

Vilniaus universiteto  
Komunikacijos fakulteto  
Informacijos ir komunikacijos katedra

Vaida Urbanavičiūtė,  
Komunikacijos ir informacijos mokslų magistro studijų programos studentė

**MOTERIŠKUMO IR VYRIŠKUMO RAIŠKA LIETUVIŠKUOSE  
TINKLARAŠČIUOSE**

Magistro darbas

Vadovė: dr. Lijana Stundžė

Vilnius, 2011

|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius</i>                                                                                                                                                                                         |                                                                                               |
| Vaida Urbanavičiūtė<br>(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)                                                                                                                                                                       |                                                                                               |
| Moteriškumo ir vyriškumo raiška lietuviškuose tinklaraščiuose<br>(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)                                                                                                                            |                                                                                               |
| Expression of femininity and masculinity in the lithuanian blogs<br>(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)                                                                                                                            |                                                                                               |
| <b>Patvirtinu, kad bakalauro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</b> |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)                                                                                                                                                          |                                                                                               |
| <b>Sutinku, kad bakalauro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</b>                                                                                             |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)                                                                                                                                                          |                                                                                               |
| <i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>                                                                                                                                                                                          |                                                                                               |
| <b>Magistro baigiamąjį darbą ginti</b> _____<br><div style="text-align: right;">(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)</div>                                                                                                                           |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (data)                                                                                                                                                                                                 | <div style="text-align: right;">_____</div> (magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)        |
| <i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>                                                                                                                                                                |                                                                                               |
| <b>Magistro baigiamasis darbas įregistruotas</b>                                                                                                                                                                                                   |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)                                                                                                                                      |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (data)                                                                                                                                                                                                 | <div style="text-align: right;">_____</div> (instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas) |
| <i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>                                                                                                                                                                           |                                                                                               |
| <b>Recenzentu skiriu</b> _____<br><div style="text-align: right;">(recenzento vardas, pavardė)</div>                                                                                                                                               |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (data)                                                                                                                                                                                                 | <div style="text-align: right;">_____</div> (instituto/ katedros vadovo parašas)              |
| <i>Pildo recenzentas</i>                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                               |
| <b>Darbą recenzuoti gavau.</b> _____                                                                                                                                                                                                               |                                                                                               |
| <div style="text-align: right;">_____</div> (data)                                                                                                                                                                                                 | <div style="text-align: right;">_____</div> (recenzento parašas)                              |

## REFERATO LAPAS

**Urbanavičiūtė, Vaida**

Ur165 Moteriškumo ir vyriškumo raiška lietuviškuose tinklaraščiuose : magistro darbas / Urbanavičiūtė, Vaida ; mokslinė vadovė dr. Lijana Stundžė ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2011. – 73, [2] lap. : lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: lap. 63–66 (54 pavad.).

UDK indeksas 316.6

**Reikšminiai žodžiai:** tinklaraštis, internetinis dienoraštis, lytis, vyras, moteris, raiška, komunikacija, stereotipai, įvaizdis.

Magistro *darbo objektas* - lietuviški tinklaraščiai. *Darbo tikslas* - remiantis visuomenėje egzistuojančiais stereotipais, ištirti vyrų ir moterų įvaizdžius lietuviškuose tinklaraščiuose. Darbo uždaviniai: išnagrinėti tinklaraščių sampratą, svarbą socialiniame kontekste ir nustatyti jų klasifikavimus; išanalizuoti socializacijos įtaką stereotipų formavimuisi ir nustatyti visuomenėje egzistuojančius vyrų ir moterų įvaizdžius; nustatyti vyrų ir moterų stereotipus, egzistuojančius nelietuviškuose tinklaraščiuose; atlikti vyrų ir moterų įvaizdžių lietuviškuose tinklaraščiuose tyrimą;

Išanalizavus mokslinę literatūrą, taikant dedukcijos, analogijos ir palyginimo metodus išnagrinėta tinklaraščių samprata. Asmeninį dienoraštį, kuris yra kompleksiskai prižiūrimas, dažnai pildomas naujais autoriui aktualiais įrašais ir yra prieinamas visiems suinterasuotiems interneto vartotojams, nepriklausomai nuo jų lyties ar kitų savybių, laikytas reikšminga komunikacijos priemone dėl galimybės atsiriboti nuo oficialaus statuso realybėje, pamiršti tradicinėje visuomenėje turimas pareigas ir įvaizdžius. Darbe taip pat išskirta skirtingų lyčių raiškai nagrinėti tinkama tinklaraščių tipologija. Naudojant dedukcijos, indukcijos ir palyginimo metodus aptarta socializacijos įtaka socialinės lyties formavimuisi, išskirti dažniausiai visuomenėje egzistuojantys vyrų ir moterų stereotipai. Darbe nustatyta, jog visuomenėje vis dar vyrauja požiūris, jog moters veikla yra susijusi su privačiu gyvenimu – namais, ji turi rūpintis vaikais, tuo pat metu būti seksualiai ir susitvarkiusi, tuo tarpu vyrui priskiriama namų išlaikymo funkcija, ištvermingumas, agresyvumas ir fizinė ištvermė. Pasitelkiant ekstrapoliacijos ir palyginimo metodus visuomenėje egzistuojantys stereotipai užsienio tyrimų pagrindu pritaikyti ne lietuviškiems tinklaraščiams. Gauta išvada, jog moterys tinklaraščiuose dažniau rašo apie šeimą, namus ir santykius. Jų komunikacija daugiau palaikomoji, su silpnesne įtaiga, nukreipta į bendravimą per komentavimą; kalboje daugiau

atsiprašymų, dėkojimų, klausimų. Vyrų komunikacija esti griežtesnė, turinti stipresnius argumentus, įtaigesnė, labiau motyvuojanti ir labiau sarkastiška. Jie rašo apie politiką, technologijas, pinigus. Pasitelkiant anketavimo ir palyginimo metodus, atliktas originalus tyrimas, atskleidžiantis vyrų ir moterų stereotipų gyvumą, aktualias temines sritis bei komunikacijos būdus lietuviškuose tinklaraščiuose. Gauta išvada, jog tradiciniai lyčių stereotipiniai įvaizdžiai lemia šių įvaizdžių egzistavimą palyginti dar naujoje komunikacijos priemonėje. Tinklaraščiuose egzistuoja moterims priskiriamos tokios temos kaip: šeima, vaikai, sveikata; vyrams: politika, sportas, technologijos, nors iš tiesų abi lytys domisi su jų lytimi nesusijusiomis neutraliomis temomis: kultūra, pramogos, žiniasklaida, einamieji pasaulio įvykiai. Pastebėta labai stipri moterų orientacija į emocijas, psichologinės būsenos akcentavimą, minties reiškimą klausimų forma. Moterims išskirtinai būdingas jautrumas ir rūpestingumas, kas nebūdinga vyrams. Vyrai savo komunikacijoje pasitelkia kategoriškumą, sarkastiškumą, įtaigumą. Nors tam tikros šių įvaizdžių atmainos dar gana silpnos, tačiau esama nemažai užuomazgų, kurių pagrindu stereotipizacijos procesas įgauna didelį pagreitį.

Remiantis darbo rezultatais, siūloma plėtoti moteriškumo ir vyriškumo raiškos tyrimus lietuviškuose tinklaraščiuose apimant pačių tinklaraščių analizę, kuri leistų įvertinti konkrečias vyrams ir moterims būdingas tinklaraščių sudedamąsias dalis, vizualiką, rašto komunikacijos skirtingumą ir temų problematiką.

Šis mokslinis darbas gali būti naudingas fiziniams asmenims, verslo bei kitoms įmonėms, kuriančioms, administruojančioms savo tinklaraščius bei siekiančioms padidinti skaitomumą taip pat internetine rinkodara užsiimantiems individams. Darbas turi teorinę ir praktinę reikšmę socialinius ir humanitarinius mokslus studijuojantiems studentams, tyrinėtojams bei visiems besidomintiems lyčių studijomis bei virtualiomis komunikacijos priemonėmis.

## TURINYS

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ĮVADAS.....                                                                                       | 6  |
| 1. TINKLARAŠČIO IR LYČIŲ KOMUNIKACIJOS SĄVEIKA .....                                              | 10 |
| 1.1. Tinklaraščio pozicionavimas ir istorinė raida .....                                          | 10 |
| 1.2. Lyčių vaidmenys socializacijos kontekste.....                                                | 16 |
| 1.3. Moterų ir vyrų rašomi tinklaraščiai: visuomenės stereotipų paneigimas ar patvirtinimas ..... | 22 |
| 2. VYRIŠKUMO IR MOTERIŠKUMO RAIŠKA LIETUVIŠKUOSE TINKLARAŠČIUOSE.                                 |    |
| TYRIMAS .....                                                                                     | 27 |
| 2.1 Tyrimo metodologija ir pagrindas.....                                                         | 28 |
| 2.2 Tyrimo rezultatai.....                                                                        | 29 |
| 2.2.1. Socialinė demografinė apklaustųjų charakteristika .....                                    | 29 |
| 2.2.2 Tinklaraščių rašymo ir skaitymo dažnumo tendencijos.....                                    | 32 |
| 2.2.3. Teminis lyčių raiškos aspektas .....                                                       | 41 |
| 2.2.4. Vyriškumo ir moteriškumo raiška komunikacijos stiliaus aspektu .....                       | 47 |
| IŠVADOS.....                                                                                      | 58 |
| Pasiūlymai: .....                                                                                 | 61 |
| Expression of femininity and masculinity in the Lithuanian blogs (Summary).....                   | 62 |
| BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....                                                               | 63 |
| PRIEDAI .....                                                                                     | 67 |
| 1 Priedas. Respondentų pasiskirstymo pagal įdomias tematikas vidurkiai pagal lytį.....            | 67 |
| 2 Priedas. Vyriškumo ir moteriškumo tyrimo lietuviškuose tinklaraščiuose anketos pavyzdys ...     | 68 |

## IVADAS

Pastaraisiais metais labai išpopuliarėjęs tinklaraščių rašymas kelia ne tik naujus klausimus apie šios komunikacijos priemonės poveikį visuomenei ar atskiriems jos nariams, tačiau neišvengiamai verčia ieškoti priežastinių ryšių, leidusių tinklaraščiams tapti tuo, kuo jie yra dabar.

Tinklaraščių eros pradžią galima sieti dar su rašto atsiradimu, suteikusiu galimybę fiksuoti ir saugoti informaciją. Spauda palengvino plačią rašto sklaidą. Telegrafas užtikrino spartesnę informacijos perdavimą. Fotografija vaizdu papildė rašto informaciją. Kinematografas leido išsipildyti žmonijos svajonei išsaugant dinamišką pasaulio vaizdą. Su radiju ir televizija masinėje komunikacijoje įsigalėjo šnekamoji kalba. Atsiradusi skaitmenizacija iš pradžių atrodė padėsianti sukurti tobulesnę duomenų laikmeną, tačiau ilgainiui paaiškėjo, jog tai daugiau revoliucinis nei evoliucinis reiškinys. Iš esmės raštą pakeitė internetas [35].

XX a. pabaigoje atsirado nauja kalbos vartojimo sritis – pasaulinis elektroninis tinklas, arba internetas, sudaręs prielaidas tinklaraščių raidos pradžiai. Tinklaraščiai yra naujesnis tarpasmeninės komunikacijos įrankis, savyje integruojantis šiuolaikines technologijas ir šimtmečius puoselėtą įprastą dienoraščių rašymo įprotį [35]. Tinklaraščiai, būdami dar gana nauja komunikacijos priemonė reikalauja atskirų tyrimų. Ypatingai tyrimų stinga lyčių aspektu, nes viena iš mūsų komunikacijos stiliaus dedamųjų yra būtent lytis. Ši komunikacija padeda identifikuoti kultūrinės normas, kurios gali varžyti ir sukurti šališkumą tarp priešingų lyčių [47]. Moterys ir vyrai prisitaiko prie technologinių pokyčių, naujų gyvenimo tendencijų, todėl įdomu, kaip keičiasi moteriškumo ir vyriškumo įvaizdžiai tinklaraščiuose.

Lytis yra vienas svarbiausių žmogaus skiriamųjų bruožų, jo tapatumo ir patyrimo pagrindas. Vyro ir moters skirtumai – sudėtingas reiškinys, apimantis ne vien anatomines, fiziologines, bet ir asmenybės, elgesio skirtynes. Fiziologiškai nulemtus vyrų ir moterų skirtumus identifikuoti paprasta, tačiau kur kas sudėtingiau išvelgti socialinius moterų ir vyrų skirtumus. Buvimas moterimi ir vyru „talpina“ individus į tam tikros socialinės grupės rėmus, kuriuos jie prisiima ir naudoja kaip jų lyčiai tinkamus. Berniukui nuo pat ankstyvos vaikystės yra kartojama: kad jis turi būti stiprus, ambicingas, sėkmingas, racionalus, kontroliuoti emocijas. Nes taip daro visi vyrai, „tikri vyrai neverkia“, „tikri vyrai sėkmingi ir galingi“. Mergaitės taip pat anksti supranta, kad ji turi būti fiziškai patraukli, ji gali labiau reikšti savo emocijas, būti gerai išauklėta, privalo domėtis kitais žmonėmis ir santykiais. Ji turi būti tvarkinga, atsargi [52].

Individų tapatinimasis su tam tikros grupės lytimi neišvengiamai formuoja sudėtingas nuostatas, kurias sudaro tam tikrų reiškinių schematizuotas supratimas, vaizdiniai, emociniai vertinimai, kitaip tariant šios nuostatos vadinamos stereotipais [40]. Per stereotipus galima stebėti

skirtingų lyčių įvaizdžius ir raišką. Kitaip tariant, socializacijos procese susiformavusius stereotipus galima pasitelkti kaip lyginamąją priemonę tiriant, ar skirtingos lytys priima, ar atmeta visuomenėje susiformavusius stereotipus tinklaraščiuose. Tai palengvina tam tikrų moterų ir vyrų bendravimo modelių identifikavimą. Čia susiduriama su problema, jog vyrai ir moterys naudodami skirtingus komunikacijos ir elgesio modelius, nesuprasdami šių modelių skirtumo, gali sukurti tam tikrus barjerus ir nesusipratimus tarp lyčių, o neteisingai suprasta komunikacija tampa nebeefektyvi [47]. Šiuo atveju moteriškumo ir vyriškumo raiškos identifikavimas per skirtingų lyčių stereotipus padės suprasti, kaip tinklaraščiuose komunikuoja vyrai ir moterys, kokie yra jų interesai. Ši problematika pagrindžia darbo aktualumą.

Nagrinėjant šią temą susidurta su nemažiau svarbia informacijos trūkumo problema. Pirmieji lyčių komunikacijos tyrimai tinklaraščiuose buvo atlikti JAV bei kitose pasaulio šalyse tik XXI a. pirmame deš. Jais domėjosi J. Schler, M. Koppel, S. Argamon, J. Pennebaker, T. Wood ir kt. Iki tol tinklaraščiai ir skirtingų lyčių komunikacija buvo tiriami kaip du gana skirtingi reiškiniai, neturintys sąsajų. Tinklaraščių tyrimams didelį įnašą davė S.C. Herring, L.A. Scheidt, E. Wright, S. Bonus, S. Krishnamurthy išskirtos tinklaraščių rūšys. Lytis ir jų tarpusavio sąveiką nagrinėjo T. Myers, A.L. Zimmerman, M. Collins, M. Milner. Lietuvos mokslininkai sąsajos tarp tinklaraščių ir skirtingų lyčių nėra nagrinėję. Taigi šis darbas pirmasis, kuris integruoja šias dvi temas ir tiria vyriškumo ir moteriškumo raišką lietuviškuose tinklaraščiuose.

### **Darbo objektas, tikslas, uždaviniai**

Darbo objektas - lietuviški tinklaraščiai.

Darbo tikslas – remiantis visuomenėje egzistuojančiais stereotipais, ištirti vyrų ir moterų įvaizdžius lietuviškuose tinklaraščiuose.

Tikslui pasiekti keliama šie uždaviniai:

1. išnagrinėti tinklaraščių sampratą, svarbą socialiniame kontekste ir nustatyti jų klasifikavimus;
2. išanalizuoti socializacijos įtaką stereotipų formavimuisi ir nustatyti visuomenėje egzistuojančius vyrų ir moterų įvaizdžius;
3. nustatyti vyrų ir moterų stereotipus, egzistuojančius nelietuviškuose tinklaraščiuose;
4. atlikti vyrų ir moterų įvaizdžių lietuviškuose tinklaraščiuose tyrimą;

### **Darbo hipotezė**

Dėl šiuolaikinės visuomenės virtualėjimo tradiciniai lyčių stereotipai stiprėja lietuviškuose tinklaraščiuose, todėl skirtumai tarp tradicinėje visuomenėje esančios ir virtualios lyčių komunikacijos nyksta.

## **Darbo tyrimo metodai**

Magistro darbas yra mišraus pobūdžio. Rengiant teorinę darbo dalį naudoti mokslinės literatūros analizės tyrimo metodai: *dedukcija, indukcija, analogija, ekstrapoliacija, palyginimas*. Tyrime naudoti kiekybiniai empiriniai tyrimo metodai: *anketavimas*. Pasitelkiant dedukcijos, analogijos ir palyginimo metodus nagrinėta tinklaraščių samprata, išskirta skirtingų lyčių raiškai nagrinėti tinkama tinklaraščių tipologija. Naudojant dedukcijos, indukcijos ir palyginimo metodus aptarta socializacijos įtaka socialinės lyties formavimuisi, išskirti dažniausiai visuomenėje egzistuojantys vyrų ir moterų stereotipai. Pasitelkiant ekstrapoliacijos ir palyginimo metodais visuomenėje egzistuojantys stereotipai užsienio tyrimų pagrindu pritaikyti ne lietuviškiems tinklaraščiams. Pasitelkiant anketavimo ir palyginimo metodus, atliktas originalus tyrimas, atskleidžiantis vyrų ir moterų stereotipų gyvumą, aktualias temines sritis bei komunikacijos būdus tarp vyrų ir moterų lietuviškuose tinklaraščiuose.

Darbo šaltinis: viešai prieinamos knygos, tyrimai, publikacijos bei elektroniniai šaltiniai anglų, rusų bei lietuvių kalbomis.

**Darbo struktūra.** Darbą sudaro įvadas, trys dalys, originalus tyrimas ir išvados. Pirmoje darbo dalyje teoriniu lygmeniu analizuojamas tinklaraščio sampratos neapibrėžtumas. Aiškinamasi tinklaraščių, kaip efektyvios ir įtakingos komunikacijos priemonės spartaus išpopuliarėjimo priežastys, jų istorinė raida taip pat išskiriamos tinklaraščius leidžiančios identifikuoti jų sudedamosios dalys. Šioje dalyje analizuojamos egzistuojančios tinklaraščių klasifikacijos. Jų pagrindu išskiriami labiausiai vyrų ir moterų raiškos tyrinėjimui tinkami klasifikacijų aspektai. Antroje darbo dalyje teoriniu lygmeniu analizuojama socialinės ir biologinės lyties sąvokų integravimo į vieną terminą „lytis“ problema. Aptariama socialinės lyties formavimosi reikšmė socializacijos kontekste bei neišvengiamai besiformuojantys moterų bei vyrų stereotipiniai įvaizdžiai visuomenėje. Išskiriami vyrams ir moterims būdingiausi stereotipiniai įvaizdžiai ir jų istorinis kontekstas. Trečia darbo dalis integruoja tinklaraščių bei lyčių studijas ir pateikia bendrą situaciją apie vyrų ir moterų nelietuviškų tinklaraščių komunikacinius stilius, rašymo ypatybes, aktualias temas, rašymo populiarumą ir tai lemiančias priežastis. Darbo praktinę dalį sudaro tyrimas, kuriame trečiosios dalies pagrindu analizuojama vyrų ir moterų raišką lietuviškuose tinklaraščiuose.

Darbą papildoma tyrimo dalyse bei prieduose pateikta rezultatų statistinė išraiška lentelių bei diagramų forma.

**Darbo teorinė ir praktinė reikšmė.** Šiame amžiuje vykstantis spartus visuomenės virtualėjimas perkelia į šią erdvę vis daugiau žmonių veiklos sferų, verslų. Tai lemia vis didėjančias individų komunikacijos srautus internete. Tinklaraščiai, būdama griežtai neregamentuota originali saviraiškos priemonė, kas dieną įtraukia milijonus naujų narių: vyrų ir moterų, kurie bendrauja,

besiremdami iš savo socialinės aplinkos bei internetinėje erdvėje suformuotais bendravimo modeliais, stereotipais. Šis darbas identifikuoja vyrų ir moterų bendravimo ypatumus, kurie leidžia sumažinti vyrų ir moterų nesusikalbėjimą, bendravimo barjerus. Darbas turi praktinę reikšmę užtikrinant sklandesnę komunikaciją, priešingos lyties bendravimo motyvų supratimą.

Magistro darbas gali būti naudingas fiziniams asmenims, verslo bei kitoms įmonėms, kuriančioms, administruojančioms savo tinklaraščius bei siekiančioms padidinti skaitomumą taip pat internetine rinkodara besidomintiems individams. Darbas turi teorinę ir praktinę reikšmę socialinius ir humanitarinius mokslus studijuojantiems studentams, tyrinėtojams bei visiems besidomintiems lyčių studijomis bei virtualiomis komunikacijos priemonėmis.

# 1. TINKLARAŠČIO IR LYČIŲ KOMUNIKACIJOS SĄVEIKA

## 1.1. Tinklaraščio pozicionavimas ir istorinė raida

Tinklaraščių atsiradimas ir suklestėjimas pakeitė individų komunikaciją įvairiose srityse. Jie prilyginami šių dienų interneto technologijoms, ne tik leidžiančioms, bet ir skatinančioms individų nuomonės saviraišką, gebėjimą vertinti kitus bei įsivertinti patiems. O tai yra pagrindiniai kriterijai, be kurių asmenybės tobulėjimas yra sunkiai įsivaizduojamas [18]. Tinklaraščių įtaka šiandieninėje komunikacijoje nuginčyti sunku, tačiau norint suvokti jų svarbą, privalu suvokti ne tik istorinį kontekstą, tačiau ir tai, ką savyje talpina terminas „tinklaraštis“.

Tinklaraščiai skirtingų autorių apibūdinami kaip *viešoji erdvė* [22], *trečioji vieta* [3], „*praktikos bendruomenė*“ [45]. Reikia pažymėti, kad nors šios sąvokos vartojamos įvairiuose kontekstuose ir disciplinose, tačiau jos apibūdina komunikaciją neutralioje erdvėje. Ši erdvė yra neoficiali, atskirta nuo privataus gyvenimo, oficialaus statuso bei hierarchijos darbe. Kitaip tariant komunikacija tinklaraščiuose nevaržo, leidžia laisvai reikšti požiūrį, įsitikinimus. Todėl tinklaraščiai tapo piliečių viešosios nuomonės reiškimo, savęs realizacijos, organizacinės komunikacijos, mokslinės komunikacijos priemone [25].

Žodžiai *tinklaraštis*, *tinklaraštininkas* daugeliui yra neįprastas ir dar neatrastas dalykas. Reikia pastebėti, jog visuomenėje griežtai apibrėžtos tinklaraščių sampratos nėra. Įvairūs moksliniai šaltiniai pateikia atskiras jų variacijas. Pastaruoju metu šis terminas vartojamas sinonimiškai su žodžiu „*blogas*“ (anglų k. trumpinys iš *web log* arba *web logging*) - interneto dienoraštis arba automatiškai formatuojami naujienų puslapiai [42]. Dėl savo trumpumo daugiausia, vartojamas skolinys *blogas* (įvairūs jo rašybos variantai: *blog'as*, *BLOGas*). Rečiau – *dienoraštis*, *elektroninis* ar *internetinis dienoraštis*, labai retai – *kaupas* ir bene dažniausiai iš visų lietuviškų variantų, pretenduojantis tapti oficialiuoju bendrinės kalbos žodžiu – *tinklaraštis* [28]. Šiame darbe terminas *tinklaraštis* vartojamas sinonimiškai su terminu *internetinis dienoraštis*.

Tinklaraščiais apibūdinama reguliariai vieno ar kelių autorių atnaujinama ir valdoma interneto svetainė (arba tinklaraščių bendruomenės, įkurtos vienoje interneto svetainėje, dalis), kurioje chronologiškai skelbiama informacija viena ar keliomis temomis, aktyviai diskutuojama su skaitytojais, kitais tinklaraščiais, integruojamos įvairios socialinių tinklų, vartotojų kuriamos turinio galimybės [27]. A. K. Lui ir kt. tinklaraščius apibrėžia, kaip lengvai visuomenei prieinamus ir reguliariai atnaujinamus tinklinius žurnalus, kuriuose tekstas ir vaizdiniai elementai pateikiami tam tikra chronologine tvarka [24]. Lietuvių kalbos leksikos aiškinamasis žodynas tinklaraščiais laiko interneto svetainėje publikuojamų straipsnių (ispūdžių, naujienų, įvykių, pamąstymų ir kt.) rinkinių

[8]. T. Kelleher, and B. M. Miller pabrėžia, kad komunikacija, užtikrinanti grįžtamąjį ryšį su nukreipiančiomis nuorodomis - vienas skiriamųjų tinklaraščių bruožų [22]. Interneto dienoraščiams būdingas asinchroniškumas ir asimetriškumas [44]. Skirtingai nuo kitų technologijų, tinklaraštyje negalima realaus laiko režimu vykstanti komunikacija. Tačiau paskelbtą pranešimą gali skaityti visa tinklaraščio auditorija, reaguodama į pranešimą įvairiais būdais (skelbdama komentarus, teikdama nuorodas į pranešimą savo įrašuose ir kt.). Vartotojų komunikuojant sukurtas turinys fiksuojamas tinklaraštyje, todėl tai vertingas tyrimo šaltinis.

Tipinis tinklaraštis paprastai sudarytas iš teksto, paveikslo (vieno ar kelių) ir nuorodų į kitus tinklaraščius, puslapius ar kitokią su tinklaraštyje nagrinėjama tema susijusią informaciją. Standartinio tinklaraščio įrašas sudarytas iš pavadinimo (tinklaraščio ir įrašo), įrašo turinio, nuorodos (gali būti viso straipsnio, arba kito interneto puslapio, tinklaraščio), įrašo data (metai, mėnuo, diena ir tikslus laikas, kada įrašas įkeltas į tinklaraštį). Didžioji dalis tinklaraščių turi ir pagrindines tinklaraščio įrašo dalis, kurios papildo įrašą. Tai - komentarai, kuriuos gali palikti visi arba dalis įrašo skaitytojų [42].

Atkreiptinas dėmesys, jog negalima apibrėžti tinklaraščių vien pagal šias charakteristikas. Dideles diskusijas mokslininkai, nagrinėjantys internetinius dienoraščius kelia todėl, jog skirtingi tinklaraščiai turi labai skirtingus rašymo tikslus, stiliškumą [7]. Tinklaraščių turinio neriboja jokios taisyklės. Temos ir jų išvystymas priklauso nuo autoriaus, kuris gali tinklaraštyje išsakyti savo mintis, aprašyti įvykius, atskleisti savo pažiūros, idėjas. Šiame darbe itin didelis dėmesys skiriamas būtent tinklaraščių tematikai, nes vyrams ir moterims aktualios temos internetiniuose dienoraščiuose – tiesioginis pačių tinklaraščių atspindys.

Galimybė autoriui pasirinkti tam tikrą aktualią temą ir ją pasidalinti su panašius interesus turinčiais individualais buvo pirminė tinklaraščių funkcija. Dėl pirmųjų tinklaraščių atsiradimo iki galo nesutariama, bet dažniausiai minimi 1994-ieji, kai studentas Justinas Hallas ir rašytojas Jerry Pournellas pradėjo skelbti savo užrašus internete apie įdomias jų aptiktas žiniatinklio svetaines, technikos naujoves, knygas, filmus ir visa kita, kas juos domino, kitaip tariant, rašyti savotišką dienoraštį. Ilgainiui šis naujienų pateikimo ir bendravimo būdas labai išpopuliarėjo ir net ėmė konkuruoti su profesionaliąja žiniasklaida. Nuo tradicinių dienoraščių popierinėje užrašų knygelėje juos skyrė tai, kad užrašus internete visi galėjo skaityti viešai, o iš jų vedančios nuorodos leisdavo tuoj pat aplankyti aprašytą svetainę ar kritikuojamą kolegos straipsnį [35]. Vėliau tokius dienoraščius pradėjo rašyti ir kitų sričių specialistai, paprasti interneto vartotojai. Šiuo metu tiksliausia internetinį dienoraštį būtų vadinti dienoraščio ir interneto žinyno hibridu. 1999-aisiais metais ėmė rasti ir specialių vietų internete, pritaikytų rašyti tinklaraščius (*LiveJournal*,  *Blogger*). Jie ypač išpopuliarėjo po 2001 metų rugsėjo 11-osios įvykių JAV, kitų teroristinių išpuolių, prasidėjus karui Irake. Savo patirtį juose tuomet aprašė daug žmonių [13].

Lietuvą tinklaraščiai pasiekė kiek vėliau. Apie 2000-uosius metus ėmė rasti pirmieji lietuviški internetiniai dienoraščiai, o dabar jau galima kalbėti apie susikūrusias ištisas lietuviškai rašančių tinklaraštininkų bendruomenes. Esama nuomones, kad tinklaraščiai yra tarpinė forma tarp interneto terpėje funkcionuojančių HTML kalba (angl. *HyperText Markup Language*) parašytų dokumentų ir elektroniniu tekstu besiremiančio internetinio bendravimo. Tinklaraščiai ima vis labiau pakeisti techniškai sunkiau kuriamas asmenines interneto svetaines [39]. Viena pagrindinių tinklaraščių populiarumo priežasčių – jų paprastumas ir laisvė.

Tinklaraščių populiarumą pagrindžia ir statistiniai duomenys. 2004 m. interneto dienoraščių stebėseną atliekančio tinklalapio [www.technorati.com](http://www.technorati.com) duomenimis pasaulyje buvo apie 6 milijonai aktyvių tinklaraščių [12]. Paskutiniaisiais šio tinklalapio duomenimis, 2008 metais indeksuota net 133 milijonai tinklaraščių visame pasaulyje ir jų skaičius sparčiai didėja [46].

Lietuvoje priskaičiuota apie 30 000 asmeninių tinklaraščių, o tai yra nedaug palyginti su visame pasaulyje esamais (tiek jų 2007 metų lapkritį užfiksavo interneto dienoraščių stebėseną atliekantis tinklapis [www.technorati.com](http://www.technorati.com)) [46]. Didžiausiame Lietuvos interneto dienoraščių portale *BLOGas.lt* 2007 m. buvo per 24 tūkst. internetinių dienoraščių [17]. Apie 2004 metus, kai JAV bendrovės „Merriam-Webster“ žodyną leidėjai žodį *blog* („tinklaraštis“) paskelbė metų žodžiu, lietuviškų tinklaraščių ėmė sparčiai daugėti, o 2006–2007 m. kilo jų kūrimo lietuvių kalba bumas. Antai 2007 m. pradėję rašyti tinklaraščius vienoje interneto svetainėje septyni autoriai maždaug po metų pateikia tokią statistiką: svetainėje yra: įrašų – 4123, komentarų – 18370, iš viso žodžių – 812101. Taigi jau dvylika knygų po 300 puslapių. Rašome tryliką tomą [28].

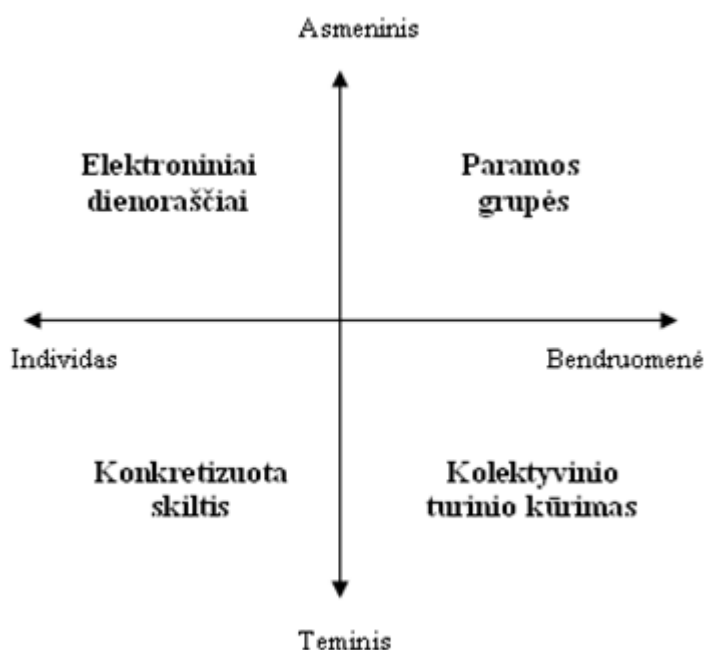
Taigi akivaizdu, jog tinklaraščiai itin skverbiasi į kasdienį mūsų gyvenimą, tačiau vis dar aiški tendencija, jog Lietuva šioje srityje atsilieka nuo pasaulio. Tai galima sieti su tuo, jog patys tinklaraščiai Lietuvoje išpopuliarėjo gerokai vėliau nei pasaulyje. Internetiniai dienoraščiai kaip visos kitos Vakaruose populiarios naujovės, tikrai ateis į Lietuvą, tačiau šiek tiek pavėluotai. Galima svarstyti, jog užsienyje interneto dienoraščiai yra kur kas populiariesni nei Lietuvoje dar ir dėl to, jog Lietuvoje pasitikėjimas tradicine žiniasklaida yra gana didelis, todėl ji ne taip intensyviai ieško naujų informacijos pateikimo būdų – kam rašyti nemokamą interneto dienoraštį, jeigu tą patį galima išspausdinti standartiniame laikraščio numeryje. Antra, interneto dienoraščiams reikia skirti daug dėmesio, darbo.

Viena iš pagrindinių tinklaraščių populiarumą pagrindžiančių priežasčių – naudojimosi paprastumas, operatyvumas, orientacija į vartotoją, bendraautorystė, aktyvus vartotojo dalyvavimas kuriant naują informaciją [30]. Svarbus tinklaraščiuose esančios informacijos autentiškumas ir gilumas. Tinklaraščiuose paprastai ir suprantamai pateikiama subjektyvi konkretaus autoriaus nuomonė. Tačiau tinklaraščio autorius, nusprendęs parašyti apie konkretų įvykį, dažniausiai pateiks ne tik subjektyvų asmeninį komentarą, bet ir išplės bazinę informaciją priešistore, analogijomis.

Juos neatsižvelgiant į lytį gali kurti kiekvienas vartotojas. Helen S. Du ir Wagner C. pabrėžia, jog labai svarbu, jog tinklaraščiai padeda palaikyti bendruomeninius ryšius, užtikrina individualybių raišką, skatina tobulėjimą, lavina iškalbos ir bendravimo įgūdžius [12]. Kiekvienas tinklaraštis atspindi jį sukūrusį individą, jo požiūrį ir interesus. Chandler tinklaraščius lygina su miegamojo kambario sienomis, kurios vien savo buvimu pasako daugiau nei pats kambario savininkas [13]. Šis tinklaraščių bruožas leidžia nagrinėti vyriškumo ir moteriškumo raišką, kurie pasireiškia kaip pasąmoninis, per ilgą laiką išugdytas reiškiny, tačiau ne specialiai kuriamas įvaizdis. Savo knygoje *“Writing the woman’s like”* Carolyn Heilbrun teigia, kad paskalos ir plepalai yra priskiriami moters veiklai, todėl asmeninio dienoraščio rašymas yra apibrėžiamas kaip moters žanras, o rašymas apie specifines temas yra vyriškas žanras, susijęs su racionalumu ir objektyvumu [11]. Visgi akivaizdu, jog modernaus tipo dienoraštis, prieinamas kiekvienam yra naudojamas tiek moterų, tiek vyrų, o pagrindiniai skirtumai pastebimi ne autoriuose (kas rašo tinklaraščius), o tinklaraščių naudojimo tiksluose (kodėl ir kaip rašo). Todėl čia svarbūs tampa klasifikuoti tinklaraščiai.

Reikia pabrėžti, jog visuotinai priimtinos ir naudojamos tinklaraščių klasifikacijos nėra, tačiau įvairūs autoriai, nagrinėdami tinklaraščius įvairiais aspektais visgi tinklaraščius klasifikuoja. S. Herring, L. Scheidt ir E. Wright, ištyrę atsitiktinai atrinktus įvairaus pobūdžio 203 tinklaraščius, padarė išvadą, kad daugelis tinklaraščių derina profesinės ir asmeninės, privačios ir viešosios komunikacijos funkcijas [14]. Asmeniniai tinklaraščiai yra panašiausi į dienoraščius su pastabomis, išgyvenimais, mintimis ir nuotykiomis iš kasdienio autoriaus gyvenimo, o teminiai skirti vienai ar kelioms pasirinktoms temoms (technika, knygos, žaidimai, automobiliai, internetas ir t.t.). Tokios klasifikacijos pavyzdžiu galima laikyti S. Krishnamurthy siūlomą tipologiją. Remiantis ja autorė išskyrė keturis pagrindinius internetinių dienoraščių tipus. Tinklaraščiai skirstomi į tipologijas pagal tai, kiek kiekvienas tinklaraštis yra asmeninis ar rašomas specifine tema, ir pagal tai, ar rašomas yra vieno ar kelių asmenų (žr. 1 pav.).

1 paveikslas. Tinklaraščių tipologija pagal S. Krishnamurthy



Šaltinis: Herring, Scheidt, Bonus, Wright, 2004

Labai panašų tinklaraščių skirstymą pateikia S. C. Herring, L. A. Scheidt, E. Wright ir S. Bonus savo darbe „*Tinklaraščiai kaip pristatantis žanras*“ (angl. *Weblogs as Bringing Genre*). Čia siūloma tinklaraščius klasifikuoti į 5 pagrindines kategorijas priklausomai nuo jų rašymo tikslo:

- Filtruotas tinklaraštis (angl. *Filter*). Rašomas pasirinkta viena tema ar keliomis temomis, kurios yra tuo metu aktualios pasauliniame ar vietiniame kontekste. Tai yra seniausia tinklaraščio forma, iš kurios vystėsi visos kitos formos. Dažniausia šiuose tinklaraščiuose pateikiamos tiesioginės nuorodos į naujienų portalus, puslapius, tinklalapius.
- Personalinis dienoraštis (angl. *Diary or Personal journal*). Juose tinklaraštininkai pateikia informaciją apie savo asmeninį gyvenimą, patirtį, esamą vidinę būseną (mintys, išgyvenimai).
- Žinių tinklaraščiai (angl. *K-log*). Juose dalijamasi žiniomis, darbine patirtimi. Jie nukreipti į vieną nustatytą informacijos rūšies segmentą (medicininė informacija, technologijos, fizika ir t.t.)
- Jei tinklaraščiuose yra kombinuojami keli tikslai, tokiu atveju jie išskiriami į dar vieną kategoriją ir vadinami įvairių tikslų ir temų samplaika - mišiniu (angl. *Mixed purpose*).

- Kiti tinklaraščiai (*angl. Other*). Į šią kategoriją patenka tinklaraščiai, kurie nepriskiriami nei vienai iš anksčiau minėtų kategorijų. Jie dažnai veikia kaip saugyklos, kaip duomenų talpyklos. Kaip pavyzdį galima minėti dainų žodžių, įvairių temų tinklaraščius [43].

Kaip pateikiama tipologijose, pagrindiniai kintamieji yra kiek tinklaraštis asmeninis ir kiek specifinis taip išskiriant tikslą (apie save, pasirinkta tema, apie savo žinias ir specifinę patirtį ar mišrus). Šiame darbe bus remiamasi pateikta tipologija pagal rašymo stilių, nes tematikai mums nėra aktualu rašančiųjų skaičius dėl to, kad darbo objektas yra moterų ir vyrų rašomi tinklaraščiai (kaip vieno asmens, vienos ar kitos lyties), be to, tyrime taip pat dėmesys skiriamas vieno asmens rašomiems tinklaraščiams. Herring ir Sorapure teigia, kad dauguma asmeninių tinklaraščių (dienoraščio tipo) yra rašomi moterų, o daugiausiai teminių tinklaraščių rašo vyrai [13].

Socialinės ir politinės priežastys lemia tam tikrą tendenciją, kad vyrų rašomi tinklaraščiai yra populiariausiųjų sąrašų aukščiausiose vietose. Taip yra todėl, kad teminiai tinklaraščiai yra laikomi informatyvesniais ir vertingesniais nei suasmeninti [15]. Populiarumą taip pat lemia tinklaraščio prenumeratorių skaičius arba paspaudimų kiekis per atitinkamą laiko tarpą. Akivaizdu, jog informatyvesnis tinklaraštis sulaukia didesnio kiekio lankytojų, nes juose skelbiamos temos yra lengviau randamos per paieškos sistemas, o asmeninio pobūdžio dienoraštis neaktualina specifinių temų. Tokio tipo informacijos ieškoma žymiai rečiau.

Taigi tinklaraščius tiriant lyties aspektu reikia orientuotis ne į rašančiųjų tinklaraščius skaičių, tačiau į rašomų tinklaraščių tikslą (įrašų tematiką), taip pat galima tirti asmeniškumo lyties išreikštumo lygį tinklaraščiuose.

Apibendrinant galima teigti, jog tinklaraščiai pasižymi nuolatiniu informacijos atnaujinimu, lengva prieiga bei atgaline chronologine tvarka pateikiamais įrašais taip pat nuorodomis, nukreipiančiomis į kitus tinklaraščius. Paprasčiausiai tinklaraštį galima apibūdinti kaip asmeninį dienoraštį, kuris yra prižiūrimas, dažnai pildomas naujais autoriui aktualiais įrašais ir yra prieinamas visiems suinterasuotiems interneto vartotojams, nepriklausomai nuo jų lyties ar kitų savybių. Tinklaraščiai - naudingas tyrimo šaltinis nagrinėjant moteriškumo ir vyriškumo raišką, nes pačių tinklaraščių samprata leidžia atsiriboti nuo oficialaus statuso bei realybėje turimo vaidmens, kuris sąmoningai ar nesąmoningai priskiriamas skirtingoms lytims. Šioje erdvėje tiek moterys, tiek vyrai turi galimybę tapti tuo, kuo jie nori tapti išvengiant visų komunikacijos barjerų, esančių realiu laiku vykstančioje komunikacijoje.

## 1.2. Lyčių vaidmenys socializacijos kontekste

Lyčių istorija primena kovos lauką, kur besikaunantys vyrai ir moterys nuolat siekia susikalbėjimo. Savitai suprasdami ir interpretuodami pasaulį jie galėtų papildyti vienas kitą, praturtindami abipusią komunikaciją, tačiau dažnai vyrų ir moterų santykiai, veikiami įvairių faktorių, komplikuoja darnų bendradarbiavimą.

Pati lyties sąvoka taip pat yra komplikuota. Anglų kalboje lyčiai apibrėžti vartojami du skirtingi terminai: *sex* (biologinė lytis) ir *gender* (giminė, socialinė lytis). Skirtinguose kontekstuose naudojant šias sąvokas, jų reikšmė lieka nepakitusi ir puikiai apibūdina lyties dvilypumo esmę. Lietuvių, skirtingai nei anglų, kalboje tokios aiškos takoskyros tarp šių terminų nėra. Egzistuojančios *biologinės lyties* ir *socialinės lyties*<sup>1</sup> sąvokos reikalauja atidaus jų vartojimo [47]. Šiame darbe susikoncentruojama į vyriškumo ir moteriškumo kaip socialinės lyties išraiškos nagrinėjimą, nes socialinės lyties sąvoka yra daug platesnė. Ji apima socialinius vaidmenis, moterims ir vyrams priskiriamų moteriškumo ir vyriškumo savybių derinį, lyties tapatumą [47]. Anot West ir Zimmerman, socialinės lyties negalima pavadinti nei įgimta, nei pastovia savybe. Ją asmenys įgyja per socialines normas, veiksmus visuomeniniame gyvenime atsižvelgiant į tai, kokius individus nori matyti visuomenė ir šios savybės kinta visą laiką. Tai lyg kultūra – kūrinys, kurį kiekvienas iš mūsų kuriame [51].

Socialinės lyties formavimasis yra glaudžiai susijęs socializacijos procesu. Individo socializacija įvairiomis formomis trunka visą jo gyvavimo ciklą. Galima sakyti, jog ir pati aplinka, veikiamą besikeičiančių individų – kinta. Isabella Crespi socializaciją apibrėžia kaip sudėtingą, visą gyvenimą trunkantį procesą, pagrindinių nuostatų perėmimo laikotarpį, kai kuriama lyties tapatybė [5]. Čia svarbu pabrėžti tai, kad ne tik individus formuoja visą gyvenimą trunkanti socializacija, tačiau ir individai formuoja ją. Tai vyksta ir tinklaraščiuose, į kuriuos individai perkelia savo kasdieninio gyvenimo patirtį. Todėl socializacijos proceso analizė yra neišvengiama tiriant moteriškumo ir vyriškumo raišką internetiniuose dienoraščiuose.

Reikia pastebėti, kad socializacijos proceso metu formuojasi socialinė lytis, kartu su ja atsiranda tam tikros taisyklės, kuriomis vadovaujasi individai gyvendami, dirbdami ir komunikuodami tarpusavyje. Šios taisyklės apibrėžiamos socialinių normų sąvoka, nors dalis mokslininkų teigia, kad socialinės normos yra lyčių stereotipai [54]. Pirmasis stereotipo sąvoką socialine prasme pavartojo W. Lipmannas 1922 m. išleistoje knygoje „*Visuomenės nuomonė*“. Jis stereotipus apibrėžė kaip supaprastintą išankstinį požiūrį ne iš asmeninės žmogaus patirties, bet kylantį pažinus tarpinį objektą: mums apie pasaulį kalbama tol, kol pažįstame jį patirdami [23].

---

<sup>1</sup> Toliau darbe terminai *socialinė lytis* ir *lytis* vartojami sinonimiškai.

Pasak V. Kavolio, stereotipai – tai sudėtingos nuostatos, kurias sudaro tam tikrų reiškinių supaprastintas supratimas, vaizdiniai ir emociniai vertinimai, kurie apibūdina tam tikras žmonių grupes, jų elgesio formas ar pažiūras [20]. Abi sąvokos iš esmės akcentuoja stereotipų šabloniškumą. Šiame darbe stereotipais laikoma supaprastintas tam tikros grupės žmonių įvaizdis, tikėjimas, kad šioje grupėje visi žmonės yra vienodi. Negalima sakyti, kad stereotipai vienareikšmiai. Jie pasaulį skiria į dvi kategorijas: žinomą ir nežinomą. Tai kas žinoma tampa sinonimu - gerai, o tai, kas nežinoma – blogai [21]. Stereotipo palaikomumui įtakos turi individų išsilavinimo lygis, intelektas, asmeninė patirtis, taip pat normos, įpročiai, socialiniai vaidmenys, gyvenamoji aplinka. Čia gali kilti klausimas: kaip stereotipizacijos fenomenas veikia individo elgesį?

*Pirma*, stereotipizacijos fenomenas leidžia formuoti individo motyvacinę elgesio struktūrą. Kiek stereotipas įtrauktas į „kognityvinę schemą“, „pažintinę orientaciją“, tiek jis iškyla kaip realus, žmogaus sąžinei ir elgesiui būdingas fenomenas, kuris atitinkamai veikia ir individo elgesį. *Antra*, stereotipas formuojamas ne tik objektyvios realybės atspindėjimo kontekste, bet ir komunikacijos procese tarp jų ir tinklaraščiuose. Taip šis fenomenas įtvirtinamas, įtraukiamas į mūsų egzistencinį projektą, kurį mes kuriame savo gyvenimu. Kitaip tariant, bendraujant įmanoma modifikuoti ir patį stereotipą, sustiprinti ar susilpninti atskiras jo puses [19].

Pavyzdžiui, daugelis neabejoja, kad vyrams yra įdomesnis visuomeninis gyvenimas susijęs su politika ar sportu. Toks nusistatymas iš anksto suformuoja ir atitinkamą elgesį šios lyties grupės atžvilgiu. Taigi stereotipai padeda „suskirstyti“ socialinę aplinką, atskiras socialines grupes bei individus ir taip supaprastinti priimtinumą.

Stereotipai stiprūs todėl, kad automatizuoja mūsų mąstymą, padeda be jokių sunkumų vertinti reiškinius, kurie susiję su nusistovėjusiu požiūriu. Taigi stereotipas yra ne tik tam tikras supaprastinimas, palengvinantis *kito* atpažinimą ir priėmimą, jis, pasak S. G. Melniko, „itin pripildytas jausmų“. Tas vertinamasis stereotipo elementas visuomet sąmoningai determinuotas, kadangi stereotipas, išreikšdamas asmenybės jausmus, jos vertybių sistemą, visada siejamas su grupiniais veiksmams. Kitaip tariant, stereotipas savaip mobilizuoja ir paskatina grupiniams veiksmams to reiškinio ar asmens atžvilgiu, kurį įvardija. Šia prasme perdėtas dėmesys tam reiškiniui ar asmenų grupei kaip tik ir sudaro palankią terpę tarpti stereotipui ir tuo jis yra pavojingas [54].

Reiktų išskirti ne vien gerąsias stereotipų puses. Stereotipai ne tik, kad neleidžia žmogui atsiskleisti, parodyti savo unikalumo bei išskirtinumo. Jie taip pat dažnai būna kliūtis bendraujant. Stereotipai gali įžeisti žmogų, nes dažnai jie neatitinka tikrovės. O mokslas patvirtina, kad įvairūs stereotipai labai įtakoja mūsų gyvenimą. Jie yra tarsi atvaizdas įsitikinimų, kuriais yra vertinami

žmonės. Šiuo atveju vyrai yra labiau linkę būti suvokiami kaip agresyvūs ir konkurencingi, moterys - pasyvios ir komunikabilios [1].

Nagrinėjant šią temą itin svarbi stereotipų sąsaja su komunikacijos procesu. Čia taip pat galima išvelgti neigiamą stereotipų reikšmę. Jie tiesiogiai sąlygoja lyčių komunikaciją, taip išryškindami skirtingą vyrų ir moterų komunikacinę elgesį. O skirtingi elgesio modeliai sukuria barjerus ir nesusikalbėjimą tarp lyčių [47].

Norint išsiaiškinti, kokie moterų ir vyrų stereotipai egzistuoja tinklaraščiuose, pirmiausia reikia žvelgti į tai, kokie stereotipai egzistuoja visuomenėje. O pastarųjų formavimąsi lemia vyrų ir moterų santykių istorinė raida. Kova tarp vyrų ir moterų dėl padėties visuomenėje prasidėjo dar gilioje senovėje. Grįžkime į pirmykštę bendruomenę, kai vyrai eidavo medžioti, o moterys likdavo sėdėti olose, kūrenti ugnį ir prižiūrėti vaikus. Mes įpratę vyrus vertinti kaip fiziškai stiprius, kovotojus, o moteris – namų židinio saugotojas. Antikos laikais vyras turėjo visas teises: valdyti, dalyvauti visuomenės gyvenime ir bausti, moteris nebuvo laikoma net visuomenės dalimi. Viduramžiais pokyčių taip pat nebuvo daug: moteris išliko, žmona, dukra, motina. Ji negalėjo pasirinkti vyro, o pečius slėgė daug pareigų: gimdymas, vaikų maitinimas, auklėjimas ir dar dalis vyro darbų. Moteris neturinti šeimos, turėjo sunkią padėtį ir ypač pažeidžiamą reputaciją. Vyras ir toliau laikytas stiprus, vyriškas, viską galintis. Taigi moteris šešėlyje gyveno iki pat XVIII, kai Vakaruose prasidėjo moterų emancipacija [50].

Mūsų šalyje diskusijos lygių teisių tema prasidėjo vėliau negu Vakaruose, bet tai – ne trūkumas, o veikiau privalumas. Mus pasiekė daugiau informacijos, pokyčiai – vėlesni, bet lengvesni. Tiesa, kitose šalyse permainos ir lyčių lygybės propagavimas labiau susijęs su tų šalių valstybės politika – yra labiau remiamas, profesionalesnis, veiksmingesnis [53].

Prireikė nemažai amžių, kol moteris tapo pripažinta visuomenės dalimi, nors dar iki šiol vyrai yra labiau vertinami. Jiems lengviau įgyti geresnį išsilavinimą, gauti geriau apmokamą darbą ar užimti aukštesnę poziciją visuomeniniame gyvenime. Stereotipinis požiūris teigia, kad yra „moteriškos“ ir „vyriškos“ profesijos, tradiciškai nusistovėjusios moterų ir vyrų užimtumo sritys, kas negali neiššaukti lyčių supriešinimo.

Taip nustatant bei paskirstant moterų ir vyrų vaidmenis ir funkcijas visuomenėje atsiranda rimta lyčių asimetrija, kuri turi naujų neigiamų pasekmių ir socialinių iššūkių platų spektrą. Visuotinai pripažįstama, kad toks visuomenės požiūris daro didžiulį poveikį socialinei atskirčiai. Vakarų šalių mokslinėje literatūroje pabrėžiama, kad visuomenėje vis dar vyrauja požiūris, jog moters veikla yra susijusi su privačiu gyvenimu – namais ir šeima, o vyrui priskiriama viešoji sfera, pirmiausiai ją suvokiant kaip profesinę veiklą [31].

Per visą visuomenės istoriją buvo kuriami įvairūs moterų ir vyrų stereotipai. Pasak S. Ustilaitės galima skirti tokius vyraujančius moterų ir vyrų stereotipus (žr. 2 pav.) [50].

2 paveikslas. S. Ustilaitės išskirti lyčių stereotipai

| <b>Moterys</b>                             | <b>Vyrai</b>                       |
|--------------------------------------------|------------------------------------|
| Gražioji silpnoji lytis, paklūstanti vyrui | Stiprus, drąsus šeimos maitintojas |
| Dukra                                      | Tėvas                              |
| Žmona                                      | Vyras                              |
| Šeimos židinio sergėtoja                   |                                    |

Egzistuoja požiūris, jog „moteris turi rūpintis vaikais, o vyras – išlaikyti šeimą“ [49]. Remiantis biosocialiniu ar evoliuciniu požiūriu, išlikdavo vyrai su dominavimo ir socialinio statuso savybėmis, bei moterys, kurių bruožai aiškiai rodė, kad jos galės susilaukti ir auginti daug sveikų palikuonių. Taigi tokiu būdu žmonių su tokiomis savybėmis populiacijoje vis daugėjo.

Julia Wood pabrėžia, jog itin gajūs vyrų ir moterų stereotipiniai vaidmenys organizacinėje aplinkoje. Galima išskirti tokius stereotipinius vaidmenis (žr 3 pav.) [52].

3 paveikslas. J.T. Wood išskirti lyčių stereotipiniai vaidmenys organizacijoje.

| <b>Moterys</b> | <b>Vyrai</b>       |
|----------------|--------------------|
| Sekso objektas | Tvirtas ažuolas    |
| Motina         | Kovotojas          |
| Vaikas         | Šeimos maitintojas |
| Geležinė ledi  |                    |

Moteris dažnai tapatinama su *sekso objektu* pabrėžiant fizinį moters grožį. *Motinos* stereotipu akcentuojamas moters rūpestingumas, švelnumas, gebėjimas išklausyti ir suprati. Stereotipu, kur moteris suvokiama kaip *vaikas*, pabrėžiama, kad moteris yra mažiau subrendusi, ne tokia rimta kaip jos partneris vyras. Jai reikalinga pagalba ir globa. *Geležinės ledi* stereotipu laikoma ne moteriška moteris, kuri komunikuoja vyrišku stiliumi yra ryžtinga ir nepriklausoma [52]. Vyrams priskiriami visiškai priešingi stereotipai nei moterims. Vyras pirmiausiai yra laikomas *tvirtu kaip ažuolas* pabrėžiant jo stiprybę ir kietakaktiškumą. *Kovotojo* stereotipu apibūdinami vyrai, iš kurių tikimasi agresyvumo, svarios nuomonės, ir nuolatinės konkurencijos dėl savo pranašumo. *Šeimos maitintojas* – tai vienas stipriausių stereotipų, kur vyras išlaiko savo šeimą [52]. Šio stereotipo stiprumą pagrindžia *Vyrų krizių ir informacijos centro* užsakyta gyventojų apklausa „*Vyriškų vaidmenų krizė Lietuvoje*“ (2002). Ši apklausa parodė, kad Lietuvoje vertinami nepriklausomi, aktyvūs, nugalintys ir atkaklūs vyrai. „Tikras“ vyras yra finansiškai nepriklausomas, geba aprūpinti savo šeimą, sugeba apginti savo moterį ir prisidėti prie savo vaikų auklėjimo. Apklausoje

dalyvavusieji „tikro“ vyro savybėmis įvardijo gebėjimą uždirbti pinigus (72 proc.), nagingumą, mokėjimą atlikti „vyriškus“ buitines ir techninius darbus (67 proc.), vaikų aprūpinimą, priežiūrą ir auklėjimą (67 proc.) bei savo moters globojimą (66 proc.) [50].

Panašūs rezultatai pastebėti atlikus atvirą Lietuvos fondo inicijuotą ir finansuotą tyrimą „*Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje*“ (1997, 2002). Jis atskleidžia, kad 37 proc. visų pranešimų, kuriuose minima šeima ir lyčių tarpusavio santykiai šeimoje yra nurodoma, kad esminė vyro funkcija – seksualinis pajėgumas, garantuojantis šeimos tvirtumą; 31 proc. – materialinis šeimos aprūpinimas (vyras uždirba pinigus ir išlaiko šeimą); 17 proc. – vaikų auklėjimas, tėvo svarba paaugliui, jo autoritetas. Moterims būdingi vaidmenys šeimoje – vaikų auginimas ir auklėjimas (20 proc.), namų ruošą (20 proc.), buitinių darbų: maisto pirkimas, gaminimas, namų tvarkymas (30 proc.). Svarbūs yra ir lytiniai santykiai. Moteris dažniau pateikiama kaip vartotojos ir yra vyrų išlaikomos [50].

L. Bivainienė, L. Kalvaitienė ir L. Žylys (2006) taip pat analizavo lyčių stereotipus, tačiau jie tam pasirinko žiniasklaidą. Turint omenyje, jog tinklaraščiai taip pat yra žiniasklaidos sudedamoji dalis, galima remtis šiuo tyrimu, kur gyventojai išskyrė vyraujančius moterų ir vyrų lyčių vaidmenis Lietuvos reklamose (žr. 4 pav.) [2].

4 paveikslas. Vyrų ir moterų vaidmenys Lietuvos reklamose

| <b>Moterys</b>                           | <b>Vyrai</b>                 |
|------------------------------------------|------------------------------|
| Namų šeimininkė                          | Vyras                        |
| Motina                                   | Tėtis                        |
| Moteris – gražioji, savimi besirūpinanti | Verslininkas                 |
| Moteris vyro šešėlyje                    | Aktyvus sportininkas         |
| Sekso simbolis                           | Besirūpinantis savo išvaizda |
| Verslininkė                              | Globojantis savo moterį      |
| Aktyvi sportininkė                       | Seksualumo simbolis          |

Šie vyraujantys stereotipai yra pateikiami nuo stipriausio iki silpniausio mažėjimo tvarka.

Kad visuomenėje egzistuoja stereotipai yra akivaizdu, tačiau reikia pabrėžti, jog šie stereotipų vaidmenys nėra trumpalaikis reiškinys. Jų formavimasis siejamas dar su pirmąsiais žmonėmis, o stereotipai individams yra perduodami iš tėvų kartu su vaiko gimimu ir jo lyties identifikavimu. Jau ankstyvoje kūdikystėje kūdikiai apibūdinami skirtingai. Berniukai vadinami stipriuoliais, šaunuoliais, o mergaitės – mielomis, ramiomis, gražutėmis [47]. Vaikystėje berniukai ir mergaitės pradedami auklėti sakant jiems „tai tik mergaitėms“ arba „tai tinka tik berniukams“. Todėl tradiciniuose darželiuose ar šeimoje mergaitės yra skatinamos žaisti su minkštais žaislais, lėlėmis,

padėti mamai šeiminkauti, o berniukai - su mašinomis, erdviniais žaidimais, pagelbėti tėčiui. Maisto gaminimas - tradiciškai moteriška sritis. Tačiau geriausiuose pasaulio restoranuose virėjai dažniausiai vyrai. Vyrų ir moterų laisvalaikio pasirinkimą nulemia psichologiniai ypatumai ir tradicijos. Ryškus moterų domėjimasis žmonių tarpusavio santykiais - viena priežasčių, nulemiančių įvairių serialų žiūrovų sudėtį. Tai, kad teatrų, koncertų ir parodų salėse irgi yra daugiau moterų, rodo didesnę moterų dėmesį estetinėms-kultūrinėms vertybėms. Tuo tarpu stadionuose ir sporto salėse vyrauja vyrai. Specializuotas auklėjimas, mergaičių kreipimas į vieną, o berniukų – į kitą pusę gali prislopinti augančio žmogaus sugebėjimams. Tai turi įtakos ir jausmų išraiškai. Ne vienas tėvas ar motina, gėdina mažą berniuką sakydami: „koks tu vyras, jei verki“, taip užgožiamą galimybę rodyti savo emocijas – skausmą ir liūdesį. Atitinkamai mergaičių auklėjime ribojamas mergaičių aktyvumas, sakant „nešokinėk, nesistumdyk, nesimušk – tu juk mergaitė“. Taip formuojamas moterų nuolankumas, nesugebėjimas apginti savo nuomonės [50]. Šie auklėjimo ypatumai simbolizuoja tai, jog formuojami skirtingi požiūriai į vyrus ir moteris.

Europoje tebėra besistebinčių tuo, kad moteris gali vadovauti valstybei ar vairuoti autobusą, o vyras – auginti vaikus ar skalbti drabužius. Europarlamentarai ragina rengti iššaknijusius lyčių stereotipus laužančias informavimo kampanijas, skatinti platesnį profesijų pasirinkimą.

Nagrinėjant socialinę atskirtį lyties aspektu, kaip svarbiausia socialinės atskirties priežastis minimas tradicinis visuomenės požiūris į lyčių vaidmenį visuomenėje, kai pagrindinė moterims priskiriama veiklos sritis apsiriboja motinos ir žmonos vaidmeniu. Daugelio tyrinėtojų nuomone, tokio požiūrio pasekmė yra blogesnis moterų, kaip darbuotojų, lyginant su vyrais, vertinimas, taigi ir blogesnės moterų ekonominės veiklos sąlygos [26].

Vyriškumas ir moteriškumas neturi būti priešpastatomi vienas kitam, žmogus tuo pačiu metu gali turėti ir vyriškų ir moteriškų savybių. Dauguma psichologų siūlo visiškai atsisakyti terminų „vyriškumas“ ir „moteriškumas“, kurie tik dar labiau įtvirtina lyčių skirtumus ir stereotipus [50].

Šie stereotipai yra tiesioginis visuomenėje egzistuojantys mąstymas apie vyrams ir moterims būdingas savybes. Šiomis nuostatomis galima remtis analizuojant skirtingų lyčių raišką tinklaraščiuose per vyrų ir moterų skirtingas savybes.

Lyčių stereotipų kūrimas tinklaraščiuose ar internetinėje erdvėje – vienas iš veiksnių, turinčių įtaką lyčių lygybei mūsų visuomenėje. Ši įtaka yra pakankamai didelė, kadangi daugelis mūsų neišsąmonina milžiniško nuolat mus supančių vaizdų poveikio. Pvz. reklama mus seka visur: namuose, viešosiose erdvėse, žiniasklaidoje. Moteris ir vyrus ekrane išspraudžiant į stereotipinius vaidmenis vėliau gali būti sunku išsąmoninti jų gebėjimus, peržengiančius tradicinių lyčių vaidmenų ribas. Tas pats atsitinka ir su tinklaraščiais, kuriuose skirtingos lytys diskutuoja apie skirtingus dalykus, o vėl gi – gal net ir apie tuos pačius. Žiniasklaida formuoja šiuolaikinės visuomenės požiūrį į daugelį dalykų, tarp jų karjerą ir lyčių vaidmenis. Dėl šių priežasčių imta

domėtis, kaip kitos žiniasklaidos priemonės atspindi vyrų ir moterų vaidmenų stereotipus. Galima padaryti prielaidą, kad ir kitos žiniasklaidos rūšys - radijas ir spauda – pateikė tokius pat stereotipus, kaip ir televizija. Tinklaraščiuose, kaip ir žurnaluose yra rašomi straipsniai tam tikroms lytims, taip pat žurnalai, kaip ir tinklaraščiai yra grupuojami, kurie yra tinkami vienai ar kitai lyčiai. Nors domėjimasis viena ar kita sritimi, neturėtų būti apibrėžta lyties stereotipu.

Antroje darbo dalyje remtasi išskirtais lyčių stereotipiniais vaidmenimis analizuojant moterų ir vyrų rašomus tinklaraščius, jų tematiką ir rašymo būdą. Tačiau būtina atkreipti dėmesį, kad labai dažnai tinklaraštininkai renka anonimiškumą dėl įvairių priežasčių. Viena iš tokių priežasčių gali būti lyties aspektas. Galima pateikti pavyzdį, kad moteris rašo tinklaraštį apie naujausias mašinos tendencijas. Žinoma, tai tik prielaida, tačiau kiek vyrų skaitytų tokį tinklaraštį ir jame komentuotų, juk šiuolaikinėje visuomenėje vis dar vyrauja požiūris „moteris prie puodų, vyras prie automobilio“. Toks požiūris tik skatina dar labiau įteisinti nuomonę stereotipų pagalba, bet nekreipiant dėmesio į asmens gebėjimus ar kompetencijas.

### ***1.3. Moterų ir vyrų rašomi tinklaraščiai: visuomenės stereotipų paneigimas ar patvirtinimas***

Kaip jau minėta ankstesnėje darbo dalyje, žiniasklaida, kuriai priskiriami ir tinklaraščiai, prisideda prie individų socializacijos. Žiniasklaidos priemonės yra viena iš potencialių pasaulio pažinimo priemonių, lemiančių tam tikras ribas. Reiktų atkreipti dėmesį, kad žurnalai skirti mažiems vaikams neskirstomi pagal lytį. Tačiau paaugliams skirti žurnalai jau diferencijuojami pagal lytis. Moterims ir vyrams skirti žurnalai taip pat skiriasi, dažniausiai jie skirstomi pagal tariamus pomėgius: moterims – rankdarbiai, grožio puoselėjimas, vyrams – žvejyba, medžioklė, automobiliai. Tokio pobūdžio žurnalai skatina, propaguoja stereotipinius, tradicinius lyčių vaidmenis [47].

Hofsted'as nagrinėjęs lyčių vaidmenis reklamoje pastebėjo, jog lyčių vaizdavimas reklamose – tiesioginis kultūros atspindys ir čia moterys vertinamos ne taip pakankiai kaip vyrai. Vyrai traktuojami kaip autonomai, o moterys tėra jų pagalbininkės [6].

Žiniasklaidos priemonėse abi lytys išspraudžiamos į ankštus lyčių elgesio modelius, todėl toks lyčių vaidmenų stereotipizavimas pabrėžia ir skatina skirtumus tuo pačiu turi neigiamų padarinių komunikacijai, nes visa socializacija vyksta per komunikaciją [47].

Tinklaraščio reiškinys kelia daug retorinių klausimų. Tinklaraščiai nekuria linijos ir nekuria sienų tarp privataus ir viešo gyvenimo. Blogai gali būti tiek viešojo, tiek asmeninio pobūdžio. Galima netgi teigti, kad tinklaraščiai yra skirti visiems, o tuo pačiu ir niekam. Nors tinklaraščiai neatlieka jokios tiesioginės ir praktinės naudos ar tikslo, tačiau sakitytojais jiems skiria vis daugiau laiko. Tinklarašis labai greitai įgijo daug dėmesio ir tokiu atveju išaugo poreikis analizuoti asmenis

rašančius tinklaraščius ar tematikas analizuojamas juose [29]. Yra manoma, kad tinklaraščiai, kuriuos kuria ir palaiko individai tiesiogiai perima tų individų mąstymą, požiūrį bei atspindi jų individualybę [36].

Lytis yra neatsiejama dalis nuo tinklaraščio, jų autoriai yra fiziniai asmenys, kurie yra arba vyrai, arba moterys. Lyčių problematika tinklaraščiuose daugiausia yra nagrinėta asmeniniuose tinklaraščiuose, pamirštant visus kitus tinklaraščių tipus. Tai daryta remiantis nuomone, jog asmeniniuose tinklaraščiuose, juos rašantys individai labiausiai perteikia savo išgyvenimus ir pažiūras [36].

*BlogCensus* atliko apklausą praėjusių metų rugpjūtį, siekiant išsiaiškinti lyties aspektus tinklaraščiuose. Buvo nusayta, kad 40 proc. anglakalbių tinklaraščių priklausė vyrams, 36,3 proc. - moterims, likusieji nebuvo priskirti nė vienai iš anščiau išvardintų grupių. *BlogCensus* taip pat nustatė, kad beveik pusė tinklaraščių priklausė kategorijai – dienoraščiai [48].

Stereotipiškai formuojama nuomonė, jog dienoraščius dažniau rašo moterys nei vyrai. Ši teiginį pagrindė Nardi, Schiano, & Gumbrecht (2004) savo tyrime, kur nustatė, jog dienoraščio tipo tinklaraščiai dažniau yra rašomi moterų, tačiau jie esti labai nepopuliarūs, turintys labai nedidelį ratą skaitytojų. Šiuose tinklaraščiuose nebūtinai greitas reagavimas į naujienas, o tai lemia, jog šie tinklaraščiai yra prasčiau randami ir mažiau žinomi [32]. Aiškinamos ir kitos moteriškų tinklaraščių nepopuliarumo priežastys. Apklausus 24 vyrus ir tiek pat anglų kalba internetinius dienoraščius rašančių moterų buvo nustatyta, jog moterų tinklaraščių nepopuliarumas siejamas su susiklosčiusia tinklaraščių rašymo istorija, praktika. Moterys dažniau sunkiau perprata informacines technologijas, kas dažnai tampa pagrindine priežastimi moterimų pasyvumui ir nemokėjimu naudotis inovacijomis [36].

Š. Amerikoje atlikti internetinių dienoraščių tyrimai taip pat pritaria, jog daugiau nei 50 proc. moterų rašo asmeninius tinklaraščius, tačiau populiarumu jie nusileidžia vyrų rašomiems tinklaraščiams. Tai grindžiama argumentu, jog vyrai yra šios srities specialistai ir moterims pakeisti nuomonę yra labai sudėtinga [37].

Šie tyrimai įrodo, jog visuomenėje egzistuojantys stereotipai yra perkeliama ir į virtualią erdvę, kur moterims kovoti su stipresniu vyrų stereotipu yra kur kas sudėtingiau. Kiti tyrimai taip pat patvirtina, jog moterų ir vyrų rašomi tinklaraščiai yra labai skirtingi. Lyčių skirtumais tinklaraščiuose besidomintis R. Ratliff teigia, kad galima rasti priežastį, kodėl moterų tinklaraščiai yra nepopuliarūs. Tai gali būti siejama su tuo, jog vyrai savo tinklaraščiuose skelbia daugiau nuorodų (*angl. links*), o jos sąvaikaudamos tarpusavyje pagerina tinklaraščių surandamumą. Moterys šių nuorodų naudoja mažiau [41]. Tai gali būti susiję su tuo, jog moterys skelbia ne tik mažiau nuorodų, tačiau daro mažiau įrašų nei tai daro vyrai [9]. Tyrimo duomenimis, moterys viename puslapyje vidutiniškai skelbia 6,8 įrašo, o vyrai – 8,5 įrašo [36].

Didelis skirtumas pastebėtas nagrinėjant vyrų ir moterų tinklaraščius pagal aktualias temas. Nustatyta, kad vyrai daugiausiai rašo apie politiką ir technologijas [48]. Tokį netolygų veiklos pasidalijimą lyčių aspektu, galima pritaikyti ir realiame pasaulyje. Galime atkreipti dėmesį, kad politų ir naujų technologijų specialistų yra daugiau vyrų, nei moterų. Taigi, natūralu, kad ir tinklaraščius šia tema daugiausiai rašo vyrai. Tačiau, sunku patvirtinti, kad tokie patys duomenys būtų ištyrus Lietuvoje rašomus tinklaraščius.

Pastebėta, kad vyrai, savo rašomuose tinklaraščiuose labiau gilinasi į pasaulinius įvykius, nei į savęs ir savo patirties pristatymą (asmeniniai dienoraščiai) [14]. Jie labiau linkę pardavinėti savo tinklaraščius, o tai lemia jų populiarumą lyginant su moterų tinklaraščiais [38]. Jų komunikacija esti griežtesnė, turinti stipresnius argumentus, įtaigesnė, labiau motyvuojanti ir labiau sarkastiška. Moterų komunikacija daugiau palaikomoji, su silpnesne įtaiga. Kalboje daugiau atsiprašymų, dėkojimų, klausimų [38].

Vienas iš įdomesnių tyrimų atliktas vertinant tinklaraštį [www.blogger.com](http://www.blogger.com). Nors tyrimas buvo atliktas 2004 metais, tačiau duomenys gali būti pritaikomi dar ir šiandien. Jo metu išanalizuota 71000 tinklaraščių, registruotų [www.blogger.com](http://www.blogger.com) ir nustatytos sritys, apie kurias dažniausia rašo vyrai ir moterys. (žr 5 pav). Paveiksle pateikiamas toje srityje naudojamų žodžių dažnumas 10 000 visų žodžių.

5 paveikslas. Moterų ir vyrų dažniausi naudojami žodžiai (10 000 žodžių)

|                           |                 |                 |
|---------------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Pinigai</b>            | <b>43.6±0.4</b> | <b>37.1±0.4</b> |
| <b>Darbas</b>             | <b>68.1±0.6</b> | 56.5±0.5        |
| <b>Sportas</b>            | <b>31.2±0.4</b> | 20.4±0.2        |
| <b>Televizija</b>         | <b>21.1±0.3</b> | 15.9±0.2        |
| <b>Miegas</b>             | 18.4±0.2        | <b>23.5±0.2</b> |
| <b>Valgymas</b>           | 23.9±0.3        | <b>30.4±0.3</b> |
| <b>Seksas</b>             | 32.4±0.4        | <b>43.2±0.5</b> |
| <b>Šeima</b>              | 27.5±0.3        | <b>40.6±0.4</b> |
| <b>Draugai</b>            | 20.5±0.2        | <b>25.9±0.3</b> |
| <b>Teigiamos emocijos</b> | 248.2±1.9       | <b>265.1±2</b>  |
| <b>Neigiamosemocijos</b>  | 159.5±1.3       | <b>178±1.4</b>  |

Šio tyrimo metu taip pat buvo aiškinamasi tinklaraščius rašančių moterų ir vyrų amžiaus sudėtis. Nustatyta, kad moterys dažniau nei vyrai rašo tinklaraščius iki 17 metų (63 proc), o vyrai dažniau tinklaraščius rašo nuo 17 metų (53 proc.) (žr 6 pav.).

| <b>Neidentifikuojamas amžius</b> | <b>12287</b> | <b>12259</b> |
|----------------------------------|--------------|--------------|
| <b>13-17</b>                     | 6949         | 4120         |
| <b>18-22</b>                     | 7393         | 7690         |
| <b>23-27</b>                     | 4043         | 6062         |
| <b>28-32</b>                     | 1686         | 3057         |
| <b>33-37</b>                     | 860          | 1827         |
| <b>38-42</b>                     | 374          | 819          |
| <b>43-48</b>                     | 263          | 584          |
| <b>&gt;48</b>                    | 314          | 906          |

Šis tyrimas patvirtina stereotipą, kad moterys rečiau rašo tinklaraščius, o jei ir rašo tinklaraščių tematika yra susijusi su šeima, namais, santykiais. Moterys daugiau likusios atvirauti apie savo asmeninį gyvenimą ir patirtį ir tai daro gerokai dažniau, nei vyrai. Vyrai tinklaraščius rašo dažniau nei moterys. Pateiktose išvadose yra minima, kad vyrai daugiausiai rašo apie politiką, technologijas ir pinigus. Šias išvadas pagrindžia dar vienas tyrimas, atliktas Amerikoje. *SiteMeter* tinklaraštyje buvo paskelbtas tinklaraščių populiarumas JAV. Tarp 20 geriausių tinklaraščių, tik vienas buvo parašytas moters. Kitaip tariant, 19 geriausių tinklaraščių iš 20-ties, buvo parašyti vyrų. Tam gali būti įvairiausių paaiškinimų ir prielaidų. Galima daryti prielaidą, tai gali būti susiję su vyrų dominavimu technologijų srityje. *Guardian Unlimited Politics* pakvietė skaitytojus dalyvauti renkat geriausių politinių tinklaraštį. Iš visų nominuotų rašančiųjų tinklaraščių tik dvi buvo moterys. Tyrimo išvadose yra pateikiama mintis, kad moterys vis dar yra už politikos kūrimo sienos. Taigi, galima teigti, kad moterys ne tik, kad nesidomi politine informacija, tačiau jos nėra integruotos į patį procesą, todėl pati tematika yra aktualesnė vyrams, kurie stereotipiškai yra šios srities žinovai [48].

Apibendrinant užsienyje darytus tyrimus, galima teigti, kad visuomenėje, žiniasklaidoje ir reklamoje egzistuojantys vyrų ir moterų stereotipai yra perkelti ir į elektroninę erdvę – tinklaraščius. Pastebėta, kad tinklaraščiai priskiriami vyrų savirealizacijos sričiai, kur jie įtaigiai, argumentuotai, aktyviai reiškiant savo nuomonę diskutuoja bei pasisako apie aktualius pasaulyje vykstančius reiškinius, ignoruojant namų erdvę, šeimą bei santykius. Moterys stereotipiškai tinklaraščiuose dažniau išsako savo emocijas, patirtį, aprašo savo išgyvenimus. Jos vengia įsakmaus ir griežto stiliaus, remiasi emocijomis ir mažiau įtaigos turinčia komunikacija. Moterims priskiriama namų erdvė, draugai, šeima, santykiai. Tokių stereotipų egzistavimas reziumuoja, jog tinklaraščiai neturi sienų, kurios neįleistų į šią erdvę visuomenėje egzistuojančių požiūrių, nuomonių. Tai pagrindžia teiginį, kad tinklaraščiai yra visuomenės atspindys. Žinoma, šių tyrimų rezultatų negalima absoliutinti. Visi šiame darbe pateikti tyrimų rezultatai apima tik užsienio šalis ir

anglų kalba rašomus tinklaraščius. Teigti, kad situacija su lietuvių kalba rašomais tinklaraščiais yra analogiška – negalima, nes konkrečių tyrimų atlikta nebuvo, tačiau galima daryti priekaidą, kad lietuvių kalba rašomuose tinklaraščiuose taip pat kaip ir anglų kalba rašomuose tinklaraščiuose gajūs visuomenėje egzistuojantys skirtingų lyčių stereotipai. Tai siekta išsiaiškinti antroje darbo dalyje, kur analizuojama lietuviškų internetinių dienoraščių situacija.

## 2. VYRIŠKUMO IR MOTERIŠKUMO RAIŠKA LIETUVIŠKUOSE TINKLARAŠČIUOSE. TYRIMAS

Internetui atsiradus, pagrindinę jo lankytojų grupę sudarė vyriškosios lyties atstovai, tačiau apie 2001 metus situacija ėmė kisti [16]. Remiantis *geminisAudience* 2009 metų rugsėjo mėnesio interneto auditorijos tyrimo duomenimis, Lietuvoje moterys internetu naudojasi šiek tiek daugiau nei vyrai (moterys – 50,5 proc, vyrai – 49,5 proc), tačiau aiškaus tendencingumo nėra, todėl galima teigti, jog abiejų lyčių atstovai internetu naudojasi labai panašiai [10]. Šiuos duomenis galima laikyti atspirties tašku nagrinėjant vieną iš gebėjimo naudotis internetu reikalaujančių komunikacijos priemonių – tinklaraščius sudarant prielaidas, jog abi lytys tinklaraščiais gali naudotis vienodai. Atskirų tyrimų, analizuojančių tendencijas lietuviškuose internetiniuose dienoraščiuose atlikta nėra. Taigi tinklaraščių populiarumo problema skirtingų lyčių aspektu egzistuoja.

Taip pat pagal auditorijos dalies rodiklį yra sudaryti svetainių Top penketukai, kurie rodo, jog vyrai internete ieško informacijos susijusios su automobiliais, sportu, kompiuteriniais žaidimais, pažintimis. Moterų daugiausia yra svetainėse, skelbiančiose moterims skirtų žurnalų elektronines versijas, be to, moterys internete ieško informacijos apie mitybą, vaikus, jos aktyviai naršo ir svetainėse, pateikiančiose profesinių, dalykinių žinių [10]. Nors pastaruosiuose tyrimuose analizuotos lankomiausios vyrų ir moterų interneto svetainės, tačiau šie tyrimų rezultatai gali būti orientacinis rodiklis, tiriant vyrų ir moterų raišką, įskaitant jiems aktualias temas ir komunikacijos būdus lietuviškuose tinklaraščiuose. Čia vėlgi susiduriama su ta pačia problema, jog teminiu aspektu, skirtingi lyčių įvaizdžiai lietuviškuose tinklaraščiuose nėra tirti. Konkrečių tyrimų nebuvimas pagrindžia tyrimo aktualumą.

Apie tinklaraščiuose egzistuojančius skirtingus lyčių įvaizdžius daugiausiai gali pasakyti toje pačioje aplinkoje esantys individai, todėl jų nuomonę yra tikslinga analizuoti. Ši nuomonė gali atskleisti vyraujančias nuostatas ir nustatyti: ar jos nulemtos visuomenėje egzistuojančių stereotipų ir ar stereotipai yra priimami tinklaraščiuose. Tyrime dalyvavusių apklaustųjų nuomonė laikoma atspindinčia visos visuomenės, besidominčios lietuviškais tinklaraščiais nuomonę.

**Tyrimo objektas** – visuomenės nuomonė apie vyrų ir moterų įvaizdžius, egzistuojančius lietuviškuose tinklaraščiuose.

**Tyrimo tikslas** – išanalizuoti internetiniais dienoraščiais besidominčios visuomenės nuomonę apie moterų ir vyrų įvaizdžius taip pat jų komunikacijos panašumus ir skirtumus.

Tikslui pasiekti keliama šie **uždaviniai**:

- ištirti skirtingų lyčių tinklaraščių rašymo, skaitymo ir jų dažnumo tendencijas;

- nustatyti vyrams ir moterims aktualiausias temas ir su jomis susijusius stereotipus lietuviškuose tinklaraščiuose;
- nustatyti skirtingoms lytims būdingus tinklaraščių rašymo panašumus ir skirtumus.
- palyginti gautus rezultatus su užsienyje egzistuojančiais vyrų ir moterų raškos tinklaraščiuose tyrimais ir nustatyti tendencijas lietuviškuose tinklaraščiuose;

**Tyrimo hipotezė.** Požiūriui į lyties raškos tinklaraščiuose daro įtaką visuomenėje egzistuojanti stereotipinių modelių, jog vyrai ir moterys turi griežtai atskirtas domėjimosi sritis ir komunikacijos būdus, įtaka.

**Tyrimo tipas:** analitinis.

**Tyrimo metodas.** Siekiant objektyviai įvertinti lyties aspektą tinklaraščiuose buvo atlikta anketinė apklausa, kurios metu gauta informacija apibendrinta ir pateikti rezultatai.

## ***2.1 Tyrimo metodologija ir pagrindas***

Siekiant nustatyti vyrų ir moterų nuomonę apie skirtingoms lytims būdingas tinklaraščių rašymo ir skaitymo tendencijas, komunikacijos panašumus ir skirtumus, aktualias temas internetiniuose dienoraščiuose pasirinktas vienas iš kiekybinių tyrimo metodų – apklausos būdas. Respondentai apklausti internetinės apklausos, anketavimo būdu. Tyrimas atliktas 2011 m. balandžio 14-24 dienomis. Apklausa šiam darbui buvo vykdoma atsitiktinės atrankos metodu, naudojant anketa, kuri buvo patalpinta internetiniame tinklalapyje [www.apklausa.lt](http://www.apklausa.lt).

**Tyrimo imtis.** Apklausti įvairaus amžiaus 185 respondentai, turintys skirtingą išsilavinimą, darbo stažą, užimančius įvairias pareigas.

**Tyrimo patikimumas.** Renkant tyrimo duomenis buvo užtikrinta tyrimo etika, laikantis anonimiškumo ir savanoriškumo principų. Respondentams buvo suteikta informacija apie tai, kad anketos duomenys naudojami tik tyrimo tikslais.

Vertinant apklausos rezultatus, būtina kreipti dėmesį į statistinę paklaidą. Ji atsiranda dėl to, kad yra daroma respondentų atranka, o ne vykdoma ištisinė apklausa. Ši paklaida yra apskaičiuojama matematiškai. Skaičiuojant procentais paklaida – 10 proc. Suvestų duomenų pagrindu sudarytos lentelės ir grafikai. Gauti duomenys toliau darbe detalizuojami.

**Anketos sudarymas.** Tyrimui parengta anketa, kuria siekiama išsiaiškinti respondentų nuomonę analizuojama tema (žr. 2 priedą). Anketa sudaro 21 klausimas. Pirmieji 17 klausimų - teminiai, t.y. skirtinga lyčių raškos tematika, likusieji 4 - demografiniai. Pastarieji klausimai buvo pateikti norint išsiaiškinti respondentų amžių, išsilavinimą ir kt. Visi anketoje pateikti klausimai uždari, t.y. respondentams palikta galimybė atsakymą pasirinkti iš duotų variantų.

Duomenų analizė atlikta naudojant SPSS programinę įrangą. Tyrime pateikiami rezultatai, nurodant bendrąjį atsakymų pasiskirstymą ir pasiskirstymą pagal socialinę - demografinę charakteristiką – respondento lytį.

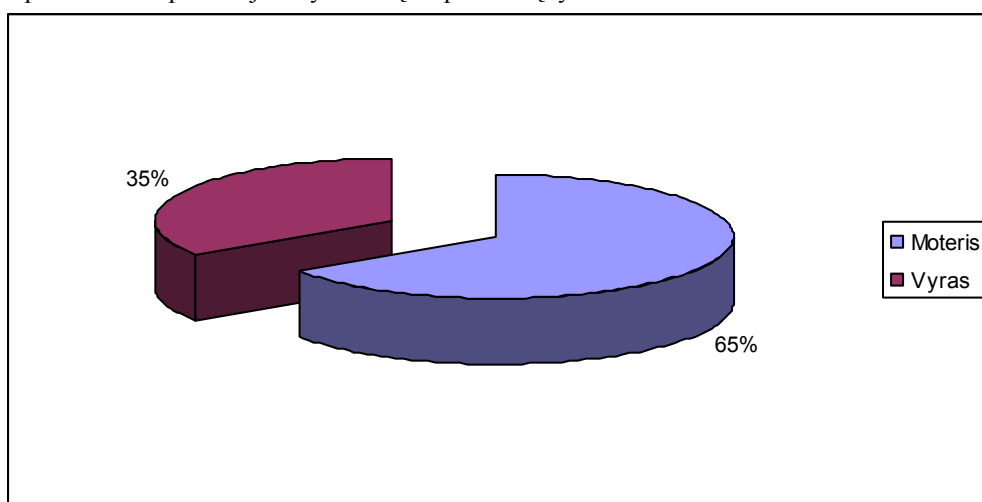
## 2.2 Tyrimo rezultatai

### 2.2.1. Socialinė demografinė apklaustųjų charakteristika

Kaip minėta tyrimo metodologijos aprašyme dalį klausimų tyrime sudarė socialinė – demografinė informacija. Respondentų klausta darbinės padėties, išsilavinimo, amžiaus ir lyties.

Vyriškumo ir moteriškumo raiškos tinklaraščiuose tyrime apklausti įvairaus amžiaus respondentai. 7 paveiksle galima matyti, kad didžiausią dalį, 65 proc. visų respondentų sudarė moterys, o iš visų apklaustųjų - 35 proc. vyrai.

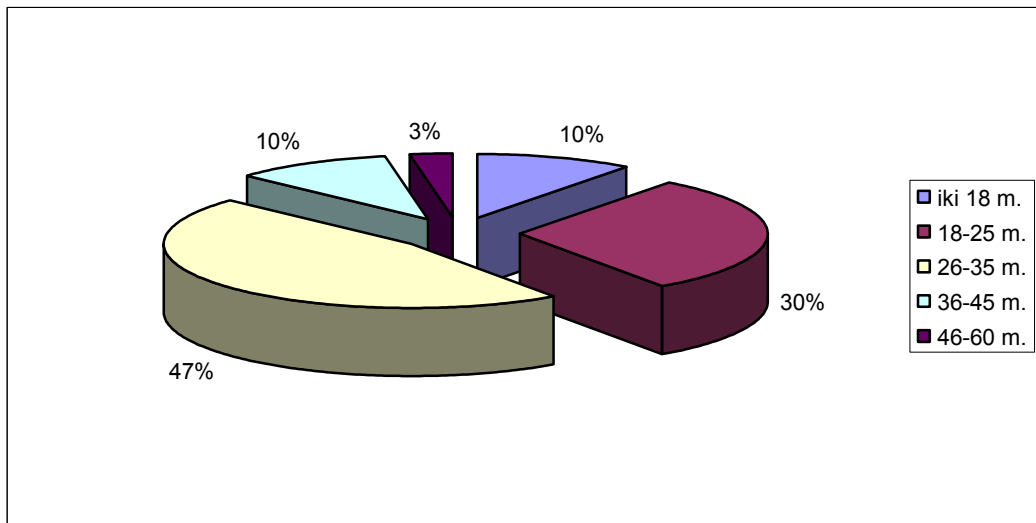
7 paveikslas. Apklausoje dalyvavusių respondentų lytis



Šiuos duomenis galima gretinti su jau aptartais *gemiusAudience* 2009 metų rugsėjo mėnesio interneto auditorijos tyrimo duomenimis, kur nustatyta, jog vyrų ir moterų naudojimosi internetu procentinis pasiskirstymas skiriasi labai nežymiai [10]. Tai rodo, jog esant panašiam interneto vartotojų skaičiui, moterys apklausoje yra aktyvesnės. Viena iš šio aktyvumo pagrindimo prielaidų gali būti, jog moterys labiau nei vyrai yra linkusios dalyvauti apklausose, kita prielaida gali būti siejama su tinklaraščiais, kaip moterims labiau nei vyrams aktualesne komunikacijos priemone.

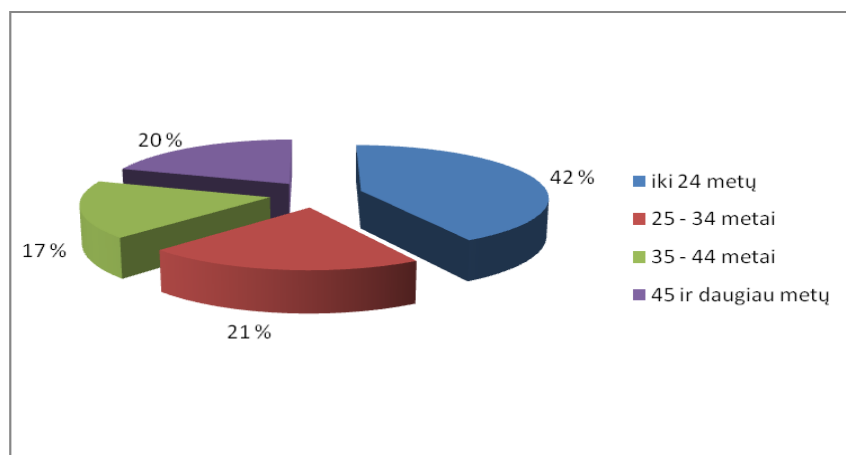
Aiškinantis apklaustųjų respondentų amžiaus sudėtį, nustatyta, jog iš 185 apklaustų asmenų, net 47 proc. visų apklaustųjų sudarė 26-35 metų respondentai, 30 proc. visų apklaustųjų sudarė 18-25 metų asmenys. Tuo tarpu respondentai iki 18 metų ir 36-45 metų sudarė po 10 proc. (8 pav.)

8 paveikslas. Apklausoje dalyvavusių respondentų amžiaus grupės



Vos tik 3 proc. visų apklaustųjų vykdomoje apklausoje sudarė 46-60 metų asmenys. Preliminariai šiuos duomenis taip pat galima lyginti su *gemiusAudience* interneto naudojimo tyrimu (9 pav.) Remiantis šiais duomenimis galima pastebėti tendencijas, jog lyčių raiškos apklausoje itin pasyviai dalyvavo 36 – 45 m. ir 46 – 60 m. žmonės, kurie internetu paprastai naudojami dažniau. Galima manyti, jog šiai amžiaus kategorijai tinklaraščiai nėra aktualūs. Itin gausiai apklausoje dalyvavo 26 – 35 m. amžiaus respondentai, kurie lyginant pagal bendrą naudojimosi internetu dažnumą nėra pati aktyviausia amžiaus kategorija. Tai taip pat galima sieti su temos aktualumu šiai amžiaus grupei.

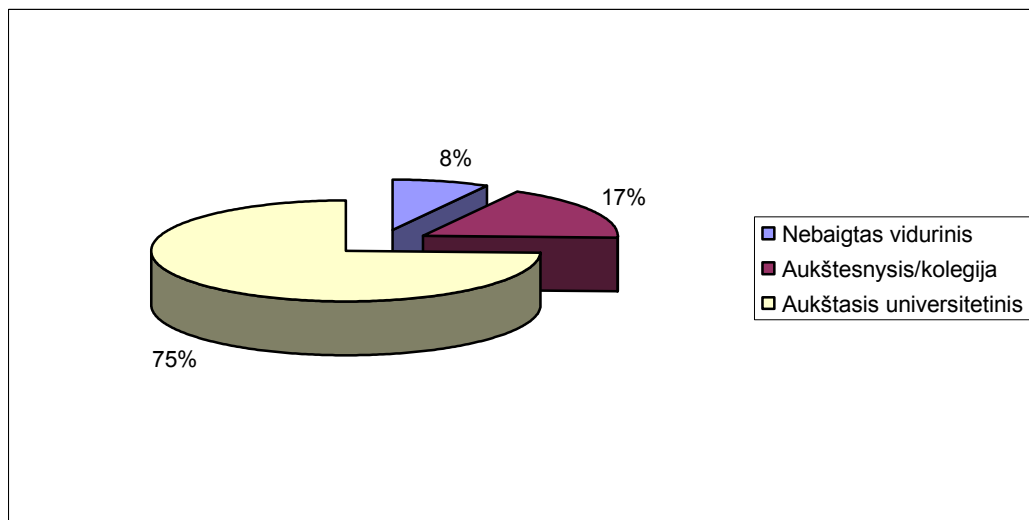
9 paveikslas. Interneto vartojimas pagal skirtingas amžiaus grupes



Šaltinis: *GemiusAudience*; 2009 09 duomenimis

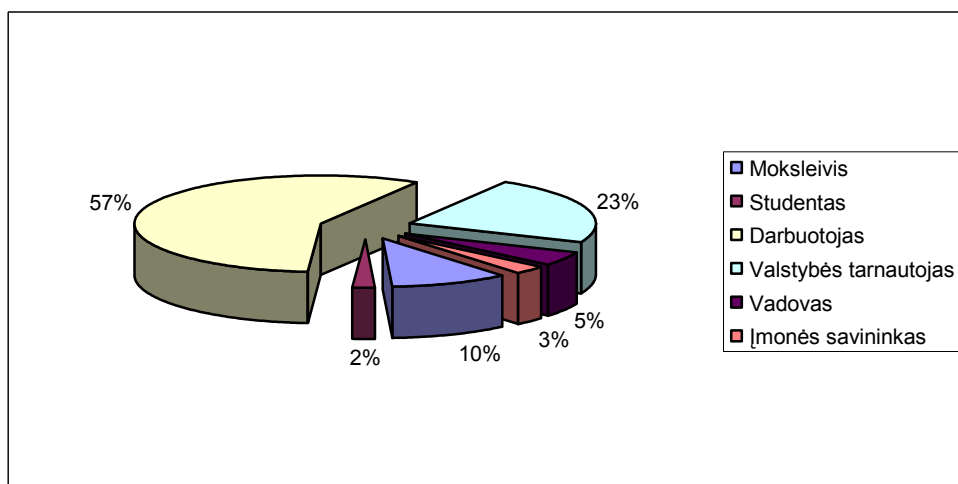
Įvertinus respondentų išsilavinimą, pastebėta, jog daugiausia (75 proc.) apklaustųjų buvo asmenys turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą, 17 proc. – aukštesnįjį/kolegijos išsilavinimą. Mažiausiai apklausoje dalyvavusi grupė (8 proc.) dar neturėjo vidurinio išsilavinimo (10 pav.).

10 paveikslas. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą



Darbinės padėties duomenys parodė, jog daugiausia (57 proc.) respondentų yra dirbantys, tačiau neužima vadovaujančių pozicijų bei nėra valstybės samdomi, 23 proc. – valstybės tarnautojai. Vadovo pareigas užimantys asmenys sudaro 5 proc, įmonės savininkai – 3 proc, o studentai – 2 proc. Reikia atkreipti dėmesį, kad 10 proc. visų apklaustųjų sudaro moksleiviai (11 pav.).

11 paveikslas. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal darbinę padėtį



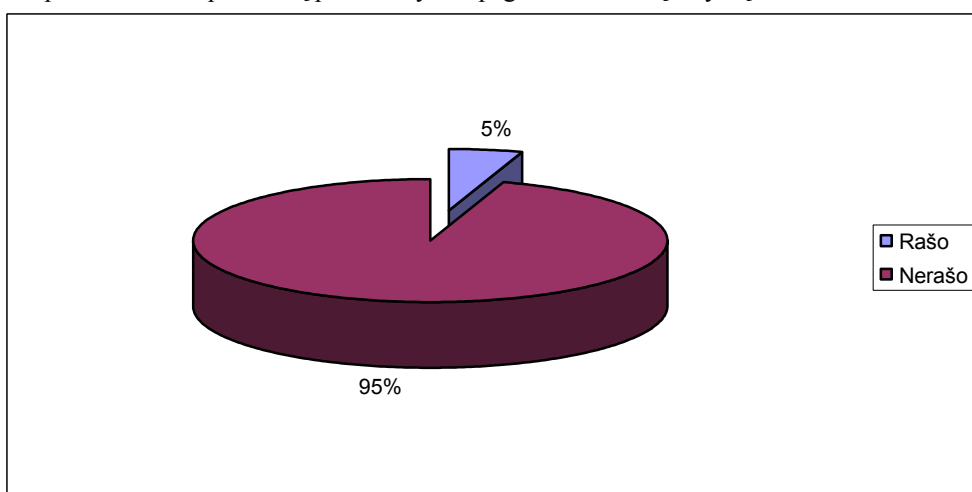
Apibendrinant demografinius duomenis, galima teigti, jog tinklaraščių vyriškumo ir moteriškumo įvaizdžių tyrime itin aktyvios buvo moterys, kurių tyrime dalyvavo beveik du kartus daugiau nei vyrų. Tai galima sieti su didesniu temos susidomėjimu ir/arba didesniu polinkiu

dalyvauti anketinėse apklausose. Pagrindinė tyrimo amžiaus kategorija 26 – 35 m. Remiantis bendrais interneto auditorijos tyrimo duomenimis, didesnio aktyvumo laukta iš 36 – 60 amžiaus respondentų, tačiau vertinant, jog tinklaraščiai yra dar visiškai nauja sritis, o jaunesnio amžiaus asmenys inovacijas yra linkę priimti greičiau, šios amžiaus sudėties visiškai pakanka išsamiam tyrimui atlikti. Tyrimo dalyvavo absoliuti dauguma respondentų, turinčių aukštąjį universitetinį išsilavinimą bei šiuo metu dirbantys, bet neužimantys vadovaujančių pozicijų bei netarnaujančių valstybei, t.y. privačiame versle dirbantys individai.

### 2.2.2 Tinklaraščių rašymo ir skaitymo dažnumo tendencijos

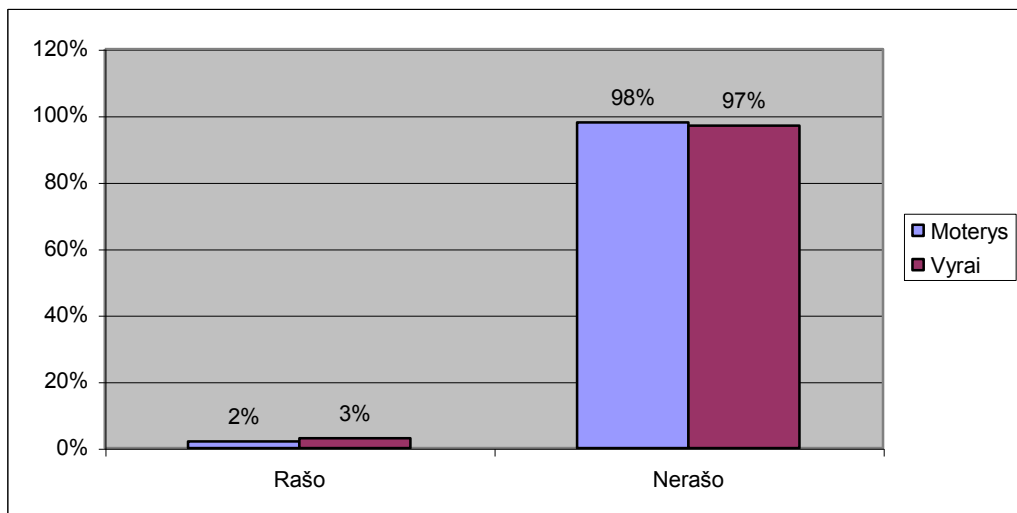
Tiriant moteriškumo ir vyriškumo raišką, pirmiausia siekta nustatyti, kokią sąsają apklaustieji turi su tinklaraščiais. Reikia pastebėti, jog nagrinėjant šią temą būtina išskirti kelias domėjimosi kategorijas. Pirmoji kategorija apima asmenis, kurie tinklaraščius rašo. Tai žmonės, nuo kurių priklauso tinklaraščių turinys. Kita kategorija yra asmenys, skaitantys tinklaraščius. Jie tiesiogiai nėra atsakingi už tinklaraščių turinį, tačiau turi komentavimo galimybę. Esama įvairių šių kategorijų variacijų, kaip antai: tik skaito, ne tik skaito, bet ir rašo, tik rašo ir t.t. Vienaip ar kitaip, tiek rašantieji, tiek skaitantieji tiesiogiai susiduria su tinklaraščių turiniu, taigi jų nuomonė yra svarbi tiriant vyriškumo ir moteriškumo įvaizdžius internetiniuose dienoraščiuose. Apklausos duomenys rodo, jog vos 5 proc. visų respondentų patys rašo tinklaraščius, 95 proc. apklaustųjų šia veikla neužsiima (12 pav.).

12 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščių rašymą



Žvelgiant giliau į rašančiųjų sudėtį lyties aspektu, pastebėta, jog vyrai dažniau nei moterys rašo tinklaraščius (vyrų – 3 proc. visų apklausiųjų ir 2 proc. – moterų) (13 pav.).

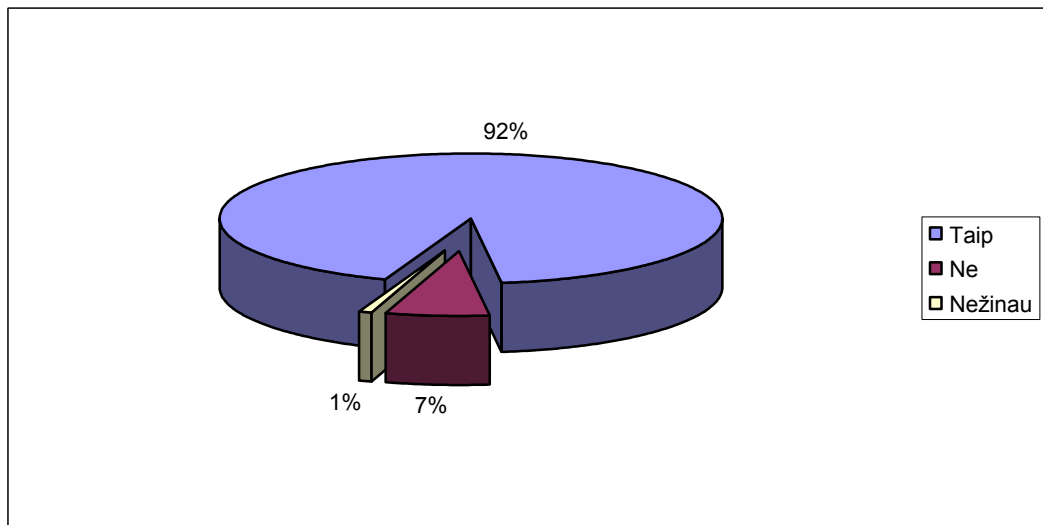
13 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas lyties aspektu pagal tinklaraščių rašytojų lytį



Teorinėje darbo dalyje išskirta, jog užsienio tyrimuose vyrauja tendencija, jog dažnesni tinklaraščių rašytojai vyrai. Ši tendencija pagrindžiama ir šio tyrimo rezultatais. Reikia pažymėti, jog respondentų savęs priskyrimas prie rašančiųjų tinklaraščius yra labai nedidelis, taigi šių duomenų negalima laikyti itin reprezentatyviais. Sunku teigti, kad būtų gauti analogiški rezultatai, jei respondentų skaičius būtų ženkliai didesnis. Taigi tikslinga skirtingų lyčių raišką nagrinėti, ne per tinklaraščius rašančiųjų, o per juos skaitančiųjų asmenų prizmę.

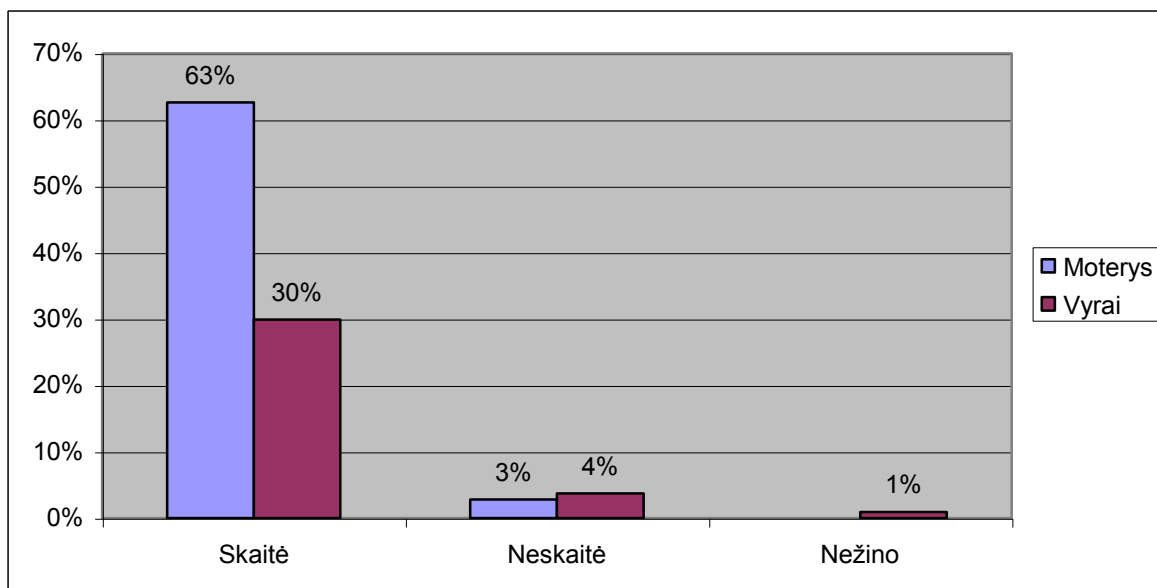
Tyrime taip pat įvertinta, jog apklausoje dalyvavo respondentai niekada neskaite tinklaraščių. Tačiau anketinės apklausos duomenys parodė, jog absoliučioji dauguma (92 proc.) apklaustųjų yra bent kartą skaitę tinklaraštį, 7 proc. teigia, kad nėra to darę, o 1 proc. nurodo, kad nežino, ar yra skaitę tinklaraštį (14 pav). Nežinojimas šiuo atveju negali būti vertinamas kaip neskaitymas, nes šį procentą gali sudaryti dalis respondentų, kurie yra skaitę tinklaraščius, tačiau dėl tinklaraščių bruožų neidentifikavimo, negalėjo šios komunikacijos priemonės priskirti šiai kategorijai.

14 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščių skaitymą



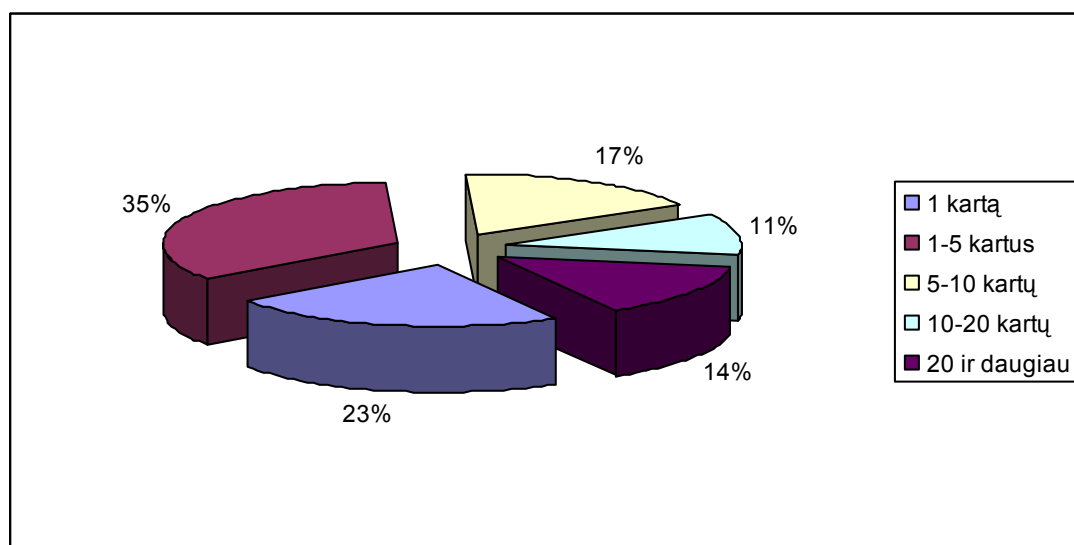
Detalesnė tinklaraščių skaitomumo analizė lyčių aspektu rodo, kad tiek moterys (63 proc.), tiek vyrai (30 proc.) yra skaitę tinklaraščius (15 pav). 4 proc. visų apklaustųjų vyrų ir 3 proc. apklausoje dalyvavusių moterų – jų neskaito. Tik 1 proc. visų respondentų vyrų nežino, ar yra kada nors skaitę tinklaraštį. Čia reikėtų pabrėžti labai žymų atotrūkį tarp vyrų ir moterų, skaitančių tinklaraščius. Daugiau nei dvigubai daugiau moterų skaito tinklaraščius. Šie rezultatai paneigia teorinėje darbo dalyje užsienio tyrimais patvirtintus duomenis, jog moterys yra pasyvesnės IT srityje dėl galimo prastesnio technologijų išmanymo. Remiantis šiais duomenimis galima daryti prielaidą, jog Lietuvos moterų žinios technologijų srityje nenusileidžia, o gal ir lenkia vyrų kompetenciją. Kitas svarbus aspektas, jog aktyvesnį moterų dalyvavimą apklausoje taip pat galima sieti su tinklaraščių temos aktualumu daugiau moterims nei vyrams.

15 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas lyties aspektu pagal tinklaraščių skaitymą



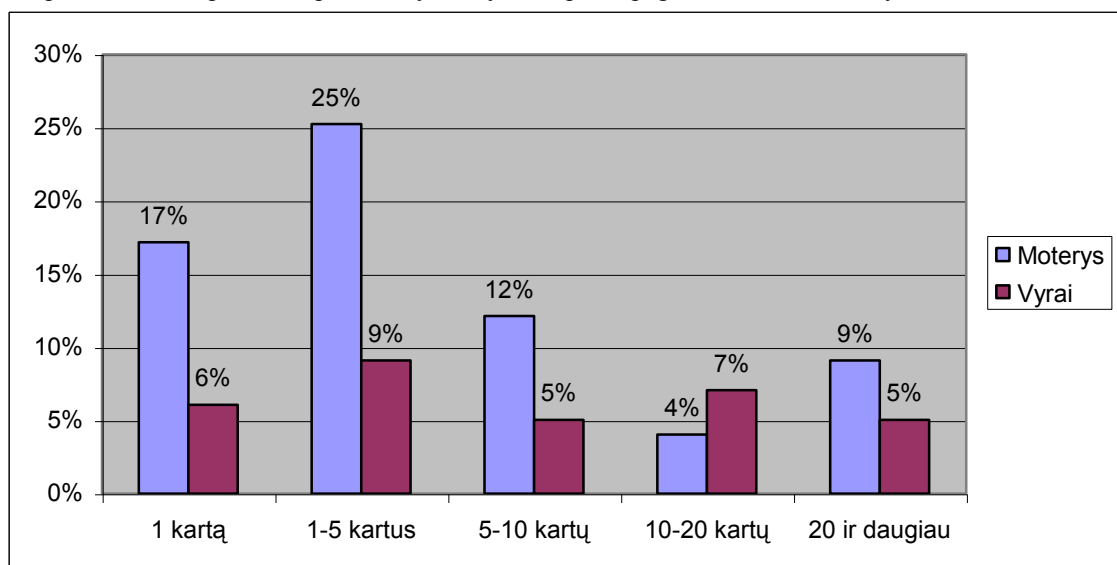
Apklausoje siekta įvertinti ne tik kiekybę (kiek vyrų ir kiek moterų skaito internetinius dienoraščius), tačiau tirtas ir jų skaitymo dažnumas. Čia tyrimo duomenys pasiskirstė netolygiai (16 pav.). Daugiausiai apklaustųjų respondentų (35 proc.) skaito tinklaraščius vidutiniškai 1-5 kartus per mėnesį, 23 proc. – kartą per mėnesį. Mažiau, 17 proc. respondentų, nurodė, kad tinklaraščius skaito 5-10 kartų per mėnesį, o 14 proc. – 20 ir daugiau kartų. Mažiausiai (11 proc.) respondentų teigia, kad vidutiniškai per mėnesį skaito tinklaraščius 10-20 kartų. Tendencija aiški, jog vidutiniškai per mėnesį tinklaraščiai yra skaitomi nuo 1 iki 5 kartų. Šie skaičiai leidžia teigti, jog lietuviški tinklaraščiai nėra ta komunikacijos priemonė, į kurią individai atklysta gauti kasdienę einamąją informaciją, ji dažniausiu atveju lankoma tik tada, kai turimas aiškiai išreikštas poreikis.

16 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščių skaitymo dažnumą



Pažvelgus į šiuos duomenis per lyties aspektą matyti, kad tiek moterų, tiek vyrų tinklaraščių skaitymo dažnumas labai varijuoja. (17 pav.). Didžiausias skirtumas tarp vyrų ir moterims būdingų skaitymo dažnumo įpročių pastebimas 1 – 5 kartus per mėnesį skaitomuose tinklaraščiuose, santykis toks: 25 proc. moterų ir 9 proc. vyrų. Šie duomenys leidžia lyginti vyrų ir moterų skaitymo įpročius: populiariausia tinklaraščius skaityti nuo 1 iki 5 kartų per mėnesį ir moterims tai daro beveik tris kartus dažniau. Mažiausias skirtumas tarp vyrų ir moterų tinklaraščių skaitymo išvelgiamas, kai tinklaraščiai skaitomi 10 ir daugiau kartų per mėnesį. Šia duomenys leidžia daryti išvadą, jog vyrams tinklaraščių skaitymo procesas yra labiau kasdieniškesnis reiškinys, moterims tinklaraščių skaitymas daugiau yra pavienis iškilus tam tikram poreikiui.

17 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas lyties aspektu pagal tinklaraščių skaitymo dažnumą



Užsienio tyrimai rodo, jog visuomenėje egzistuoja nuomonė, jog tinklaraščius dažniau rašo vyrai nei moterys, šis tyrimas patvirtino esant tokią pat situaciją lietuviškuose tinklaraščiuose. (13 pav.) Tiesa, didelis atotrūkis tarp dažniau tinklaraščius rašančios lyties neegzistuoja, tačiau tendencija lieka vyrų pusėje. Čia įdomi ir respondentų vyraujanti stereotipinė nuomonė apie tam tikros lyties rašymo dažnumą. Reikia pažymėti, jog egzistuojanti nuomonė gali nesutapti su tuo, kokios lyties tinklaraščius respondentai noriau renkasi. Taigi tyrime analizuoti du aspektai t.y ne tik respondentų nuomonė, tačiau ir pats rašymo - pasirinkimo faktas lyties aspektu. Klausta dviejų dalykų:

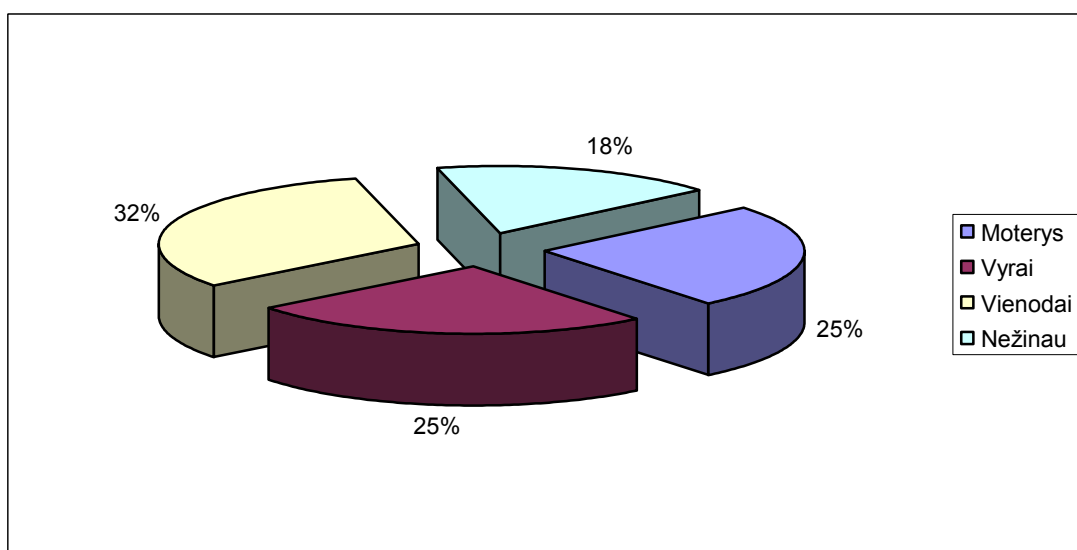
1. Kurios lyties atstovai, respondentų nuomone, rašo dažniau;
2. Kokios lyties parašytus tinklaraščius jie patys skaito dažniau;

Tyrimo duomenys atskleidžia, kad 32 proc. respondentų mano, kad tiek vyrai, tiek moterys tinklaraščius rašo vienodai, po 25 proc. visų apklaustųjų pateikė nuomonę, jog viena ar kita jų pasirinkta lytis yra pranašesnė, 18 proc. visų respondentų nežino, kuri lytis dažniausiai rašo

tinklaraščius (18 pav.). Nežinojimo faktorių galima pagrįsti tuo, jog tinklaraščiai yra rašomi ir anonimiškai, taigi kartais nustatyti rašančiojo lytį yra sunku.

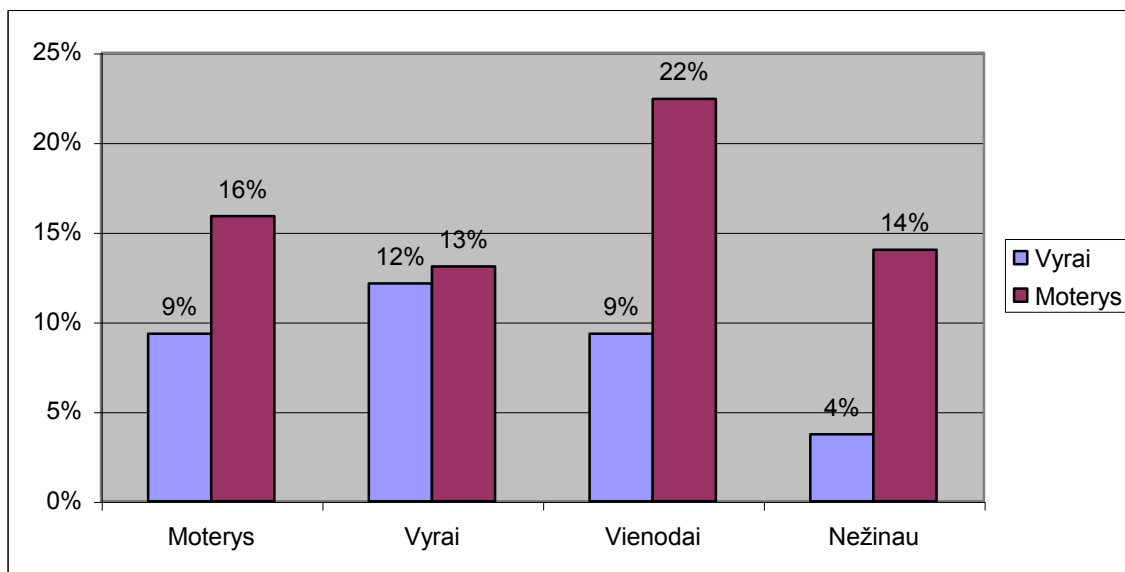
Gauti rezultatai leidžia teigti, jog respondentų manymu, negalima išskirti vienos konkrečios labiau tinklaraščius rašančios lyties. Tiek vyrai, tiek moterys internetinius dienoraščius rašo vienodai. Kaip minėta anksčiau ši nuomonė yra klaidinga, nes tinklaraščių rašymas labiau priskiriamas vyrų veiklai nei moterų. Galima manyti, jog tokia nuomonė visuomenėje egzistuoja todėl, kad skaitytojai neteikia tinklaraščių autoriams didelės reikšmės, taigi dažnai net neatkreipia dėmesio į internetinį dienoraštį rašančiojo lytį. Šis aspektas bus nagrinėjamas tolesnėse tyrimo dalyje.

18 paveikslas. Respondentų nuomonė apie dažnesnį tinklaraščio rašytojo lytį



Šis klausimas taip pat analizuotas per skirtingų lyčių nuomonę. Čia rezultatai dar įdomesni. Moterys yra linkusios manyti, jog tinklaraščių autoriai vienodai yra ir vyrai ir moterys (22 proc.), o jei joms būtų liepta išskirti konkrečią lytį, jos galvotų, jog moterys būtų dažnesnės tinklaraščių autorės (16 proc.). Vyrų nuomonė šiuo atveju labai išsiskyrė, jie linkę manyti, jog jų lyties atstovai tinklaraščius rašo dažniau (12 proc.) (19 pav.).

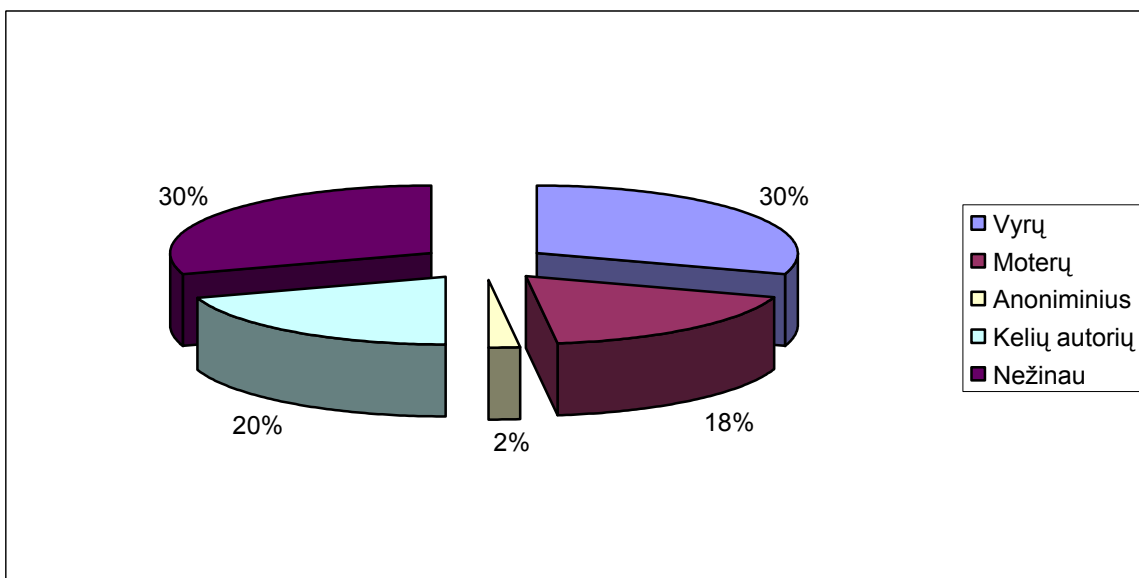
19 paveikslas. Respondentų nuomonė lyties aspektu pagal dažnesnį tinklaraščio rašytojo lytį



Čia galima pastebėti, jog moterų paneigė nuomonę apie vyraujančią įvaizdį, jog dažnesni internetinių dienoraščių autoriai vyrai, o arčiausiai šio įvaizdžio buvo vyrai, nes jie labiau mano, kad vyrai yra dažnesni tinklaraščių rašytojai. Vyrų nuomonė šiuo atveju labiausiai atitinka užsienio tyrimais pagrįstą faktą, jog vyrai dažnesni tinklaraščių autoriai. Galima daryti išvadą, jog vyrai turi daugiau informacijos apie realią situaciją, taigi nuomonės jų pagrindu kuriamas įvaizdis teisingesnis nei moterų. Moterų norėjimą būti lygiavertėmis tinklaraščių autorėmis galima sieti su nuolatiniu moterų siekiu turėti lygias teises su vyrais.

Kaip minėta, šis klausimas turi du aspektus, pirmuoju atveju išsiaiškinta vyraujanti nuomonė, tačiau ne mažiau svarbus faktas, kokios lyties tinklaraščių rašytojas respondentų pasirenkamas dažniau. Nustatyta, jog patys apklaustieji mieliau renka vyrų sukurtus internetinius dienoraščius arba nežino, neidentifikuoja konkrečios lyties. (20 pav.).

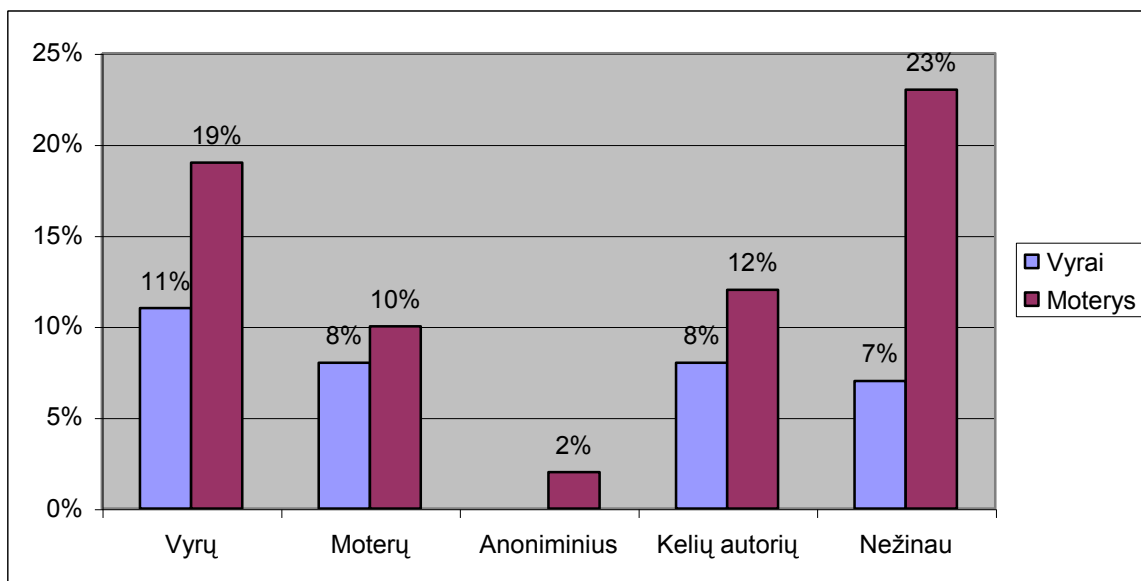
20 paveikslas. Respondentų pasirenkama tinklaraščio rašytojo lytis



Daugiausiai, po 30 proc. visų respondentų nurodė, kad dažniau skaito vyrų tinklaraščius, tokia pati dalis nežino, kurios lyties tinklaraščius dažniau skaito. Mažesnę dalis respondentų (20 proc.) skaito kelių autorių tinklaraščius, 18 proc. mieliau renkasi moterų rašomus tinklaraščius. Mažiausiai (2 proc.) apklaustieji skaito anoniminius tinklaraščius.

Pažvelgus į šiuos duomenis skirtingų lyčių aspektu nustatyta tendencija, jog apklaustieji vyrai mieliau renkasi skaityti vyrų (11 proc.) rašomus tinklaraščius, nei kad moterų (8 proc.). Tačiau moterys dažniausiai nežino (23 proc.), o gal net nesidomi, kurios lyties rašomą tinklaraštį skaito. Taip pat moterys renkasi anoniminius (2proc.) tinklaraščius, kai vyrai šio pasirinkimo net nevertina kaip galimo (21 pav.). Aiškintis priežastis, kodėl vyrai ir moterys daugiau renkasi vyrų parašytus tinklaraščius gana sudėtinga, todėl būtina pažvelgti į vyrų ir moterų pasirenkamas temas tinklaraščiuose bei komunikavimo būdus. Tai daroma tolesnėse darbo dalyse.

21 paveikslas. Respondentų pasirenkama tinklaraščio rašytojo lytis skirtingų lyčių aspektu



Apibendrinant galima teigti, jog vyrai yra dažnesni tinklaraščių autoriai, nors beveik perpus mažiau vyrų lyginant su moterimis skaito tinklaraščius, tačiau jie labiau linkę juos skaityti 1-5, 10-20 kartų per savaitę. Šiuo atveju daugiau moterų skaito tinklaraščius, tačiau jos dažniau renkasi iki 10 tinklaraščių per mėnesį. Čia išvelgtas dėsniumas, jog vyrai labiau tinklaraščių skaitymą traktuoja kaip kasdieniškesnę veiklą, moterims tai daugiau yra nereguliarus informacijos gavimas. Remiantis duomenimis šį dėsniumą galima aiškinti tuo, jog vyrai būdami dažnesni tinklaraščių rašytojai, dažniau išsityrinėja konkurencinę aplinką, kas ir lemia kasdieniškesnį vyrų tinklaraščių skaitymą. Moterims šiuo atveju priskiamas daugiau epizodinis tinklaraščių skaitymas.

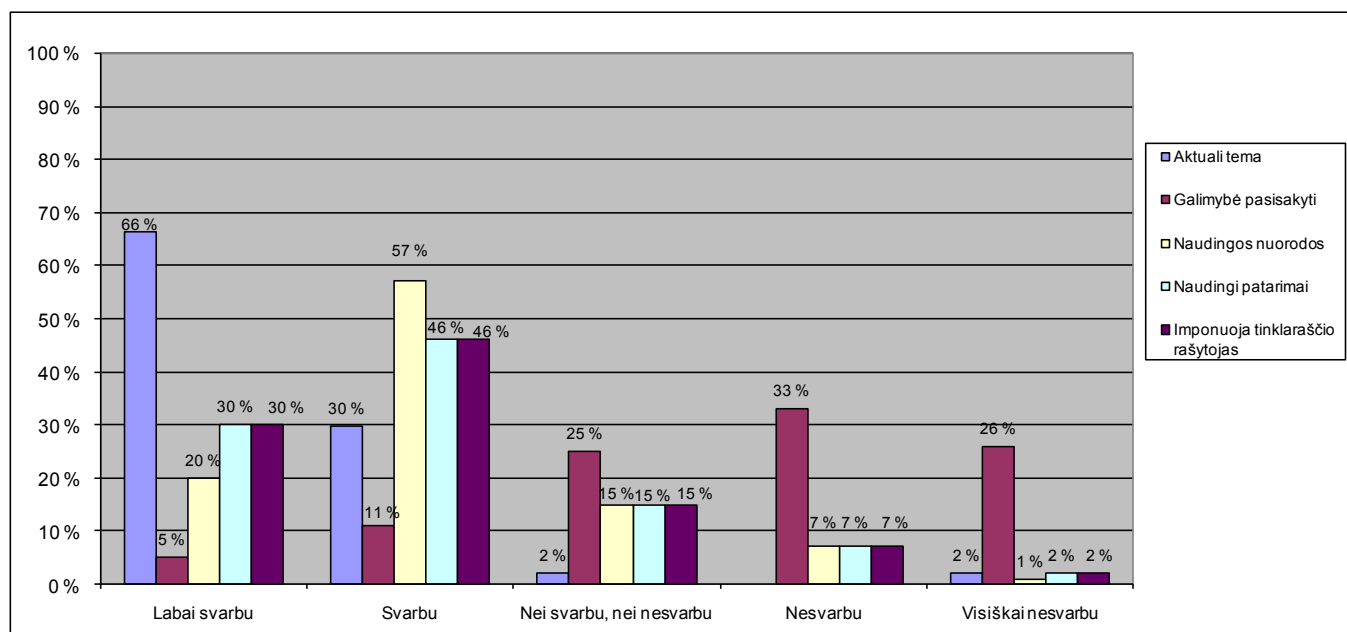
Vertinant vyrų ir moterų nuomonę ir realų faktą apie lytį, kuri linkusi tinklaraščius rašyti dažniau pastebėta, jog vyrai mano, jog būtent jie dažniau rašo tinklaraščius, o jų realaus pasirinkimo tyrimai taip pat atskleidė, jog jie vyriškos lyties tinklaraščius dažniau renkasi. Moterų duomenys šiuo klausimu kontraversiški. Jos labiau įsitikinę, jog abi lytys vienodai rašo tinklaraščius, tačiau jų pasirinkimo tai neapsprendžia, nes moterys realiai rinkdamosi tinklaraščius nekreipia dėmesio į jų autorius, o tos kurios kreipia, labiau renkasi vyrų sukurtus tinklaraščius. Taigi galima teigti, jog moterys viešai deklaruoja, jog jos pačios dažnesnės internetinių dienoraščių autorės, tačiau dažniau skaito priešingos lyties sukurtus tinklaraščius. Toks reiškinys gali būti sietinas su moterų noruturėti lygias teises su vyrais ir šioje tinklaraščių rašymo ir skaitymo srityje. Tačiau privalu įvertinti ir tai, jog vyriškų tinklaraščių didesnį skaitomumą gali lemti kiti kriterijai, kaip antai: aktuali tema ar vyrų komunikacijos būdas, priimtinesnis ir vyras, ir moterims. Šios temos gvildenamos tolesnėse darbo dalyse.

### 2.2.3. Teminis lyčių raiškos aspektas

Tyrime nustatyta, jog vyrų rašomi tinklaraščiai populiarešni nei moterų. Šio reiškinių priežasčių galima ieškoti viename iš tinklaraščių skaitomumą lemiančių aspektų – temose. Skirtingos temos domina skirtingus interesus turinčius individus. Teorinėje darbo dalyje išskirta, jog yra didelė diferenciacija tarp moterims ir vyrams aktualių temų tinklaraščiuose. Vyrauja stereotipas, jog moterims įdomiausios temos tinklaraščiuose susijusios su šeima, namais, santykiais, o vyrai daugiau domisi politika, technologijomis ir pinigais. *GemiusAudience* interneto auditorijos tyrime taip pat atskirtos moterų ir vyrų veiklos sferos. Prieš pradedant analizuoti vyrams ir moterims aktualias temas tinklaraščiuose, svarbu nustatyti kokiais apskritai kriterijais vadovaujasi Lietuvos piliečiai atsirenkant mėgiamą tinklaraštį.

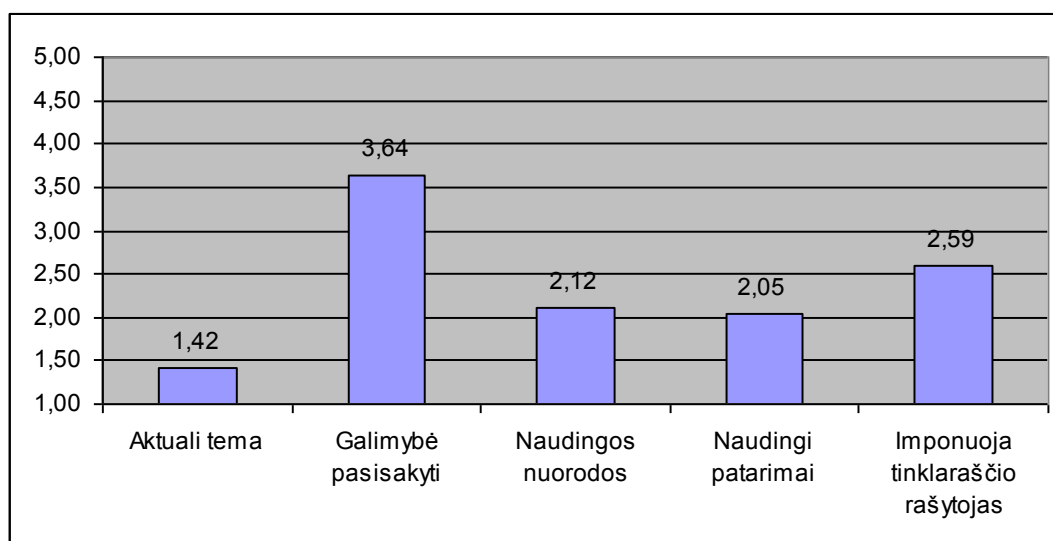
Tyrimo duomenimis nustatyta, jog svarbiausi kriterijai respondentams renkantis tinklaraštį yra aktuali tema (66 proc.), naudingos nuorodos (57 proc.), naudingi patarimai (46 proc.) ir tai, kad imponuoja tinklaraščio rašytojas (46 proc.). Prie pačių nesvarbiausių kriterijų apklaustieji priskyrė galimybę pasisakyti. (22 pav.)

22 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščio rinkimosi kriterijų



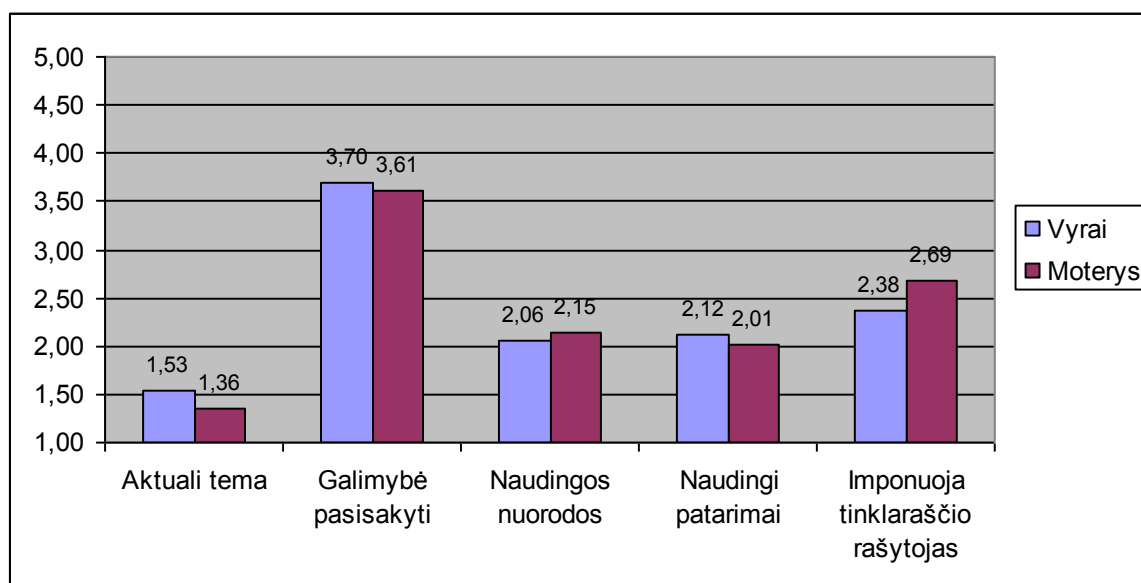
Šie duomenys rodo, jog aktuali tema yra esminis kriterijus, apsprendžiantis tinklaraščio pasirinkimą. Siekiant dar tikslesnių nuomonių paskaičiuoti pasirinkimų vidurkiai, kur mažiausias koeficientas rodo svarbiausią kriterijų, o didžiausias – nesvarbiausią (23 pav.).

23 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščio rinkimosi kriterijų vidurkiai



Galima pastebėti, jog didžiausias skirtumas yra tarp temos aktualumo ir galimybės pasisakyti. Taigi galima teigti, jog pats svarbiausias aspektas renkantis tinklaraščius – tema. Svarbiausi kriterijai analizuoti ir pagal skirtingų lyčių apsisprendimą (24 pav.). Gautais duomenimis tiek vyrai, tiek moterys išskiria panašius kriterijus. Abiems lytims labai svarbu yra aktuali tema. Pastebėtas faktas, jog vyrams svarbesnės naudingos nuorodos, renkantis tinklaraščius, na o moterims labiau imponuoja naudingi patarimai. Šiuos duomenis taip pat galima sieti su stereotipais, jog moterims priskiriama patarimų sfera, susidedanti iš nuomonių, gandų; vyrai esti tikslesni, taigi jie informacijos ieško ne patarimuose, bet per tiesiogines nuorodas.

24 paveikslas. Skirtingų lyčių tinklaraščių rinkimosi kriterijų vidurkiai

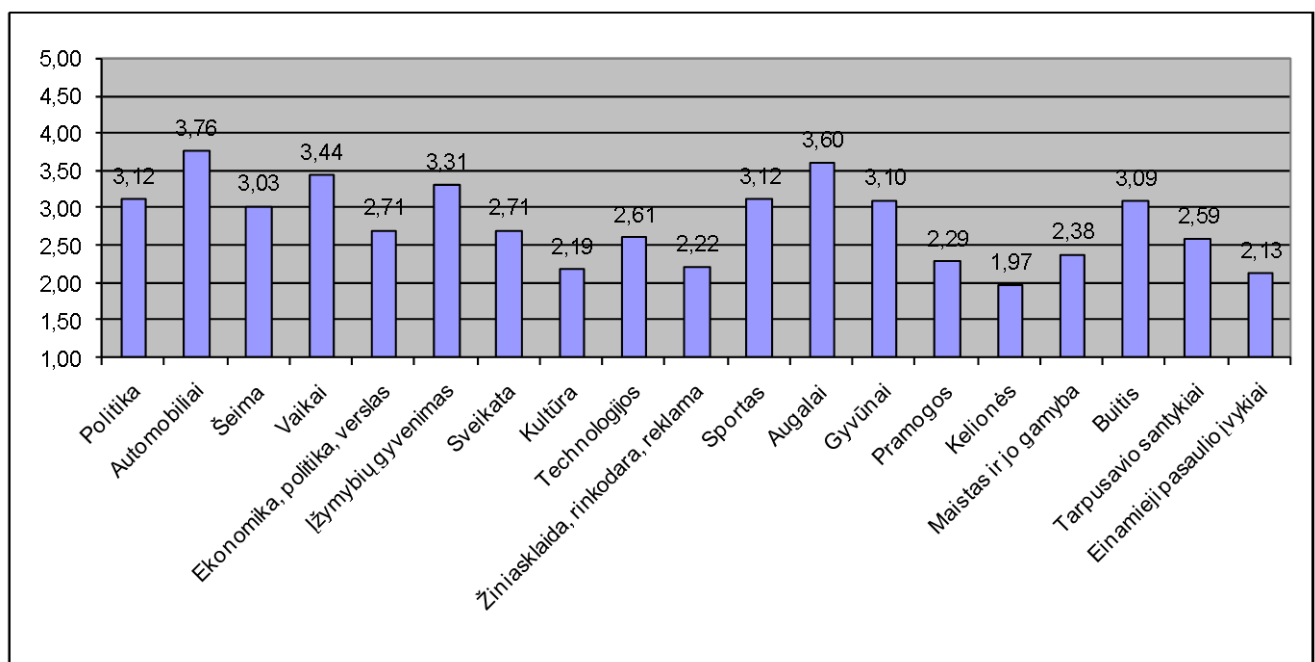


Vyrams taip pat svarbu ar imponuoja tinklaraščio rašytojas, tuo tarpu moterims tai nei svarbu, nei nesvarbu. Šiuos duomenis galima sieti su ankstesniais pastebėjimais, jog vyrai labiau nei moterys atkreipia dėmesį, kas yra tinklaraščio autoriai, taigi jie palaiko glaudesnius ryšius. Moterims ši informacija yra mažiau svarbi, tai gali būti priežastis, dėl ko joms mažiau imponuoja tinklaraščio rašytojai. Ši lentelė taip pat pagrindžia teorinėje darbo dalyje nustatytą faktą, jog vyrams mažiausiai aktualus kriterijus atsirenkant tinklaraščius – galimybė pasisakyti. Taigi kalbėjimo ir komunikacijos palaikymo savybė tinklaraščiuose mažiausiai sietina su vyriškumo įvaizdžiu.

Vyriškumo ir moteriškumo raiška lietuviškuose tinklaraščiuose per teminę prizmę analizuota dviem būdais, t.y. klausta respondentų, kokios temos jiems yra įdomios taip pat aiškinasi, kokios temos turėtų būti įdomios ir tuo pačiu svarbios priešingos lyties atstovams. Pastaruoju klausimu aiškinasi, kokie egzistuoja stereotipiniai įvaizdžiai apie vyrams ir moterims įdomias, svarbias temas.

Suskaičiavus tyrimo duomenis ir juos pavertus vidurkiais, kur žemesnis skaitmuo rodo įdomesnę temą ir atvirkščiai, gauti rezultatai, jog tinklaraščių apklaustiesiems bendrai vyrams ir moterims įdomiausios šios temos: kelionės, einamieji pasaulio įvykiai, kultūra, žiniasklaida, rinkodara, reklama, pramogos. Prie neįdomiausių temų apklaustieji priskyrė temas apie automobilius, augalus, vaikus, įžymybių gyvenimą, politiką ir sportą (25 pav.)

25 paveikslas. Respondentų pasiskirstymo pagal įdomias tematikas vidurkiai



Šios temos taip pat analizuotos per skirtingų lyčių prizmę (26 pav.). Čia galima matyti tokių temų paskiskirstymą:

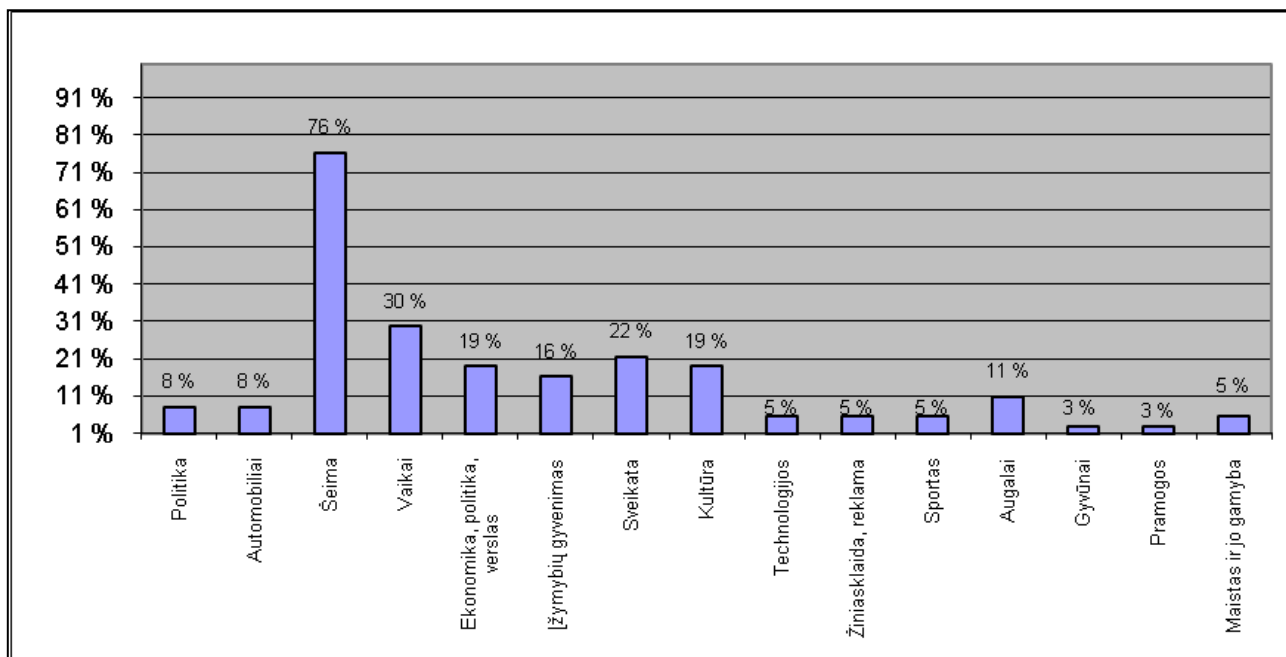
26 paveikslas. Įdomiausios ir neįdomiausios temos tinklaraščiuose skirtingų lyčių respondentams

| <b>Moterims įdomios temos</b>    | <b>Vyrams įdomios temos</b>      |
|----------------------------------|----------------------------------|
| Kelionės                         | Kelionės                         |
| Einamieji pasaulio įvykiai       | Kultūra                          |
| Žiniasklaida, rinkodara, reklama | Žiniasklaida, rinkodara, reklama |
| Kultūra                          | Pramogos                         |
| Pramogos                         | Einamieji pasaulio įvykiai       |
| <b>Moterims neįdomios temos</b>  | <b>Vyrams neįdomios temos</b>    |
| Automobiliai                     | Automobiliai                     |
| Augalai                          | Augalai                          |
| Vaikai                           | Politika                         |
| Įžymybių gyvenimas               | Vaikai                           |
| Sportas                          | Sportas                          |

Galima daryti išvadą, jog vyrams ir moterims įdomiausios ir neįdomiausios temos tinklaraščiuose gana panašios. Abi lytys nurodė, jog jiems įdomiausios temos yra kelionės, einamieji pasaulio įvykiai, žiniasklaida, rinkodara, reklama, pramogos, kultūra. Tik priešingos lytys šias temas reitingavo šiek tiek skirtingai. Šie duomenys akivaizdžiai paneigia visuomenėje egzistuojantį ir užsienio tyrimais įrodytą stereotipą, jog vyrai ir moterys skaito tik jų lyčiai aktualius tinklaraščius. Lietuviškuose tinklaraščiuose vyrauja tendencija, jog tos pačios tematikos internetiniai dienoraščiai yra mėgiami tiek vienos, tiek kitos lyties. Galima daryti prielaidą, jog pagal pasirinktas temas, tiek vyrai, tiek moterys skaito tuos pačius tinklaraščius. Kalbant apie labiausiai neįdomias temas, tyrimo rezultatai taip pat nustebino ir paneigė stereotipus nelietuviškuose tinklaraščiuose. Labiausiai vyrų sričiai priskiriami automobiliai, sportas ir politika, pasirodė esantys visiškai neįdomūs vyrams tinklaraščiuose. Čia atkreiptinas dėmesys į politiką, kuri užsienio tyrimų pagrindu yra išimtinai vyrų domėjimosi sritis. Tyrimai atskleidė, jog moterims ši tema yra nei įdomi, nei neįdomi, tuo tarpu vyrams ši tema neįdomi. Galima daryti prielaidą, jog tokie duomenys gauti dėl tinklaraščių kaip komunikacijos priemonės specializacijos, nes 2011 m. atliktas Blogosfetos būklės tyrimas, parodė, jog daugiausia (57 proc.) blogosferos turinio sudaro kultūros, pramogų ir gyvenimo temos, taigi šios temos dažniausia pasirenkamos ir respondentų nuomone [34].

Vertinant visuomenėje egzistuojančius vyrų ir moterų stereotipus, mažai tikėti rezultatai gauti nustačius, kokios temos vyrų nuomone domina moteris (27 pav.). Šiuo klausimu aiškintasi, ar vyrų ir moterų tarpe egzistuoja stereotipinis įvaizdis apie tik jų lyčiai aktualias temas. Galima teigti, kad vyrų pateikti rezultatai yra skirtingi, nei kad moterys nurodė joms patinkančias tematikas (žr. 1 priedą).

27 paveikslas. Respondentų vyrų pasiskirstymas pagal temas, kurios tariamai patinka moterims

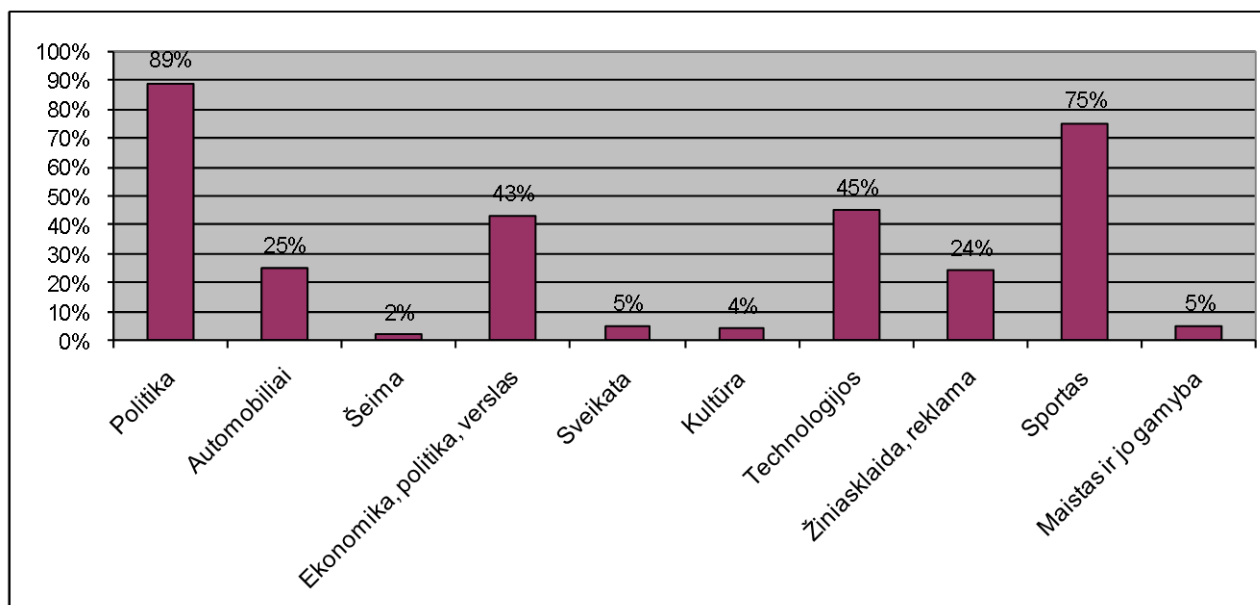


Pateiktame paveiksle, aiškiai matoma, kad daugiausiai (76 proc.) vyrų nurodė, kad moterims pati įdomiausia tema tinklaraščiuose yra šeima, nors moterys joms idomiausia tema laiko keliones, o tema šeima yra nei įdomi, nei neįdomi. Taigi bendros nuostatos šia tematika nėra. Tai pat vyrai išskyrė, kad moteris turėtų domintis vaikai (30 proc.), nors realus moterų įdomių temų pasirinkimas rodo, jog moterims ši tema yra visai neįdomi. Vyrų manymu, tema sveikata (22 proc.) taip pat yra įdomi moterims, nemažiau įdomi jų manymu tema yra kultūra (19 proc.). Reiktų paminėti, kad moterys pažymėjo, kad tema sveikata joms yra daugiau mažiau įdomi, o tema kultūra joms yra labai įdomi. Dar vienas svarbus aspektas, jog vyrai visiškai nenurodė, kad moterims gali patikti einamųjų pasaulio įvykių tematika, nors moterims ši tema yra viena iš įdomiausių. Galima teigti, jog labai stiprūs stereotipiniai įvaizdžiai apie moterims įdomias temas egzistuoja, tačiau moterys šiuos įvaizdžius bando griauti rinkdamosi visiškai neutralias temas, neturinčias sąsajų su siejamais skirtingų lyčių pomėgiais.

Vyrų nuomonė apie moterims įdomias tinklaraščių temas taip pat įvertinta. Moterys taip pat, kaip ir vyrai pateikė priešingą nuomonę, apie vyrams įdomius tinklaraščius nei yra iš tiesų. Moterų nuomone, vyrams labiausiai dominant tema tinklaraščiuose yra politika (89 proc.), nemažiau svarbi

tema - sportas (75 proc.). Tuo tarpu vyrams, šios dvi ankščiau minėtos temos nėra priskiriamos prie įdomių temų. Priešingai nei sporto, nei politikos temų vyrai nesirenka tinklaraščiuose. Tą patį galima pasakyti apie temas: ekonomika (43 proc.) ir technologijos (45 proc.). Tema kultūra (4 proc.) nebuvo vienu iš pirmųjų moterų pasirinkimų, nors anot vyrų ši tema juos labai domina (28 pav.). Galima teigti, jog moterys vyrams taip pat priskyrė tas temas, kurios jiems nėra įdomios.

28 paveikslas. Respondenčių moterų pasiskirstymas pagal temas, kurios tariamai patinka vyrams



Apibendrinant teminę moterų ir vyrų įvaizdžių raišką galima teigti, jog visuomenėje egzistuojantys stiprūs vyrų ir moterų stereotipiniai įvaizdžiai, atsispindi ir tinklaraščiuose. Teorinėje darbo dalyje įrodyta, jog šie įvaizdžiai gajūs visuomenėje kalbant apie moterų ir vyrų veikimo sferas. Čia moterys stereotipiškai mano, jog vyrams įdomios tokios temos kaip: politika, sportas, technologijos, ekonomika, politika verslas. Vyrai stereotipiškai mano, jog moterims aktualu skaityti apie šeimą, vaikus, sveikatą, įžymybių gyvenimą. Tačiau tyrimas parodė, jog šie nustatyti stereotipai yra nepagrįsti realia vyrų ir moterų tinklaraščių atranka pagal temas. Realybėje vyrai ir moterys renka labai panašias ir visai ne su jų lytimu susijusias temas. Šios temos apima kultūrą, einamuosius pasaulio įvykius, pramogas, žiniasklaidą, rinkodarą, reklamą. Tos temos, kurios stereotipiškai turėtų būti pripažįstamos vyrams ar moterims skirtos, yra atmetamos kaip neįdomios. Šiuo atveju vyrams neįdomios tokios temos kaip automobiliai, politika, sportas. Moterys neįdomiomis temomis laiko iš pirmos pažiūros joms priskirtas tokias temas, kaip: vaikai, augalai, įžymybių gyvenimas. Tokį stereotipų pasiskirstymą galima sieti su tinklaraščių kaip komunikacijos priemonės egzistuojančiu turiniu, nes *Blogosfetos būklės* tyrimo duomenimis daugiau nei pusė lietuviškų tinklaraščių rašomi apie kultūrą ir gyvenimą. Taigi šis faktas atsispindi vyrų ir moterų temų pasirinkimuose. Stereotipiškai vyrams ir moterims priskiriamos temos egzistuoja internete

plačiąja prasme (*GemiusAudience* tyrimo duomenimis), taigi galima teigti, jog bet tinklaraščių tai neliečia dėl jos, kaip naujos komunikacijos priemonės unikalumo, kur galimas bendravimas neidentifikavus lyties, kur nesvarbus individų statusas visuomenėje, kur yra paliktos visos galimybės saviraiškos laisvei.

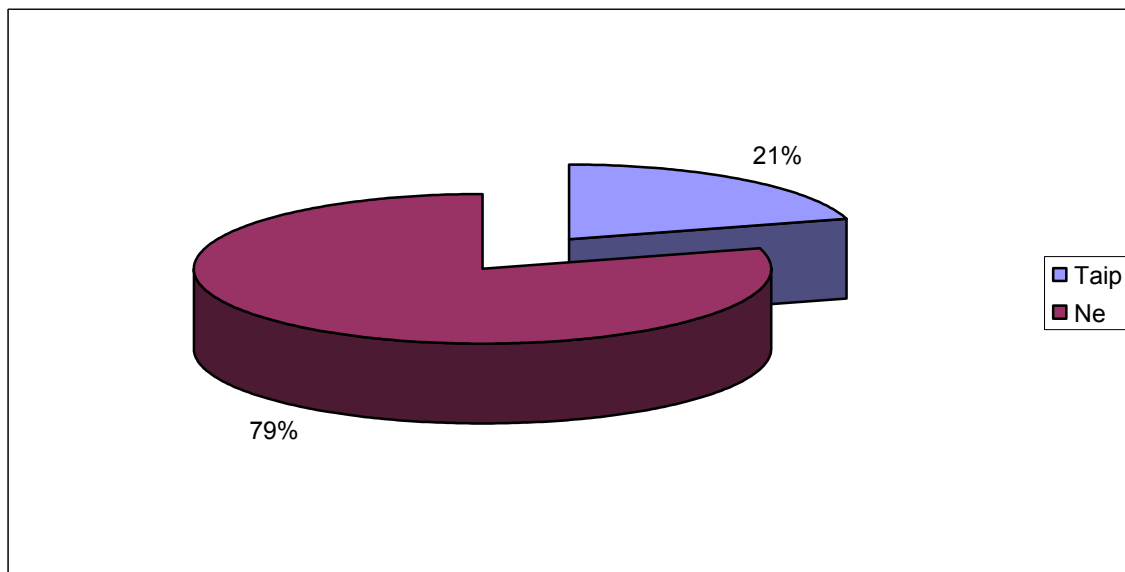
Lyginant lietuviškų tinklaraščių analizės duomenis su užsienio tinklaraščių tyrimu reikia pastebėti, jog koreliacijos tarp jų nėra. Užsienio tinklaraščiuose moterys linkusios domėtis joms stereotipiškai priskiriamomis šeimos, vaikų, santykių temomis. Vyrai gilinasi į automobilių, technologijų, finansų sritis. Užsienio tinklaraščiuose aiškus atskyrimas tarp moterims ir vyrams skirtų temų, lietuviškuose internetiniuose dienoraščiuose to nėra arba tokia riba neegzistuoja, arba ji yra vos juntama. Galima manyti, jog tinklaraščiai dar gana nauja komunikacijos priemonė Lietuvoje, taigi tikėtina, jog tinklaraščiams tampant dar populiariesniais įvairios ir juose esamos temos, taigi pamažu stereotipizuoti įvaizdžiai atsispindės ir lietuviškuose tinklaraščiuose.

#### **2.2.4. Vyrishkumo ir moteriškumo raiška komunikacijos stiliaus aspektu**

Užsienio tinklaraščių tyrimų duomenimis vyrų ir moterų komunikacija labai skirtinga. Moterys dažniau vadovaujasi emocijomis, jų komunikacijos stilius mažiau kategoriškas, atlaidesnis, jos dažniau nevengia pasisakyti, paklausti, atsiprašyti. Vyrai esti kategoriškesni, susikoncentruojantys daugiau į faktus nei detales, naudojantys daugiau argumentų. Savo kalboje vyrai naudoja konstatuojamąją informaciją be klausimų, papildomų pasisakymų ar atsiprašymų. Šie skirtumai verčia domėtis situacija lietuviškuose tinklaraščiuose, kur lyčių komunikacija analizuota per komentavimo, informacijos pateikimo būdo, charterio savybių panaudojimo skirtumus ir panašumus.

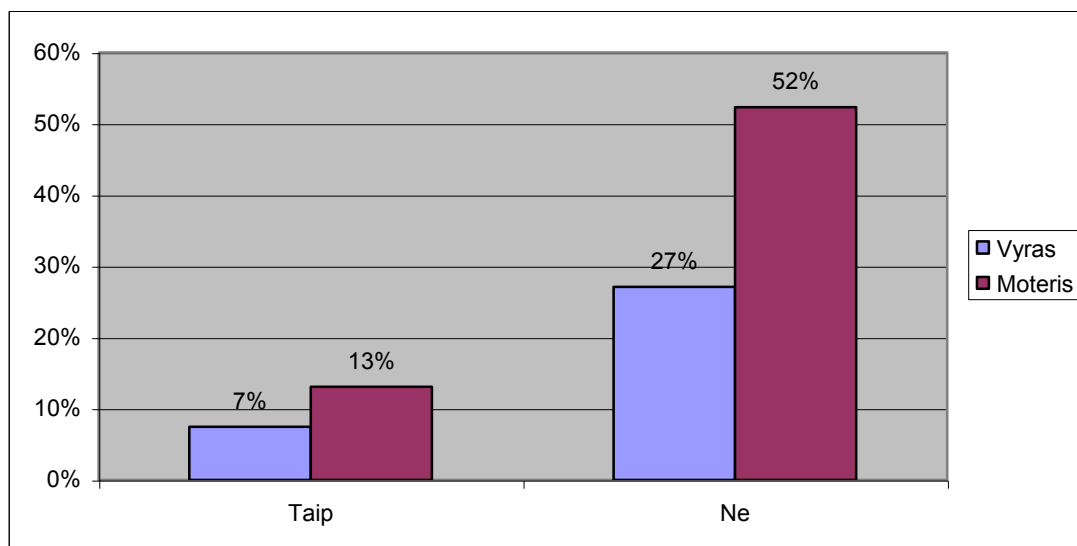
Vienas iš svarbių komunikacijos aspektų – galimybė komentuoti. Tradiciškai komentavimas ir papildomas plepėjimas priskiriamas moters veiklai. Nors šiame tyrime nustatyta, jog komentavimui vyrai ir moterys skiria mažiausiai reikšmės atsirenkant tinklaraščius, tačiau pats komentavimo faktas yra reikšmingas aptariant vyrų ir moterų komunikacinius stilius. Apklausus respondentus, pastebėta bendra tendencija, jog tinklaraščius skaitantieji komentuoja juose rašomus įrašus mažai (21proc. ), tinklaraščių nekomentuoja 79 proc. apklaustųjų. (29 pav.).

29 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščių komentavimą



Pažvelgus į šį rodiklį per lyties aspektą (30 pav.), galima matyti, kad labiau komentuoti tinklaraščiuose mėgsta moterys (13 proc.), tačiau taip pat didelė dalis (52 proc.) jų nemėgsta rašyti komentarų tinklaraščiuose.

30 paveikslas. Skirtingų lyčių pasiskirstymas pagal tinklaraščius komentuojančią lytį

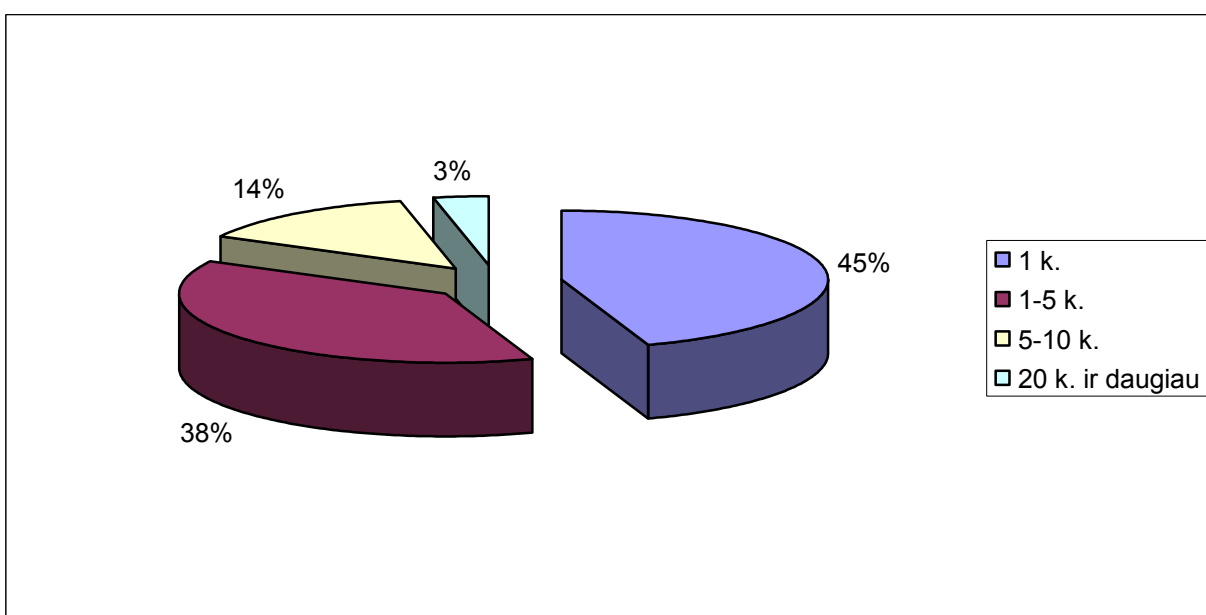


Vyrai taip pat, kaip ir moterys, nėra linkę komentuoti (27 proc.) tinklaraščiuose ir tik labai maža dalis apklaustų vyrų (7 proc.) yra linkę į komentarus tinklaraščiuose. Galima daryti išvadą, kad lietuvių gretose komentavimas apskritai nėra svarbus, tačiau moterys vis gi tai daro dažiau.

Užsienio mokslininkų darytuose tyrimuose taip pat pastebėta, jog moterys yra linkusios komentuoti tinklaraščiuose. Tai parodo jų požiūrį į grupinę diskusiją bei informacijos dalijimąsi t.y savo pozicijos išsakymą. Tačiau atliktame tyrime tokių aiškių bruožų išskirti negalima, turint omeny, kad tiek daug respondentų nėra linkę išvis komentuoti tinklaraščių. Vis dėlto duomenys rodo, kad iš komentuojančių asmenų, didesnę dalį sudaro moterys, o ne vyrai. Taigi, teiginys, kad moterys yra labiau linkusios į grupinę diskusiją, savo pozicijos viešą deklaravimą dalinai pagrindžiamas šio tyrimo išvadomis.

Komentuojant tekstą svarbiu kriterijumi tampa komentarų kiekis per mėnesį, kitaip pasakius komentarų dažnumas.

31 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tinklaraščių komentavimo dažnumą

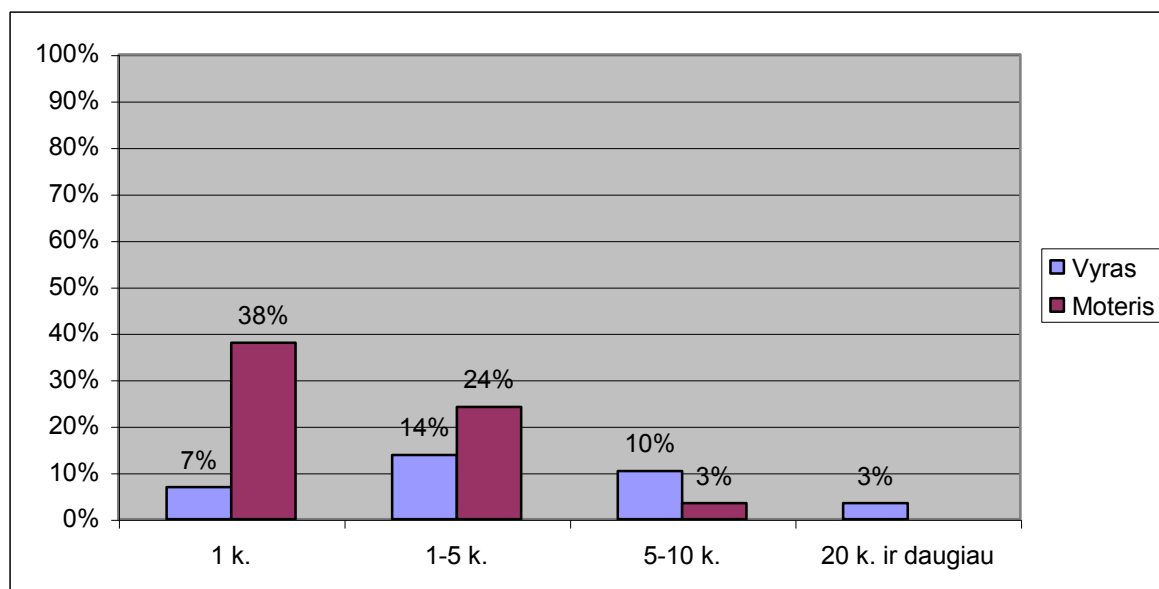


30 paveiksle galima matyti pasiskirstymą pagal respondentų komentavimo dažnumą. Daugiausiai (45 proc.) respondentai komentuoja vidutiniškai kartą per mėnesį, kita nemaža grupė asmenų (38 proc.) komentuoja nuo vieno iki penkių kartų per mėnesį. Kiti respondentai komentuoja dažniau, tačiau tokių asmenų nėra daug. 5-10 kartų per mėnesį komentuoja 14 proc. respondentų, o 20 kartų ir daugiau komentuoja vos 3 proc. visų apklaustųjų.

Atkreiptina, kad daugiausiai (38 proc.) kartą per mėnesį komentuoja moterys, tuo tarpu vyrai dažniausiai (14 proc.) komentuoja 1-5 k. per mėnesį. Tai pat reiktų paminėti, kad būtent vyrai (3 proc.) komentuoja 20 ir daugiau kartų (31 pav.). Taigi, galime daryti išvadą, kad visuomenėje vyraujantis stereotipas, kad moterys yra aktyvesnės komentatorės, o vyrai daugiau individualistai nemėgstantys reikšti nuomonės reiktų paneigti. Būtent šio tyrimo rezultatai parodo, kad vyrai yra ta lytis, kuri yra linkusi savo nuomonę reikšti ir ne tik reikšti, tačiau tai daryti dažniau nei kad tai moterys daro. Šią išvadą galima sieti su ankstesniu pastebėjimu, jog vyrai labiau linkę „prisirišti”

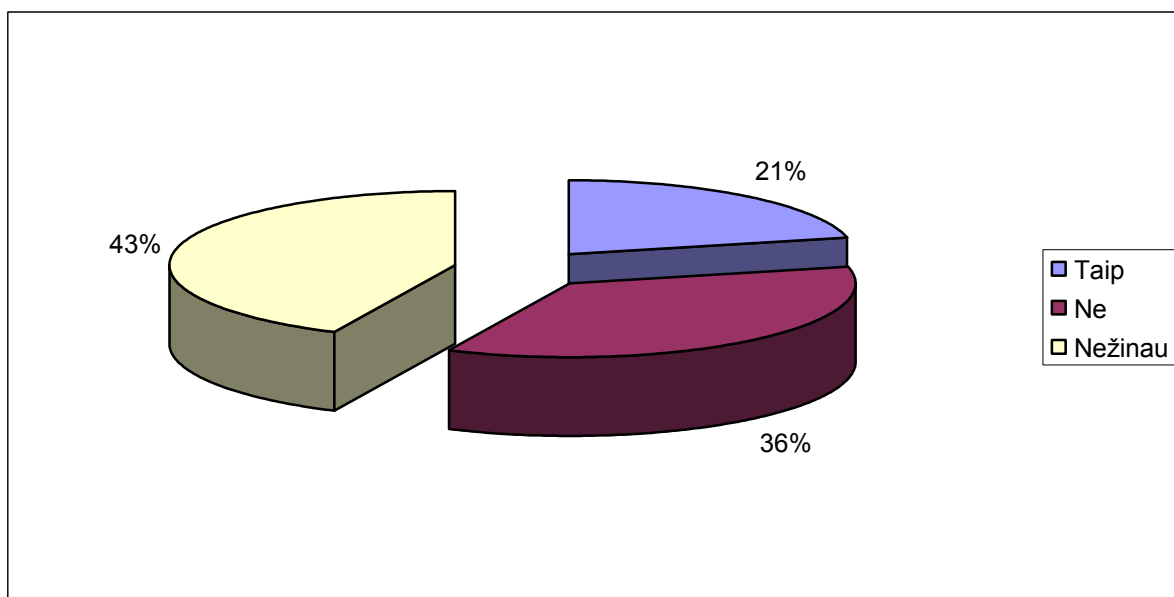
prie tinklaraščių autorių, taigi jie komentavimą suvokia kaip vieną iš būdų bendravimui palaikyti, t.y ne tik reakcija į paskelbtą informaciją, tačiau ir esamų santykių palaikymas. Kadangi moterys su tinklaraščių autoriais betarpiškai nebendrauja, taigi jų komentarai esti epizodiniai, reakcija į tam tikrus pastebėjimus. Šiuo atveju galima teigti, jog moterų komentarai yra spontaniška reakcija į paskelbtą informaciją.

31 paveikslas. Skirtingų lyčių pasiskirstymas pagal tinklaraščių komentavimo dažnumo lytį



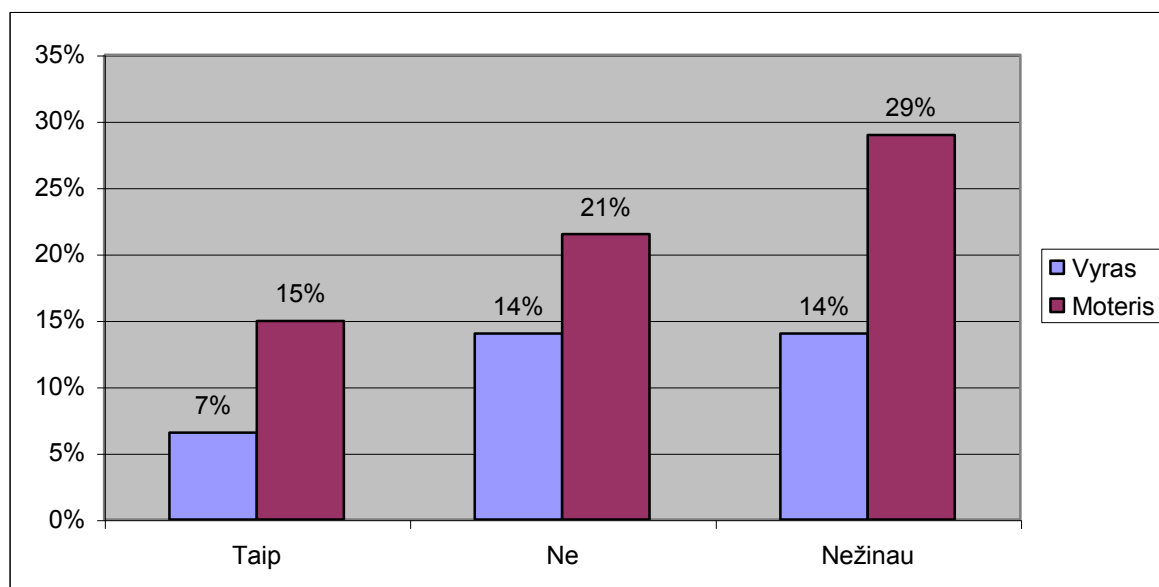
Komentavimas yra svarbus kriterijus vertinant lyčių bendravimą, taip pat svarbu įvertinti, kokia yra vyraujanti nuomonė apie moterų ir vyrų komunikacijos panašumus ir skirtumus. Tyrimais įrodyta, jog stereotipiškai vyrai ir moterys mato komunikacijos skirtumus tarp priešingų lyčių, tačiau lietuviškų tinklaraščių tyrimas atskleidė šiek tiek kitokius duomenis. Didžioji dalis (43 proc.) apklaustųjų nurodo, kad net nežino ar neturi nuomonės apie lyčių komunikaciją. 36 proc. apklaustųjų teigia, kad tiek vyrai, tiek moterys komunikuoja vienodai, o 21 proc. respondentų teigia, kad vyrai ir moterys komunikuoja skirtingai (32 pav.). Vyrauja bendra tendencija, jog moterys ir vyrai tinklaraščiuose komunikuoja vienodai.

32 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal lyčių komunikacijos skirtingumą tinklaraščiuose



Svarbu dar ir tai, kad tiek vyrai, tiek moterys nurodė (33 pav.), kad abi lytys komunikuoja vienodai, vyrai (14 proc.), o moterys (21 proc.). Tačiau didžioji dalis (29 proc.) apklaustų moterų teigia, kad nežino ar yra skirtumų tarp vyrų ir moterų komunikacijos. Ir tik labai maža dalis apklaustų respondentų vyrų (7 proc.) bei moterų (15 proc.) nurodė, kad vyrai ir moterys komunikuoja skirtingai.

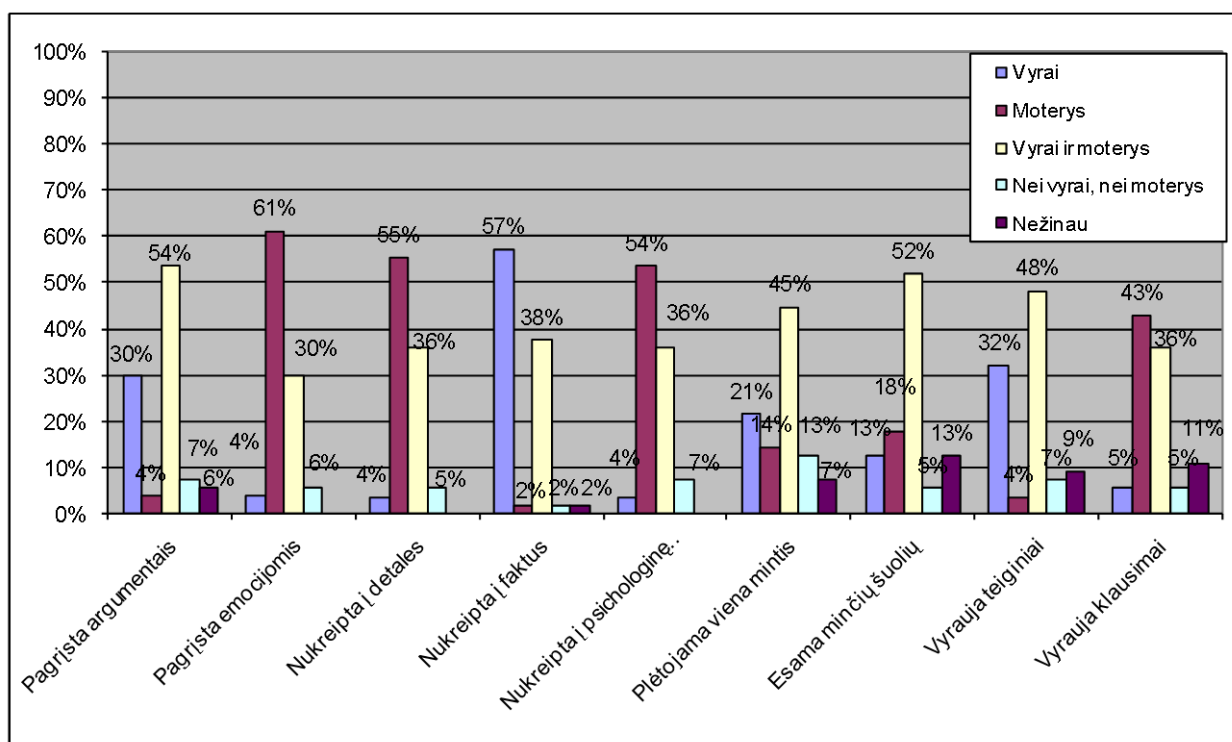
33 paveikslas. Skirtingų lyčių pasiskirstymas pagal komunikacijos skirtingumą lyčių aspektu



Būtina akcentuoti, jog visuomenėje vyrauja tendencija, jog vyrai ir moterys mano, kad jie komunikuoja internetiniuose dienoraščiuose panašiai, tačiau neužtenka vien tik to, kad lytys skirtingai ar vienodai komunikuoja tinklaraščiuose. Faktas, jog 43 proc. apklaustųjų negalėjo atsakyti į šį klausimą, rodo, jog pritrūko aiškesnio komunikacijos skirtingumo kriterijų išskyrimo, kuris leistų respondentams įvardinti konkrečius komunikacijos skirtumus. Todėl respondentams buvo pateiktas klausimas apie vyrams ir moterims būdingą informacijos pateikimo būdą, reikiamą priskirti vyrams/moterims ar abiem lytims.

Respondentų nuomone vyrai ir moterys pagrįstai argumentuoja (54 proc.), plėtoja vieną mintį (45 proc.), turi minčių šuolių (52 proc.). Kaip išskirtinai vyrams būdingas komunikavimo bruožas laikomas informacijos nukreipimas į faktus (57 proc.), kaip išskirtinai moterims būdingas komunikavimo bruožas laikomas informacijos pagrindimas emocijomis (61 proc.), nukrypimai į detales (55 proc.) taip pat psichologinės būsenos akcentavimas (54 proc.) (34 pav.).

34 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal būdingus komunikacijos skirtumus

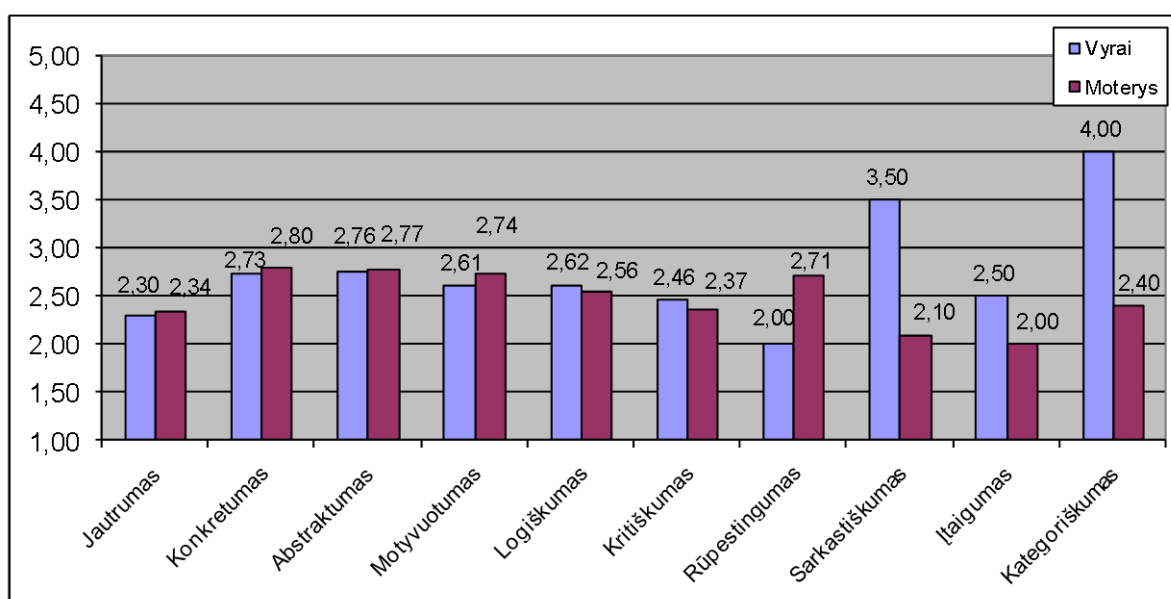


Galima reziumuoti, jog lietuviškuose taip pat kaip ir užsienio kalbomis rašomuose tinklaraščiuose būdinga komunikacija atitinka visuomenėje minimus stereotipus, kai moterys vadovaujasi emocijomis, mėgsta detalizuoti informaciją, o vyrai pasitelkia logiką bei naudoja faktais paremtą informaciją.

Tyrime taip pat atkreiptas dėmesys į vyrų ir moterų būdo savybes, kurios būdingos arba ne tam tikros lyties tinklaraščių rašyme. Respondentų nuomone, vyrų ir moterų būdo savybės

atsiskleidžiančios tinklaraščiuose labai panašios. (35 paveiksle atsispindi tyrimų duomenys, kur didesnis koeficientas žymi stipresnį nesutikimą, žemesnis koeficientas stipresnį sutikimą). Vyrai nesutinka, kad moterų rašymo stilius yra sarkastiškas ir visiškai nesutinka, kad moterų rašomiems tinklaraščiams yra būdingas kategoriškumas. Respondentų vyrų nuomone, moterų rašomų tinklaraščių savybės yra rūpestingumas ir jautrumas. Tuo tarpu daugiausiai moterų teigia, kad vyrams yra būdingos šios rašymo savybės: įtaigumas, sarkastiškumas, kritiškumas ir kategoriškumas. Taip pat respondentės moterys, negali nei sutikti, nei nesutikti su teiginiu, kad vyrų tinklaraščiuose vyrauja konktetumas, motyvuotumas ir nesutinka dėl rūpestingumo išraiškos tinklaraščiuose.

35 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas: būdingos tinklaraščių savybės skirtingoms lytims



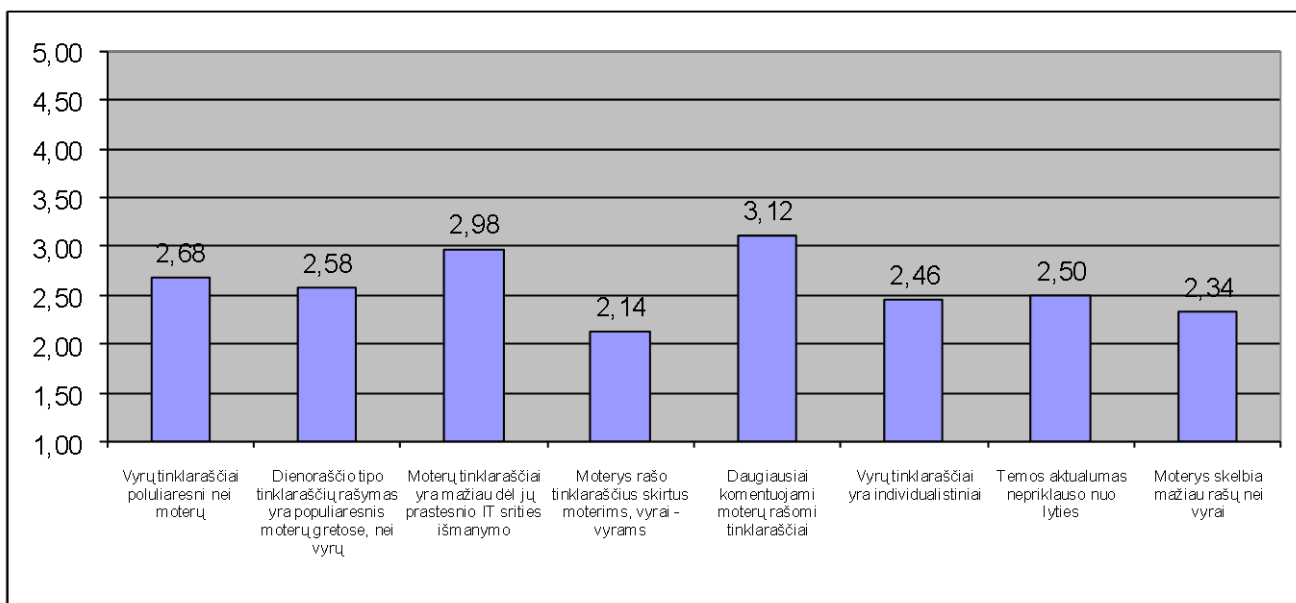
Įvertinus šiuos rezultatus ir palyginus juos su visuomenėje egzistuojančiais stereotipais, galime teigti, kad išskirtos būdo savybės atitinka visuomenėje nusistovėjusius įvaizdžius: moteris yra rūpestingesnė, vyras kategoriškesnis ir sarkastiškesnis. Šie duomenys galima sieti su ankstesniais duomenimis manant, jog vyrams ir moterims būdingos šios savybės dėl vyrų gebėjimo pasitelkti loginį, kritišką mąstymą, moterims – dėl orientacijos į emocijas.

Visuomenėje esama ir daugiau nusistovėjusių stereotipų (36 paveikslas, kur žemesnis koeficientas rodo sutikimą, aukštesnis – prieštaravimą.), kai antai: manoma, jog moterys tinklaraščius rašo moterims, o vyrai – vyrams. Pagrindinės šio reiškinių priežastys, jog moterys taip pat kaip ir vyrai geriausiai savo lyties atstovams geba perteikti aktualią informaciją jų suprantamu ir priimtinu rašymo stiliumi. Šį stereotipą egzistuojant patvirtino ir respondentai, tačiau reiktų pabrėžti, jog respondentai paklausti, ar esama skirtumų tarp vyrų ir moterų komunikacijos vienareikšmiškai šių skirtumų nepastebėjo. Informacijos pateikimo būdas tinklaraščiuose vyrų ir

moterų taip pat žymiai neišsiskyrė, taigi galima daryti išvadą, jog teiginys apie egzistuojančius stereotipas, jog moterys rašo moterims, vyrai – vyrams praktiškai nepagrįstas.

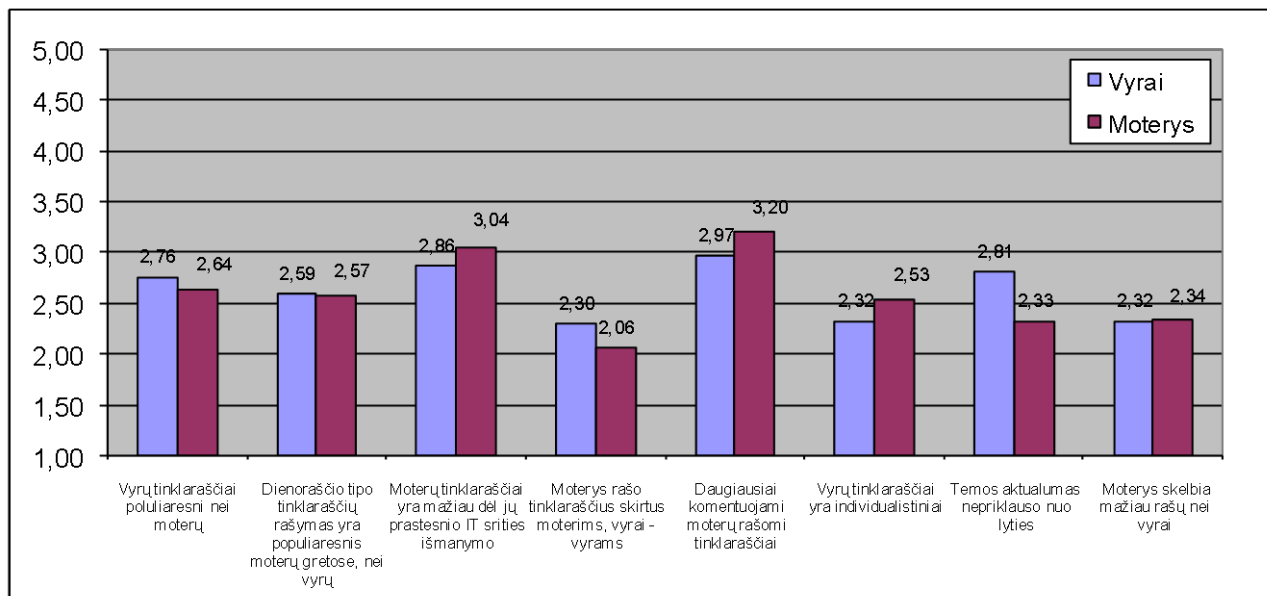
Lietuviškų tinklaraščių tyrimais taip pat patvirtina užsienio tinklaraščių tyrimo duomenis, jog moterys skelbia mažiau įrašų, nei tai daro vyrai. Šis rezultatas sietinas su vyrais, kaip dažniau ir gausiau rašančia lytimi. Taip pat respondentai yra linkę pritarti ir užsienyje atliktiems pastebėjimams, jog temos aktualumas nepriklauso nuo lyties, jog vyrų tinklaraščiai yra individualistiniai, taip pat kad dienoraščio tipo tinklaraščių rašymas yra populiariesnis moterų gretose nei vyrų.

36 paveikslas. Respondentų pasiskirstymo vidurkiai pagal pateiktus teiginius dėl vyrų ir moterų stereotipų



Šiuos gautus rezultatus galima pagrįsti 37 paveikslu, kur žemesnis koeficientas rodo sutikimą, aukštesnis – prieštaravimą.). Respondentai patvirtina, kad vyrai yra linkę į individualistinį rašymą, o moterims yra aktualesnis grupinis rašymas-komentavimas. Atkreiptina, kad vyrai daugiau nesutinka, nei sutinka, kad temos aktualumas nepriklauso nuo lyties bei kad vyrų tinklaraščiai populiariesni nei moterų. Tuo tarpu moterys yra linkusios prieštarauti, kad daugiausiai komentuojami moterų rašomi tinklaraščiai ir kad moterų tinklaraščių yra mažiau dėl jų prastesnio IT srities išmanymo. Labai svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad moterys sutinka su teiginiu, kad moterys rašo tinklaraščius moterims, o vyrai – vyrams, vyrai taip pat sutinka su šiuo teiginiu ir papildomai nurodo, kad vyrų tinklaraščiai yra individualistiniai.

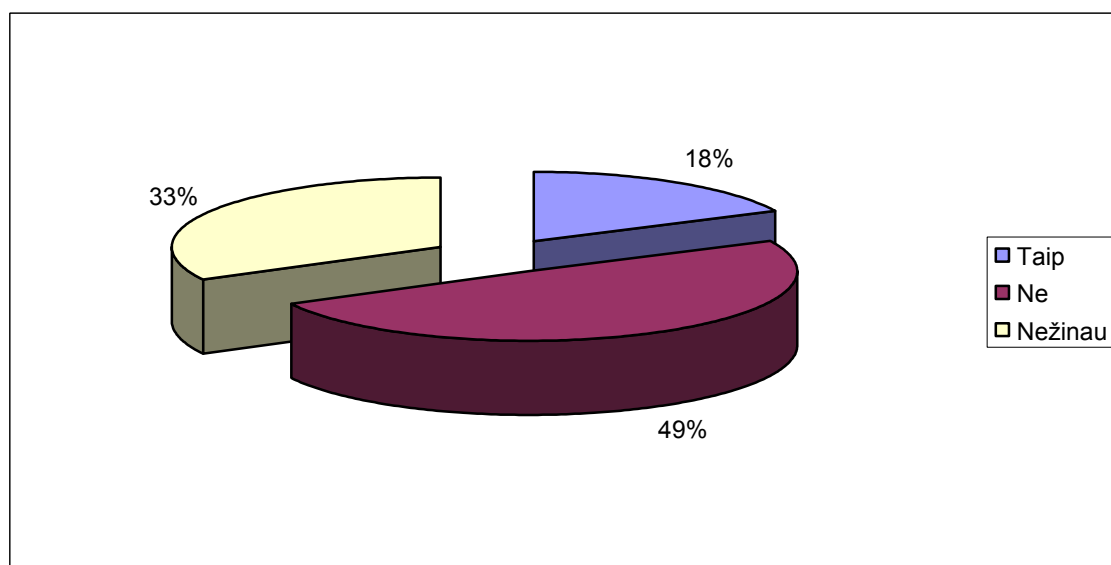
37 paveikslas. Skirtingų lyčių pasiskirstymas pagal pateiktus teiginius dėl vyrų ir moterų stereotipų



Analizuojant ir vertinant vyriškumo ir moteriškumo raišką lietuviškuose tinklaraščiuose, buvo įdomi ir respondentų nuomonė ar egzistuoja vis dėlto stereotipai tinklaraščiuose.

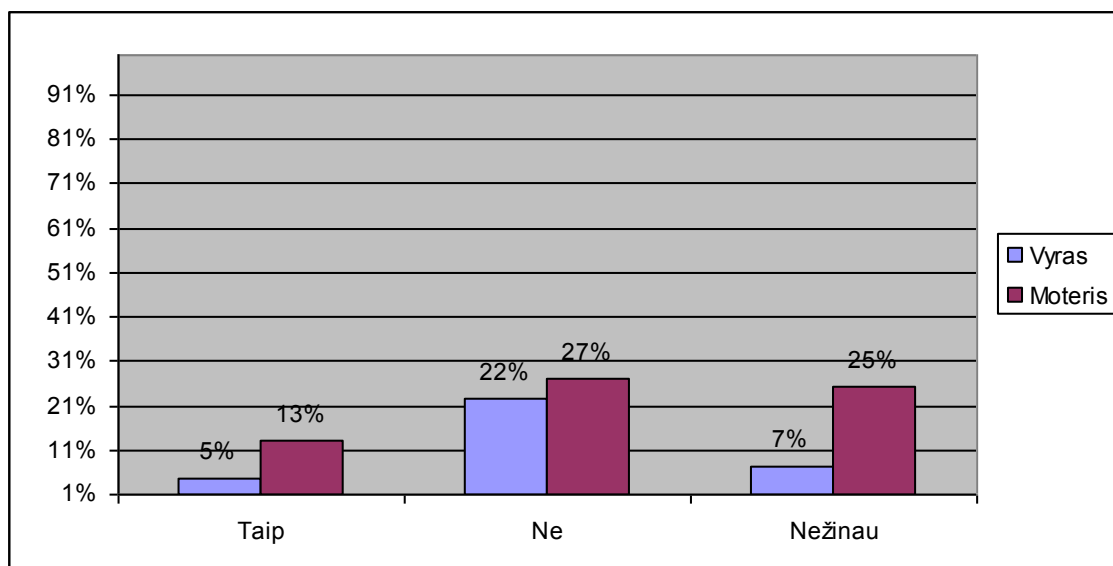
Kaip matome 38 paveiksle daugiausiai respondentų (49 proc.) teigia, kad stereotipiniai įvaizdžiai tinklaraščiuose neegzistuoja. Tuo tarpu 33 proc. visų apklaustųjų nėra tikri ar stereotipai tinklaraščiuose egzistuoja ir vos 18 proc. visų apklaustųjų prieštarauja ir teigia, kad stereotipai tinklaraščiuose egzistuoja.

38 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal stereotipinių įvaizdžių egzistavimą tinklaraščiuose



Stereotipų egzistavimas vertintas pagal skirtingas lytis (39 pav). Būtent 27 proc. apklaustųjų moterų teigė, kad stereotipų tinklaraščiuose nėra, taip pat didelė dalis (22 proc.) pritarė joms šiuo klausimu. Vos tik 5 proc. visų respondentų vyrų teigė, kad stereotipai tiklaraščiuose egzistuoja, tokiam teiginiui pritaria 13 proc. visų apklaustų moterų. Tačiau moterys (25 proc.) taip pat teigia, kad nežino ar stereotipai yra gajūs tinklaraščiuose, tam pritaria 7 proc. vyrų.

39 paveikslas. Skirtingų lyčių pasiskirstymas pagal stereotipinių įvaizdžių egzistavimą tinklaraščiuose



Apibendrinant galima teigti, kad yra didelė neatitiktis tarp bendrai vyrų ir moterų suvokiamos komunikacijos ir pagal tam tikrus detalizuotus kriterijus apibūdinamos komunikacijos. Pirmuoju atveju lytis vertindamos, ar vyrai ir moterys komunikuoja skirtingai ir ar šioje komunikacijoje galima išvelgti stereotipus patvirtino, jog tinklaraščiuose skirtingų lyčių komunikacija laikoma vienoda tiek moterims, tiek vyrams. Joje neišvelgiama jokių egzistuojančių vyrų ir moterų stereotipizuotų įvaizdžių vaidmenų. Vos maža visuomenės dalis mano, jog galima išvelgti skirtumus ir dažnesnė šios visuomenės dalis yra moterys. Tai galima sieti su tuo, jog tradicinėje visuomenėje moterys jautriau vertina lyčių lygybės klausimus, todėl tikėtina, ir skirtumus tarp vyrų ir moterų jos išvelgia dažniau. Antruoju atveju, ištyrus detalizuotas komunikacijos dedamąsias (komentavimas, vyrų ir moterų būdo ir komunikacijos bruožai) paaiškėjo, jog visuomenėje anaip tol nevyrauja nuomonė, jog moterys ir vyrai savo komunikacija nesiskiria. Aiški tendencija, jog vyrų ir moterų įvaizdžiai gana ryškūs. Pastebėta labai stipri moterų orientacija į emocijas, psichologinės būsenos akcentavimą, minties reiškimą klausimų forma. Kaip visiškai moterims netinkamos savybės laikytinos gebėjimas argumentuoti, orientacija į faktus, minčių reiškimą teiginiais. Pastarosios savybės griežtai tapatinamos su vyrišku įvaizdžiu. Šie rezultatai patvirtina užsienio tyrimų rezultatus taip pat teigiančius, jog vyrai ir moterys turi tik jų lyčiai būdingą komunikaciją. Tiriant vyrų ir moterų būdo savybes komunikacijoje, paaiškėjo keletas vyrų ir moterų komunikaciją

skiriančių savybių: kategoriškumas sarkastiškumas, įtaigumas. Jos laikomos griežtai vyrams būdingomis ir moterims nebūdingomis savybėmis. Moterims išskirtinai būdingas jautrumas ir rūpestingumas, kas nebūdinga vyrams. Tai galima sieti su iš tradicinės visuomenės atsineštais jau suformuotais įvaizdžiais.

Komentarai tradicinėje visuomenėje (taip pat užsienio tyrimais įrodyta) taip pat priskirtini moterų sričiai dėl orientacijos į grupinę diskusiją bei informacijos dalijimosi poreikio. Tyrimas atskleidė, jog šios srities negalima pritaikyti išskirtinai moterims, nes apskritai nei viena lytis komentavimo nevertina kaip kažkuriai lyčiai būdingo įvaizdžio. Čia galima teigti, jog moterys būdamos dažnesnės komentatorės, komentuoja tik 1-5 kartus per savaitę, tuo tarpu vyrai komenuoja dažniau 5 – 20 ir daugiau kartų, nors vyrai ir moterys paprašyti patvirtinti arba paneigti teiginį, kad moterys komentuoja dažniau – sutiko su šiuo teiginiu. Taigi galima daryti išvadą, jog čia esti stereotipuotas įvaizdis, jog moterys dažnesnės komentatorės. Taip pat moterys ir vyrai itin užginčijo užsienio duomenimis patvirtintus teiginius, jog moterų tinklaraščių yra mažiau dėl jų nepakankamo IT srities išmanymo taip pat, kad vyrų tinklaraščiai populiariesni nei moterų, kad dienoraščio tipo tinklaraščių rašymas yra daugiau moterų veiklos sfera nei vyrų. Tačiau abi lytys buvo linkusios sutikti, kad moterys rašo tinklaraščius skirtus moterims, vyrai – vyrams, kad moterys visgi skelbia mažiau įrašų nei vyrai, kad temų aktualumas nepriklauso nuo lyties, o vyrų tinklaraščiai išskirtinai individualistiniai.

Tyrimo nustatyta tradicinėje visuomenėje esančių stereotipų sąsaja su tinklaraščiuose ryškėjančiais stereotipuotais vyrų ir moterų įvaizdžiais leidžia pagrįsti hipotezę, jog požiūris į lyties raišką tinklaraščiuose nulemtas visuomenėje egzistuojančių stereotipų.

## IŠVADOS

1. Kompleksiškai išnagrinėjus tinklaraščių sampratą, nustatyta, jog asmeninį dienoraštį, kuris yra kompleksiškai prižiūrimas, dažnai pildomas naujais autoriui aktualiais įrašais ir yra prieinamas visiems suinterasuotiems interneto vartotojams, nepriklausomai nuo jų lyties ar kitų savybių, galima laikyti reikšminga komunikacijos priemone. Ji leidžia atsiriboti nuo oficialaus statuso realybėje, pamiršti tradicinėje visuomenėje turimas pareigas ir įvaizdžius. Šios savybės užtikrina individų savirealizacijos galimybę, suteikia sąlygas tapti informacijos kūrėjais ir skleisti savo nuomonę, įsitikinimus. Kaip informacinis šaltinis ir populiarėjanti komunikacijos priemonė – tinklaraštis atvėrė naujas galimybes naujos kartos komunikacijai. Erdvė, leidžianti tapti bet kuo iškėlė naujas grėsmes. Viena jų, atsivėrusi didelė terpė komunikacijos barjerams. Todėl iš prigimties skirtingoms lytims: vyrams ir moterims šis uždavinys tapo dar sudėtingesnis.

2. Komunikacine prasme stereotipai išryškina skirtingą vyrų ir moterų komunikacinį elgesį, kurie sukuria barjerus ir nesusikalbėjimą tarp lyčių. Visuomenėje vis dar vyrauja požiūris, jog moters veikla yra susijusi su privačiu gyvenimu – namais, ji turi rūpintis vaikais, tuo pat metu būti seksuali ir susitvarkiusi. Moteris visuomenėje laikoma gražiąja silpnąja lytimi paklūstančia vyrui, dukra, žmona, šeimos židinio sergėtoja. Pabrėžiama moterų orientaciją į santykius, jausmų pasaulį, pasyvumas ir komunikabilumas. Vyrų vaidmenys visiškai priešingi. Pagrindinė vyro funkcija – šeimos išlaikymas. Jie dažniau linkę būti suvokiami kaip agresyvūs ir konkurencingi, fiziškai ištvermingi, suvokiant juos kaip tvirtus ažuolus, kovotojus. Vyrui priskiriama viešoji sfera, pirmiausiai ją suvokiant kaip profesinę veiklą. Vyras santykiuose yra lyderis, o moteris jo pagalbininkė. Šiais vyraujančiais stereotipais, kiek tai leidžia darbo specifika remtasi darbo tiriamojoje dalyje.

3. Tinklaraščiai būdami tradicinės visuomenės dalimi taip pat yra veikiami stereotipinių įvaizdžių. Tiesa, užsienio tyrimai rodo, jog ne visi prieš tai minėti vyrų ir moterų stereotipizuoti modeliai gali būti pritaikomi tinklaraščiams. Pastarieji nekuria linijos ir nekuria sienų tarp privataus ir viešo gyvenimo, taigi tinklaraščiuose esantys įvaizdžiai taip pat adaptuojasi priklausomai nuo internetinių dienoraščių pobūdžio, todėl dalinai stereotipai taip pat yra šiek tiek pakitę. Atliktais užsienio tyrimais nustata, jog ne lietuviškuose tinklaraščiuose formuojama nuomonė, jog dienoraščius dažniau rašo moterys nei vyrai, tačiau vyrų tinklaraščiai esti populiariesni dėl greito reagavimo į einamuosius pasaulio įvykius, moterys čia atsilieka dėl mažesnio IT srities išmanymo, tačiau moterys labiau orientuotos į asmeninių tinklaraščių rašymą, kur atviriau gali išsakyti savo emocijas, gyvenimo patyrimus. Jos dažniau rašo apie šeimą, namus ir santykius, jų komunikacija daugiau palaikomoji, su silpnesne įtaiga, nukreipta į bendravimą per komentavimą. Kalboje daugiau atsiprašymų, dėkojimų, klausimų. Vyrų komunikacija esti griežtesnė, turinti stipresnius argumentus,

įtaigesnė, labiau motyvuojantis ir labiau sarkastiška. Jie rašo apie politiką, technologiją, pinigus. Svarbu pabrėžti, jog tokia situacija egzistuoja užsienyje tirtuose tinklaraščiuose, tačiau šie duomenys negali būti taikomi lietuviškiems tinklaraščiams. Situaciją Lietuvoje gali atspindėti atskiras lietuviškų tinklaraščių tyrimas skirtingų lyčių raiškos aspektu, kuris atliktas praktinėje darbo dalyje.

4. Ištyrus tinklaraščių rašymo, skaitymo ir jų naudojimosi dažnumo tendencijas pastebėta, jog lietuviški tinklaraščiai visuomenėje itin populiarūs komunikacijos priemonė, tačiau ji yra orientuota į skaitančiuosius (iš visų apklaustųjų net 92 proc. pasisakė bent kartą yra skaitę tinklaraštį), o ne į rašančiuosius (vos 5 proc. apklaustųjų juos rašo). Lietuvos visuomenė tinklaraščius traktuoja ne kaip saviraiškos būdą, o kaip informacijos šaltinį, kurį skaitant gaunama informacija su joje užfiksuota nuomone. Vyrams dažnas tinklaraščių skaitymas yra didesnis privalumas nei moterims, tai pagrindžia didesnę vyrų orientaciją į įvykių sekimą, moterims tinklaraščiai daugiau epizodinis informacijos šaltinis.

Vyrų ir moterų lietuviškų tinklaraščių skaitymo, rašymo įpročių tyrimas atskleidė, jog skirtingos lytis turi skirtingus skaitymo ir rašymo įpročius. Vyrų ne tik savo nuomone, bet ir realiais pasirinkimais labiausia patvirtina visuomenėje nusistovėjusiam įvaizdžiui, jog būtent jie yra dažnesni tinklaraščių rašytojai. Jie tvirčiausiai mano, jog jų lyties tinklaraščių yra daugiausiai ir paklausti, kokios lyties tinklaraščius jie patys renkasi, taip pat nedvejoja ir renkasi būtent vyrų sukurtus tinklaraščius. Moterų vyraujančioje nuomonėje ir realiuose pasirinkimuose vyrauja neatitikimai, nes moterys paklaustos, kuri lytis jų manymu yra dažnesnė tinklaraščių autorė, prioritetą teikia abiem lytims, na o paprašytos sukonkretinti savo nuomonę įvardija moteris, kaip dažnesnes tinklaraščių rašytojas. Ištyrus moterų realius pasirinkimus paaiškėjo, jog jos net nežino, kokios lyties rašomus tinklaraščius jos renkasi (lytis joms - nereikšmingas faktorius), o jei ir žino, dažniau renkasi vyrų sukurtus tinklaraščius. Šie tyrimo rezultatai siejami su moterų noru akcentuoti vyrų ir moterų lygybę, pristatyti save kaip lygiavertes partneres su vyrais tinklaraščių rašymo srityje, tačiau kad taip nėra rodo pačių moterų savęs pateikimo ir realaus pasirinkimo neatitikimu.

5. Analizuojant tinklaraščius tematikos aspektu pastebėta, jog egzistuoja labai didelis neatitikimas tarp visuomenėje formuojamų vyrų/moterų stereotipinių įvaizdžių ir realių vyrų/moteris dominančių temų. Tyrimas atskleidė, jog tiek vyrai, tiek moterys tinklaraščiuose domisi tokiomis pat temomis, taigi jokių sąsajų su visuomenėje formuojamais įvaizdžiais tinklaraščiuose nėra. Stereotipiškai moterims priskiriamos tokios temos kaip: šeima, vaikai, sveikata; vyrams: politika, sportas, technologijos. Nors abiem lytims aktualiausios temos yra kelionės, kultūra, žiniasklaida, rinkodara, reklama, einamieji pasaulio įvykiai, pramogos. Tyrimo visiškai paneigtas stereotipas, jog vyrams įdomios tokios temos kaip: automobiliai, politika, sportas. Priešingai vyrai šias temas laiko pačiomis neįdomiausiomis. Panaši tendencija egzistuoja su

moterims stereotipiškai priskiriamomis temomis: augalai, vaikai, įžymybių gyvenimas, kur moterys šias temas laiko pačiomis neįdomiausiomis tinklaraščiuose. Šis tyrimas visiškai pagrindžia teorinėje darbo dalyje išsakytą mintį, jog tinklaraščiai yra skirti visiems, o tuo pačiu ir niekam. Gauti duomenys gali būti sietini su tuo, jog kultūros, pramogų ir gyvenimo temos yra dažniausias tinklaraščių aspektas, taigi skirtingos lytys renkasi tuos tinklaraščius, kurie yra populiariausi.

Tyrimo pastebėti stereotipizuoti lyčių raiškos fragmentai. Vyrai dažniau tinklaraščius renkasi dėl juose skelbiamų nuorodų, moterys dėl patarimų. Šis pastebėjimas patvirtina visuomenėje egzistuojantį stereotipinį įvaizdį, jog moterų veikla visuomenėje daugiau apima gaudų, paskalų, informacijos „medžiojimą“, o vyrai savo veikloje ieško susistemintos informacijos, taigi nuorodomis jie tai ir pasiekia. Šis pastebėjimas patvirtina ir užsienio tyrimų duomenis.

Tyrimo atskleistas nemažiau svarbus aspektas, jog vyrai labiau nei moterys linkę prisirišti prie tinklaraščius kuriančių autorių. Stereotipiškai moterys yra prierašesnės, sėslesnės, tačiau šiuo tyrimu pastebėta, jog vyrai dažniau tinklaraščius renkasi atsižvelgdami į jų autorių. Moterys paprastai neatreikia dėmesio į autoriaus lytį.

Galima teigti, jog teminiu aspektu stereotipizacija neegzistuoja tinklaraščiuose, tačiau esti saviti moterų ir vyrų įvaizdžiai kuriami per kriterijus, kuriais lytis vadovaujasi atsirinkdamos tinklaraščius. Ši faktą galima sieti su tinklaraščiais, kaip dar nauja komunikacijos priemone, kuri dar nespėjo pasisavinti iš visuomenės atėjusių stereotipizuotų moterim/vyrams priskiriamų įvaizdžių. Užsienyje populiarūs lyčių stereotipizuoti įvaizdžiai, Lietuvą taip pat pasieks kartu su dar didesniu tinklaraščių skaitomumu ir tuo sąlygotu naujų, specifiskesnių temų atsiradimu. Reikia pabrėžti dar ir tai, jog tinklaraščiai – tam tikra savirealizacijos priemonė, kur individai pasisako jiems aktualiomis temomis, o ne tam tikrų visuomenės sluoksnių primestomis temomis, taigi tikėtina, jog šie įvaizdžiai nebus itin išreikšti.

6. Ištyrus skirtingų lyčių komunikacijos bruožus pastebėta, jog stereotipizuoti vyrų ir moterų įvaizdžiai gajūs tinklaraščiuose. Nors visuomenėje egzistuoja nuomonė, kad vyrai ir moterys komunikuoja labai panašiai, taip pat, kad stereotipų yra mažai, tačiau reali komunikacija yra kitokia, ji paveikta šių įvaizdžių. Labiausiai moterys išvelia, jog panašumų vyrų ir moterų komunikacijoje negali būti. Tai sietina su tradicinėje visuomenėje esančiu jautresniu lyčių lygybės klausimu. Pastebėta labai stipri moterų orientacija į emocijas, psichologinės būsenos akcentavimą, minties reiškimą klausimų forma. Visiškai moterims netinkamos savybės laikytinos gebėjimas argumentuoti, orientacija į faktus, minčių reiškimą teiginiais. Pastarosios savybės griežtai tapatinamos su vyrišku įvaizdžiu. Moterims išskirtinai būdingas jautrumas ir rūpestingumas, kas nebūdinga vyrams. Vyrai savo komunikacijoje pasitelkia kategoriškumą sarkastiškumą, įtaigumą. Tai galima sieti su iš tradicinės visuomenės atsineštais jau suformuotais įvaizdžiais, kurie

komunikacijos pagalba perkeliama į tinklaraščius. Šie pastebėjimai patvirtina užsienio tyrimų rezultatus.

Komentariai kaip grupinės diskusijos ir individų išitraukimo į temas atspindys tradiciškai priskiriamas moterų veiklai. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog toks stereotipuotas įvaizdis egzistuoja ir lietuviškuose tinklaraščiuose, tačiau jis nėra pagrįstas. Nei moterys, nei vyrai nėra linkę komentuoti tinklaraščių. Nors moterys dažnesniu atveju komentuoja daugiau, tačiau būtent vyrai palaikydami glaudesnę ryšį su tinklaraščių autoriais komentuoja nedaug, tačiau tai daro nuolat. Kadangi moterys su tinklaraščių autoriais betarpiškai nebendrauja, taigi jų komentarai esti epizodiniai, reakcija į tam tikrus pastebėjimus. Šiuo atveju galima teigti, jog moterų komentarai yra spontaniška reakcija į paskelbtą informaciją.

Tyrimė paneigtas visuomenėje egzistuojantis stereotipas, jog moterų tinklaraščių yra mažiau dėl jų nepakankamo IT srities išmanymo. Moterų išprusimas IT srityje nedaro įtakos moteriškų tinklaraščių populiaramui. Visuomenėje taip pat gyvas stereotipas, jog moterys rašo tinklaraščius skirtus moterims, vyrai – vyrams, tačiau įvertinus vyrams ir moterims aktualias temas, panašų komunikacijos naudojimą galima teigti, kad šis teiginys praktiškai nepagrįstas.

Vyrų ir moterų raiškos analizė lietuviškuose tinklaraščiuose patvirtino tyrimė iškeltą hipotezę, jog tradiciniai lyčių stereotipiniai įvaizdžiai lemia šių įvaizdžių egzistavimą palyginti dar naujoje komunikacijos priemonėje - tinklaraščiuose. Nors tam tikros jų atmainos dar gana silpnos, dar neapima temų pasirenkamumo pagal stereotipizuotai aktualią informaciją skirtingoms lytims, tačiau esama nemažai užuomazgų, kurių pagrindu stereotipizacijos procesas įgauna didelį pagreitį lietuviškuose tinklaraščiuose. Tikėtina, jog tinklaraščiams tampa dar populiariesniais, augant temų įvairovei juose, skirtingos lytis dar labiau diferencijuosis pagal jiems aktualias tematikas tinklaraščiuose, kas šiuo metu vyksta užsienyje. Taigi šie rezultatai pagrindžia pagrindinę darbo hipotezę, jog skirtumai tarp tradicinėje visuomenėje esančios ir virtualios lyčių komunikacijos nyksta.

### ***Pasiūlymai:***

Siekiant dar išsamesnių tyrimo rezultatų, vyriškumo ir moteriškumo raiškos ir jų sąsajos su tradicinėje visuomenėje egzistuojančiais stereotipais galima ieškoti pačiuose vyrų ir moterų rašomuose tinklaraščiuose. Jau egzistuojančių tinklaraščių tyrimas leistų įvertinti konkrečias vyrams ir moterims būdingas tinklaraščių sudedamąsias dalis, vizualiką, rašto komunikacijos skirtingumą ir temų problematiką.

Dėl itin plačios darbo problematikos ir didesnės apimties, minėtas tyrimas gali būti atliekamas vėlesnėse studijų pakopose.

## **Expression of femininity and masculinity in the Lithuanian blogs (Summary)**

In the master's thesis is considered Lithuanians blogs and the link between them and different social gender stereotypes evaluation. Individuals' identification with certain gender group inevitably form a provisions, which is a set of events schematized understanding, image, emotional evaluation, in other words these provisions are called stereotypes.

In this case, expression of femininity and masculinity through identification of the gender stereotypes help to understand, how communicates men and women in the blogs. The problem justifying the relevance of the work.

Lithuanian scientist does not consider this topic. Thus, this work is the first to investigate the expression of masculinity and femininity in the Lithuanian blogs. The main purpose of this work – based on existing stereotypes in society, to examine images of men and women in the Lithuanian blogs. The aim of the work to achieve was formulates the following tasks: to explore the concept of blogging, importance of social context and the potential of blogs based on the classification of terms, analyze the impact of socialization and the formation of male and female stereotypes which are existing in society, analyze foreign-based research to determine men's and women's stereotypes at foreign blogs, carry out a study to determine the men's and women's images in the Lithuanian blogs.

Master thesis research methods were used mixed. Preparation of the theoretical work was used in the scientific literature analysis methods: deduction, induction, analogy, extrapolation, comparison. In research were used quantitative empirical research methods: questionnaire survey. Master's thesis research subject – Lithuanian blogs and the link between them with different social gender stereotypes in the evaluation. Men's and women's expression analysis in the Lithuanian blogs confirmed that gender-stereotyped images already exist in still relatively new communication tool. This research is fully supported by the theoretical part of the work expressed the idea that blogs are for everybody, while at the same time and to nobody, therefore for one or other gender there is no relevant topics. Dominated themes are equally relevant to both genders. The investigation revealed the stereotypical subjects and confirmed the existence of stereotypes in society, that these topics are of interest to the respective gender, but after analysis what are the topics of interest for men and women, the stereotypical thinking is completely ruled out.

The master thesis may be for a further and more comprehensive research analysis, interpreting gender expression tendencies in blogs. Work is adapted for communication and information deepen studies.

## BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ANSELMI, D. L.; LAW, A. L. *Questions of Gender: Perspectives & Paradoxes*. McGraw Hill. 2008. p. 607-628.  
atskirtis. *Tiltai: Vilniaus Pedagoginis universitetas*. 2005, nr. 5. p. 65-72.
2. BIVAINIENĖ L.; KALVAITIENĖ L; ŽILYS L. Gender stereotypes in Lithuanian advertising: analysis of customers' options. *Lyčių studijos ir tyrimai: Šiaulių universitetas*. 2008. Nr. 5, p. 23-30.
3. BRUN, Axel; JACOBS, Jaonne. *Uses of blogs*. New York, 2006. 267 p.
4. BURN, Shawn Meghan. *Social Psychology of Gender*. New York: Mc Graw-Hill, 1996. p. 18-24, 45-48 (233). ISBN 0-07-009182-X.
5. CRESPI, Isabella. Socialization and gender roles within the family: a study on adolescents and their parents in Great Britain. *Communication and social Representation: MCFA annals* [interaktyvus]. 2003. vol. 3, 8 p. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.mariecurie.org/annals/volume3/crespi.pdf>>
6. DAECHUN A; SANGHOON K. Relating Hofstede's masculinity dimension to gender role portrayals in advertising: A cross-cultural comparison of web advertisements. *International marketing review*. 2007, vol. 24, nr. 2, p. 181-207.  
Educational Weblogs. *Informatics in Education: Institution of Mathematics and Informatics*, vol 5, p. 233-254.
7. EFIMOVA, Lilia., FIEDLER, Sebastian, Learning webs: learning in weblog networks. *International WEB Conference Web of the IADIS* [interaktyvus] 2004. p. 1-5. [Žiūrėta 2011 m. vasario mėn. 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://doc.telin.nl/dsweb/Get/Version-14367/LearningWebs.pdf>>.
8. Enciklopedinis kompiuterijos žodynas [interaktyvus]. Iš *Matematikos ir informatikos institutas*. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.likit.lt>>.
9. GARFUNKEL, J. Promoting women bloggers: A timeline of relevant discussions. *Civilities: Media Structure Research* [blog] [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://civilities.net/PromotingWomenBloggersTimeline>>
10. *Gemius Baltic*, Interneto auditorija: faktai ir tendencijos. [interaktyvus] 2009. Prieiga per internetą:  
<<http://www.slideshare.net/BMarketing/gemius-best-marketing-klubas-2009-10-30>> .
11. HEILBURN, Carolyn. *Writing a women's life*. 1st ed. New York: Norton, 1988. 144 p. ISBN 0393 026 01 9
12. HELEN, S. DU., WAGNER, CH. Weblog success: Exploring the role of technology, *J. Human-Computer Studies* [interaktyvus]. 2006, vol. 64, p. 789-798.

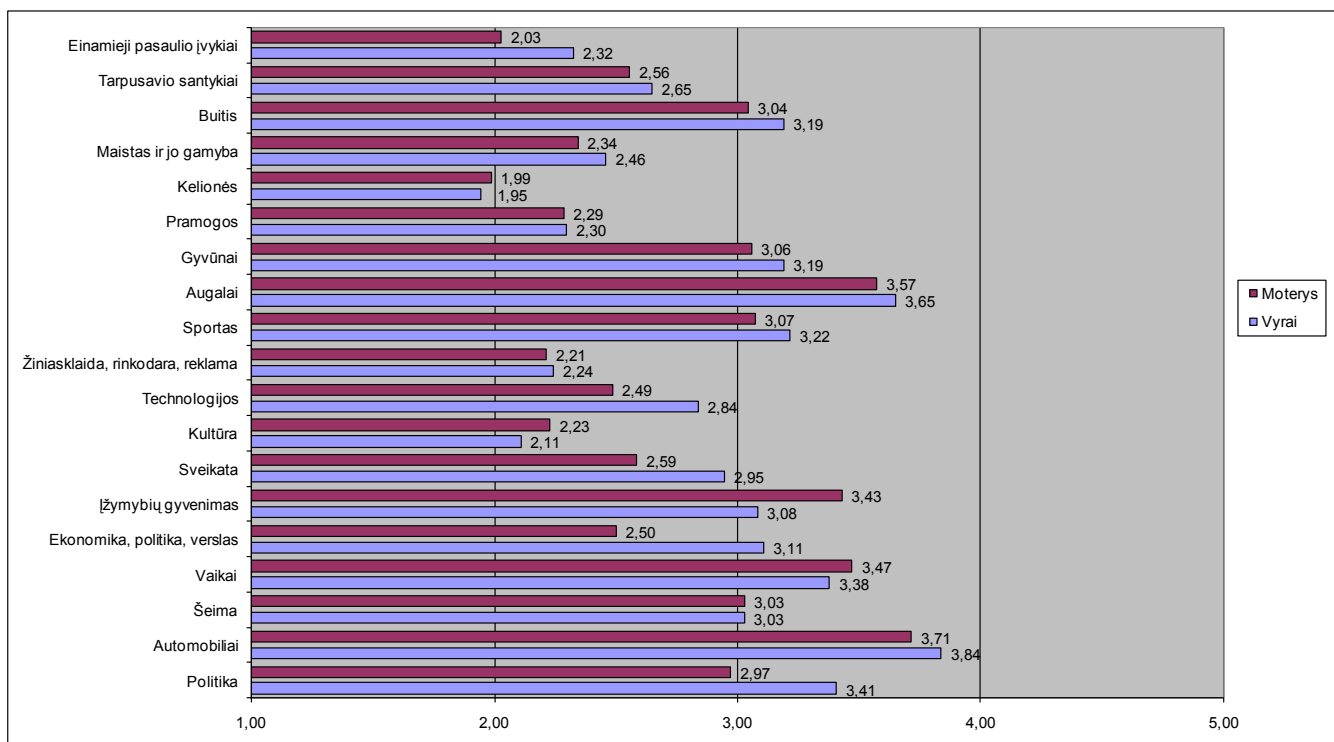
13. HERRING, C.S., SCHEIDT, A.L., BONUS, S., WRIGHT, E. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs, *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'04)*, 2004, vol. 4, p. 1-11.
14. HERRING, S. C.; KOUPEL, I.; SCHEIDT, L. A.; Wright, E. L. Women and children last: The discursive construction of weblogs. In L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, J. Reyman, *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. [interaktyvus] Minneapolis: University of Minnesota. 2006. [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women\\_and\\_children.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html)>.
15. HERRING, S. C.; PAOLILLO, J. C. Gender and genre variation in weblogs. *Journal of Sociolinguistics*, 2006, vol. 10 (4), p. 439-459.
16. HUANG, E. The Acceptance of Women-centric Websites. Iš *Journal of Computer Information Systems*. Summer 2005, p. 75-83.
17. JONUŠKAITĖ, T. Žiniasklaida masėms ir masių žiniasklaida. *VERSUS*, 2007, nr.1(5), p. 62., ISSN 1822-5217.
18. JOVAIŠA, Leonas. *Enciklopedinis edukologijos žodynas*. Vilnius, 2007, 336 p. ISBN 9955-512-92-X.
19. KAČERAUSKAS, T. Tikrovė ir išmonė kalbinės egzistencijos perspektyvoje. *Santalka*. 2008. nr. 16(1) p. 4–12.
20. KAVOLIS V. *Kultūrinė psichologija*. Vilnius: Baltos lankos, 1995, 255 p. ISBN 9986-831-16-6.
21. KAZDIN A. *Encyclopedia of Psychology*. American Psychology Association: Oxford
22. KELLEHER, Tom; MILLER, Barbara M. Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2006, vol. 11, p. 395-414.
23. LIPMANN, W. 1922. Public Opinion. New York: Free Press. 2003. vol. 4(2), p. 249–259.
24. LUI, K. A., CHEUNG, Y. H. Y., LI, S. C. A study on the Perception of Students towards
25. MANŽUCH, Zinaida. Profesinė komunikacija teminiame bibliotekininkystės tinklaraštyje: atvejo analizė [interaktyvus]. *Informacijos mokslai*, 2010, nr. 54, p. 115-116. [Žiūrėta 2011 m. vasario mėn. 20 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos\\_mokslai/2010-54/115-138.pdf](http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/2010-54/115-138.pdf)>
26. MELNIKIENĖ R. Tradicinis visuomenės požiūris į moters vaidmenį šeimoje ir socialinė
27. MESSNER, M. ir DISTASO, V.M. *Journalism studies*, 2008.
28. MILIŪNAITĖ, Rita. Pirmas žvilgsnis į tinklaraščių kalbą. *Kalbos kultūra*. 2008, nr. 81, p. 20-49

29. MILLER R; SHEPHERD D. Blogging as social action: A genre analysis of weblog. *Quarterly Journal of Speech* [interaktyvus]. 2004, vol. 70. [žiūrėta 2011 04 10]. Prieiga per internetą: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action.html)>.
30. MUSSER, J.; O'REILLY, T. Web 2.0 principles and best practices. Sebastopol, 2007. 100 p.
31. Myers, D. G.. Socialinė psichologija. Kaunas: Poligrafija ir informatika. 2008.
32. NARDI, B. A.; SCHIANO, D. J.; GUMBRECHT, M. Blogging as a social activity, or, would you let 900 million people read your diary? *Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work* [interaktyvus]. 2004, p. 222-231. [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://home.comcast.net/%7Ediane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>>
33. Nezinau.lt: *internetinis tinklaraštis*. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.nezinau.lt>>.
34. ORLOVAITĖ E. Lietuvos blogosfera pro PROMO akinius. Dancu [blog] [interaktyvus]. 2011. Prieiga per internetą: <<http://www.dansu.lt/2011/05/03/lietuviskos-blogosferos-bukle>>.
35. PEČIULIS, Žygintas. Žiniasklaida ir žurnalistika daugiaterpės raiškos eroje. *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. 2009, nr. 51, p. 37-53. [Žiūrėta 2011 m. kovo mėn. 26d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos\\_mokslai/51/37-53.pdf](http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/51/37-53.pdf)>
36. PEDERSEN S; MACAFEE C. Gender differences in British blogging. *Journal of Computer-Mediated Communication* [interaktyvus]. 2007, vol. 12(4), nr .16. [žiūrėta 2010 10 10]. Prieiga per internetą: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html>>.
37. PERSEUS S. The blogging iceberg. [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>>
38. POLLARD, D. Is the blogosphere sexist? *How to Save the World* [blog]. [interaktyvus]. 2006. [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://blogs.salon.com/0002007/2003/10/30.html>>
39. Problogger.net: *internetinis tinklaraštis*. What is blog? [interaktyvus] [žiūrėta 2010 balandžio 06d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.problogger.net/archives/2005/02/05/what-is-a-blog/>>.
40. *Psichologijos žodynas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla, 1993, 368 p. ISBN 5-89950-016-6.
41. RATLIFF, C. WATW by the numbers. *Culture Cat* [blog]. [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://culturecat.net/node/1030>>
42. ROGOZNYJ, Arnoldas. Kas yra BLOGas? *Spectrum*: Vilniaus universiteto žurnalas, 2006, nr.2(5), p. 32., ISSN 1822-0347.

43. SCHEIDT Lois Ann, Adolescent Diary Weblogs and the Unseen Audience [interaktyvus]. 2006. [žiūrėta 2011 m. kovo 27 d.]. Prieiga per internetą: <[http://loisscheidt.com/linked/2006/Adolescent\\_Diary\\_Weblogs\\_and\\_the\\_Unseen\\_Audience.pdf](http://loisscheidt.com/linked/2006/Adolescent_Diary_Weblogs_and_the_Unseen_Audience.pdf)>
44. SILVA, L.; GOEL, L.; MOUSAVIDIN, E. Exploring the dynamics of blog communities: the case of MetaFilter. *Information Systems Journal*, 2008, vol. 19, issue 1, p. 55–81.
45. SRIKANTIAH, K.; KOENIG M. Knowledge management in practice. Medford, 2008. 519 p.
46. State of the blogosphere 2008 [interaktyvus]. 2011 [žiūrėta 2011 m. kovo 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://technorati.com/blogging/feature/state-of-the-blogosphere-2008/>>
47. STUNDŽĖ, Lijana. Lytis ir organizacija: komunikacinis aspektas. *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. 2009, nr. 49, p. 99-117. [Žiūrėta 2011 m. vasario mėn. 21d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos\\_mokslai/49/99-117.pdf](http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/49/99-117.pdf)>
48. TAYLOR R. Is blog masculine noun? *Guardian*. [interaktyvus]. 2004. [žiūrėta 2011 04 01]. Prieiga per internetą: <<http://www.guardian.co.uk/politics/2004/may/11/women.comment>>
49. TEREŠKINAS, Artūras. Tarp norminio ir subordinuoto vyriškumo formų: vyrai, jų seksualumas ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*. 2004, nr. 3. p. 28-38. ISSN 1392-3358.  
University. 2000, vol. 7, p. 466-470.
50. USTILAITĖ, Stasė. Stereotipo samprata, jo teigiami ir neigiami aspektai *Iš Vaikų ir jaunimo rengimo šeimai: mokoji metodinė priemonė*. Vilnius. 2007, p. 10–13.
51. WEST, Candace; ZIMMERMAN Don H. Gender and Society: doing gender [interaktyvus]. 1987, vol. 1, no. 2. p. 125-151. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.soc.washington.edu/users/brines/doinggender.pdf>>
52. WOOD, Julia T. *Gendered lives communication, gender, and culture*. 6th ed. Belmont [Calif.]: Wadsworth/Thomson Learning, 2005. p. 105-147, 209-229 (364). ISBN 0-534-63615-2.
53. WOODWARD, K. 2001. Identity and Difference. London: Sage / Open University. 1997, p. 299 – 346.
54. ШАКИРОВА, Светлана. Толкования гендера. Сборник статей по гендерным исследованиям. Алматы: Центр гендерных исследований. 2000. [interaktyvus] [žiūrėta 2010 10 10]. Prieiga per internetą: <<http://www.genderstudies.info/social/s19.php>>

## PRIEDAI

### 1 Priedas. Respondentų pasiskirstymo pagal įdomias temas vidurkiai pagal lytį



## 2 Priedas. Vyriškumo ir moteriškumo tyrimo lietuviškuose tinklaraščiuose anketos pavyzdys

### Anketa

Visuomenėje egzistuoja nuomonė, jog vyrai ir moterys bendraudami kreipia dėmesį į skirtingus aspektus. Skiriasi komunikacijos tikslai, pomėgiai, saviraiška, kalbėjimo būdas. Kitaip tariant, bendraudami vyrai ir moterys naudoja tam tikrus stereotipinius bendravimo šablonus. Užsienio tyrimais įrodyta, jog stereotipai tarp vyrų ir moterų egzistuoja ir tinklaraščiuose. Iki šiol panašių tyrimų lietuviškuose tinklaraščiuose atlikta nebuvo.

Ši anketa padės išsiaiškinti ar visuomenėje egzistuojantys stereotipai pasireiškia lietuviškuose tinklaraščiuose.

Apklausa yra anoniminė ir konfidenciali. Jūsų pateikti atsakymai bus panaudoti tik mokslo tikslais. Savo nuomonę išreikškite pažymėdami sau tinkamą atsakymą/us kryželiu (X).

### VYRIŠKUMO IR MOTERIŠKUMO RAIŠKA LIETUVIŠKUOSE TINKLARAŠČIUOSE

**1. Ar bent kartą esate rašęs tinklaraštį? (Jei atsakėte „ne“ pereikite prie 2 klausimo)**

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau

**2. Ar bent kartą esate skaitęs tinklaraštį? (Jei atsakėte „ne“ arba „nežinau“ pereikite prie 5 klausimo)**

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau

**3. Kiek kartų per mėnesį vidutiniškai skaitote tinklaraščius?**

- ☐ 1
- ☐ 1-5
- ☐ 5-10
- ☐ 10-20
- ☐ 20 ir daugiau

**4. Kokiais kriterijais vadovaujatės atsirinkdamas Jums rūpimą tinklaraštį?**

| Kriterijai | Labai svarbu | Svarbu | Nei svarbu, nei nesvarbu | Nesvarbu | Visiškai nesvarbu |
|------------|--------------|--------|--------------------------|----------|-------------------|
|------------|--------------|--------|--------------------------|----------|-------------------|

|                                  |  |  |  |  |  |
|----------------------------------|--|--|--|--|--|
| Aktuali tema                     |  |  |  |  |  |
| Galimybė pasisakyti              |  |  |  |  |  |
| Naudingos nuorodos               |  |  |  |  |  |
| Naudingi patarimai               |  |  |  |  |  |
| Imponuoja tinklaraščio rašytojas |  |  |  |  |  |

**5. Kas, Jūsų manymu, dažniau rašo tinklaraščius?**

- ☐ Vyrų
- ☐ Moterų
- ☐ Vienodai
- ☐ Nežinau

**6. Kokios lyties rašomus tinklaraščius skaitote dažniau?**

- ☐ Vyrų;
- ☐ Moterų;
- ☐ Anoniminius;
- ☐ Kelių autorių;
- ☐ Nežinau;
- ☐ Neskaitau tinklaraščių.

**7. Nurodykite temas, kurios tinklaraščiuose Jums yra įdomios?**

| Tema                             | Labai įdomios | Įdomios | Nei įdomios, nei neįdomios | Neįdomios | Labai neįdomios |
|----------------------------------|---------------|---------|----------------------------|-----------|-----------------|
| Politika                         |               |         |                            |           |                 |
| Automobiliai                     |               |         |                            |           |                 |
| Šeima                            |               |         |                            |           |                 |
| Vaikai                           |               |         |                            |           |                 |
| Ekonomika, politika, verslas     |               |         |                            |           |                 |
| Įžymybių gyvenimas               |               |         |                            |           |                 |
| Sveikata                         |               |         |                            |           |                 |
| Kultūra                          |               |         |                            |           |                 |
| Technologijos                    |               |         |                            |           |                 |
| Žiniasklaida, rinkodara, reklama |               |         |                            |           |                 |
| Sportas                          |               |         |                            |           |                 |
| Augalai                          |               |         |                            |           |                 |
| Gyvūnai                          |               |         |                            |           |                 |
| Pramogos                         |               |         |                            |           |                 |
| Kelionės                         |               |         |                            |           |                 |
| Maistas ir jo gamyba             |               |         |                            |           |                 |
| Buitis                           |               |         |                            |           |                 |
| Tarptautiniai santykiai          |               |         |                            |           |                 |
| Einamieji pasaulio įvykiai       |               |         |                            |           |                 |

**8. Nurodykite temas, kuriomis, Jūsų manymu, labiausia domisi ne jūsų lyties atstovai (nurodyti iki 5 pasirinkimų)**

- ☐ *Politika*
- ☐ *Automobiliai*
- ☐ *Šeima*
- ☐ *Vaikai*
- ☐ *Ekonomika, politika, verslas*
- ☐ *Įžymybių gyvenimas*
- ☐ *Sveikata*
- ☐ *Kultūra*
- ☐ *Technologijos*
- ☐ *Žiniasklaida, rinkodara, reklama*
- ☐ *Sportas*
- ☐ *Augalai*
- ☐ *Gyvūnai*
- ☐ *Pramogos*
- ☐ *Kelionės*
- ☐ *Maistas ir jo gamyba*
- ☐ *Buitis*
- ☐ *Tarpusavio santykiai*
- ☐ *Einamieji pasaulio įvykiai*

**9. Nurodykite temas, kuriomis, Jūsų manymu, labiausia domisi jūsų lyties atstovai (nurodyti iki 5 pasirinkimų)**

- ☐ *Politika*
- ☐ *Automobiliai*
- ☐ *Šeima*
- ☐ *Vaikai*
- ☐ *Ekonomika, politika, verslas*
- ☐ *Įžymybių gyvenimas*
- ☐ *Sveikata*
- ☐ *Kultūra*
- ☐ *Technologijos*
- ☐ *Žiniasklaida, rinkodara, reklama*
- ☐ *Sportas*
- ☐ *Augalai*
- ☐ *Gyvūnai*
- ☐ *Pramogos*
- ☐ *Kelionės*
- ☐ *Maistas ir jo gamyba*
- ☐ *Buitis*
- ☐ *Tarpusavio santykiai*
- ☐ *Einamieji pasaulio įvykiai*

**10. Ar komentuojate tinklaraščiuose rašomas temas? (Jei atsakėte „ne“ arba „nežinau“ pereikite prie 12 klausimo)**

- ☐ **Taip**
- ☐ **Ne**
- ☐ **Nežinau**

**11. Kiek kartų per mėnesį komentuojate tinklaraščių įrašus?**

- ☐ 1 kartą

- 1-5 kartus
- 5-10 kartų
- 10-20 kartų
- 20 kartų ir daugiau

**12. Kaip manote, ar vyrai ir moterys tinklaraščiuose komunikuoja skirtingai?**

- Taip
- Ne
- Nežinau

**13. Nurodykite vyrams ir/arba moterims būdingus komunikacijos skirtumus?**

| Komunikacija                    | Vyrai | Moterys | Vyrai ir Moterys | Nei vyrai, Nei moterys | Nežinau |
|---------------------------------|-------|---------|------------------|------------------------|---------|
| Pagrįsta argumentais            |       |         |                  |                        |         |
| Pagrįsta emocijomis             |       |         |                  |                        |         |
| Nukreipta į detales             |       |         |                  |                        |         |
| Nukreipta į faktus              |       |         |                  |                        |         |
| Nukreipta į psichologinę būseną |       |         |                  |                        |         |
| Plėtojama viena mintis          |       |         |                  |                        |         |
| Esama minčių šuolių             |       |         |                  |                        |         |
| Vyrauja teiginiai               |       |         |                  |                        |         |
| Vyrauja klausimai               |       |         |                  |                        |         |

**14. Nurodykite tinklaraščių kalbos savybes, būdingas tinklaraščio ne jūsų lyties rašytojams?**

| Savybės        | Visiškai sutinku | Sutinku | Nei sutinku, nei nesutinku | Nesutinku | Visiškai nesutinku |
|----------------|------------------|---------|----------------------------|-----------|--------------------|
| Jautrumas      |                  |         |                            |           |                    |
| Konkretumas    |                  |         |                            |           |                    |
| Abstraktumas   |                  |         |                            |           |                    |
| Motyvuotumas   |                  |         |                            |           |                    |
| Logiškumas     |                  |         |                            |           |                    |
| Kritiškumas    |                  |         |                            |           |                    |
| Rūpestingumas  |                  |         |                            |           |                    |
| Sarkastiškumas |                  |         |                            |           |                    |
| Įtaigumas      |                  |         |                            |           |                    |
| Kategoriškumas |                  |         |                            |           |                    |

**15. Nurodykite tinklaraščių kalbos savybes, būdingas tinklaraščio jūsų lyties rašytojams?**

| Savybės   | Visiškai sutinku | Sutinku | Nei sutinku, nei nesutinku | Nesutinku | Visiškai nesutinku |
|-----------|------------------|---------|----------------------------|-----------|--------------------|
| Jautrumas |                  |         |                            |           |                    |

|                |  |  |  |  |  |
|----------------|--|--|--|--|--|
| Konkretumas    |  |  |  |  |  |
| Abstraktumas   |  |  |  |  |  |
| Motyvuotumas   |  |  |  |  |  |
| Logiškumas     |  |  |  |  |  |
| Kritiškumas    |  |  |  |  |  |
| Rūpestingumas  |  |  |  |  |  |
| Sarkastiškumas |  |  |  |  |  |
| Įtaigumas      |  |  |  |  |  |
| Kategoriškumas |  |  |  |  |  |

**16. Ar Jūs pritariate teiginiams:**

| Teiginiai                                                                         | Visiškai sutinku | Sutinku | Nei sutinku, nei nesutinku | Nesutinku | Visiškai nesutinku |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|----------------------------|-----------|--------------------|
| Vyrų tinklaraščiai yra populiariausi nei moterų                                   |                  |         |                            |           |                    |
| Dienoraščio tipo tinklaraščių rašymas yra populiariausias moterų gretose nei vyrų |                  |         |                            |           |                    |
| Moterų tinklaraščių yra mažiau dėl jų prastesnio IT srities išmanymo              |                  |         |                            |           |                    |
| Moterys rašo tinklaraščius skirtus moterims, vyrai - vyrams                       |                  |         |                            |           |                    |
| Daugiausiai komentuojami moterų rašomi tinklaraščiai                              |                  |         |                            |           |                    |
| Vyrų tinklaraščiai yra individualistiniai                                         |                  |         |                            |           |                    |
| Temos aktualumas nepriklauso nuo lyties                                           |                  |         |                            |           |                    |
| Moterys skelbia mažiau įrašų nei vyrai                                            |                  |         |                            |           |                    |

**17. Ar galėtumėte teigti, kad lyčių stereotipai egzistuoja tinklaraščiuose?**

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau

**18. Jūsų lytis:**

- ☐ vīrs
- ☐ sieviete

**19. Jūsu vecums:**

- ☐ līdz 18 g.
- ☐ 18-25 g.
- ☐ 26-35 g.
- ☐ 36-45 g.
- ☐ 46-60 g.
- ☐ virs 60 g.

**20. Jūsu izglītība:**

- ☐ pamatizglītība
- ☐ nebeidzotā vidējā izglītība
- ☐ vidējā izglītība
- ☐ speciālā vidējā izglītība/profesionālā izglītība
- ☐ augstākā izglītība/koleģija
- ☐ augstākā universitātes izglītība

**21. Jūsu darbinājamā vieta:**

- ☐ Students
- ☐ Bezdarbīgs
- ☐ Darbinājamais
- ☐ Tirdzniecības darbinājamais
- ☐ Vadītājs
- ☐ Uzņēmuma īpašnieks

*Dēkoju uz atbildēm!*