

MOTERYS RINKIMŲ KAMPANIJOJE: POZICIJOS PARTIJOSE IR ATSPINDŽIAI ŽINIASKLAIDOJE

*IRMINA MATONYTĖ, AURELIJA NOVELSKAITĖ,
ERNESTA BUTKUVIENĖ*

Remiantis politinės komunikacijos studijų ir feministinių studijų išvalgomis, straipsnyje analizuojamos moterų dalyvavimo viešojoje erdvėje tendencijos. Pagrindinis straipsnio tikslas – atskleisti moterų įvaizdžių ir su moterimis susijusios tematikos (moterų kandidačių ir moterų – potencialių rinkėjų interesų) pristatymo publikacijų bruožus.

Empirinis studijos pagrindas yra dviejų didžiųjų Lietuvos dienraščių – *Lietuvos ryto* ir *Respublikos* – stebėsena rinkimų kampanijos į Europos Parlamentą (EP) metu (2004 m. gegužę – birželį). Straipsnyje nagrinėjama, kaip rinkimai į EP buvo pristatomi Lietuvos dienraščiuose apskritai, ir atskirai koncentruojamasi į tai, kaip rinkimų į EP kampanijoje buvo nušviesta su moterimis susijusi tematika.

Analizuojant rinkimų visose ES šalyse rezultatus pabrėžtinai EP rinkimų išskirtinumas, palyginti su šalių nacionalinių parlamentų rinkimais (šalių delegacijos EP daug geriau subalansuotos lyčių požiūriu negu

Irina Matonytė – Europos humanitarinio universiteto prorektorė (el. paštas: matonyte@ktl.mii.lt).

Aurelija Novelskaitė – Socialinių tyrimų instituto mokslo darbuotoja (el. paštas: novelskaite@ktl.mii.lt).

Ernesta Butkuvienė – Kauno technologijos universiteto Sociologijos katedros doktorantė (el. paštas: ernestabut@email.lt).

© Irina Matonytė, 2007

© Aurelija Novelskaitė, 2007

© Ernesta Butkuvienė, 2007

Straipsnis įteiktas redakcijai 2005 m. rugsėjo 30 d.

Straipsnis pasirašytas spaudai 2007 m. birželio 4 d.

nacionaliniai parlamentai). Pastebėtas kraštutinis EP rinkimų „antraeiliskumas“ Lietuvos politinėje dienotvarkėje. Tai yra straipsnyje pristatomos dienraščių publikacijų turinio analizės rezultatai rodo, kad šalies dienraščiai skyrė mažai dėmesio lyčių aspektui EP rinkimų kampanijos metu. Publikacijos, kuriose minimos moterys, buvo retos ir atsitiktinės, o moterys kandidatės ir moterų tematika rinkimų kampanijoje neatskleidė jokių aiškesnių su moterų atstovavimu susietų politinių gairių ir mažai keitė moterų politikų atrankos „pagal nutylėjimą“ pobūdį Lietuvoje.

1. Pastabos apie politinės komunikacijos studijų objektą

Politinės komunikacijos studijos praplečia ir komplikuoja tokias santykinai patogias politologines schemas kaip „būtis lemia sąmonę“ (suprask, rinkimų rezultatus lemia objektyvios sąlygos, o ne rinkimų šūkių) ir „kaip šauksi, taip atsilies“ (suprask, rinkėjų valią reguliuoja partijų ir kandidatų rinkimų kampanijos patrauklumas, intensyvumas, teminė įvairovė ir adekvatumas). Kitaip tariant, politinės komunikacijos studijos iš esmės yra pagrįstos aksioma, kad rinkimų kampanija, politinė retorika, simboliniai gestai viešojoje erdvėje etc. daro įtaką rinkėjams. Kita vertus, politinės komunikacijos studijos oponuoja racionalaus pasirinkimo (racionalaus rinkėjo) teorijoms ir neigia tiesioginį ryšį tarp rinkimų programos, rinkimų kampanijos turinio ir rinkimų rezultatų (rinkimuose (ne) sėkmę patiria partijos ir kandidatai ne vien todėl, kad rinkimų metu (ne) teisingai paskirsto pažadus ir akcentus, bet ir todėl, kad egzistuoja tokie veiksniai kaip politinė, socialinė tradicija, sociopsichologinis prierašumas, piliečius veikia rinkimų estetikos triukai ir pan.).

Rinkimų rezultatai nėra ir negali būti politinės komunikacijos specialistų tyrimo objektas; daug svarbiau yra platesnio, *atstovavimo* (angl. *representation*) sklaida šiuolaikiniame demokratiniame pasaulyje. Atstovavimas čia turi du esminius matmenis: 1) politinį kalbėjimą kitų vardu ir 2) dalyvavimą žodžiu ir vaizdu viešajame gyvenime¹. Kaip teigia L. Bielinis, politinės komunikacijos studijose labai svarbus klausimas: „Kieno vardu yra sakoma?“, nes „šis modalumas tampa ašimi

ir veikimo logikos pagrindu, nulemiančiu vienoki ar kitoki, viešą ar privatų politinį aktą, išreikštą komunikacijos procedūroje⁴². Didžiąją antrojo pobūdžio atstovavimo dalį perteikia šiuolaikinė masinės komunikacijos sistema, įvardijanti ir sureikšminanti piliečių interesus. Tačiau, kaip pažymi politinės komunikacijos specialistai, žiniasklaida tokiu būdu perima ir visuomenės politinių vertybių bei poreikių formavimo iniciatyvą. Žiniasklaidos priemonėmis į viešojo vartojimo sferą paleidžiamos politinės ir pilietinės temos, įvardijamos problemos ir pasiūlomi atskaitos taškai etc. – visa tai, kas gali tapti aktualijomis, visuomenės aptarimo ir diskusijų objektais. Įvairiapusi ir išsamus politinės komunikacijos laukas yra svarbi pliuralistinės demokratijos prielaida³. Tačiau aišku, kad vien tik politinės komunikacijos sodrumas ir artikuliacija nėra ir negali būti pliuralistinės demokratijos garantija. Turi sėkmingai įsiterpti kiti veiksniai: subalansuota valstybinių institucijų sąranga, veiksmingos politinės partijos, organizuota rinkimų kampanija ir pan. Vis dėlto – metaforiškai kalbant – būtent žiniasklaidos priemonėmis potencialus rinkėjas atvedamas prie vandens (temų, problemų, prioritetų); o ar jis tą vandenį gers ir ar iš viso gers, ir jeigu taip, tai dėl kurių jame ištirpusių mineralų (temų, problemų, prioritetų) – čia jau kitos srities, politikos sociologijos ir psichologijos, klausimas.

Lietuvoje viešosios komunikacijos tyrimų tradicija dar tik formuojasi. Kol kas komunikacijos tematiką Lietuvoje gana puikiai prisotina reklamos bei rinkodaros tyrimai ir eksperimentai (tai pagrįsti prioritetai rinkos ekonomiką įtvirtinančioje visuomenėje). Politologiniai žvilgsniai į viešąją komunikaciją (ypač suaktyvėję 2003–2004 metais Lietuvos Respublikos Prezidento nušalinimo byloje) dažnai stokoja aiškiai pamatuotų ir įvardytų kiekybinių kriterijų. Būtent šis trūkumas kompensuojamas stipriomis normatyvinėmis prielaidomis, ir todėl tokios politinės komunikacijos studijos greičiau sugrįžta į tą patį besisukantį viešosios komunikacijos ratą, užuot įsitvirtinusios akademiniam lauke.

Šiuolaikiniuose Vakarų politinės komunikacijos tyrėjų darbuose pamažu pradeda atsivėlyti į feministinę kritiką, pabrėžiančią, jog piliečiai (rinkėjai, kandidatai rinkimuose ir politikai) nėra belytės būtybės ir kad vyriškumo / moteriškumo interpretacijos viešajame diskurse neišvengiamai veikia atstovaujamosios demokratijos turinį ir formas. Ypač jaučiamų padarinių vyriškumo / moteriškumo traktuotės – dažniausiai taip net neįvardytų – turi politiniam moterų dalyvavimui⁴. Nepaisant to pripažįstama, kad nepakankamas dėmesys skiriamas žiniasklaidos turiniui ir įtakai, kurią jis daro vykstant rinkimų procesui kandidatams (-ėms), politikos aktyvistams (-ėms), rinkėjams (-oms) ir net pasyviems (-ioms) piliečiams (-ėms). Pastaruoju laikotarpiu atliekamų studijų rezultatai rodo, kad visuomenės lūkesčiuose, siejamuose su politiniais kandidatais vyrais ir kandidatėmis moterimis, kaip kreivame veidrodyje atsispindi stereotipinės sampratos apie vyrų ir moterų kompetenciją ir interesus⁵.

2. Keletas išvalgų iš feministinių studijų Lietuvoje

Naujausių (deja, tarpusavyje nesusijusių) tyrimų Lietuvoje duomenys atskleidžia sudėtingą ir konfliktišką lyčių lygių galimybių suvokimą. Pirma, studijos rodo, kad lyties socialinių galimybių požiūriu dabartinė Lietuvos visuomenė yra gana egalitariška ir neišreiškia stiprių neigiamų nuostatų moterų karjeros atžvilgiu. Pavyzdžiui, 2005 metų liepą atlikti Spinter tyrimai rodo, jog 65 procentai Lietuvos gyventojų mano, kad vyrai ir moterys gali būti (yra) lygiai geri vadovai. Santykiškai nestipri yra patriarchalinė tradicija, skatinanti 18 procentų gyventojų manyti, jog moterys yra blogesnės vadovės (plg.: 11 procentų mano, kad vyrai yra blogesni vadovai). Įdomu, kad, atsakant į klausimą, kokios lyties vadovui teiktų prioritetą, statistiškai reikšmingų skirtumų tarp vyrų ir moterų respondentų nebuvo: 49 procentai teigė, kad jiems vadovo lytis nėra svarbi, 29 procentai labiau norėtų turėti vadovą vyrą ir 20 procentų – moterį⁶.

Vis dėlto šiuos duomenis, orientuotus į besiformuojančios vidurinėsios klasės vertybes ir aktualijas Lietuvoje, reikia interpretuoti kitų duomenų, gautų tiriant kasdieniškesnius, gilesnius, labiau su socialine atskirtimi susijusius klausimus (pvz., lyčių vaidmenys šeimoje, bedarbių moters ir vyro į(si)darbinimo galimybės, moterų karjeros socialinis palaikymas ir pan.). Lietuvoje stiprus tradicinis įsitikinimas, kad šeima – moters prerogatyva, todėl vyrams turėtų būti teikiamas pirmumas darbo rinkoje – 72 procentai Lietuvos gyventojų teigia, kad moterys turi dirbti tik tam, kad prisidėtų prie šeimos išlaikymo⁷. 43 procentai gyventojų sutinka, kad moterims karjera ne tokia svarbi kaip vyrams (likusieji su šiuo teiginiu nesutinka, tačiau naivu būtų domėtis, kiek gyventojų sutiktų su atvirkštiniu teiginiu – kad vyrams karjera ne tokia svarbi kaip moterims).

Kitą provokuojančią šio tariamai teigiamo (ar bent jau neįtarus) požiūrio į moters vietą visuomenėje interpretaciją siūlo duomenys apie Lietuvos gyventojų nuostatas, susijusias su politikos veikėjų, rinkimų kandidatų lytimi. Dar 1994 metais Lietuvoje atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad 18 procentų vyrų ir 28 procentai moterų manė, jog moterys turi aktyviau dalyvauti politikoje, kiti 31 procentas vyrų ir 23 procentai moterų manė, kad moterys turi mažiau dalyvauti politikoje (likusieji manė, kad moterys valdžios pozicijose situacijos nepablogintų, o galbūt ją ir pagerintų)⁸. Šie Lietuvos duomenys, cituojami 2003 metais Europos Komisijos publikuotose ataskaitose, skatina daryti vieną iš dviejų įmanomų išvadų. Pirma, galbūt Lietuva su savo savita politine kultūra gerokai išsiskiria iš kitų pokomunistinių šalių savo moterims viešojoje erdvėje priešiškomis nuostatomis. Ir iš tiesų, minimoje ataskaitoje toliau rašoma: „Geresnė padėtis yra Čekijoje, kur 71 procentas moterų ir 57 procentai vyrų mano, kad moterų atstovavimas politikoje yra nepakankamas. 85 procentai Čekijos moterų mano, kad valdžia dirbtų geriau, jei joje dalyvautų daugiau moterų. O štai trečdalis Čekijos vyrų lieka skeptiški šiuo klausimu, bet 60 procentų pritaria tokiam požiūriui.“⁹

Antra, galbūt viešosios nuomonės tyrimų rezultatai atspindi tam tikrą nuostatų hierachiją ir su politiniais procesais bei politiniais vaidmenimis susijusios nuostatos (panašiai kaip ir su religiniais) gali būti pagrįstos iš esmės *kitokia* lyties samprata negu nuostatos, orientuotos į kasdienišką socialinės erdvės dalykus. Kitaip tariant, galbūt šiose sakraliose srityse (politikoje, religijoje) moterys yra priimtinos tik pagalbininkų vaidmenims atlikti, o profaniškose srityse (ekonomikoje, švietime, kultūroje etc.) jos gali būti teisėti autoritetai. Šiuolaikinės socialinės stratifikacijos studijos (pavyzdžiui, kasmetinės Jungtinių Tautų plėtros programos rengiamos Žmogaus socialinės raidos ataskaitos) plačiai iliustruoja tokią tikėtiną socialinių vaizdinių tendenciją.

Kita šių duomenų interpretacija gali remtis laiko matmeniu ir nurodyti, kaip per santykinai trumpą laiką (pokomunistinį laikotarpį) pasikeitė Lietuvos gyventojų požiūris į vyrų ir moterų vietą politikoje. 2003 metais atliktas TNS Gallup tyrimas parodė, kad 36 procentai 15–74 metų amžiaus gyventojų teigia, jog politinio kandidato lytis jiems nėra svarbus pasirinkimo kriterijus, nors 32 procentai teikia pirmenybę vyrams kandidatams, o 20 procentų – moterims (likusieji neturi nuomonės). Lyties solidarumas palankus moterims: studija rodo, kad – jeigu visos kitos kandidato savybės būtų tokios pačios, mažiau nei kas dešimtas (8 procentai) vyras balsuotų už vyrą, o beveik kas trečia moteris (29 procentai) – už moterį¹⁰.

Teigiamas visuomenės nuomonės poslinkis palankumo moterims politikoje linkme taip pat aiškinamas remiantis veiksniais, tiesiogiai susijusiais su pokomunistinės politinės transformacijos specifika (didžiųjų partijų konkurencija skatina partijas peržiūrėti savo teiginius moterų, gausių rinkėjų, atžvilgiu; pliuralistinėje visuomenėje atsiranda vis daugiau politiškai ambicingų asmenų, tarp jų ir moterų, ir pan.)¹¹. Palankesnio požiūrio į moteris politikoje formavimąsi lemia ir kai kurie rinkimų situacijų bruožai. (Pavyzdžiui, Lietuvoje moterų dalyvavimas formuojant aukščiausio lygmens politiką lūžiniu 1989–1991 metų laikotarpiu, ankstyvas Moterų partijos įkūri-

mas, mišri rinkimų sistema, ryškių asmenybių moterų kandidačių buvimas ir pan.¹²) Be to, šalyje lyčių lygių galimybių retorika ir principai jau tampa įprastu dalyku ir tik retai nuskamba anachronistiški teiginiai apie šios tematikos neaktualumą (ryškiausias tokio anachronizmo pavyzdys – Onos Juknevičienės, Lietuvos Respublikos atstovės Europos Parlamente, 2005 metų vasarą mesti kaltinimai Lietuvos vyriausybei dėl to, kad skiriama tariamai per daug dėmesio lyčių lygių galimybių politikai).

Nepaisant to, tiek rinkimų rezultatų prasme, tiek viešojo diskurso požiūriu Lietuvoje esama dar gana toli nuo politine ir pilietine vertebe laikomo lyčių pariteto politikoje, o moterų tematika tebėra tam tikras svetimkūnis viešajame diskurse ir politinėse kampanijose. Moterys bei moterų tematika į politiką ateina (ir iš jos išeina) „pagal nutylėjimą“ (angl. *by default*), taip vis dar neįgaudamos visaverčio, prasmingai komunikuojančio ir komunikuojamo viešosios erdvės elemento svorio.

3. *Empirinės studijos kontūrai*

Vakarų Europoje ir JAV atliktos studijos rodo, kad moterų įvaizdžiai žiniasklaidoje apima labai siaurą repertuarą: dažniausiai moterys parodomos kaip aukos (paprastai, vyrų smurto), kaip nuosavybė (žmona, draugė, dukra) ir kaip moterys motinos¹³. Kai moterys pristatomos kaip elito narės arba kaip sprendimus darantys žmonės (pvz., politikės, verslininkės, ekspertės), jų lytis dažnai pabrėžiama kaip ypač svarbus pasakojimo atributas. Moterų ir vyrų atspindėjimą žiniasklaidoje pateikiamose naujienose tiriantys autoriai nurodo, kad santykielis dažnis tarp pasirodančių vyrų ir moterų portretų yra atitinkamai penki ir vienas¹⁴.

2004 metų Europos Parlamento (toliau – EP) rinkimai suteikė galimybę nustatyti, kiek šie dėsniniai yra tam tikri nacionaliniai savitumai ir kiek jie pagrįsti platesne kultūros politika, viešojo diskurso, politinės kampanijos ypatybėmis. Studijoje, tuo pačiu metu atlik-

toje vienuolikoje ES šalių naudojant tą patį instrumentariją, tirta, kaip vaizduojamos moterys EP rinkimų kampanijoje. Tai yra, buvo fiksuojama, kaip apskritai pristatomos moterys, kaip kalbama apie moteris Europos parlamentares, moteris kandidates į EP, kaip įterpiami pasakojimai apie tokias lyties temas kaip reprodukcinės teisės, moterų sveikata, moterys darbo rinkoje ir pan. ir kaip pristatomi paprastų visuomenės narių požiūriai, gauti viešosios nuomonės apklausose ir kitoje su rinkimais susijusioje veikloje¹⁵. Pagrindiniai tyrimo klausimai buvo susiję su tuo, *kaip lytis įterpiama į rinkimų kampanijos naujienas* ir *kaip traktuojama lyties tematika*. Tolesni šio tyrimo pagrindu planuojamų parengti lyginamųjų studijų klausimai telkiasi apie rinkimų sistemų ir rinkimų situacijų, žiniasklaidos tradicijų šalies viduje (ypač vyrų / moterų reporterių skaičiaus), politinių aktualijų ir skandalų įtaką moterų tematikos atskleidimui rinkimų kampanijoje. Šis straipsnis paremtas moterų tematikos atspindžių EP rinkimų kampanijoje Lietuvoje medžiaga.

4. Tyrime analizuojamų dienraščių apibūdinimas

Pasaulio vertybių tyrimų (angl. *World Value Survey*) serija 1995–1999 metais fiksavo stiprų, siekiantį iki 70 procentų (daug stipresnį negu kitose pokomunistinėse šalyse ir Vakarų demokratijose) Lietuvos visuomenės pasitikėjimą žiniasklaida (Bažnyčia Lietuvoje taip pat pasitikima labiau negu kitur). Ilgainiui, ypač dėl prezidentūros krizės 2004 metais, pasitikėjimas žiniasklaida Lietuvoje sumažėjo ir EP rinkimų metu siekė 45 procentus¹⁶. Deja, viešosios nuomonės apklausose nėra detalizuojama pasitikėjimo įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis sklaida (tikėtina, kad skirtingai pasitikima televizija, radiju, laikraščiais, nacionaline ir regionine spauda ir t. t.).

Komentatoriai teigia, jog pagal rinkimų kampanijų išlaidas Lietuvoje politinės partijos pirmenybę teikia reklamai ir televizijos programoms, palyginti su spausdintais žiniasklaidos šaltiniais¹⁷. Nepaisant to, spauda (ypač nacionaliniai dienraščiai, turintys gausiausią skaity-

tojų auditoriją) rinkimų kampanijos metu atlieka dvi funkcijas: nušviečia rinkimų kampaniją ir teikia bendrą informaciją (kartu ir reklamos) apie rinkimus. Vadinasi, net jei rinkimų rezultatai tiesiogiai ir nepriklauso nuo nacionalinių dienraščių pateikiamos informacijos, vis dėlto jų publikacijos rinkimų kampanijos metu turi neabejotinai didelę reikšmę.

Svarbu pasakyti, kad pirmųjų rinkimų į Europos Parlamentą metu (2004) pokomunistinės Lietuvos spauda: a) pasižymėjo maža įvairove ir neatskleidė plataus politinio kultūrinio spektro, b) politinių vertybių požiūriu koncentravosi į „auksinį viduriuką“, c) stiliaus požiūriu balansavo ant kokybinės analitinės spaudos ir bulvarinių informacijos šaltinių ribos. Kairiųjų / socialistų spaudos Lietuvoje iš viso jau gana seniai (nuo 1995 metų, kai bankrutavo *Diena*, buvusi komunistų partijos *Tiesa*) nėra (tai keistas faktas šalyje, kurioje socialdemokratų partiją visų lygių rinkimuose lydi sėkmė!). Konservatyvioji spauda po laikino pakilimo 1990–1995 metais (*Lietuvos aidas*) išgyvena nuosmukį, iš kurio mažai tikėtina, kad išbristų¹⁸.

Politiškai silpnai diferencijuota Lietuvos žiniasklaida sudaro gana savitą rinkimų kampanijų kontekstą, jei lygintume Lietuvos situaciją su, pavyzdžiui, Vengrija, Čekija ar net Estija, nekalbant apie senesnes Vakarų demokratijos šalis, kur pagrindiniai šalies dienraščiai dažnai turi ryškų politinį veidą. Gana dėsninga, kad pastarojo laikotarpio rinkimų kampanijose Lietuvos žiniasklaidai „muziką užsako“ įvairios interesų grupės, kurių politinę strategiją sunku atpažinti (kitai negu studijuojant jų veiklos tinklus, grupavimąsi ir tikslinius objektus – ar tai būtų viešosios nuomonės formavimas atskirais klausimais, ar konkrečių socioekonominių sprendimų siekimas). Nesunku numanyti, kad rinkimų kampanija Lietuvoje į EP 2004 metais neturėjo pagrindo būti ypač gyva, intensyvi ir išraiškinga. Tačiau, kaip minėta teoriniuose svarstymuose, viena vertus, dėl politinės komunikacijos ir viešojo diskurso platumo ir netilpimo į rinkimų kampanijos rėmus ir, antra vertus, dėl tam tikros feministinės pažangos Lietuvoje moterų tematikos nušvietimas rinkimuose į EP, tikėtina, galėjo turėti

savitų, ryškių bruožų, kuriamų ne tiek per politinius instrumentus (rinkimines partijų strategijas, partijų programas, politinį rinkimų kontekstą ir pan.), kiek per gilesnius sociokultūrinius veiksmus (visuomenėje „plaukiojančius“ požiūrius į lyčių galimybes ir siekiamybes, spaudos tradicijas, žiniasklaidos atstovų nuostatas, įgaunančias konkrečius pavidalus silpnai politizuotoje rinkimų kampanijoje ir pan.).

Būtent spaudoje, o ne televizijoje ar radijuje galima tikėtis, viena vertus, nuodugnesnio politinių principų ir siekių pristatymo ir, kita vertus, aiškesnės sociokultūrinių pavidalų ir įvaizdžių sklaidos. Tad tyrimui pasirinktų dviejų didžiausių Lietuvos dienraščių – *Lietuvos ryto* (LR) ir *Respublikos* (R) – stebėseną yra pagrįsta šiais metodologiniais lūkesčiais, o ne tik techniniais pranašumais (spaudos stebėseną ne taip brangu atlikti kaip televizijos ar radijo laidų, spaudos šaltinius, kitaip nei internetinės žiniasklaidos, lengviau nuolat sekti ir archyvuoti).

LR ir R nuolat atvirai varžosi tarpusavyje. Nors tvirtinama, jog šie dienraščiai nepriklausomi ir nešališki, iš tikrųjų jie palaiko centro ir dešiniųjų partijų pozicijas. LR yra liberalus, nuosekliai palaikantis eurointegracijos procesus ir kosmopolitines vertybes, o jo redakcinė kolegija yra antipopulistinė, palaikanti vadinamąsias tradicines partijas (ir prieš neseniai įkurtas partijas ir iškilusius naujus politikos lyderius). LR turi puslapį internete¹⁹, kuriame yra galimybė pateikti komentarus. R yra kontroversiškesnis, tačiau taip pat pasižymi liberalumu. Jo stilius labiau bulvarinis ir populistinis, kartais publikuojami ksenofobiniai straipsniai, kuriuose galima aptikti prieštarinčių pranešimų. Šis dienraštis neturi puslapio internete.

LR personalo yra dvigubai daugiau ir jis pasižymi platesne temų specializacija (1 lentelė). Abiejuose dienraščiuose moterys sudaro pusę viso personalo (53–55 procentus). Korespondentų (pagrindinių informacijos rinkėjų ir pateikėjų) korpusas yra ganėtinai moteriškas, abiejuose laikraščiuose vyrų ir moterų korespondentų santykis yra 2 : 3. Tai gana skandinaviškas spaudos žurnalistų korpuso tipas, o štai kitose pokomunistinėse šalyse daugumą korespondentų didžiuosiuose šalies

1 lentelė. Lietuvos ryto ir Respublikos dienraščių darbuotojų pasiskirstymas pagal lytį ir atsakomybę / turimas pareigas (skaičiais)

	<i>LR</i>		<i>R</i>		<i>Iš viso</i>	
	Vyrai	Moterys	Vyrai	Moterys	Vyrai	Moterys
Laikraščio savininkas			1		1	
Direktorius	1			1	1	1
Vyriausiasis redaktorius	1		1		2	
Vyriausiojo redaktoriaus pavaduotojai	9	2	1		10	2
Direktoriaus sekretoriai	1	2			1	2
Redaktoriai pagal iškvietimą		6				6
Laiškų skyrius				1		1
Žurnalistiniai tyrimai				1		1
Naujienos iš Lietuvos			3	2	3	2
Korespondentai Lietuvos didžiuosiuose miestuose*	5	5	3	5	8	10
Korespondentai Lietuvos provincijos miestuose **	3	8		1	3	9
Korespondentai užsienyje***	4	4			4	4
Politika	2	1			2	1
Ekonomika ir pinigai	5		1	1	6	1
Pasaulio naujienos	2	7	1	1	3	8
Jurisdikcija ir kriminologija	2		2		4	
Specialieji korespondentai	1	3			1	3
Sportas	6	2	3	1	9	3
Orų prognozė	1				1	
TV programos	2	4		3	2	7
Menas, kultūra	10	18	1	7	11	25
Sveikata		2		1		3
Transportas	1		2		3	
Laisvalaikis	3	4		6	3	10
Fotografija	3	1			3	1
Iliustracijos			6		6	
Iš viso:	62	69	25	31	87	100

- * Atitinkamai (vyrų / moterų):
 LR Kaunas (2/1), Klaipėda (1/1), Šiauliai (2/-), Alytus (-/2), Panevėžys (-/1)
 R Kaunas (-/2), Klaipėda (1/-), Šiauliai (1/1), Alytus (-/1), Panevėžys (1/1).
- ** Atitinkamai (vyrų / moterų):
 LR Kėdainiai (-/1), Marijampolė (1/2), Mažeikiai (-/1), Palanga (1/-),
 Šilutė (-/1), Tauragė (-/1), Telšiai (-/1), Ukmergė (-/1), Utena (1/-)
 R Marijampolė (-/1).
- *** Atitinkamai (vyrų / moterų) LR: Berlynas (-/1), Roma ir Vatikanas (1/-),
 Sidnėjus (-/1), Paryžius ir Briuselis (-/1), Maskva (1/-), Londonas (1/-),
 Helsinkis (-/1), Varšuva (1/-).

laikraščiuose sudaro vyrai (pvz., tarp Vengrijos žurnalistų yra 31 procentas moterų²⁰).

Abiejuose analizuotuose Lietuvos dienraščiuose laikomasi tradicinio lyčių darbo pasidalijimo modelio: vyrai turi vadovaujancias pozicijas, moterys atlieka rutininį darbą. Be to, moterys daugiau rašo kultūrinėmis, sveikatos, laisvalaikio temomis, o vyrai – ekonominėmis, teisinėmis, sporto, transporto. LR turi 3 specializuotus politikos korrespondentus (2 vyrus ir 1 moterį), R neturi nė vieno. Įdomu tai, kad vizualinė informacija (ilustracijos ir nuotraukos) abiejuose laikraščiuose yra vyrų prerogatyva.

Pagal besiklostančią šių dviejų laikraščių publikacijų tradiciją buvo galima tikėtis, kad kiek intelektualesnis LR skirs kiekibiškai daugiau dėmesio EP rinkimams negu labiau į bulvariškas provokacijas linkusi R, ir kad publikacijos LR bus neutralesnio pobūdžio, o R taikys emocingesnį stilių. Tačiau EP rinkimų nušvietimo spaudoje lyčių atžvilgiu prognozės buvo daug problemiškesnės. Buvo galima manyti, jog abu laikraščiai tikslingai nesigilins į lyčių aspektą, tačiau kokia bus jų laikysena nušviečiant lyčių tematiką „pagal nutylėjimą“, sunku prognozuoti. Pagal laikraščių darbuotojų sudėtį būtų galima tikėtis, kad, esant gana moteriškiems jų kolektyvams, abu laikraščiai laikysis gana geranoriškos ir skatinamosios pozicijos moterų kandidatų ir rinkiminės moterų tematikos atžvilgiu. Konceptualesniu lygiu, kalbant apie lyčių aspektą, buvo tikėtasi, kad LR išlaikys pusiausvyrą ir analitinį požiūrį, o R lyčių aspektą pristatys sąlyginai stereotipiškiau ir / ar kontroversiškiau.

5. Pagrindiniai 2004 metų rinkimų į Europos Parlamentą bruožai Lietuvoje

2004 metų kovą atlikta visuomenės apklausa rodė, kad 79 procentai Lietuvos piliečių pritaria Lietuvos narystei ES²¹. Vis dėlto šis aukštas pritarimo lygis (kaip ir didelis Lietuvos rinkėjų aktyvumas euroreferendume 2003 metų gegužės 10–11 dienomis, pasiekęs 63,5 procentus, ar retrospektyvoje fiksuojamas 48,5 procentų rinkėjų aktyvumas EP rinkimuose 2004 metų birželio 13 dieną) neinterpretuoti kaip ypatingo eurooptimizmo, stiprios europinės tapatybės ar Lietuvos rinkėjų mobilizacijos ES klausimais ženklai²². Tai greičiau visuomenės nuostatų, atsirandančių „pagal nutylėjimą“, apraiška.

Pastebėta, kad supranacionaliniai rinkimai (tiesioginiai rinkimai į EP senosiose Vakarų demokratijos šalyse vyksta nuo 1979 metų) daug menčiau mobilizuoja rinkėjus ir yra sąlyginai antraeiliai (angl. *second-order*) tiek šalies politinėms partijoms, tiek pilietinės visuomenės institucijoms (kartu ir žiniasklaidai). Tad dėsninga, kad Lietuvoje EP rinkimai taip pat nėra vyraujanti ar pagrindinė tema laikraščiuose (net tuose numeriuose, kurie išėjo prieš pat rinkimus arba iš karto po jų). Apskritai Lietuvos spauda (ir visuomenė) nebuvo ypač susidomėjusi EP rinkimų kampanija, nes jų antraeiliskumą sustiprino tuo pačiu metu vykstantys šalies prezidento rinkimai.

Į 13 Lietuvai skirtų vietų EP savo kandidatus išskėlė 11 politinių partijų, t. y. tiek sąrašų buvo pateikta EP rinkimams pagal proporcinę rinkimų sistemą vienoje šalies rinkimų apygardoje (2 lentelė). EP rinkimuose iš viso dalyvavo 241 kandidatas, iš kurių 54 (22 procentai) buvo moterys. Beje, panašus moterų kandidačių skaičius buvo ir nacionalinių Seimo rinkimų, vykusių 2004 metų rudenį, proporcinėje dalyje (21 procentas arba 129 iš 602 kandidatų). Visos partijos, išskyrus Nacionalinę centro partiją, kandidatais į EP kėlė tiek moteris, tiek vyrus. Lietuvos socialdemokratų partija, laikydama savo vidinės kvotų taisyklės, tarp kandidatų neturėjo daugiau kaip 2/3 vienos lyties atstovų, ir išskėlė daugiausia moterų (9 arba 35 procentus iš

2 lentelė. 2004 metų rinkimų į Europos Parlamentą duomenys Lietuvoje (kandidatų į Europos Parlamentą pasiskirstymas pagal partijas ir lytį)

<i>Partija</i>	<i>Balsavo (%)</i>	<i>Kandidatų skaičius (N)</i>	<i>Moterų skaičius sąraše (n)</i>	<i>Moterų dalis sąraše (%)</i>	<i>Išrinktų į EP moterų skaičius (n)</i>	<i>Bendras į EP išrinktų atstovų skaičius (n)</i>
Darbo partija	30,18	13	5	38,5	3	5
Lietuvos socialdemokratų partija	14,42	26	9	34,6	–	2
Tėvynės sąjunga (konservatoriai, politiniai kaliniai ir tremtiniai, krikščioniškieji demokratai)	12,56	24	3	12,5	1	2
Liberalų ir centro sąjunga	11,23	25	5	20	1	2
Valstiečių ir Naujosios demokratijos partijų sąjunga	7,41	26	7	26,9	(1)	1
Liberalų demokratų partija	6,83	19	5	26,3	–	1
Lietuvos lenkų rinkimų akcijos ir Lietuvos rusų sąjungos koalicija „Kartu mes jėga!“	5,71	21	7	33,3		
Naujoji sąjunga (socialliberalai)	4,85	23	4	17,4		
Lietuvos krikščionys demokratai	2,75	15	2	13,3		
Krikščionių konservatorių socialinė sąjunga	2,57	26	5	19,2		
Tautos pažangos partija	1,18	14	2	14,3		
Nacionalinė centro partija	0,30	9	–	–		
Iš viso:		241	54	22,4	5(6)	13

26 kandidatų). Vadovaudamasi panašiu principu, Valstiečių ir Naujosios demokratijos partijų sąjunga išskėlė 26 kandidatus, tarp kurių buvo 7 moterys (27 procentai). Didžiausias moterų kandidačių skaičius (38,5 procento) buvo neseniai įkurtos ir tuo metu labai populiarios Darbo partijos sąrašė (beje, ši partija pristatė labai trumpą kandidatų sąrašą – 13). Įdomu, kad Darbo partija buvo vienintelė, kuri laikėsi ES pariteto rekomendacijų ir kandidatų sąrašė vadovavo si vadinamuoju „užtrauktuko“ (angl. *zip*) principu: vyrai ir moterys kandidatai (-ės) buvo pristatyti pakaitomis. Tėvynės sąjunga (konservatoriai) paskelbė 24 kandidatus, tarp kurių buvo 3 moterys; Liberalų ir centro sąjunga – 25 (5 moterys). Liberalų demokratų partijoje tarp 19 iškeltų kandidatų buvo 5 moterys, Lietuvos lenkų rinkimų akcijos ir Lietuvos rusų sąjungos koalicijos „Kartu mes jėga!“ sąrašė tarp 21 kandidato buvo 7 moterys.

Iš 11 partijų, kurios dalyvavo rinkimuose, 6 partijos gavo vietas EP. Iš šių 6 partijų tarp trijų partijų atstovų yra moterų (Darbo partijai atstovauja 3 moterys ir 2 vyrai, konservatoriams ir liberalams – po vieną moterį ir vieną vyrą). Kitos trys partijos – socialdemokratai, liberaldemokratai ir Valstiečių ir Naujosios demokratijos sąjunga į EP išsiuntė atstovus vyrus. Valstiečių ir Naujosios demokratijos partijų sąjunga, vadovaujama Kazimiros Prunskienės, sąrašė buvusios pirmąją, gavo vieną vietą. Tačiau Kazimira Prunskienė dalyvavo antrajame prezidento rinkimų ture, todėl vieta EP atiteko kitam partijos nariui, vyrui. Tarp 13 Lietuvos atstovų EP yra 5 moterys (38,5 procento) ir šiuo požiūriu tai yra viena „moteriškesnių“ nacionalinių delegacijų EP (2004–2009 metais EP iš viso dirba 732 atstovai, iš kurių 30 procentų sudaro moterys).

Retrospektyvoje matome, kad 2004 metų pavasarį Lietuvoje vykęs EP mandatų pasiskirstymas tarp partijų gana artimai atitinka šalies rinkimų rezultatus (pasiskirstymas panašus ar net identiškas partijų struktūrai 2004 metų rudenį vykusiuose Seimo rinkimuose, kuriuose daugumą, 40 vietų, laimėjo Darbo partija).

Tad įdomiausias EP rinkimų Lietuvoje 2004 metais rezultatas – geras kandidačių moterų pasirodymas EP rinkimuose (2004 metų rudenį Seimo rinkimuose išrinktų moterų skaičius tesudarė 22 procentus). Nors moterų tarp kandidatų buvo santykinai mažai (22 procentai), jų sėkmės EP rinkimuose rodiklis – aukštas (jos sudaro 38,5 procento išrinktų atstovų). Rinkimai į EP buvo pirmieji rinkimai Lietuvos istorijoje, kuriuose kandidatės moterys turėjo daugiau galimybių būti išrinktos negu vyrai²³. Nors apskritai mažas (13) renkamų atstovų skaičius ir didelis kandidatų skaičius (241) šiuos rinkimus darė labai konkurencingus (18,5 kandidato į vieną vietą), moterų kandidačių galimybės pasirodė buvusios dvigubai geresnės negu vyrų (į EP išrinkta 9 procentai visų kandidačių moterų, atitinkamai vyrų – tik 4 procentai).

Lyginant Vakarų Europos ir Vidurio Europos atstovus EP su nacionalinių parlamentų atstovais, atkreipiamas dėmesys į didesnius moterų skaičius EP negu nacionaliniuose parlamentuose (lygia greta su keletu kitų sociodemografinių skirtumų). Tačiau, jei EP atstovai lyginami su nacionalinių parlamentų nariais, analizuojant faktą, kad 15 senųjų ES narių moterims EP yra atstovaujama geriau (vidurkis 32,5 procento) negu 8 naujųjų pokomunistinių šalių ES narių (vidurkis 22,8 procento), tezę dėl skirtingų atrankos mechanizmų atmetama. Aštuonių pokomunistinių šalių atstovių moterų EP procentas, kaip ir 15 Vakarų Europos valstybių, yra 7–8 punktais didesnis negu nacionaliniuose parlamentuose. Panašu, kad moterų siekis atstovauti – nors ir nelabai teigiamai vertinamas nacionaliniuose Vidurio ir Rytų Europos parlamentuose – padarė įtaką atstovų į EP atrankai²⁴.

Kyla klausimas, kiek tokią moterų kandidačių sėkmę rinkimuose į EP Lietuvoje (ir kitur) galima paaiškinti proporcinę rinkimų sistema (pvz., Lietuvoje nacionalinis parlamentas renkamas pagal mišrią rinkimų sistemą), skirtingomis rinkimų partijų strategijomis (atsispindinčiomis rinkimų kandidatų sąrašuose), rinkimų kampanijos savitumu (kiek rinkimai į EP ir apskritai ES reikalai yra svarbūs atskirų partijų programose, kokias temas atskiros partijos pasirenka savo rin-

kimų kampanijai iš įmanomo europinių temų repertuaro ir kiek tos temos aktualios rinkėjams) ir t. t. Apibūdinant trumpai, reikia atkreipti dėmesį į tai, kad nacionalinės temos ir aktualijos EP rinkimuose vyravo. EP tematika (rinkimų procesas, partijų pozicijos atskirais EP kompetencijai priklausančiais klausimais ir pan.) rado mažai atgarsio rinkiminėje EP kampanijoje Lietuvoje, ir rinkimai į EP (kaip ir kitose ES šalyse, renkančiose savo atstovus į EP) tebuvo tam tikras plebiscitas, vertinantis esamą valdžią.

6. Europos Parlamento rinkimų kampanijos pristatymas Lietuvos dienraščiuose

Pasirinktų dviejų didžiausių Lietuvos dienraščių stebėseną buvo atliekama 6 savaites (nuo 2004 metų gegužės 10 dienos iki birželio 19 dienos, patys rinkimai į EP vyko tą pačią metų birželio 13 dieną). Į studijos akiratį pateko visi tekstai, kuriuose buvo žodžių junginiai „EP rinkimai“ ir / arba „EP narys“, „kandidatas į EP narius“ ir pan. Detalizuojant straipsnių atrankos analizei procedūrą, antruoju žingsniu buvo atrinkti tie su EP rinkimais susiję tekstai, kuriuose buvo minimos ir / arba cituojamos moterys, nesvarbu, kokiai socialinei grupei – EP kandidatės, politikės, specialistės, visuomenės atstovės – jos atstovautų. Pastarieji tekstai ir vaizdinės iliustracijos, kuriuose buvo nuoroda ne tik į EP rinkimus, bet ir į moteris, analizuoti kaip atskira publikacijų grupė. Taigi pagrindinis šiame straipsnyje analizuojamas klausimas – kaip EP rinkimų kampanijoje buvo nušviesta moterų tematika. (Svarbu: toliau tekste sinonimiškai vartojamos sąvokos „tekstas su nuoroda į moteris“, „su moterimis susiję tekstai“ ir pan., tačiau čia analizuojami tik tie dienraščių tekstai ir vaizdinė medžiaga, kuri buvo išskirtinai ir pirmiausia susijusi su EP rinkimais, o ne apskritai tiriamuoju laikotarpiu publikuoti straipsniai, kaip nors susiję su moterų tematika.)

Lietuvoje prezidento rinkimai visiškai nustelbė tuo pat metu vykusius EP rinkimus. Tai buvo galima suprasti pagal mažą skaičių prane-

šimų, skirtų EP rinkimų kampanijai dviejuose pagrindiniuose šalies dienraščiuose ($N_{\text{iš viso}} = 145$)²⁵. Per 6 stebėjimo savaites (36 laikraščių numeriai) LR buvo išspausdinti 89 straipsniai, skirti EP rinkimams, o R – 56 straipsniai.

Tik kas dešimtas pranešimas (13 tekstų vienetų arba 9 procentai), susijęs su EP rinkimų tema, buvo skelbtas skaitomiausiam pirmajame dienraščio puslapyje. Beveik visada tai buvo trumpi anonsai tekstų, spausdinamų tolesniuose puslapiuose. EP rinkimams nei R, nei LR niekada neskyrė viso pirmojo puslapio, palyginti su pranešimais apie prezidento rinkimus, kurie paprastai buvo pristatomi pirmuose šių dienraščių puslapiuose. Apskritai dauguma (64 procentai iš visų 145) į analizės akiratį patekusių tekstų buvo trumpos informacinės žinutės, kuriose buvo pateikiama oficiali faktinė Vyriausiosios rinkimų komisijos (toliau – VRK) informacija ir kurios buvo išspausdintos abiejų laikraščių antrame, trečiame ir ketvirtame puslapiuose.

Pagal besiklostančią spaudos tradiciją, geriausia vieta laikraštyje yra viršutinė puslapio dalis ir ypač kairioji viršutinės dalies pusė. Su EP rinkimais susijusi informacija nebuvo pateikiama geriausiose puslapio pozicijose. Dažniausiai (42 procentai) ši informacija buvo pateikiama puslapio apačioje. (Šiuo techniniu informacijos pateikimo požiūriu LR buvo šiek tiek labiau išitraukusi į EP rinkimų nušvietimą ir kiek dažniau negu R nagrinėjamo pobūdžio straipsnius spausdino viršutinės puslapio dalies kairėje (geriausioje) pusėje (atitinkamai 15 procentų ir 5 procentai).

R spausdino didesnės apimties straipsnius (vidutinis straipsnio dydis 0,3 puslapio), o LR publikacijos buvo kur kas mažesnės (vidutiniškai 0,2 puslapio). Tačiau iš žiniasklaidos studijų žinoma, kad informacijos dažnumas, nuolatinis pristatymas skaitytojus veikia labiau negu didelė publikacijų apimtis ir analizės gylis. Vidutinis pranešimo (straipsnio, informacinės žinutės, reklaminio pranešimo ir pan.), skirto EP rinkimams, dydis abiejuose dienraščiuose buvo apie 1 / 5 puslapio. Tačiau beveik kas trečias buvo mažesnis nei 0,1 puslapio (25 procentai – LR ir 38 procentai – R). Šios kiekybinės charakteristikos

aiškiai parodo, kad nagrinėjami laikraščiai (ypač R) nelaikė EP rinkimų temos labai įdomia ir aktualia skaitytojams.

R išspausdino 4 (palyginti su LR, kuris išspausdino tik vieną) straipsnius per visą puslapį apie EP rinkimus. Vienintelis tokio dydžio straipsnis LR buvo publikuotas praėjus kelioms dienoms po rinkimų (2004-06-15) ir buvo skirtas statistiniam rezultatų pristatymui (išryškinant rinkėjų teikiamus partijoms prioritetus pagal gyvenamąją teritoriją). Trys didelės apimties straipsniai buvo išspausdinti R po rinkimų (birželio 16, 17 ir 19 dienomis) ir vienas prieš rinkimus (gegužės 24 dieną). Didelės apimties straipsnis LR buvo anoniminis, o visi keturi didieji R straipsniai buvo parašyti R žurnalistų (3 vyrų ir 1 moters). Vienas straipsnis parengtas pagal interviu su žymiais politikais, kandidatais vienoje iš dviejų ar abiejose rinkimų kampanijose, vykusiose 2004 metų pavasarį Lietuvoje; tekste, kuriame analizuojama, kiek realūs yra minimų kandidatų (2 vyrų ir vienos moters) rinkiminiai pažadai ir pateikiamas vienareikšmis vertinimas, kad tai melas. Kiti trys analitinio pobūdžio straipsniai skirti Lietuvos atstovų EP darbo perspektyvoms (daugiausia jų materialinio aprūpinimo ir uždarbio klausimams) ir veikai Briuselyje.

Atlikus matematinius skaičiavimus ir įvertinus bendrą publikacijų kiekį abiejuose laikraščiuose nustatyta, kad stebėjimo metu sukurtai duomenų bazei LR iš viso pateikė 63 procentus publikacijų, susijusių su EP rinkimais, o R – atitinkamai likusius 37 procentus. Iš viso LR skyrė 121,25 puslapio ir R – 70,45 puslapio EP rinkimams ir jų rezultatams pristatyti.

Informacijos kiekis apie EP rinkimus didėjo rinkimams artėjant į pabaigą, o daugiausia jos pasirodė pirmosiomis dienomis po rinkimų. Pavyzdžiui, daugelį dienų R nepasirodė nė viena žinutė apie EP rinkimus, tačiau paskutinę kampanijos dieną buvo išspausdinti net 4 straipsniai (rekordinis skaičius) ir iš karto po rinkimų LR ir R išspausdino atitinkamai 9 ir 7 straipsnius, pristatančius rinkimų rezultatus.

Taigi EP rinkimų kampanijos metu LR buvo informatyvesnis ir pranešimai nagrinėjama tema šiame laikraštyje buvo publikuojami

3 lentelė. *Analizuotų straipsnių pasiskirstymas pagal autorių lytį (skaičiais ir procentais)*

	<i>LR</i>		<i>R</i>		<i>Iš viso</i>	
	n	%	N	%	N	%
Moteris	5	20	10	42	15	31
Vyras	19	76	13	54	32	65
Moteris ir vyras	1	4	1	4	2	4
Iš viso:	25	100	24	98	49	98

tolygiau laiko atžvilgiu. O štai R pusė visų išspausdintų tekstų EP rinkimų tema pasirodė per savaitę po rinkimų.

Daugumos tekstų autoriai (iš viso 69 procentai, iš kurių LR 74 procentai ir R 61 procentas) neįvardyti. Dažniausia informacijos nuoroda buvo į Lietuvos Respublikos VRK²⁶. Visų, išskyrus vieno, pasirašytų straipsnių autoriai buvo lietuviai (išskyrus vieną tiesiogiai savo tautybę – rusas – pabrėžiančio piliečio pasisakymą).

Šiai studijai svarbu tai, kad, nepaisant abiejų dienraščių darbuotojų lytinės sudėties, dviejų trečdalių pasirašytų tekstų autoriai yra vyrai. Tačiau reikšmingas skirtumas tarp laikraščių – LR vyrai apie EP rinkimus parašė 76 procentus straipsnių, o R – 54 procentus. R moterys parašė dvigubai daugiau straipsnių negu LR (atitinkamai 42 ir 20 procentų) (3 lentelė).

Ir LR, ir R beveik kas trečias straipsnis buvo parašytas profesionalių žurnalistų. Tačiau R buvo kiek atviresnis visuomenės nuomonėms ir piliečių požiūriams (ne žurnalistų, bet paprastų visuomenės atstovų nuomonėms apie EP rinkimus, asmeniniai motyvai – kodėl balsavo už vieną ar kitą kandidatą į EP buvo pateikti 8 kartus; tai sudaro 14 procentų autorizuotų tekstų R. O LR nebuvo nė vieno tokio straipsnio).

7. „Moteriškoji“ Europos Parlamento rinkimų informacija

Lyčių (moterų kandidačių ir rinkėjų) klausimai tikrai nebuvo EP rinkimų kampanijos akcentas Lietuvoje. Šiuo atžvilgiu tuo pačiu metu Lietuvoje vykę prezidento rinkimai buvo ne išimtis: nors iš 5 kandidatų į prezidentus 2 buvo moterys, kurių viena varžėsi ir antrajame rinkimų rate, lyties tematika neįgavo jokio bent kiek svaresnio pobūdžio rinkimų retorikoje.

Atliktame spaudos stebėjime užfiksuoti tik 55 straipsniai, vienaip ar kitaip susiję su moterų tematika (38 procentai visų nagrinėtų straipsnių, 35 procentai visų LR ir 43 procentai visų R). Panašus dienraščių tekstų, skirtų EP rinkimams ir kaip nors mininčių moteris, dažnis nustatytas ir kitose pokomunistinėse šalyse: Slovėnijoje – 36 procentai, Vengrijoje – 28 procentai, Čekijoje – 36 procentai²⁷.

Vos dešimtadalyje šių straipsnių buvo cituojami moterų žodžiai. Visuose kituose informacijos šaltinis buvo vyras(-ai). R publikavo vieną straipsnį, kuriame moteris buvo centrinė figūra, tačiau tas straipsnis menkai susijęs su EP rinkimais, nes tai buvo interviu su Kazimira Prunskiene, fiktyvia (angl. *dummy*) kandidate į EP, kuriame ji kalbėjo apie savo prezidentinės kampanijos strategiją – „politinė meilė svarbiau negu politinė santuoka“ (suprask, politinės simpatijos vertos dau-

4 lentelė. *Analizuotų straipsnių pasiskirstymas pagal moterų paminėjimo pobūdį (skaičiais ir procentais)*

	LR		R		Iš viso	
	N	%*	N	%*	N	%*
Moterys						
Paminėta	31	35	24	43	55	38
Cituota	7	8	6	11	13	9
Pagrindinis akcentas	0	0	1	2	1	1
Iš viso*:	89	100	56	100	145	100

* Visi analizuoti straipsniai.

giau dėmesio negu moters politikės šeimyninis gyvenimas). Be to, emocijumu pasižyminti R kiek dažniau negu LR citavo moteris ir jas pristatė kaip pagrindines straipsnių veikėjas (4 lentelė).

Vis dėlto dauguma straipsnių, kuriuose minimos moterys, buvo publikuoti antrajame (26 procentai) arba trečiajame (31 procentas) puslapyuose. R daug dažniau negu LR savo „moteriškuosius“ tekstus nukeldavo į trečią puslapį (atitinkamai – 46 procentai ir 19 procentų), taip iš dalies atkurdamą teisybę – skirdama daugiau dėmesio, bet suteikdama vietą prastesniame (tolimesniame) puslapyje. Be to, straipsniai, kuriuose minimos moterys, dažniausiai buvo pateikiami prastesnėje, apatinėje puslapio dalyje (42 procentai) ir tik 27 procentai buvo publikuoti viršutinėje puslapio dalyje. Tad ir taip geresnės, viršutinės vietos spaudos puslapyuose negaunanti informacija apie EP rinkimus Lietuvoje, jei joje atsirasdavo moterų tematika, nuslinkdavo dar žemiau.

Analizuojant straipsnių dydį, pastebima tam tikra tendencija: kad ir kaip keista, tekstai, kuriuose minimos moterys, buvo didesnės apimties negu tie, kuriuose rašoma apie vyrus ar pateikiama bendra informacija. Apskritai moterų paminėjimai išpučia straipsnio tekstą beveik 40 procentų (vidutinio dydžio tekstas užima apie trečdalį puslapio). Tendencija būdinga tiek LR, tiek R (vidutinis teksto, kuriame minima moteris, dydis LR buvo 0,3 puslapio, kuriame minimi vyrai ir teikiama bendra informacija – 0,2 puslapio; R atitinkamai – 0,5 ir 0,3).

Beveik du trečdaliai moteris mininčių tekstų buvo išspausdinti prieš EP rinkimus. R labiau susitelkė į rinkimų rezultatų pristatymą ir išspausdino 13 straipsnių, mininčių moteris prieš rinkimus, ir beveik tiek pat (11) – po rinkimų. LR akcentavo rinkimų kampanijos klausimus ir išspausdino 23 straipsnius, kuriuose buvo minimos moterys, prieš rinkimus ir tik 8 po rinkimų. Apie moteris nebuvo kalbama ir jos nebuvo cituojamos žiniasklaidoje kampanijos pradžioje; moterys pasirodė straipsniuose (ir nuotraukose) likus dviem savaitėms iki rinkimų pradžios ir išliko po rinkimų.

5 lentelė. Moteris mininčių straipsnių pasiskirstymas pagal žanrą (skaičiais ir procentais)

	LR		R		Iš viso	
	n	%	n	%	N	%
Apžvalginiai straipsniai	10	32	10	42	20	36
Reklaminių agitacija	7	23	5	21	12	22
Naujienos, informacija	6	19	2	8	8	15
Vedamieji straipsniai	3	10	1	4	4	7
Interviu su politiku / partija	1	3	3	13	4	7
Nuomonės (parašyta ne žurnalistų)	1	3	3	13	4	7
Viešosios nuomonės tyrimų rezultatai	3	10	0	0	3	6
Interviu su ekspertu (-ais)	0	0	0	0	0	0
Skaitytojų laiškai	0	0	0	0	0	0
Iš viso:	31	100	24	100	55	100

Žanro požiūriu dauguma tekstų, kuriuose kalbama apie moteris, buvo apžvalginiai. Apžvalginiai straipsniai nagrinėta tema sudarė 32 procentus visų straipsnių LR ir 42 procentus R. Naujienos ir trumpos informacinės žinutės, vyrausios apskritai EP nušviečiant rinkimus, su moterimis susijusiuose tekstuose užėmė antrąją vietą (22 procentai vs. 33 procentai). Tad šiek tiek didesnė straipsnių, kuriuose minimos moterys, apimtis yra aiškiai susijusi su straipsnių žanru (daugiau ar mažiau analitiniai, formuojantys nuomonę, ne tik atspindintys faktus) (5 lentelė).

Vizualinės informacijos požiūriu tekstai, kuriuose minimos moterys, dažniau negu tekstai, kuriuose jos neminimos, buvo iliustruojami nuotraukomis, piešiniais (karikatūromis). Tai yra beveik du trečdaliai (62 procentai) tokio pobūdžio straipsnių buvo su iliustracijomis, o apskritai EP rinkimus nušviečiančių tekstų iliustracijų buvo gero kai mažiau (52 procentai). Tačiau moteris minintys tekstai rečiau negu bendro pobūdžio tekstai apie EP rinkimus buvo lydimi asmeninių

6 lentelė. Moteris mininčių straipsnių iliustracijų pasiskirstymas pagal turinį (skaičiais ir procentais)

	LR		R		Iš viso	
	n	%	n	%	N	%
Asmeninis straipsnio herojaus atvaizdas	8	40	13	62	21	51
Kiti vaizdai, susiję su EP rinkimais	5	25	5	24	10	24
Politiniai susitikimai, dominuoja vyrų veidai	2	10	2	10	4	10
Kitos iliustracijos, nesusijusios su EP rinkimais	3	15	0	0	3	7
Demonstracijos	2	10	0	0	2	5
Vyrai politikai (pasakojimo tema) su šeima	0	0	1	5	1	2
Moterys politikės su šeima	0	0	0	0	0	0
Iš viso:	20	100	21	100	41	100

nuotraukų (atitinkamai 51 procentas vs. 61 procentas). Be to, tik labai retai pranešimų apie moteris vaizdinėse reprezentacijose aptinkamas moters veidas. Dažniausiai nuotraukose pateikiamas bendras socialinis kontekstas, kuriame moterys nėra akcentuojamos arba jų iš viso nėra. Taip pat pusėje iš viso šiuose tekstuose pateiktų karikatūrų (3) moterys arba nefigūruoja, arba, pavyzdžiui, atlieka išmintingos ir šmaikščios močiutės, analizuojančios politines tendencijas, vaidmenį (6 lentelė).

Apskritai nuotraukose ir piešiniuose, atspindinčiuose EP rinkimų kampaniją, dominavo vyrai. Išnagrinėjus vaizdinę informaciją ir publikacijose pristatomų veikėjų požiūrį (turinį) darosi akivaizdu, jog EP rinkimai Lietuvoje buvo vyrų pasaulio įvykis su trumpais moterų pasirodymais vyrų kandidatų labai ir vyrų temomis. O štai moterims kandidatėms ir moterų temoms dienraščiuose buvo skirta mažai dėmesio, išskyrus „išpūstus“ pranešimus (tai akivaizdu kai kuriuose reklaminiuose vaizduose). Apskritai moterų vizualizacija vykstant EP

rinkimų kampanijai dienraščiuose buvo (tik) trejopo pobūdžio. Vienose ryškiausių nuotraukų moters vizualizacija yra susijusi su skandalu – pristatoma vieno skandalingo politiko, kandidato į EP, ir jo žmonos nuotrauka. Šiam tipui priskirtinos ir kitos nuotraukos, kuriose moteris (balsuotoja) pristatoma naudojant žmonos-motinos įvaizdį (pvz., nuotraukose matomos gretimos balsavimo kabinos, kurių vienoje stovi vyras, o kitoje – moteris su vaiku). Antra (ir vėl susijusių su skandalu) nuotraukų serija lydėjo ir tarptautinio – pramoginio pobūdžio pranešimą, skirtą ypatingų, egzotiškų kandidatų į EP apžvalgai, akcentuojant moters kūniškumą ir seksualumą, ir pristatant moteris kandidatės, esamas ir buvusias grožio karalienės, porno žvaigždes ir pan. (pvz., čekė D. Baster ar estė K. Kas). Trečias moters vizualizacijos variantas – tai partijų kandidatų į EP (dažnai – kolektyvinės) nuotraukos, kuriose moterys arba atlikdavo „kito“ (spalvoto puošybinio elemento) vaidmenį, arba paprasčiausiai statistiškai išnykdavo tarp daugumos vyriškų veidų.

Dvi būdingiausios tekstų, kuriuose minimos moterys, temos – EP rinkimų rezultatai (16 tekstų arba 29 procentų) ir EP rinkimų procesas (15 tekstų arba 27 procentai). Dar rečiau moterys minimos tekstuose apie EP rinkimų kandidatus (8 tekstai arba 15 procentų) ir atskirų partijų kandidatų sąrašus (7 tekstai arba 13 procentų). Daugumoje šių tekstų moterys puošia vyrą kandidatą į EP arba įsiterpia masinėse nuotraukose (partijos kandidatų arba neįvardytų rinkėjų). Straipsniuose kitomis temomis moterys minimos dar rečiau. „Skandalinguose“ tekstuose moterys irgi vaidina tik antraeilį vaidmenį (iš 10 skandalingo turinio straipsnių moterys minėtos 3). Vienintelė publikacija, tiesiogiai susijusi su moterimi kandidate į EP Kazimira Prunskiene, buvo išspausdinta LR. Iš 3 publikacijų, pristatančių viešosios nuomonės apklausų duomenis, 2 (t. y. 66 procentai) minėjo moteris. Nors tai gana geras rodiklis kitas temas aptariančių tekstų atžvilgiu, tačiau juk visame 100 procentų tokių visuomenės pažiūrų pristatančių tekstų turėtų būti išskiriama statistinė moterų kategorija.

7 lentelė. Analizuotų su moterimis susijusių straipsnių pasiskirstymas pagal temą (skaičiais ir procentais)

	<i>LR</i>		<i>R</i>		<i>Iš viso</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
EP rinkimų rezultatai	5	16	11	46	16	29
EP rinkimų procesas	10	32	5	21	15	27
Kandidato į EP / vyro profilis	4	13	4	17	8	15
Atskirų partijų kandidatų sąrašo profilis	5	16	2	8	7	13
Skandalai, susiję su EP ir kandidatais į EP	2	7	1	4	3	6
Atskirų partijų išpareigojimų / politikos aptarimas	2	7	1	4	3	6
Viešosios nuomonės apklausos	2	7	0	0	2	4
Kandidatės į EP / moters profilis	1	3	0	0	1	2
Partijų kova	0	0	0	0	0	0
Derybos dėl ES Konstitucijos	0	0	0	0	0	0
Iš viso:	31	100,1	24	100	55	100

Absoliuti dauguma tekstų, kuriuose minimos moterys, buvo nacionalinio pobūdžio (panašiai kaip ir dauguma visų straipsnių). Tebuvo 3 tarptautinio masto publikacijos, kuriuose paminėtos moterys, ir visos šios publikacijos pristatė rinkimų rezultatus. Į kelis (4) LR straipsnius, kuriuose minimos moterys, buvo įtraukta informacija ne tik apie Lietuvą, bet ir apie kitas šalis, R tebuvo vienas toks straipsnis. Paprastai tai buvo kokiais nors įmantriais elementais (pvz., detalėmis apie įdomesnes moteris kandidates arba ginčiais apie vienos lyties asmenų vedybas ir pan.) „išpūsti“ su EP rinkimais susiję pranešimai.

Tekstų, kuriuose minimos moterys, autoriai įvardyti dažniau negu bendrųjų tekstų, nušviečiančių EP rinkimus (44 procentai vs. 33 procentai). Ir bendroju atveju, ir tekstų, mininčių moteris, daugumą įvardytų autorių sudaro vyrai. Be to, dažniausiai nurodyti straipsnių, mininčių moteris, autoriai buvo profesionalūs žurnalistai. Iš 25 auto-

rinių straipsnių, kuriuose minimos moterys, tik 3 tekstus (arba 6 procentus) pateikė paprasti visuomenės atstovai. Tačiau toks pats menkas buvo paprastų visuomenės atstovų rašymas spaudai ir EP rinkimų tema apskritai (6 procentai arba 8 straipsniai). Nors dėl nedidelių skaičių lyginti gali būti rizikinga, galima teigti, jog paprastą visuomenės atstovų lyčių aspektas domina dar mažiau negu profesionalius žurnalistus: vis dėlto pusėje visų tekstų, parašytų žurnalistų, vienaip ar kitaip minimos moterys, o paprasti visuomenės atstovai, rašydami spaudai, moterų tematiką laiko dar mažiau aktualia.

Apibendrinant galima teigti, kad tekstai, kuriuose pristatomos moterys, atitiko bendrus principus, kuriais dienraščiuose buvo atskleidžiama EP rinkimų kampanija Lietuvoje. Ryškiausias techninis skirtumas – tai savotiška tekstų, mininčių moteris, infliacija (didesnė teksto apimtis, gausesnės iliustracijos, prastesnė vieta puslapyje, stipresnis emocinis nusistatymas ir pan.). Kita vertus, moterys vaizduojamos (dažniausiai netiesiogiai) kaip vyrų nuosavybė (dažniausiai – žmona) ir kaip vyrų pasaulio žaidimų aukos (turinčios pakelti materialinius sunkumus, palaikyti savąjį kovoję ir pan.). Moterys nepristatomos (ir neprisistato) kaip teikiančios kitokių požiūrių, vertybių, politikos stilių ir prioritetų socialiniams politiniams šalies procesams. Lyčių dimensijos EP rinkimų kampanijos metu (ne)nušvietimas Lietuvos žiniasklaidoje kelia nuostabą, palyginti su realiais rinkimų rezultatais – Lietuvos delegacija EP yra viena moteriškiausių²⁸.

8. Moterų vs. vyrų parašyti tekstai apie Europos Parlamento rinkimus Lietuvoje

Kaip minėjome, iš 145 straipsnių, informacinių žinučių, vizualinės reklaminės medžiagos tik 47 (32 procentai) buvo autoriniai darbai. Trečdalis jų (15) buvo parašyti moterų. Esminiai dalykai, susiję su straipsnių autoryste, yra keli. Pirmas ir pagrindinis (kiek netikėtas, turint omenyje gana moteriškus abiejų dienraščių darbuotojų kolektyvus): dienraščiai skiriasi imlumu moterų ir vyrų autorių tekstams,

tačiau yra gana panašūs pagal (menką) dėmesį moterims, kaip informacijos šaltiniams. Iš viso vyrai parašė 62 procentus šioje studijoje analizuotų tekstų ir 54 procentus tekstų, kuriuose minimos moterys. Buvo pastebėtas reikšmingas skirtumas tarp straipsnių autorių: moterys R parašė beveik pusę visų (16) pranešimų, kuriuose kalbama apie moteris, o LR autoriai vyrai išspausdino 6 iš 10 tekstų, kuriuose minimos moterys. Apskritai R straipsniuose moteris minėjo 8 vyrai ir 7 moterys, o LR atitinkamai – 7 ir 3. Tačiau LR moterys cituotos 3 straipsniuose (dviejų autorės yra moterys ir vieno – vyras); R moterys cituotos 4 straipsniuose (dviejų autorės yra moterys ir 2 – vyrai). Paprastai, straipsniuose cituojamos moterys iš gatvės (komentuoja savo rinkimų nuostatas) arba moterys, politikų pagalbininkės (svarstančios, koks darbo krūvis laukia naujųjų Europos parlamentarų).

Antra, tekstų analizė leido atskleisti ir tam tikrus kokybinius bei kiekybinius vyrų vs. moterų autorių darbų skirtumus. Tai yra prie vyrų autorių R dažniau negu prie moterų autorių straipsnių buvo pateikiama ir vizualinė informacija. Prie vyrų pasirašytų publikacijų taip pat buvo įterpta karikatūrų. Tai siejasi su jau anksčiau pastebėtu R emociingumu; LR vizualinė informacija buvo konservatyvesnė (nuotraukos) ir, kas nebūdinga R, nebūtinai susijusi su EP rinkimais (pvz., Ispanijos miesto vaizdas). Be to, tiek LR, tiek R moterų parašyti straipsniai vidutiniškai buvo mažesni negu vyrų (atitinkamai 0,4 vs. 0,6 p. LR ir 0,4 vs. 0,7 p. R). Be to, R moterys autorės buvo linkusios pristatyti ir faktinę medžiagą (aptarti rinkimų kompanijų finansavimo šaltinius, registracijos procedūros eigą), ir subjektyvias rinkėjų nuomones. R autoriai vyrai daugiau dėmesio skyrė rinkimų kandidatams, o po rinkimų – ekonominėms EP parlamentarų privilegijoms. O štai LR tiek vyrų, tiek moterų autorių straipsniai dažniausiai buvo apžvalginiai ir analitiniai.

9. Išvados ir apibendrinimai

Lyties tema viešojoje politikoje yra delikati ir jautri. Galima manyti, kad asmenys, pasiekę aukštesnių pozicijų (ypač politikai ir žurnalis-

tai), tarsi stengiasi atvirai nesitapatinti su savo lytimi, jie lyg atmeta arba neigia savo lytiškumą. Vis dėlto kalbant apie EP rinkimus Lietuvoje sunku būtų teigti, kad moteriškoji lytis trukdo, o vyriškoji – padeda politinėje karjeroje. Tačiau reikia pripažinti, kad moterų dalyvavimo viešosios erdvės diskusijose (ypač rinkimų kampanijoje) galimybės yra ribotesnės negu dominuojančios vyrų grupės. Kita vertus, tam tikras simbolinis vyrų dominavimas pasireiškia per veikiančią moterų tematikos viešąją atmetimą (ignoravimą), slėpimą ar pavertimą neregima / nematoma kitaip negu nominaliai, stereotipiškai. O tai gali būti suvokiama kaip dominuojančių taisyklių internalizacija ir tam tikra kaina, kurią reikia sumokėti, norint patekti į viešosios erdvės sferą.

Žiniasklaidos pranešimų, susijusių su EP rinkimais apskritai ir atskirai su moterų tematika 2004 metų EP rinkimų kampanijos metu Lietuvoje analizė patvirtina, jog politinė kultūra, socioekonominė aplinka, kultūrinės tradicijos ir ypač spaudos situacija (kurie nebuvo šios studijos tyrimo tikslas) turi didelę reikšmę rinkimų kampanijai (jos pristatymui laikraščiuose), rinkimų rezultatams ir lyčių klausimų pateikimui viešojoje erdvėje. Pirmiausia, pagal bendriausius politinės kultūros požymius, daugelį pastebėtų EP rinkimų kampanijos lyčių tematikos atspindėjimo dienraščiuose bruožų galima priskirti pokomunistinei specifikai: tarp esamų socialinių įvaizdžių vyrauja neigiama sovietinė dekoratyvinės moterų atstovavimo per dirbtines kvotas patirtis ir dėmesys telkiamas į asmenybes, o ne ideologinius ar pragmatinius motyvus politikoje²⁹.

Taip pat derėtų atsižvelgti į šalies politikos specifiką. Kaip buvo pažymėta, EP rinkimai vyko tuo pačiu metu kaip ir prezidento rinkimai, pastariesiems buvo skirta labai daug dėmesio. Žvelgiant retrospektyviai ir interpretuojant rinkimų į EP rezultatus išrinktų asmenų požiūriu, galima vaizdingai kalbėti apie Europos parlamentaro mandatą kaip apie atsitiktinai laimėtą aukso puodą (R, 16-05-2005). Simpdomiškai tokio laimės kūdikio simboliu įvardijama moteris: „Iš visų partijų pateiktų sąrašų vargiai sudarytum vieną pažįstamą tryliktuką.

[...] Labai abejoju, ar daug kas gatvėje ar miežių pasėlyje atpažintų Jolantą Dičkutę“ (R, 17-06-2004).

Atskiroje studijoje būtų naudinga giliau išanalizuoti atskirų partijų strategijas, veiksmus ir principus, pagal kuriuos buvo sudaromi EP kandidatų sąrašai, daugiausia lėmę gana aukštą moterų kandidačių sėkmės EP rinkimuose lygį. Pavyzdžiui, naujai įkurtos pragmatiškosios populistinės Darbo partijos atveju gana aiškiai matomas vyrų lyderių politinės galios siekimas nacionaliniu lygmeniu³⁰, o šios partijos atstovų vyrų politines ambicijas, susijusias su EP, galima pavadinti menkomis arba dar nesusifformavusiomis (jei kandidatėms moterims buvo suteiktos aukštos pozicijos partijos sąraše: 1, 3, 5, 7, 8 ir joms leista lengvai laimėti³¹). Panašiai atsitiko ir su Lietuvoje jau seniai veikiančios, bet menkai politiniame peizaže įsitvirtinusios Liberalų ir centro sąjungos atstove EP Margarita Starkevičiūtė („žinoma finansų analitikė bei didelė roko muzikos žinovė bei gerbėja“, R, 16-06-2005, p. 3), kuri rinkimų sąraše buvo antra. Gerą jos poziciją šiame sąraše vėlgi lėmė profesinė kompetencija ir tam tikras partijos vyrų džentelmeniškumas jos atžvilgiu (kita moteris liberalų sąraše tebuvo 9 vietoje, dar kita – 14).

Kitas, labai prieštaringas pavyzdys būtų labiau įsitvirtinusių politinių partijų (Lietuvoje pirmiausia konservatorių ir socialdemokratų) rinkimų į EP sąrašų sudarymas taikant nacionalinius šių partijų rinkiminiuosius modelius, dėl skirtingų (klasikinių, šioms partijoms būdingų) priešasčių gana nepalankius moterims kandidatėms. Konservatoriai iš esmės nelinkę skatinti moterų dalyvauti politikoje³², ir čia sekasi toms moterims, kurios geba pabrėžti konservatyviasias vertybes (tradicinius visuomenės santykius, politinį priešišumą ir įtarumą Maskvai, antisovietines nuotaikas, provakarietiškumą). Dėl rinkėjų atlikto reitingavimo iš penktos į antrąją poziciją konservatorių sąraše sugebėjusi pakilti Laima Andrikienė, buvusi parlamentarė ir Europos reikalų ministrė, universiteto padalinio vadovė, galėtų būti chrestomatinis konservatoriškas moters politikės pavyzdys. Ji laimėjo dėl sėkmingos asmeninės rinkimų kampanijos (aktyvi bendruomeninė veikla, asme-

ninė reklama televizijoje ir interneto naujienų portaluose ir t. t.), o partija geriausiu atveju ją toleravo (kita moteris sąrašė buvo devinta). Socialdemokratų atvejis yra visai kitoks. Šiai partijai EP neatstovauja nė viena moteris. Nors būtent ši partija Lietuvoje turi nuosekliausią lyčių lygių galimybių politikos sampratą ir imasi daugiausia iniciatyvų šioje srityje. Ši partija savo sąrašė taikė kvotų principą (kas trečią poziciją skirdama moterims kandidatėms), tačiau menka sėkmė rinkimuose (gauti tik 2 mandatai) lėmė, kad moterys nebūtų išrinktos. Kita vertus, vienas socialdemokratų atstovas dėl reitingavimo pakilo į aukštesnę, antrąją poziciją dėl savo vaidmens prezidento nušalinimo byloje, kuri, kaip minėta, stipriai veikė ir rinkimų į EP Lietuvoje, vykstančių kartu su prezidento rinkimais, retoriką ir principus.

Atskiro dėmesio vertas ir kandidatų į EP bei išrinktų Lietuvos atstovų socialinis profilis (vyrų vs. moterų palyginimas). Įdomu, kad visos 5 Lietuvos atstovės EP yra mokslų daktarės (keturios socialinių mokslų ir viena medicinos). Tai yra modernaus liberalaus moterų karjeros tipo pavyzdžiai, kuriuose lyties aspektas yra nebent sentimentalus, bet ne politinis. Politinės patirties požiūriu Lietuvos atstovės moterys EP yra gerokai mažiau patyrusios negu vyrai (tik viena jų yra buvusi 1990 Atkuriamojo Seimo narė, o net 3 vyrai, EP nariai lietuviai, yra buvę Atkuriamojo Seimo nariai; tik viena moteris yra turėjusi Lietuvos parlamentarės mandatą, o tokių vyrų yra 4).

Be to, atskirai reikėtų aptarti Kazimiro Prunskienės fenomeną ir šios asmenybės įtaką rinkimų rezultatams, moterų reprezentacijai politikoje ir apskritai visuomenėje³³. Įdomu tai, kad K. Prunskienė (kuri buvo Lietuvos parlamento narė rinkimų metu) dalyvavo dvejuose rinkimuose tuo pačiu metu ir tai nesukėlė didesnių visuomenės diskusijų ir nebuvo vertinama kaip kažkas neįprasto. O štai kiti kandidatai, parlamentarai ir ministrai turėjo dėti nemažai patangų, kad įtikintų rinkėjus, jog kandidatuoja į EP su rimtais ketinimais dirbti Briuselyje, o ne tik siekia pagražinti savo partijų sąrašus ar pakelti reitingus.

Taigi atlikta spaudos analizė parodė, kad tekstai, kuriuose minimos moterys, nebuvo būdingi rinkimų EP kampanijai, moterys kandidatės ir moterų tematika rinkimų kampanijoje neimplikuoja jokių aiškesnių politinių gairių ir mažai keičia moterų atstovavimo „pagal nutylėjimą“ pobūdį. Dviejų dienraščių analizė patvirtino Lietuvoje dominuojant paternalistinės kultūros tradicijas, kurios leidžia lygia greta veikti ir klestėti modernioms liberalioms idėjoms, nepatenkančioms į postmodernių daugialypių ir susipynusių iniciatyvų kontekstą ir bent kiek aiškiau artikuliuotų lyčių tapatybių rinkimų kampanijoje (ir apskritai viešajame diskurse). Kitaip tariant, empiriškai stebėjome moterų (ir lyčių tematikos) pralaimėjimą informaciniame kare. Nes, kaip teigia L. Bielinis, „esant komunikaciškai nulemtiems santykiams, komunikacinis gebėjimas pradeda atitikti gebėjimą dominuoti“³⁴.

Taip pat EP rinkimų kampanijos pristatymo ir dėmesio, skiriamo moterims kandidatėms, dienraščiuose analizė patvirtino, kad šalies pagrindinis liberalusis dienraštis *Lietuvos rytas* skyrė kiekibiškai daugiau dėmesio EP rinkimams nei kitas liberalusis dienraštis *Respublika*. Publikacijoms *Lietuvos ryte* būdingiausias informacinis (neutralus) stilius, *Respublikoje* pristatomas emocišgesnis stilius. Abu laikraščiai skyrė mažai dėmesio lyčių aspektui EP rinkimų kampanijos metu.

NUORODOS IR PASTABOS

¹ K. Ross. Women MPs and the media: representing the body politics // Parliamentary Affairs. 1996, vol. 49, no 1, p. 103.

² Bielinis L. Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida. Prieštaringa komunikacinė sistema. Vilnius: Eugrimas, 2005. P. 10.

³ A. Balčytienė. Mass media in Lithuania – development, changes and journalism culture. Berlin: Erich-Brost-Institut für Journalismus in Europa, 2006.

⁴ J. Lovenduski and P. Norris (eds.). Gender and Party Politics, 1993; A. Phillips. Engendering Democracy, 1991.

⁵ Pavyzdžiui, K. F. Kahn. The Distorted Mirror: Press Coverage of Women Candidates for State-wide Office // Journal of Politics, 1994, taip pat www.gap.lt/

tyrimai/moterys_ir_politika, kur pristatomas 2003 m. Lietuvoje atliktas tyrimas apie visuomenės nuosatas dėl vyrų ir moterų dalyvavimo politikoje.

⁶ Spinter tyrimai, 2005.

⁷ TNS Gallup, 2004.

⁸ A. Sloat and Y. Galligan. Understanding women's political engagement in the new democracies of Central and Eastern Europe, Workshop: Gender and Transition in Europe, Political Studies Association 2003, Leicester, 15–17 April 2003, Copyright © 2003 [PSA].

⁹ A. Sloat and Y. Galligan, op. cit., p. 10.

¹⁰ http://www.gap.lt/tyrimai/moterys_ir_politika

¹¹ R. Matland and K. Montgomery (eds.). Women's Access to Political Power in Post-Communist Europe. Oxford University Press, 2003.

¹² A. Krupavičius and I. Matonytė. Women in the Lithuanian politics: From Nomenklatura Selection to Representation // R. Matland, K. Montgomery (eds.). Op. cit., p. 81–106.

¹³ G. Miller. Newspaper Coverage and Gender: An analysis of the 1996 Illinois State legislative house district races // Women and politics. 2001, vol. 22 (3); D. Niven and J. Zilber. How does she have time for kids and Congress? Views on Gender differences and media coverage form House Offices // Women and politics. 2001, vol. 23 (1/2); C. Panagopoulos. Boy talk / girl talk: gender differences in campaign communication strategies // Women and politics. 2004, vol. 26 (3/4); etc.

¹⁴ Karen Ross, ekspertė, Didžioji Britanija, interviu, 2004, balandžio 22, Budapeštas.

¹⁵ Buvo atlikta turinio analizės studija: pirmiausia žiniasklaidos stebėsenos metu buvo atrinkti visi straipsniai ir pranešimai, susiję su Europos Parlamento rinkimais ir vėliau iš jų išskirti tekstai, susiję su moterimis. Pirmuoju atveju pagrindiniai žodžiai buvo *Europos Parlamentas*, *EP rinkimai*, o antruoju atveju dėmesys buvo telkiamas į sąvoką *moteris*, t. y. buvo atrenkami ne tik tie tekstai, kur žodis *moteris* yra minimas betarpiškai, bet ir visi kiti tekstai, kuriuose yra moterų pavardė ir / arba implikuojamas lyties matmuo (moteriškosios žodžių *politikas*, *kandidatas*, *lyderis* ir pan. formos).

¹⁶ R. Lazutka. et al. (red.). Lietuva stojant į ES. Ekonominė, sociologinė ir demografinė padėties analizė. Vilnius: STI, 2004. P. 63.

¹⁷ A. Balčytienė, op. cit.

¹⁸ A. Balčytienė, op. cit.

¹⁹ www.lrytas.lt

²⁰ G. Ilonszki. The gender and media context of the 2004 EP elections campaign in Hungary / pranešimas ECPR konferencijoje Budapešte 2005 m. rugsėjo 9 d.

²¹ R. Lazutka et. al., op. cit., p. 48.

²² I. Matonyte and V. Gaidys. Euroreferendum in Lithuania // J.-M. De Waele. European Union accession referendums. Bruxelles, 2005. P. 79–94.

²³ 2004 m. Seimo rinkimuose proporcinėje rinkimų dalyje iš 129 moterų kandidačių išrinkta 9,8 procento, iš 471 vyro – 11,9 procento. Dar labiau diskriminaciniai moterų sėkmės rinkimuose požiūriu yra savivaldos rinkimai Lietuvoje (vykdomi pagal proporcinę sistemą), kur, pavyzdžiui, 2002 m. moterys sudarė 34,2 procento kandidatų, tačiau tik 9,8 procento moterų kandidačių buvo išrinkta (atitinkamai vyrų – 18,6 procento), šaltinis: Miglė Aleksonytė, www.lygus.lt.

²⁴ L. Verziehelli, M. A. Edinger. Critical Juncture? The 2004 European Elections and the Making of a Supranational Elite // The Journal of Legislative Studies. 2005, vol. 11, no 2, p. 270.

²⁵ Pavyzdžiui, Vengrijoje per tą patį laikotarpį 2 stebėtuose laikraščiuose buvo išspausdinti 282, Slovėnijoje – 248, Čekijoje – 224 su EP rinkimais susiję tekstai. Šaltiniai: Ilonszki, op. cit., P. Rakušanová, Z. Mansfeldová. Gender analysis of the 2004 European Parliament elections from the point of view of political parties, voters and the media. The Czech case; pranešimas ECPR konferencijoje Budapešte 2005 m. rugsėjo 9 d.; D. Fink-Hafner, T. Deželan, S. Topolinjak. Mapping an engendered media: a comparative analysis of reporting gender during the 2004 European elections. The Slovenian national report; pranešimas ECPR konferencijoje Budapešte 2005 m. rugsėjo 9 d.

²⁶ <http://www.vrk.lt/index.eng.html>

²⁷ G. Ilonszki, op.cit.

²⁸ Moterys sudaro 38,5 procento visų Lietuvos atstovų EP. Lietuva su Airija dalijasi septintą vietą pagal moterų delegačių skaičių ir eina po Švedijos, kurios moterys delegatės sudaro 58 procentus visų šios šalies narių EP. Liuksemburgo delegacijoje moterys sudaro 50 procentų, Nyderlandų ir Prancūzijos po 44 procentus, Slovėnijos – 43 procentus, Austrijos – 39 procentus. <http://www.elections2004.eu.int/ep-election/sites/lt/results1306/women/index.html>.

²⁹ Šiuo atveju vienas geriausių pavyzdžių galėtų būti moterų politikų „natūralus“ priešiškus feminizmui ir atsisakymas remti moteris dėl baimės prarasti turimas pozicijas (A. Sloat and Y. Galligan, op. cit., 2003:11). Tą patį moterų politikų solidarumo ir interesų artikuliacijos trūkumą patvirtina ir kitas tyrimas, atliktas 2004 metų pavasarį Lietuvos Seime. Žr. I. Matonyte and A. Novelskaite. 2004. Gendered Political Roles in the Lithuanian Parliament // G. Ilonszki (ed.). Women in Decision-making CEE Experiences. Budapest, 2004.

³⁰ Šis vyrų ir moterų diferencijuotų politinių ambicijų reiškinys aprašomas P. Watson. Politics, Policy and Identity: EU Eastern Enlargement and East-West Differences // Journal of European Public Policy. 2000, vol. 7, no 3, p. 369–84): „Demokratizacijos efektas Rytų Europoje buvo ryškiausias naujuose parlamentuose, jie tapo moteriškesnės institucijos nei anksčiau. Parlamentams įgijus tikrą galią, moterų sumažėjo“ (p. 375).

³¹ Pokomunistinės Lietuvos moterys yra tipiškos Rytų Europos moterų grupės, kurių „socialinė tapatybė beveik prarado politinę reikšmę“ atstovės (I. Zake.

Gendered political subjectivity in Post-Soviet Latvia // Women's Studies International Forum. 2002, vol. 25, no 6, p. 631–640).

³² A. Krupavičius and I. Matonytė, opt. cit., p. 98.

³³ A. Krupavičius and I. Matonytė, opt. cit., p. 86–92.

³⁴ L. Bielinis. Op. cit., p. 32.

SUMMARY

WOMEN IN THE ELECTORAL CAMPAIGN: POSITIONS IN THE PARTIES AND REPRESENTATION IN THE MEDIA

Political communication studies are based on the axiom that electoral campaign, political rhetoric, symbolic gestures in public sphere, etc. influence the electoral choice. However, the electoral results as such are not and cannot be the research object of the communication studies, the dissemination of a wider *representation* in the contemporary democratic world is more important.

Representation includes two essential dimensions: 1) political speech in the name of others and 2) participation by *word* and *vision* in public life. Contemporary mass communication studies emphasize the public interests and pay special attention to the second dimension of representation. Researchers underline that the mass media take initiative to construct public political values, priorities and interests.

Contemporary Western political communication research starts considering the feminist critique, which emphasizes that citizens (electors, candidates and politicians) are gendered social beings and gender interpretations in public discourse influence the content and forms of the representational democracy.

New research data in Lithuania uncover rather confusing understanding of the equal gender opportunities. On one hand, studies show that contemporary Lithuanian society is quite egalitarian and does not express strong negative attitudes towards women's career. On the other hand, political realm and better-paid occupations are clearly biased towards male aspirants.

Actually, Lithuania is still far from the gender parity, which is of political and public value, while women issues remain rather external to the public discourse and political campaigns.

Empirical research presented in the article is focused on the monitoring of the two biggest national dailies in the period of EP election – *Lietuvos rytas* and *Respublika*. The research is composed of two parts: 1) review of the coverage of EP elections in the main Lithuanian dailies, and 2) coverage of women issues in the EP campaign.

The analysis of data confirms that mainstream liberal daily *Lietuvos rytas* devoted quantitatively more attention to the EP elections than did rather alterna-

tive (liberal) daily *Respublika*. The publications in *Lietuvos rytas* have more neutral character, while *Respublika* used to employ more emotionally appealing style. Both newspapers were only randomly vocal about the gender issues in the EP electoral campaign.

Monitoring of gender issues coverage in the EP campaign provided by two major Lithuanian dailies revealed that mass media followed the electoral campaign superficially and was disinterested in women as campaign issue.

The conducted press review put onto surface the fact that women-mentions did not present any political stakes and did not exercise any sensible social representation re-shaping action other than to make the women issues redundant and relatively abusive in terms of contemporary feminist thinking. In other words, content research of the two dailies confirmed the tradition of paternalistic culture, dominating in Lithuanian public space.

Further research should include contemporary perspective and focus on such issues as: women representation vis-à-vis electoral system and national mass-media traditions (e.g. the number of reporters by gender), influence of political hot-issues and scandals on the representation of women issues in the electoral campaign, etc.