

VYRESNIO AMŽIAUS ŽMONIŲ REPREZENTAVIMAS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE: KIEKYBINIS IR KONTEKSTINIS ASPEKTAI

Gražina Rapolienė

Vilniaus universitetas, Filosofijos fakultetas

Įvadas

1 lentelės tęsinys

Su visuomenės demografiniu senėjimu daugelyje šalių didėja dėmesys pagyvenusiems žmonėms, jų socialinei integracijai, pensijų sistemai, darbo rinkos bei vartojimo pokyčiams, sveikatos apsaugos problemoms ir pan. Lietuva šiuo atveju nėra išimtis. Nors pagyvenusiųjų dalis dar nėra itin didelė – 65 metų ir vyresni sudaro apie 15 procentų visų gyventojų (Gyventojai..., 2009), – pastebimas susirūpinimas problemomis, siejamomis su gyventojų senėjimu, ypač šalies pensijų ir sveikatos apsaugos sistemų galimybėmis. Žiniasklaida šiame problemų kėlimo ir sprendimų paieškos procese atlieka itin svarbų vaidmenį: ji formuoja mąstymo būdus ir „bendras prasmes, kurių ritualiniai reprodukuojamoje sistemoje mes gyvename“ (Grossberg, Wartella, & Whitney, 1998, p. 20). Lietuvos vyresnio amžiaus žmonių reprezentavimas spaudoje tirtas tik S. Mikulionienės ir D. Petkevičienės (2006).

Tyrimo tikslas – išryškinti pagyvenusių žmonių vaizdą, reprezentuojamą Lietuvos žiniasklaidos: kaip jie įvardijami, su koku socialiniu kontekstu siejami.

Tyrimo objektas. Tyrimui pasirinktos 2007 m. vieno iš lankomiausių internetinio portalo „Delfi“ publikacijos, mininės pagyvenusius žmones ir senėjimą, surinktos pagal raktažodžius „senjor“, „senas,-a“, „senyva“, „pagyvenęs,-usi“, „pensininkas,-ė“, „vyresnio amžiaus“, „senolis,-ė“, „senatvė“, „senėjimas“, „senelis,-ė“, „senutė“, „senukas“, „močiutė“, iš viso 1106. Daugiau nei trečdalis atrinktų tekstų yra paties „Delfi“ portalo (399). Iš kitų šaltinių straipsnių gausa išsiskiria regionų laikraščiai „Klaipėda“ (87) ir „Kauno diena“ (85), naujienų agentūra ELTA (43), „L.T.“ (40). Tyrimui atrinktų publikacijų šaltinių pasiskirstymas pateiktas 1 lentelėje.

1 lentelė. Tyrimo medžiagos šaltinių pasiskirstymas

Nr.	Šaltinis	Publikacijų sk.	Proc.
1.	Delfi	399	36,1
2.	Klaipėda	87	7,90
3.	Kauno diena	85	7,70
4.	ELTA	43	3,90

5.	L.T.	40	3,60
6.	Sekundė	39	3,50
7.	Lietuvos žinios	32	2,90
8.	15 min.	29	2,60
9.	Privatūs asmenys	23	2,10
10.	Lrt.lt	22	2,00
11.	Panevėžio balsas	20	1,80
12.	Gyvenimas gražus	20	1,80
13.	Valstiečių laikraštis	17	1,50
14.	Šiaulių apskrities TV	14	1,20
15.	Lietuvos sveikata	13	1,20
16.	Panorama	12	1,00
17.	Žinių radijas	10	0,90
18.	Vakarų ekspresas	8	0,70
19.	Sveikata ir grožis	8	0,70
20.	Posh.lt	8	0,70
21.	Panelė	8	0,70
22.	Kiti	169	15,3
	Iš viso:	1106	99,8

Šaltiniai, kurių publikacijų buvo mažiau nei 8, buvo sujungti į skiltį „kiti“. Taigi, atrinktų publikacijų šaltiniai gan įvairūs, todėl galima kalbėti apie bendras tendencijas Lietuvos viešajame diskurse.

Tyrimo metodas – kiekybinė turinio analizė. Tyrimo duomenys – 2007 m. 1106 publikacijos „Delfi“ portale, kuriose minimi pagyvenę žmonės.

Atrinktų tekstų analizė atlikta taikant *kontent* analizės kompiuterinę programinę įrangą „Hamlet“ (Brier, Hopp, 1998–2008): buvo nustatyti dažniausiai vartotų reikšminių žodžių dažniai, o klasterine analize išskirtas kontekstas, su kuriuo dažniausiai siejami vyresnio amžiaus žmonės.

Žiniasklaida ir socialinis senėjimo konstravimas

Kodėl svarbu tirti žiniasklaidą? Dabartiniu informacijos ir technologijų laikmečiu ji yra „reikšmingiausia komunikacija, iš kurios asmuo sužino apie pasaulį anapus jo ar jos tiesioginės patirties“ (Barak, 1994, p. 3). Žiniasklaidą ir kultūrą sieja abipusis ryšys. Jos palaiko viena kitą, apibrėždamos mūsų aplinką: „Visuomenės kaip rūšys turi reprodukuotis, kad išliktų, ir kultūra kultivuoja nuostatas bei elgesį, kuris nuteikia žmones leisti įsigalėti tam tikriems

minties ir elgesio būdams, tokiu būdu integruodama individus į specifinę socialinę ekonominę sistemą“ (Kellner & Durham, 2001, p. 1). Žiniasklaida perduoda kultūrą kaip „bendras prasmės“ bei „žinomas prasmes ir aspektus“ (Stevenson, 1995, p. 11–12). Kultūra savo ruožtu apima „ritualą“, „mitologiją“ ir „kūrimą, reprezentavimą bei aukštinimą bendrų, net jeigu iliuzinių, įsitikinimų“ (Carey, 1992, p. 43).

Visgi tyrėjai pabrėžia, kad perduodamų žinių formavimas yra kūrybinis ir selektyvus procesas: žiniasklaida veikia žmonių mąstymo būdą, sutelkdama dėmesį į konkrečius klausimus (Nussbaum, 1989), „žinių gamybos aktas greičiau yra pačios tikrovės konstravimo aktas nei realybės atvaizdavimas“ (Tuchman, 1978, p. 12). Grįstas žinių rengėjų vertybėmis, jis gali iškreiptai perteikti pasaulį tiems, kurie mažiau įtraukti į socialinį gyvenimą.

Tokiu būdu žiniasklaida interpretuoja visuomenei ir senėjimą (Estes, 2001), ji prisideda prie socialinių normų, susijusių su pagyvenusiais žmonėmis, kūrimo, taip pat tarnauja negatyviems ir pozityviems stereotipams sustiprinti (Hilt, Lipschultz, 2005; Bramlett-Soloman & Wilson, 1989; Gantz et al., 1980; Schramm, 1969). S. J. Holladay (2002) teigimu, žiniasklaida atsakinga už kai kurių požiūrių į senėjimą kultivavimą: „Vyresnių televizijos ir filmų charakterių dėka mes galime susikurti sampratą, koks gali būti vėlesnis gyvenimas senstantiems individams ir mums patiems. Žinių pranešimai nušviečia temas, susijusias su vyresnės populiacijos nariais. Televizijos reklama ir spausdinių skelbimai pagilina mūsų supratimą apie senėjimo problemas, aprėpiančias nuo kognityvių sunkumų iki impotencijos ir finansinio nesaugumo“ (Holladay, 2002, p. 681).

Etnolingvistinę gyvybingumo teoriją (*ethnolinguistic vitality theory*, Giles, Bourhis, Taylor, 1977; Harwood, Giles, Bourhis, 1994), nagrinėjančią įvairių grupių visuomenėje stiprumą (*strength*), galima pritaikyti plačiau – vyresnio amžiaus žmonių kategorijai. Šioje teorijoje grupių stiprumas apibrėžiamas jų statusu, institucine parama ir demografinėmis charakteristikomis (narių skaičiumi, geografiniu sutelktumu, dalyvavimu primant sprendimus ir įgyvendinant politines teises), o gyvybingumas įvardijamas kaip svarbiausias etnolingvistinės grupės ir jos kalbos išlikimo veiksnys (McConnell, 1991). Bendresne prasme, gyvybingumas gali būti suprantamas kaip esminis grupės (šiuo atveju, socialinės kategorijos) padėčiai visuomenėje nusakyti, pavyzdžiui, išreiškiamas jai skiriamu dėmesio ir pagarbos. Viena svarbiausių gyvybingumo dimensijų yra institucinė parama, o ypač parama bei reprezentavimas žiniasklaidoje. Taigi, grupės buvimas ar nebuvimas (*presence or absence*) žiniasklaidoje yra laikomas tos grupės ob-

jektyvaus gyvybingumo visuomenėje indikatoriumi (Abrams et al., 2003; Harwood & Anderson, 2002; Harwood & Roy, 2005), o įvaizdžiai – grupės socialinio statuso indikatoriais (Hacker, 1951). Tyrėjai pastebi, kad vyresnio amžiaus žmonių, ypač moterų, charakteriai vis dar menkai reprezentuojami daugelyje televizijos tinklų programų, televizijos ir spausdinių reklamoje, be to, jei vaizduojami – dažniausiai neigiamai (Harwood, Anderson, 2002; Robinson & Skill, 1995; Miller et al., 1999; Roy & Harwood, 1997; Vasil & Waas, 1993).

Plačiai žinomos atsitraukimo (*disengagement*) teorijos (Cumming & Henry, 1961; Passuth & Bengston, 1988; Young, 1979): kritikai teigė, jog visuomenės atsitraukimą nuo pagyvenusių žmonių galima įvardyti ir kaip jų pašalinimą, o žiniasklaida, ypač televizija ir spauda – dėl savo svarbos pakeičiant tarpasmeninius santykius (Davis, 1971; Graney, 1975; Graney & Graney, 1974; Rubin & Rubin, 1982) – prisideda prie šio išstūmimo, kadangi savo programose nerodo pagyvenusių žmonių ir nekalba apie juos (Barrow, 1996).

Kūrybiškai ir selektyviai interpretuodama tikrovę, įtvirtindama vienus mąstymo būdus ir ignoruodama kitus, žiniasklaida prisideda prie socialinio senėjimo konstravimo. Žiniasklaidos dėmesys ar jo stoka kuriai nors socialinei grupei ar kategorijai rodo jos gyvybingumą ir statusą visuomenėje. Tyrimai Vakaruose konstatuoja menką ir paprastai negatyvų pagyvenusių žmonių reprezentavimą žiniasklaidoje. Kokia situacija Lietuvoje?

Pagyvenusių žmonių apibūdinimas

Vyresnio amžiaus žmonės dažniausiai vadinami „seneliu,-e“ (19 proc.), taip pat „pensininku,-e“ (18 proc.) ar „močiute“ (13 proc.) (2 lent.). Neutrali sąvoka „vyresnio amžiaus žmonės“ vartota 12 proc. visų atvejų.

2005 m. S. Mikulionienės ir D. Petkevičienės (2006) atliktame penkių populiariausių dienraščių tyrime konstatuota, kad dažniausiai vartotas terminas buvo „pensininkai“ arba „pensijų gavėjai“, jie sudarė net 45 proc. visų tam tikslui skirtų žodžių. Sąvoka „vyresnio amžiaus žmonės“ tuomet buvo vartota vos 1,3 proc. atvejų.

2 lentelė. *Vyresnio amžiaus žmonių įvardijimas*

Nr.	Raktažodis	Dažnis	Proc.
1.	senel*	2318	19
2.	pensinink*	2173	18
3.	mociut*	1622	13
4.	vyresn*	1502	12
5.	vyriaus*	1164	10
6.	senol*	1027	8

2 lentelės tęsinys

Nr.	Raktažodis	Dažnis	Proc.
7.	pagyven*	814	7
8.	senuk*	490	4
9.	senyv*	468	4
10.	senut*	414	3
11.	ilgaamz*	95	1
12.	senjor*	93	1
	Iš viso	12180	100

Nors tyrimų metu analizuoti šaltiniai skirtingi, galima teigti, jog dabar dažniau pasirenkami žodžiai „senelis,-ė“, akcentuojantys žmogaus amžių arba padėtį šeimoje (sulaukus vaikaičių) nei „pensininkas“, „pensininkė“, kurie suprantami kaip našta dirbančiųjų visuomenei, išlaikytiniai. Dažnesnis sąvokos „vyresnio amžiaus žmonės“, priimtinesnės patiems pagyvenusiems žmonėms (Mikulionienė, 2003), vartojimas rodo teigiamus poslinkius – didėjančią toleranciją visuomenėje.

Vyrų ir moterų minėjimo dažnio tekstuose analizė keblė, kadangi panaikinus lietuviškus rašmenis, suvienodėja vyriškosios giminės vienaskaitos galininko ir moteriškosios giminės vardininko linksnis („pagyvenusį“ ir „pagyvenusią“ programiniam apdorojimui parengtame tekste bus „pagyvenusią“). Lytį žyminčių raktažodžių prasmei grupei analizės metu buvo priskirti tik tie linksniai, kurie savo rašyba skiriasi nuo kitos giminės (3 lent.).

3 lentelė. *Vyresnio amžiaus žmonių lytį žyminčių žodžių grupės, naudotos analizėje*

Nr.	Raktažodžiai	Jiems priskirtų žodžių grupė
1.	ilgaamze	ilgaamzes, igaamzei, ilgaamze
2.	ilgaamzis	ilgaamzio, ilgaamziui, ilgaamzi
3.	mociute	mociutes, mociutei, mociute, mociuteje
4.	pagyvenes	pagyvenusio, pagyvenusiam, pagyvenusiu
5.	pagyvenusi	pagyvenusios, pagyvenusiai, pagyvenusia
6.	pensininkas	pensininko, pensininkui, pensininka
7.	pensininke	pensininkes, pensininkei
8.	senele	seneles, senelei, seneleje
9.	senelis	senelio, seneliui, seneli, seneliu
10.	senole	senoles, senolei, senoleje
11.	senolis	senolio, senoliui, senoli, senoliu
12.	senukas	senuko, senukui, senuka, senuku, senuke
13.	senute	senutes, senutei, senuteje
14.	senyva	senyvos, senyvai, senyvoje
15.	senyvas	senyvo, senyvam, senyvu, senyvame

Tokiu būdu tekstinėje medžiagoje išskirti mo-

teris žymintys raktažodžiai yra kur kas dažnesni nei vyrus žymintieji, atitinkamai 2400 ir 1380 atvejų (žr. 4 ir 5 lent.). Šie duomenys rodo priešingą tendenciją, nei buvo pastebima JAV atliktuose žiniasklaidos tyrimuose. Ten analizuotoje reklamoje moterys buvo itin menkai reprezentuojamos, lyginant su vyrais (Gantz, Gartenberg, & Rainbow, 1980; Usric, Usric ir Usric, 1986; T. E. Robinson, 1998; Roy & Harwood, 1997; Miller et al., 1999; Signorielli, Bacue, 1999; Signorelli, 2001).

4 lentelė. *Vyresnio amžiaus moteris žyminčių žodžių dažnis tekstuose*

Nr.	Mot. g. raktažodis	Dažnis	Proc.
1.	močiutė	1041	43
2.	pensininkė	386	16
3.	senolė	340	14
4.	senutė	264	11
5.	senelė	176	7
6.	pagyvenusiai	102	4
7.	senyva	90	4
8.	ilgaamžė	1	0
	Iš viso	2400	100

Populiariausias moteris žymintis žodis yra „močiutė“, nurodantis vyresnio amžiaus moterų padėtį šeimoje. Jis sudaro 43 proc. visų moterims pavadinti vartotų žodžių. Sąvokos „pensininkė“ ir „senolė“ atitinkamai vartotos 16 ir 14 proc. atvejų (4 lent.).

5 lentelė. *Vyresnio amžiaus vyrus žyminčių žodžių dažnis tekstuose*

Nr.	Vyr. g. raktažodis	Dažnis	Proc.
1.	senelis	527	38
2.	pensininkas	424	31
3.	senukas	169	12
4.	senolis	138	10
5.	pagyvenęs	88	6
6.	senyvas	34	2
7.	ilgaamžis	0	0
	Iš viso:	1380	100

Tarp vyrus įvardijančių žodžių dažniausiai vartoti „senelis“ (38 proc.) ir „pensininkas“ (31 proc., 5 lent.), vėlgi atitinkamai reiškiantys padėtį šeimoje ir išlaikytinio padėtį visuomenėje.

Socialinis pagyvenusių žmonių vaizdavimo kontekstas

Siekiant sužinoti, su koku socialiniu kontekstu publikacijose siejami vyresnio amžiaus žmonės, dažniausiai tekste pasikartojantys žodžiai buvo suskirstyti į temines grupes (darbas, šeima, sveikata, re-

ligija, teisėsauga ir t. t.) ir iš jų išrinkti raktažodžiai, ženklinantys visą grupę žodžių, „Hamlet“ kompiuterinėje programoje suprantamų kaip sinonimai. Pavyzdžiui, raktažodžiui „amžius“ buvo priskirti žodžiai „metai“, „sulaukęs“, „sulaukusi“, „stažas“, raktažodžiui „darbas“ – „dirba“, „dirbantis“, „profesija“, „profesinis“, „karjera“ ir pan. Iš viso išskirta 18 raktažodžių (6 lent.).

6 lentelė. *Socialinio konteksto raktažodžiai ir jiems priskirtos prasminės grupės*

Nr.	Raktažodis	Prasminė sąvokų grupė
1.	amz*	met*, sulauk*, staz*
2.	darb*	dirb*, profes*, karjer*
3.	draug*	kaimyn*, gimin*
4.	medicin*	vaist*, medik*, gydym*, ligon*
5.	moter*	ji, jos, jai, ja
6.	pagalb*	param*, glob*, rupin*, prieziur*
7.	pagyven*	senyv*, vyresn*, ilgaamz*, vyriaus*
8.	pajam*	pensij*, ismok*, uzdarb*, alg*
9.	polic*	nusikalt*, sukc*, smurt*, auk*
10.	relig*	Diev*, bazn*, kunig*
11.	seim*	vaik*, mam*, zmon*, tev*, sun*, dukr*
12.	senatv*	senejim*
13.	senel*	mociut*, senol*, senuk*, senut*, senjor*
14.	sveikat*	lig*, od*, kun*, serg*, rauksl*
15.	teism*	byl*, bausm*, nuteist*, nubaust*
16.	turt*	zem*, nam*, butas, buto, bute
17.	valstyb*	visuom*, valdz*, politik*, piliet*
18.	vyr*	jis, jo, jam, ji, juo, vyrisk*

Iš šių raktažodžių tekstuose dažniausiai pasitaikė „amžius“ – 21 proc. atvejų, „šeima“ – 15 proc. ir „darbas“ – 11 proc. (7 lent.). Taigi, pagyvenusius žmones, vaizduojamus žiniasklaidoje, pirmaisia ženklina jų amžius, jie yra svarbesni šeimoje (arba jiems svarbesnė šeima) nei darbe ar visuomeniniame gyvenime.

7 lentelė. *Socialinio konteksto raktažodžių dažnis tekstuose*

Nr.	Raktažodis	Dažnis	Proc.
1.	amz*	25224	21
2.	seim*	18607	15
3.	darb*	13421	11
4.	vyr*	10544	9
5.	moter*	9173	7
6.	draug*	5634	5
7.	sveikat*	5631	5
8.	valstyb*	5411	4
9.	turt*	4856	4
10.	polic*	4375	4
11.	senel*	3940	3

7 lentelės tęsinys

Nr.	Raktažodis	Dažnis	Proc.
12.	teism*	3879	3
13.	pajam*	3333	3
14.	medicin*	2579	2
15.	pagalb*	1857	2
16.	relig*	1854	2
17.	senatv*	1409	1
18.	pagyven*	1282	1
	Iš viso:	123009	100

Išskyrus raktažodžius, programine įranga atliekama klasterinė tekstų analizė parodo ryšius tarp pasirinktų raktažodžių. Sąvokų ryšiai yra analizuotini, kai raktažodžių įtraukimo lygmuo didesnis nei 0,5. Vėliau tekste randamos vietos, kur yra klasterinės analizės išskirti raktažodžiai bei jiems priskirti žodžiai, o rastos ištraukos tyrėjo grupuojamos, artimas priskiriant vienai grupei, kuri vėliau įvardijama.

Šiuo atveju aptiktas ryšys tarp raktažodžių „pajam*“ ir „senatv*“. Pajamų ir senatvės raktažodžių ištraukų medžiagoje galima būtų išskirti tokias temas, kaip senatvė ir lūkesčiai jos atžvilgiu, santykiai su šeima, sukčiavimas ar skurdas, tačiau kiekybiškai absoliučiai dominuoja pensijų ir pajamų senatvėje tema, kurią galima suskirstyti į kelias potemes, pavyzdžiui:

- oficiali „Sodros“ informacija apie pensijų apskaičiavimą bei didinimą,
- diskusijos apie pensijų fondus, jų pajamingumą, tikslingumą investuoti,
- rūpestis pajamomis senatvėje apskritai ir konkrečių socialinių kategorijų (mokytojų, dirbančių pagal autorines sutartis, našlių, motinystės bei vaiko priežiūros atostogų metu ir pan.);
- teisėjų pensijų bei Seimo narių, signatarų rentų aptarimas,
- neišmokėtų pensijų grąžinimo klausimas;
- statistika apie pensijų gavėjus ir jų gaunamų išmokų dydį;
- pensininkų išlaikymo kaštai;
- pensijos kaimyninėse šalyse, KGB pensija, mokama Lietuvos gyventojams ir t. t.

Tekstai oficialūs ar bent abstraktūs, racionalūs, logiški: „Neseniai mūsų pensijų sistemą auditavę Pasaulio banko specialistai pažymėjo, kad vidutinis privačių pensijų fondų pajamingumas pernai siekė tik keturis procentus“; „Nuo vasario 1 d. 36 litais nuo 230 iki 266 litų auga valstybinė socialinio draudimo bazinė pensija ir 144 litais nuo 1212 iki 1356 litų einamųjų 2007 metų draudžiamosios pajamos, pranešė SODRA“; „Vidutinė senatvės pensija 2005 m. buvo mažesnė už skurdo rizikos ribą, tai reiškia, kad vieniši pensininkai, gaunantys vidutinę ar mažesnę už vidutinę senatvės pensiją ir neturintys kitų pa-

jamų, atsidūrė skurdo rizikos grupėje.“

Nuostatos į senėjimą praspūsta retai, jos yra neigiamos, pvz.: „*Ir nors tikėtina, kad Lietuvos ūkis, o kartu ir žmonių pajamos ateityje augs, tačiau neigiamos įtakos pensijų dydžiui turi nuolatinis mūsų visuomenės senėjimas*“; „*Taigi finansinė pensininkų išlaikymo našta statistiniam dirbančiajam tik didės.*“

Tokia tekstų apie pajamas senatvėje gausa susijusi su pensijų fondų plėtra. Ji netiesiogiai rodo pajamas senatvėje esant opią visuomenės problemą. Skaitytojas sužino, kad pagyvenusių žmonių pajamos menkos, balansuojančios ant skurdo ribos, kad valdžia, bankai, apskritai jaunesni dirbantys žmonės rūpinasi pajamomis senatvėje ir ieško būdų, kaip jas padidinti, kaip reformuoti pensijų sistemą, tačiau ši tema, kuri tiesiogiai siejasi su vyresnių žmonių gyvenimu, atskleidžiama, apeinant pačius pagyvenusius žmones, tarsi pensinio aprūpinimo klausimas būtų aktualesnis dabartiniams dirbantiesiems, o ne pensininkams.

Vyresnio amžiaus žmonių nereprezentavimas žiniasklaidoje, jų neminėjimas, plėtojant pensinio aprūpinimo temą, remiantis gyvybingumo teorija, rodo menką vyresnio amžiaus žmonių statusą ir vertinimą visuomenėje.

Išvados

1. Apibūdinant pagyvenusius žmones, Lietuvos žiniasklaidoje 2007 m. dažniau nei anksčiau (2005 m.) pasirenkami žodžiai „senelis,-ė“, akcentuojantys žmogaus amžių arba padėtį šeimoje (sulaukus vaikų), o ne „pensininkas,-ė“, suprantami kaip našta dirbančiųjų visuomenei, išlaikytiniai. Dažnesnis sąvokos „vyresnio amžiaus žmonės“, priimtinesnės patiems pagyvenusiems žmonėms, vartojimas rodo teigiamus poslinkius – didėjančią toleranciją vyresniems.
2. Priešingai JAV būdingoms tendencijoms, analizuotoje tekstinėje medžiagoje moterų reprezentavimas dažnesnis nei vyrų. Vyresnio amžiaus moterys dažniausiai įvardijamos „močiutėmis“ – sąvoka, ženklinančia padėtį šeimoje.
3. Pagyvenusių žmonių neminėjimas publikacijoje, aptariančiose pensinio aprūpinimo temą, rodo menką jų vertę visuomenėje.

Literatūra

1. Abrams J. R., Eveland W. P., Jr. & Giles H., 2003, The effects of television on group vitality: Can television empower nondominant groups? In P. Kalbfleisch (Ed.), *Communication Yearbook*. Nr. 27. P. 193–220.
2. Barak G. (Ed.), 1994, *Media, process, and the social construction of crime*. New York: Garland.

3. Barrow G. M., 1996, *Aging, the individual, and society* (6th ed.). St. Paul, MN: West.
4. Bramlett-Soloman S., & Wilson, V., 1989, Images of the elderly in Life and Ebony, 1978–87. *Journalism Quarterly*, Nr. 66 (1). P. 185–188.
5. Brier A., Hopp B., 1998–2008, HAMLET II, Software for computer-assisted text analysis. Southampton / Cologne <<http://www.apb.cwc.net/hamlet2.html>>.
6. Carey J. W., 1992, *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge.
7. Cumming E., Henry, W. E., 1961, *Growing old: The process of disengagement*. New York: Basic Books.
8. Davis R. H., 1971, Television and the older adult. *Journal of Broadcasting*. Nr. 15 (2). P. 153–159.
9. Estes C. L., 2001, *Social policy & aging: A critical perspective*. Thousand Oaks, CA: Sage.
10. Gantz W., Gartenberg H. M., Rainbow, C. K., 1980, Approaching invisibility: The Portrayal of the elderly in magazine advertisements. *Journal of Communication*. Nr. 30. P. 56–60.
11. Giles H., Bourhis R. Y., Taylor D. M., 1977, Towards a theory of language in ethnic group relations In H. Giles (Ed.), *Language, ethnicity, and intergroup relations* (pp. 307–348). London: Academic Press.
12. Gyventojai pagal amžiaus grupes. Statistika (teminės lentelės). – Statistikos departamento elektroninis išteklius. <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveselections.asp?>> [žiūrėta 2009 05 10].
13. Graney M. J., 1975, Communication uses and the social activity constant. *Communication Research*. Nr. 2 (4). P. 347–366.
14. Graney M. J., Graney E. E., 1974, Communication activity substitutions in aging. *Journal of Communication*. Nr. 24 (4). P. 88–96.
15. Grossberg L., Wartella E., Whitney D. C., 1998, *Media making: Mass media in a popular culture*. Thousand Oaks, CA: Sage.
16. Hacker H., 1951, Woman as a minority group. *Social Forces*. Nr. 30. P. 39–44.
17. Harwood J., Anderson K., 2002, The presence and portrayal of social groups in prime-time television. *Communication Reports*. Nr. 15. P. 81–97.
18. Harwood J., Roy A., 2005, Social identity theory and mass communication research. In J. Harwood & H. Giles (Eds.), *Intergroup communication: Multiple perspectives* (pp. 189–212). New York: Peter Lang.
19. Harwood J., Giles H., Bourhis R. Y., 1994, The genesis of vitality theory: Historical patterns and discursive dimensions. *International Journal of the Sociology of Language*. Nr. 108. P. 167–206.
20. Hilt Michael L., Lipschultz Jeremy H., 2005, *Mass Media, an Aging Population, and the Baby Boomers*. Mahwah, New Jersey, London, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
21. Holladay S. J., 2002, „Have fun while you can“, „you’re only as old as you feel“, and „don’t ever get old!“. An examination of memorable messages about aging. *Journal of Communication*. Nr. 52 (4). P. 681–697.
22. Young T. J., 1979, Use of the media by older adults. *American Behavioral Scientist*. Nr. 23 (1). P. 119–136.

23. Kellner D. M., Durham M. G., 2001, Adventures in media and cultural studies: Introducing the keywords. In M. G. Durham, D. M. Kellner (Eds.), *Media and cultural studies, Keywords* (pp. 1–38). Malden, MA: Blackwell.
24. McConnell G. D., 1991, *A macro-sociolinguistic analysis of language vitality*. Sainte-Foy, Quebec, Canada: Laval University Press.
25. Mikulionienė S., Petkevičienė D., 2006, Senatvės įvaizdžiai Lietuvos periodinėje spaudoje: tarp pagarbos ir baimės. *Socialinis darbas*. Nr. 5 (1). P. 38–49. Vilnius: MRU.
26. Mikulionienė S., 2003, Pagyvenusių žmonių vaidmuo šeimoje ir visuomenėje. Stankūnienė V., Jonkarytė A., Mikulionienė S., Mitrikas A. A., Maslauskaitė A. (2003) *Šeimos revoliucija? Iššūkiai šeimos politikai*. Vilnius, Socialinių tyrimų institutas. P. 138–157.
27. Miller P. N., Miller D. W., McKibbin E. M., Pettys G. L., 1999, Stereotypes of the elderly in magazine advertisements 1956–1996. *International Journal of Aging and Human Development*. Nr. 49. P. 319–337.
28. Nussbaum J. F., Thompson, T., Robinson J. D., 1989, *Communication and aging*. New York: Harper & Row.
29. Passuth P. M., Bengston V. L., 1988, Sociological theories of aging: Current perspectives and future directions. In J. E. Birren, V. L. Bengston (Eds.), *Emergent theories of aging* (pp. 333–355). New York: Springer.
30. Robinson J., Skill T., 1995, The invisible generation: Portrayals of the elderly on prime-time television. *Communication Reports*. Nr. 8 (2). P. 111–119.
31. Robinson T. E., II, 1998, *Portraying older people in advertising*. New York: Garland.
32. Roy A., Harwood J., 1997, Underrepresented, positively portrayed: Older adults in television commercials. *Journal of Applied Communication Research*. Nr. 25. P. 35–56.
33. Rubin A. M., Rubin R. B., 1982, Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*. Nr. 9 (2). P. 287–313.
34. Schramm W., 1969, Aging and mass communication. In M. W. Riley, J. W. Riley, M. E. Johnson (Eds.), *Aging and society: Vol. 2. Aging and the professions* (pp. 352–375). New York: Russel Sage Foundation.
35. Signorelli N., 2001, „Television's Contribution to Stereotyping: Past, Present, Future.“ In D. Singer and J. L. Singer, eds. *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
36. Signorielli N., Bacue A., 1999, „Recognition and Respect: A Content Analysis of Prime-Time Television Characters Across Three Decades.“ *Sex Roles*. Nr. 40 (7/8). P. 527–544.
37. Skurdo rizikos rodikliai. Statistika (teminės lentelės). Statistikos departamento elektroninis išteklius. Prieiga internete: <<http://www.stat.gov.lt>> [žiūrėta 2009 05 10].
38. Stevenson N., 1995, *Understanding media cultures*. London: Sage.
39. Tuchman G., 1978, *Making news: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
40. Usric A. C., Usric M. L., Usric V. L., 1986, „A Longitudinal Study of the Use of the Elderly in Magazine Advertising“. *Journal of Consumer Research*. Nr. 13. P. 131–133.
41. Vasil L., Waas H., 1993, Portrayal of the elderly in the media: A literature review and implications for educational gerontologists. *Educational Gerontology*. Nr. 19. P. 71–85.

REPRESENTATIONS OF THE ELDERLY IN LITHUANIAN MEDIA: QUANTITATIVE AND CONTEXTUAL ASPECTS

Gražina Rapolienė

Summary

According to the ethnolinguistic vitality theory, the strength of social groups (which can be extended to social categories), apart from other factors, is defined by the institutional support and especially by the representation in the media. The goal of this paper is to explore the portrayal of the elderly represented in Lithuanian media. 1106 publications of year 2007 mentioning elderly people on the internet portal Delfi in Lithuanian language were studied. The hits with the keywords old, elderly, pensioner, old age, ageing, old man (woman), etc. were analysed. Some one third of the selected texts were from the same portal Delfi, others were extracted from regional newspapers Klaipėda and Kauno diena, news agency ELTA and other sources. The analysis was carried out by using content analysis software Hamlet: establishing the frequency of the most commonly used keywords. Furthermore, with the help of cluster analysis the contexts related to elderly people were singled out. Earlier research work has found that the word pensioner that has a connotation of a burden to the society prevailed when referring to the aged people. According to my findings, more neutral words old man, old woman are used when referring to the age of the person or the family status. This difference is explained as evidence of the changes in the public discourse during the last two years. Differently from the trends in the USA, the representation of women in the analysed material was more frequent than of men. In the cluster text analysis the relationship between the keywords pajam* (income) and senatv* (old age) was detected. The fact that elderly were not mentioned in the publications discussing pension issues demonstrates that their role is underestimated in the Lithuanian society.

Keywords: elderly, mass media, Lithuania, family, income, pensions.

VYRESNIO AMŽIAUS ŽMONIŲ REPREZENTAVIMAS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE: KIEKYBINIS IR KONTEKSTINIS ASPEKTAI

Gražina Rapolienė

Santrauka

Straipsnis analizuoja tyrimo, kurio objektas yra pagyvenusių žmonių tapatumo atspindėjimas ir konstravimas Lietuvos elektroninėje žiniasklaidoje, duomenis. Tirtos 2007 m. internetiniame portale „Delfi“ lietuvių kalba skelbtos 1106 publikacijos, kuriose minimi pagyvenę žmonės. Atrankai vartoti raktažodžiai „senjor“, „senas,-a“, „senyva“, „pagyvenęs,-usi“, „pensininkas,-ė“, „vyresnio amžiaus“, „senolis,-ė“, „senatvė“, „senėjimas“, „senelis,-ė“, „senutė“, „senukas“, „močiutė“. Trečdalis atrinktų tekstų yra paties internetinio portalo „Delfi“, kiti perimti iš regioninių laikraščių „Klaipėda“, „Kauno diena“, naujienų agentūros ELTA ir kt. Analizė atlikta taikant *kontent* analizės kompiuterinę programinę įrangą „Hamlet“: buvo nustatyti vartotų reikšminių žodžių dažniai, o klasterine analize išskirtas kontekstas, su kuriuo dažniausiai siejami vyresnio amžiaus žmonės. Tyrimas atskleidė, kad, apibūdinant pagyvenusius žmones, dabar dažniau nei anksčiau pasirenkami žodžiai „senelis“, „senelė“, akcentuojantys žmogaus amžių arba padėtį šeimoje, o ne „pensininkas“, „pensininkė“, suprantami kaip našta dirbančiųjų visuomenei, išlaikytiniai. Dažnesnis sąvokos „vyresnio amžiaus žmonės“, priimtinesnės patiems pagyvenusiems žmonėms, vartojimas rodo teigiamus poslinkius – didėjančią toleranciją vyresniems. Kita vertus, pagyvenusių žmonių neminėjimas publikacijose, aptariančiose pensinio aprūpinimo temą, rodo menką jų vertinimą mūsų visuomenėje.

Prasminiai žodžiai: vyresnio amžiaus žmonės, žiniasklaida, šeima, pajamos, pensijos.

Įteikta 2009-10-15