuose minima ekologiško vartojimo nauda aplinkai (68%). Rečiau akcentuojama ekologiško vartojimo nauda žmogaus sveikatai (46 %).

Taip pat buvo svarbu nustatyti, kiek dažnai ekologiško vartojimo kontekste yra pabrėžiamas vartojimo ribojimas. Tokių straipsnių nėra labai daug – 26%. (22 paveikslas.)

*22 paveikslas. Straipsnių pasiskirstymas pagal ekologiško vartojimo naudą aplinkai, naudą žmogui ir ar siūlo riboti vartojimą*



### **5.2.3. Pagrindinės siužetinės linijos**

Kokybinėje turinio analizėje buvo analizuojamas ekologiško vartojimo rėminimas žurnaluose. Šioje tyrimo dalyje buvo svarbu apibrėžti, kaip yra suvokiamas ekologiškas vartojimas, kokią žinutę norima pateikti per ekologiško vartojimo diskursą, kokius veiksmus siūloma atlikti, kokios temos ir siužetinės linijos yra rutuliuojamos aplink ekologišką vartojimą. Dėmesys buvo telkiamas netik į tai, kas yra tiesiogiai pasakoma tekstuose, bet ir į netiesioginį išreiškimą. Van Dijk teigė, jog analizė

to, kas nėra pasakoma kartais gali atskleisti daug daugiau nei tai, kas tiesiogiai yra išreiškiama per tekstą.<sup>92</sup>

Hajer (1995) interpretavimu, siužetas yra generatyvinio tipo pasakojimas, leidžiantis veikėjams naudotis tam tikromis kategorijomis, pagal kurias fiziniams ir socialiniams reiškiniams yra suteikiama reikšmė. Diskurso siužetai - tai meta-naratyvai, pasakojimai apie socialinę realybę. Šiuose pasakojimuose susipina įvairūs problemos vertinimo elementai, sudarydami simbolinių nuorodų visumą, kuria vadovaujasi veikėjai. Nurodant vieną iš siužeto elementų, nurodomas ir visas siužetas. Pagrindinės siužetinės linijos buvo išskirtos pagal straipsnio metateiginių, pasikartojančių temų interpretacinę analizę.

Dažniausia pasikartojančios siužetinės linijos:

- *Ekologiškas vartojimas – grindžiamas sąmoningumu*
- *Žmogus kenkia ir aplinkai, ir sau*
- *Išeitis - vartojimo ribojimas*
- *Ekologiškas vartojimas – naudingas gamtos ir žmonių sveikatai*
- *Ekologiškas vartojimas nauja mada. Neigiamas aspektas.*
- *Tausojanti energetika ir „žalioji“ transportas – ateities perspektyvos*
- *Harmoningo ir atsakingo veikėjo portretas*

Pasikartojančios siužeto linijos bus aptartos kituose poskyriuose.

#### 5.2.3.1. *Ekologiškas vartojimas – grindžiamas sąmoningumu*

Kaip parodė kiekybinė analizė 68% straipsnių per vartojimą pabrėžia ekologišką sąmoningumą. Kaip rodo mokslininkų tyrimai ekologinis sąmoningumas gali lemti ir ekologišką elgesį, kur ekologiškas vartojimas yra viena iš šio elgesio formų. Mokslininkai ištyrė, jog ekologiškai sąmoningas žmogus dažniausiai elgsis atsižvelgdamas į aplinką.

Taigi, dažnai pasikartojanti straipsniuose yra ekologiško sąmoningumo tendencija. Pastebėta, jog ekologiškas vartojimas yra grindžiamas sąmoningumu.

***Ekologiškas gyvenimo būdas ir mąstymas.*** Į ekologišką vartojimą dažnai žiūrima kaip į visapusišką ekologišką gyvenimo būdą, o ne tik kaip vien į vartojimą. Jis apima visas gyvenimo sritis. Dažnai pateikiama, jog žmogus turi būti sąmoningas rinkdamasis, ką vartoti ir kaip vartoti. Čia dažnai pasitaiko ekologiško gyvenimo būdo mintis. Pabrėžiama, kad visų pirma turi keistis

---

<sup>92</sup> (Van Dijk, 1991, p. 114). 'The Interdisciplinary Study of News as Discourse', pp. 108–20 in K. Jensen and N. Janowski (eds) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.

požiūris ir mąstymas, tada ir elgesys pasikeis. Akcentuojama suvokimas, nušvitimas, kuris priverčia pakeisti požiūrį, pakeisti vartojimo įpročius.

*„Net jei esate labai sąmoningas ir socialiai atsakingas, bet kaip dėl žmonių ir gamtos vis tiek nesikvėpintumėte”<sup>93</sup>*

*„Kai pagalvoji apie tai, ką vilki, ir suvoki, kad tas drabužis, kol jį apsivilkai, apkeliaavo pusę pasaulio, buvo pagamintas iš pesticidų prikimštos medvilnės arba pasiūtas žmonių, dirbančių prastomis sąlygomis, jis nebeatrodo toks nuostabus“<sup>94</sup>*

Dažnai minima, kad vartotojas turi būti šviečiamas ir ugdomas. Atsispindi pasisakymuose, kad dar mažai informacijos apie ekologišką vartojimą, ekologiškus produktus. Teigiama, kad žmonės per ilgai nekreipė dėmesio į tai ką vartoja, kad jiems yra brukami sintetiniai, chemijos pripumpuoti produktai, todėl yra sunku pakeisti požiūrį ir įpročius.

*„Manau mums yra išplautos smegenys. Esame ilgai trukusios masinės hipnozės eksperimento dalyviai, - teigia S. Mumcu. – Taip ilgai klausėmės reklamų, kad jomis patikėjome. Kalti esame patys, nes leidome įtikinti, kad mums reikia sintetinių gaminių, kad jie veiksmingesni už natūralius.“<sup>95</sup>*

**Socialinė atsakomybė.** Dažnai ekologiškumas susiejamas su socialine atsakomybe, su socialiai atsakinga veikla: donoryste, AIDS sergančių moterų įdarbinimu, darbo sąlygų suteikimą skurstančių šalių žmonėms.

*„„Care“ tikslas Ugandoje – skatinti vanilės auginojus (beje, dauguma jų – moterys) užsidirbti plėtojant šią veiklą taip, kaip tai darė jų protėviai“.<sup>96</sup>*

Žmogus tarsi yra užtikrinamas, kad ekologiškai vartodamas bus socialiai atsakingas vartotojas, tai yra svarbiausias aspektas, kuriuo remiasi ekologiškas vartojimas. Ekologiškas vartojimas atspindi atsakomybę prieš gamtą, prieš žmogų.

*„Tai, jog savo produkcija galiu padėti klestėti gamtos ištekliams nekenkiančiam Ugandos amatui, man reiškia, jog galiu padėti pasauliui.“<sup>97</sup>*

**Laisvė rinktis.** Nors ir pastebimas revoliucinis požiūris į vartojimą, tačiau yra vengiama moralizavimo ir kraštutinio požiūrio, nes siekiamybė yra sąmoningumas, kuris nėra grįstas piršimu per prievartą, bent jau taip akcentuoja dauguma pasisakusių.

*„Gyventi ekologiškai nereiškia laikytis pozicijos „viskas arba nieko“. Tai ne rungtynės, kuris iš mūsų yra „žalesnis“. Į didelius pokyčius veda sąmoningi kasdieniai veiksmai. Jei kiekvienas padarytų po žingsnelį, tai visi kartu įstengtumėme nuveikti labai daug“<sup>98</sup> „Kiekvienas savo kelyje*

<sup>93</sup> Grynas paprastumas, Moteris, p. 116 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 3(697)

<sup>94</sup> Lėtoji mada, Moteris, p. 82 Autorius: Justė Kubilinskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>95</sup> Nykštukai tarp gigantų, Moteris, p. 72 Autorius: Milda Sabockytė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>96</sup> Grynas paprastuma. 117 p

<sup>97</sup> Grynas paprastumas 117 p.

<sup>98</sup> Ten pat 119p.

*turi pasirinkimo laisvę. Vienas sėda ant dviračio, o kitam vis tiek reikia prabangaus automobilio. Vienas kerta rūkymas dešras, o kitas kardinaliai pakeičia savo mitybą ir tampa žaliavalgiu. Svarbiausia nepiršti nieko per prievartą, nepamokslauti, nedrausti. Juk dogmatizmas, anot mūsų herojų, - tai taip neekologiška. Kiekvienas turi priaugti iki tam tikros ribos, kad pajustų pilnatvę ir malonumą gyventi švariai.*“<sup>99</sup>

Nors ir nepriimta per prievartą brukti ekologiškos pasaulėžiūros, tačiau netiesiogiai užsimenama apie ekologišką gyvenimo būdą tarsi geresnį ir labiau teigiamą, o taip pat ir prasmingesnį, kurį norint pasiekti reikia priaugti, kuris neatsiranda šiaip sau iš niekur, o yra vidinis teigiamų pokyčių atspindys. Taigi skaitytojui tarsi teigiama: „Niekas tavęs neverčia gyventi ekologiškiau, vartoti ekologiškai, bet žinok, kad tok gyvenimo būdas yra teisingiausias, geriausias“.

**Iššūkis. Misija. Dvasingumas.** Galima pastebėti, jog ekologiškumas vaizduojamas tarsi iššūkis ir sunkus darbas, kuriuo reikalaujama keisti ir požiūrį, ir mastymą, o taip pat ir gyvenimo būdą. Yra akcentuojamas „skaidrumas“, „švarumas“, „vertybių kaita“.

Nors ir teigiama, kad keisti požiūrį ir savo įpročius gali atrodyti, kaip sudėtingas procesas, tačiau tai ilgainiui gali tapti gyvenimo būdu, kuris yra sąmoningas ir atsakingas. Pabrėžiama, kad norint gyventi sveikai reikia stengtis keistis. Tarkim šiukšlių rūšiavimas pateikiamas, kaip visai nesudėtinga veikla ir žmogui tiesiog reikia priprasti.

*„Iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti, rūšiuoti antrines žaliavas – papildomas ir gan nelengvas darbas. Tačiau taip atrodo iš pirmo žvilgsnio, tereikia įprasti*“<sup>100</sup>

*„Ekologinis elgesys reikalauja didelės atsakomybės ir netgi asketiškos gyvensenos*“<sup>101</sup>  
*„Ekologija – tai atsakomybė. Už save ir kitus. Visais atvejais. Kol to nejausime, tol nieko ir nedarysime.*“<sup>102</sup> *„Turi labai kontroliuoti save. Ši kontrolė vargina, bet kito kelio nėra. Grįžti prie natūralumo labai svarbu, tik nežinau, kiek tai įmanoma*“<sup>103</sup>

Ekologiškam vartojimui kartais norima suteikti skaidrumo aureolę, jam suteikiamas išskirtinumas, siejamas su dvasingumu, akcentuojama dvasinė ekologija. Net ekologiškas verslas pateikiamas kaip iššūkis, kuriuo reikalaujama tam tikro atsidavimo ir tikėjimo.

*„Viskas prasideda nuo dvasinės ekologijos, nuo minčių, nusiteikimo.*“<sup>104</sup>

*„Ekologiškų parduotuvių įkūrėjai kone vienu balsu tvirtina, jog eko verslas iš dalies yra misija, čia neapsieisi be dvasinės švaros*“<sup>105</sup>

<sup>99</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>100</sup> Atliekų rūšiavimas, Mano namai, p. 84 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 3(188)

<sup>101</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>102</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 19 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>103</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 19 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>104</sup> Nuo minties iki stalo, Moteris, p. 58 Autorius: Kristina Kaminskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>105</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

Išreiškiama nuomonė, jog ekologiškas verslas turi būti iš idėjos, jis turi remtis skaidriu mąstymu, pabrėžiama, kad patys verslininkai užsiimantys šiuo verslu turi būti ekologiškai sąmoningi ir socialiai atsakingi.

*„Ekologiškas verslas turi būti švarus visais atžvilgiais. Nepažįstų nė vieno, dirbančio šioje srityje, kuris elgtųsi neetiškai.<...> I. Judeikytės nuomone, ekologiškas verslas prasideda ne nuo prekės, o nuo mąstymo: „Tu turi būti draugiškas aplinkai, švariai gyventi ir mąstyti. Tau turi rūpėti ir tavo, ir aplinkinių sveikata, pasikeisti vertybės“<...> Tai tikrai KITOKS verslas. Ir partneriai, ir mes matome jį kaip misiją.“<sup>106</sup>*

Gali būti, jog toks teigiamas pasisakymas apie ekologišką verslą yra lemiamas suinteresuotų veikėjų. Ekologišku verslu užsiimantiems veikėjams yra aktualu, kad jų verslas būtų pateikiamas iš pačios geriausios pusės, norima sukurti išskirtinį įvaizdį ekologiškam verslui ir vartojimui tuo pačiu. Toks palankus įvaizdžio formavimas skatina pasitikėjimą, tuo labiau yra akcentuojamas ne pats pardavimo/pirkimo procesas, bet tai kaip einama iki tų procesų, kad šio verslo tikslai yra ir turėtų būti teisingi ir morališki.

**„Tikras“ ekologiškumas.** Straipsniuose, kuriuose rašoma apie ekologiškus produktus dažniausiai siekiama žmones apšviesti apie ekologiškus produktus, jų naudą, kaip juos atskirti. Čia norima užbėgti už akių skeptiškam požiūriui į ekologiškus produktus, kadangi išreiškiamas susirūpinimas, jog linkstama manipuliuoti ekologiškumo, „natūralumo“, „žalumo“ sąvokomis. Šiuo atveju pateikiamas aiškus ekologiškumo įrodymas, tai jų sertifikavimas ir ženklinimas. Griežtai teigiama, kad tik tokie produktai yra ekologiški:

*„Šiuolaikinio pirkėjo galva prikimšta įvairių mitybos teorijų ir produktų epitetu: „sveiki“, „natūralūs“, „ekologiški“. Iš tikrųjų tai gana skirtingos sąvokos. Sąvoka „ekologiškas produktas“ reglamentuotas teisiškai. Nuoroda „ekologiškas“ apibūdina auginimo, apdorojimo ir perdirbimo būdus.“<sup>107</sup>*

Skaitytojas yra informuojamas, ko negalima daryti ir kas galima auginant, gaminant, apdorojant ekologišką produktą. Skaitytojos/vartotojo pasitikėjimą ekologiškais gaminiais siekiama įgyti mokymais ir patarimais kaip atskirti tikrą ekologišką gaminį. Kartais teigiama, kad net sertifikatas ne visada gali būti ekologiškos prekės garantas. Iš dalies tokie pareiškimai gali sukelti abejones net tikrai sertifikuotais produktais.

Vienas iš sąmoningo ekologiško vartojimo momentų yra renkantis produktą pagal jo kilmę. Ekologiškumui svarbu, jog daiktas ar produktas būtų vietinės tradicijos, nes taip mažiau daroma žala transportuojant, o taip pat yra palaikomi vietiniai ūkininkai.

---

<sup>106</sup> Misija įmanoma, Moteris, p. 35 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>107</sup> Misija įmanoma, Moteris, p. 36 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

*„Ekologiniu požiūriu svarbi ne tik gobeleno sudėtis, bet ir jų pagaminimo šalis – kuo arčiau pagaminta, tuo mažiau reikėjo juos transportuoti, vadinasi, mažiau teršiama gamta“<sup>108</sup>*

Jau minėta, kad sąmoningumo tikimasi ne tik kokiam viename aspekte, tarkim ekologiškas maistas, tačiau sąmoningumas turi būti visapusiškas.

*„Juk, jeigu valgome sveikus produktus ar saugiomis priemonėmis valome namus, kodėl išimti turėtume daryti tam, ką dėvime?“<sup>109</sup>*

**Kaitos tendencijos. Sąmoninga būsima karta.** Pastebima, kad per ekologiško vartojimo temą yra bandoma skleisti būsimos kaitos tendencijas, kad ateityje viskas keisi, o taip pat ir žmonių mąstymas. Dažnai teigiama, kad jaunimas ir ateinančios kartos turės būti labiau ekologiškai išprususios. Ekologiškas švietimas yra jaunimo užduotis, taip dažniausia teigiama. *„Žmonės ir požiūris tikrai keisis“<sup>110</sup>* Galima susidaryti nuomonę, jog tikimasi, kad ekologiškas sąmoningumas vis labiau augs ir taps svarbesnę visuomenės dalis.

Ekologiškas vartojimas yra dažnai vaizduojamas kaip neišvengiamybė, kad žmogus galiausiai bus priverstas gyventi sąmoningai, tokie pareiškimai dažnai dominuoja straipsnių veikėjų pasisakymuose.

*„Gyvename poindustriniame pasaulyje ir judame ekoindustrinės revoliucijos link. Neturime kito pasirinkimo tik gyventi sąmoningiau“.<sup>111</sup>*

Taigi sąmoningumas straipsniuose suvokiamas, kaip tikėjimas ir žinojimas, ką darai. Kartais tai pateikiama kaip varginantis procesas, jei nėra nuoširdaus tikėjimo ir atsidavimo. Bet pabrėžiama, kad tai lemia žmonių neišprusimas ir tiesiog apsilaidimas. Akcentuojamas žmogaus sąmoningumas ir žinojimas. Reiktų galiausiai apibrėžti, jog šiame kontekste jaučiamas stiprus ekologiško vartojimo ideologizavimas, kuris išreiškiamas visų pirma per ekologišką sąmoningumą.

### 5.2.3.2. Žmogus kenkia ir aplinkai, ir sau

Tai yra dažnai pasitaikanti siužetinė linija straipsniuose apie ekologišką vartojimą. Šioje siužetinėje linijoje galima išskirti kelias tendencingas grupes.

**„Mes“, „jis“, žmogus kenkia aplinkai.** Akcentuojama tai, jog žmogus turi įsisąmoninti, kad jis daro žalą aplinkai, ją teršia. Žmogus vaizduojamas kaip kenkėjas. Pastebėta, jog yra apibendrinama žmogaus neigiama veikla, ji nėra priskiriama vienai kuriai žmonių kategorijai ar žmonių grupei, institucijai, valstybei ir pan. Šiuo atveju kalbama apie žmogų apskritai. Yra kaltinamas kiekvienas žmogus. Kartais yra vartojama įvardis „mes“, kuris aiškiai nurodo visų

<sup>108</sup> Savitumo išraiška ekologiniu principu, Mano namai, p. 36 Autorius: Karolina Ginotytė, leidimas: 2010, Nr. 9(194)

<sup>109</sup> Ekologiški drabužiai: ne tik madinga, bet ir sveika, Sveikas žmogus, p. 68 Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 12

<sup>110</sup> Azijos eko pionierės, Moteris, p. 44 Autorius: Vita Vilimaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>111</sup> Ten pat

žmonių glaudų tarpusavio ryšį ir kad visi yra atsakingi. Pasitaiko įvardžio „jis“ vartojimas. Šiuo atveju tarsi norima atsiriboti.

Dažnai pateikiamas neigiamas požiūris į neekologišką žmogaus veiklą, vartojimo pasekmes, kurios įtakoja gamtą, kad nyksta gyvūnų rūšys, nyksta miškai. Žmogaus neigiama veikla apibrėžiama kaip sąmoningas procesas. Tarsi sakoma: „Tu žinai ką darai ir kad tai kenkia, ir vis tiek tai darai“.

*„Svarbiausia, kad jis tai daro sąmoningai. Žmogus, kuris teršia gamtą ir vidus nešvarus. Ar tada įmanoma švarių santykių, atsakomybė?...<...> Atvažiavę į gamtą žmonės palieka šiukšles, o suaugusiųjų elgesį stebi vaikai“<sup>112</sup>*

*„Dėl ekologijos problemų mažėja gyvos laukinės gamtos, tigrų atsidūrė ties išnykimo riba. Be to, juos aktyviai medžioja dėl kailio, dantų, egzotiškų potyrių.<...> Kuo toliau, tuo sunkiau rasti civilizacijos nepaleistų laukinės gamtos, žemės lopinėlių. Visur matomi pragaištingi žmogaus veiklos pėdsakai.“<sup>113</sup>*

*„Esame individualistai – visai negalvojame apie kitus. <...> Aplink save susitvarkome, o visa kita – nesvarbu. Dauguma žmonių gyvena rūpindamiesi vien savo būviu“<sup>114</sup>*

Priverčiama susimąstyti apie glaudžius aplinkos ir žmogaus ryšius. Teigiama, jog darant blogai gamtai, žmogus kenkia ir sau. Tai yra abipusis ryšys. Akcentuojama, jog kiekvienas veiksmas turi būti apgalvotas ir prasmingas, o svarbiausia nekenkti aplinkai. Šiuo atveju ekologiškas vartojimas pateikiamas kaip sąmoningas egoizmas. Žmogus iš esmės yra egoistinė būtybė, todėl žinodamas, kad teršdamas gamtą, jis kenkia sau, galbūt susimąstys.

*„Pamirštame didžiulius abipusius priklausomybės saitus ir tai, kad gamtoje privalome elgtis supratingai, pagarbiai – kaip svečiuose.“<sup>115</sup>*

*„Juk kai kurie aspektai mus liečia tiesiogiai. Nei sveika, nei smagu maudytis upelyje į kuri nutekėjo nesuskaičiuojamas kiekis buitinių chemikalų.“*

Rašant apie žmogaus neigiamus veiklos pėdsakus, tonas būna emocionalus, išraiškingas taip norint pabrėžti reiškinio svarbą ir aktualumą. Vartojami tokie žodžiai kaip „sukrėstas“, „išnykimas“. Kartais nereikia net išraiškingų žodžių, kadangi emocionalų toną galima atpažinti ir iš pasikartojančių šauktukų, klaustukų, daugtaškių ir kt. Pasitaiko, jog kreipiamasi tiesiogiai į skaitytoją, taip siekiama glaudesnio ryšio su skaitytoju, stipresnio asmeniškumo:

*„Žmonės, pradėkime galvoti, kad po mūsų ateis kiti! Ar aš noriu rasti užterštą paplūdimį, priešnerkštą pamiškę? Ne.“<sup>116</sup>*

<sup>112</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 19 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>113</sup> Įamžinti tai, kas nyksta, Moteris, p. 24 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>114</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 15 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>115</sup> Įamžinti tai, kas nyksta, Moteris, p. 24 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>116</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 19 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)



*„Dažnai būnu sukręsta po masinių renginių, kai pamatau, kokius šiukšlynus po savęs sugeba palikti žmonės.“<sup>117</sup>*

**Faktai.** Pateikiami įvairūs faktai, kuriais norima sustiprinti žmogaus sąmoningą požiūrį, paskatinti juos susimąstyti. Faktai liečia žmogaus besaikio vartojimo padarinius aplinkai, taršą. Faktai yra konkretūs, dažniausiai jie yra be gilesnių moralinių vertinimų. Dažnai jie būna atskirti ar išskirti. Faktai yra tarsi galutinis žmogaus kaltės pripažinimo nuosprendis.

*„Per metus vieną vaikutį auginanti šeima sunaudoja 2000-3000 sauskelnių. Savartyne jos yra apie 500 m. Manoma, kad sauskelnės sudaro apie 2 proc. visų buitinių atliekų ir pagal kiekį yra tarp „pirmaujančių“ po popieriaus ir plastiko.“<sup>118</sup>*

*„Kasmet pasaulyje žmonės nuperka du milijonus tonų drabužių, trys ketvirtadaliai jų tais pačiais metais atsiduria šiukšlynuose. Dauguma vilkėti vos pora kartų“<sup>119</sup>*

*„Kaip teigia specialistai, Lietuvoje kasmet susikaupia apie 4 milijonus atliekų, iš kurių nemaža dalis – namų ūkio atliekos.“<sup>120</sup>*

*„Paskaičiuota, kad per metus pasaulyje sunaudojama maždaug trilijonas teršiančių gamtą plastikinių maišelių.“<sup>121</sup>*

*„Mūsų naudojamuose daiktuose, valymo priemonėse ir kt. yra apie 100 000 pramoninių chemikalų, kurie patekę į aplinką, ne tik žaloja augalus bei gyvūnus, bet ir kelia grėsmę sveikatai. Geriausiu atveju jie silpnina imuninę sistemą, blogesniais sukelia diabetą, širdies ligas, netgi vėžį“<sup>122</sup>*

Faktais norima ne tik įtikinti žmogų, jog nesąmoningas vartojimas kenkia aplinkai, bet ir paskatinti jį susimąstyti, o gal net ir pradėti veikti, keisti požiūrį į aplinką, rodyti didesnę pagarbą gamtai. Tokie faktai, aiškinantys per kiek laiko suyra popierius, plastmasė, verčia pagalvoti, ar viską, ką daro žmogus, yra gerai, ar nereikia kažko keisti.

Dažnai tiesiogiai teigiama, kad žmogus net nesusimąsto ir elgiasi neatsakingai. Įprasta, jog straipsniai prasideda iš dalies pamokančiu tonu. *„Parduotuvėse dažniausiai net nesusimąstydami imate plastikinį maišelį prekėms sudėti. Tai, be abejonės, patogu, bet neatsakinga, žinant, per kiek metų suyra plastikas“<sup>123</sup>* Tada pateikiama informacija apie žalą gamtai ir siūlomi veiksmai tai žalai sumažinti arba tiesiog nebekenkti. Žinoma, neapsieinama be informacijos, kodėl ekologiški produktai ir gaminiai yra geriau. Norima sudaryti patikimumo įvaizdį.

<sup>117</sup> Įamžinti tai, kas nyksta, Moteris, p. 24 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>118</sup> Ekologiška vaikystė, Tavo vaikas, p. 41 Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 9

<sup>119</sup> Lėtoji mada, Moteris, p. 81 Autorius: Justė Kubilinskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>120</sup> Atliekų rūšiavimas, Mano namai, p. 84 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 3(188)

<sup>121</sup> Eko stilingai, Mano namai, p. 76 Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 4(189)

<sup>122</sup> Ekologija savanaudiškai: kaip išlikti sveikam?, Sveikas žmogus, p. 56 Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 7/8

<sup>123</sup> Eko stilingai, Mano namai, p. 76 Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 4(189)

### 5.2.3.3. Išėitis - vartojimo ribojimas

Viena iš siužetinių linijų, pasitaikanti ekologiško vartojimo kontekste yra vartojimo ribojimas. Tai dažnai vaizduojama kaip neišvengiamybė ir būtinybė. Būtent ekologiškas vartojimas dažnai suprantamas kaip vartojimo mažinimas, tai darnus vartojimas.

**Besaikis vartojimas vs. saikingas, bet kokybiškas (naudingas) vartojimas.** Pabrėžiama, kad visuomenėje vyrauja besaikis vartojimas ir kad dažnai nesusimąstoma, kokią žalą tai daro. Yra akcentuojamas paprastumas, saikingumas. Pabrėžiama, jog „kartais mažiau yra geriau“.

*„Paprastumas – tai ta prabanga, kurios ėmėme trokšti, kai viskuo persisotinome.“<sup>124</sup>*

*„Žmonės apsikrovę daiktais. Man svarbu gaminti daiktus, kurie nekenkia aplinkai, o stengiasi jai padėti, siunčia žinią apie ekologiją.“<sup>125</sup>*

Ekologiškas vartojimas ir grindžiamas tuo, kad žmogus turi rinktis mažesnę vartojimą, bet atsakingą, jis turi atidžiai rinktis, ką vartoti, kad nekenktų nei sau, nei aplinkai. Taigi ekologiškas vartojimas yra tarsi žinia, kuria norima pasakyti, kad pasaulis kenčia nuo pertekliaus ir kad reikia sustoti, nes kitaip bus per vėlu. Vartojimo ribojimas tampa ekologiško sąmoningumo dalis. Dažnai atspindimas neigiamas požiūris į persisotinimą, visko perteklių.

*„Kam teikiame pirmenybę: turėti daug, pigiai ir nekokybiškų produktų ar mažai, brangiau, bet kokybiškų produktų?“<sup>126</sup>*

*„Matyt, turime pereiti tam tikrus etapus, kad ir vėl išmoktume vartoti ne daugiau, nei reikia. Taptume atsakingi ir sąmoningai neterštume nei aplinkos, nei kūno, nei santykių.“<sup>127</sup>*

*„Noras turėti, įsigyti, kaupti, siekis gyventi komfortabiliai muša kitu lazdos galu – civilizacijos gėrybių gausinimas kenkia gamtai ir pačiam žmogui.“<sup>128</sup>*

*„Toks gyvenimo būdas veda į sąmonės askezę. Galiausiai sąmonę ima gluminti bet kokia gausa, perteklius, ji trokšte trokšta ribos, ribos, ribos.“<sup>129</sup>*

Dažnai Lietuva vaizduojama kaip šiek tiek atsilikusi ekologiško vartojimo ir ekologiško gyvenimo būdo srityje. Akcentuojamas lietuvių polinkis į gausų pirkimą, į komforto siekį. Kitos šalys, dažniausiai Vakarų, pateikiamos kaip pavyzdys ekologiškumo propagavime.

*„Turtingose Europos šalyse senų daiktų perdirbimas nėra didelė naujiena, tik Lietuvoje dar nesame prie to pripratę. Gal, kad neseniai pakilome iš skurdo? Sovietų laikas dauguma buvome vargdieniai, daug ko neturėjome, bet mokėjome išsisukti, susikurti. Kai atsirado galimybė,*

<sup>124</sup> Grynas paprastumas, Moteris, p. 116 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 3(697)

<sup>125</sup> Azijos eko pionierės, Moteris, p. 44 Autorius: Vita Vilimaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>126</sup> Ekologiška vaikystė, Tavo vaikas, p. 40 Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 9

<sup>127</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>128</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 16 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>129</sup> Ten pat

*užsimanėme paturėti. Išaugsim: visko paturėsime, o kai pasijusime visaverčiai, vėl grįšime prie neturėjimo, asketiškumo, ir tai mūsų netrikdys*<sup>130</sup>

**Daiktų perdirbimas ir „lėtas judėjimas“.** Šalia siekio skatinti ekologišką-ribotą vartojimą, dažnai yra pateikiama daiktų perdirbimo idėja. Tai pateikiama kaip antipodas perdėtam daiktų pirkimui ir vartojimui. Pabrėžiama, kad senų daiktų atgaivinimas juos perdarant yra vienas iš ekologiško vartojimo principų. Vėlgi yra pabrėžiama, kad turi keistis visų pirma požiūris, mąstymas. Atskleidžiama nuomonė, jog perdėtas vartojimas neatneša laimės, o taip, beje, yra patvirtinta ir mokslininkų.

*„Praktiškai dauguma daiktų galima perdaryti ir sunaudoti. Reikia tik galvoje įjungti mintį, kad viskas yra patobulinama, kad nėra gėda minti seną aprūdijusį dviratį, persiūti seną drabužį. Ne todėl, kad neturiu pinigų, esu vargšas, o todėl, kad toks mano požiūris, pozicija.*<sup>131</sup>

*„Mažiau perki, renkiesi paprastesnius daiktus.*<sup>132</sup>

*„Biurui apstatyti rinkosi senus, tačiau atrodančius išpūdingai baldus. Anot jo, toks sprendimas taip pat padeda saugoti gamtą, nes neperkant naujų daiktų mažinamas vartojimas, taigi į aplinką patenka ne taip daug atliekų, be to, sunaudojama mažiau popieriaus ir kitų medžiagų naujoms pakuotėms gaminti ir pan.*<sup>133</sup>

*„I. Juodeikytės nuomone, ekologiškas gyvenimo būdas neatsiejamas nuo mažesnio vartojimo: „Nepakanka pirkti ekologišką ploviklį. Turi keisti požiūrį. Ar mums tikrai reikia prisikrauti prekybos centre pilnus vežimus?“<sup>134</sup>*

Pastebėta, kad įprasta straipsniuose aptikti šio tokį nepasitenkinimą ekologiškų produktų kaina, kuri yra didesnė nei įprastų produktų. Šalia tokių užuominų yra siūloma paprasčiausiai vartoti mažiau, atidžiai rinktis, ką vartoti, todėl bus mažesnės išlaidos.

**Lėtasis judėjimas** pateikiamas, kaip svarbus poslinkis visuomenės požiūrio į vartojimą pasikeitimą. Jis dažnai yra tarsi atšaka ekologiško vartojimo. Pagrindinė šio judėjimo idėja, kuo mažiau vartoti, o jei vartoti tai ekologiškai, natūraliai. Šis judėjimas propaguoja idėją perdaryti pasenusius daiktus ir įkvėpti jiems naują gyvybę.

*„Vis dėlto šio judėjimo esmė – skatinti žmones mažiau pirkti ir galvoti, ką pirkti. <...> Lėtoji mada skatina prisirišti prie drabužių, kad jie taptų gyvenimo dalimi.*<sup>135</sup>

Riboto vartojimo kontekste pats vartojimas nėra nuvertinamas, nėra atmetamas, tačiau siūloma alternatyva – ekologiškas vartojimas, kurio esmė vartoti mažiau, bet kokybiškiau.

<sup>130</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 18 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>131</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 16 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>132</sup> Misija įmanoma, Moteris, p. 38 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>133</sup> Savitumo išraiška ekologiniu principu, Mano namai, p. 38 Autorius: Karolina Ginotytė, leidimas: 2010, Nr. 9(194)

<sup>134</sup> Misija įmanoma, Moteris, p. 35 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>135</sup> Lėtoji mada, Moteris, p. 81 Autorius: Justė Kubilinskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

#### 5.2.3.4. Ekologiškas vartojimas – naudingas gamtos ir žmonių sveikatai

Pagrindiniai pabrėžiami ekologiško vartojimo motyvai yra aplinkos tausojimas ir jų nauda žmogui.

Rašant apie ekologiškus produktus dažnai akcentuojama jų nauda aplinkai ir žmogui. Visų pirma būna akcentuojama neekologiškos žmogaus veiklos, produktų žala aplinkai ir žmogaus sveikatai.

*„Visi užrašai atspausti dažais, kuriuose mažiau lakiųjų organinių medžiagų (VOC), o šios – pagrindinis miestuose tyrančio smogo komponentas – kenkia ir žmonių sveikatai, ir gamtai“<sup>136</sup>*

**Rizika.** Straipsniuose dažnai sukuriamas rizikos faktorius. Rizika sveikatai, rizika aplinkai. Kaip rodo kiekybinė analizė, maistas yra dažniausiai paliečiama ekologiško vartojimo tema žurnaluose. Neekologiški produktai dažnai vertinami skeptiškai arba neigiamai. Kalbama apie tai, jog nėra garanto, kad produktai yra visiškai saugūs, nors ir yra tikrinamas jų saugumas. Bandoma kelti abejones tuo, ką iš tikro visi mano esant saugiu. Didžiausia akcentuojama problema yra sintetiniai ir cheminiai priedai. Iškeliama mintis, jog įvairūs priedai nėra iki galo ištirti, neaiškus jų poveikis žmogaus sveikatai. Tačiau daug kalbama apie jų galimą žalą sveikatai: alergijų, vėžio rizika.

*„Tačiau akivaizdu, kad daugėja vėžinių ligų, taip pat vaisiaus vystymosi sutrikimų, priešlaikinių gimdymų, hiperaktyvių vaikų, alergiškų žmonių. Kyla klausimas, iš kur visa tai.“<sup>137</sup>*

**Saugumas.** Rizikos fone ekologiškas vartojimas pateikiamas, kaip išsigelbėjimas, geriausia alternatyva. Šiuo atveju pabrėžiama, jog ekologiški produktai bent jau garantuoja, kad nebus apdirbti įvairiais cheminiais ir sintetiniai priedais. Ekologiškas vartojimas pateikiamas, kaip būdas gyventi sveikiau ir saugiau, nekenkiant aplinkai. Ekologiški produktai yra alternatyva chemizuotam maistui.

*„Pasak prof. R. Stuko, ekologiškas maistas geresnis už chemizuotą dviem aspektais. Jis yra palankesnis pirmiausia žmogaus sveikatai, nes tokia nėra organizmui svetimų medžiagų, sintetinių komponentų. O antra, - aplinkai, nes jį gaminant tausojama gamta“<sup>138</sup>*

*„Ekologiškame maiste yra daugiau vitaminų, mikroelementų ir antioksidantų, saugančių nuo vėžio. Ekologiški vaisiai ir daržovės yra purškiami tik biologinės kilmės medžiagomis, vengiama pesticidų“<sup>139</sup>*

*„Reikia stengtis bent jau kuo natūralesnį maistą valgyti. <...> labiausiai kenkia modifikuoti, konservantų prigrūsti produktai ir tai, kad per daug jų vartojame.“<sup>140</sup>*

<sup>136</sup> Grynas paprastumas, Moteris, p. 116 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 3(697)

<sup>137</sup> Ekologiška vaikystė, Tavo vaikas, p. 40 Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 9

<sup>138</sup> Nuo minties iki stalo, Moteris, p. 58 Autorius: Kristina Kaminskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>139</sup> Iš parduotuvės ar iš turgaus, Tavo vaikas, p. 73 Autorius: Violeta Agurkytė, leidimas: 2010, Nr. 3

<sup>140</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 19 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

Kaip jau minėta prieš tai, gamtos ir žmogaus sveikata yra susiejama tam tikrais ryšiais, tai kas liečia gamtos sveikatą, gali tiesiogiai įtakoti ir žmogaus sveikatą. Siūloma pažvelgti į ekologines problemas visapusiškai. Neveltui rašant apie ekologiškus produktus, minima jų nauda ir gamtai, ir žmogui. Rinkdamasis ekologiškus gaminius ir ekologiškesnį gyvenimo būdą jis tausos gamtą ir savo sveikatą.

Pabrėžiamos priežastys, kodėl pradedama maitintis ekologiškais produktais ir gyventi ekologiškai, o tai dažniausiai būna įvairūs sveikatos sutrikimai (alergija, odos ligos ir pan.), taip pat dažnai minima, jog dėl vaikų sveikatos keičiamas gyvenimo būdas, pradedama vartoti ekologiškai.

*„Vieni mūsų tiekėjai iš Didžiosios Britanijos pasakojo, kad tokį verslą pradėjo todėl, kad visa šeima negalėjo išsigydyti psoriazės.<...> Dažniausiai toks sąmoningumas prabunda dėl vaikų. Jei šie alergiški, tėvai viską išmėgina.“<sup>141</sup>*

Iš tikro rašant apie ekologiškus produktus vaikų sveikata yra dažnai pasitaikantis aspektas. Pabrėžiama, jog vaikai labai jautrūs įvairiems aplinkos faktoriams, jų organizmas vis dar formuojasi, todėl kaip geriausias pasirinkimas saugoti vaiko sveikatą yra pasirinkti ekologišką gyvenimo būdą, ekologišką maistą ir kitus ekologiškus gaminius.

**Aplinkos tarša.** Gamta yra tarsi apgaubiamą išskirtinumo aura, veikėjų pasisakymuose atsispindi pagarba mus supančiai gamtai. Akcentuojama, kaip svarbu tausoti gamtą, nešiukšlinti, taip pat pabrėžiama aplinkosauginis aktyvizmas.

*„Dirvožemis – gyvas, su juo reikia labai atsargiai elgtis, kad nesugadintum Kūrėjo darbo, kad paliktum ateinančiom kartom“<sup>142</sup>*

*„Beje, svarbiausias šios akcijos („Darom“ aut. pastaba) tikslas – ne surinkti kuo daugiau šiukšlių, o skatinti bendruomeniškumą. Gal juokingai skamba, bet žmogus, dalyvavęs tokioje akcijoje, vėliau nebenumes bet kur nuorūkos, nebepaliks prišiukšlintos ežero pakrantės ir dar kitus sudrausmins.“<sup>143</sup>*

Tokie pasisakymai atspindi sąmoningumu grįstą ekologišką vartojimą, tai atspindi gamtosauginį požiūrį. Šiuo atveju linkstama į ekologišką gyvenimo būdą. Gamta ir žmogus yra susiejama dažnai į vieną visumą, pabrėžiama ta sąsaja, ryšys.

Dažnai ekologiškas vartojimas ir ekologiškas gyvenimo būdas pasirenkamas kaip palankesnis sveikatai, pabrėžiama tokių produktų nauda, maistingumas.

Atliekų perdirbimas yra vienas iš svarbiausių ekologiško vartojimo išraiškų. Rašoma apie atliekų perteklių, kurį lemia besaikis vartojimas, ir to pertekliaus žala aplinkai, žmogui.

<sup>141</sup> Misiija įmanoma, Moteris, p. 35 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>142</sup> Nuo minties iki stalo, Moteris, p. 58 Autorius: Kristina Kaminskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>143</sup> Švaros virusas, Moteris, p. 30 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

*„Uždaroje ekologinėje sistemoje, tokioje kaip mūsų Žemė, neperdirbdami to, ką turime, greitai gyvensime šiukšlyne“<sup>144</sup>*

Viename straipsnyje pateikiama informacija apie didžiausius pasaulio sąvartynus. Pabrėžiama, jog didžiausios šiukšlių sancaupos yra Ramiajame vandenyne. Plastiką sudaro 90% to sąvartyno šiukšlių. Šiame kontekste minimas, kad žmogus turi keisti savo įpročius ir mažiau naudoti plastiką.

*„Žmonės raginami plastiką keisti kitomis, suvirančiomis medžiagomis, su kuriomis gamta pati pajėgi susidoroti.“<sup>145</sup>*

Oro tarša, gamtos tarša yra vaizduojamos kaip didžiausios žmonijos rykštės. Pabrėžiama, kad žmogus turi su jomis tvarkytis ir dažnai pateikiami siūlymai, variantai, ką reikia daryti, kad užkirsti kelią žemės naikinimui. Dažnai apeliuojama į sąžinę, siekiama, kad žmogus suvoktų, jog ateities kartos turės tvarkytis su mūsų padaryta žala. Kaip į mūsų kartą žiūrės ateities žmonija? Kaip į kenkėjus? Egoistus? Nemąstančias būtybes? Svarbu keisti požiūrį kol nevēlu.

Teigiama, kad žmogus tik įdėjęs kažkiek pastangų, gali daug nuveikti. Viename straipsnyje rašoma apie tai, kad prieš trisdešimt metų uždraudus naudoti chemines medžiagas, freonus, pastebėta, jog dabar ozono sluoksnis nebemažėja. Labai optimistiškai skamba to straipsnio pavadinimas – „Galime, kai norime“.<sup>146</sup>

Žurnaluose siūloma iš esmės keisti gyvenimo būdą arba tik kai kuriuos įpročius, ir nekenkti aplinkai. Svarbu, kad tai, ką mes valgome, naudojame ir vartojame, veikia mūsų organizmą. Teigiama, kad ekologiškiau gyvendami mes ne tik, kad padėsime patys sau, bet ir aplinkai. Paprasčiausiai siūloma, kartais dažniau atsisakyti automobilio, kai jo mažiausiai reikia, mažiau pirkti nereikalingų prekių.

#### *5.2.3.5. Ekologiškas vartojimas nauja mada. Neigiamas aspektas*

**„Žalioji“ mada.** Straipsniuose dažnai aptinkama užuominų, jog ekologiškas vartojimas yra mada arba net naujoji religija. Ekologiškas vartojimas dažnai yra traktuojama kaip paprasčiausiai naujas reiškinys. Šiuo atveju vyrauja gan neigiamas požiūris į manipuliavimą ekologiškumo sąvoka.

*„Angelina įsitraukė į ekologinį judėjimą dar tada, kai tai nebuvo madinga.“<sup>147</sup>*

*„Kalbėti apie ekologiją tampa vis kebliau. Vieni ją pakrikštijo naująja religija, kiti – nauju madingu virusu.<...> Sertifikatai prie prekės tikrai nėra šimtaprocentinė šios kokybės garantija.“<sup>148</sup>*

<sup>144</sup> Verslas – karalius, IT – svarbiausias patarėjas, Valstybė, p. 92 Autorius: Karolis Makrickas, leidimas: 2010, Nr. 12(44)

<sup>145</sup> Šiukšlių viršukalnės ir gelmės, A-Zet, p. 59 Autorius: Živilė Bilotaitė, leidimas: 2010, Nr. 1/2(70)

<sup>146</sup> Galime, kai norime, A-Zet, p. 22 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 10(77)

<sup>147</sup> Grynas paprastumas, Moteris, p. 118 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 3(697).

*„Visa, kas madinga, labai greitai tampa atgrasu, jei lazda perlenkiama. Atsirado priešiškus, matai, kad gamintojai žodį „natūralus“ rašo bet kur. Greitai gera idėja paverčiama masine, komercine, iš to daromi pinigai...“<sup>149</sup>*

*„Šiais laikais nenorėčiau būti žalias. Dviprasmybės užpjautų negyvai“<sup>150</sup>*

Straipsniuose atsispindi, jog ši taip vadinama ekologiškumo mada apima įvairias gyvenimo sritis, pradedant atliekų perdirbimu ir rūšiavimu, ir baigiant natūraliais maisto produktais bei aplinkos neteršiančiais automobiliais, taip pat ekologinė taip vadinama mada neaplenkė ir buitinės technikos.

Neigiamai žiūrima ir į atsiradusias naujas sąvokas kaip ekologiška motinystė, ekologiška tėvystė, jos laikomos naujausiu mados klyksmu ir yra tik primestos žmonėms. Manoma, kad tokia mada stokoja tikro nuoširdumo, nes visų pirma žmogus turi būti sąmoningas iš širdies. Pasitaiko, jog nors ir žiūrima į šį reiškinį kaip į madą, tačiau laikoma, kad ir ta mada gali turėti naudos, nors ir menkos.

Būtent rašant apie ekologiją kaip apie naują madingą reiškinį, dažnai jaučiamas negatyvumo tonas, skepticizmas, bet tai labiausiai liečia produktų vartojimą. Kritiškai vertinamas verslas, kuris siekia tik pasipelnymo iš teigiamos ekologiškos idėjos. Dažnai atskiriama, kas yra gerai, o kas yra blogai. Yra geri verslininkai, kurie sąmoningi, sąžiningi ir yra blogi verslininkai, kurie siekia tik pasipelnymo.

*„Verslininkai, pradėję kurti sąžiningą ekologinį verslą, susiduria su tokiais, kurie apie ekologiją neturi net elementarių žinių ir imasi šios veiklos vien todėl, kad mato čia pasipelnymo šaltinį“<sup>151</sup>*

Pasitaiko ir teigiamas požiūris į ekologiško vartojimo ir gyvenimo būdo madą, nes tai laikoma jaunų žmonių saviraiškos dalimi, kuri gali turėti teigiamų pasekmių gamtai.

*„Aišku, ekologiškas gyvenimo būdas dabar madingas. Ir nemanau, kad ta mada praeis, juk gamtos užterštumo problemos, kuo toliau, tuo yra aktualesnės. Be abejo, labai eskaluojama idėja galbūt tampa pop kultūros dalimi, tačiau ar tai blogai? Gali būti, jog tai – savotiška jaunų žmonių maišto, saviraiškos forma.“<sup>152</sup>*

Šalia skeptiško požiūrio į ekologišką vartojimą pasitaiko užuominų į „žalią smegenų plovimą“. Teigiama, jog vartotojas turi būti labai atsargus atsirinkdamas, ką vartoti ir kiek vartoti, kad trūksta sąmoningo ir išprususio vartotojo.

<sup>148</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>149</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 15 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>150</sup> Lėtai judanti elektromobilių invazija, Valstybė, p. 114 Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 8(40)

<sup>151</sup> Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>152</sup> Švaros virusas, Moteris, p. 31 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

*„Juk dar 1990 metais atsirado terminas „Žalioji smegenų plovimas“. Tai klaidinantis informacijos pateikimas norint sukurti teigiamą požiūrį į neva ekologišką produktą. Kol kas Lietuvoje trūksta išprususio ir puikiai ekologiškų prekių rinką išmanančio vartotojo.“<sup>153</sup>*

Taigi ekologiško vartojimo sąvoka dažnai yra komplikuojama, iš vienos pusės į ją žiūrима teigiamai, palaikomas ekologiškas vartojimas ir ekologiškas gyvenimo būdas, tačiau iš kitos pusės bodimasi šio reikalo komercializacija ir spekuliacija. Ir vis dėlto, dažnai straipsniuose siekiama ugdyti sąmoningumą ir informuoti žmones apie tikrai ekologiškus produktus.

***Abejojama ekologiško vartojimo nauda.*** Pasitaiko tokių atvejų, jog abejojama, ar ekologiškas vartojimas iš tikro yra nekenksmingas aplinkai. Teigiama, kad net ekologiškiems produktams gaminti yra eikvojami resursai, kertami medžiai, bet tokie pareiškimai yra pavieniai. Tokiuose pasisakymuose jaučiamas sarkazmo ir ironijos atspalvis. Ji dažnai yra grindžiama subjektyviais abejotiniais faktais.

*„Keblus reikalas ta ekologija. O liūdniausia, kad asmeninė ekologija nuolat ima ir prasilenkia su globalia. Nori namus apsistatyti ekologiškais mediniais baldais – turi kirsti miškus. Nori vilkėti natūralios medvilnės marškinėliais – susitaikyk su GMO plitimu ir dirvos erozija, kurią sukelia aktyvi žemdirbystė.“<sup>154</sup>*

Dažnai neigiamas požiūris pasitaiko į „žaliuosius“ automobilius. Teigiama, jog jų gamybai yra eikvojami resursai ir teršiama gamta ne ką mažiau nei tradicinių automobilių gamybai. Šiuo atveju iškeliamas klausimas, kas iš tikro yra tas ekologiškumas, kur yra ta riba ir ar galima pasitikėti viskuo, kas yra skelbiama. Akcentuojama, jog automobilių pramonėje taip pat vyrauja „žalumo“ mada, kuri, kaip pabrėžiama, yra nelogiška, nes neatspindi tikrovės.

*„Kalbos, kad ir vidaus degimo variklio, naudojančio naftos gaminius ir teršiančio aplinką, ir elektros variklio, kuriam reikalingiems akumulatoriams taip pat metamos nemenkos gamybos pajėgos ir išteklių, varomi automobiliai nėra jau tokie ekologiški ir nekalti, netilo“<sup>155</sup>*

*„Dėl šios priežasties sąvokos žalioji superautomobilis kol kas tikrai nėra logiškas. Tai kažkas panašaus į nealkoholinį alų: butelis – alaus, etiketė – alaus, o skonis – nei šis, nei tas.“<sup>156</sup>*

*„Šis išpūdingai atrodantis automobilis buvo demonstratyviai grūdamas į ekologiškų parodos eksponatų salę, lyg ekologija būtų didžiausias tokių automobilių pranašumas.“*

Tokiuose pasisakymuose jaučiamas ironijos ir sarkazmo tonas. Ironizuojama, jog dabar madinga pristatinėti „ekologiškus“ automobilius ir kad automobilių pramonės atstovai dirbtinai vaizduoja ekologiškumą. Kai kur net teigiama, kad „ekologiškų“ automobilių gamyba buvo dirbtinai stabdoma, tenkinant naftos pramoninkų interesus, taip iškeliama sąmokslo teorijos idėja.

<sup>153</sup> Misija įmanoma, Moteris, p. 39 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>154</sup> Naujoji religija, Moteris, p. 68 Autorius: Virginijos Rimkuvienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>155</sup> Hibridus nutrenkė elektra, Valstybė, p. 88 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 12(44)

<sup>156</sup> „Žalioji“ „Revenge verde“, A-Zet, p. 16 Autorius: Gediminas Šimbelis, leidimas: 2010, Nr. 1/2(70)



*„Kol kas iš viso to susidomėjimo pelnosi tik pardavėjas – sunku patikėti, kad jis, vien tik „žalios“ sąžinės kamuojamas, jums siūlo patį „ekologiškiausią“ elektromobilį.<...> Tačiau bet kokia ūkinė veikla, gamyba – jau savaimė tarša, tad ir apie ekologiją galima kalbėti tik iš dalies“<sup>157</sup>*

Kaip minėtai prieš tai, pasitaiko, jog ekologiška moda įgauna teigiamą atspalvį, ir yra vaizduojama kaip sektinas pavyzdys. Rašoma, kad madinga kalbėti apie šiukšlių rūšiavimą, bet tai yra gerai, nes kalbos gali pavirsti gerais darbais ir pabrėžiama, jog rūšiuojant šiukšles saugoma ne tik gamta, bet ir sutaupoma gamtinių išteklių.

#### *5.2.3.6. Tausojanti energetika ir „žalioji“ transportas – ateities perspektyvos*

Tausojanti arba alternatyvi energija ir transportas yra dažniausiai pasitaikančios temos analizuojamuose žurnaluose po maisto, kurios susijusios su ekologišku vartojimu. Šiose srityse pasitaiko skepticizmas ir neigiamas tonas. Dažnai yra analizuojama Lietuvos situacija ir galimybės vartoti alternatyviąją energiją, o taip pat ir elektromobilių (ekologiškų) automobilių diegimas.

**Elektromobiliai.** Pagrindinės mintys – šių automobilių diegimo procesas ir galimybės jais naudotis.

*„Kada pirsime elektromobilį? Atrodo dar negreitai.<...> Priežastis akivaizdi – šie automobiliai kol kas neparduodami, o tik suteikiami atrinktiems laimingiesiems už tam tikrą sumą per mėnesį pagal panaudos sutartį.“<sup>158</sup>*

Lietuvos žiniasklaidos ir politikos dienotvarkėje gan aktuali elektromobilių tema. Tačiau sprendžiant pagal žiniasklaidos atstovų pasisakymus, jaučiamas skepticizmas ir abejonės politikų veiksmais ir planais šiuo klausymu. Į tai netgi žiūrima šiek tiek ironiškai ir sarkastiškai, bandoma juokauti. Žiniasklaidoje abejojama vyriausybės planais įdiegti elektromobilius Lietuvoje. Tai net sulyginama su mokslinė fantastika. Elektromobiliai tarsi rėminami į neįmanomo rėmus. Dažnai temą apie elektromobilius lydi tokie ironiški pasisakymai.

*„Tie kurie patikėjo pakelkite rankas.“*

*„Abiejų ministrų optimizmas mažų mažiausiai nesuprantamas“*

*„Juk ministras E. Masiulis ne mokslinės fantastikos pradininkas rašytojas Jules Verne‘as“*

*„Dr. Saugirdas Pukalskas tik šyptelėjo, išgirdęs mano naivų klausimą apie elektromobilių gamybos perspektyvas“*

Apskritai būtent temoje apie elektromobilius labiausiai jaučiamas neigiamas tonas. Pasitaiko, jog straipsniuose apie elektromobilius pašiepiami žalieji ir jų požiūris.

<sup>157</sup> Hibridus nutrenkė elektra, Valstybė, p. 88 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 12(44)

<sup>158</sup> Lėtai judanti elektromobilių invazija, Valstybė, p. 114 Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 8(40)

*„Viskas, pabaiga, nebebus naftos <...> O pragmatiškesnis žaliasis galbūt net trina rankas – galima pralaimėti mūšį, bet laimėti karą. Neliko naftos, nebėra degalų pasaulį teršiantiems automobiliams, lėktuvams ir visoms kitos archajiškoms transporto priemonėms. Nors ir trečiokui šiais laikais aišku, kad anglies dvideginio daugiausiai išskiria ne naftos produktų degalais varomos transporto priemonės, o į orą prib..., atsiprašau, prileidžiančios dujų karvutės, kiaulytės, ir kiti mieli ūkio gyvūneliai.“<sup>159</sup>*

Tokie pasisakymai nestokoja vaizdingumo, karikatūriškumo, buitinio žargono. Šiuo atveju jaučiama autoriaus subjektyvi nuomonė, kuri pateikiama tarsi juoko formoje, o kartais išreiškiama pasipiktinimu.

Vertinama skeptiškai, jog apie elektromobilius yra daug kalbama, rašoma, tačiau jie realiai dar nėra naudojami, o ir juos įsigyti paprastam žmogui yra sudėtinga ir beveik neįmanoma. Čia labiau akcentuojamas neigiamas požiūris į galimybę Lietuvoje išvysti elektromobilių.

*„Ir apie kokių elektromobilių gamybą, plėtrą ir juos įsigyti skatinančias priemones galima šnekėti, kai Lietuvoje netgi nedaroma nieko, kas skatintų elementarių, šiuolaikinių, naujų, saugių ir ekologiškų automobilių įsigijimą?“<sup>160</sup>*

Kaip pavyzdys Lietuvai pateikiamos kitos šalys, kurios jau yra pasistūmėjusios elektromobilių diegimu. Viena iš tokių šalių yra Danija. Danija dažnai pateikiama kaip kontrastas Lietuvai, nes ten intensyviai siekiama elektrifikuoti visą transporto sistemą.

*„Kol visa Danija stropiai ir sparčiai elektrifikuojasi, o lietuvių ministrai seka nevykusias pasakas, danai... ima ir pagamina vieną galingiausių automobilių pasaulyje.“<sup>161</sup>*

**Alternatyvi (tausojanti) energija.** Straipsniuose apie atsinaujinančią energiją dažnai teigiama, jog žmogus bus priverstas pereiti prie tausojančios energijos išteklių, kadangi kito pasirinkimo nėra. Šiuo atveju akcentuojama tokios energijos neišvengiamumas. Naftos, dujų ir anglies klodų nykimas yra dažniausiai minimos priežastys, kodėl žmonės turėtų pereiti prie atsinaujinančios energijos. Be to, minima ir žala gamtai, kurią kelia iškastinis kuras

*„Iškastinio kuro naudojimas daro milžinišką žalą gamtai, kurią taip pat galima skaičiuoti milijardais. Džiaugtis galime tik dėl to, kad šią kainą mokėsime ne mes, o mūsų vaikai“<sup>162</sup>*

Dažnai pabrėžiama, jog atsinaujinančių išteklių energetika reikia domėtis ne tik dėl gamtos aplinkos tausojimo, visuotinio klimato atšilimo, bet ir dėl ekonominių sumetimų. Pabrėžiama, jog alternatyvios energijos įdiegimas Lietuvoje, gali suteikti energetinę nepriklausomybę ir gali būti ekonomiškai naudingas.

<sup>159</sup> Nemokslinė fantastika, Valstybė, p. 124 Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 9(41)

<sup>160</sup> Nemokslinė fantastika, Valstybė, p. 127 Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 9(41)

<sup>161</sup> Nemokslinė fantastika, Valstybė, p. 126 Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 9(41)

<sup>162</sup> Jie galingsni už JAV ir Rusiją, Valstybė, p. 58 Autorius: Eduardas Eigirdas, leidimas: 2010, Nr. 10(42)

*„Iš esmės tai senstanti, apgailėtina energijos sistema ( energija gaunama iš iškastinio kuro aut. pastaba), kelianti grėsmę daugeliu aspektų – ne tik išteklių mažėjimo, planetos užterštumo, bet ir apskritai išlikimo prasme. Ją seniai laikas laužyti.“<sup>163</sup>*

Formuojamas teigiamas požiūris į atsinaujinančią energiją. Alternatyvios energetikos nauda straipsniuose grindžiama faktais. Pateikiami statistiniai, visuomenės nuomonės apie atsinaujinančią energiją, duomenys, kurie rodo jog dauguma palaikytų vėjo jėgainių įdiegimą. Nors ir pateikiama pozityvi visuomenės nuomonė atsinaujinančių išteklių atžvilgiu, tačiau neigiamai atsiliepiama apie Lietuvos vyriausybės pastangas šioje srityje.

Tausojančios energijos ir transporto fone dažnai pateikiamos naujos technologinės idėjos, kurios kartais skamba utopiškai, ir dar nėra pritaikomos, o galės būti taikomos tik ateityje. Tai biodegalai iš kavos, dviratis, kuris matuoja anglies dvideginio kiekį aplinkoje, ekologiškos virtuvės koncepcija, ekologiški dangoraižiai, ekologiški namai po žeme. Paprastam žmogui tai nėra prieinama, o labiau atspindi pasaulines tendencijas, jog ekologiškumas vis labiau išivyrėja. Žiniasklaida, galima sakyti ruošia dirvą, tokiais pasakojimais. Jie konstruoja idėja, jog ekologiškas vartojimas, gali pamažu įsiskverbti į visas gyvenimo sritis.

Tačiau reiktų pastebėti, jog tokiuose straipsniuose stokojama tikros paaiškinančios priežasties, kodėl į visuomenę vis labiau skverbiasi ekologiškumas, tai kartais daroma tik užuominomis. Transporto ir alternatyviosios energijos sritis yra gan subtili, nes šiuo atveju neapsieinama be subjektyvumo ir suinteresuotų grupių įsikišimo.

#### *5.2.3.7. Harmoningo ir atsakingo veikėjo portretas*

Labai svarbu yra apibrėžti, kaip vaizduojami ir rėminami veikėjai, kurie pasisako už ekologišką vartojimą ir ekologišką gyvenimo būdą. Dažnai skaitytojas linkęs susitapatinti su herojais, jie gali norėti priimti ir pritaikyti sau tų herojų siūlomus gyvenimo modelius.

Dažnai straipsniuose apie ekologišką vartojimą veikėjai yra vaizduojami kaip harmoningos ir sąmoningos, o taip pat ir socialiai atsakingos asmenybės. Tai yra idealistai, kurie pasisako prieš išisaknijusį materializmą ir abejingumą. Pabrėžiamas jų altruistinis požiūris, siekis padėti. Tokie veikėjai yra teigiamas pavyzdys, kuriuo tarsi norima užkrėsti skaitytoją.

*„Jei įstengiu vienu metu būti mama ir verslininkė, tai galiu vienu metu būti mados kūrėja ir dvasingas žmogus. Visa tai – mano asmenybės dalis. O svarbiausia pasaulyje – pusiausvyra... Kasdien mėginu medituoti...“<sup>164</sup>*

<sup>163</sup> Alternatyvios energijos pranašai, A-Zet, p. 31 Autorius: Irena Kamičaitienė, leidimas: 2010, Nr. 5(73)

<sup>164</sup>Ribos, Moteris, p. 12 Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

*„Šeima išmokė padėti kietiems.<...>Noriu padėti žmonėms, aplinkai, kad procesas būtų skaidrus: kad žmonės žinotų, iš kur gaunu medžiagas, kaip pagaminti daiktai. Tai vadinama sąžininga prekyba.“<sup>165</sup>*

Veikėjai taip pat pateikiami kaip pavyzdys ribotam vartojimui, pabrėžiama, kad dvasinės vertybės jiems svarbiau už materialiąsias.

*„Mes vartojame tik tai, kas būtina. Skalbimo mašina reikalinga, bet televizorių esu linkusi išmesti. Perkam tik tuos daiktus, kurių prireikia.“<sup>166</sup>*

*„Man nei graži mašina, nei namas nėra didelė vertybė. Svarbiau pabendrauti su žmonėmis, nuveikti ką nors gerą pasauliui.<...> Labai domiuosi budizmu. Viskas pasaulyje yra tarsi mažais siūliukais sujungta, visi esame susiję.“<sup>167</sup>*

Dažniausiai veikėjai yra žinomi Lietuvos ir pasaulio meno, verslo, visuomenės atstovai, o tai yra svarbu, nes tokių žmonių pavyzdys dažniausiai yra siekiamybė. Pasitelkus tokių veikėjų gyvenimo būdo pavyzdžius yra daug lengviau formuoti teigiamą visuomenės nuomonę ekologiško vartojimo atžvilgiu.

Veikėjai išreiškia gilų rūpinimąsi žmogaus daroma neigiama žala aplinkai ir sau pačiam. Dažnai jų pasisakymai būna emocionalūs, kupini nusivylimo žmogumi, bet taip pat ir vilties, jog viskas gali pasikeisti. Jie akcentuoja sąmoningumą, patys pabrėžia savo siekį palaikyti darnų santykį su aplinka, teigia, jog patys arba ekologiškai vartoja, arba bent jau stengiasi ekologiškai vartoti, ekologiškai gyventi. Herojai tvirtina, kad pradėję maitintis ekologiškai suprato, tikrąjį maisto skonį. Jie daug atidžiau kreipia dėmesį į tai, ką vartoja. Akcentuoja, jog atradus naują gyvenimo būdą, pasikeitė jų požiūris į aplinką, gamtą, atsirado siekis ją tausoti.

*„Stengiuosi valgyti ekologišką maistą, prausiuosi tik po šaltu dušu, miegu prie atviro lango.“<sup>168</sup>*

*„S. Mumcu teigia, kad jo paties gyvenimo būdas atspindi ekologiško sveikatingumo idealą. Devynerius metus vyras užsiima joga. Trisdešimties tapo vegetaru. Tai lėmė įsitikinimas, kad kiekviena gyva būtybė kenčia.“<sup>169</sup>*

*„Pradėjus rinktis švarius produktus keičiasi ir požiūris į maistą, nebesinori valgyti bet ko“*

*„Matai gamtos grožį, nori saugoti aplinką. Labai greitai pasikeitė požiūris į augaliją, gyvūniją. Supranti, kad reikia su gamta gyventi darniai ir kurti gyvenimą, atitinkantį gamtos dėsnius. Atsisakiau buitinės chemijos, renkuosi ekologišką – nenoriu būti teršėja.“<sup>170</sup>*

<sup>165</sup> Azijos eko pionierės, Moteris, p. 41 Autorius: Vita Vilimaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>166</sup> Turiu tiek, kiek būtina, Moteris, p. 16 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>167</sup> Švaros virusas, Moteris, p. 31 Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>168</sup> Azijos eko pionierės, Moteris, p. 42 Autorius: Vita Vilimaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>169</sup> Nykštukai tarp gigantų, Moteris, p. 73 Autorius: Milda Sabockytė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

<sup>170</sup> Žaliavalgė, Moteris, p. 62 Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)

Kaip minėta prieš tai, veikėjai pateikiami kaip sąmoningi ir atsakingi žmonės, kurie galvoja ne tik apie save, bet ir apie aplinką ir gamtą. Tačiau dažniausia tas sąmoningumas atsiranda vedamas tam tikrų aplinkybių, gyvenimo pokyčių.

*„Besilaukiant pradėjau galvoti, ne tik apie save, bet ir apie aplinką, kokiame pasaulyje gyvena mano vaikai. Natūraliai ėmėme rūšiuoti šiukšles, rinktis ekologiškesnius skalbiklius, kiek įmanoma atsisakėme chemijos.“<sup>171</sup>*

*„Iš tiesų, kai pamačiau, jog sūnui padeda ekologiškos priemonės, susimąščiau ir pradėjau įdėmiau jomis domėtis. Šis domėjimasis tapo įdomiu ir naudingu užsiėmimu, kuris pamažėle keitė požiūrį bei gyvenimo būdą“<sup>172</sup>*

Herojai būna įsitikinę savo veikla ir požiūriu į aplinką, jie tiki, kad tik žmogus gali nuveikti daug ir atitaisyti padarytą žalą ar bent jau ją pristabdyti.

Kalbantieji herojai yra natūralistai, kurie siekia glaudaus santykio su gamta.

*„Gimiau ir užaugau mieste, tačiau širdyje visada buvau kaimo vaikas“<sup>173</sup>*

*„Iš savo senelių Janina išmoko suprasti, kad viskas gamtoje yra vertinga, tik reikia žinoti, kur pritaikyti.“<sup>174</sup>*

Taigi, veikėjai propaguoja ekologišką vartojimą ir ekologišką gyvenimo būdą, jie pabrėžia žmogaus sąmoningumą ir jo santykį bei sąitus su gamta. Svarbiausia jie siūlo keisti, visų pirma mąstymą, požiūrį ir pabrėžia, kad elgesys turi būti grindžiamas atsakomybe ir sąmoningumu.

### **5.3. Ekologiško vartojimo diskurso tyrimo rezultatų apibendrinimas**

- Kiekybinės analizės tyrimas parodė, jog ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje nėra pateikiamas tik fragmentiškai, o yra analizuojamas ir vertinamas. Straipsniams skiriamas daug vietos, dažnai būna skiriamos specialios rubrikos ekologiškam vartojimui ar gyvenimo būdai.
- Paliečiamos įvairios temos susijusios su ekologišku vartojimu, tačiau pastebėta, jog daugiausiai dėmesio sulaukia maisto tema. Tai yra natūralu, nes ekologiškas vartojimas visuomenėje dažnai suvokiamas tik kaip maisto vartojimas. Be to, maistas yra aktualu kiekvienam.
- Straipsniuose siekiama aiškiai apibrėžti, kas yra ekologiškas vartojimas, kaip nustatyti tikrą ekologiškumą. Žmogui pateikiama aiški informacija, iškeliamas problema, dažnai su moraliniu vertinimu, ir tada siūloma, ką daryti, t. y. vartoti ekologiškai, gyventi ekologiškai. Labai dažnai iškeliami klausimai: Kodėl ekologija? Koks skirtumas? Ką daryti? Svarbu, šiuo atveju yra paaiškinti skaitytojui, kaip atskirti tai, kas iš tikro yra ekologiška, o kas ne. Aprašomas jų

<sup>171</sup> Sauskelnės ar vystyklai, Tavo vaikas, p. 28 Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 10

<sup>172</sup> Gyvenu kitaip, Sveikatos ABC, p.22 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8

<sup>173</sup> Gyvenu kitaip, Sveikatos ABC, p.21 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8

<sup>174</sup> Puodelis arbatos su Janina, Sveikatos ABC, p. 40 Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8

ženklumas, jų gavyba ir pan. Dažniausiai informacija yra grindžiama ne tik asmeniniais pasisakymais, bet ir specialistų ar ekspertų žodžiais. Dažnai pabrėžiama, jog žmogus domėtusi ir skaitytu informaciją, atidžiai atsirinktų.

- Kaip parodė diskurso analizės tyrimas, egzistuoja tam tikros pasikartojančios siužetinės linijos. Šios siužeto linijos tam tikru būdu įrėmina ekologiško vartojimo diskursą. Reiktų paminėti, jog dominuoja sąmoningumu grįsto ekologiško vartojimo siužetinė linija. Akcentuojamas žmogaus sąmoningumas, kaip esminė ekologiško vartotojo savybė. Labai dažnai pabrėžiama, jog žmonės turi būti sąmoningi, nes kito pasirinkimo nėra. Tikras ekologiškas vartojimas prasideda nuo sąmoningumo.
- Ekologiškas vartojimas ir gyvenimo būdas yra iš dalies ideologizuojami. Straipsniuose jis apibrėžiamas ne vien tik kaip elementarus vartojimas, o labiau kaip vartojimas, kuris yra prasmingas, kuris yra siekiamybė. Pabrėžiama, jog tai yra savotiškas harmonijos su gamta ir savimi siekis. Taip pat pabrėžiama, kad ekologiškas gyvenimo būdas ir ekologiškas vartojimas yra neišvengiamybė, nes tik taip galima pakeisti pasaulį ir sustabdyti aplinkos niokojimą. Dažniausiai ekologiškas vartojimas suvokiamas, kaip mažesnis ir kokybiškesnis vartojimas.
- Per ekologiško vartojimo diskursą siekiama keisti požiūrį ir elgesį. Akcentuojama žmogaus neigiama veikla ir jo pasekmės ne tik gamtai, aplinkai, bet ir pačiam žmogui, todėl pagrindiniai motyvai, kodėl reikia ekologiškai vartoti ir gyventi yra visapusiška nauda žmogaus sveikatai ir aplinkai.
- Dažnai akcentuojamas skeptiškas požiūris į ekologišką vartojimą kaip į naują madingą reiškinį, kuriuo tiesiog siekiama manipuliuoti. Čia dažniausiai pasitaiko negatyvus tonas.
- Ekologiškas transportas, alternatyvi energetika yra vaizduojami kaip ateities perspektyvos gyventi ekologiškiau. Tačiau čia dažniausiai neapsieinama be politikavimo, dažnai vyrauja neigiamas tonas.
- Pastebėta, jog veikėjai, kurie minimi ekologiško vartojimo kontekste yra vaizduojami atsakingi, sąmoningi ir harmoningi. Jie yra pateikiami kaip teigiamas pavyzdys.

## IŠVADOS

1. Ekologiškas vartojimas tampa vis labiau aktuali tema pasaulyje, o taip pat ir Lietuvoje. Klimato kaita, ekologinė degradacija, aplinkos tarša – tai lemiantys veiksniai. Tačiau dar nėra atlikta daug tyrimų susijusių su ekologiško vartojimo diskurso ir žiniasklaidos santykiu.
2. Teorinės medžiagos analizė parodė, jog ekologiškas vartojimas yra siejamas su ekologišku sąmoningumu. Ekologiškas vartojimas yra laikomas kaip viena iš elgesio formų, kuri išreiškiama per ekologinį sąmoningumą. Egzistuoja daug teorijų aiškinančių ekologišką sąmoningumą, o svarbiausia, kaip jis lemia elgesį.
3. Žiniasklaida konstruodama ir rėmindama temas, suteikia joms tam tikrą atspalvį, o taip pat ir jas aktualizuoja, tai lemia visuomenės nuomonę į tuos klausimus. Žiniasklaida taip pat konstruoja ekologinį diskursą, išryškindama aplinkos problemas. Tiriant ekologiško vartojimo diskursą žiniasklaidoje, galima nustatyti, kaip pateikiamas ir rėminamas ekologiškas vartojimas.
4. Remiantis kiekybinės analizės tyrimo rezultatais, galima teigti, jog ekologiško vartojimo diskursas žiniasklaidoje nėra pateikiamas tik fragmentiškai, o yra analizuojamas ir vertinamas. Straipsniams skiriamas daug vietos, dažnai būna skiriamos specialios rubrikos ekologiškam vartojimui ar gyvenimo būdui.
5. Nustatyta, jog žiniasklaidoje siekiama aiškiai apibrėžti, kas yra ekologiškas vartojimas, kaip nustatyti „tikrą“ ekologiškumą. Pateikiama aiški informacija, iškeliami problema, dažnai su moraliniu vertinimu, ir tada siūloma, ką daryti, t. y. vartoti ekologiškai, gyventi ekologiškai. Dažniausiai informacija apie ekologišką vartojimą yra grindžiama ne tik asmeniniais pasisakymais, bet ir specialistų ar ekspertų žodžiais.
6. Kaip parodė diskurso analizės tyrimas, egzistuoja tam tikros pasikartojančios siužetinės linijos. Šios siužeto linijos tam tikru būdu įrėmina ekologiško vartojimo diskursą. Reiktų paminėti, jog dominuoja sąmoningumu grįsto ekologiško vartojimo siužetinė linija. Akcentuojamas žmogaus sąmoningumas, kaip esminė ekologiško vartotojo savybė.
7. Galima teigti, jog žiniasklaidoje ekologiškas vartojimas ir gyvenimo būdas dažniausiai yra iš dalies ideologizuojami apibrėžiant, kad tai ne vien elementarus vartojimas, o vartojimas, kuris yra prasmingas. Pabrėžiama, jog tai yra savotiškas harmonijos su gamta ir savimi siekis. Taip pat akcentuojama, kad ekologiškas gyvenimo būdas ir ekologiškas vartojimas yra neišvengiamybė, nes tik taip galima pakeisti pasaulį ir sustabdyti aplinkos niokojimą.
8. Per žiniasklaidoje pateikiamą ekologiško vartojimo diskursą siekiama keisti požiūrį ir elgesį. Akcentuojama žmogaus neigiama veikla ir jo pasekmės ne tik gamtai, aplinkai, bet ir

pačiam žmogui, todėl pagrindiniai motyvai, kodėl reikia ekologiškai vartoti ir gyventi yra visapusiška nauda žmogaus sveikatai ir aplinkai.

9. Darbo tyrime taikyta diskurso analizės strategija leido giliau pažvelgti į ganėtinai naujo reiškinių (t. y. ekologiško vartojimo) vaizdavimą žiniasklaidoje ir suvokti, jog žiniasklaidoje ekologiškas vartojimas yra suvokiamas kaip gilesnis ir daug sudėtingesnis procesas.

### **Rekomendacija**

Ekologiškas vartojimas vis labiau tampa visuomenės susidomėjimo objektu, tai lemia įvairios ekologinės problemos, kurias sukelia pats žmogus. Tačiau dažniausiai žmonės būna tik stebėtojai manantys, jog jų individualus vaidmuo yra menkavertis sprendžiant šias problemas. Todėl ekologiškas vartojimas, ekologiškas gyvenimo būdas yra suvokiami kaip ateities kartų klausimai, taip tarsi „nusiplaunant rankas“ nuo bet kokios atsakomybės. Galima teigti, jog dideli pasiekimai prasideda nuo mažų darbų. Todėl labai svarbu, kad visuomenė suvoktų, jog kiekvienas, net ir pats mažiausias, veiksmai gali prisidėti prie pasaulio keitimosi. Visų pirma yra svarbu skatinti visuomenės ekologinį sąmoningumą, svarbu keisti nuomonę ir požiūrį, o tuo pačiu ir elgesį.

Šiuo atveju žiniasklaidos vaidmuo yra lemtingas veikiant ir formuojant visuomenės nuomonę. Ji, formuodama teigiamą požiūrį į ekologišką vartojimą, gali prisidėti prie visuomenės ekologinio sąmoningumo vystymosi. Todėl svarbu, kad žiniasklaidoje pateikiama informacija būtų objektyvi ir aiški, o svarbiausia skatinanti teigiamą elgesį ir požiūrį.



## BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ARLT, D., HOPPE, I., WOLLING, I., Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions. In *International Communication Gazette* January 6, 2011 vol. 73 no. 1-2 45-63 prieiga per internetą: <http://gaz.sagepub.com/content/73/1-2/45.full.pdf+html>
2. ANDERSON, A., *Media, culture and the environment*. London, Bristol, 1997, Pa.: UCL Press. p. 18
3. BECK, U. *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage Publications, 1993. 260 p ISBN 0803983468
4. BECK, U. *Ecological Enlightenment. Essays on the Politics of the Risk Society*. New Jersey: Humanities, 1995. 159 p. Press. ISBN-10: 039103832X
5. BALŽEKIENĖ, A.; TELEŠIENĖ, A.; Ir RINKEVIČIUS, L. Klimato kaita: socialinio rizikos suvokimo ir žiniasklaidos diskurso Lietuvoje konfigūracijos. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 2008, Nr. 2 (22). p.p. 4, 7, Vilnius.
6. BONFADELLI, H., Environmental Sustainability as Challenge for Media and Journalism, , *Environmental Sociology* 2010, Part 4, 257-278, DOI: 10.1007/978-90-481-8730-0\_15
7. BRAND, K. W, Social Practices and Sustainable Consumption: Benefits and Limitations of a New Theoretical Approach. *Environmental Sociology* 2010, Part 3, 217-235, DOI: 10.1007/978-90-481-8730-0\_13
8. BRYANT, J; OLIVER, M. B., *Media Effects: Advances In Theory And Research* ,12 sk. Mass Media, Social Perception, and the Third-Person Effect. p. 252-268.
9. BRYANT, J; OLIVER, M. B., *Media Effects: Advances In Theory And Research*, 2 sk. Growing Up with Television: The Cultivation Processes, 2008, p. 34-49
10. BROOKS, B. S., et al. *News Reporting and Writing*, Seventh Edition. Bedford / Missouri Group, 2003 p. 27
11. BUTTEL, F., Environmental Sociology and the Explanation of Environmental reform. *Organization & Environment* 16(3): 2003, p. 306–44
12. COHEN, M., The Emergent Environmental Policy Discourse on Sustainable Consumption’, in M. Cohen ir J. Murphy *Exploring Sustainable Consumption: Environmental Policy and the Social Sciences*, 2001, pp. 21–37. London: Pergamon.
13. CONNOLLY, J., PROTHERO, A., Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions *Journal of Consumer Culture*, 2008, 118 p. prieiga per internetą: <http://joc.sagepub.com/content/8/1/117>
14. DAVIS, J., The effects of message framing on response to environmental communications. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(2): 285-299., 1995

15. DIJK, T. A. van., Introduction: Discourse Analysis as a New Cross Discipline, in *Handbook of discourse analysis: Disciplines of Discourse. Vol. 1.* Ed. By T. A. van Dijk. London: Academic, 1985a, p. 1–10
16. DIJK, T. A. van., The Interdisciplinary Study of News as Discourse, in K. Jensen and N. Janowski (eds) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research.* London: Routledge, 1991, pp. 108–20
17. DIJK, T. A. van., „Multidisciplinary critical discourse analysis: a plea for diversity, in *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed R. Wodak, M. Meyer. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001 p. 102
18. DUNLAP, E., Lay Perceptions of Global Risk: Public Views of Global Warming in Cross-National Context *Riley International Sociology, December 1998; vol. 13, 4: p. 473-498*
19. DUNLAP, R. E., LIEREI, V., MERTIG, K. D., A. G., Measuring endorsement of the New Ecological Paradigm: A revised NEP scale. In *Journal of Social Issues*, 56, 2000, p 425-442.
20. DUNLAP, R. E., The NEP Scale: From marginality to worldwide use, in *Journal of Environmental Education*, 40(1), 2008, p. 3-18
21. ENTMAN, R. M. 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm., in *Journal of Communication* 43 (4), 1993, p. 51-58.
22. GARDNER, G., STERN, P., *Environmental problems and human behavior.* Boston, MA: Allyn and Bacon., 1996 (2nd ed., (2002). Boston, MA: Pearson Custom Publishing)
23. GRONOW, J.; WARDE, A., *Ordinary consumption.* Routledge, London, 2001.
24. HAAN, DE G. *Umweltbewusstsein und Massenmedien. Perspektiven ökologischer Kommunikation.* Akademie Verlag, Berlin, 1995
25. HAJER, M. A., *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernisation and the Policy Process.* Oxford: Clarendon Press, 1995.
26. INGLEHART, R., *Modernization and postmodernization : cultural, economic and political change in 43 societies / .* Princeton [N.J.] : Princeton University Press, 1997 453 p
27. JURAITĖ, K., *Ekologinė sąmonė ir masinė komunikacija: visuomenės nuomonės apie aplinkosaugą konstravimas žiniasklaidoje, daktaro disertacijos santrauka, Kaunas 2002 m. Vytauto Didžiojo Universitetas.* 47 p
28. JURAITĖ, K., TELEŠIENĖ, K., *Ekologinės rizikos diskursas žiniasklaidoje: tyrimo teorinės bei metodologinės prielaidos, , Filosofija. Sociologija.* 2009. T. 20. Nr. 4, p. 227–236, Lietuvos mokslų akademija, 2009.
29. KATZ, E., BLUMLER, J. G., ir GUREVITCH, M. Utilization of mass communication by the individual. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* Beverly Hills: Sage. 1974, p. 19-32

30. KOTCHEN, M. J.; ir REILING, S. D., Environmental attitudes, motivations and contingent valuation of nonuse values: A case study involving endangered species, in *Ecological Economic.*, 32: 2000, p. 93-107.
31. KRANIAUSKAS, L., *Sociologinio diskurso raida Lietuvoje (1960-2000 m.)* : daktaro disertacijos santrauka : socialiniai mokslai, sociologija (05 S); Vilniaus universitetas. Vilnius : [Vilniaus univ. I-kla], 2001. 34 p.
32. LAZARFELD, P. F; BERELSON, B; ir GAUDET, H. *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign.* Columbia University Press, 1944, p. 151.
33. LIN, C. A., Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption, in *Mass Communication and Society*, 4(1), 2001 p. 19-38
34. LIPPMAN, W., *Public opinion*, (1922), BN Publishing, 2007, 127 p.
35. LEONAVIČIUS, V., Environmental concern as criteria of materialist and post materialist values system, *Humanica* 3(5), 1999.
36. McQUAIL, D. (1994). *Mass Communication Theory. An Introduction.* 3rd ed. London: Sage Publications, 348 p. ISBN 0-8039-7785-9.
37. MATKEVIČIENĖ, R., Pilietinė visuomenė ir žiniasklaida. Politinio žiniasklaidos diskurso apibrėžtys: žiniasklaidos, kaip politinės komunikacijos dėmens, tyrimas. *Informacijos mokslai*, 2008, p. 107-117., prieiga per internetą:  
[http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos\\_mokslai/44/107-117.pdf](http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/44/107-117.pdf)
38. MCCOMB, M. E; ir SHAW, D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media., In *Public Opinion Quarterly*, 1972, Vol. 36 p.176-187
39. MCLUHAN, M. *The Medium is the Message.* Hardwired, San Francisco, 1964, p. 8-9; 26-41.
40. MATHENSON, D. M., *Media Discourses.* Berkshire, , GBR: McGraw-Hill Education, 2005, 224 p.
41. MILLS, S., *Discourse ( The New Critical Idiom)*, II leidimas, Routledge, 2004, 192 p.
42. NEUMANN, N. E. The theory of public opinion: The concept of the Spiral of Silence. In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 14*, 256-287. Newbury Park, CA: Sage. 1991
43. POŠKIENĖ, A., *Diskursas. Teorijos ir praktikos gairės : mokomoji knyga*, Kauno technologijos universitetas. Užsienio kalbų centras. Kaunas : Technologija, 2008, 103 p. ISBN 9789955252849
44. PREISENDORFER, P., LIEBE, U., Rational Choice Theory and the Environment: Variants, Applications, and New Trends by Ulf Liebe, *Environmental Sociology*, Publisher: Springer, 2010, p 141-157
45. REUSSWIG, R., The New Climate Change Discourse: A Challenge for Environmental Sociology, *Environmental Sociology*, 2010, Part 1, p. 39-57, DOI: 10.1007/978-90-481-8730-0\_3

46. RICOEUR, P., *Interpretacijos teorija: Diskursas ir prasmės perteklius*, Vilnius: Baltos lankos, 2000 p. 13
47. ROGERS, E. M. *Diffusion of Innovations* ( ketvirtas leidimas ), New York, Free Press, 1995. <http://nnlm.gov/archive/pnr/eval/rogers.html>
48. SCHEUFELE, D.A., Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Communication abstracts*, 24(1), 2001
49. SIEBENHUNER, B., HEINRICHS, H., Knowledge and Social Learning for Sustainable Development, *Environmental Sociology*, 2010, Part 3, 185-199, DOI: 10.1007/978-90-481-8730-0\_11
50. SMITH, A. N., BORTREE, D. S., Buying Green or Being Green: Environmental Consciousness Frames in Teen Girls' Magazines. Presented at the meeting of the Association for Education in *Journalism and Mass Communication*, Boston, MA. Spring 2009, 26 p.
51. STUKAS, R., et. al., Consumption and assessment of organic food by adult residents of Vilnius (Lithuania) *EKOLOGIJA*. 2010. Vol. 56. No. 1–2. P. 17–25 p.
52. Tarptautinių žodžių žodynas, ketvirtasis leidimas, Alma littera, 2005, p. 173
53. TELEŠIENĖ, A., *Ekologinis diskursas 1989-2005m.* Daktaro disertacija, KTU, Socialinių tyrimų institutas, 2006
54. TELEŠIENĖ, A., Kritiškosios diskurso analizės metodologinių principų taikymas sociologiniuose tyrimuose. *Filosofija.Sociologija*, 2005, nr.2, p.1-6. ISSN 0235-7186
55. TVERSKY, A; ir KAHNEMAN, D. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 1981 Vol. 211(4481) pp.453-458
56. VISWANATH, K.; ir FINNEGAN, J. R., The Knowledge Gap Hypothesis: Twenty-Five Years Later. P. 187-228. In *Communication Yearbook 19*. London, 1996. P. 187-228
57. WARDE, A., Consumption and theories of practice. *J Consum Cult* 5(2), 2005, p. 131–154
58. Серию П. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса, М. «Прогресс», 1999,
59. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М., 2004,
60. <http://www.darnusvartojimas.org/files/2-darnus-vartojimas/22-vartojimo-poveikis-aplinkai.pdf>
61. <http://www.krda.lt/eko/ekomarks/pez>

## **Media influence on discourse of green consumption (summary)**

Green consumption has recently become a relevant topic not only in the foreign countries, but also in Lithuania. The media plays an important role in forming public opinion about green consumption, therefore thesis seeks to find out, how the media constructs and "frames" the green consumption in Lithuania, and how much attention does it pay for this matter.

The objective of this master thesis is the discourse of green consumption in the media. The aim - to examine the discourse of green consumption in the media. Main goals of this thesis: to review the concept and theories of green consumption in the world and in Lithuania, and to explain the main theories of media influence, to discuss the concept of discourse and the opportunities of discourse analysis; to investigate the quantitative and qualitative content analysis and to determine, how green consumption discourse is presented in the media, on the basis of the analysis.

From an analysis of the literature on the topic noted that green consumption is closely linked to eco-consciousness. According to various models of the environmental awareness, it was ascertained, that green consumption one of forms of behavior resulting from environmental awareness.

With reference to various literatures it also turned out that the media plays an important role in environmental awareness by informing the public about environmental issues. In this case, the schedule and "frame" theories were selected as basic theoretical assumptions, on which the study was based.

It was important to clarify the concept of discourse and capabilities of its analysis. It turned out, that the discourse is some kind of medium [environment] where the language and linguistic expressions are no longer only elementary reflections of communication; they become a conductor for cognition and perception to appear and allows to choose the ways of knowledge.

Subject of green consumption in articles of journals was analyzed using quantitative and qualitative analysis methods. It led to the conclusions that there exist certain recurring story lines in articles, which frame by a certain way the discourse of green consumption. It should be noted that there dominates the narrative line based on green consumption. Media focuses on the eco-consciousness through green consumption.

Master's thesis may be relevant for media and communication discipline teachers and students.

## **Priedai**

### **1 Priedas. Tyrime naudotų straipsnių sąrašas**

1. Grynas paprastumas, *Moteris*, p. 116  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 3(697)
2. Skanu gyventi, *Moteris*, p. 12  
Autorius: Nenurodytas, laidimas: 2010 Nr. 4(698)
3. Ribos, *Moteris*, p. 12  
Autorius: Gražina Michnevičiūtė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
4. Turiu tiek, kiek būtina, *Moteris*, p. 15  
Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
5. Įamžinti tai, kas nyksta, *Moteris*, p. 21  
Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
6. Švaros virusas, *Moteris*, p. 30  
Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
7. Misija įmanoma, *Moteris*, p. 34  
Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
8. Azijos eko pionierės, *Moteris*, p. 40  
Autorius: Vita Vilimaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
9. Lūžis, *Moteris*, p. 52  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
10. Nuo minties iki stalo, *Moteris*, p. 56  
Autorius: Kristina Kaminskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
11. Žaliavlgė, *Moteris*, p. 62  
Autorius: Virginija Majorovienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
12. Naujoji religija, *Moteris*, p. 68  
Autorius: Virginijos Rimkuvienė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
13. Nykštukai tarp gigantų, *Moteris*, p. 72  
Autorius: Milda Sabockytė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
14. Lėtoji mada, *Moteris*, p. 78  
Autorius: Justė Kubilinskaitė, leidimas: 2010 Nr. 6(700)
15. E. Jackaitė: nepakeičiamas maistas vasarą – salotos, *Moteris*, p. 15  
Autorius: Asta Lipštaitė, leidimas: 2010 Nr. 7(701)
16. Profesorės pusiausvyros dėsniai, *Moteris*, p. 115  
Autorius: Jolanta Vazbutaitė, leidimas: 2010 Nr. 11(705)

17. Venecija skęsta, o Lietuva šąla, Valstybė, p. 58  
Autorius: Arūnas Spraunius, leidimas: 2010, Nr. 2(34)
18. Vėjas apšvies kelius, Valstybė, p. 63  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 3(35)
19. Urano, naftos ir arkties kainos, Valstybė, p. 64  
Autorius: Arūnas Spraunius, leidimas: 2010, Nr. 4(36)
20. Dušas, Valstybė, p. 79  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 4(36)
21. Elektriniai ratai, Valstybė, p. 86  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 7(39)
22. Lėtai judanti elektromobilių invazija, Valstybė, p. 114  
Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 8(40)
23. Nemokslinė fantastika, Valstybė, p. 122  
Autorius: Jurgis Paplaitis, leidimas: 2010, Nr. 9(41)
24. Ū – ū – ū, kaip baisu! GMO ir badaujanti planeta, Valstybė, p. 86  
Autorius: Karolis Makrickas, leidimas: 2010, Nr. 10(42)
25. Jie galingesni už JAV ir Rusiją, Valstybė, p. 54  
Autorius: Eduardas Eigirdas, leidimas: 2010, Nr. 10(42)
26. Hibridus nutrenkė elektra, Valstybė, p. 88  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 12(44)
27. Verslas – karalius, IT – svarbiausias patarėjas, Valstybė, p. 90  
Autorius: Karolis Makrickas, leidimas: 2010, Nr. 12(44)
28. Iš parduotuvės ar iš turgaus, Tavo vaikas, p. 72  
Autorius: Violeta Agurkytė, leidimas: 2010, Nr. 3
29. Ekologiška vaikystė, Tavo vaikas, p. 38  
Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 9
30. SOS! Pavojingi buteliukai, Tavo vaikas, p. 92  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 10
31. Sauskelnės ar vystyklai, Tavo vaikas, p. 28  
Autorius: Donata Baniūnienė, leidimas: 2010, Nr. 10
32. „Žaliasis“ „Revenge verde“, A-Zet, p. 16  
Autorius: Gediminas Šimbelis, leidimas: 2010, Nr. 1/2(70)
33. Šiuokšlių viršukalnės ir gelmės, A-Zet, p. 58  
Autorius: Živilė Bilotaitė, leidimas: 2010, Nr. 1/2(70)
34. Kopenhagos ratas, A-Zet, p. 80

- Autorius: Kristupas Rolėnas, leidimas: 2010, Nr. 1/2(70)
35. Ekologija prasideda virtuvėje, A-Zet, p. 92  
Autorius: Živilė Bilotaitė, leidimas: 2010, Nr. 3(71)
36. 3 litrai + 3 varikliai =, Porsche 918 Spyder“, A-Zet, p. 16  
Autorius: Gediminas Šimbelis, leidimas: 2010, Nr. 3(71)
37. Kitokie dangoraižiai. Upės valymo planas. Dangoraižis upės pakrantės dalis, A-Zet, p. 22  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 3(71)
38. Kava veža, A-Zet, p. 72  
Autorius: Kristupas Rolėnas, leidimas: 2010, Nr. 3(71)
39. Šių dienų hobitai, A-Zet, p. 20  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 5(73)
40. Alternatyvios energijos pranašai, A-Zet, p. 30  
Autorius: Irena Kamičaitienė, leidimas: 2010, Nr. 5(73)
41. Elektromobilių būdelės, A-Zet, p. 26  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 6(74)
42. Temos, temos, temos, A-Zet, p. 10  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 7(75)
43. Selekcija, o ne genetinė modifikacija, A-Zet, p. 23  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 7(75)
44. Parduokite truputį vėjo, A-Zet, p. 30  
Autorius: Irena Kamičaitienė, leidimas: 2010, Nr. 7(75)
45. Elektrifikacijos žemėlapis, A-Zet, p. 27  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8(76)
46. Galime, kai norime, A-Zet, p. 22  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 10(77)
47. Per daug gerai žinau ,kad valgyčiau, A-Zet, p. 96  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 10(77)
48. Nuo naftos dar nepabėgsime, A-Zet, p. 30  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 12(79)
49. Kaip atšaldyti Žemę, A-Zet, p. 38  
Autorius: Valdas Lėgaudas, leidimas: 2010, Nr. 12(79)
50. Taupykime ir nekenkime aplinkai, Mano namai, p. 51  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 1(186)
51. Švaru ir be piktųjų chemikalų, Mano namai, p. 70  
Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 2(187)



52. Redakcijos skiltis, Mano namai, p. 8  
Autorius: Dalia Daugirdienė, leidimas: 2010, Nr. 3(188)
53. Atliekų rūšiavimas, Mano namai, p. 83  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 3(188)
54. Eko stilingai, Mano namai, p. 76  
Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 4(189)
55. Natūralus pluoštas: nauda gamtai ir sveikatai, Mano namai, p. 62  
Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 5(190)
56. Seni daiktai atgyja sodybos kieme, Mano namai, p. 15  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 6(191)
57. Ekologiški baldai: patvarūs, bet... greit suyrantys, Mano namai, p. 32  
Autorius: Gražina Jurgilevič, leidimas: 2010, Nr. 9(194)
58. Savitumo išraiška ekologiniu principu, Mano namai, p. 36  
Autorius: Karolina Ginotytė, leidimas: 2010, Nr. 9(194)
59. Kas drumsčia patogios buities idilę?, Mano namai, p. 86  
Autorius: Danguolė Kiškienė, leidimas: 2010, Nr. 11(196)
60. Ekologija savanaudiškai: kaip išlikti sveikam?, Sveikas žmogus, p. 56  
Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 7/8
61. Ekologiškas maistas – lengviausias kelias į sveiką gyvenimą, Sveikas žmogus, p. 58  
Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 9
62. Ekologiškas ir ekonomiškasis keliavimas: taupykite sveikatą ir pinigus, Sveikas žmogus, p. 68  
Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 11
63. Ekologiški drabužiai: ne tik madinga, bet ir sveika, Sveikas žmogus, p. 68  
Autorius: Milda Urbonaitė, leidimas: 2010, Nr. 12
64. Redaktorės žodis, Sveikatos ABC, p. 4  
Autorius: Rima Balanaškieienė, leidimas: 2010, Nr. 8
65. Skanu, bet ar sveika?, Sveikatos ABC, p. 12  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8
66. Gyvenu kitaip, Sveikatos ABC, p.21  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8
67. Maisto priedai: ar visi „E“ kenksmingi, Sveikatos ABC, p. 38  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8
68. Puodelis arbatos su Janina, Sveikatos ABC, p. 40  
Autorius: Nenurodytas, leidimas: 2010, Nr. 8