

## Emigracijos diskurso rėminimas Lietuvos interneto dienraščiuose

**Erika Nabažaitė**

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto  
Informacijos ir komunikacijos instituto doktorantė  
Faculty of Communication, Vilnius University, PhD Candidate  
Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius  
El. paštas: erika.nabazaite@kf.stud.vu.lt

*Žiniasklaidos galia veikti visuomenės nuomonę, nuostatas ir elgesį itin išryškėja tokių aktualių socialinių įvykių ir problemų kaip emigracija kontekste. Nuo žiniasklaidos gebėjimo naujienų dienotvarkėse pateikti emigracijos problemos aspektus, įrėminti juos diskurse, priklauso emigracijos problemos suvokimas ir visuomenės požiūris į emigraciją. Be to, žiniasklaida tuo pat metu formuoja ir kilmės šalies vertinimo tendencijas, galinčias reikšmingai prisidėti prie žmonių sprendimų ir pasirinkimų likti šalyje ar emigruoti. Žiniasklaidos įtaką reprezentuojant emigracijos problemą dar labiau sustiprina tokios jos savybės kaip koncentruotumas, naujienų pateikimo sparta, diskurso veikėjų – politikų, ekonomistų, verslo atstovų ir kt. – dalyvavimas, turinio įvairovė, jo pakartojamumas ir kitos, atsiradusios pakitus žiniasklaidos veiklos specifikai ir išpopuliarėjus interneto dienraščiams. Siekiant atskleisti žiniasklaidos gebėjimą konstruoti diskursu formuoti ir išskirti tam tikras emigracijos tendencijas ir dėsningumus, atliktas bandomasis tyrimas. Straipsnyje pristatomi bandomojo emigracijos diskurso rėminimo tyrimo Lietuvos interneto dienraščiuose delfi.lt ir 15min.lt rezultatai.*

**Pagrindiniai žodžiai:** žiniasklaida, interneto dienraščiai, rėminimas, kritinis diskursas, emigracija.

### Įvadas

Žiniasklaida šiandienėje visuomenėje atlieka svarbų vaidmenį – pasitelkdama modernius informacijos sklaidos kanalus informuoja apie naujausius įvykius, formuoja ir keičia požiūrį ir nuomonę į aplinką. Žiniasklaidos svarbą apibrėžia jos savybės veikti žmonių tarpusavio komunikacijos procesą – įvairių suinteresuotųjų tarpininkavimu užtikrinti nenutrūkstamą tarpusavio dialogą, platinamu diskursu<sup>1</sup> konstruoti skirtingas aktualių problemų interpretacijas, jų kontekstą. Žiniasklaidos galia daryti įtaką

visuomenės nuomonei, nuostatoms, sprendimams dar labiau sustiprėjo XX amžiuje, įsigalėjus interneto žiniasklaidai. Interneto žiniasklaidos patrauklumas auditorijai grindžiamas tuo, kad ji ne tik operatyviai realiuoju laiku papildo ir perteikia informaciją, bet kartu, nuolat brėždama tam tikrus, tendencingus, suasmenintus nušviečiamų aktualijų rėmus, tariamai įtraukia auditoriją į socialinės tikrovės konstravimą. Todėl žiniasklaida<sup>2</sup> tampa viena svarbiausių socialinių problemų sprendėjų ir formuotojų, o auditorija – pagrindine tokių problemų ašimi.

<sup>1</sup> Diskursas tekste suprantamas plačiai – kaip žiniasklaidos konstruojamos tikrovės socialinė praktika ir komunikacijos būdas.

<sup>2</sup> Toliau tekste interneto žiniasklaida ir žiniasklaida apskritai traktuojamos kaip sinonimai.

Pažymėtina, jog žiniasklaidos vaidmuo ir įtaka visuomenei itin padidėja, kai jos dienotvarkės epicentre atsiduria svarbios, platų socialinių, ekonominių, politinių ir kt. aktualijų kontekstą apimančios problemos, pavyzdžiui, pajamų nelygė ar migracija<sup>3</sup> (Carvalho, 2008). Kitaip tariant, tai problemos, suteikiančios galimybę žiniasklaidai jas ne tik atkurti diskursu įrėminant, bet ir dėl didelio visuomenės suinteresuotumo, interesų grupių – diskurso veikėjų (dažniausiai politinio ir verslo elito) aktyvaus dalyvavimo ir kt. formuoti juo tam tikras tendencijas ir auditorijos pasirinkimus. Pasak lingvisto N. Fairclough, žiniasklaidos diskursas, susidedantis iš tokių elementų kaip tekstas (veikla), subjektai (veikėjai) ir jų socialiniai ryšiai bei objektai (temos, į kurias nukreiptas dėmesys), konstruoja tikrovės reprezentacijas, kurios, įgalintos įvairių kontekstų ir aplinkos, nurodo auditorijai, ką manyti apie nušviečiamas problemas ar tikslingai išryškinamus tokių problemų aspektus (Fairclough, 2003). Taigi, žiniasklaida konstruojamu problemų diskursu gali daryti reikšmingą įtaką socialinės tikrovės suvokimui ir vertinimui.

Nors migracijos kaip reiškinių aptartis žiniasklaidoje sulaukia nemažai tiek Lietuvos, tiek užsienio tyrėjų dėmesio, mokslininkų darbuose vis dar stinga kompleksinio požiūrio į migraciją kaip visumą susijusių, iš dalies sutampančių socialinių reiškinių, kurie padėtų išryškinti žiniasklaidos vaidmenį ir svarbą pasirinkto diskurso konstravimui. Migracijos tyrimų lauke žiniasklaidoje dažniausiai dominuoja jos priežasčių, pasekmių rėminimas bei sąsajos su politinėmis preferencijomis (pavyzdžiui, Hayes, 2008), žiniasklaidos vaidmens tyrimai, bendrai ryškinant mi-

gracijos ir migrantų konotacijas (Buchanan, Grillo, Threadgold, 2003), ir pan. Minėtieji aspektai leidžia suvokti žiniasklaidoje pateikiamus migracijos motyvus, integracijos ir prisitaikymo prie šalies tikslo aspektus, tačiau nesuteikia galimybių nustatyti žiniasklaidos kaip aktyvios visuomenės priimamų sprendimų ar elgsenos pokyčių tarpininkės ir sukėlėjos vaidmens migracijos diskurso dinamiškumo, sąveikos kontekste.

*Straipsnio objektas* – Lietuvos interneto žiniasklaidos konstruojamas daugiasluoksnis socialines, politines, ekonomines ir kitas problemas bei aktualijas apimantis emigracijos diskursas.

*Straipsnio tikslas* – išryškinti interneto žiniasklaidos savitumus, nulemiančius persidengiančio ir platų socialinį kontekstą apimančio migracijos diskurso konstravimą, nustatyti žiniasklaidos vaidmenį rėminant emigracijos problemą Lietuvos interneto žiniasklaidoje.

Straipsnyje taikomi mokslinės literatūros sintezės ir analizės metodai, kiekybinis ir kokybinis tyrimai – kiekybinė turinio analizė ir kritinio diskurso analizės metodas.

Atliekant bandomąjį Lietuvos interneto dienraščių rėminamo emigracijos diskurso tyrimą, iš viso buvo analizuotos 195 publikacijos, pristatančios emigraciją kaip kompleksinių socialinių, politinių, pilietinių ir kt. reiškinių visumą.

## **Žiniasklaidos vaidmuo konstruojant migracijos diskursą interneto žiniasklaidoje**

Interneto žiniasklaida nuo pat jos atsiradimo ir iškilimo tapo viena svarbiausių ir paveikiausių naujienų medijų. M. J. Carter (2013), pagrįsdamas interneto žiniasklaidos reikšmingumą, pažymi, jog su interneto žiniasklaidos fenomeno atsiradimu pakito visuomenės informacijos naudojimo įpro-

<sup>3</sup> Bendrasis terminas *migracija* tekste žymi emigracijos procesus ir problematiką.

čiai, nes auditorija vis labiau ėmė domėtis informacija, naujienomis, kurios pateikiamos interneto erdvėje, o ne tradicinėje žiniasklaidoje. Šiuos pokyčius nulėmė ne vien interneto pranašumai, tokie kaip greitas naujienų pateikimas, galimybė naršyti turinyje, bet ir aktyvus auditorijos įtraukimas, tariamai paverčiant ją turinio kūrėja ir aktyvia žiniasklaidos dalyve (Biagi, 2014). Visi šie aspektai reikšmingai keičia ir žiniasklaidos konstruojamą diskursą – nuo pasyvios, statiškos redaktorių konstruojamos naujienų dienotvarkės, būdingos tradicinei žiniasklaidai, pereinama prie dinamiškos, platų spektrą apimančios naujienų dienotvarkės, leidžiančios vartotojui pasirinkti, ką, kada skaityti. Atsižvelgiant į temų ir problemų populiarumą, žiniasklaida įgyja galią sparčiai, reaguodama į auditorijos pasirinkimus, formuoti tendencijas išryškinant norimus ir labiausiai paveikius naujienos elementus bei tokiu būdu konstruoti šališką, vienpusišką nušviečiamų aktualijų diskursą (Küng, Picard, Towse, 2008). Taigi, interneto žiniasklaidos turinio koncentruotumas, atitiktis vartotojų interesams, inovatyvumas, galimybė pateikti gausybę aktualių naujienų variacijų ir vertinimų pakeičia žiniasklaidos suvokimą ir pamažu išstumia tradicinę žiniasklaidą.

Žiniasklaidos pokyčiai turi nepaneigiamas įtakos ne tik visuomenei, aktyviai besinaudojančiai žiniasklaidos platinamu diskursu, bet ir socialinės tikrovės konstravimą apimančių žiniasklaidos tyrimų kaitai (Karasar, 2002). Žvelgiant į žiniasklaidos tyrimų lauką iš migracijos perspektyvos, kartu su naujosios interneto žiniasklaidos įsigalėjimu nuo pasyvaus, aprašomojo migracijos problemų (dažniausiai siejamu su jau minėtais emigrantų ir imigrantų įvaizdžiais žiniasklaidoje) reprezentavimo pamažu pereinama prie platų socialinį (eko-

nominį, politinį, kultūrinį ir kt.) kontekstą apimančių tyrimų, kuriuose migracija traktuojama kaip skirtingų socialinių praktikų visuma.

Kartu reikia pažymėti, jog nepaisant interneto žiniasklaidos pokyčių, atveriančių naujas emigracijos diskurso tyrimų galimybes, Lietuvos mokslininkų, analizuojančių emigracijos reprezentavimą interneto žiniasklaidoje, darbuose vis dar dominuoja fragmentiškas požiūris į emigraciją kaip reiškinį ir jos dalyvius (emigrantus)<sup>4</sup>. Tokią emigracijos tyrimų poziciją Lietuvoje gali nulemti ne tik emigracijos kaip tyrimo objekto specifika, bet ir standartinė interneto žiniasklaidos funkcijų ir vaidmens suvoktis, internetą suvokiant kaip įrankį konstruojamam diskursui platininti ir pristatyti išsiskaidžiusiai auditorijai. Tai gali būti ir viena iš priežasčių, nulemiančių spausdintinės, tradicinės žiniasklaidos kaip tyrimo šaltinio populiarumą (plačiau apie emigracijos reprezentavimą spaudoje žr. Marcinkevičienė, 2004).

Tačiau, vadovaujantis minėtu platesniu, visa apimančiu požiūriu ir žvelgiant į interneto žiniasklaidą kaip naują migracijos tyrimų platformą, migracijos nušvietimo interneto žiniasklaidoje galimybės įgauna kitokias modernias tendencijas. Interneto žiniasklaidos turinio naujumą pakeičiant tokiomis interneto žiniasklaidos savybėmis kaip interaktyvumas, pasiekiamumas, trumpalaikiškumas ir pan., žiniasklaidai atsiveria perspektyvos ne tik skleisti informaciją, bet ir nevaržomai kurti tendencingą turinį bei prisidengiant tariamu aktualumu, skuba skatinti auditoriją jį įsisavinti. Taigi,

<sup>4</sup> Pavyzdžiui, sociologė I. Budginaitė (2012) tyrė emigracijos temas ir emigrantų įvaizdžio reprezentavimą, atskleidama emigracijos priežastis ir pasekmės bei emigrantų konotacijas interneto dienraščiuose Delfi.lt, Lrytas.lt, Alfa.lt, Balsas.lt.

interneto žiniasklaidos kiekybiškumas sutelkia migracijos problematiką „abipus sienų“ (angl. *cross-bording studies*). Dėl turinio įvairovės, tų pačių aspektų skirtingo nušvietimo galima kompleksiskai suvokti ir įvertinti, kaip emigracijos problema, itin svarbūs jos aspektai yra išryškunami žiniasklaidos diskurse (Threadgold, 2009), bei tuo pat metu apibrėžti migraciją kaip procesą, galintį atskleisti itin reikšmingas, pasikartojančias kilmės ar tikslo šalies problemas, komunikacijos apie migraciją ypatumus (Kosnick, 2012; Khory, 2012).

Aptarus interneto žiniasklaidos savytumas, tikslinga analizuoti ir išryškinti specifines interneto žiniasklaidos savybes ir bruožus, lemiančius žiniasklaidos vaidmenį konstruojant migracijos diskursą. Kaip jau minėta, interneto žiniasklaida sudaro sąlygas tiek diskurso kūrėjams, tiek jos vartotojams, visuomenei, įsitraukti į socialinės tikrovės konstravimą. Kita vertus, J. Jenkins (2006) pastebi, jog šis įsitraukimas nėra lygiavertis – konstruojant diskursą paprastai dominuoja viena arba kelios susijusios interesų grupės, rėminančios problemas ir žiniasklaidos iniciatyva nurodančios, teikiančios prioritetą konkreitiems tų problemų aspektams, o visuomenei, įsisavinusiai žiniasklaidos ir interesų grupių sukonstruotus problemų šablonus, atitenka tendencingo, neretai šališko diskurso vartotojos ar reprodukuotojos vaidmuo. T. Threadgold (2009), detalizuodama žiniasklaidos įtaką, pažymi, jog suinteresuotieji (politinio, verslo, mokslo ar kt. elitas), reprezentuojantys migracijos diskursą, koordinuoja ir migracijos dienotvarę, ją susiedama su aktualiais ir besikartojančiais visuomenėje socialiniais reiškiniiais, kurie, įrėminti migracijos diskurse, figūruoja žiniasklaidos, taigi ir visuomenės, interesų plotmėje bei nuolat cikliškausiai atsikartoja kitų susijusių

problemų pavidalu. Kita priežastis, lemianti konstruojamo diskurso paveikumą, susijusi su interneto žiniasklaidos savybe nuolat atnaujinti turinį, papildyti jį minėta išsamesne, platesne informacija bei leisti auditorijai ją lengvai ir bet kuriuo metu pasiekti. Dėl šios priežasties auditorija turi geresnes galimybes šiuo diskursu dalytis, jį analizuoti, vertinti bei įsisažmoninti juo formuojamas tendencijas ar sprendimus. Laiko dimensija migracijos diskurso konstravimui reikšminga ir tuo aspektu, jog paskatina žiniasklaidos turinio kūrėjus, interesų grupes skubiai aktualizuoti nušviečiamą problemą, pateikti ją globaliame kontekste, susieti su ypatingos svarbos įvykiais bei sutampančių problemų rėmais (Vilhelmson, Thulin, 2013).

Taigi, modernėjant ir keičiantis migracijos diskursui interneto žiniasklaidoje, žiniasklaidos turiniu pasitiki vis platesnė ir įvairesnė auditorija. Todėl žiniasklaida, pasinaudodama interneto pranašumais ir išryškindama norimus emigracijos problemos aspektus, įgyja galią veikti visuomenės nuomonę ir sprendimus ar keisti elgesį. Atsižvelgiant į tai, jog Lietuvos tyrėjų darbuose vis dar stinga kompleksinio, sudėtinio požiūrio į emigracijos reprezentavimą žiniasklaidoje, kuris padėtų atskleisti žiniasklaidos vaidmenį konstruojant emigracijos diskursą, į emigracijos problematiką tikslinga pažvelgti iš besisiejiančių socialinių, ekonominių ir kt. visuomenės problemų, galinčių tapti emigracijos skatinimo dedamąja, perspektyvos.

### **Lietuvos interneto dienraščių rėminamo emigracijos diskurso metodologija ir metodai**

Žiniasklaida, vykdydama visuomenės gyvenimo aktualijų rėminimą, pateikdama tų aktualijų dienotvarę, daro reikšmingą

įtaką jų suvokimui ir vertinimui. Tyrimo tikslas – ištirti Lietuvos interneto dienraščiuose konstruojamą emigracijos diskursą ir nustatyti žiniasklaidos vaidmenį reprezentuojant emigracijos problemą. Atliekant tyrimą daroma prielaida, jog žiniasklaidoje, t. y. Lietuvos interneto dienraščiuose, pristatoma emigracijos problema konstruojama neigiamu, šališku diskursu, kuris formuoja labiau teigiamus nei neigiamus emigracijos rėmus, t. y. skatina emigraciją, o kartu atskleidžia ir neigiamą Lietuvos kaip kilmės šalies vertinimą.

Tyrimu norima nustatyti:

Q1: kokie įvykiai, vykstantys Lietuvoje ir už jos ribų, turi daugiausia įtakos publikacijų apie emigraciją skaičiaus kaitai, kokios temos ryškina emigracijos problemą;

Q2: kokie socialinių problemų rėmai dominuoja pristatant emigraciją ir kokią Lietuvos kaip kilmės šalies vaizdavimą jie atskleidžia;

Q3: kaip konstruojamas emigracijos diskursas, vertinant emigracijos problemos reprezentavimą lingvistiniu (kalbiniu) aspektu.

Tyrimui pasirinkti du Lietuvos interneto dienraščiai – delfi.lt ir 15min.lt. Šių interneto dienraščių pasirinkimą lėmė jų skaitomumas ir žinomumas. Tyrimo bendrovės „Gemius.lt“ 2017 m. vasario mėn. duomenimis, šie interneto dienraščiai užėmė pirmąsias dvi pozicijas pagal daugiausia interneto vartotojų turinčių interneto dienraščių reitingą (Gemius, 2017). Didelis pasirinktų interneto dienraščių skaitomumas rodo, kad jie auditorijai yra patrauklūs ir greičiausiai daro reikšmingą įtaką formuojant emigracijos problemos tendencijas.

Tyrimui atlikti pasirinkti vieneri metai – nuo 2016 m. sausio iki 2017 m. sausio. Toks tyrimo laikotarpis pasirinktas tikslingai,

siekiant parodyti emigracijos problemos sąsajas su tuo laikotarpiu vykstančiais įvykiais, jų sukeliama pokyčiais – Lietuvos Respublikos Seimo rinkimais, naujojo Darbo kodekso rengimo aktualijomis, nuolatinės privalomosios karo tarnybos vykdymu ir kt., bei tarptautinės svarbos įvykiais – Didžiosios Britanijos sprendimu pasitraukti iš Europos Sąjungos ir šio sprendimo pasekmėmis. Visos minėtosios aktualijos apima platų socialinį kontekstą, yra glaudžiai viena su kita susijusios, todėl palankios žiniasklaidos rėmams apie emigraciją konstruoti, pagrindinėms emigracijos priežastims atskleisti, o kartu ir norimoms tendencijoms formuoti. Be to, įvykių gausus laikotarpis suteikia galimybių išskirti dominuojančius emigracijos priežastingumo rėmus žiniasklaidoje bei nustatyti, kurie socialiniai reiškiniai ir problemos stipriausiai veikia emigracijos diskurso reprezentavimą. Iš viso tyrimui atrinktos 195 publikacijos, reprezentuojančios emigraciją kaip procesą ir tam tikrų socialinių reiškinų visumą. Dėl šios priežasties į tyrimo imtį nepateko publikacijos, pristatančios emigrantų gyvenimo istorijas, aprašančios kriminalinius įvykius Lietuvoje ar užsienyje ir kt. Atrinktų publikacijų skaičiaus kaita dėl siauro tiriamojo laikotarpio analizuojama mėnesiais.

Siekiant patikrinti išsikelto hipotezę, emigracijos diskurso rėminimo interneto dienraščiuose tyrimas atliekamas derinant kiekybinius ir kokybinius tyrimo metodus. Kiekybinė turinio analizė taikyta siekiant nustatyti publikacijų apie emigraciją skaičiaus kaitą, atskleisti emigracijos sąsajas su šalyje vykstančiais socialiniais, ekonominiais reiškiniais, taip pat skaičiuojant publikacijų pasikartojimą išskirtuose tyrimo kontekstuose (rėmuose), grupuojant publikacijas pagal rėmų tendencingumą, kt. Emigracijos diskursui nagrinėti taikytas kri-

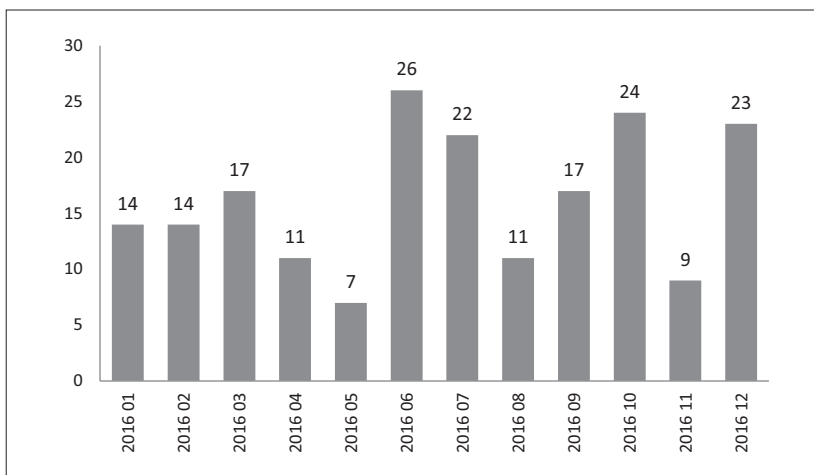
tinio diskurso analizės metodas, pagrindiniu tyrimo instrumentu pasirenkant rėminimą. Kritinio diskurso analizė atliekama pagal N. Fairclough (1995) diskurso tyrimo metodologiją, kurią sudaro trys tarpusavyje susiję elementai – tekstas, diskursyvioji praktika (produkcija, sklaida, vartojimas), socialinė praktika. Šios metodologijos tinkamumą rodo tai, jog diskursas (tekstas, retorika) tam tikroje aplinkoje (šiuo atveju – žiniasklaidoje) konstruoja tikrovės įvykius, kurie įtvirtinami socialinėje praktikoje – visuomenės gyvenime. Kritinio diskurso analizė atliekama trimis pagrindiniais etapais: diskursyviąją praktiką žymi žiniasklaidos veiksmai, temos, aktualijos, kurių kontekste pristatoma migracijos problema; socialinę praktiką – kontekstiniai emigracijos problemos rėmai, atskleidžiantys emigracijos diskurso sąsajas su socialine tikrove; emigracijos problemos retorikos (diskurso) pobūdį – tekstas.

### Publikacijų apie emigraciją skaičiaus kaita ir temų pasiskirstymas

Tiriamuoju laikotarpiu paskelbtų publikacijų apie emigraciją skaičiaus dinamika

rodo, jog emigracijos problemos nušvietimas žiniasklaidoje yra smarkiai veikiamas konteksto – šalyje ir už jos ribų vykstančių įvykių, kuriais remiantis konstruojama žiniasklaidos naujienų dienotvarkė (žr. 1 pav.).

Nors publikacijų skaičius yra kintantis ir gausus visu analizuojamu laikotarpiu, tam tikras tendencijas išskirti galima. Didžiausias publikacijų skaičius fiksuojamas 2016 m. birželio mėn. (26 vnt.). Publikacijų apie emigraciją pagausėjimą galėjo nulemti Didžiosios Britanijos sprendimas pasitraukti iš narystės Europos Sąjungoje ir referendumo rezultatų paskelbimas žiniasklaidoje. Nuo 2016 m. liepos mėn. publikacijų skaičius, taigi ir dėmesys temai, ėmė mažėti. Tai rodo, jog žiniasklaida tendencingai siekia iškreipti emigracijos proceso reprezentavimą, pabrėžti galimus emigracijos proceso pasikeitimus, riziką ir kt. renkantis Didžiąją Britaniją kaip tikslo šalį. Dideliu publikacijų apie emigraciją skaičiumi išsiskiria ir 2016 metų spalio, kai vyko Lietuvos Respublikos Seimo rinkimai (24 vnt.), ir 2016 metų gruodis (23 vnt.), kai darbą pradėjo naujai išrinkta Lietuvos Res-



1 pav. Publikacijų apie emigraciją skaičiaus kaita (vnt.)

publikos Vyriausybė. Dėmesys politinėms aktualijoms, valdžios pasikeitimui leidžia daryti prielaidą, jog žiniasklaida sąmoningai siekia pademonstruoti emigracijos problemos svarbą, akcentuoti emigracijos mažinimo lūkesčius. Kitais tyrimo laikotarpiais publikacijų skaičius išliko panašus, todėl tiksliai įvertinti kitų socialinių problemų įtaką emigracijos ryškinimui žiniasklaidoje yra sudėtinga.

Analizuojant emigracijos problemos reprezentavimą temų aspektu, matyti, jog interneto dienraščiuose dominuoja dvi pagrindinės – aktualijų (64,6 proc., 126 publikacijos) ir verslo (23,0 proc., 45 publikacijos) – rubrikos (žr. 2 pav.).

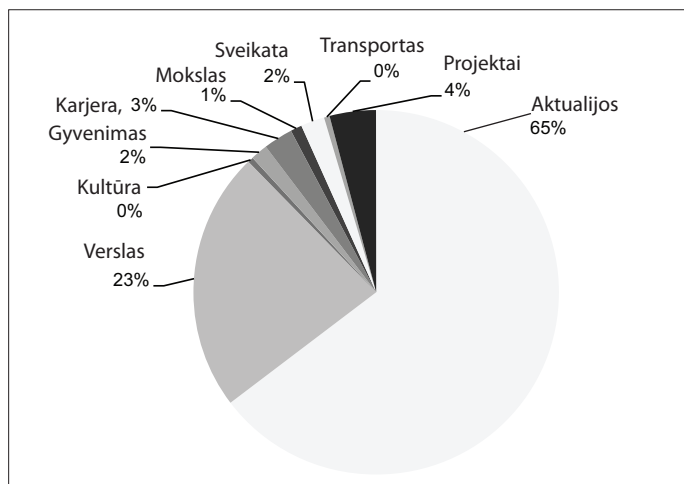
Poreikis emigracijos problemą pristatyti populiariose, labiausiai skaitomose interneto dienraščių skiltyse, rodo, jog žiniasklaida traktuoja emigraciją kaip svarbų sudaromų naujienų dienotvarkių elementą. Kita vertus, menkas dėmesys specifinėms rubrikoms reiškia, jog emigracijos problemos nušvietimas yra nediferencijuotas, homogeniškas, o žiniasklaida nesiekia pateikti platesnio, išsamesnio emigracijos problemos aiškinimo.

Apibendrinant publikacijų apie migraciją skaičiaus kaitą ir temų pasiskirstymą galima teigti, jog žiniasklaida, sutapatindama ją su itin reikšmingais šalies ir tarptautiniais įvykiais, išryškindama aktualiausiose naujienų skiltyse, siekia formuoti tendenciją ir kartu įvairiapusę emigracijos vertinimą. Kitaip tariant, žiniasklaidos diskursyvioji praktika interneto dienraščiuose delfi.lt ir 15min.lt pasireiškia kaip aktualios, globalios emigracijos problemos reprezentavimas.

### Emigracijos diskurso rėminimo kontekstai

Interneto dienraščiuose dominuoja neigiamas emigracijos rėmas, t. y. reprezentuojant emigraciją daugiausia išryškinamos neigiamos Lietuvos socialinio, ekonominio, politinio ir kt. gyvenimo aktualijos (67,6 proc. bendro publikacijų skaičiaus) (žr. lentelę).

Neigiamas emigracijos rėmas konstruojamas pabrėžiant ekonomines (76) ir politines (37) Lietuvos problemas ir (ar) užsienio šalių pranašumus. Tai būdinga tiek delfi.lt, tiek 15min.lt publikacijoms,



2 pav. Emigracijos problemos temų pasiskirstymas

Lentelė. *Emigracijos diskurso (tendencijų) rėmai*

	<i>Delfi.lt</i>	<i>15min.lt</i>	<i>Bendras (proc.)</i>
<b>*Teigiamas, proc.</b>	15,7	30,9	20,0
Ekonominis	12	11	23
Psichologinis	5	5	10
Patriotinis	5	1	6
<b>**Neutralus, proc.</b>	15,0	5,5	12,3
Ekonominis	14	-	14
Tautinio nepakantumo	4	-	4
Patriotinis	3	3	6
<b>***Neigiamas, proc.</b>	69,3	63,6	67,6
Ekonominis	53	23	76
Socialinis	7	-	7
Politinis	25	12	37
Sveikatos apsaugos	6	-	6
Švietimo	6	-	6
Iš viso	140	55	195 (100,0 proc.)

*\*Teigiamas rėmas* – žymi publikacijų, išryškinančių patrauklius Lietuvos kaip kilmės šalies aspektus, skaičių.

*\*\*Neutralus rėmas* – žymi publikacijų, pateikiančių emigracijos problemos techninį vertinimą, skaičių.

*\*\*\*Neigiamas rėmas* – žymi publikacijų, ryškinančių neigiamus Lietuvos kaip kilmės šalies aspektus ir patrauklius užsienio kaip tikslo šalių aspektus, skaičių.

labiausiai akcentuojant, jog *Lietuvoje nėra gerai apmokamo darbo* (43), *emigrantus iš Lietuvos neramina „Brexit“* (17), *žmonės nusivylę Lietuvos perspektyvomis, tuo tarpu užsienyje socialinės garantijos yra geresnės* (17), *Lietuvos valdžia nesugeba sukurti priemonių emigracijai mažinti* (10), kt. Pasikartojantis dėsningumas neigiamus Lietuvos aspektus išryškinti jautriausiame skurdžių gyvenimo sąlygų ir nepalankių politinių realių kontekste kartu atskleidžia stiprų žiniasklaidos siekį diskursu propaguoti ekonominę migraciją. Teigiamas Lietuvos vertinimas atsispindi 20 proc. publikacijų ir siejamas su ekonominėmis (23), psichologinėmis (10) ir patriotinėmis (6) šalies teigiamybėmis. Tendencija teigiamai vertinti Lietuvą ir objektyviau ją pristatyti stipresnė interneto dienraštyje 15min.lt (15min.lt – 30,9 proc. palankių publikacijų, delfi.lt perpus mažiau – 15,7 proc.). Tarp

teigiamų ekonominių veiksnių dominuoja *Lietuvos patrauklumas užsienio investuotojams* (18), *psichologiniai motyvai, siejami su poreikiu nepalikti šeimos ir draugų* (7), *emigracijos žala psichinei sveikatai* (3), o patriotinį vertinimą nulemia *sentimentai ir prierašumas gimtinei/tėvynei* (6). Teigiamo rėmo konstravimas išsiskiria ir tuo, jog palankių Lietuvos aspektų nušvietimas yra labai bendro, konstatuojamojo pobūdžio (išskyrus Lietuvos kaip tėvynės akcentavimą), paremtas įvairių ekspertų – potencialių investuotojų, psichologų, ekonomistų ir kt. – nuomonių ir argumentų gausa, o ne šalies stiprybių įvardijimu. Taigi, aktyvus žiniasklaidos diskurso veikėjų įsitraukimas ir poreikis modeliuoti diskursą veikiau sustiprina jo neutralumą ir atskleidžia tariamai teigiamą krūvį. Neutralus, techninis, migracijos reprezentavimas matomas 12,3 proc. interneto dienraščių tekstų ir



labiau būdingas interneto dienraščiui delfi.lt (15,0 proc.) nei 15min.lt (5,5 proc.). Vertinant neutralų emigracijos reprezentavimą reikia pažymėti, jog pastarasis visai nesiejamas su Lietuva, o emigracija tik minima tarptautiniame, užsienio aktualijų – „Brexit“ referendumo – temų kontekste, nurodant, jog *Didžiosios Britanijos sprendimas išstoti iš Europos Sąjungos emigrantų nepaveiks* (14). Emigracijos diskurso rėminimo analizė atskleidė akivaizdžias emigracijos problemos sąsajas su plačiu socialiniu kontekstu, o emigracijos tendencijos, formuojamos interneto dienraščių, labiausiai siejamos su ekonomine Lietuvos padėtimi ir nepakankamu pragyvenimo lygiu. Tai rodo, jog diskurso socialinė praktika, kurioje konstruojamas neigiamas Lietuvos kaip kilmės šalies paveikslas, nekinta – dominuoja ekonominės problemos, kurios diskurse susipina ir tampa kitų socialinių problemų ir aktualijų sudedamąja dalimi.

### **Emigracijos diskurso reprezentavimas kalbiniu aspektu**

Analizuojant interneto dienraščių delfi.lt ir 15min.lt publikacijas, matoma tendencija emigracijos problemą pristatyti emocijomis pagrįsta retorika – 60 proc. publikacijų dominuoja jausmais, išgyvenimais, skambiais šūkais papildytas diskursas. Taktika šališkai pateikti naujienas itin ryški delfi.lt (80 proc. tekstų konstruojama naudojant daugiaprasmius žodžių junginius, palyginimus ir pan.), o 15min.lt naujienas pateikia objektyviau, pasikliaudamas argumentais, racionalia, aiškia retorika (15 proc. tekstų, kuriuose yra aštrių, skambių posakių, kt.). Taip pat reikia pažymėti, jog tendencija konstruoti diskursą emocijų retorika būdinga visiems trimis tyrimu identifikuotiems rėmams, skiriasi tik jos pobūdis ir pateikimo kontekstas.

Vertinant emigracijos diskurso pobūdį lingvistiniu aspektu, galima išskirti šias pagrindines, dažniausiai pasikartojančias teksto konstravimo priemones ir figūras – metaforas, paraleles, antitezės. Pavyzdžiui, konstruojant negatyvų Lietuvos vertinimą pabrėžiama, jog *viena baisiausių rykščių, nuo kurių ateityje teks kentėti šalims ir kartu verslui, demografinės problemos*<sup>5</sup>; *anekdotas „Paskutinis išvykstantis iš Lietuvos, prašome išjungti šviesą oro uoste“ nėra nei linksmas, nei toks nekaltas. Mat praėjusiais metais Lietuvoje bendras gyventojų skaičius mažėjo sparčiau iš visų Europos Sąjungos (ES) valstybių.*<sup>6</sup>

Hiperbolizuojant Lietuvos perspektyvas pabrėžiama, kad *Lietuvoje vis dažniau įsikuria užsienio investuotojai. Jie sukuria šimtus ar net tūkstančius darbo vietų. Apie augančią ekonomiką byloja ir dar vienas „termometras“ – statybos: dideliais tempais dygsta ne tik nauji dideli gyvenamųjų namų kvartalai, bet ir biurų kompleksai.*<sup>7</sup>

Interneto dienraščiuose taip pat išryškėja atvirkštinė tendencija minėtas stilistines figūras akcentuoti pranešimų antraštėse, tačiau turinį pateikti objektyvia, raiškia retorika. Šie dėsningumai leidžia teigti, jog antraštėse vartojamomis metaforomis, palyginimais ir kt. stilistinėmis ir meninės raiškos priemonėmis konstruojamas diskursas sparčiai tampa imlus interpretacijoms ir iškraipymams bei tokiu būdu suteikia galimybę greitai patraukti auditorijos dėmesį. Tačiau žiniasklaidos užmojai emigracijos problemą plačių ir kartu vienpusiškų api-

<sup>5</sup> Delfi.lt: *Vakarų pasaulio epidemija graužia ir Lietuvą: ragina veikti, kol ne per vėlu*, 2016 m. vasario 5 d.

<sup>6</sup> Delfi.lt: *Anekdotas apie paskutinį emigrantą darosi nebejuokingas*, 2016 m. liepos 19 d.

<sup>7</sup> Delfi.lt: *Lietuvių darbdavių viliotinis emigrantams: kraukitės lagaminus – gyvenimas čia gerėja*, 2016 m. balandžio 9 d.

būdinimų pavidalu pristatyti publikacijos turinyje gali būti vertinami kaip siekis išlaikyti auditorijos nuomonę ir interesus jau įsisavintu tendencingu emigracijos diskursu. Atlikta emigracijos diskurso analizė kalbiniu aspektu rodo, jog retorika, parenkama emigracijai reprezentuoti interneto dienraščiuose, yra šališka, emociinga, stilistiškai paveiki, todėl reikšmingai prisideda prie emigracijos tendencijų formavimo.

Apibendrinant atlikto tyrimo rezultatus teigtina, kad:

- žiniasklaida migracijos problemą pristato plačiame socialiniame kontekste, kuris labiausiai siejamas su Lietuvos politinėmis rinkimų aktualijomis ir Didžiosios Britanijos „Brexit“ referendumu, išryškinant šiuos aspektus skaitomiausiose – dienos naujienų – ir verslo temose;
- reprezentuojant emigraciją dominuoja negatyvus diskurso rėmas, kuris, į kontekstintas ekonominių, socialinių, politinių ir kt. problemų lauke, atskleidžia žiniasklaidos siekį diskursu propaguoti ekonominę migraciją iš Lietuvos bei vaizduoja Lietuvą kaip skurdžią, ekonomiškai nestabilią valstybę. Teigiamas Lietuvos paveikslas, atskleidžiantis ekonomines, psichologines stiprybes ir kartu netiesiogiai skatinantis neemigruoti, konstruojamas pasitelkiant diskurso veikėjų nuomones, nespecifinius pranašumus, o ne Lietuvos kaip kilmės šalies išskirtinumą, todėl vertintinas kaip neutralus;
- migraciją reprezentuojantis diskursas pagrįstas ne racionalia, argumentuota retorika, o emocijomis ir vaizdingais, paraleles, metaforas ir kt. stilistines figūras perteikiančiais žodžiais ir posakiais, kurie diskurse įtvirtinami visuose tendencijas žyminčiuose rėmuose.

Gautus tyrimo rezultatus nulemia teorinėje dalyje pristatyta interneto žiniasklaidos diskurso specifika. Emigracijos diskurse išryškinti emigracijos kontekstai ir aspektai rodo interneto žiniasklaidos susitelkimą ties kiekybiniais turinio aspektais (ekonominės Lietuvos padėties nestabilumas, dominuojantis ir užgožiantis kitas šalies aktualijas emigracijos tema, siekis akcentuoti kelias svarbiausias rubrikas ir kt.) ir šališku, emociingu diskurso turiniu (retorika skirta emigracijos nuotaikoms palaikyti, o ne faktams pagrįsti). Tai dar kartą patvirtina, jog emigracijos diskursu interneto žiniasklaidoje norima sustiprinti visuomenėje sparčiai įsitvirtinančias emigracijos tendencijas išvykti iš Lietuvos. Taigi, interneto žiniasklaidos diskurso nepastovumas, koncentracija į greitas, lengvai pasiekiamas naujienas, pamažu išstumia ir argumentuoto, išsamaus emigracijos diskurso poreikį.

## Išvados

Žiniasklaida, o kartu su jos modernėjimu ir kaita išpopuliarėję interneto dienraščiai vis sparčiau įsitvirtina įvairiose visuomenės socialinio gyvenimo srityse. Tokiu būdu žiniasklaida įgyja galią ne tik informuoti apie įvykius, bet ir dėl didelio auditorijos pasitikėjimo platinamu diskursu veikti visuomenės nuomones, įsitikinimus ir elgesį. Žiniasklaida, į savo konstruojamą naujienų dienotvarkę įtraukdama tokias aktualias visuomenės problemas kaip emigracija ir susiedama jas su plačiu socialiniu kontekstu bei autoritetų vertinimais, siekia formuoti tendencijas ir pakreipti problemos aiškinimą žiniasklaidai palankia linkme. Tokias įžvalgas patvirtina ir emigracijos problemos rėminimo interneto dienraščiuose tyrimas, atskleidžiantis, jog žiniasklaidos vaidmuo reprezentuojant emigraciją gali būti ver-

tinamas kaip tendencijų ir dėsningumų formavimas, skatinant išvykti iš Lietuvos.

Žiniasklaidos siekį formuoti tendencijas atskleidžia poreikis emigracijos problema nušviesti itin reikšmingų Lietuvai politinių realijų ir tarptautinių įvykių plotmėje, pateikti emigracijos temą skaitomiausiose interneto dienraščių naujienų skiltyse jos nedetalizuojant, tačiau susiejant su visuomenei palankiausiomis aktualijomis – žmonių gerove ir finansine šalies padėtimi. Tyrimas parodė, jog ekonominis emigracijos vertinimas dažniausiai pasitaiko visuose emigracijos diskurso rėmuose, o kitos visuomenės socialinio gyvenimo problemos, žiniasklaidos ryškinamos emigracijos kontekste, jas tik papildo. Atliktas tyrimas leidžia patvirtinti prielaidą, jog žiniasklaidoje pristatoma emigracijos problema konstruojama neigiamu, šališku diskursu, kuris formuoja teigiamus emigracijos rėmus. Nustatyta, jog interneto dienraščiuose dominuoja neigiamas Lietuvos kaip kilmės šalies vertinimas, ryškios tendencijos propaguoti ekonominę migraciją, o teigiamas

šalies vertinimas labai abstraktus ir neatkleidžiantis specifinių Lietuvos ypatybių, kurios taptų priežastimi likti šalyje. Emigracijos diskursas interneto dienraščiuose pasižymi emocija, šališka retorika, kuri dar labiau sustiprina žiniasklaidos formuojamų tendencijų raišką.

Nors atliktas tyrimas ir leidžia užfiksuoti žiniasklaidos tendencijas ir dėsningumus, kartu reikia pažymėti, jog tai – bandomasis tyrimas, kuriuo nesiekta parodyti emigracijos diskurso kaitos, žiniasklaidos naujienų dienotvarkės konstravimo savitumų. Tikėtina, jog platesnis tyrimo laikotarpis gautus rezultatus papildytų naujomis išvalgomis ir leistų iširti platesnį emigracijos diskurso problemų lauką. Ateityje tikslinga dėmesį sutelkti į emigracijos ir imigracijos diskurso problematiką žiniasklaidos naujienų dienotvarkėse, siekiant nustatyti, kokios migracijos temos dominuoja žiniasklaidoje, ar kinta ir kaip kinta migracijos diskursas, jo konstravimas į šį procesą įsitraukiant skirtingiems šio diskurso veikėjams (dalyviams).

## LITERATŪRA

BIAGI, S. (2014). *Media impact: An introduction to Mass Media*. Cengage Learning. ISBN 978-1-133-31138-6.

BUCHANAN, S.; GRILLO, B.; THREADGOLD, T. (2003). *What's the Story?: Results from Research Into Media Coverage of Refugees and Asylum Seekers in the UK*. Article 19, London.

BUDGINAITĖ, I. (2012). Visuomeniniai grįžtamosios migracijos veiksniai: grįžusių migrantų įvaizdis viešojoje erdvėje ir visuomenės požiūris. Iš: BARCEVIČIUS, Egidijus; ŽVALIONYTĖ, Dovilė. *Užburta ratas? Lietuvos gyventojų grįžtamoji ir pakartotinė migracija*. Vilnius, p. 221–239.

CARTER, J. M. (2013). The Hermeneutics of Frames and Framing: An Examination of the Media's Construction of Reality. *Sage Open* [interaktyvus], vol. 3, no. 2 [žiūrėta 2017 m. balandžio 6 d.], p. 1–12. Prieiga per internetą: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2158244013487915>>.

CARVALHO, A. (2008). Media(ted) discourse and society. *Journalism Studies* [interaktyvus], vol. 9, no. 2 [žiūrėta 2017 m. balandžio 3 d.], p. 161–177. Prieiga per internetą: <<http://www.tandfonline.com/loi/tjos20>>.

FAIRCLOUGH, N. (2003). *Analysing discourse: textual analysis for social research*. Routledge, Taylor and Francis Group. ISBN 0-203-69707-3.

Gemius.lt [interaktyvus] [žiūrėta 2017 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gemius.lt/leidejai.html>>.

HAYES, D. (2008). *Media frames and the immigration debate* [žiūrėta 2017 m. gegužės 18 d.], p. 28. Prieiga per internetą: <<http://www.dannyhayes.org/uploads/6/9/8/5/69858539/immigration.pdf>>.

JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press. ISBN 978-0-8147-4281-5.

KARASAR, S. (2002). Virtual Construction of Social Reality through New-Medium reality. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*, vol. 3, no. 1, p. 67–73.

KHORY, K. R. (ed.) (2012). *Global Migration: Challenges in the Twenty-first Century*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-137-00712-4.

KOSNICK, K. (2014). Mediating Migration: New Roles for (Mass) Media. *Media and Diversity* [interaktyvus], vol. (5) [žiūrėta 2017 m. balandžio 3 d.], p. 1–17. Prieiga per internetą: <<https://inmedia.revues.org/761>>.

KÜNG, L.; PICARD, R.; TOWSE, R. (2008). *The Internet and the Mass Media*. Sage Publications Ltd. ISBN: 978-1-4129-4735-0.

MARCINKEVIČIENĖ, R. (2004). Emigracija spaudoje: požiūrio atspindys ar formavimas. Iš

Šiuolaikinė lietuvių emigracija: pralaimėjimai ir laimėjimai [interaktyvus] [žiūrėta 2017 m. gegužės 18 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.civitas.lt/wp-content/.../Konferencija\\_Emigracija\\_04\\_12\\_02\\_pranesimai1.pdf](http://www.civitas.lt/wp-content/.../Konferencija_Emigracija_04_12_02_pranesimai1.pdf)>.

THREDGOLD, T. (2009). The Media and Migration in the United Kingdom 1999–2009. In *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*. Germany: Verlag Bertelsmann Stiftung, p. 222–260.

VILHELMSON, B.; THULIN, E. (2013). Does the Internet encourage people to move? Investigating Swedish young adults' internal migration experiences and plans. *Georofum* [interaktyvus], vol. 47 [žiūrėta 2017 m. balandžio 6 d.], p. 209–2016. Prieiga per internetą: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001671851300033X>>.

## THE FRAMING OF THE EMIGRATION DISCOURSE IN LITHUANIAN ONLINE DAILIES

**Erika Nabažaitė**

S u m m a r y

Primarily, mass media, together with online dailies, which became popular due to its activity changes, makes an increasing impact on thinking, beliefs and conduct of the society. By emphasizing aspects of various actual social issues of the society in news agendas, such as emigration, and framing them in a discourse, mass media influences an attitude of the society toward the issue of emigration; it forms an assessment of the country of origin and induces to make decisions whether to stay or leave a country. The article presents the results of a pilot research of emigration discourse framing in Lithuanian online dailies delfi.lt and 15min.lt. Precisely, the research aims at examining an emigration discourse constructed in Lithuanian online dailies and identifying the role of mass media in representing an issue of emigration. The research is carried out by combining the methods of a quantitative content analysis and a critical discourse analysis under the discourse research methodology of N. Fairclough.

Furthermore, the research has revealed that the role of mass media in representing emigration can be assessed as a formation of tendencies and regularities

that motivate to depart from Lithuania. The pursuit of mass media to form tendencies is revealed by a demand to enlighten an issue of emigration in a field of political realities and international events, which are particularly significant to Lithuania, to provide a topic of emigration in the most readable news sections of online dailies, not describing it in detail, but relating it to the most favorable public realities, namely, the welfare of the people and the financial situation of the country. The issue of emigration presented in mass media is constructed by a negative one-sided discourse, which forms positive frames of emigration. Moreover, it has been ascertained that a negative valuation of Lithuania as the country of origin is predominant in online dailies. There are very distinct tendencies to propagate an economic migration, whereas a positive evaluation of the country is very abstract and it does not reveal any specific peculiarities of Lithuania, which would be a reason to stay in this country. Finally, the emigration discourse in online dailies can be characterized by an emotional, biased rhetoric, which further intensifies an expression of tendencies formed by mass media.

*Įteikta 2017 m. birželio 6 d.*