

Gražina Rapoliene

Vyresnio amžiaus žmonės Lietuvos žiniasklaidoje: naivūs, kenčiantys ir bejėgiai

Santrauka. *Žiniasklaida įtakoja individų amžiaus tapatumą. Tyrimais Vakaruose nustatytas menkas pagyvenusių žmonių, ypač moterų, reprezentavimas. Šiame straipsnyje analizuojami pagyvenusių žmonių įvaizdžiai 2007 m. 396 internetinio portalo „Delfi“ publikacijose apie pagyvenusius žmones. Priešingai Vakarų tendencijoms, moterys juose reprezentuojamos dažniau nei vyrai. Dominuojantys kriminalinio pobūdžio pranešimai kuria pagyvenusių žmonių-aukų įvaizdį, paryškinamą senatvės institucionalizavimo tendencijų.*

Pagrindiniai žodžiai: *pagyvenę žmonės, žiniasklaida, amžius, šeima, darbas, sveikata.*

Keywords: *elderly, media, Lithuania, age, family, work, health.*

Įvadas

Žiniasklaida kaip mokslinių tyrimų objektas svarbi dėl jos įvairiapusiško poveikio visuomenei ir individui, kuriant ir palaikant bendrą supratimą apie pasaulį, esantį už tiesioginio patyrimo ribų. Žiniasklaida perduoda kultūrą kaip bendrąsias prasmes, apibrėžia mūsų gyvenamą aplinką. Ji interpretuoja socialinę tikrovę, prisidedama prie socialinių normų ir stereotipų kūrimo, jų gyvybingumo palaikymo. Tuo pačiu ji formuoja supratimą apie kitų bei mūsų pačių senėjimą.

Lietuvoje pagyvenusių žmonių vaizdavimo žiniasklaidoje tyrimai tik pradėti. S.Mikulionienė ir D.Petkevičienė (2006) aptiko, kad labiausiai paplitę – pensininkų ir socialinės paramos gavėjų įvaizdžiai, taip

pat vyresnio amžiaus žmonių kaip fiziškai ir teisiškai bejėgių aukų, senatvės kaip praradimų meto įvaizdžiai. Šio tyrimo tikslas – išryškinti pagyvenusių žmonių įvaizdžius, perteikiamus Lietuvos žiniasklaidos: kaip jie įvardijami ir vaizduojami, su koku socialiniu kontekstu siejami, ir palyginti su kitais tyrimais. Tyrimo metodas – kiekybinė turinio analizė. Tyrimo duomenys – 2007 m. 396 publikacijos internetiniame portale „Delfi“, kuriose pagyvenę žmonės yra pagrindiniai veikėjai.

Žiniasklaidos poveikis auditorijai

Ar žiniasklaida veikia savo auditoriją? Anot kultivavimo (*cultivation*) teorijos (Gerbner *et al.*, 1986), žiniasklaidos for-

muojamų modelių perėmimas priklauso nuo jos naudojimo intensyvumo. Kuo daugiau laiko individai skiria žiniasklaidai (pavyzdžiui, televizijai), tuo labiau realų pasaulį jie suvokia būdais, atspindinčiais stabiliausius ir dažniausiai pasikartojančius televizijos sukurto „pasaulio“ vaizdavimo šablonus (Gerbner *et al.*, 1980; Morgan and Signorielli 1990). Žiniasklaida, ypač televizija, geba homogenizuoti skirtingus individų požiūrius (Gerbner 1990), kartojami įvaizdžiai gali sustiprinti esamus tikėjimus ir nuostatas (Palmore 1999), be to, televizijos žiūrėjimas įtakoja žiūrovų amžiaus tapatumą ir nuostatas į jų pačių bei kitų amžiaus grupių žmones (Harwood 1999). Dar 1974 m. aptiktas ryšys tarp televizijos žiūrėjimo ir supratimo apie pagyvenusius žmones. Daugiau žiūrintys televiziją, ypač jaunesnieji, linkę manyti, kad pagyvenę žmonės yra nykstanti rūšis ir kad žmonės pasensta anksčiau nei iš tikrųjų, be to, moterys pasensta anksčiau nei vyrai (Gerbner *et al.*, 1980)¹. Televizijos programų 1990 ir 1970 metais tyrimų rezultatai panašūs, todėl mažai tikėtina, kad būtų pasikeitęs žiūrovų požiūris (Signorielli 2001).

Pagyvenę žmonės daugiau nei jaunesni žiūri televiziją (Atkins *et al.*, 1990-1991; Moss and Lawton, 1982). Jie pasiduoda žiniasklaidos poveikiui: yra linkę vertinti žiniasklaidą kaip labiausiai įtikinamą, taip pat perimti su senėjimu susijusius stereotipus.

Jauniausi ir vyriausi skaitytojai pasirodo esą mažiausiai kritiškai, suvokiant laikraščius įvaizdžius (Burgoon *et al.*, 1986). Pakeitimo teorijos² teigimu, žiniasklaidos įtaigumas susijęs su kitu jos poveikio aspektu – tarpasmeninių ir socialinių santykių tinklo, buvusio dirbant apmokamą darbą, pakeitimu (Kubey 1981). Teigiama, jog vyresni žmonės yra linkę medijų komunikacija, ypač televizija ir spauda, pakeisti tarpasmeninį bendravimą, kai pastarojo nėra ar jis ypatingai sunkiai įgyvendinamas (Bliese 1986; Rubin and Rubin 1982). Televizijos žinios leidžia jiems jaustis susijusiems su pasauliu ir teikia informaciją, reikalingą prisitaikyti prie socialinių pokyčių bei funkcijų visuomenėje (Cassata 1985; Hilt and Lipschultz 2005).

Tačiau daugelio JAV tyrimų duomenimis, žiniasklaidai nepavyksta atspindėti buvimo senu realybės – ji kaltinama kurianti ir stiprinanti stereotipus apie pagyvenusius žmones (Bramlett-Soloman and Wilson 1989; Gantz *et al.*, 1980; Markson *et al.*, 1989; Gunter 1998). Pažiūrėkime, kokia „žinia“ apie senatvę perduodama, kaip žiniasklaidoje vaizduojami pagyvenę žmonės?

Pagyvenusių žmonių vaizdavimo Vakarų šalyse tyrimai

Vakaruose daugiausia atlikta pagyvenusių žmonių vaizdavimo reklamoje ir televizijoje tyrimų. Paprastai visi jie pažymi, kad

¹ 1993 – 2000 metų JAV televizijos programų tyrimo duomenimis, iš vyrų, kurių amžius tarp 50 ir 64 metų, tik 11 procentų buvo priskiriami pagyvenusių kategorijai, tuo tarpu 22 procentai tokio paties amžiaus moterų buvo vertinamos kaip pagyvenusios. Analogiškai 65 m. ir vyresnių grupėje 75 proc. vyrų ir 83 proc. moterų priskirtos pagyvenusių kategorijai (Signorielli 2001).

² Pakeitimo teorija buvo pasiūlyta kaip alternatyva atsitraukimo teorijai, aukštesnius pagyvenusių žmonių televizijos žinių žiūrėjimo rodiklius aiškinant didesniu laisvai disponuojamo laiko kiekiu.

pagyvenę žmonės, ypač moterys, itin menkai reprezentuojami, lyginant su gyventojų surašymo duomenimis (Signorielli and Gerbner 1978; Gerbner and Signorielli 1979; Gantz *et al.*, 1980; Gerbner *et al.*, 1980; Roy and Harwood 1997; Robinson 1998; Miller *et al.*, 1999; Signorielli and Bacue 1999; Harwood and Anderson 2002; Raman *et al.*, 2006, cit. Zhang *et al.*, 2006), ir panašu, kad žiniasklaidoje jų mažėja, skirtingai nei realiame gyvenime (Gerbner 1993). A.C.Ursičas ir kt. (1986) tyrinėjo devynių kategorijų žurnalus penkių metų intervalu 1950 – 1980 metų laikotarpiu ir aptiko, kad vyresnio amžiaus žmonės, manomai vyresni nei 60, buvo vaizduojami vidutiniškai 9 proc. reklamų konkrečiais metais (nors jie sudarė 12 – 16 proc. visos populiacijos). 1993 – 2000 metų tyrimo JAV duomenimis, tik 3 proc. TV charakterių, tiek vyrų, tiek moterų, pagrindiniuose ir pagalbiniuose vaidmenyse galėtų būti atpažinti kaip pagyvenę (Signorielli 2001). Be to, JAV tik pagyvenusius vyrus vaizduojančių reklamų buvo net 9 kartus daugiau nei vaizduojančių tik moteris (Ursic *et al.*, 1986).

Žiniasklaidoje neapimamas senėjimo heterogeniškumas. Reklamose, televizijoje ir spaudoje pagyvenę žmonės vaizduojami stereotipiškai: jie suvokiami kaip nekompetentingi, silpni, besiskundžiantys, neturintys socialinių igūdžių, save demaskuojantys ir dominuojantys (Kite *et al.*, 1991; Kite and Johnson 1988), bejėgiai, luoši, silpni, nepatrauklūs, tingūs, socialiai izoliuoti ar menčiau informuoti nei jaunesnio amžiaus žmonės (Peterson and Ross 1997; Bell 1992; Kessler *et al.*, 2004; Robinson *et al.*,

2004), tačiau taip pat – kaip malonūs, palaiškantys ir išmintingi (Hummert *et al.*, 1994; Schmidt and Boland 1986). Įvaizdžiai tarsi svyruoja tarp dviejų polių: pagyvenę žmonės vaizduojami laimingi, sveiki, turtingi arba gležni, vargšai, sergantys demencija (Cutter 2001). Dauguma tyrimų rodo, jog vyresnio amžiaus žmonės dažniau nei jaunesni vaizduojami neigiamai (Harwood and Anderson 2002; Davis and Kubey 1982; Gerbner *et al.*, 1980), moterys dažnai vaizduojamos kaip ekscentriškos ar stokojančios sveiko proto (Gerbner *et al.*, 1980). Vyresnių žmonių charakteriai dažniau yra niekšai nei didvyriai (Aronoff 1974), neretai jie turi problemų ir yra priklausomi nuo jaunesnių žmonių pagalbos (Northcott 1975). Taigi Vakarų kultūroje senėjimas dažniau vaizduojamas kaip negatyvus fizine, socialine ir psichologine prasme (Kite *et al.*, 1991).

Beje, J.Bellas (1992) aptiko, kad neigiami vyresnio amžiaus žmonių įvaizdžiai televizijoje keičiami pozityvesniais. Kaip teigia F.M.Torres-Gilas (1992), maždaug 1930 – 1980 metų laikotarpiu JAV dominavo vargšų, silpnų, nusipelnusių ir socialiai nuskriaustų pagyvenusių stereotipai. XX a. devintajame dešimtmetyje visuomenė ėmė pagyvenusius „matyti kaip savanaudišką grupę, turtingą ir hedonistinę, reikalaujančią vis daugiau ir daugiau viešųjų resursų jaunesniųjų grupių sąskaita“ (Torres-Gil 1992). Net teigiami vyresnio amžiaus žmonių įvaizdžiai reklamoje dažniausiai siejami su silpna sveikata arba aptinkami sveikatai skirtų produktų reklamoje (Raman *et al.*, 2006, cit. Zhang *et al.*, 2006). Tiek reklamoje, tiek televizijoje moterys dažniau nei

vyrai vaizduojamos socialinėje, šeimos ar rekreacinėje nei darbo aplinkoje (Usric *et al.*, 1986; Signorielli 2001).

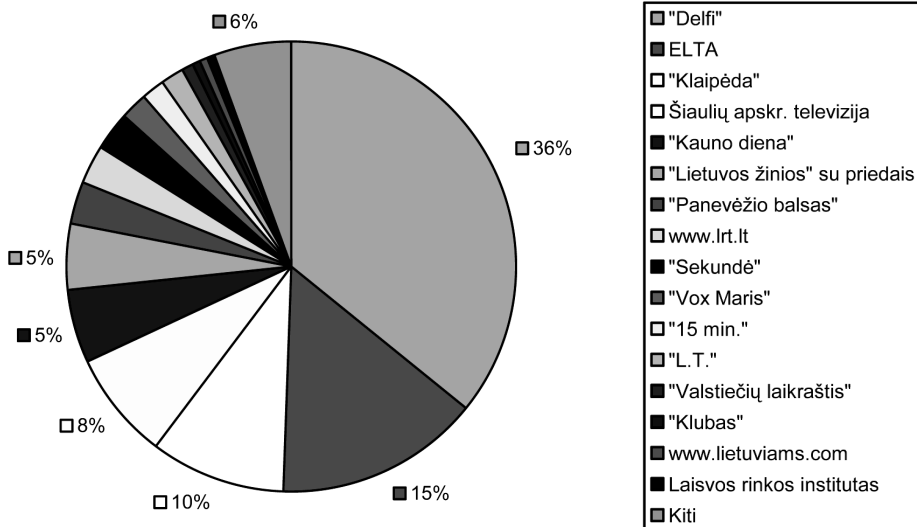
Kaip vyresnio amžiaus žmonės vertina reklamą? Jie rečiau nei kiti džiaugiasi reklama ir dažniau nei kitos amžiaus grupės jaučiasi jos įžeisti (Shavitt *et al.*, 1998), net 75 proc. pagyvenusių buvo nepatenkinti rinkodaros pastangomis, nukreiptomis į juos (Speer 1993), trečdalis vyresnių nei 55 m. „vengė pirkti produktus, nes jų reklama neprideramai stereotipiškai vaizdavo jaunesnius ar vyresnius žmones“ (Moschis 1994).

Taigi menkas vyresnio amžiaus žmonių reprezentavimas reklamoje bei menka temų bei reklamuojamų produktų vertė perteikia idėją, kad vyresnio amžiaus žmonės ir jų įnašas visuomenei nėra svarbus (Roy and Harwood 1997). M.G.Perry (1999) teigimu, „nuolat senėjimą vaizduodama kaip ne-

gatyvų, žiniasklaida kuria visuomenę, kuri neigia ir nepasitiki visais asmenimis, kuri jaunystė yra praeityje“ (p.209). Ji „turėtų naujienas pateikti proporcingai ir išsamiai (Kovach and Rosenstiel 2001), kadangi atskiram žiniasklaidos segmente dominuojant vienam stereotipui, pavyzdžiui, pagyvenusių kaip laisvalaikio klasės (*leisure class*) įvaizdžiui, jis gali tapti socialinių ir politinių sprendimų pagrindu (Cutter 2001).

Tyrimo medžiaga

Šiam tyrimui buvo pasirinktos 2007 m. internetinio portalo „Delfi“³ publikacijos apie pagyvenusius žmones (kuriose jie yra pagrindiniai veikėjai), surinktos raktažodžių „senjor“, „senas,-a“, „senyvas,-a“ „pagyvenęs,-usi“, „pensininkas,-ė“, „vyresnio amžiaus“, „senolis,-ė“, „senelis,-ė“, „senutė“, „senukas“, „močiutė“ pagalba, iš viso



1 pav. Tyrimo medžiagos šaltinių pasiskirstymas

³ „Delfi“ portalas pasirinktas kaip lankomiausias („gemiusAudience“ duomenimis).

396. Šiek tiek daugiau nei trečdalis atrinktų tekstų yra paties internetinio portalo „Delfi“ (142). Iš kitų šaltinių straipsnių gausa išsiskiria naujienų agentūra ELTA (58), regioniniai laikraščiai „Klaipėda“ (39), Šiaulių apskrities televizija (30) ir „Kauno diena“ (21). Tyrimui atrinktų publikacijų šaltiniai, nurodyti „Delfi“, pasiskirsto taip:

22 šaltiniai, kurių tėra po vieną publikaciją, buvo sujungti į skiltį „kiti“ (1 pav.). Kaip matome iš diagramos, atrinktų publikacijų šaltiniai gan įvairūs, todėl galime kalbėti apie bendras tendencijas Lietuvos viešajame diskurse.

Atrinktų tekstų analizė buvo atlikta, taikant *kontent* analizės kompiuterinę programinę įrangą „Hamlet“ (Brier and Hopp 1998–2008): buvo nustatyti dažniausiai vartotų reikšminių žodžių dažniai, o klasterinės analizės pagalba išskirtas socialinis konteks-

tas, su kuriuo dažniausiai siejami vyresnio amžiaus žmonės.

Pagyvenusių žmonių apibūdinimas

Vyresnio amžiaus asmenys atrinktuose tekstuose dažniausiai buvo įvardijami kaip „močiutė“ (35 proc. atvejų), „senutė“ (34 proc. visų atvejų) ir „senukas“ (17 proc. atvejų) (žr. 1 lent.). Pažymėtina, kad moteriškąją lytį žymintys apibūdinimai sudaro net 83 proc. atvejų, o vyrams apibūdinti naudotas vienintelis žodis „senukas“. Ženkliai dažnesnis moterų nei vyrų minėjimas rodo priešingą tendenciją, nei aukščiau aptartuose Vakarų žiniasklaidos tyrimuose.

Šiltas žodis „močiutė“, beje, lietuvių kalboje neturintis populiarus atitikmens vyriškajai lyčiai, apibūdina vyresnio amžiaus moterį santykyje su vaikaičiais, tarsi papil-

1 lentelė. Vyresnio amžiaus vyrus ir moteris žyminčių žodžių dažnis tekstuose.

Eil.Nr.	Raktažodžiai	Dažnis	Procentais
1.	ilgaamze	0	0
2.	ilgaamzis	0	0
3.	mociute	25	35
4.	pagyvenes	0	0
5.	pagyvenusi	0	0
6.	pensininkas	0	0
7.	pensininke	2	3
8.	senele	6	8
9.	senelis	0	0
10.	senole	2	3
11.	senolis	0	0
12.	senukas	12	17
13.	senute	24	34
14.	senyva	0	0
15.	senyvas	0	0
	Iš viso:	71	100

2 lentelė. Socialinio konteksto raktažodžiai ir jiems priskirtos prasminės sąvokų grupės.

Eil. Nr.	Raktažodis	Prasminė sąvokų grupė
1.	amž*	met*, sulauk*, staz*
2.	darb*	dirb*, profes*, karjer*
3.	draug*	kaimyn*, gimin*
4.	medicin*	vaist*, ligon*, medik*, gydym*
5.	moter*	ponia, ponios, ji, jos, jai, ja
6.	pagalb*	param*, glob*, slaug*, rupin*
7.	pagyven*	senyv*, vyresn*, ilgaamz*, garbaus
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*, serg*, mir*, kun*, 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*

dančią ar net atstojančią jiems motiną. Tuo tarpu žodžiai „senutė“, „senukas“ akcentuoja didelį žmogaus amžių ir turi tam tikras silpnumo, bejėgiškumo konotacijas (stipresnes nei, tarkime, neutraliesni žodžiai „senelis“ ir „senelė“).

Pagyvenusių žmonių vaizdavimo socialiniai kontekstai

Siekiant sužinoti, su koku socialiniu kontekstu publikacijose siejami vyresnio amžiaus žmonės, dažniausiai tekste pasikartojantys žodžiai buvo suskirstyti į temines grupes (darbas, šeima, sveikata, religija, 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 (2 lent.).

Iš šių raktažodžių tekstuose dažniausiai pasitaikė „amžius“ (22 procentai atvejų), „šeima“ (13 procentų) ir „darbas“ (8 procentai). Taigi pagyvenusius žmones, vaizduojamus žiniasklaidoje, pirmiausia ženklina jų amžius, jie siejami labiau su šeima nei su darbu ar visuomeniniu gyvenimu. Išskyrus raktažodžius, programine įranga atliekama klasterinė tekstų analizė suformuoja dendrogramą, kurioje parodo ryšius tarp pasirinktų raktažodžių (kartu su jiems priskirtais žodžiais). Sąvokų ryšiai yra analizuotini, kai raktažodžių įtraukimo lygmuo

didesnis nei 0,5. Vėliau programos pagalba 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 aptikti reikšmingi ryšiai tarp raktažodžių „amz*“, „vyr*“ ir „moter*“; „darb*“ ir „sveikat*“ bei „seim*“ ir „senel*“ (žr. 2 pav. hierarchinę klasterinę dendrogramą). Itin tamprus ryšys tarp „medicin*“ ir „pagalb*“, manau, rodo tik vartojamą žodžių junginį „medicininė pagalba“. „Amz*“ ir „vyr*“ ryšio artumas greičiausiai irgi apspręstas žodžių junginio „vyresnio amžiaus“. Taigi išskirčiau 3 lygiaverčius klasterius:

1. Amžius ir lytis (žymimas raktažodžių „amz*“, „vyr*“ ir „moter*“);
2. Vyresnio amžiaus žmonės ir šeima (žymimas raktažodžių „seim*“ ir „senel*“);
3. Darbas ir sveikata (raktažodžiai „darb*“ ir „sveikat*“).

Amžius ir lytis

Pirmajame klasteryje dažniausiai pasitaiko ištraukos iš pasakojimų apie gyvenimo būdą, pomėgius, profesiją ar nuopelnus, juose dažnai persipina prisiminimai apie praeitį. Tai ištraukos iš kelių straipsnių: interviu su biologe N.Snitkiene, kovotoja dėl Lietuvos laisvės N.Sadūnaite ir N.Brazėnaite – Paronetto, vieno Lietuvos partizanų vadų J.Lukšos našle, taip pat su A.Čekuoliu, skulptorium V.Vildžiūnu, su Lietuvos garbės konsule Kolumbijoje L.Didžiulienė ir

jos vyru A.Didžiuliu, grįžusiais tremtiniais A.P.Dievokaičiu, M.Kasko ir jų šeimų nariais. Herojai atsiskleidžia kaip ypatingos asmenybės savo išskirtiniais pomėgiais (egzotinių gyvūnų laikymu, pasakų apie gamtą kūrimu – N.Snitkienė, kelionėmis – A.Čekuolis), nuopelnais valstybingumui (N.Sadūnaitė, N.Brazėnaitė – Paronetto), dvasios stiprybe, „vidiniu švytėjimu“, reiklumu sau (N.Sadūnaitė, A.Čekuolis), turtinga praeitimi (Didžiuliai, tremtiniai) ir pan. Šiuose tekstuose asmens amžius tėra nežymi detalė, jis paminimas kartą kitą, o dažnai gali būti skaitytojo numanomas pagal minimumus istorinius įvykius arba lieka paslapyje:

„Visada sakau, kad turiu du gimtuosius kraštus – Lietuvą, nes čia gimiau, ir Kolumbiją, nes ten augau“, – šypeli Lietuvos garbės konsulė Kolumbijoje Laima Didžiulienė (75), kuri su savo vyru Algiu Didžiuliu (77) kiekvienais metais Lietuvoje praleidžia beveik pusmetį⁴.

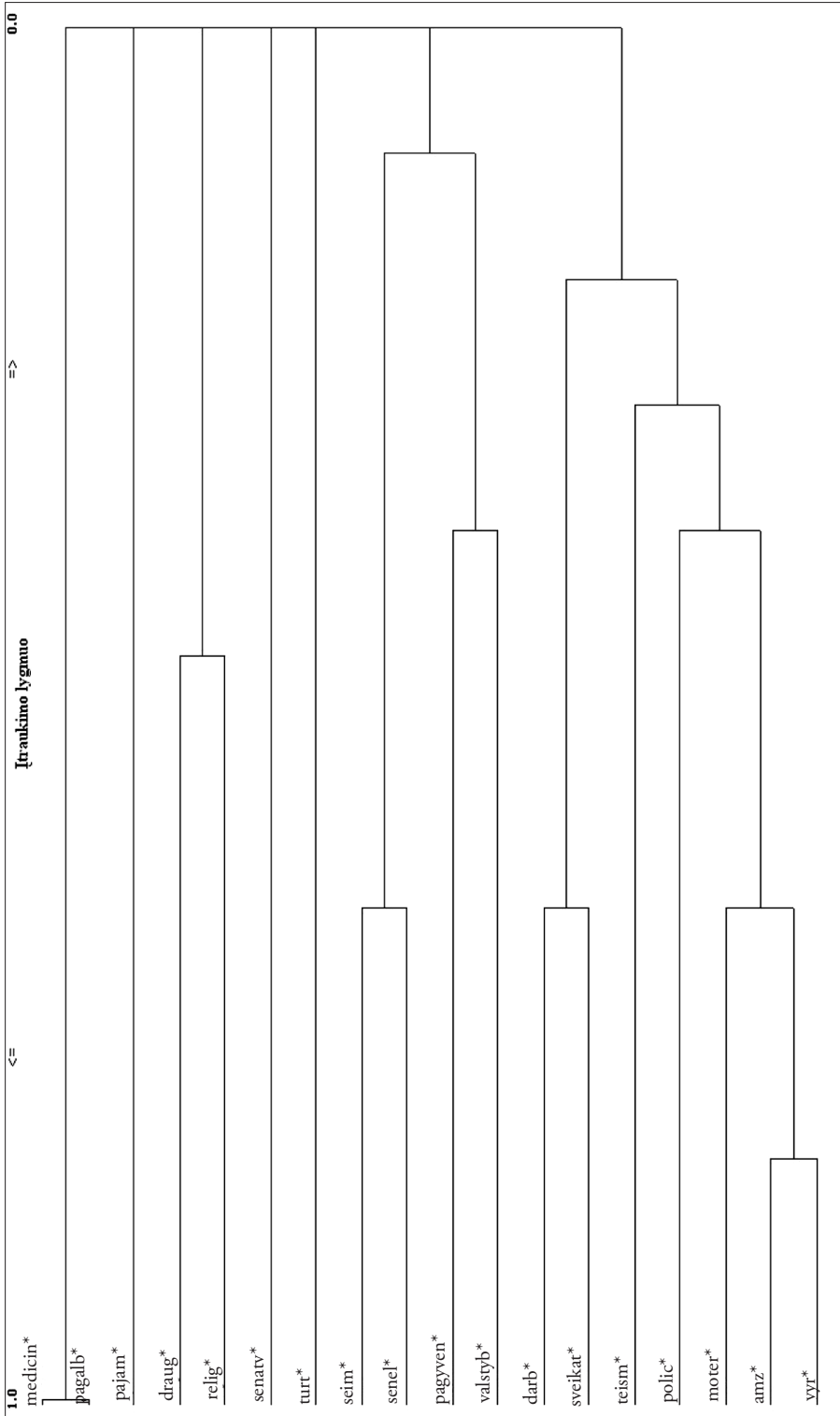
Ar tiesa, kad Algimantas neskaičiuoja metų tėkmės?

– Kol esu patenkintas savo veikla, metų nepastebiu. Pažiūrėjęs į veidrodį, ne visuomet save pažįstu, nors kartais man rodo, kad mažai pasikeičiau. Žvelgiant iš vidaus, ir nosis, ir dantys savo vietoje.

Aš neįsivaiciu senėjimo: dar slidinėju kalnuose...

Apie tai, ką patiria, kaip gyvena, kaip save suvokia vyresnio amžiaus žmogus, šiuose tekstuose dažnai sužinome iš jo paties perspektyvos, ir amžius čia atstoja stipriąją pusę – jis reiškia ilgą nueitą kelią, turtingą patirtį, nuveiktus darbus, atrastus pomėgius ir asmenybės brandą. Išskirtinių sąsajų su

⁴ Tekste paryškiniama autorės – G.R..



2 pav. Hierarchinė klasterinė teminių raktažodžių dendrograma.

lytimi nepastebėjau: kalbinti tiek vyrai, tiek moterys, o savo lyties jie nepabrėžė. Kitos tekstų ištraukų grupės dažnai atstovauja požiūrį „iš išorės“.

Gyvenimo būdo temai artimas būtų po grupis pranešimų apie išskirtinį, neįprastą, kartais pažeidžiantį normas, elgesį, pavyzdžiui, šiukšlių kaupimas namuose, kai pačiai miegot tenka laiptinėje, santuoka bažnyčioje po 57 bendro gyvenimo metų, drąsus šunelio apgynimas nuo lokio ir pan.:

Du senukai, sukūrę šeimą prieš 57 metus, susituokė Gruzijos rytuose esančio Karelio rajono Urbnisio kaimo cerkvėje.

Vieno Panevėžio daugiabučio namo gyventoja tapo kelerius metus į savo būstą vilktų šiukšlių įkaite. Per atliekas nebegalėdama įsigauti vidun senutė miegodavo laiptinėje.

Aštuoniasdešimtmetė stojo į kovą su jos šuni užpuolusiais lokiais, praneša "Ananova". Rosemarie Hamilton Meikle išgirdo savo taksų veislės šunį cypiant ir nuskubėjo jam padėti.

Tokių pranešimų nėra daug, bet jų indėlis svarus, tvirtų asmenybių paveikslui pridėdant kelis keistuolių štrichus. H.J.Ganso (1979) pastebėjimu, nors žiniasklaida individualizmą apskritai vertina kaip sustiprinantį laisvę, tačiau pagyvenusių žmonių atveju individualizmo formos dažniau traktuojamos kaip ekscentriškos (nors kaip grupė, pagyvenę žmonės dažniau vaizduojami esą konservatyvūs ir apdairūs).

Kita didesnė tekstų ištraukų grupė – kriminalinės naujienos. Daugumoje atveju pagyvenę žmonės yra aukos: rasti negyvi, su kraujosruvomis, sudegę, buvę apiplėšti, apgauti „telefoninių sukčių“, apsimetėlių paštininkų, praevių paauglių, kenčiantys

artimųjų smurta. Dažniausi jų skriaudikai – vaikų ir vaikaičių karta:

Slaugytojo pagalbininkas 88-erių metų silpnaprotystė sergančiam pacientui ant galvos užmovė plastikinį maišelį už tai, kad buvo pavadinintas gyvuliu, praneša BBC.

Nuo nusikaltėlių nukentėjo 29 asmenys, vyresni nei 70 metų, o išviliota pinigų suma siekia 29 tūkst. latų arba beveik 143 tūkst. litų, praneša LETA. Rygos kriminalinės policijos vadovas Intas Kiuzis pranešė, jog šiuo metu policijai pavyko sulaikyti devynis 17-21 metų lietuvius. Aštuoni jų yra suimti.

Pasitaiko išimčių, kuomet patys vyresnieji pasirodo besą naivūs, lengvabūdziai (moteris parsinešė namo granatą, girtą senutę gelbėtojai traukė iš vandens) ar sąmoningai darantys nusizengimus (viena senutė ignoruoja teismo sprendimus, kita dukart bandė nužudyti savo vyrą). Kriminalinio pobūdžio pranešimai dažniausiai yra apie moteris. Skaitant tekstus, krinta į akis perdėtas amžiaus akcentavimas:

Garbaus amžiaus klaipėdietė vakar iš kiemo namo parsinešė granatą. Į kalėdinį žaisliuką panašus daiktas, laimė, buvo tik mokomoji granata. Markučių gatvėje gyvenanti 65 metų moteris vakar perpiet išėjo į kiemą parauti žolės namuose auginamam dekoratyviniam triušiu.

88-nerių klaipėdietė nepasidavė telefoniniu sukčių apgauli, o apie sulauktą skambutį informavo policijos pareigūnus. 1919 metais gimusi Šimkaus gatvės gyventoja pranešė, kad vakar apie pietus į namus jai paskambino nepažįstamas vyriškis ir pareikalavo 5000 litų.

Apie kriminalinių naujienų herojus mes paprastai tik tiek ir sužinome: jų amžių ir lytį. Kartais atrodo, kad būtent veikėjo amžius poelgiams suteikia ypatingo naivumo,

kuriuo turėtų stebėtis skaitytojas, arba priešingai – stebina sumanumas ar drąsa žmogaus, kuriam jau xx metų. Tarkime, granatą būtų parsinešusi jauna ar vidutinio amžiaus moteris (moterys juk netarnavo armijoje ir gali nežinoti, kaip atrodo granatos) – apie tai greičiausiai nebūtume sužinoję. Arba apie telefoninius sukčius būtų pranešęs 42 metų vyras – naujienos kaip ir nėra. Kitas atvejis: „*Kai močiutė suprato, kad vaikigaliai ją apgavo, nusprendė pasiskųsti policijai.*“ Kaip manote, kokį rebusą ji išsprendė? Ogi paaugliai gatvėje paprašė centų ir nurūko su visa jos pinigine. Tačiau įvykis aprašomas taip, tarsi moteris buvo žiopla – jai reikėjo pamąstyti, kol suprato esanti apgauta ir turinti teisę kreiptis į teisėsąaugą:

Močiutės geraširdiškumas centų paprašiusiems paaugliams jai atsirūgo skaudžia apgavyste. Pačiupe rankoje laikytą piniginę jie leidosi i kojas, daikto savininkei padarydami žalos už 540 litų. Praėjusį pirmadienį į Pasvalio rajono policijos komisariatą kreipėsi Jurgėnų kaimo gyventojas 75 metu S.L. <...> Kai močiutė suprato, kad vaikigaliai ją apgavo, nusprendė pasiskųsti policijai. Juolab kad patyrė apie pusės tūkstančio litų materialinės žalos. Pateikdama policijai pareiškimą S.L. nurodė, kad piniginėje buvo 180 litų, SEB Vilniaus banko mokėjimo kortelė, auksinis dantų protezas.

Būdas, kaip pateikiamos kriminalinio pobūdžio naujienos, kuria bejėgių, naivių pagyvenusių žmonių, ypač moterų, stereotipą. Pabrėžiamas chronologinis amžius šiuose pranešimuose yra žvilgsnio iš šalies požymis. Tyrimai JAV, atlikti 1974 ir 2000 metais, rodo, kad su amžiumi susijusios problemos kaip svarbios dažniau vertinamos jaunų respondentų nei pagyvenusių. Apklausos rodo, kad chronologinis amžius nėra svarbiausias

senėjimo patirties indikatorius (Whitelaw 2000), pagyvenę žmonės subjektyviai jaučiasi esą jaunesni (Goldsmith and Heiens 1992; Montepare and Lachman 1989; Öberg and Tornstam 2001). Kitaip tariant, amžius nėra svarbiausias pagyvenusiems žmonėms apibrėžiant, kas jie yra. Jaunesni turi labiau apibrėžtą idėją apie tai, kas yra senatvė, nei pagyvenę (Bradley and Longino 2001). Ir žiniasklaidos pranešimai jį išreiškia, jie tarsi referuoja apie savotišką karą tarp kartų, kurį abiejų lyčių senieji pralaimi.

Vyresnio amžiaus žmonės ir šeima

Šiame klasteryje gausiausia tekstų ištraukų grupė – kriminalinio pobūdžio pranešimai (įskaitant pranešimus apie vienišus senukus), tačiau dominuoja ištraukos iš dviejų straipsnių, išsamiai aprašančių dukters smurtą neįgalaus tėvo atžvilgiu ir sūnėno terorą kentusios gydytojos žūtį. Šie straipsniai šokiruoja tiek aprašomais socialinių elgesio normų pažeidimais, tiek valstybinių įstaigų bejėgiškumu pakeisti besitęsiančias situacijas:

Ligoninėje medikai nustatė, kad aklam ir beveik negirdinčiam senukui buvo suduoti mažiausiai trys smūgiai kojomis į pilvą, galvą bei juosmens sritį. Bejėgiškos būklės senukas patyrė didelių skausmus – nuo smūgių jam net trūko kepenys.

Po gydymo ligoninėje senukas grįžo atgal pas dukrą.

Tačiau moteris pripažino, kad praėjusių metų birželį Vilniaus miesto 4-asis apylinkės teismas ją už tėvo sumušimą buvo nuteisęs vienerių metų laisvės apribojimo bausme. Tačiau iš klaidų Teresa J. nepasimokė – dar gegužę senukas vėl kreipėsi į policijos pareigūnus dėl dukros pavartoto smurto. Šįkart pareigūnai tyrimą dėl moters elgesio nutraukė.

M.L.Širvinskaitė dėl tokio teroro buvo kreipusis pagalbos į policiją. Ši išsikvietė J.Širvinską pokalbio, tačiau teigė, kad tai viskas, ką galima padaryti: sunėno veiksmuose „nėra nusikaltimo sudėties“.

Esama ir istorijų, kaip užkimbama ant “telefoninių” sukčių jauko, siekiant išgelbėti sūnų, anūką ar kitą giminaitį. Nemažai pranešimų apie vienišus senelius, nukentėjusius nuo plėšikų, sukčių, žuvusių gaisruose ir pan. Šiuose tekstuose dominuoja senų žmonių-aukų įvaizdis ir ypač akcentuojamos skriaudos bei smurtas šeimoje.

Kita ženkliai tekstų ištraukų grupė tematiškai susietų kovas prieš sovietinį režimą, tremtį ir emigraciją, kadangi šie dalykai neretai iškyla kartu. Šeima suvaidina svarbų vaidmenį tiek renkantis kovotojo kelią, tiek juo einant: priimant sprendimus ir suvokiant savo atsakomybę už artimuosius:

O prokuratūroje buvome įspėti: jeigu kalbame – 15 metų. Matau, kad vyrai nenori, žinote, šeimos, vaikai, kam tie 15 metų reikalingi? Sakau: “Antanai, as kalbėsiu.”

Girdėjau grasinimų: “Aha, pati nebijai, bet yra tavo brolis ir jo šeima, jiems bus blogai.” O aš svarstau: ir mano brolis, ir jo šeima yra Dievo rankose.

Ar tie nelaimingi broliai [KGB tardytojai – G.R.] pasidomėdavo, kodėl juos mylite? Paaiškinau: jeigu būtų valdžioje katalikai ir juos, ateistus, persekiotų, diskriminuotų, neleistų studijuoti ir panašiai, eičiau už juos į kalėjimą. Ir jeigu būtų augę tokioje šeimoje kaip maniškė, kur tėvai, seneliai auklėjo savo pavyzdžiu, darytų tą patį.

Šeima svarbi kartu išveriant išbandymus tremtyje ar emigracijoje, palaikant vieniems kitus:

Vokiečiai abu mano brolius buvo paėmę į

kariuomenę. Mindaugas pakliuvo į sovietų nelaisvę, turėjo būti vežamas į Sibirą. Kadangi jis padėjo mamai išgelbėti du žydų vaikus, Sarą ir Aleksandrą, ji tuo liudijimu ištraukė sūnų iš belaisvių stovyklos.

Nutarėme: kas bus, kas nebus, bet kaip nors atsivešime ją į Ameriką. Mama neturėjo kur gyventi, juk viskas buvo atimta.

Šeimoje išsaugomi kovotojų idealai ir tęsiamas žuvusiųjų darbas:

Man be galo rūpėjo, kad mūsų partizanų kova dėl Lietuvos laisvės būtų deramai įvertinta. Dėl to dariau viską, ką sugebėjau. Nebuvau vienintelė.

Vyresnio amžiaus žmonės šiuose tekstuose yra didvyriai(-ės), dėl idealų ar politinių skriaudų iškentę sunkias, nežmonišką sąlygas, nepalūžę, sugebantys apie jas kalbėti ramiai ar su šypsena (N.Sadūnaitės šiltas santykis su “broleliais”), savo patirtį ir dvasios stiprybę perteikiantys jaunajai kartai (publikuojami laišakai, kuriami filmai).

Taigi tirtuose šeimos klasterio tekstuose išryškėja du pagyvenusių žmonių įvaizdžiai: silpnų, bejėgių, skriaudžiamų artimiausių žmonių, ir kovotojų-tremtinių, patyrusių daug kančių, pažeminimų, ištvėrusių ir nepalūžusių, kitaip tariant, dominuoja skriauda (politinė ar privati) ir skausmas, tik skiriasi nuostata jo atžvilgiu. Kyla klausimas, kodėl laikas bėga, o skausmas nekinta? Koks pagyvenusių žmonių ir visos visuomenės santykis su skausmu? Tirta medžiaga skatina pritarti nuomonei, jog nepaisant politinio problemos pripažinimo, skaudi karų, tremčių, lagerių, emigracijos patirtis išlieka asmeninė, visuomenėje ji nepakankamai pripažinta, diskutuota ir apibendrinta (Gailienė, 2008).

Kadangi kalbintos moterys (N.Sadūnaitė, N.Brazėnaite – Paronetto, L.Didžiulienė) dažniau nei vyrai (A.Didžiulis, A.Dievokaitis, V.Kasko) kalbėjo apie šeimą (tėvų ir savo sukurtą), tai tekstų ištraukose jos dominuoja kaip veikėjos. Kriminalinių pranešimų grupėje tėvo sumušimu kaltinama duktė ir tetos nužudymu kaltinama sūnėnas tarsi išlaiko lyčių pusiausvyrą. Visgi trumpų pranešimų apie nelaimes ir nusikalstamą veiklą tekstuose dominuoja aukos-moterys (tėra du atvejai, pranešantys apie vyrus). Iš dalies tai gali būti paaiškinama Lietuvos demografinė situacija: vyresnių nei 75 metų moterų 2007 m. buvo 2,4 karto daugiau nei tokio amžiaus vyrų (atitinkamai 4,6 proc. ir 1,9 proc. visos populiacijos; Gyventojų..., 2009), tačiau šis paaiškinimas nepakankamas. Gali būti, kad moterys dažniau tampa nusikaltimų aukomis ar kad nusikaltimai prieš moteris dažniau užregistruojami, nei prieš vyrus. Tačiau greičiausiai nemenkas vaidmuo tenka ir žiniasklaidai, atrenkant pranešimus apie nusikaltimus moterų atžvilgiu kaip labiau šokiruojančius, tokiu būdu sustiprinant pagyvenusių moterų-aukų įvaizdį.

Darbas ir sveikata

Nesusipažinus su medžiaga atrodytų, kad bus kalbama apie darbą, kol leido sveikata, tačiau šiame klasteryje dominuoja dvi kitos temos. Pirmoji galėtų būti pavadinta „Darbuotojai“, kadangi joje kalbama apie socialines paslaugas teikiančių įstaigų – globos namų, slaugos ligoninių, sveikatos priežiūros įstaigų, seniūnijų – realijas: įstaigoms skiriamą finansavimą, atliekamus statybos

ar rekonstrukcijų darbus, teikiamų paslaugų kokybę, aptinkamus pažeidimus, senelių išlaikymo kaštus ir pan., kita vertus, šie darbuotojai neretai pasitelkiami kaip objektų autoritetai, aptariant konkrečių seneliams nutikusią įvykių ar nelaimių situacinį kontekstą. Pateikiu kelis pavyzdžius:

Senukų liudijimu, patalynę dažniau keičia tik tada, jeigu slaugėm yra duodami pinigai. Pavaikščioti irgi išveda tada, jeigu gauna pinigų“ – LTV „Panoramai“ pasakojo vertėja Elena Eimaitytė.

Dviejų galų troboje gyvenančią A.Masiokiene, pasak seniūnijos darbuotojų, buvo planuojama apgyvendinti senelių namuose ar bent kuriam laikui paguldyti į slaugos ligoninę, kad sustiprėtų.

Palaikomojo gydymo ir slaugos ligoninėje šiuo metu besigydanti G.Kulbytė, lydima medicinos darbuotojų, buvo trumpam atgabenta į savo namus.

Tokio pobūdžio tekstų gausa sudaro prielaidas senatvės institucionalizavimui ir medikalizavimui: aprašant vyresnio amžiaus žmonių gyvenimo sąlygas ar įvykius, kaip objektyvus autoritetas kalbinami socialines paslaugas teikiančių įstaigų darbuotojai, informacija skaitytojui pateikiama iš jų perspektyvos, tuo pačiu tarsi teigiant įstaigų atsakomybę už aprašomus įvykius. Retai kalbama su pačiais pagyvenusiais žmonėmis ar jų mirties atveju, giminaičiais, kaimynais. Kaip pastebėta, biomedicina atlieka pagrindinį vaidmenį, artikuliuojant „tiesą“ apie vyresnio amžiaus žmonių socialines sąlygas, o jos santykis su pagyvenusiais žmonėmis pasireiškia subtiliais kontrolės ir galios aspektais (Katz 1996).

Antroji tema pagal ištraukų kiekį būtų pranešimai apie nelaimes ir nusikaltimus, tik šįkart joje dominuoja mirtis, smurtinė

ar natūrali (vieniškų žmonių) – sužinome gan platų jos aplinkybių variacijų spektrą:

Liepos 20 dienos rytą pakeliui į darbą buvo nužudyta Kulautuvos vaikų tuberkuliozės ligoninės gydytoja 70 metų Marijona Laimutė Širvinskaitė.

“Ten aš žinojau visus kaimynus, o čia pirmame aukšte mirė senukas ir jo niekas nepasigedo tol, kol nuo irstančio kūno nepradėjo dvokti laiptinė”, sakė A. P. Dievokaitis.

Iki šiol seniausia pasaulio moterimi laikyta E. Tillman mirė sekmadienį senelių prieglaudoje, kur gyveno pastaruosius ketverius metus.

Atskirai paimta mirties tema galėtų būti trečioji pagal ištraukų kiekį, kadangi ją papildė santykis su mirtimi kovų kontekste, artimųjų netektys emigracijoje ir pan. Keli pavyzdžiai:

Kai pagrasina mirtimi, džiugiai sakau: “Taigi jūs mane kankine padarysite, nusiųsite ekspresu tiesiai į dangų su visais čeverykais. Griešną žmogų tiesiai į dangų!”

Vėliau mirė L. Didžiulienės močiutė ir į gimtinę jie negrįžo kelerius metus.

Mindaugas studijavo farmaciją, bet sveikatą jau buvo praradęs – mirė, paliko besilaukiančią žmoną.

Taigi vyresnio amžiaus žmonės šio klaseterio tekstuose pateikiami kaip globos įstaigų, ligoninių pacientai, socialinės rūpybos įstaigų klientai – tai žmonės, kurie nepajėgūs pasirūpinti savimi, kurie yra šių įstaigų veiklos ir atsakomybės objektas. Kita vertus, tai žmonės, jaučiantys grėsmingą mirties alsavimą, mat čia neplėtojama ramios mirties šeimoje, artimųjų apsuptyje tema. Skaitytojas gauna daugiau informacijos apie smurtinę arba vienišą mirtį, kurios aplinkybių nebesužinosime.

Apžvelgus visų trijų klasterių įvaizdžius, tenka konstatuoti, kad kiekviename iš jų iškyla arba dominuoja kriminalinio pobūdžio tekstai, formuojantys pagyvenusių žmonių-aukų įvaizdį. Pirmajame ir antrajame klasteryje dar ryški kovų už laisvę, tremties ir emigracijos tema, kurianti didvyrių ir kankinių įvaizdį, o trečiajame atsiranda įstaigų, besirūpinančių seneliais, motyvas, vėlgį kuriantis jų, kaip bejėgių ir priklausomų nuo jaunesnių pagalbos, įvaizdį. Jis rezonuoja su Vakaruose aptinkamu nekompetetingų, silpnų, besiskundžiančių pagyvenusių žmonių įvaizdžiu, taip pat su fiziškai ir teisiškai bejėgių aukų įvaizdžiu, išskirtu S. Mikulionienės ir D. Petkevičienės (2006), o teigiamą polių Lietuvos žiniasklaidoje atstoja kovotojų, visuomenės veikėjų ir tremtinių įvaizdis. Tai, kad neaptikta pensijų ir socialinės paramos gavėjų įvaizdžio kaip ankstesniame tyrime (Mikulionienė ir Petkevičienė 2006), sąlygojo medžiagos tyrimui atranka: beasmeniai informacinio pobūdžio tekstai apie pajamas, pašalpas ir pan. šį kartą nebuvo įtraukti. Tačiau Lietuvos žiniasklaidoje, skirtingai nei Vakarų, nėra ryškus išmintingo, malonaus, sveiko, turtingo, maloniai laisvalaikį leidžiančio pagyvenusio žmogaus įvaizdis. Galbūt tai susiję su tirtu žiniasklaidos segmentu: tikėtina, kad reklamoje teigiamų įvaizdžių būtų daugiau ir įvairesnių. Reikėtų tolimesnių tyrimų, norint išsiaiškinti, kaip pagyvenę žmonės vertina žiniasklaidos kuriamus įvaizdžius.

Išvados

Pagyvenusius žmones pirmiausia apibūdina jų amžius ir jie siejami su šeima. Priešingai Vakarų tendencijoms, Lietuvos

žiniasklaidoje vyresnio amžiaus moterų reprezentuojamos dažniau nei vyrai. Dominuojantys kriminalinio pobūdžio pranešimai, kaip ir anksčiau, kuria silpnų, naivių, skriaudžiamų pagyvenusių žmonių, ypač moterų, įvaizdį, būdingą ir Vakarams. Skriaudėjai – jaunesnių kartų atstovai, dažnai artimi šeimos nariai. Pastebimas senatvės institucionalizavimas paryškina bejė-

gių, priklausomų nuo jaunesniųjų globos pagyvenusių žmonių įvaizdį. Teigiamą polių Lietuvos žiniasklaidoje atstoja ne sveiko, turtingo, maloniai leidžiančio laisvalaikį vyresnio amžiaus žmogaus, o praeities kovotojo, visuomenės veikėjo ir tremtinio įvaizdis. Tokiu būdu pagyvenusių žmonių įvaizdžiuose itin ryškus skriaudos – politinės ar privačios – motyvas.

LITERATŪRA

- Aronoff, Craig. 1974. „Old Age in Prime Time“, *Journal of Communication* 24(4): 86–87.
- Atkins, T. Virginia, Jenkins, Martha C., and Perkins, Mishelle H. 1990-91. „Portrayal of Persons in Television Commercials Age 50 and Older“, *Psychology: A Journal of Human Behavior* 27 – 28 (1): 30–37.
- Bell, John. 1992. „In Search of a Discourse on Aging: The Elderly on Television“, *The Gerontologist* 32(3): 305–311.
- Bliese, Nancy W. 1986. „Media in the Rocking Chair: Media Uses and Functions among the Elderly“ in Gary Gumpert and Robert Cathcart (eds.) *Inter/media, interpersonal communication in a media world* (3rd ed., pp. 573 – 582). New York: Oxford University Press.
- Bradley, Don E., Longino, Charles F., Jr. 2001. „How Older People Think About Images of Aging in Advertising and the Media“, *Generations: Images of Aging in Media and Marketing* 25(3): 17–21.
- Bramlett-Soloman, Sharon, and Wilson, Vanessa. 1989. „Images of the Elderly in Life and Ebony, 1978-87“, *Journalism Quarterly* 66(1): 185–188.
- Brier, Alan and Hopp, Bruno. 1998 – 2008. HAMLET II, Software for computer-assisted text analysis. Southampton/Cologne (<http://www.apb.cwc.net/hamlet2.html>).
- Burgoon, Judee K., Burgoon, Michael, and Buller, David B. 1986. „Newspaper Image: Dimensions and Relation to Demographics, Satisfaction“, *Journalism Quarterly* 63(4): 771–781.
- Cassata, Mary B. 1985. *Television Looks at Aging*. New York: Television Information Office.
- Cutter, John A. 2001. „Specialty Magazines and the Older Reader“, *Generations: Images of Aging in Media and Marketing* 25 (3): 13–15.
- Davis, Richard H. and Kubey, Robert W. 1982. „Growing Old on Television and with Television“ in David Pearl, Lorraine Bouthilet, and Joyce Lazar (eds.) *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties: Vol. 2. Technical reviews* (pp. 201 – 208). Rockville, MD: National Institute of Mental Health.
- Gailienė, Danutė. 2008. *Ką jie mums padarė: Lietuvos gyvenimas traumų psichologijos žvilgsniu*. Vilnius: Tyto alba.
- Gans, Herbert J. 1979. *Deciding what's news: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York: Vintage.
- Gantz, Walter, Gartenberg, Howard M. and Rainbow, Cindy K. 1980. „Approaching Invisibility: The Portrayal of the Elderly in Magazine Advertisements“, *Journal of Communication* 30: 56–60.
- Gerbner, George. 1990. „Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness (maybe)“ in Nancy Signorielli and Michael Morgan (eds.) *Cultivation analysis* (pp.249-262). Newbury Park, CA: Sage.
- Gerbner, George. 1993. *Women and minorities on television*. Research report. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- „gemiusAudience“ (<http://audience.lt>)
- Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan,

Michael, and Signorielli, Nancy. 1986. „Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process“ in Jennings Bryant and Dolf Zillmann (eds.) *Perspectives on media effects* (pp. 17 – 40). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Gerbner, George, Gross, Larry, Signorielli, Nancy, and Morgan, Michael. 1980. „Ageing with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality“, *Journal of Communication* 30: 37–47.

Gyventojų skaičius metų pradžioje pagal lytį, amžių. Statistika (teminės lentelės). – Statistikos departamento elektroninis išteklius. Prieiga internete: <http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveselections.asp?MainTable=M3010206&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSID=3212&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=> [žiūrėta 2009 09 28].

Goldsmith, Ronald E. and Heiens, Richard A. 1992. „Subjective Age: A Test of Five Hypotheses“, *The Gerontologist* 32(3): 312–317.

Gunter, Barrie. 1998. *Understanding the Older Consumer: The Grey Market*. New York: Routhledge.

Harwood, Jake. 1999. „Age Identity and Television Viewing Preferences“, *Communication Reports* 12: 85–90.

Harwood, Jake and Anderson, Karen. 2002. „The Presence and Portrayal of Social Groups on Prime-Time Television“, *Communication Reports* 15(2): 81–97.

Hilt, Michael L. and Lipschultz, Jeremy H. 2005 *Mass Media, an Aging Population, and the Baby Boomers*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Ass.

Hummert, Mary L., Garstka, Teri A., Shaner, Jaye L., & Strahm, Sharon. 1994. „Stereotypes of the Elderly Held by Young, Middle-Aged, and Elderly Adults“, *Journal of Gerontology: Psychological Sciences* 49: 240–249.

Katz, Stephen. 1996. *Disciplining Old Age: The Formation of Gerontological Knowledge*. Charlottesville: University of Virginia.

Kessler, Eva-Marie, Rakoczy, Katrin, & Staudinger, Ursula M. 2004. „The Portrayal of Older People in Prime Time Television Series: the Match with Gerontological Evidence“, *Ageing and Society* 24: 531–552.

Kite, Mary E. and Johnson, Blair T. 1988. „Attitudes toward Older and Younger Adults: A Meta-Analysis“, *Psychology and Ageing* 3: 233–244.

Kite, Mary E., Deaux, Kay, and Miele, Margaret. 1991. „Stereotypes of Old and Young: Does Age Outweight Gender?“, *Psychology and Ageing* 6: 19–27.

Kovach, Bill and Rosenstiel, Tom. 2001. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown.

Kubey, Robert W. 1981. „Television and Ageing: Past, Present, and Future“, *The Gerontologist* 20(1): 16–35.

Markson, Elisabeth W., Pratt, Francis, and Taylor, Salvie. 1989. „Teaching Gerontology to the Business Community: Project Older Consumer“, *Educational Gerontology* 15(3): 285–295.

Mikulionienė, Sarmitė ir Petkevičienė, Dalia. 2006. „Senatvės įvaizdžiai Lietuvos periodinėje spaudoje: tarp pagarbos ir baimės“, *Socialinis darbas* 5 (1): 38–49.

Miller, Patricija N., Miller, Darryl W., McKibbin, Eithne M., and Pettys, Gregory L. 1999. „Stereotypes of the Elderly in Magazine Advertisements 1956–1996“, *International Journal of Ageing and Human Development* 49: 319–337.

Montepare, Joann M. and Lachman, Margie E. 1989. „You are only as old as you feel“: Self-perceptions of age, fears of aging, and life-satisfaction from adolescence to old age“, *Psychology and Ageing* 4(1): 73–78.

Morgan, Michael and Signorielli, Nancy. 1990. „Cultivation analysis: Conceptualization and methodology“ in Nancy Signorielli and Michael Morgan (eds.) *Cultivation analysis* (pp.13–34). Newbury Park, CA: Sage.

Moschis, George P. 1994. *Marketing Strategies of the Mature Market*. West port, Conn.: Quorum Books.

Moss, Miriam S. and Lawton, M. Powell. 1982.

„Time Budgets of Older People: A Window on Life-styles“, *Journal of Gerontology* 37(1): 115–123.

Northcott, Herbert C. 1975. „Too Young, too Old – Age in the World of Television“, *The Gerontologist* 15(2): 184–186.

Öberg, Peter and Tornstam, Lars. 2001. „Youthfulness and Fitness – Identity Ideals for All Ages?“, *Journal of Aging and Identity* 6 (1): 15–29.

Palmore, Erdman B. 1999. *Ageism, negative and positive* (2nd ed.). New York: Springer.

Perry, Merry G. 1999. „Animated gerontophobia: Ageism, sexism, and the Disney villainess“ in Sara M. Deats and Lagretta T. Lenker (eds.) *Aging and identity: A humanities perspective* (pp.201–212). Westport, CT: Praeger.

Peterson, Robin T. and Ross, Douglas T. 1997. „A content analysis of the portrayal of mature individuals in television commercials“, *Journal of Business Ethics* 16: 425– 433.

Rapolienė, Gražina. 2009. „Vyresnio amžiaus žmonių reprezentavimas Lietuvos žiniasklaidoje: kiekybinis ir kontekstinis aspektai“, *Jaunųjų mokslininkų darbai* 2009, 4 (25): 61– 66.

Robinson, James D., Skill, Tom, and Turner, Jeanine W. 2004. „Media Usage Patterns and Portrayals of Seniors“ in John E.Nussbaum and Justine Coupland (eds.) *Handbook of Communication and Aging Research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 423 – 451.

Robinson, Thomas E., II .1998. *Portraying Older People in Advertising*. New York: Garland.

Roy, Abhik and Harwood, Jake. 1997. “Underrepresented, Positively Portrayed: Older Adults in Television Commercials”, *Journal of Applied Communication Research* 25: 35–56.

Rubin, Alan M. and Rubin, Rebecca B. 1982. „Older persons’ TV viewing patterns and motivations, *Communication Research* 9(2): 287–313.

Schmidt, Daniel F. and Boland, Susan M.

1986. „The structure of impressions of older adults: Evidence for multiple stereotypes“, *Psychology and Ageing* 1: 255–260.

Shavitt, Sharon, Lowery, Pamela M., and Haefner, James E. 1998. „Public Attitudes Toward Advertising: More Favorable Than You Might Think“, *Journal of Advertising Research* 38(4): 7–22.

Signorelli, Nancy. 2001. „Television’s Contribution to Stereotyping: Past, Present, Future“ in Dorothy G. Singer and Jerome L. Singer (eds.) *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Signorielli, Nancy. 2001. „Aging on Television: Picture in the Nineties“, *Generations: Images of Aging in Media and Marketing* 25 (3): 34–38.

Signorielli, Nancy and Bacue, Aaron.1999. „Recognition and Respect: A Content Analysis of Prime-Time Television Characters Across Three Decades“, *Sex Roles* 40 (7/8): 527– 44.

Signorielli, Nancy and Gerbner, George. 1978. „The image of the Elderly in Prime-Time Television Drama“, *Generations* 3 (1): 10–11.

Speer, Tibbett, L. 1993. „Older Consumers Follow Different Rules“, *American Demographics* 15 (2): 21–24.

Torres-Gil, Fernando M. 1992. *The New Aging: Politics and Change in America*. Westport, Conn.: Auburn House.

Ursic, Anthony C., Ursic Michael L., and Ursic, Virginia L. 1986. „A Longitudinal Study of the Use of the Elderly in Magazine Advertising“, *Journal of Consumer Research* 13:131–133.

Whitelaw, Nancy A. 2000. „Myths and Realities of Aging 2000“, *The Gerontologist* 40(14): 370.

Zhang, Yan B., Harwood, Jake, Williams, Angie, Ylänne-McEwen, Virpi, Wadleigh Paul M., and Thimm, Caja. 2006. „The Portrayal of Older Adults in Advertising: A Cross-National Review“, *Journal of Language and Social Psychology* 25; 264–282.

ABSTRACT

ELDERLY IN LITHUANIAN MEDIA: NAIVE, SUFFERING AND HELPLESS

The world shaped by the media is taken over by its audience. The media homogenizes different views, influences age identity of individuals and attitudes towards their own and other age groups. Western research reports under-representation of elderly, especially women, and they are often portrayed negatively in physical, psychological and social sense. In this paper images of elderly in 396 publications of 2007 on the internet portal *Delfi* are analyzed. Contrary to the Western trends, elderly women here are more often represented than men. Dominating criminal reports, as previously, create the image of victims – weak, naive, harmed elderly, accentuated by the trends of old age institutionalization. Positive pole in the Lithuanian media is represented by the image of fighters, public figures, deportees (instead of Western healthy *leisure class* representative image).

Gauta: 2010 06 20

Pateikta spaudai: 2010 11 08

Sociologijos katedra,
Filosofijos fakultetas,
Vilniaus universitetas
Universiteto 9/1,
LT-01513 Vilnius
El.paštas: G.Rapoliene@gmail.com