



VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETAS  
POLITIKOS MOKSLŲ IR DIPLOMATIJOS FAKULTETAS  
VIEŠOSIOS KOMUNIKACIJOS KATEDRA

Aušrinė Lenkauskaitė

**AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJA TREČIOJO AMŽIAUS  
UNIVERSITETE**

Magistro baigiamasis darbas

Integruotos komunikacijos studijų programa, valstybinis kodas 621P20002

Viešųjų ryšių studijų kryptis

**Vadovė** prof. dr. N. Mažeikienė \_\_\_\_\_

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

**Apginta** \_\_\_\_\_

(Fakulteto/studijų instituto dekanas/direktorius)

(Parašas)

(Data)

Kaunas, 2015

## TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS .....	3
SANTRAUKA .....	4
SUMMARY .....	5
ĮVADAS.....	7
I. SENATVĖS SOCIALINIS KONSTRUKTAS.....	10
1.1. SENĖJIMO SAMPRATA.....	10
1.2. PRODUKTYVAUS IR AKTYVAUS SENĖJIMO IDĖJOS .....	11
1.3. SENATVĖS RIZIKOS SOCIALINĖJE POLITIKOJE .....	14
1.4. SOCIALINĖS INSTITUCIJOS DISKURSAS .....	16
1.4.1. Socialinės tikrovės konstravimas .....	16
1.4.2. Senatvė ir institucionalizacija.....	20
II. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJA TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE .....	23
2.1. KOMUNIKACIJOS SAMPRATA .....	23
2.2. TRADICINĖ SENĖJIMO KOMUNIKACIJA .....	25
2.3. SOCIALIAI KONSTRUOJAMI VYRESNIŲ ŽMONIŲ STEREOTIPAI .....	29
2.4. TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETAS IR AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJA.....	32
2.4.1. Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas .....	32
2.4.2. Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacija .....	33
III. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJOS TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE TYRIMO PRISTATYMAS.....	41
3.1. METODIKA IR TYRIMO ORGANIZAVIMAS.....	42
3.2. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJOS MARIJAMPOLĖS TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE REZULTATAI IR ANALIZĖ .....	48
3.2.1. Ekspertinio interviu tyrimo rezultatai.....	48
3.2.2. Sutelktos (fokus) grupės diskusijos tyrimo rezultatai .....	55
3.2.3. Kokybinė publikacijų spaudoje turinio analizė .....	61
3.2.4. Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto puslapio socialiniame tinkle „Facebook“ turinio analizė .....	66
3.2.5. Autoetnografinis tyrimas .....	68
IŠVADOS.....	73
REKOMENDACIJOS .....	75
LITERATŪRA .....	76
PRIEDAI .....	81

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Aktyvaus senėjimo komunikacijos elementai pagal Transakcinį komunikacijos modelį.....	39
2 lentelė. Tyrimo dalyvių demografinės charakteristikos.....	46
3 lentelė. Senėjimo vaizdinio retrospektyva.....	49
4 lentelė. Vyresnio žmogaus konstruktas visuomenėje.....	50
5 lentelė. Aktyvaus senėjimo komunikacija TAU.....	52
6 lentelė. Vyresnio žmogaus vaizdavimas visuomenėje.....	55
7 lentelė. Konstruojamas vyresnių žmonių vaizdas Marijampolės TAU.....	57
8 lentelė. TAU aktyvaus senėjimo komunikacija.....	59
9 lentelė. Publikacijos spausdintiniuose leidiniuose TAU tematika.....	61
10 lentelė. Besimokančiųjų Marijampolės TAU skaičiaus kaita.....	70

## SANTRAUKA

Aušrinė Lenkauskaitė

AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJA TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE

Magistro darbas

Šiame darbe nagrinėjama aktyvaus senėjimo komunikacija, vykdoma Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete. Tyrimas aktualus tuo, kad apie aktyvų senėjimą, kaip pilnavertišką dalyvavimo visuomenės gyvenime amžių, mokantis bei dalyvaujant visuomeninėse veiklose ir jų organizavime, kalbama labai mažai.

*Tyrimo objektas* - aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete. *Tyrimo tikslas* – atskleisti aktyvaus senėjimo komunikaciją mokymosi visą gyvenimą kontekste, remiantis Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto (TAU) atveju.

Vykdamas tyrimą „Aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete“ buvo atliktas 4 etapų empirinis kokybinis tyrimas. Naudoti šie metodai: ekspertų interviu, sutelktos (fokus) grupės diskusija, autoetnografinis tyrimas bei publikacijų spaudoje ir socialinio tinklo turinio analizė.

Siekiant įvykdyti išsikeltus uždavinius ir pasiekti tyrimo tikslą, ekspertų interviu bei fokus grupės diskusijos metu gauti duomenys apdoroti, naudojant turinio (content) analizės metodą, gautą informaciją suskirsčius į kategorijas (temas) ir subkategorijas, išaiškėjusias interviu metu bei analizuojant gautus duomenis.

Atliekant publikacijų spaudoje tyrimą bei socialinių tinklų komunikacijos analizę, buvo naudotas kokybinės turinio analizės metodas. Publikacijų spaudoje tyrimas apėmė regioninius laikraščius „Suvalkietis“ bei „Miesto laikraštis“, išleistus nuo 2012 m. spalio mėn. iki 2014 m. spalio mėn. Atliekant aktyvaus senėjimo komunikacijos tyrimą socialiniuose tinkluose, buvo analizuojamas Marijampolės TAU gerbėjų puslapis socialiniame tinkle „Facebook“.

Autoetnografinio tyrimo metu naudotas asmeninio naratyvo metodą, analizuojant Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacijos reiškinius, susiejant juos su savo patirtimi, dalyvaujant šios organizacijos veikloje ir vykdomoje komunikacijoje.

Atlikus tyrimą nustatyta, jog Marijampolės TAU aktyvaus senėjimo komunikacija yra vykdoma aktyviai ir skelbia apie intelektualinį, fizinį bei socialinį senjorų aktyvumą. Tyrimo rezultatai patvirtina tyrimo prielaidą, kad Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto vykdoma senėjimo komunikacija keičia nusistovėjusias nuostatas apie vyresnį žmogų, vaizduojamą kaip

socialinių praradimų, neįgalumo, vienatvės ir nesavarankiškumo metus išgyvenantis individas, ir kuria naują požiūrį.

Darbą sudaro įvadas, 3 struktūrinės dalys (I-oje darbo dalyje „Senatvės socialinis konstruktas“ aiškinama senėjimo samprata, pateiktas senatvės socialinis konstruktas bei pateikta senėjimo tipologija. II-oje - „Senėjimo komunikacija“ supažindinta su komunikacijos samprata bei priemonėmis. Analizuota tradicinė komunikacija senėjimo atžvilgiu bei senėjimo komunikacija vykdoma Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete. Supažindinta su visuomenėje dominuojančiais stereotipais pagyvenusių žmonių atžvilgiu. III-ioji darbo dalis – tiriamoji. Atliktas 4 etapų empirinis kokybinis tyrimas „Aktyvaus senėjimo komunikacija TAU“. Pristatomi empirinio tyrimo rezultatai, pateikiami apibendrinimai), išvados, rekomendacijos, literatūros sąrašas bei priedai.

## SUMMARY

Aušrinė Lenkauskaitė

ACTIVE AGING COMMUNICATION AT THE UNIVERSITY OF THE THIRD AGE

Master's thesis

This study analyzes communication of active aging, carried out at the University of the Third Age Marijampole. The study is relevant in that of active aging as a well-balanced participation in society ages, learning and participation of civic activities and their organization, is not sufficiently highlighted.

*Objective of the study* - active aging communication in Third Age University of Marijampole. *Objective* - is to reveal active aging communication in a lifelong learning context, based on University of the Third Age Marijampole (TAU) case.

In the study “Active aging communication at the University of the Third Age of Marijampole”, was a four-stage empirical qualitative research. Used methods: expert interviews, focused group discussion, auto ethnography research, publications in the press analysis and social network content analysis.

In order to meet the established goals and objectives to achieve the objective of the study, during expert interview and focus group discussion data was processed using content analyze method and received information was divided into categories (themes) and subcategories emerged during the interviews and the analysis of data obtained.

Conducting the study in press and social networks communication analysis qualitative content analysis method was used. Publications in the press study included regional newspapers “Suvalkietis” and “Miesto laikrastis” released from 2012 October to 2014 October. Conducting the study active aging communication study in social networks was analyzed the fan page of Marijampole U3A in social network “Facebook”.

Conducting the study of auto ethnography personal narrative method was used. Active Ageing communication in the Third Age University of Marijampole was analyzed linking them with his experience in the presence of the organization activities and communication.

The study showed that U3A of Marijampole active aging communication is carried out actively and publicly announce the intellectual, physical and social activity in seniors. Results confirms the assumption that Third Age University of Marijampole conducted aging communication changes the provisions of an older man who is depicted as a social loss, disability, loneliness and lack of autonomy experiencing individual years, and is developing a new approach.

The study consist of an introduction, 3 structural parts (1st part – “The old-age social construct“ retirement social construct explains the concept of aging, the social construction of old age and the aging of the typology. 2nd part “Aging communication” introduced to the concept of communication and means. Analyzed relation to traditional communication aging and aging communication conducted at the University of the Third Age of Marijampole. Acquainted with the dominant society stereotypes of elder people. 3rd part – study was conducted in 4 phases of empirical qualitative study “Active aging communication in U3A”. Introduce the empirical results of the study, the generalizations), conclusions, recommendations and references.

## IVADAS

**Darbo aktualumas.** Gyventojų senėjimas – gyventojų amžiaus kaita, pasireiškianti senyvo amžiaus žmonių skaičiaus didėjimu arba jauno amžiaus žmonių mažėjimu (Mikulionienė, 2011). Tai ryškiausias socialinis XXI a. pradžios fenomenas. XX a. pr. žmogaus gyvenimo trukmė buvo apie 40 metų, dabar ekonomiškai pažangiose šalyse – artėja prie 80 m. Nors senėjimas yra natūralus procesas, tačiau tiek daug senų žmonių, kiek jų pasaulyje yra dabar, dar nebuvo. Visuomenės senėjimo procesą sukelia gimstamumo mažėjimas, suaugusių gyventojų sveikatos gerėjimas, jų mirtingumo mažėjimas bei emigracijos didėjimas. Lietuvoje gyventojų amžiaus kaita ypač ryški, tačiau apie senėjimo procesus ir pagyvenusių žmonių dalyvavimą visuomeniniame gyvenime Lietuvoje nepakankamai žinoma bei kalbama.

Pasaulinė sveikatos organizacija apibrėžia, kad pagyvenęs žmogus yra nuo 60 metų iki 74 metų, senas nuo 75 metų iki 90 metų, o 90 metų ir daugiau sulaukusį asmenį galima vadinti ilgaamžiu. Statistikos departamento duomenimis, 2014 metų pradžioje pensinio amžiaus žmonių (nuo 65 metų amžiaus) skaičius buvo 659 704 visų Lietuvoje gyvenančių žmonių. Prognozuojama, kad 2050 m. kas trečias Lietuvos gyventojas bus pagyvenęs žmogus. Santykinai, tai didelis vyresnio amžiaus žmonių skaičius, sudarantis beveik 35 proc. visų Lietuvos gyventojų.

Vartotojiškos visuomenės kultūra senėjimą vaizduoja kaip akivaizdžią problemą. Dažniausiai yra analizuojami vyresnio amžiaus žmonių sveikatos sutrikimai, socialinė apsauga, pagyvenusių žmonių gyvenimo sąlygos, socialinės bei kitos senėjimo problemos. Tiriami ilgaamžiškumą lemiantys veiksniai, koncentruojamasi į medicininę, socialinę pagalbą senoliams, jų vaidmenį šeimoje bei visuomenėje. Deja, senėjimas dažniausiai yra vaizduojamas iš neigiamos pusės: senstantis kūnas, sveikatos sutrikimai, menkesni pažintiniai gebėjimai, socialinė izoliacija, kartais net skurdas. Konstruojamas vaizdas, kad senatvė yra probleminis socialinis reiškinys, o vyresnio amžiaus žmonių grupė yra visuomenės problema.

Žiniasklaida taip pat prisideda prie neigiamo senatvės ir vyresnio amžiaus žmonių vaizdo kūrimo. Viešojoje erdvėje nuolat kalbant apie didėjančią krūvį pensijų sistemai ir sveikatos apsaugai, dažnai jaučiamas jaunos ir vyresnės kartos supriešinamas.

Senėjimo problema yra socialinės ir viešosios politikos objektas, todėl siekiant atkreipti dėmesį į spartų gyventojų senėjimą Europos Komisija 2012 metus buvo paskelbusi Europos aktyvaus senėjimo ir kartų solidarumo metais (angl. European Year for Active Ageing and Solidarity between Generations). Deja, apie aktyvų senėjimą, kuris vyresnio amžiaus žmogaus gyvenimo vaizdą kuria

kaip pilnavertiško dalyvavimo visuomenės gyvenime amžių, dalyvaujant visuomeninėse veiklose ir jų organizavime, kalbama labai mažai.

Aktyvus senėjimas neigia įsigalėjusius stereotipus vyresnio amžiaus žmonių atžvilgiu bei kuria aktyvios senatvės vaizdą, kur vyresnio amžiaus asmenys yra veiklūs, propaguojantys aktyvų gyvenimo būdą, norintys mokytis ir dalyvauti socialiniame gyvenime. Tai atskleidžia naują požiūrį į vyresnio amžiaus žmones ir išsklaido nematomumą bei neigiamus stereotipus apie vyresniąją kartą.

**Darbo naujumas.** Tyrinėtojai nemažai dėmesio skiria gerontologiniams tyrimams, kuriais daugiausiai dėmesio yra skiriama senatvės identiteto supratimui, kūnui, kultūriniam senėjimo atstovavimui ir senatvės įvaizdžiams. Tyrinėjant senatvę, daugiau akcentuojami fiziniai senatvės požymiai, kurie neatsiejami nuo senatvės sampratos (Mikulionienė, 2003; Zubienė, 2008).

Tačiau senatvės supratimas bei įvaizdis visuomenėje atsilieka nuo realių pagyvenusių žmonių charakteristikų (Riley et al., 1999). Atlikti tyrimai rodo, kad vyresnio amžiaus žmonės jaučiasi esą jaunesni nei jų chronologinis amžius (Barak & Stern, 1986; Goldsmith & Heiens, 1992; Montepare & Lachman, 1989; Montepare & Zebrowitz, 1998 ir kt.). Prie to prisideda ir aktyvaus senėjimo idėjos plėtra, kuri senatvę vaizduoja kaip pilnavertiško dalyvavimo visuomenės gyvenime amžių, aktyviai dalyvaujant visuomenės veiklose.

Remiantis šiais duomenimis, galima teigti, kad visuomenėje suformuotos senatvės sampratos neatspindi tikrosios vyresnių žmonių charakteristikos. Yra pamiršamas vyresnio žmogaus visuomeninis aktyvumas, savarankiškumas, tobulėjimas, o komunikacija aktyvaus senėjimo atžvilgiu yra vykdoma nepakankamai efektyviai.

**Darbo objektas.** Aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete.

**Darbo tikslas** – atskleisti aktyvaus senėjimo komunikaciją mokymosi visą gyvenimą kontekste, remiantis Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto (TAU) atveju.

**Darbo uždaviniai:**

- Atlikus teorinę analizę atskleisti aktyvaus senėjimo konceptą mokymosi visą gyvenimą kontekste;
- aptarti aktyvaus senėjimo komunikacijos bruožus;
- remiantis konkrečios organizacijos empirinio tyrimo atvejo analize, atskleisti aktyvaus senėjimo komunikacijos bruožus;
- pateikti rekomendacijas aktyvaus senėjimo komunikacijos tobulinimui.

**Tyrimo hipotezė.** Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto vykdoma senėjimo komunikacija keičia nusistovėjusias nuostatas apie vyresnį žmogų, vaizduojamą kaip socialinių



praradimų, neįgalumo, vienatvės ir nesavarankiškumo metus išgyvenantis individas, ir kuria naują požiūrį.

**Tyrimo metodai.** Atliktas 4 etapų empirinis kokybinis tyrimas. Naudoti šie metodai: ekspertų interviu, sutelktos (fokus) grupės diskusija, autoetnografinis tyrimas, publikacijų spaudoje socialinio tinklo turinio analizė.

**Tyrimo imtis ir organizavimas.** **Ekspertinio interviu** metu buvo apklausti 3 ekspertai. Sudarant tyrimo imtį buvo atsižvelgiama, kokias veiklos sritis jie atstovauja. Ekspertai atstovavo suaugusiųjų švietimo organizacijas bei visuomenės informavimo sritis. Atrenkant informantus buvo siekiama kuo labiau atskleisti ir suprasti vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją.

**Sutelktos (fokus) grupės interviu** dalyvavo 5 informantai. Visos diskusijos dalyvės buvo moterys nuo 65 iki 78 metų amžiaus, turinčios ne žemesnį nei spec.vidurinį išsilavinimą, yra aktyvios Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentės-senjorės, kelios yra fakultetų seniūnės.

Atliekant publikacijų spaudoje tyrimą bei socialinių tinklų komunikacijos analizę, buvo naudotas **kokybinės turinio analizės metodas**. Norėta iširti, kaip buvo vykdoma aktyvaus senėjimo komunikacija TAU 2012/2013 ir 2013/2014 mokslo metais spaudoje (15 straipsnių). Tyrimas apėmė regioninius laikraščius „Suvalkietis“ bei „Miesto laikraštis“, išleistus nuo 2012 m. spalio mėn. iki 2014 m. spalio mėn. Šis laikotarpis pasirinktas atsižvelgiant į tai, kad 2012 m. buvo paskelbti Europos aktyvaus senėjimo ir kartų solidarumo metais. Atliekant aktyvaus senėjimo komunikacijos tyrimą socialiniuose tinkluose, buvo analizuojamas Marijampolės TAU gerbėjų puslapis socialiniame tinkle „Facebook“.

Autoetnografinio tyrimo metu naudojau **autoetnografinio tyrimo metodą**, kadangi pasakojimas apima mano jausmus, patirtis bei vertinimus. Naudojant šį tyrimo būdą analizavau Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacijos reiškinius, susiejant juos su savo patirtimi dalyvaujant šios organizacijos veikloje ir vykdomoje komunikacijoje.

**Darbo struktūra.** Darbą sudaro 3 struktūrinės dalys. I-oje darbo dalyje „Senatvės socialinis konstruktas“ aiškinama senėjimo samprata, remiantis socialinio konstruktyvizmo teorija, pateiktas senatvės socialinis konstruktas bei pateikta senėjimo tipologija. II-oje - „Senėjimo komunikacija“ supažindinta su komunikacijos samprata bei priemonėmis. Analizuota tradicinė komunikacija senėjimo atžvilgiu bei aktyvaus senėjimo komunikacija vykdoma Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete. Supažindinta su visuomenėje dominuojančiais stereotipais pagyvenusių žmonių atžvilgiu. III-ioji darbo dalis – tiriamoji. Atliktas 4 etapų empirinis kokybinis tyrimas „Aktyvaus senėjimo komunikacija TAU“. Pristatomi empirinio tyrimo rezultatai, pateikiami apibendrinimai bei išvados.

# I. SENATVĖS SOCIALINIS KONSTRUKTAS

## 1.1. Senėjimo samprata

Žmogaus gyvenimas yra skirstomas į tam tikrus visuomenėje pripažintus etapus, kurie atspindi socialinio gyvenimo struktūrą ir dinamiką. Dažniausiai gyvenimo etapai apibūdinami vadovaujantis amžiaus kriterijais, kurie dažnai sąlygoja žmogaus padėtį ir vaidmenis (Naujanienė, 2004). Senatvė – tai žmogaus amžiaus tarpsnis, gyvenimo ciklo dalis. Pabandžius įsivaizduoti senėjimą, dažniausiai yra galvojama apie žmogaus amžių ir apie matomus fizinius senatvės požymius: žili plaukai, raukšlėta oda, sunki, lėta eisena. Sendamas žmogus dažniau susiduria su įvairiomis sveikatos problemomis, socialiniais ir ekonominiais sunkumais, kurių įveikimas reikalauja daugiau jėgų nei anksčiau. Tačiau žmogaus funkcionalumas nėra pagrindinis senėjimo rodiklis.

Senatvę galima apibūdinti chronologiniu, funkciniu ir socialiniu amžiumi. Chronologiškai žmogus laikomas senu, kai išeina į pensiją arba tampa močiute/seneliu. Funkciškai žmogus tampa senu, kai, pavyzdžiui, pablogėja jo regėjimas, atmintis. R. Naujanienė (2004) teigia, kad net pripažintas chronologiškai ar funkciškai senu, žmogus ir toliau tęsia savo socialinius vaidmenis, atliekamus gyvenimo eigoje. Net išėjęs į pensiją arba dėl senatvinių sutrikimų jis ir toliau lieka šeimos bei bendruomenės nariu. Kognityvinės antropologijos atstovė Sharon R. Kaufman teigia, kad dažnai senyvo amžiaus žmonės, nepaisydami kultūrinių, visuomeninių reikalavimų, metamų seniems žmonėms, keičiasi tik mažumėle – jie regi tik savęs tęstinumą. Iš dalies tokio, koks buvo prieš chronologinį senatvės amžių (Kaufman, 1986).

Kaip jau minėta, senėjimas yra sudėtingas kompleksinis reiškinys, apimantis biologinius, psichologinius ir socialinius pokyčius. Šie pokyčiai reiškiasi labai individualiai. Sendamas žmogus susiduria ne tik su biologiniais ir fiziologiniais pokyčiais. Senstant keičiasi ne tik kūno masė, kaulinis audinys, odos struktūra ar po truputį atsirandantys kitokie sveikatos sutrikimai. Senėjant žmogaus neaplenkia ir socialiniai bei psichologiniai pokyčiai. Vyresnio amžiaus asmeniui reikia apsiprasti, kad keičiasi jo socialinis statusas tiek šeimoje, tiek visuomenėje, tenka prisitaikyti prie naujų socialinių vaidmenų. Pereinant į šį gyvenimo tarpsnį, keičiasi prioritetai, vėliau atsiranda priklausomybė nuo kitų. Išėjus į pensiją pradeda save daugiau analizuoti, mokomasi priimti savo gyvenimą tokį, koks jis yra. Deja, kartais yra susiduriama su vienišumo bei diskriminacijos problemomis.

A. Tereškinas (2011) teigia, kad senėjimas yra feminizuotas procesas. Visų pirma dėl to, kad atliekant įvairius tyrimus, susijusius su senėjimo procesais, daugiausiai tiriamos moterys. Viena iš priežasčių – tikėtina ilgesnė moterų nei vyrų vidutinė gyvenimo trukmė. Lietuvos statistikos

departamento duomenimis, 2012 metais vidutinė vyrų gyvenimo trukmė buvo 68,39 metai, o moterų – 79,45 metai. Matoma, kad Lietuvoje statistinė vidutinė moterų gyvenimo trukmė yra beveik 10 metų ilgesnė už vyrų. Kad moterys gyvena ilgiau iliustruoja ir tai, kad moterų Lietuvoje yra daugiau nei vyrų. Statistiniai duomenys rodo, kad 2013 metais moterų skaičius, tenkantis 100 vyrų, buvo didesnis (100 vyrų teko 117,1 moterų).

Tai, kaip yra priimama senatvė, priklauso nuo daugelio veiksnių. Jauni žmonės senatvę mato vienaip, vidutinio amžiaus – kitaip, dar kitaip ją supranta vyresnio amžiaus žmonės. A. Mockus ir A. Žukaitė (2012) teigia, kad senatvė psichologine prasme, tai subjektyvus psichologinis žmogaus išgyvenimas. Autoriai aiškina, kad senatvė asmeniui priimtina tada, kai asmuo savo gyvenimą vertina kaip asmeninių tikslų įgyvendinimą ir nepageidaujamų padarinių įveikimą, ką dalinai gali sąlygoti socialinė aplinka (Mockus, Žukaitė, 2012). Konstruojamas vaizdas, jog senas žmogus – socialinės aplinkos dalis. Jis asmeniškai reaguoja į visuomeniškas užduotis, vaidina tam tikrą socialinį vaidmenį, kurio ėmėsi. Individo – asmenybės kultūra pasireiškia jam integruojantis į aplinką (visuomenę) (Grigaravičiūtė, 1999).

Senėjimas yra laipsniškas, bet labai akivaizdus procesas. Tai nėra vienalytis procesas, todėl ir senėjimo pasekmės gali būti tiek teigiamos, tiek neigiamos. G. Rapolienė, cituodama M. Foucault (1988) senatvės koncepciją teigia, jog individai nepriima visuomenėje suformuotos senatvės sampratos, kitaip sakant, kultūrinio senėjimo atstovavimo. Senatvė apibūdinama kaip gyvenimo tarpsnis, suteikiantis galimybę save išreikšti, pagrįsdamas, kad senatvė gali būti produktyvi rūpinimosi savimi būseną (Rapolienė, 2008). Senėjimas priklauso nuo požiūrio. Daliai žmonių senėjimas yra teigiami išgyvenimai, kitiems – neigiami, dar kitiems senatvė – laikas, sudaryta iš teigiamų ir neigiamų patyrimų. Klaidingo požiūrio nėra. Apmadų, tačiau konstruojant vyresnio amžiaus žmogaus vaizdinį dažniausiai išryškinami neigiami senatvės aspektai, neįvertinant jo sukauptos ilgametės patirties bei išminties.

## **1.2. Produktivaus ir aktyvaus senėjimo idėjos**

Senėjimo tema mūsų gyvenime tampa vis aktualesnė, todėl ir patį senėjimą reikėtų priimti kaip natūralų gyvenimo procesą. Dažnam žmogui senatvė asocijuojasi su vis prastėjančia sveikata, apleidžiančiomis fizinėmis jėgomis, pilnais stalčiais vaistų. Iškyla vaizdinys apie vienatvėje leidžiamas dienas, atskyrimą nuo visuomeninio gyvenimo, o kur dar maža pensija ir kiti baimę

keliantys ir dar nežinomi dalykai. Norint pakeisti nusistovėjusias senatvės nuostatas, reikėtų susipažinti su senėjimu bei jo tipais – produktyvaus bei aktyvaus senėjimo idėjomis.

Ilgą laiką vyravusi produktyvaus senėjimo idėja buvo suprantama kaip senyvo amžiaus žmonių noras bei galėjimas kurti apčiuopiamą pridėtinę vertę. Tačiau produktyvaus senėjimo idėja daugiau buvo paremta chronologinio žmogaus amžiaus rodikliu, kuris neleido tinkamai apibūdinti žmogaus sugebėjimų. Norint išreikšti vyresnio amžiaus žmonių gyvenimo būdą bei principus, kuriais siekiama kuo ilgiau išlikti aktyviems bei gyventi prasmingą, laimingą gyvenimą, atsirado aktyvaus senėjimo idėja. Norėčiau plačiau supažindinti su produktyvaus ir aktyvaus senėjimo idėjomis.

**Produktyvaus senėjimo idėja.** Produktyvumo terminas jau savaime nurodo tam tikro produkto gavimą. Produktyvaus senėjimo koncepcija taip pat reiškia sėkmingą produkto gavimą, našumą. Ši koncepcija pirmą kartą buvo pasiūlyta Jungtinėse Amerikos valstijose 1980 metais ir ilgainiui tapo puikiu pagrindu socialinės politikos sprendimams. Remiantis L. Dromantiene bei V. Česnuiyte (2011), „produktyvumas reiškia gėrybių ir paslaugų gamybą, todėl susijęs su instrumentiniais ir ekonominiais aspektais“ (p. 259). Produktyvus senėjimas yra suprantamas kaip vyresnio amžiaus žmonių gebėjimas bei noras sukurti pridėtinę vertę, apčiuopiamą produktą ar suteikti paslaugą, kurie kitu atveju jų kūrėjams kainuotų.

Produktyvaus senėjimo idėja yra paremta nuostata dėl chronologinio amžiaus bei rodikliais, nurodančiais pensinio amžiaus žmonių aktyvumą (Dromantienė, Česnuiytė, 2011). Kalbant apie chronologinį žmogaus amžių yra nustatyta, kad tai nėra tinkamas rodiklis žmogaus gebėjimams apibūdinti. Anot D. Chopra (1993), chronologinis, biologinis ir psichologinis žmogaus amžius – skirtingi dalykai. Chronologinis amžius – tai žmogaus amžius metais, biologinis amžius – rodiklis, kaip funkcionuoja kūno fiziologinės sistemos, o psichologinis amžius – subjektyvus žmogaus amžiaus pojūtis. Įdomu tai, kad biologinį amžių žmogus gali valdyti (Chopra, 1993, p. 66).

Antras veiksnys, kuriuo paremta produktyvaus senėjimo idėja, tai rodikliai, kurie aiškiai parodo, jog vis daugėja pensinio amžiaus žmonių, kurie nenori likti tik pasyviais vartotojais. Šie žmonės nori išlikti aktyvūs, reikalingi bei norintys aktyviai įsiliesti į socialinį gyvenimą. Tai lėmė produktyvaus senėjimo idėjos tobulėjimą.

**Aktyvaus senėjimo idėja.** 1960 metais Jungtinėse Amerikos valstijose tapo žinoma „sėkmingo senėjimo“ sąvoka. Ji reiškė pagyvenusių žmonių gyvenimo būdą bei principus, kurie būdingesni jaunesnio amžiaus žmonėms ir kuriais siekiama kuo ilgiau išlikti aktyviems bei gyventi prasmingą, laimingą gyvenimą. Vėliau, 1990-ųjų metų pradžioje, sąvoka „sėkmingas senėjimas“ buvo pakeista į „aktyvus senėjimas“. Ją sumodernino ir įdiegė Pasaulinė sveikatos organizacija (PSO).

Samprata „aktyvus senėjimas“ buvo pradėta vartoti kai buvo pakeistas PSO programos pavadinimas į „Senėjimas ir sveikata“. Keičiantis požiūriui, pagyvenusių žmonių gyvenimo kokybė PSO programoje buvo sujungta su produktyvaus senėjimo idėja. Pagal Pasaulio sveikatos organizacijos apibrėžimą, „aktyvus senėjimas – tai sveikatos, dalyvavimo ir apsaugos optimizavimo procesas, siekiant užtikrinti žmonių gyvenimo kokybę“ (Dromantienė, Česnuitytė, 2011). Taip pat yra pabrėžiamas fizinės ir protinės vyresnio amžiaus žmogaus sveikatos išlaikymas, kuo ilgesnis savarankiškumo išlaikymas, aktyvumas ne tik darbo rinkoje, bet ir visuomeniniame gyvenime. Be to, yra apjungiamos ne tik teisės, bet ir pareigos. Pavyzdžiui, teisės į socialinę apsaugą ar mokymąsi visą gyvenimą gali reikšti ir įsipareigojimą išlikti tiek ekonomiškai, tiek visuomeniškai aktyviam.

„Aktyvaus senėjimo“ koncepcijoje išryškėja ne tik sveikatos išlaikymo klausimai, bet ir pagyvenusių žmonių gyvenimo kokybės, visuomeninio aktyvumo, tobulėjimo ir savarankiškumo problemos. Aktyvaus senėjimo idėja nuo produktyvaus senėjimo idėjos skiriasi. Pagal produktyvaus senėjimo idėją, vyresnio amžiaus žmonių aktyvumas yra vertinamas darbo rinkos ir gamybos požiūriu. Kitaip nei produktyvaus senėjimo idėja, aktyvaus senėjimo idėja pagyvenusių žmonių aktyvų dalyvavimą vertina kaip „piliečių socialinę aprėptį“. Čia aktyvumas pabrėžiamas kaip veikla, kuri yra daugiau nei apmokamas darbas, kadangi pagal šią sampratą aktyvumas turi būti ne tik prasmingas, bet ir prisidedantis prie individo, šeimos, bendruomenės bei visuomenės gerovės kūrimo ir nebūtinai susijęs su gamyba ar apmokamu darbu (Dromantienė, Česnuitytė, 2011). Juk vyresni žmonės neapriklausantys darbo rinkai, gali būti aktyvūs pagalbininkai savo šeimai, draugams, bendruomenei ir valstybei.

ES Komisijos iniciatyvinė grupė vyresnių žmonių aktyvumo ir sveikatos vizijoje teigia, jog aktyvus senėjimas, tai geriausias sveikatos, dalyvavimo visuomenės gyvenime ir saugumo galimybių garantas, siekiant pagerinti senstančių asmenų gyvenimo kokybę. „Aktyvumas“ reiškia ne tik buvimą fiziškai aktyviais ar dalyvavimą darbo rinkoje, bet ir nuolatinį dalyvavimą socialiniuose, ekonominiuose, kultūriniuose, dvasiniuose ir pilietiniuose reikaluose (Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetas, 2012).

Kalbant apie aktyvų senėjimą ir apie vyresnio amžiaus asmenis, galima išgirsti naudojamą „trečiojo amžiaus“ žmogaus sampratą. Vieningos nuomonės, kas yra „trečiojo amžiaus“ žmogus, nėra. Europos Komisija rekomenduoja „trečiojo amžiaus“ asmenimis vadinti tą gyventojų grupę, kuriems yra virš 50 metų. Tuo tarpu Nacionalinėje gyventojų senėjimo pasekmių įveikimo strategijoje (2004) tokiais asmenimis vadinami žmonės, kurie palikę darbo rinką ir yra 60 metų. Dar kitą nuomonę šiuo klausimu turi Lietuvos edukologas, psichologas, filosofijos daktaras V. Černius

(2006), teigdamas, kad „trečiojo amžiaus” asmenimis galima vadinti individus, sulaukusius 65 metų. Su tuo sutinka ir Pasaulinė sveikatos organizacija.

Aktyvus senėjimas apima ne tik ilgesnį laiką darbo rinkoje ir vėlesnį išėjimą į pensiją, bet ir mokymąsi visą gyvenimą, gebėjimus stiprinančią ir sveikatą palaikančią veiklą. Tai tinkamas metas ne tik išreikšti save, užsiimti įdomia veikla, bet ir laikas išmokti naujų socialinių vaidmenų. Aktyvaus ir sėkmingo senėjimo metu žmogus turi galimybę puoselėti intelektualinę energiją bei ją nukreipti į naujas sritis. Tokie žmonės jaučiasi esantys vertingi piliečiai, turintys žinių, kompetencijų bei patirties.

### 1.3. Senatvės rizikos socialinėje politikoje

ES strategijos „Europa 2020“ tikslas yra užtikrinti Europai užimtumą, integracinį bei tvarų augimą. Šis tikslas yra pasiekiamas kuriant naują požiūrį į demografinius pokyčius visuomenėje. Jau yra priimta nemažai politinių dokumentų bei numatyta konkrečių priemonių, kurių dėka įvairios visuomenės grupės, tame tarpe ir vyresnio amžiaus žmonės bei juos jungiančios organizacijos, siekia aktyviai dalyvauti visuomeniniame gyvenime. Nors būdų tam pasiekti yra ieškoma vis daugiau, tačiau senatvė vyresnio amžiaus žmonėms vis dar reiškia socialinę riziką. L. Dromantienė bei V. Česnuitytė (2011) išskiria tris senatvę kaip **socialinę riziką apibūdinančius bruožus: sumažėjusios pajamos, socialinė izoliacija bei prastėjanti sveikata.**

*Pajamų sumažėjimas* pradedamas jausti tada, kai vyresnio amžiaus žmogus *pasitraukia iš darbo rinkos*, taip netekdami vieno svarbiausių gerovės šaltinio – pajamų už atliktą darbą. Įvairiomis socialinėmis draudimo ir socialinės paramos sistemomis yra bandoma užtikrinti, kad senatvės pensijų dydis vyresnio amžiaus žmonėms leistų gyventi oriai. Deja, visoje Europoje, kartu ir Lietuvoje, dėl spartaus visuomenės senėjimo ir jaunosios kartos mažėjimo yra vis sunkiau užtikrinti socialines garantijas pagyvenusiems žmonėms. Susiklosčiusi padėtis skatina ieškoti efektyvių socialinės apsaugos garantavimo išeičių, tačiau šiandieniniai sprendimai yra susiję ne tik su pensinio amžiaus didinimu, bet ir siūlant nuo einamųjų mokėjimų pensijų sistemų pereiti prie kaupiamųjų fondų.

Taip pat senatvės socialinę riziką nurodo ir *socialinė izoliacija*. Sąvoką „socialinė izoliacija“ mokslininkas B. Barry (1998) aiškina kaip individo arba grupės nedalyvavimą visuomenės pagrindiniuose socialiniuose institutuose (apima ir savanorišką, ir priverstinį nedalyvavimą), kai socialinė izoliacija vyksta dėl priežasčių, kurios nepriklauso nuo atskirties subjekto ir jis pats to negali pasirinkti. Šis nemalonus socialinis reiškinys dažnai pasireiškia, kai pasitraukus iš darbo rinkos *sumažėja ryšiai* su darbo kolegomis, dėl įvairių priežasčių, įskaitant ir sveikatos sutrikimus,

retėjant susitikimams su draugais bei kaimynais. Prie vyresnio amžiaus žmonių atskyrimo nuo daugumos taip pat prisideda „tiek Vakarų, tiek Lietuvos visuomenėje įsivyravęs **eidžizmas** (*angl. ageism*) arba sisteminis vyresnio amžiaus žmonių stereotipizavimo ir diskriminavimo procesas“ (Tereškinas 2011, p. 131). Vyraujantis jaunystės kulto garbinimas ir pabrėžiamas materialinė gerovė senyvus žmones nustumia į šalį.

Be to, **keičiasi socialinis statusas** šeimoje ir visuomenėje. Vyresnio amžiaus žmonių gyvenime dažnai pasireiškia vadinamasis „*ištuštėjusio lizdo sindromas*“ (Dromantienė, Česnuitytė, 2011): vaikai jau užauginti ir gyvena savo gyvenimus, lieka vieni sutuoktiniai, o vienam iš jų mirus nauja šeima sukuriama retai. Be to, atsiranda **nesusikalbėjimas tarp kartų**. Jauni žmonės nurodo vyresnio amžiaus žmonių polinkį nesiklausyti, jaunesnė karta mano, kad vyresnieji yra per daug globėjiški, pernelyg rūpinasi savo sveikata ir kitais senėjimo klausimais, o tuo tarpu vyresni žmonės galvoja, kad jaunimas elgiasi neapgalvotai, neatsakingai ir yra arogantiški (Giles, Gallois, 2012).

Noras išvengti šio socialinio reiškinių yra ieškoma būdų, kaip garantuoti socialinę aprėptį ir pilietinį dalyvavimą, neišskiriant nei amžiaus ir lyties, nei išsilavinimo bei sveikatos būklės ar finansinės situacijos. Vienas iš būdų yra vyresnio amžiaus žmonių įtraukimas į darbo rinką. Sveikintinas dalykas ir tas, kad senėjant darbo jėgai yra skatinamas ne tik naujo požiūrio į amžių kūrimas, bet ir mokymasis visą gyvenimą, profesinis tobulėjimas bei ir įvairių užimtumo formų taikymas.

Dar vienas senatvės, kaip socialinės rizikos, bruožas – *suprastėjusi sveikata*. „Dėl prastėjančios sveikatos, silpstančių fizinių jėgų žmogus patiria ir socialinių problemų, tokių kaip priklausomybė nuo kitų žmonių ir pagalbinių priemonių, kasdienos ar įprastinės veiklos apribojimai, savarankiškumo mažėjimas bei mažėjantis aktyvumas“, teigia A. Aleksienė ir G. Kvieskienė (2013). Žinoma, sveikatos sutrikimai nebūtinai yra susiję su amžiumi, tačiau yra nustatyta, kad senstant tikimybė susirgti didėja. Besikeičiantis šeimos modelis, ilgėjanti gyvenimo trukmė bei didėjantis vyresnio amžiaus žmonių skaičius lemia vis didėjantį sveikatos priežiūros bei socialinių paslaugų poreikį. Anot L. Dromantienės bei V. Česnuitytės (2011), socialinių paslaugų sistemos pagrindinis uždavinys – nuo priežiūros palaikymo pereiti prie reabilitacijos bei skatinti vyresnio amžiaus žmones stengtis kuo ilgiau gyventi savarankiškai.

Kaip matoma, socialinių rizikų žmonėms senstant kyla nemažai. Pajamų sumažėjimas išėjus iš darbo rinkos, sveikatos sutrikimai bei socialinė izoliacija – veiksniai, kurie lemia vyresnio amžiaus žmonių gyvenimo kokybę, kas apima ne tik fizinę, bet ir psichinę sveikatą.

## 1.4. Socialinės institucijos diskursas

Šiame skyriuje noriu aptarti, kaip yra socialiai konstruojami senatvės vaizdiniai. Analizuojant socialinius institutus, remtasi P. L. Berger ir T. Luckmann socialinio konstruktyvizmo nuostata, kad socialinė tikrovė, kurioje gyvena žmonės, yra sukurtą ne tik pačių žmonių (subjektyviai), bet ir institute (objektyviai). Interpretuojant P. L. Berger ir T. Luckmann idėjas, galima sakyti, kad bendrųjų senatvės prasmų kūrimas yra nulemtas socialinių lūkesčių, kai socializacijos metu įgytos *taisyklės, instrukcijos ir receptai*, tampa tam tikromis veiksnių nuorodomis į konkrečiai kultūrai priimtina elgesį. P. L. Berger ir T. Luckmann, kaip socialiniai fenomenologai pabrėžia dvilypius procesus – viena vertus objektyvius (visuomenė, institutai), o kita vertus subjektyvius (patys žmonės).

### 1.4.1. Socialinės tikrovės konstravimas

Mūsų įsitikinimai apie senatvę ir jos suvokimas yra **socialiai konstruojami**. Socialinis konstravimas, tai bendrųjų prasmų kūrimo vyksmas, kuris socialinei institucijai priskiria tam tikras savybes. Kitaip sakant, socialinis konstruktas yra visuomeninis kūrinys, kuris per pirminę ir antrinę socializaciją tampa žmonių mąstymo ir subjektyvumo dalimi. Antropologai Kaufman ir Morgan išplėtojo gyvenimo pradžios ir gyvenimo pabaigos (Beginnings and Ends of Life) koncepciją, pagal kurią, visas *žmogaus socialinis gyvenimas* – nuo pat gimimo iki mirties yra *konstruojamas*: gimimas ir mirtis turi savas reikšmes, instrukcijas, kaip reikia elgtis (Kaufman, Morgan, 2005: 321). *Žinojimas*, kaip gyventi, kaip elgtis, kokių veiksnių griebtis ir pan. yra esminis socialinės tikrovės stabilumą palaikantis elementas.

*Žinojimą*, Berger ir Luckmann įvardina kaip vieną svarbiausių dalykų palaikančių socialinę tikrovę. Filosofai išsako mintį, jog tai, ką žmonės „žino“ kaip „tikrovę“, yra socialiai sukonstruota ir šis „žinojimas“ „<...> yra fabrikas prasmų, be kurių negalėtų egzistuoti visuomenė“ (1999, p. 27). Kalbant autorių žodžiais, socializacijos metu įgytos *taisyklės, instrukcijos ir receptai*, pateikia elgesio modelius, kurie turėtų tapti tam tikromis veiksnių nuorodomis į konkrečiai kultūrai priimtina elgesį. Tai bendrosios prasmės, kurios atspindi atitinkamus socialinius lūkesčius.

Berger ir Luckmann (1999) išskiria konstruojamas dviejų tipų tikroves: aukščiausiąją tikrovę, kai kalbama apie tikrovę apskritai, ir kitas tikroves, kai dėl įvairių vaizdinių poveikio kuriama įsivaizduojama tikrovė. Kasdieninio gyvenimo tikrovė vadinama aukščiausiąją tikrove, nes „sąmonės įtampa yra didžiausia kasdieniniame gyvenime“ (p. 36).



Berger ir Luckmann visuomenę aiškina kaip objektyvią ir subjektyvią tikrovę. Kalbant apie senatvę, tai, ką žmonės galvoja apie senatvę ir kaip ją interpretuoja, yra subjektyvi tikrovė. Objektyvioji senatvės tikrovė yra visuomeninių struktūrų ir institucijų suformuotos nuostatos, taisyklės, tvarkos. Mąstytojų supratimu, tikrovės pagrindas – nenutrūkstamas vyksmas, kurį sudaro objektyvacija, eksternalizacija ir internalizacija. Šio proceso pagrindinė idėja yra ta, kad **žmonės patys kuria tikrovę**, kuri savo ruožtu kuria žmogų. Autoriai nurodo, kad analizuojant socialinį pasaulį ar konkretų jo reiškinių, analizė turi būti visuminė, apimanti visas tris išvardytas socialinės tikrovės konstravimo proceso sudedamąsias dalis, nes kitu atveju ji bus iškreipta ir nepakankama.

Kalbant apie aukščiausiąją gyvenimo tikrovę svarbu paminėti jai būdingus bruožus (Berger, Luckmann, p. 33-65). Autoriai pažymi, kad vienas iš bruožų - kasdieninį gyvenimo pasaulį kuriančios ir palaikančios eilinių visuomenės narių mintys ir veiksmai. **Gyvenimo tikrovė – sutvarkyta tikrovė**, kurios reiškiniai iš anksto suklasifikuoti pagal šablonus. Aukščiausiai gyvenimo tikrovei būdingos tipizacijos schemas, padedančios identifikuoti vaidmenis, problemas. Stebėdami, susidurdami su senatvės vaizdiniais įsisaviname senatvės tipizacijas – atsikartojančius senatvės vaizdavimo, išraiškos ir suvokimo modelius, tipus.

Šiuo atveju, senatvė turėtų būti tiriama kaip kasdienis pasaulis. Kasdieninis gyvenimas žmonėms yra tikrovė, kurią jie interpretuoja ir kuri jiems yra subjektyviai prasminga kaip vientisas pasaulis.

Tačiau socialinis suvokimas skiriasi nuo, pavyzdžiui, fizinių objektų suvokimo (kvapo, garso ir kt). Socialiniam suvokimui yra būdingas daiktiškumas. J. Almonaitienė (2005) teigia, kad nors suvokimo proceso rezultatas tėra tik mūsų sąmonėje egzistuojantis tikrovės vaizdas, mes jį linkę priskirti už mūsų egzistuojančiam pasauliui. Socialinės tikrovės vaizdo susidarymui žmonių sąmonėje reikšminga ne tik pati tikrovė, bet ir ankstesnė patirtis, kultūrinės aplinkos suformuoti požiūriai, nuostatos bei įsitikinimai (Almonaitienė, 2005, p. 62). Pavyzdžiui, žmonėms yra įprasta manyti, kad vyresnio amžiaus asmuo yra ligotas, pasyvus, būnantis namuose su anūkais ir nedalyvaujantis visuomeniniame gyvenime. Remiantis matytais vaizdais, pasikartojančiomis sekmomis, šios prasmės yra priskiriamos visiems seniems žmonėms, tokiu būdu juos tipizuojant ir priskiriant jiems visuomenės suformuotas nuostatas.

Suprasdami socialinę tikrovę, asmenys ne tik atsirenka tam tikrą informaciją, bet ir subjektyviai interpretuoja tą, kuri pasiekia sąmonę. Šis subjektyvus interpretavimas lemia netikslų bei iškreiptą suvokimą. Žmogus siekia susidaryti bendrą suvokiamo objekto vaizdą, net jeigu ir trūksta svarbių detalių. Visuomenė linkusi nesąmoningai „prikurti“, o dviprasmišką informaciją priderinti prie to, kas anksčiau suvokta. Taip pat, suvokimo proceso metu, žmonės automatiškai priskiria

socialinės aplinkos faktus kokiai nors reiškinių ar objektų kategorijai. Pavyzdžiui, „Ant suoliuko sėdi senas žmogus. Turbūt pensininkas. Greičiausiai yra ligotas, visus pinigus išleidžia vaistam, valgo tik kruopas ir yra vienišas.“ Tokį vaizdą, kaip pateikta pavyzdyje, nesąmoningai susidaroma pamačius vyresnio amžiaus žmogų. Tam turi įtakos ir stereotipai, kuriuos aptariau savo darbe anksčiau. Žinoma, stereotipai gali ir padėti, ir trukdyti teisingai suvokti socialinę tikrovę.

Pagrindinį vaidmenį asmens socializacijos procese atlieka socialiniai dariniai – **socialiniai institutai**. Šie apima daug žmonių, kurių elgsena valdoma normų ir vaidmenų pagalba. Pasak V. Pruskaus (2003), socialiniai institutai, tai istoriškai nusistovėjusios bendros žmonių veiklos organizavimo formos. Socialiniai institutai neatsiranda šiaip sau, jų atsiradimą sąlygoja tam tikras socialinis poreikis arba užsakymas. Institutų paskirtis – organizuoti bendrą žmonių veiklą, tenkinant vienus ar kitus socialinius poreikius. Nors patį terminą galima vartoti įvairiomis reikšmėmis, tačiau labiausiai naudojama „socialinio instituto“ reikšmė susieta su „įvairaus lygio visuomeninių ryšių ir santykių sutvarkymo, formalizavimo ir standartizacijos pastangomis“ (p. 94). Socialinis institutas yra sistema, kuri apima vertybes, normas ir idealus, taip pat „žmonių veiklos ir elgesio pavyzdžių ir kitų sociokultūrinio proceso elementų visumą“, užtikrinanti panašų žmonių elgesį (p. 95). Kiekvienas socialinis institutas atlieka jam būdingas funkcijas. Pavyzdžiui, viena iš pagrindinių socialinio instituto funkcijų – socializacija. Socializacijos metu žmogus priima vertybes, tam tikras visuomenei, kurioje gyvena, būdingas normas, elgesio vaidmenis ir modelius (Matulionis, 2003).

Dažniausiai skiriami penki socializacijos institutai: *šeima, bendraamžių grupės, mokykla, darbovietė bei visuomenės informavimo priemonės*. Pirmoji ir **pagrindinė socializacijos institucija yra šeima**. Šeima, tam tikra prasme, yra vaiko ir visuomenės tarpininkė, joje vaikas gauna pirmąsias žinias, perima vertybes, elgesio normas, kurios būtinos gyvenimui visuomenėje. Šeimą galima įvardinti socialinio gyvenimo centru, kuris „sieja individą su kitomis socialinėmis grupėmis, ji vaikui perduoda pagrindines normas, vertybes“ (Kvieskienė, 2005). Galima teigti, kad požiūris į vyresnio amžiaus žmogų taip pat yra formuojamas šeimoje. Kaip jau minėta, šeimoje vyksta pirmoji ir pagrindinė vaiko socializacija. Pavyzdžiui, jeigu vaikai mato, kad jų tėvai su savo tėvais ar seneliais elgiasi pagarbiai, juos vertina bei rūpinasi, tikėtina, jog vaikai perims šį elgesį ir tai liks norma. Ne veltui yra posakis, kad vaikai – tėvų veidrodis. Tad pagarbų elgesį su vyresniaisiais bei kitas elgesio normas vaikai įgauna šeimoje.

Veikiant socialiniams institutams bei vykstant socializacijos procesams, žmogus yra nuolat veikiamas socialinių santykių sistemos. Tuo pačiu, asmuo pats per kasdienes praktikas kuria, palaiko bei interpretuoja socialinę tikrovę (Seymour 1998; 10). Fenomenologinėje perspektyvoje socialinių veikėjų gyvenamasis pasaulis yra prasmingas ir panašiai patiriamas bei suvokiamas kaip ir kitų jame

gyvenančių socialinių veikėjų pasaulis. Čia vadovaujamosi nuostatomis, kad „tiesiogiai patiriamas socialinis pasaulis yra faktiškai objektyvus ir visi dalykai jame priimami kaip savaime suprantami ir nekvestionuojami“ (Viluckienė, 2010).

Remiantis A. Schützo, individas kiekvienu kasdienio gyvenimo momentu yra fizinėje ir sociokultūrinėje aplinkoje ir joje užima tam tikrą poziciją. Ši pozicija yra ne tik fizinė aplinka, statusas ar vaidmenys socialinėje sistemoje. Minėtoji pozicija apima tiek moralinę, tiek ideologinę asmens padėtį. Situacija, kurioje asmuo būna kiekvienu gyvenimo momentu, turi savo istoriją, vadinamąją sedimentaciją, kuri reiškia „visų prieš tai buvusių individo patirčių, sugulusių į parankinę žinojimo atsargą, kuri yra unikali kiekvieno žmogaus (1970; 73)“ (Viluckienė, 2010). Minėtoji parankinė žinojimo atsarga (žinių „nusėdimas“) veikia kaip praeities, dabarties patyrimų bei numatomų būsimų dalykų interpretacijos schema. Pavyzdžiui, jei asmuo yra susidūręs su tokiais senais žmonėmis, kurie yra pikti, blogos nuotaikos, besiskundžiantys savo gyvenimu, ši patirtis „nusės“ į žinojimo atsargą ir kitą kartą, sutikus vyresnį asmenį, šis bus interpretuojamas pagal „nusėdusią“ schemą, jog vyresnio žmogaus reikėtų vengti, dėl jo prastos nuotaikos ir reiškiamo pykčio. Tokiomis schemomis asmuo naudojasi kiekvieną gyvenimo akimirką. Žinojimo atsarga turi savo konkrečią istoriją, kadangi yra susidariusi socializacijos metu perimamo sociokultūrinio paveldo, ankstesnių patirčių bei veiklų dėka.

Filosofai P. L. Berger ir T. Luckmann nurodo, kad egzistuoja dviejų tipų žinojimas:

žinojimas, kuris visuomenėje laikomas savaime suprantamu;

tai, kas pažintina, kas ateityje gali tapti žinoma. Kaip tik šis žinojimas „programuoja“ kanalus, kuriais eksternalizacijos metu kuriamas objektyvus pasaulis“ (p. 89).

Žinojimu įvardytinos visos žinios, kurios cirkuliuoja kasdieniame gyvenime. Mąstytojų žodžiais sakant, socializacijos metu įgyjami „*taisyklės, instrukcijos ir receptai*“, pateikia elgesio modelius, kurie tampa savotiškais veiksnių kelrodžiais. Kognityvinė antropologija kaip tik ir remiasi tokia mintimi: kultūra nulemia žmogaus mąstymą, šis elgsis taip, kaip pataria kultūros normos. Visos šios „*taisyklės, instrukcijos ir receptai*“ – nuoroda į kultūros priimtą leistiną bei toleruotiną elgesį. Tai *bendrosios prasmės*, savo būtimi reiškiančios atitinkamus socialinius lūkesčius. Į tokias bendrąsias prasmes, kaip rasės, lyties, negalios ar kitas, galima priskirti ir senatvę. Senatvės suvokimas taip pat yra nulemtas kultūros, kurioje įprasta, kad senatvė suprantama kaip pasitraukimo iš darbo rinkos, prastėjančios sveikatos bei socialinės izoliacijos laikotarpis.

Kaip matoma, senatvę galima nagrinėti ne tik biologiniu aspektu. Remiantis socialinio konstrukcionizmo perspektyva, senatvė yra socialinis konstruktas, atsiradęs socialinių procesų ir sąveikų metu. Pasak J. Ruškaus ir kt. (2005), socialinis konstruktas yra kuriamas žmonių, jų

tarpusavio santykių ir tradicijų tam tikrame istoriniame laikotarpyje ir tam tikroje kultūrinėje erdvėje. Požiūris į senus žmones ir senatvę yra suformuotas veikiamas didelės kultūrinės, religinės, ideologinės ir istorinės įtakos (Johnson, 2005).

#### 1.4.2. Senatvė ir institucionalizacija

„Nors galima teigti, jog žmogus turi prigimtį, dar svarbiau teigti, jog žmogus kuria savo prigimtį arba, kalbant paprasčiau, jog jis kuria pats save. Žmonės kartu kuria žmogišką aplinką, visus jos socialinius, kultūrinius ir psichologinius darinius. Žmogus negali formuotis kaip žmogus būdamas izoliuotas, ir jis taip pat negali būdamas izoliuotas kurti žmogiškos aplinkos. Žmogui būti vienišam reiškia egzistuoti gyvūniškame lygmenyje“ (Berger, Luckmann, 1999, p. 69).

Filosofai teigia, jog žmogus pats kuria savo aplinkos darinius. Šio reiškinių tapimas organizuotu, formalizuotu bei sutvarkytu procesu, įvyksta vadinamoji *institucionalizacija*. Vyresnio amžiaus žmonių poreikis bendrauti, tobulėti, mokytis, aktyviai leisti laiką lėmė Trečiojo amžiaus universiteto, kaip organizuoto, formalizuoto socialinio darinio, atsiradimą. Institucionalizacija vyksta visada, kai įvairaus tipo veikėjai **abipusiai tipizuoja** habitualizuotus veiksmus (p. 75). Habitualizacija vadinamas procesas, kai veiksmas yra kartojamas labai dažnai ir to pasekoje virsta šablonu. Tokį veiksmą pagal susikurtą šabloną individas galės atlikti ateityje tokiu pat būdu. Nors habitualizuoti veiksmai tampa rutiniški, jie išlieka prasmingi. Kaip jau minėta, institucijas sudaro habitualizuotų veiksmų tipizacijos. Jos nustato, kad X tipo veikėjas turi atlikti X tipo veiksmus. Tai yra vadinama institucionalizacija.

Institucinis pasaulis suprantamas kaip objektyvi tikrovė, kurios žinojimas yra socialiai objektyvuotas (p. 93). Bet koks nukrypimas nuo institucinės tvarkos prilyginamas nukrypimui nuo tikrovės. O tam tikro socialinio reiškinių suinstitucinimas tiesiogiai susijęs su konkrečiu objektyviu žinojimu.

Žodis „institucija“ yra aiškinamas kaip 1. visuomeninė įstaiga, pvz.: universitetas; 2. žmonių susivienijimas tam tikro tikslo siekti, pvz.: partija; 3. nusistojusi visuomeninio santykiavimo forma, pvz.: privatinė nuosavybė, mokesčiai. Terminas „institucija“ gali būti pavartojamas ne tik konkrečiai įstaigai pavadinti, tačiau kalbant apie socialinę instituciją, bus naudojama žodžio samprata, reiškianti visuomeninę įstaigą. Pavyzdžiui, Trečiojo amžiaus universiteto institucija, kuriame dalyvauja asmenys, norintys visapusiškai tobulėti. Šiuos žmones sieja bendras tikslas, panašūs mokymosi poreikiai. Kiekvienas **dalyvaujantis organizacijoje** ir **priimantis jos vertybes** bei **kultūrą tampa to bendruomenės dalimi**. Švietimo institutas, atlikdamas jam skirtas funkcijas, mažina kylančią

socialinę įtampą, padeda prisitaikyti prie socialinių pokyčių ir palaikyti vertybių išlaikymą visuomenėje (Trakšelys, 2014).

Kaip jau minėta, socialinio instituto atsiradimą lemia socialinis poreikis. Tam tikrų visuomeninių poreikių atsiradimas ir sąlygos jiems patenkinti yra būtina sąlyga institucionalizacijai. Institucionalizacijos mastas priklauso nuo to, kiek yra bendros reikšmingos struktūros. Jeigu daugumą reikšmingų struktūrų pripažįsta visa visuomenė, tai institucionalizacijos mastas suprantamas kaip platus, o jei visuotinai pripažįstamos tik kelios reikšmingos struktūros, tai institucionalizacijos mastas siauras.

Socialinės institucijos veikimas pagrįstas *socialinio žinojimo* pagrindu. Atitinkamos žinios apie konkrečią instituciją lemia individo elgesį, kuris gali būti traktuojamas kaip tipiškas. Toks elgesys yra būdingas visiems institucijos, arba socialinės grupės, nariams. Institucijos turi savas taisykles, vertybes, tarsi instrukcijas, kurių institucijos nariai turi laikytis. Tokiu būdu pati *institucija tipizuoja* tiek individualius veikėjus, tiek ir individualius veiksmus. Taip atsiranda galimybė žmones atitinkamai traktuoti, sugebėjimas kiekvienam numatyti kito veiksmus (Berger, Luckmann 1999). Pavyzdžiui, pamačius šviesiaplaukę merginą automatiškai jai priskiriamos įvairiausios prasmės, neretai norima išvelgti specifiniais laikytinus tipinei blondinei būdingus ženklus.

Tačiau visai kitos prasmės būtų priskirtos žmogui, kuris yra švietimo institucijos narys. Pavyzdžiui, Trečiojo amžiaus universiteto bendruomenės narys. Trečiojo amžiaus universitetas – nevyriausybinė ne pelno siekianti organizacija, kuri vykdo neformalųjį suaugusiųjų švietimą. Žinojimas, kad vyresnio amžiaus žmonės dalyvauja šios institucijos organizuojamose neformalaus švietimo veiklose, suteikia galimybę priskirti jiems atitinkamas prasmes. Dalyvavimas įvairiose paskaitose, seminaruose, išvykose, projektuose ir kitokiose Trečiojo amžiaus universiteto vykdomose veiklose nurodo, kad šios institucijos narys yra aktyvus, norintis save išreikšti, sužinoti ką nors nauja, norintis bendrauti su kitais bendruomenės nariais. Tam, kad vyktų abipusė tipizacija, būtina trunkanti socialinė situacija, kurioje susikryžiuotų dviejų ar daugiau individų habitualizuoti veiksmai.

Vis dėl to, individas negimsta visuomenės nariu. Jis gimsta su polinkiu į socialumą ir tampa visuomenės nariu, mano P. L. Berger, T. Luckmann (1999). Mokslininkai teigia, kad žmogus tampa žmogumi tik sąveikaudamas su aplinka, kadangi „besivystantis žmogus yra susijęs ne tik su konkrečia gamtine aplinka, bet ir su savita kultūrine ir socialine tvarka“. Žmogus kuria pats save.

Matoma, kad pirminės socializacijos metu internalizuojama tikrovė suprantama kaip neišvengiama. Antrinė socializacija yra „dirbtinesnio“ pobūdžio. Jos metu nulemtu *žinojimu* yra įgyjamas konkretus vaidmuo, kas reikalauja perimti tų vaidmenų specifinius žodynus. Pavyzdžiui, yra tikimasi, kad žmogus, pasitraukęs iš darbo rinkos, taps nuobodžiu namisėda pensininku. Arba,

pavyzdžiui, moteris, tapusi močiute, pradės atlikti įprastą močiutės vaidmenį – prižiūrės vaikaičius ir megs jiems kojines. Tai reiškia, kad yra „struktūrinamas tam tikrai sričiai būdingas rutiniškas elgesys ir interpretacijos“ bei yra išmokstama „suprasti be žodžių“. Svarbu paminėti, kad vaidmenys pristato institucinę tvarką ir atsiranda iškart, kai tik pradeda formuotis bendras žinojimo bagažas, apimantis abipusės elgesio tipizacijas.

Abipusė elgesio tipizacija vyksta dviem lygiais. Pirma, vaidmens atlikimas atstovauja jam pačiam, pavyzdžiui, pradėti teisti reiškia atstovauti teisėjo vaidmeniui. Antra, vaidmuo atstovauja visam institucinio elgesio tinklui. Vaidmenys turi didelę strateginę svarbą visuomenėje, nes jie atstovauja visų institucijų integracijai į prasmingą pasaulį. Kai kurie vaidmenys neturi jokios kitos funkcijos, išskyrus vieną: simboliškai atstovauti institucinei tvarkai kaip integruotai visumai.

Anot P. L. Berger ir T. Luckman, tikrovė, kurioje gyvename, yra sukurta, ir kuriama kiekvieno mūsų, kitų mums perduota ir toliau palaikoma. Tokią tikrovę sudaro socialinis vyksmas, susidedantis iš *socialinio žinojimo, bendrųjų prasmų, instrukcijų ir receptų* kaip gyventi. Anot Berger ir Luckman, veikimas - tam tikros socialinės institucijos realumo pateisinimas, kuriantis tokią tikrovę, kurioje gyvename – aiškia, apibrėžtą, „apčiuopiamą“, suprantamą.

## II. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJA TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE

I-oje darbo dalyje analizuojant literatūrą supažindinama su aktyvaus senėjimo samprata, socialinės politikos grėsmėmis vyresnio amžiaus žmonėms, pateiktas socialiai konstruojamas senatvės vaizdas.

Siekiant išsiaiškinti vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją Trečiojo amžiaus universiteto atveju, šiame skyriuje bus aptarta tradicinė senėjimo komunikacija, supažindinta su taikomais stereotipais bei analizuojamas Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto vykdomos aktyvaus senėjimo komunikacijos atvejis.

### 2.1. Komunikacijos samprata

Žodžio „komunikacija“ terminas yra kilęs iš lotynų kalbos, lotyniškai „*communicare*“ reiškia dalintis, daryti bendru. Šis žodis, savo ruožtu, susijęs su lotynų kalbos žodžiu *communis* „bendras“. Sąvokos kilmė savaime praneša apie informacijos teikimo procesą, todėl komunikacija galima laikyti bet kokią žinių, pranešimų, informacijos teikimą. Komunikacijos esmė – informacija. Pasak V. Puodžiūno (2013), vienas aiškiausių ir akivaizdžiausių dalykų, vertinat informaciją, yra santykis su žmogumi. V. Puodžiūno teigimu, kad informacijos reikšmė yra atskleidžiama per žmogaus mąstymą ir patirtį. Tik žmogus gali suteikti reikšmę viskam, nesvarbu, koks tai būtų objektas, kadangi žmogus yra pats aktyviausias informacijos bei jos raiškos formų kūrėjas. Įvairią informaciją gali skleisti ne tik žmogus, bet ir apskritai visi žmonijos sukurti daiktai ar technologijos. Autoriaus žodžiais tariant, „bet kokio daikto, reiškinių, proceso išraiška arba pavidalas savaime yra informatyvus“ (Puodžiūnas, 2013).

Komunikacijos moksluose nėra vieningo komunikacijos apibrėžimo, todėl yra išskiriama dar keli, siauresni, šio termino apibrėžimai, sakantys, kad komunikacija, tai bendravimas, keitimasis išgyvenimais, mintimis bei patirtimi; kad tai procesas, kurio metu viena žmonių grupė perduoda kitai, kuri informaciją suvokia ir perduoda atgal. Be to, komunikacija suprantama kaip individų keitimasis prasmėmis, kai yra naudojama bendra simbolių sistema. Žinios siuntėjas turi tikslą perduoti tam tikrą informaciją; priešastį tą žinią priimti turi ir gavėjas, iš jo laukiama atgalinio ryšio – komunikacinio efekto.

Pagal komunikacijos charakteristikas, galima išskirti du požiūrius, tai - proceso ir semiotinė komunikacija. Proceso komunikacijos modelis atspindi pranešimo perdavimą, veiksmą, kuriuo norima paveikti. Komunikacija yra sąmoninga bei turinti aiškius tikslus. Ji gali būti tiek verbalinė, tiek neverbalinė ir prasidedanti iš šaltinio, kai asmuo užkoduoja savo pranešimą.

Yra autorių, kurie mano, kad komunikacija pirmiausia yra reikšmių kūrimas ir keitimasis jomis. **J. Fiske** (1998) aiškina, kad semiotikos centras - ženklas, arba kuriama reikšmė. Šis komunikacijos procesas suprantamas kaip tam tikros reikšmės priskyrimas verbaliniu ar neverbaliniu būdu tekstui, objektui ar kt. Semiotiniu požiūriu komunikacija yra neišvengiama ir orientuota į pranešimo priėmėją. Reikšmių kūrime svarbi pranešimų bei žmonių sąveika.

Kaip matoma, yra daug komunikacijos apibrėžimų ir aiškinimų. Aiškaus vieno, kuris tiksliai įvardintų komunikacijos prasmę, nėra, tačiau yra juos visus jungiančių bendrų komponentų. Komunikacijos naudojimas kaip poveikio priemonė, kalbėjimas bei simboliai, siunčiamos žinios priėmimas, supratimas, apsikeitimas informacija, atgalinio ryšio suteikimas.

Nors komunikacijos moksluose vieningo komunikacijos apibrėžimo nėra, o komunikacijos atžvilgiu vyrauja keli skirtingi požiūriai, visgi dėl vienos bendros pozicijos yra sutariama - komunikuoti galima tik **verbaliu ir neverbaliu forma**. Kitoks informacijos perdavimo būdas tarp žmonių yra neįmanomas.

Verbalinė komunikacija – tai tarpusavio sąveika naudojant kalbos ženklus – žodžius (lot. *verbum* – žodis). Verbalinė komunikacija pagal pobūdį skirstoma į žodinę ir rašytinę. Neverbaliu komunikacija vadinama nežodinė komunikacija, kai informacija užkoduojama nekalbinėmis priemonėmis, kurias galima priimti kokia nors jusle (Puodžiūnas, 2013). Visgi, daugelis mokslininkų sutinka, kad svarbiausia komunikacijos priemonė – verbalinė komunikacija, t.y. kalba. Vokiečių sociologas **J. Habermasas** priėmė prielaidą, kad *tik komunikacinis veiksmas vartoja kalbą kaip priemonę*, kurią taikydami individai gali pasiekti abipusį sutarimą.

„Habermaso intelektualinės pastangos nukreiptos į komunikacinio veiksmo tobulinimą, siekiantį žmonių kalbinio ryšio kardinalaus suintensyvėjimo“, teigia I. Sidrys (2000, p. 45). Komunikaciją J. Habermasas analizavo kaip sąveiką tarp veikėjų. Anot sociologo, kad tik komunikacinis veiksmas „įtraukia kalbą kaip priemonę, pagrįstam ir neprievartiniam veiksmui, kai veikėjai gali iš tikrųjų pasiekti abipusį supratimą ir sutarimą kaip socialinės bendruomenės nariai“ (Sidrys, 2000, p. 45).

J. Habermasas, kalbėdamas apie komunikacinį veiksmą teigia, jog „pažinimo ir suvokimo procesai yra glaudžiai susiję su kasdienės kalbos vartojimu, t.y. kasdieninėmis komunikacinėmis sąveikomis.“ Tai parodo, kad J. Habermaso modelyje kalba yra svarbi pati savaime. Tai priemonė,



kurios dėka individai gali interpretuoti veiksmus. Sociologo teigimu, kalba yra komunikacijos priemonė, kuri leidžia suderinti individualumą su socializacijos procesu. Be to, yra *pabrėžiamas komunikacijos dalyvių lygiavertiškumas*, nepaisant nei statusų, nei vaidmenų skirtumo.

Pasak socialinių mokslų daktarės N. Bankauskienės, mokslininkai, pagal kalbėjimo privatumą ir viešumą, adresato ir adresanto santykį bei kalbėjimo aplinkybes, visus komunikacijų atvejus linkę skirstyti (pagal B.E. Bredli) į tokias komunikacijos rūšis:

- **masinė komunikacija** (su didelėmis, skirtingomis, atsitiktinai susibūrusių žmonių grupėmis. Naudojamos tokios priemonės kaip radijas, televizija, laikraščiai, žurnalai, reklaminiai lankstinukai ir kt. Problema - ribotas grįžtamasis ryšys.);
- **organizuota komunikacija** (žmonės susirenka specialiai dėl kokio nors tikslo, pvz., mitingas. Informacija vienkryptė – iš siuntėjo – auditorijai);
- **grupinė komunikacija** (bendravimas grupėje, konkrečiam klausimui išspręsti, pvz., debatai. Visi grupėje aktyvūs dalyviai.);
- **tarpasmeninė komunikacija** (vykstanti nedidelėje grupėje. Būtinai dvipusis ryšys.);
- **asmeninė-dalykinė komunikacija** (vyksta asmeniškai bendraujant dviems žmonėms, ji neformali. Dalykinė komunikacija pasireiškia formalioje aplinkoje.).

Kalbant apie socialinę komunikaciją, dažnai yra išskiriami dar du komunikacijos tipai: rašytinė ir nerašytinė komunikacija. Rašytinė komunikacija vyksta tada, kai informacijos kodavimui naudojamas raštas. Komunikacija, kai informacija koduojama kalbos garsais, gestais ar kitais ne rašto ženklais, kitais būdais, yra priskiriama nerašytinei. Rašytinei komunikacijai būdinga galimybė pranešimą apmąstyti, įvertinti ir taisyti, o tuo tarpu nerašytinė komunikacija vyksta „čia ir dabar“. N. Bankauskienės žodžiais tariant, „sąveika tarp pranešėjo ir pranešimo yra glaudi ir momentinė, todėl sunkiau vertinti ir pastebėti komunikacijos klaidas.“

Svarbu paminėti, kad atsiradus internetinei komunikacijai, šie taikytini modeliai, kurie yra taikomi tradicinei komunikacijai, bei koncepcijos šiek tiek kinta. Taip yra dėl to, kad internetinės komunikacijos negalima vienareikšmiškai priskirti tik vienai šių komunikacijos rūšių. Internetinė komunikacija sukuria bendrumą tarp anksčiau minėtų komunikacijos rūšių.

## 2.2. Tradicinė senėjimo komunikacija

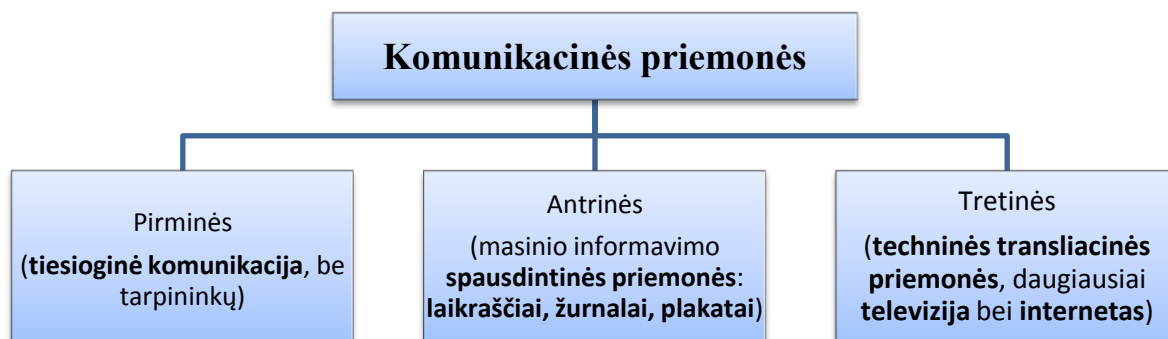
Komunikacija yra naudojama įvairiais tikslais. Komunikacijos dėka mes ne tik bendraujame vieni su kitais. Būtina suprasti, kad komunikacija - platesnė sąvoka nei vien tik pasikeitimas

informacija žodine ar nežodine forma. Norint labiau suprasti komunikacijos procesą, reikia susipažinti kokiais būdais gali būti vykdoma komunikacija, kokiais kanalais ji yra teikiama ir priimama, o ypač, kokios priemonės yra naudojamos.

Komunikacijos priemonės, tai vaizdo ir garso fiksavimo, perdavimo ir paskleidimo priemonės. Naudojant komunikacijos priemones yra reklamuojamos ir parduodamos prekės bei paslaugos, įvairios įmonės ir organizacijos komunikaciją naudoja pritraukti naujiems ar išlaikyti esamiems klientams. Be to, komunikacijos pagalba yra konstruojamas įmonės, organizacijos ar asmens įvaizdis bei reputacija. Komunikacija pasitelkiama ir kuriant tam tikrą požiūrį ar nuomonę apie įvairius reiškinius ar vykstančius procesus.

Vienas iš gerai žinomų procesų visuomenėje – senėjimas. Ankstesniame skyriuje išsiaiškinta, kad šiandieninėje visuomenėje konstruojamas labiau neigiamas senatvės vaizdas. Dažniausiai pagyvenę žmonės pateikiami stereotipiškai kaip silpni, ligoti asmenys, mėgstantys dejuoti, skųstis dėl mažų pensijų, o iš namų išeina tik nusipirkti vaistų. Pažymimas nesusikalbėjimas tarp kartų. Komunikacija vykdoma pasitelkiant įvairias visuomenės informavimo priemones. Kokiomis priemonėmis yra vykdoma senėjimo komunikacija pateikta autorės sudarytoje schemeje (žr. Schema Nr. 1):

1 schema. **Komunikacinės priemonės (sudaryta šio magistro darbo autorės)**



Komunikacija vykdoma pasitelkiant įvairias priemones. Matoma, jog yra išskiriamos kelios priemonių rūšys, tai pirminės, antrinės ir tretinės. Pirminės komunikacijos priemonė - **tiesioginė komunikacija**, kuri vyksta natūraliomis priemonėmis, **be tarpininkų**. Tai pagrindinė žmonių bendravimo priemonė.

Paminėtina, kad šeima, pagrindinis socializacijos institutas, atlieka svarbų vaidmenį kuriant vyresnio amžiaus žmogaus vaizdą. Didžiąją savo gyvenimo dalį vaikas praleidžia bendraudamas su šeima, kuri lemia ne tik asmenybinių savybių vystymąsi, bet prisitaikymą prie visuomenės elgesio normų. Jeigu šeimoje bendraujant, t.y. vykstant tiesioginei komunikacijai, yra kuriamas bejėgio,

neaktyvaus vyresnio amžiaus žmogaus vaizdas, tikėtina, kad vaikas šį vaizdinį įsisavins ir laikys tai norma.

Antrinės komunikacijos priemonės, tai masinio informavimo priemonės, kai pranešimas ir jo laikmena sukuriama panaudojant technines priemones, o pranešimo priėmimas vyksta tiesiogiai, be techninių priemonių, **pasitelkiant spausdintines priemones** (laikraščius, žurnalus, plakatus). Šios priemonės yra vienos dažniausių.

Kalbant apie *senėjimo komunikaciją*, reikėtų pastebėti, kad ši komunikacija *aktyviausiai vykdoma tretinės komunikacijos priemonių pagalba*, kai tiek pranešimo kūrimui, tiek jo gavimui yra naudojamos techninės priemonės. Tai **transliacinės priemonės**, daugiausiai televizija. Reikia pastebėti, kad šioje erdvėje formuojama viešoji nuomonė (Habermas, 1989).

Televizijoje senėjimo komunikacija vykdoma gana aktyviai. Deja, jei tai nėra specifinio pobūdžio produktas (pavyzdžiui, televizijos laidos), skirtas vyresniam žmogui, dominuoja reportažai, pranešimai, kuriantys *neigiamą senėjimo atspalvį*. Neretai žiniasklaidoje pranešama apie senyvų žmonių socialines problemas, diskriminaciją dėl amžiaus darbo rinkoje ar menkas pajamas, mažą pensiją. Formuojama nuomonė, kad vyresnis žmogus patiria socialinę izoliaciją, yra nugalinamas, praradęs ne tik ryšius, bet ir socialinį statusą. Ypač jeigu apie senatvę ir vyresnio amžiaus žmones vadovautumėmės tik nusistovėjusiais stereotipais, jog senatvė - poilsio laikas, pasitraukimas iš darbo rinkos ir savo darbo vietos užleidimas jaunam.

Paminėtina, kad kaip ir visuomenėje, televizijoje atsispindi **jaunystės kultas**. Garbinamas jauno, gražaus žmogaus kūnas, reklamuojamos jauninančios procedūros, nuo senatvės stengiamasi pabėgti. Be to, seni žmonės yra pažeidžiami tarp kartų dėl jaunosios kartos neigiamo stereotipinio požiūrio jų atžvilgiu (Hummert, Nussbaum, 2001). Senatvė traktuojama tarsi blogas, negeras ir nelaukiamas dalykas, nors senėjimas – natūralus procesas. Labai dažnai „jaunas“ įgauna prasmę „geras“, o „senas“ vartojamas kaip sinonimas „blogam“. Prie to prisideda žiniasklaida, kuriant laidas ar rašant straipsnius, vaizduojant vyresnio amžiaus žmones kaip stereotipinius neigiamus bruožus atitinkančius asmenis. Visuomenėje yra kuriamas stereotipas, kad vyresni žmonės turi būti namuose ir auginti anūkus, kadangi kuriamas pasyvaus, neprisitaikančio prie spartaus gyvenimo tempo žmogaus vaizdas.

Pavyzdžiui, kiek laidų yra skirtų vyresnio amžiaus žmonėms? Arba tokių, kurios konstruotų teigiamą senatvės, vyresnių žmonių įvaizdį, komunikuotų apie vyresnio amžiaus asmenų aktyvumą, patirtį bei dalyvavimą įvairiose veiklose? Vieną tokių galima paminėti, tai 2009 metais vykęs projektas „Lietuvos perlai. Šauniosios damos rinkimai“, kuriame dalyvavo garbaus amžiaus moterys. Šiuo projektu atkreiptas dėmesys į kitokio tipo moteris, žavinčias savo branda, taurumu ir

išlaikyta elegancija. Buvo atkreiptas visuomenės dėmesys, kad garbaus, vyresnio amžiaus žmonės taip pat yra aktyvūs, turi savo pomėgius, turiningai leidžia laisvalaikį, įvairiai išreiškia save. Šis projektas vykdė kitokią nei įprasta, nestereotipinę, pozityvią komunikaciją apie vyresnius asmenis.

**Reklamos** taip pat labai *paveiki komunikacijos priemonė*. Reklama – bet kokiomis priemonėmis ir forma skleidžiama informacija, susijusi su asmens komercine-ūkiine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis <...> (LR reklamos įstatymas, 2000). Televizijoje, spaudoje yra daug vaistų reklamų. Vaistų reklamos formuoja nuomonę, kad visi senyvi žmonės yra ligoti ir kad jiems reikia gydytis. Tokios reklamos kuria vyresnių žmonių kaip **vaistų vartotojų** vaizdą. Dažnai atsiranda stereotipas, kai žodis „senas“ tampa sinonimu „ligotas“. Tačiau tai neturėtų būti tendencija ir taikoma visiems vyresnio amžiaus žmonėms. Juk ne visi senyvi žmonės skundžiasi suprastėjusia sveikata, kaip ir ne visi jauni žmonės yra visiškai sveiki.

Kaip matoma, komunikacijos priemonių yra įvairių. Laikui bėgant pradėtos naudoti naujosios technologijos, kurios padėjo įveikti atstumus, taip komunikaciją padarydamos prieinamesne. Kalbant apie šiuolaikines komunikacines priemones, itin populiarios elektroninės interaktyvios priemonės bei **internetas**. Internetinėje erdvėje taip pat vyksta aktyvi komunikacija įvairiomis temomis, pasitelkiant straipsnius, dokumentus, vizualinę medžiagą. Šiam darbui aktuali informacija senėjimo tema, todėl buvo rastas ne vienas su tuo susijęs straipsnis.

Skaitant straipsnius, kuriuose kalbama apie senatvę ar vyresnius žmones, galima pastebėti, kad daug straipsnių yra susijusių su patarimais, kaip nesenti ar kaip pristabdyti senėjimo procesus, lyg senatvė būtų neigiamas dalykas. Informacijos pobūdis bei tematika yra orientuota į jaunesnio amžiaus skaitytojus. Vyresnio amžiaus žmonėms skirti straipsniai yra susiję su sveikatos gerinimu, įvairių medicininių preparatų naudojimu ar ligų prevencija. Be to, yra straipsnių, kuriuose pateikiama informacija apie senų žmonių priežiūrą, o senyvo amžiaus žmogus vaizduojamas kaip turintis specialiųjų poreikių.

Pavyzdžiui, straipsnyje „Senu žmogumi rūpintis gali būti sunku“ (Vančys, 2012) teigiama, kad žmogui senstant, mažėja jo savarankiškumas. Iškart sukuriama išankstinė nuomonė, kad senatvė – blogas, nelaukiamas dalykas, sukeliantis daug problemų. Kuriamas naštos įvaizdis visuomenėje. Straipsnio „Sociologė: vyresnio amžiaus žmonės diskriminuojami ir sveikatos paslaugų srityje“ (Audenienė, 2013) pati antraštė skelbia apie vyresnių žmonių diskriminaciją, kurdama neigiamą stereotipą jų atžvilgiu. „Senatvė Lietuvoje yra stigma“, taip teigia straipsnio autorė. Straipsnyje „Senas žmogus Lietuvoje: vienišas ir nereikalingas?“ (Gerkauskienė, 2012) teigiama, kad labiausiai pensininkų pasirinkimo galimybėms naudotis kultūrinėmis, socialinėmis, vartojimo paslaugomis,

trukdo mažos pensijos ir nuolat jaučiamas pinigų stygius. Sukuriamas skurdžiai gyvenančių vyresnių žmonių vaizdas.

Kalbant apie straipsnių vizualizaciją, galima pastebėti, kad tekstui iliustruoti yra naudojami paveikslai, atspindintys liūdnąją senatvės pusę. Čia vaizduojami senyvi asmenys, iliustruojantys skurdų gyvenimą, vienatvę, ligas, kuriamas socialiai izoliuoto seno žmogaus paveikslas. Dažniausiai pasitaikantis vaizdas, kuriame vaizduojama žilagalvė močiutė, jos liūdnas žvilgsnis, raukšlėmis išvogotas veidas. Dažniausiai vaizdas kelia liūdesį, gailestį, verčia susimąstyti apie nelaukiamą senatvę.

Matoma, kad visuomenės informavimo priemonės atlieka svarbų vaidmenį asmens socializacijos procese, perimant visuomenės moralės, vertybių bei kultūros normas. Iš vienos pusės, teigiama, kadangi jas galima sieti su tam tikrų žinių ir objektyviu informacijos perdavimu, kurį individas panaudoja socializacijos reikmėmis, kita vertus, negatyvų, kuris gan apsunkina individo socializaciją konkrečioje visuomenėje (Pruskus, 2003).

Apibendrinus senėjimo komunikaciją, galima išskirti kelis dominuojančius bruožus, kurie yra komunikuojami kaip būdingi vyresnio amžiaus žmonėms. Dažniausiai pagyvenęs žmogus vaizduojamas kaip ligotas, vienišas, nesavarankiškas žmogus, kuriam reikalinga artimųjų pagalba, globa. Senatvė siejama su įvairiomis širdies, kraujagyslių bei kraujotakos ligomis, silpnaprotyste (ypač Alzheimerio liga). Taip pat yra akcentuojama mažų pensijų problema bei vyresnių žmonių socialinė atskirtis, diskriminacija. Mažos pensijos, ribotos galimybės integruotis į darbinę veiklą, prasta sveikata, tai veiksniai, dėl kurių pensinio amžiaus žmonės yra priskiriami labiau pažeidžiamai socialinei grupei. Yra kuriamas vaizdas, kad būtent šie veiksniai neleidžia jiems aktyviai dalyvauti visuomenės gyvenime. Deja, teigiami senatvės bruožai nėra aktyviai komunikuojami, palyginus su neigiamais senėjimo aspektais. Komunikacija aktyvaus senėjimo atžvilgiu yra mažai žinoma arba vykdoma neefektyviai.

### **2.3. Socialiai konstruojami vyresnių žmonių stereotipai**

Matoma, jog kasdien žmonės pasiekia dideli kiekiai informacijos, o mūsų smegenys apdoroja begalę duomenų. Kad nepasiklystume jų gausoje ir tinkamai atsirinktume plūstančius informacijos srautus, ją atsirenkame pagal tam tikras schemas ar principus. Jie gali būti išmokti iš savos patirties arba socialiniu, kognityviniu ar kitokiu pagrindu. Tipizuoti atvejai, tokie kaip

įvaizdžiai ar stereotipai, padeda mums suprasti, apibendrinti informaciją bei atitinkamai traktuoti mus supančią aplinką.

Pirmasis stereotipo sąvoką socialine prasme pavartojo W. Lipmannas knygoje „Visuomenės nuomonė“, kurioje stereotipus apibrėžė kaip supaprastintą išankstinį požiūrį ne iš asmeninės žmogaus patirties, bet kylantį pažinus tarpinį objektą: mums apie pasaulį kalbama tol, kol pažįstame jį patirdami (Lipmann, 1922:12–13). Kitaip tariant, stereotipas yra daikto ar asmens ypatybių visuma, kuria nusakomos tipinės objekto savybės. „Stereotipas pasaulį dalija į dvi kategorijas: „žinomą“ ir „nežinomą“. Tai, kas žinoma, tampa sinonimu „gerai“, o tai, kas nežinoma - „blogai“. Iš pradžių žmogus formuluoja objekto vaizdinį, vėliau jį „pamato“. Tas „pamatymas“ labai priklauso nuo esamų prototipų „paveikslėlių galvoje“, kuriuos W. Lipmannas ir vadina stereotipais. Jo manymu, tai melagingi, nekokybiški ir netobuli vidutiniški dariniai, arba išankstiniai nusistatymai „emociniai simboliai“, „fiksuoti vaizdiniai“, turintys savo vertinamąjį elementą, kuris pasireiškia orientacija į emocinį bendravimą“ (Lipmann 1922:18–20).

Kalbėdama apie stereotipus, naudosisu D. Myers (2000) apibrėžimą, kuris stereotipus apibūdina kaip nuolatinius, schematizuotus kokios nors žmonių grupės apibendrinimus. Stereotipai yra suprantami kaip supaprastinti, paviršutiniški kokio nors reiškinio vaizdiniai, funkcionuojantys visuomenės sąmonėje. Tai fiksuotas bendrasis įvaizdis apie tam tikro tipo žmogų ar daiktą, kuriuo yra įtikėjusi visuomenė (Myers, 2000).

Mąstymas stereotipais yra būdingas kiekvienam žmogui. Yra įprasta reiškinius, elgesį ar daiktus priskirti tam tikrai kategorijai. Mąstymas stereotipais supaprastina mūsų suvokimą, padeda greičiau, bet paprasčiau reaguoti. Stereotipai kuria tokį pasaulio vaizdą, kuriame viskas aiškiai suprantama, viskas turi gerai žinomą vietą ir atlieka jiems būdingas funkcijas. Deja stereotipai veikia ne tik suvokimą, bet ir elgesį bei socialinius santykius, dėl to atsiranda išankstinis nesusistatymas prieš kitas visuomenės grupes, jų elgesį ar veiksmus.

**Senėjimo stereotipų** vaidmenį ir jo reikšmę nagrinėjo M. L. Hummert ir kt. (2004). Teigiama, jog palyginus su kitomis amžiaus grupėmis, stereotipiniai nusistatymai vyresnio amžiaus žmonių atžvilgiu yra gana dažni. Taip yra todėl, kad dauguma visuomenės narių šio amžiaus tarpsnio dar nėra patyrę. Tai lemia žinių stoka apie senatvę ir apie vyresnio amžiaus žmones, jų gebėjimus, laisvalaikį bei gyvenimo būdą. Paviršutiniška informacija skatina pensinio amžiaus žmonių atžvilgiu kuriamo neigiamo požiūrio bei stereotipų formavimosi sąlygas. Apie seno žmogaus socialiai konstruojamą vaizdą kalba ir M. Hepworth (2004).

Kalbant apie seno žmogaus įvaizdį reikėtų prisiminti istoriją, siekiančią dar antikos laikus. Antikos laikais senatvė buvo idealizuojama ir vaizduojama kaip išminties būseną, kaip laikas skirtas

pramogoms, malonumams arba ramiam dvasiniam tobulėjimui. Senatvė šiuo laikotarpiu – orus, autoritetingas, vertas pagarbos gyvenimo laikotarpis. Gerai žinomas romėnų politikas, retorikas, filosofas ir rašytojas Markas Tulijus Ciceronas manė, kad vyresnio amžiaus žmonės turėtų tęsti aktyvią visuomeninę ir intelektualinę veiklą. Žinoma, jau ir tais laikais buvo manančių kitaip – romėnų filosofas, dramaturgas, valstybės veikėjas ir gamtos tyrinėtojas Seneka buvo priešingos nuomonės. Seneka siūlė senesniems pasitraukti ir atsisakyti tokio darbo, kuris jaunesnių akyse sukeltų pašaipą.

Nuo XIX a. vidurio iki XX amžiaus senatvė – žmogaus skurdo ir ligų laikotarpis. Senėjimas imtas traktuoti kaip problema. Išėjimas į pensiją, patiriama socialinė izoliacija, liguistumas, skurdas yra pristatomi tarsi senėjimo faktai. Senyvi žmonės turi prisitaikyti prie šių senatvės „pasekmių“. Toks požiūris pabrėžė vyresnio amžiaus žmogaus priklausomybės nuo kitų didėjimą senatvėje. Senatvės bijoma, ji traktuojama kaip vienas sunkiausių žmogaus gyvenimo etapų (Jankūnaitė, Naujanienė, 2012).

Šiandieninėje visuomenėje vyresnio amžiaus žmogus taip pat dažnai vaizduojamas iš neigiamos pusės: kaip silpnas, ligotas asmuo, kuriam reikalinga kitų pagalba. Neretai garbaus amžiaus sulaukę žmonės yra menkinami, akcentuojama didėjanti priklausomybė nuo artimųjų, socialinė izoliacija. Manoma, kad jiems reikalinga nuolatinė pagalba bei palaikymas. Kuriamas seno žmogaus, kaip mažiau gebančio, nerangaus, demenciško, paveikslas. Be to, kuriamas vaizdas, kad sulaukęs senatvės žmogus yra bejėgis, užmaršus, nesugebantis įsisavinti naujos informacijos, o dažnai ir infantilizuojamas – prilyginamas vaikui.

Vyresnės kartos žmonių vaizdinys Lietuvoje yra sulaukęs nemažai tyrėjų dėmesio. Pagal 2001 m. Demografinių tyrimų centro atliktą tyrimą „Gyventojų politikos vertinimas“ („The Population Policy Acceptance Survey-PPA“), vyresnio amžiaus žmonėms yra suteikiamas aukštas socialinis statusas, dominuoja išmintingo bei patyrusio asmens, tradicijų saugotojo, puoselėtojo ir dvasinės paramos teikėjo įvaizdžiai (Mikulionienė, 2011).

Nors pagyvenusiems žmonėms ir yra reiškiamas pagarba, tačiau dažnai su vyresniąja karta yra elgiama priešingai. Žmogaus teisių stebėjimo instituto ataskaitoje pateikti duomenys sunkiai suderinami su plačiai deklaruojama pagarba vyresnio amžiaus žmonėms. Ataskaitoje pateikta informacija, kad vyresnio amžiaus žmonių teisės nėra pripažįstamos viešosios politikos prioritetu, vyksta diskriminacija darbo rinkoje, teikiant prekes bei paslaugas ir sveikatos draudimo srityje. Be to, pranešama apie smurto atvejus prieš vyresnio amžiaus žmones (kaimo vietovėse ypač). Šie faktai atskleidžia kitą, viešai neskelbiamą požiūrį į vyresnės kartos žmones (Mikulionienė, 2011).

Vyresnio amžiaus žmonių įvaizdžiai Lietuvoje yra įvairialypiai ir priešaringi. Nors apibendrintai kalbant apie pagyvenusius žmones jiems yra išreiškiama pagarba bei suteikiamas aukštas socialinis statusas, tačiau kasdieninio gyvenimo situacijose vadinamoji „pagarba“ virsta į jų teisių pažeidimus bei pasirinkimo galimybių ribojimus (Mikulionienė, 2011). Lietuvoje senatvė ir senėjimas vis dar apibūdinamas kaip gyvenimo tarpsnis, kuriam būdingas neįgalumas, ligos, skurdas. Įsivaizduojama, kad vyresnio amžiaus žmogus praradęs ne tik autoritetą, bet ir savarankiškumą, yra vienišas bei priklausomas nuo kitų.

Dažnai pagyvenę asmenys susiduria su neigiamu požiūriu į save, liūdna, kad kartais jie traktuojami kaip našta visuomenei. Visa tai konstruoja problematinį senatvės vaizdą. Tačiau kaip priešinga versija tokiam negatyviam senatvės matymui yra plintantis „aktyvios senatvės“ vaizdas, kuriame vyresnio amžiaus asmenys yra įsitraukę į įvairias jiems prasmingas veiklas ar net jas organizuoja patys.

## **2.4. Trečiojo amžiaus universitetas ir aktyvaus senėjimo komunikacija**

### **2.4.1. Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas**

Trečiojo amžiaus universiteto ištakos pasaulyje siekia 1970 m., kai pirmą kartą buvo iškelta vyresnio amžiaus žmonių mokymosi ir užimtumo problema. Sparčiai didėjantis pagyvenusių žmonių skaičius lėmė susidomėjimą suaugusiųjų švietimu. To pasekoje, 1973 m. Tulūzoje (Prancūzijoje), prie vietinio universiteto socialinių mokslų fakultete buvo įkurtas pirmas Trečiojo amžiaus universitetas, kurio trumpinys - U3A (University of the Third Age).

Pirmasis Trečiojo amžiaus universitetas Lietuvoje įkurtas Vilniuje 1995 m., medicinos mokslų daktaro docento Medardo Čoboto iniciatyva, o universiteto veikla pradėta organizuoti visoje Lietuvos Respublikoje savivaldos pagrindais. 2005 metų kovo 1 dieną prie Marijampolės kolegijos Trečiojo amžiaus universiteto rektorius Medardo Čoboto įsakymu atidarytas TAU Marijampolės filialas. 2007 metų gegužės 9 d. universitetas įregistruotas kaip savarankiška, pelno nesiekianti visuomeninė švietėjiška organizacija, veikianti Marijampolės apskrityje, vienijanti pagyvenusius asmenis, neįgaliuosius ir jų globėjus, neribojant amžiaus ir išsilavinimo. Nuo tada jis vadinamas Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetu.

Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto vizija atspindi norą vykdyti savo veiklą su Pietvakarių regiono pagyvenusiais ir neįgaliais žmonėmis, atsižvelgiant į jų poreikius bei galimybes.



Taip pat Marijampolės TAU siekia veikti kaip visuomeninė organizacija, kuri savo veiklą plėtoja ir tobulina atsižvelgiant į socialinės politikos naujoves bei gyvenimo pokyčius. Universitete yra kuriamos sąlygos palaikančiai atmosferai, gerai emocinei būklei palaikyti, kad studentus-senjorus supanti aplinka būtų pagrindiniai tobulėjimo proceso elementai. Be viso to, Marijampolės senjorai yra nusiteikę bendrauti ir bendradarbiauti ne tik su Lietuvos Trečiojo amžiaus universitetais, bet ir su visuomeninėmis organizacijomis, kurios vykdo neformalųjį suaugusiųjų švietimą užsienio šalyse.

#### **2.4.2. Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacija**

Nagrinėjant komunikaciją yra kalbama apie socialinio lygio komunikaciją. Kadangi šis darbas yra susietas su konkrečia nevyriausybine organizacija, dėmesys yra kreipiamas į organizacinę komunikaciją. Socialinio konstruktyvizmo požiūriu, organizacijos komunikacijoje yra išskiriami sociokultūriniai procesai, kurie formuoja žmogaus pasaulio suvokimo vaizdą. Socialinė sistema ir jos dalyvių tarpusavio sąveika formuoja reikšmes arba, kitaip tariant, tikroves, kurios yra socialiai konstruojamos (Berger, Luckmann, 1991).

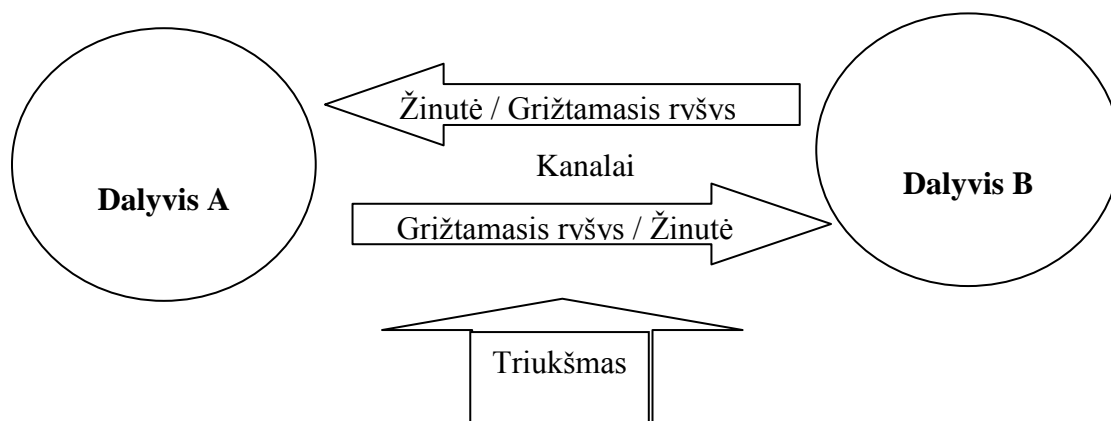
Organizacijos komunikacija apima du tikslus. Pirmasis tikslas apima komunikaciją, kaip darbuotojų informavimą apie jiems skirtas užduotis bei kitų klausimų, susijusių su organizacija, vykdymą. Šiuo atveju komunikacija yra tik pranešimo perdavimas. Antrasis organizacinės komunikacijos tikslas – kurti vieningą organizacijos bendruomenę bei išreikšti socialinę identitetą (Elving 2005, p. 131-132). Čia yra svarbus reikšmių suteikimo procesas, bendruomeniškumo dvasios kūrimas. Šiame kontekste svarbu pastebėti auditorijos esmę, t.y, suskirstyti auditoriją pagal tam tikrus kriterijus (pvz., amžių, lytį, išsilavinimą, poziciją organizacijoje ir kt.).

Kiekviena organizacija yra atvira socialinė sistema, kuri yra neatskiriama susijusi su išorine aplinka. Trečiojo amžiaus universitetas (trumpinys – TAU), tai savanoriška, nepelno siekianti ir nuo niekieno nepriklausoma visuomeninė organizacija, savo veikla garantuojanti geresnę socialinę integraciją į visuomenę vyresnio amžiaus žmonėms. Vystydama veiklą, organizacija keičiasi su išorine aplinka informacija, idėjomis, gauna išteklius, tuo užtikrinamas organizacijos funkcionavimas (Chreptavičienė V. 2003, p. 4). TAU veikla kviečia senjorus gyventi produktyvesnį, turiningesnį bei aktyvesnį gyvenimą, skatina palaikyti darbingumą, fizinį aktyvumą, sveikatą. Be to, motyvuoja bendrauti, apsieisti gyvenimo patirtimi bei kelti žinių bei kultūros lygį. Taigi, išorine komunikacija yra siekiama ne tik būti išgirstiems, bet ir užsitikrinti visuomenės palaikymą, kuris netrukdytų siekti užsibrėžtų tikslų.

Marijampolės TAU tikslas - vykdyti nepertraukiamą žmonių mokymą, aktyvinti bendravimą bei sudaryti galimybes saviraiškai. Tikslui pasiekti yra užsibrėžta įvykdyti keletą misijų. Vykdydamas nepertraukiamą, visą gyvenimą trunkantį mokymąsi visą gyvenimą, Marijampolės TAU siekia ne tik užtikrinti geresnę socialinę integraciją į visuomenę vyresnio amžiaus žmonėms, skatinant visapusišką aktyvumą, bet ir skatinti jų tarpusavio bendravimą ir bendradarbiavimą, kviešti pasinaudoti saviraiškos bei patirties sklaidos galimybėmis. Taip pat yra siekiama palaikyti vyresnio amžiaus žmogaus gyvenimo ir aplinkos darną ugdant gebėjimą bendrauti tarp kartų.

Įprastai komunikacija yra suprantama kaip keitimosi informacija, žiniomis procesas. Sociologai šią sampratą papildė komunikacijos naudos vertinimu, kuris daro poveikį platesnei socialiniuose mainuose dalyvaujančių elementų, tokių kaip vertybės, socialinės tapatybės ir kt., koncepcijai. Matoma, jog komunikacijos terminą galima naudoti ne tik informacijos produktams, bet ir besikartojančiam kūrimo, sklaidos ir naudojimo visuomenėje procesui apibūdinti (Kling, McKimm, 2000).

Efektyvų komunikavimą su visomis objektui aktualiomis publikomis galima užtikrinti tik aktyviai vykdant komunikaciją, naudojant ir derinant tarpusavyje įvairius informacijos perdavimo kanalus bei priemones. Kad būtų geriau suprasta komunikacijos samprata, kuri laikui bėgant keitėsi ir buvo vis pildoma, yra pateikiamas komunikacijos veiksmą geriausiai apibūdinantis transakcinis modelis (žr. 1 pav.).



1 pav. **Transakcinis komunikacijos modelis (Adler, Towne, 1990)**

Pagal šį R. B. Adler ir N. Towne modelį, komunikatoriai dažniausiai siunčia ir gauna pranešimus vienu metu, todėl šiuo atveju tiek siuntėjas, tiek gavėjas nėra atskiriami, o laikomi tiesiog dalyviais. Tam tikru momentu asmuo geba gauti žinią, ją atkoduoti ir atsakyti į kito dalyvio elgesį, o tuo pat metu kitas dalyvis gauna mūsų šę ir atsako į ją. Tai parodo, jog yra procesas, kai žmonės

kuria tarpusavio santykius sąveikaudami, nes komunikacijos elementai yra vienas nuo kito priklausomi (Adler, Towne, 1990).

Aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete vykdoma remiantis vokiečių sociologo J. Habermaso komunikacinio veiksmo teorija, pagal kurią komunikacija, tai sąveika tarp veikėjų, o pagrindinė priemonė šiam veiksmui – kalba. J. Habermaso (1984) teigimu, kalba yra komunikacijos priemonė, kuri leidžia suderinti individualumą su socializacijos procesu. Mokslininkas mano, kad tik komunikacinis veiksmas „įtraukia kalbą kaip priemonę, pagrįstam ir neprievartiniam veiksmui, kai veikėjai gali iš tikrųjų pasiekti abipusį supratimą ir sutarimą kaip socialinės bendruomenės nariai“ (Sidrys, 2000, p. 45). Be to, yra pabrėžiamas komunikacijos dalyvių lygiavertiškumas, nepaisant nei statusų, nei vaidmenų skirtumo, nes kalbos dėka yra interpretuojami veiksmai.

Habermaso komunikacinio veiksmo teoriją patvirtina ir Marijampolės TAU bendruomenės nariai. Vienas iš pagrindinių TAU veikloje dalyvaujančių senjorų poreikių – bendravimas. Bendraudami, kalbėdamiesi Trečiojo amžiaus universiteto bendruomenės nariai dalinasi mintimis, patirti, gali išreikšti save. Bendravimas TAU senjorus skatina aktyviai dalyvauti ne tik TAU bendruomenės, bet ir visuomeniniame gyvenime, tokiu būdu vykdant aktyvaus senėjimo komunikaciją.

Nagrinęjant aktyvaus senėjimo komunikaciją pagal transakcinį komunikacijos modelį yra matoma, kad tiek *Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas* kaip pranešimo siuntėjas, tiek *tikslinė auditorija*, kuriai yra skirtas tam tikras pranešimas, yra laikomi *komunikacijos proceso dalyviais*.

Komunikacija – tai procesas, kurio metu yra kuriami savitarpio santykiai, sąveikaujant vieni su kitais. Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete vykdoma aktyvaus senėjimo komunikacija skelbia, kad trečiaamžininkai nėra pasyvūs žiūrovai. **Marijampolės TAU siunčiama žinutė, jog studentai-senjorai yra aktyvūs intelektualiai, fiziškai bei socialiai.**

*Intelektualųjį vyresnių žmonių aktyvumą* įrodo dalyvavimas įvairiuose Marijampolės TAU organizuojamuose užsiėmimuose (žr. Priedas Nr. 1). Užsiėmimų forma įvairi: paskaitos, praktiniai užsiėmimai, diskusijos, ekskursijos, išvykos, mokslo dienos Lietuvos aukštosiose mokyklose; susitikimai su įdomiais žmonėmis - Seimo nariais, europarlamentarais, aktorais, kompozitoriais, sveikatingumo dienos sanatorijose, parodų lankymas, dalyvavimas minėjimuose bei koncertuose. Taip pat senjorų veiklumą parodo aktyvus dalyvavimas projekte „Suaugusiųjų švietimo sistemos plėtra suteikiant besimokantiems asmenims bendrąsias kompetencijas“. Faktas, kad visuose užsiėmimuose, mokymuose bei projektuose senjorai dalyvauja labai noriai ir aktyviai, atskleidžia aktyvaus senėjimo idėjos plėtrą.

*Senjorai veiksni* ne tik intelektualiai, bet ir *fiziškai*. Jie stengiasi būti aktyviais, sveikais, nori judėti ir būti nepriklausomi, todėl nenuostabu, kad nemaža dalis senjorų dalyvauja ne tik Sveikos gyvensenos fakulteto paskaitose, bet ir Fizinio aktyvumo ir kineziterapijos fakulteto užsiėmimuose. Čia senjorai dalyvauja ne tik Visuomenės sveikatos biuro organizuojamose *mankštose*, bet ir įvairiuose užsiėmimuose, kurie palaiko fizinį aktyvumą: *mokosi šiaurietiško ėjimo, dalyvauja Tai Chi gimnastikoje, vandens aerobikoje* bei kitokiose *mankštose* (žr. Priedas Nr. 2). Be to, judėjimo poreikį galima patenkinti ne tik sportuojant, bet ir *šokant*. Tai daro ir Marijampolės TAU senjorės, priklausančios šokių kolektyvui „Nijolės studija“.

Fizinis aktyvumas atsiskleidžia ir keliaujant. Marijampolės TAU direktorės O. Sakalauskienės teigimu, senjorai labai mėgsta keliones. Anot jos, per visus 10 mokslo metų Marijampolės TAU studentai-senjorai į ekskursijas užsienyje buvo išvykę net 39 kartus. Kelionės skatina pažinimą, bendravimą, keliaujant sužinoma naujų dalykų, be to, kelionės gerina fizinį aktyvumą bei emocinę būseną.

Matoma, kad fizinis aktyvumas yra vienas iš sėkmingo senėjimo veiksnių, lemiantis vyresnių žmonių aktyvumą ir sveikatą. Tačiau svarbus sėkmingo ir aktyvaus senėjimo rodiklis yra **ir socialinis pagyvenusių žmonių aktyvumas**. Socialinio aktyvumo dėka vyresni žmonės ne tik lengviau išgyvena sunkumus, bet ir gauna emocinę paramą, kas, savo ruožtu, skatina tolesnį asmens aktyvumą. Atlikti tyrimai rodo, kad vyresnių žmonių socialinis aktyvumas yra glaudžiai susijęs su jų emocine savijauta (J. Miežytė-Tijūšienė, L. Bulotaitė, 2012). Tyrimas atskleidė, jog esant didesniai pensinio amžiaus asmenų socialiniam aktyvumui, didėja pasitenkinimas gyvenimu, sveikata bei yra aukštesnis gerovės suvokimas.

*Socialinį senjorų aktyvumą* patvirtina didelis Marijampolės TAU narių skaičius, siekiantis net 745 studentus-senjorus (žr. Priedas Nr. 3). Noras aktyviai leisti laiką, mokytis, tobulėti savaime suvokiamas kaip socialinis vyresnių žmonių aktyvumas. Tačiau tai atskleidžiama ir kitomis veiklomis, pavyzdžiui, dalyvavimas projektinėje veikloje, įvairiose akcijose, savanoriaujant, keliaujant, bendraujant ir bendradarbiaujant su kitų miestų Trečiojo amžiaus universitetais bei kitomis organizacijomis. Sėkmingai vyksta ne tik bendravimas su kitais Lietuvos TAU, bet ir tarptautinis bendradarbiavimas su Lenkijos Varšuvos ir Suvalkų TAU, Danijos Odensės senjorų namais, Vokietijos Anhalto senjorų akademija, Baltarusijos Gardino ir Vitebsko Aukso amžiaus universitetais ir Latvijos Rygos TAU „RASA“.

Vienas iš projektų, kuriame aktyviai dalyvauja Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentai – senjorai, tai Ugdymo plėtotės centro organizuojamas projektas „Suaugusiųjų švietimo sistemos plėtra suteikiant besimokantiems asmenims bendrąsias kompetencijas“. Senjorai turėjo

galimybę teoriškai ir praktiškai tobulėti pilietinio švietimo, meninio ugdymo, sveikos gyvensenos, finansinio švietimo srityse, judesio meno, dainavimo užsiėmimuose. Visuose vykdytuose mokymuose pagal reikalavimus dalyvavo vis kiti asmenys, senjorų aktyvumas ir susidomėjimas buvo didelis, tad matoma, jog tokio pobūdžio užsiėmimai yra reikalingi.

Socialinį senjorų aktyvumą patvirtina aktyvus *savanoriškas* dalyvavimas vykdomose akcijose. Marijampolės TAU studentai-senjorai nelieta abejingi ir kasmet po kelis kartus prisideda prie akcijų „Mamų skrynia“, „Vargstantiems – karšta sriuba“, „Žydintis tiltas“, „Darom“, „Spalvotas pavasaris“, „Rudeninė švara – mano miestui“. Taip pat senjorai **savanoriauja** „Suvalkijos“ pensionate, kuriame gyvena žmonės su negalia. Dažnai Marijampolės TAU senjorai-savanoriai organizuoja labdarą šių namų gyventojams, tačiau jiems reikalingi ne tik drabužiai, daiktai. Dėmesys, buvimas kartu – svarbesnis už materialius dalykus, todėl TAU savanoriai organizuoja rankdarbių užsiėmimus, su pensionato gyventojais dainuoja, žaidžia, užsiima kitomis veiklomis.

Matoma, jog Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete *aktyvaus senėjimo komunikacija* vykdoma *per mokomąjį turinį*. Marijampolės TAU plėtodamas aktyvaus senėjimo idėją vykdo komunikaciją, kuri skelbia apie aktyvų senjorą tiek intelektualiu, tiek fiziniu, tiek socialiu lygmenimis. **Aktyvaus senėjimo komunikacija yra vykdoma mokymosi visą gyvenimą kontekste.** Dalyvavimas įvairiuose Marijampolės TAU organizuojamuose užsiėmimuose, paskaitose, žinių dienos, atskleidžia intelektualinį vyresnių asmenų aktyvumą. Fizinį senjorų aktyvumą patvirtina aktyvus dalyvavimas įvairiuose užsiėmimuose, kurie palaiko fizinį aktyvumą. Noras aktyviai leisti laiką, mokytis, tobulėti savaime suvokiamas kaip socialinis vyresnių žmonių aktyvumas. Didelis Marijampolės TAU narių skaičius socialinį senjorų aktyvumą taip pat tai patvirtina.

Analizuojant transakcinio komunikacijos modelio taikymą Trečiojo amžiaus universiteto komunikacijoje, yra svarbūs ir *kanalai*, kuriais siunčiamas pranešimas *tikslinėms auditorijoms*. Šiuo laikmečiu labai populiari informaciją talpinti internetinėse svetainėse ir labai dažnai naudojamuose socialiniuose tinkluose, ne išimtis ir Marijampolės TAU. Organizacija socialinio tinklo „Facebook“ pagalba stengiasi efektyviai padidinti žinomumą, sukurti besimokančios organizacijos ir jos narių įvaizdį, išgarsinti vykdomas veiklas. Transliuojant pranešimą socialiaame tinkle „Facebook“ norima pasiekti kuo įvairesnę auditoriją. Visų pirma, apie vykdomą komunikaciją aktyvaus senėjimo klausimu pranešama esamiems senjorams, dalyvaujantiems TAU veikloje. Kita tikslinė auditorija – būsimi senjorai, t.y. jaunesnio amžiaus žmonės, kuriems aktyvaus senėjimo idėja ir TAU veikla dar nėra žinoma. Paminėta, jog socialinis tinklas „Facebook“ populiariesnis jaunesnių žmonių tarpe, todėl šis kanalas labai svarbus, norint informuoti jaunesniąją kartą. Taip pat komunikacinė žinutė

transliuojama visiems, kurie yra vyresnio amžiaus, bet nedalyvauja Tau veiklose. Matoma, kad tikslinė auditorija yra labai mišri, apimanti jaunos žmones, TAU studentus-senjorus ir vyresnio amžiaus žmones, kurie nedalyvauja TAU veiklose.

Taip pat informacija viešinama internetinėje svetainėje. Pastebima, kad tiek svetainėje, tiek socialiniame tinkle yra skelbiama analogiška informacija, tačiau svarbu tai, kad socialiniame tinkle yra galimybė siunčiamos žinutės gavėją ne tik įtraukti, bet ir gauti atgalinį ryšį, kas yra labai svarbu komunikacijos procese. Atgalinis (grįžtamasis) ryšys – tai vienas pagrindinių komunikacijos elementų, patvirtinantis, užtikrinantis komunikacijos efektyvumą. Grįžtamojo ryšio dėka siuntėjui suteikiama galimybė įvertinti perduoto pranešimo efektyvumą. Anot V. Baršauskienės ir kt. (2010), siuntėjas gavęs atgalinį ryšį gali savo pirminę žinią patikslinti, papildyti, kad pranešimas būtų supras tas teisingai (Šukelienė, 2003).

Tęsiant TAU komunikaciją internetinėje erdvėje, tik maža dalis senjorų turi asmenines paskyras „Facebook“ socialiniame tinkle, tad internetinė svetainė senjorams yra lengviau prieinama. Tačiau, reikėtų paminėti, jog internetinėje svetainėje vykdoma komunikacija yra labiau orientuota į Marijampolės TAU bendruomenės narius, kadangi talpinama informacija yra susijusi tik su TAU veikla, skelbiami pranešimai, aktualūs tik TAU nariams.

Žinoma, komunikacija yra vykdoma ir regioniniuose laikraščiuose, tačiau publikacijos laikraščiuose auditoriją tik informuoja, nesuteikdama galimybės grįžtamajam ryšiui realiu laiku. Tai masinio informavimo priemonė, tad gali pasiekti įvairias auditorijas. Populiarėjant socialiniams tinklams, laikraščių yra skaitoma vis mažiau. Atlikti tyrimai rodo (Bieliūnienė, 2008), kad aktyviau laikraščius skaito vyresnio amžiaus žmonės, tad ir publikacijose transliuojama žinutė labiau pasiekia vyresnių žmonių auditoriją.

Būtina paminėti, kad vykdomos komunikacijos efektyvumą veikia triukšmai. „Triukšmas – tai bet kas, prisijungiantis prie signalo tarp jo perdavimo ir priėmimo be šaltinio valios“ (Fiske, 1998, p. 21). Kitaip tariant, veiksniai, kurie *susilpnina komunikaciją*. Triukšmas gali būti tiek vidinis, kai susikoncentruojama kažkur kitur, bet ne į perduodamą pranešimą, tiek išorinis, apimantis siuntėjo ir priėmėjo aplinkos veiksnius ir foną. Pavyzdžiui, dėl informacijos reikšmių neatitikties tarp siuntėjo ir gavėjo, atsiranda semantinis triukšmas.

Informacija apie senatvę, senėjimą, vyresnius žmones, prieštaraujanti mūsų patirčiai ar turimoms žinioms, gali būti atmetama arba transformuojama į priimtinesnę. Tokiu būdu, dėl išankstinių nuostatų, neigiamos arba pernelyg intensyvios teigiamos emocijų senėjimo atžvilgiu, atsiranda vadinamasis psichologinis triukšmas, kuris taip pat pakeičia žinutės esmę. Vykdamas senėjimo komunikaciją susiduriama su fiziniiais triukšmais, pavyzdžiui, interneto ryšio trikdžiais, kas

neleidžia pasiekti informacijos, triukšmu galima vadinti ir kitokios informacijos srautus, kurie trukdo priimti mums siunčiamą žinią.

Pasitelkiant transakcinį komunikacijos modelį (Adler, Towne, 1990), galima sudaryti lentelę (žr. 1 lentelę), apibendrinančią aptartą aktyvaus senėjimo komunikaciją, vykdomą Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete:

1 lentelė. Aktyvaus senėjimo komunikacijos elementai pagal Transakcinį komunikacijos modelį (sudaryta šio magistro darbo autorės)

Transakcinio komunikacijos modelio elementai	Aktyvaus senėjimo komunikacijos Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete apžvalga
<b>Dalyvis A (siuntėjas)</b>	Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas
<b>Pranešimas</b>	<p>Konstruojama vieninga žinutė, kad TAU senjoras yra aktyvus keliais aspektais: intelektualiai, fiziškai, socialiai, politiška.</p> <p><b>Intelektualiai:</b> <i>aktyvus dalyvavimas paskaitose, praktiniuose užsiėmimuose, diskusijose, ekskursijose, išvykose, žinių dienose Lietuvos aukštosiose mokyklose; taip pat susitikimuose su Seimo nariais, europarlamentarais, aktorais, kompozitoriais; parodų lankymas, dalyvavimas minėjimuose bei koncertuose.</i></p> <p><b>Fiziškai:</b> <i>dalyvavimas įvairiuose užsiėmimuose, kurie palaiko fizinį aktyvumą: mokosi šiaurietiško ėjimo, dalyvauja Tai Chi gimnastikoje, vandens aerobikoje bei kitokiose mankštose. Taip pat šokant bei keliaujant.</i></p> <p><b>Socialiai:</b> <i>aktyvus savanoriškas dalyvavimas vykdomose akcijose: „Mamų skrynia“, „Vargstantiems – karšta sriuba“, „Žydintis tiltas“, „Darom“, „Spalvotas pavasaris“, „Rudeninė švara – mano miestui“. Taip pat senjorai savanoriauja „Suvalkijos“ pensionate, kuriame gyvena žmonės su negalia. Bendravimas su kitais Lietuvos TAU, tarptautinis bendradarbiavimas su Lenkijos Varšuvos ir Suvalkų TAU, Danijos Odensės senjorų namais, Vokietijos Anhalto senjorų akademija, Baltarusijos Gardino ir Vitebsko Aukso amžiaus universitetais ir Latvijos Rygos TAU „RASA“.</i></p> <p><b>Politiškai:</b> <i>aktyvus domėjimasis politiniais aspektais, vyresnio</i></p>

	<i>amžiaus žmonės – pagrindinis elektoratas.</i>
<b>Kanalai</b>	Regioniniai laikraščiai, internetinė svetainė, socialinis tinklas „Facebook“.
<b>Triukšmas</b>	Išoriniai triukšmai (informacijos srautų gausa, interneto trikdžiai, neleidžiantys pasiekti siunčiamo pranešimo); vidiniai triukšmai (semantinis triukšmas, atsirandantis dėl informacijos reikšmių neatitikties tarp siuntėjo ir gavėjo; psichologinis triukšmas, atsirandantis dėl informacijos, prieštaraujančios mūsų patirčiai ar turimoms žinioms, atmetimo).
<b>Dalyvis B (gavėjas)</b>	Tikslinė auditorija apima įvairias žmonių grupes, tačiau yra ribota vietos atžvilgiu: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senjorai, dalyvaujantys TAU veikloje;</li> <li>• Būsimi senjorai (t.y. jaunesnio amžiaus žmonės, vidutinio amžiaus žmonės, dar neišėję į pensiją asmenys);</li> <li>• Kiti senjorai (išėję į pensiją, bet nedalyvaujantys TAU veikloje).</li> </ul>
<b>Grįžtamasis ryšys</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publikacijos laikraščiuose auditoriją tik informuoja, nesuteikdama galimybės grįžtamajam ryšiui realiu laiku.</li> <li>• Socialiniame tinkle dėl interaktyvumo yra galimybė gauti iš siunčiamos žinutės gavėjo atgalinį ryšį komentuojant, išreiškiant nuomonę, atsiliepimus. Taip pat komunikacijos efektyvumą nurodo puslapio gerbėjų skaičiaus didėjimas bei aktyvumas komentuojant ar dalinantis puslapio turiniu.</li> </ul>

Vykdoma išorinė Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto komunikacija prisideda ne tik prie organizacijos įvaizdžio kūrimo, bet ir prie organizacijos tikslų įgyvendinimo bei sėkmingos ir efektyvios komunikacijos su visuomene kūrimo. Kaip teigia V. Baršauskienė ir B. Janulevičiūtė-Ivaškevičienė (2007), efektyvi išorinė komunikacija formuoja pozityvų organizacijos įvaizdį, o tuo pačiu ir teigiamą organizacijos narių – TAU studentų-senjorų - vaizdą.



### **III. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJOS TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE TYRIMO PRISTATYMAS**

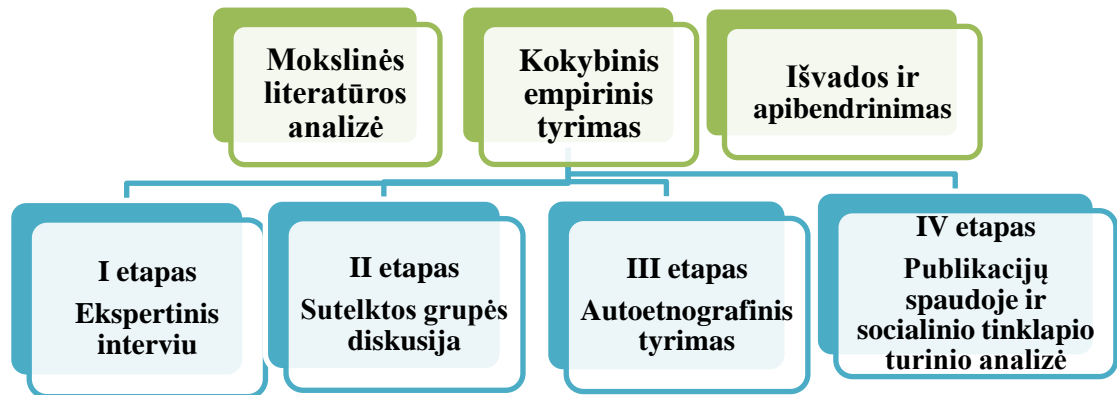
Teorinėje darbo dalyje buvo pristatomas senėjimo ir vyresnio amžiaus žmonių socialinis konstruktas, apžvelgti kuriami stereotipai vyresnių žmonių atžvilgiu bei supažindinta su senėjimo tipologijomis. Analizuojant socialinės tikrovės konstravimą paaiškėjo, kad senatvės ir senyvo žmogaus suvokimas yra socialiai konstruojami. Pabrėžta institucionalizacijos reikšmė, nes jos atsiradimą lemia socialinis poreikis. Siekiant gilesnio supratimo, kokia senėjimo komunikacija yra vykdoma, teorinėje dalyje pateikta komunikacijos samprata, aptarta senėjimo komunikacija. Supažindinta su teorinėmis nuostatomis, kurios leidžia atlikti aktyvaus senėjimo komunikacijos Trečiojo amžiaus universitete analizę empirinio tyrimo metu.

Pastebima, kad teigiami senatvės bruožai nėra aktyviai komunikuojami, palyginus su neigiamais senėjimo aspektais. Daroma žiniasklaidos įtaka ir vadovavimasis stereotipais visuomenėje konstruoja labiau neigiamą senyvų žmonių vaizdą. Neigiamas prasmės suteikia visuomenėje susiformavę stereotipai, jog senėjimas – blogas procesas, jog vyresnio amžiaus žmonės yra ligoti, vieniši, dejuojantys ir nieko nesuprantantys. Konstruojamą vyresnio žmogaus vaizdą taip pat formuoja labai aukštinamas jauno žmogaus, jauno kūno kultas, kur grožis yra sulyginamas su gėriu, ko pasekoje jaunystė įgauna prasmę „gerai“, o senatvė – „blogai“. Tačiau komunikacija aktyvaus senėjimo atžvilgiu yra mažai žinoma arba vykdoma neefektyviai. Tiriamojoje darbo dalyje bus supažindinta su aktyvaus senėjimo komunikacija, kurią vykdo Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas. Šios institucijos vykdoma komunikacija atskleis kitą senėjimo komunikacijos pusę, kuri neigia nusistovėjusius neigiamus stereotipus ir vyresnio amžiaus žmonių įvaizdžius visuomenėje.

Tyrimų, susijusių su vyresnio amžiaus žmonėmis, su senėjimu, yra padaryta nemažai, tačiau aktyvaus senėjimo komunikacija, kuri neigia susiformavusius neigiamus stereotipus, nėra labai plačiai analizuota. Reikia pabrėžti, kad komunikacija, kuri vykdoma pateikiant vyresnio amžiaus žmogų kaip bejėgį, izoliuotą, negebantį savimi pasirūpinti ir dejuojantį, nėra visiškai tiksli ir formuoja ne visai teisingą požiūrį vyresnės kartos žmonių atžvilgiu. Suvokimas, kad socialinis pasaulis yra konstruojamas, savaime lemia galimybę pokyčiams. Nusistovėję stereotipai turi būti keičiami naujais. Visuomenė turi pamatyti kitokį vyresnį žmogų – orų, gyvybingą, aktyvų, gebantį bendrauti ir pozityviai žvelgiantį į gyvenimą.

### 3.1. Metodika ir tyrimo organizavimas

**Tyrimo metodai ir metodologija.** Siekiant baigiamojo darbo tikslo, atskleisti aktyvaus senėjimo komunikaciją Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete, buvo atliktas **kokybinis tyrimas**. Kokybinio tyrimo tikslas yra ne matuoti, bet suprasti reikšmes, kurias žmonės priskiria socialiniams reiškiniams. Norėdama kuo geriau atskleisti Marijampolės TAU vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją, kokybinį tyrimą atlikau 4 etapais. Vizuali magistro darbo proceso logikos schema pateikta schemoje.



1 schema. Magistro darbo proceso logika

Schemoje įvardintos šios baigiamojo magistro darbo proceso dalys:

- Mokslinės literatūros analizė
- Empirinis kokybinis tyrimas, kurį sudaro 4 etapai: ekspertų interviu, fokus grupės interviu, autoetnografinis tyrimas bei publikacijų spaudoje turinio ir socialinio tinklo turinio analizė.
- Išvadų ir apibendrinimo etapas;

Norint išsiaiškinti Trečiojo amžiaus universiteto vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją, buvo atliktas 4 etapų empirinis kokybinis tyrimas. Naudoti šie metodai: ekspertų interviu, sutelktos grupės diskusija, autoetnografinis tyrimas bei publikacijų spaudoje ir socialiniame tinkle turinio analizė.

Pirmasis tyrimo etapas - **ekspertų apklausa žodžiu (interviu)**. Meuser ir Nagel (2009) ekspertinį interviu aiškina kaip tam tikros formos pusiau struktūruoto interviu taikymą. Čia tyrėjas yra mažiau nusimanantis asmuo, nei tam tikros srities veiklos ekspertas, kuris yra apklausiamas.

Ekspertiniame tyrime respondentų nuomonė yra interpretuojama ne kaip vienetinis atvejis, bet kaip atstovaujanti tam tikrą grupę.

Ekspertų žinios interpretuojamos ir techniniai procesai orientuoti remiantis konkrečia jų profesinės veiklos sritimi. Taigi, ekspertų žinias sudaro ne tik susistemintos ir instinktyviai prieinamos specialiosios žinios. Didelę informacijos dalį sudaro praktinio pobūdžio žinios. Skirtingi ir netgi nepalyginami veiklos principai, savitos sprendimų taisyklės, bendros gairės ir socialinių interpretacijų pavyzdžiai yra tų žinių dalis. Ekspertų žinios yra tiesiogiai susiję su tam tikros srities praktika, kas lemia tai, jog ekspertų nuomonė gali tapti vyraujančia tam tikrame organizaciniame ar funkciname kontekste.

Antrasis tyrimo etapas - **sutelktos grupės diskusija (fokus grupė)**. Tai vienas iš dažniausiai naudojamų kokybinių duomenų rinkimo metodų, kurio metu grupė žmonių išsako savo nuomonę iš anksto numatyta pokalbio tema. Grupinės diskusijos pasižymi sinerginiu efektu, kuris sudaro sąlygas patirčių, nuomonių ir idėjų įvairovės atsiradimui. Grupinių diskusijų tyrimas naudingas norint sužinoti skirtingas nuomones, gauti daugiau įvairesnės informacijos ta pačia tema, jas aiškinant pačių tiriamųjų žodžiais.

Tiek ekspertinio interviu, tiek fokus diskusijos grupės tyrimo metu naudotas **pusiau struktūruotas** interviu: iškelti pagrindiniai klausimai, tyrimui aktualios temos, nevengiant tikslinančių papildomų klausimų. Pagrindiniai klausimai diskusijai kilo darant literatūros apžvalgą. Juos galima sugrupuoti į tris kategorijas:

- Dominuojantys senatvės ir senyvų žmonių vaizdiniai visuomenėje;
- Dominuojantys senėjimo ir vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai Trečiojo amžiaus universitete;
- Aktyvaus senėjimo komunikacija TAU (kas yra komunikuojama bei kokie vaizdiniai ir kokiomis priemonėmis yra kuriami).

Trečiasis kokybinio tyrimo etapas - **autoetnografinis tyrimas**. Šis tyrimas skirtas savosios (tyrėjo) kultūros gilesniam supratimui bei aiškinimui. Šio tyrimo metu tyrėjo patirtis ir gyvenimo istorija yra panaudojama kaip kultūrinis laukas, kaip medžiaga mokslinei analizei. Autoetnografiniame tyrime tyrėjas stebi ir analizuoja savo patirtį, jausmus ir išgyvenimus įvairiose gyvenimiškose situacijose. Tyrimo metu yra analizuojama kaip šias patirtis, išgyvenimus sąlygoja įvairios demografinės kultūrinės charakteristikos. Ellis ir Bochner (2000, cituojami Alexander, 2005:423) išskiria penkias skirtingas autoetnografijos variacijas:

- 1) refleksyvioji etnografija (savo patirtų išgyvenimų tam tikroje kultūrinėje terpėje (nebūtinai savoje kultūroje) kritiškas permąstymas);

- 2) naratyvinė etnografija (pabrėžiama savo kaip tam tikros istoriškai marginalizuotos ar egzotiškos kultūros nario patirtis);
- 3) etnografinis tyrimas (tyrėjas prisiima visiško dalyvio vaidmenį ir tuomet kaip tam tikros kultūros narys pateikia savas interpretacijas išoriniams klausytojams);
- 4) literatūrinė autoetnografija (tyrėjas kaip rašytojas aprašo ir interpretuoja savąją kultūrą tai auditorijai, kuri nepažįsta šios kultūros);
- 5) asmeniniai naratyvai (kritiškos autoetnografinės istorijos, kuriose išgyvenimai ir patirtis pateikiami siekiant jiems suteikti platesnę socialinę reikšmę ar siekiant kai kuriuos asmeninės istorijos aspektus politizuoti) (Alexander, 2005).

Norėdama pristatyti aktyvaus senėjimo komunikaciją, vykdomą Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete, naudoju asmeninio naratyvo metodą, kadangi pasakojimas apima mano jausmus, patirtis bei vertinimus. Naudojant šį metodą dažnai yra tiriami tokie individai, kurie patiria socialinę atskirtį, diskriminaciją ar yra priskiriami marginalizuotoms grupėms, ar atvirksčiai – užima svarbias pareigas, dominuojančias galios pozicijas tam tikroje socialinėje grupėje. Pasak Holman Jones (2005), autoetnografinis tyrimas turi tikslą sukelti diskusiją tarp autoriaus ir skaitytojų, siekiantis paskatinti skaitytojus veikti bei pakeisti esamą socialinę tvarką. Naudojant šį tyrimo būdą analizavau Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacijos reiškinius, susiejant juos su savo patirtimi dalyvaujant šios organizacijos veikloje ir vykdomoje komunikacijoje.

Ketvirtasis tyrimo etapas – **publikacijų spaudoje ir socialinio tinklo turinio analizė**. Tai metodas, kurio metu yra analizuojami tekstinę, vizualinę ar garsinę formą turintys duomenys. Atliekama kokybinė turinio analizė padeda rasti teminių kategorijų atitikmenis, pagal kuriuos yra pateikiamas planingas tiriamo reiškinių vertinimas. Kokybinio tyrimo pagalba yra geriau suprantami reiškiniai, apie kuriuos nėra daug žinoma (Corbin ir Strauss, 2007), taip pat yra gaunama daugiau informacijos apie jau žinomus dalykus. Kokybinė turinio analizė – tai įvairių antrinių šaltinių informacijos nagrinėjimas ir apibendrinimas. Ji leidžia patvirtinti ar paneigti daromas reiškinių vertinimo prielaidas, kad būtų galima suformuluoti argumentuotas ir pagrįstas išvadas.

Taikant **publikacijų spaudoje turinio analizę** dėmesys yra kreipiamas į kalbą, šaltinių reprezentaciją, metaforas, vizualinius elementus. Antraštės taip pat yra labai svarbus elementas. Anot R. Marcinkevičienės (2008), antraštės yra svarbi dienraščių dalis, pirmojo plano akcentas (p. 175). Pagrindinė antraštės funkcija - atkreipti skaitytojo dėmesį bei nurodyti tekstinės informacijos esmę. Jei antraštė skaitytojo nesudomins, dėmesys bus neatkreiptas, o po ja esantis tekstas - neperskaitytas. Analizuojant 15 publikacijų, dėmesys bus kreipiamas į antraštes bei jų retoriką.

Šio tyrimo tikslas – suklasifikuoti turimus duomenis, apibendrinant juos į stambesnius informacijos blokus. T. y. ištirti spaudoje vykdomą komunikaciją apie Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto veiklose dalyvaujančius vyresnius žmones, atskleidžiant ir išskiriant komunikuojamus aktyvaus senėjimo bruožus.

Kaip jau minėta, kokybinė turinio analizė – tai metodas, kurio metu yra analizuojami tekstinę, vizualinę ar garsinę formą turintys duomenys. Socialiniame tinkle „Facebook“ gali būti perduodama informacija tiek tekstiniu, tiek vaizdiniu, tiek garsiniu pavidalu, tad vienoje erdvėje galima išnaudoti privalumus, kuriuos atskirai suteikia spauda, televizija ir radijas. Socialinis tinklas „Facebook“, tai komunikacinis kanalas, per kurį plėtojami žmogiškieji socialiniai ryšiai. Virtualios bendruomenės nariai kuria, publikuoja, kritikuoja, vertina ir kitaip sąveikauja su internetiniu turiniu (Tuten, 2008).

Kalbant apie **socialinio tinklo tyrimą**, kokybinės turinio analizės privalumas yra tai, jog nėra susiduriama su asmenine nuomone, kadangi analizuojami jau esantys duomenys, o ne dirbama su asmenimis, iš kurių tie duomenys tiesiogiai gaunami. Socialinis tinklas „Facebook“ yra komunikacijos kanalas, leidžiantis jame į visumą sujungti įvairias informacijos perdavimo priemones. Tradicinės komunikacijos priemonės – televizija, radijas, laikraščiai, žurnalai yra neatskiriama komunikacijos dalis, tačiau internetas pateikia kitų įvairių įrankių, kuriuos galima išnaudoti aktyvaus senėjimo komunikacijos vykdymui.

**Imtis ir organizavimas. Ekspertinio interviu** metu buvo apklausti 3 ekspertai. Šis metodas buvo panaudotas norint pateikti tikslesnę duomenų interpretaciją, analizuojant Trečiojo amžiaus universitete vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją. Sudarant tyrimo imtį buvo atsižvelgiama, kokias veiklos sritis bei organizacijas atstovauja informantai. Atrenkant informantus buvo siekiama kuo labiau atskleisti ir suprasti vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją. Ekspertai atstovavo suaugusiųjų švietimo organizacijas bei visuomenės informavimo sritis. Suaugusiųjų švietimo organizacijas atstovavo Lietuvos suaugusiųjų švietimo asociacijos pirmininkė, Marijampolės Meilės Lukšienės švietimo centro metodininkė, andragogė, o visuomenės informavimo srities atstovė – „ARVI“ valdymo įmonės Viešųjų ryšių ir personalo projektų koordinatorė (Viešųjų ryšių srityje dirba prie komunikacijos projektų).

Interviu su ekspertais buvo iš anksto suderinti, visi 3 ekspertai geranoriškai sutiko dalyvauti tyrime ir atsakyti į klausimus. Prieš atliekant tyrimą informantai buvo supažindinti su tyrimo turiniu ir tikslu. Pokalbiai su dviem ekspertais buvo įrašinėjami naudojant balso įrašymo įrangą, o vėliau interviu transkribuotas iš garso failo į tekstinį. Vienas ekspertas pageidavo į klausimus atsakinėti raštu.

Kadangi dirbu su Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto senjorais, organizuojant **fokus grupę**, keletą senjorų pakviečiau dalyvauti diskusijoje. Dalyviai buvo pakviesti savanoriškai dalyvauti diskusijoje, norint prisidėti prie atliekamo tyrimo. Į mano kvietimą atsiliepė 8 trečiaamžininkės nuo 65 iki 78 metų amžiaus. Dėl susiklosčiusių netikėtų aplinkybių, į diskusiją atvyko 5 iš jų. Visos diskusijos dalyvės buvo moterys, turinčios ne žemesnį nei spec.vidurinį išsilavinimą, yra aktyvios Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentės-senjorės, kelios yra fakultetų seniūnės (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Tyrimo dalyvių demografinės charakteristikos

Informanto Nr.	Vardas	Amžius	Išsilavinimas	Igyta specialybė	Kiek metų dalyvauja TAU veikloje	Lankomi fakultetai
1.	Jūratė	78	spec.vidurinis	Pedagogika	9	Muzika; Literatūra; Politinės diskusijos;
2.	Vida	71	aukštasis	Pedagogika	9	Muzika; Aplinkosauga;
3.	Genė	69	aukštasis	Ekonomika	6	Sveika gyvensena; Stilius ir mada;
4.	Janina	71	spec.vidurinis	Lengvoji pramonė	5	Sveika gyvensena; Psichologija;
5.	Albina	69	aukštesnysis	Ryšių telekomunikacija	8	Muzika; Stilius ir mada; Literatūra; Dvasinis tobulėjimas

Kaip jau minėta, diskusijos grupę sudarė 5 asmenys. Vykstant diskusijai išsakytos pagrindinės mintys buvo užrašomos ir apibendrinamos magnetinėje lentoje, tad diskusijos dalyviai, matydami svarbiausias mintis, galėjo jomis naudotis kaip nuorodomis. Diskusija buvo įrašinėjama naudojant balso įrašymo įrangą, o vėliau visas pokalbis transkribuotas iš garso failo į tekstinį.

Atliekant publikacijų spaudoje tyrimą, buvo naudotas spaudos leidinių **kokybinės turinio analizės metodas**. Kokybinės turinio analizės tikslas – identifikuoti informaciniame masyve tyrimui prasminius vienetus (Žydžiūnaitė, 2007). Kokybinė turinio (*content*) analizė buvo atliekama remiantis daugkartiniu teksto skaitymu, kategorijų išskyrimu bei išskaidymu į subkategorijas bei jų interpretavimu, pateikiant citatas iš teksto.

Tyrimas apėmė įvairius regioninius spaudos leidinius, daugiausiai laikraščius „Suvalkietis“ bei „Miesto laikraštis“, išleistus nuo 2012 m. spalio mėn. iki 2014 spalio mėn. Šis laikotarpis apima dvejus Marijampolės TAU mokslo metus (2012/2013 m. m. ir 2013/2014 m.m.). Laikotarpis pasirinktas atsižvelgiant į tai, kad 2012 m. buvo paskelbti Europos aktyvaus senėjimo ir kartų solidarumo metais. Norėta ištirti, kokia aktyvaus senėjimo komunikacija buvo vykdoma pasirinktu laikotarpiu Marijampolės TAU ir jo studentų-senjorų atžvilgiu.

**Tyrimo etika.** Svarbu paminėti keletą pagrindinių dalykų, kurie svarbūs tyrimo etikai. Tyrėjui svarbu laikytis nuostatos, kad „žmonės tyrimuose turi dalyvauti tik laisvanoriškai, būtina ginti jų teises, saugoti nuo galimų neigiamų padarinių.“ (Bitinas ir kt., 2008, 113). Taip pat tyrėjas turi supažindinti dalyvius su tyrimu, informuoti apie jo tikslus ir gauti sutikimą. Be to, turi būti užtikrinamas konfidencialumas bei saugoma informacija apie tyrimo dalyvius. Tyrėjas neturėtų būti šališkas ir palaikyti kurios nors pusės, nutylint tam tikrus faktus ar pabrėžiant smulkmenas. Svarbus tinkamos tyrimo metodologijos taikymas, metodai turi būti etiški. Galima pagalvoti ir apie atlygį, padėką tyrimo dalyviams, t. y. „reikiamos pagalbos suteikimas (jeigu įmanoma), neformalus išklašymas, neformalus grįžtamasis ryšys, vaišinimas užkandžiais ir gėrimais, susipažindinimas su tyrimo rezultatais, net piniginis atlyginimas“ (Bitinas ir kt., 2008, 117).

Atliekant šį mokslinį tyrimą tam tikrų tyrimo etikos principų taip pat buvo laikomasi. Kaip jau minėta, informantų dalyvavimas tyrime buvo savanoriškas, interviu įrašytas tik gavus žodinį sutikimą prieš pradėdant įrašinėti. Prieš atliekant tyrimą informantai buvo supažindinti su tyrimo turiniu ir tikslu. Taip pat visiems informantams garantuotas konfidencialumas, o pasibaigus interviu už pagalbą visiems informantams padėkota simboline saldžia dovanėle.

### **Duomenų analizė**

Tiek ekspertų, tiek fokus diskusijų grupės interviu metu gauti duomenys apdoroti, naudojant turinio (*content*) analizės metodą, gauta informacija suskirstyta į kategorijas (temas) ir subkategorijas. Šioje etape yra susipažįstama su duomenimis klausantis įrašų, keletą kartų skaitant pilnas transkripcijas, interviu metu užrašytas pastabas.

Siekiant įvykdyti išsikeltus uždavinius bei pasiekti tyrimo tikslą, duomenų analizės metu gauti duomenys interpretuoti taikant fenomenologinį analizės metodą. „Fenomenologinio požiūrio pagrindas yra žmogaus santykis su išoriniu pasauliu bei kitais žmonėmis. Jame sudėtinga problema supaprastinama į jos pamatinius elementus, sutelkiant dėmesį į tai, kas yra esminio, tikintis atskleisti racionalius principus, būtinus tiriamajam reiškiniui arba fenomenui suprasti“ (Kardelis, 2007). Taigi dėmesio centre yra ne individai, o reiškinys, kuris yra patiriamas skirtingų individų.

Norėdama pristatyti aktyvaus senėjimo komunikaciją, vykdomą Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete, naudoju asmeninio naratyvo metodą, kadangi pasakojimas apima mano jausmus, patirtis bei vertinimus. Naudojant šį metodą dažnai yra tiriami tokie individai, kurie patiria socialinę atskirtį, diskriminaciją ar yra priskiriami marginalizuotoms grupėms, ar atvirkščiai – užima svarbias pareigas, dominuojančias galios pozicijas tam tikroje socialinėje grupėje. Pasak Holman Jones (2005), autoetnografinis tyrimas turi tikslą sukelti diskusiją tarp autoriaus ir skaitytojų, siekiantis paskatinti skaitytojus veikti bei pakeisti esamą socialinę tvarką. Naudojant šį tyrimo būdą analizavau Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto aktyvaus senėjimo komunikacijos reiškinys, susiejant juos su savo patirtimi dalyvaujant šios organizacijos veikloje ir vykdomoje komunikacijoje.

Atliekant publikacijų spaudoje analizę, turinio analizės metodu daugiausiai nagrinėti laikraščiai „Suvalkietis“ ir „Miesto laikraštis“, tačiau buvo apžvelgti ir kiti pavieniai leidiniai. Analizuotos publikacijos leidiniuose, kurie išleisti nuo 2012 m. spalio mėn. iki 2014 m. spalio 1 d. Iš viso aptarta 15 publikacijų. Turinio (content) analizė yra paremta interpretacija, tad kategorijų ir subkategorijų išskyrimo procesu buvo siekta atskleisti tekste slypinčias prasmes.

## **3.2. AKTYVAUS SENĖJIMO KOMUNIKACIJOS MARIJAMPOLĖS TREČIOJO AMŽIAUS UNIVERSITETE REZULTATAI IR ANALIZĖ**

### **3.2.1. Ekspertinio interviu tyrimo rezultatai**

Kaip jau minėta, atsižvelgiant į tyrimo instrumento sudarymo metu išskirtas temas ir apžvelgus gautus duomenis, tyrimo rezultatai kategorizuojami bei analizuojami. Šiame poskyryje aptariamos ekspertų žinios komunikuojamo senėjimo visuomenėje atveju, išskiriami interviu metu paaiškėję konstruojami vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai, vykdoma aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete bei asmenų, dalyvaujančių Marijampolės TAU veiklose, apie save siunčiami pranešimai visuomenei.



Atliekant tyrimą ir vykdant interviu su ekspertais, pirma buvo aptartas vyraujantis senėjimo vaizdinys visuomenėje. Ekspertai pažymi, kad senėjimas – natūralus ir neišvengiamas procesas kiekvienam žmogui, tad pabrėžiama požiūrio į šį procesą svarba. Ekspertai išskyrė 2 subkategorijas, kurios atspindi senėjimo vaizdavimą, atsižvelgiant į retrospektyvą pasaulyje ir Lietuvoje (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Senėjimo vaizdinio retrospektyva

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai	Interviu citatos
1. Senėjimo vaizdinys visuomenėje	Senėjimo retrospektyva pasaulyje	Senėjimas neišvengiamas, tačiau teigiamas procesas	„Antikos laikais senas žmogus buvo pagarboj, jis buvo orus, turintis patirties, žmogus, kurį reikia gerbti, išmintingas. <...> tai yra išmintis. Japonų žmonės pagarbiai žiūri į savo senuosius tėvus ar senelius. Patirtis yra vertinama ir atiduodama pagarba.“ (E1)
	Senėjimo retrospektyva Lietuvoje	Senatvė įgavusi neigiamą prasmę, kaip probleminis socialinis reiškiny	„Jeigu žiūrėtume į mūsų lietuvišką retrospektyvą, aš galvoju, kad yra mažiau žiūrima, kad tai yra išminties ar orumo simbolis.“ (E1) „Lietuvoje dažniausiai vyrauja neigiama tendencija <...> turėtų po truputį ruoštiis apleisti darbo rinką, kartu ir tarsi atsisakyti aktyvaus gyvenimo ir po truputį ruoštiis pasitraukti iš socialinio būvio. <...> priešprieša tarp jauno ir seno žmogaus, kadangi tarsi senas žmogus turėtų užleisti jaunam vietą.“ (E2) „aktyvesni senatvės pavyzdžiai yra sutinkami kažkokiose pensijų batalijose, kovose dėl pensijų padidinimo, bet kad žmogus būtų akademiškai šviesus, ar veiklus, labai retai sutinkamas.“ (E2) „paplitęs įsivaizdavimas, jog senatvė, tai nuosmukio periodas“ (E3)

Iš lentelėje pateiktų teiginių ir juos iliustruojančių citatų matoma, kad senėjimas, ekspertų teigimu, ankstesniais laikmečiais pasaulyje buvo vertinamas teigiamai, per amžius įgyta žmogaus patirtis buvo labai vertinama (pvz., „Antikos laikais senas žmogus buvo pagarboj, jis buvo orus,

*turintis patirties, žmogus, kurį reikia gerbti, išmintingas.*“ (E1)). Kalbant apie Lietuvą, senatvė yra įgavusi neigiamą prasmę, ji pristatoma kaip probleminis socialinis reiškinys. Ekspertų teigimu, Lietuvoje dažniausiai vyrauja neigiama tendencija senėjimo atžvilgiu, senatvė yra nelaukiama, paplitusi nuomonė, jog tai nuosmukio periodas. Remiantis ekspertų nuomone, tam įtakos turi teigiamų aktyvių senėjimo pavyzdžių trūkumas, kadangi senatvė sutinkama kaip kova dėl pensijų padidinimo (pvz., *„aktyvesni senatvės pavyzdžiai yra sutinkami kažkokiose pensijų batalijose, kovose dėl pensijų padidinimo, bet kad žmogus būtų akademiškai šviesus, ar veiklus, labai retai sutinkamas.*“ (E2)).

Ekspertų teigimu, prie kuriamo vyresnio žmogaus vaizdo visuomenėje, daugiausiai prisideda įsišakniję stereotipai seno žmogaus atžvilgiu, mus supanti socialinė aplinka bei žiniasklaidos formuojama nuomonė ir daromas poveikis (žr. 4 lentelę). Ekspertai teigia, jog labai gajus visuomenės sąmonėje funkcionuojantys vyresnio amžiaus žmogaus vaizdinys, kad senyvas žmogus – vienišas, negalintis savimi pasirūpinti, ligotas ir socialiai izoliuotas asmuo (pvz., *„senstantis kūnas, ligos, menkesni pažintiniai gebėjimai, socialinė izoliacija, kartais net skurdas. <...> vieniši, socialiai izoliuoti, priklausomi nuo kity, kartais atsiduriantys net ant skurdo ribos.*“ (E3)). Visuomenėje vyrauja požiūris, jog senas žmogus – negatyvus, neturintis kuo užsiimti ir besirūpinantis tik sveikata asmuo. Ekspertų manymu, visuomenės nariai labai retai susiduria su vaizdiniais, kai vyresnis žmogus aktyviai leidžia laisvalaikį, mokosi ar užsiima kita veikla, todėl neigiami stereotipai visuomenės sąmonėje tokie stiprūs (pvz., *„retai galime susidurti su vaizdiniais, kai senyvas žmogus kažką veikia, aktyviai kovoja už savo teises, aktyviai leidžia laisvalaikį.*“ (E2)).

4 lentelė. Vyresnio žmogaus konstruktas visuomenėje

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai	Interviu citatos
2. Konstruojamas vyresnio žmogaus vaizdas visuomenėje	Vyraujantys stereotipai	Senas žmogus – bejėgis, vienišas ir negebantis savimi pasirūpinti	<i>„Tiesiog tai senas žmogus, kurį reikia prižiūrėti, kuriam reikia pagalbos, poilsio.“(E1) „vaizduojami kaip negatyvūs, neturintys ką veikti asmenys, daug laiko praleidžiantys namuose ir daugiau niekuo nesirūpinantys kaip sveikata, pensijomis &lt;...&gt; retai galime susidurti su vaizdiniais, kai senyvas žmogus kažką veikia, aktyviai kovoja už savo teises, aktyviai leidžia laisvalaikį.“ (E2) „senstantis kūnas,</i>

			<i>ligos, menkesni pažintiniai gebėjimai, socialinė izoliacija, kartais net skurdas. &lt;...&gt; vieniši, socialiai izoliuoti, priklausomi nuo kitų, kartais atsiduriantys net ant skurdo ribos“.</i> (E3)
	Socialinės aplinkos įtaka	Senatvės suvokimas priklauso nuo socialinės aplinkos	<i>„Jeigu tai yra labai tradicinė, žemo išsilavinimo žmonės, tai jie greičiausiai taip tą senatvę priima. Žmonės, kurie labiau išsilavinę, jei kitaip mato“</i> (E1)
	Žiniasklaidos įtaka	Stygius laidų, formuojančių teigiamą vyresnių žmonių įvaizdį; vyrauja jauno žmogaus kultas; sutinkamas politinės komunikacijos kontekste; seni žmonės – vaistų vartotojai; formuoja neigiamą išlaikytinių ar naštos visuomenei įvaizdį;	<i>„televizijoje atsiranda laidų, kur randa pagyvenusius, senesnio amžiaus žmones kaip vertybę.“</i> (E1) <i>„Žiniasklaida &lt;...&gt; turi savo tikslines grupes ir jeigu mes skaitome tik kažkokius vienus leidinius, tai ten matome jauno kultą &lt;...&gt; ką mes matome per televizorių, kad žmogus palieges ir jam reikia tik vaistų, tik pas daktarą nuolat eiti, tas įvaizdis yra stiprinamas.“</i> (E1) <i>„žiniasklaida ir daro vieną iš pagrindinių įtakų visuomenėje.“</i> (E2) <i>„vaistų reklamose per TV arba plakatuose.“</i> „per dažnai girdime, kad valstybei brangiai kainuoja išlaikyti pensininkus“ „<...> rečiau vaizduojami kaip linksmi, energingi, besidžiaugiantys gyvenimu“ (E3)

Ekspertų teigimu, kokio nors socialinio reiškinių suvokimas visuomenėje priklauso nuo žmogų supančios socialinės aplinkos. Tai galioja ir senatvės socialinio reiškinių suvokimui, pabrėžiama, kad požiūris į senatvę ir vyresnį žmogų ypač priklauso nuo šeimos, kadangi šeima – pagrindinis socialinis institutas (pvz., *„Jeigu tai yra labai tradicinė, žemo išsilavinimo žmonės, tai jie greičiausiai taip tą senatvę priima. Žmonės, kurie labiau išsilavinę, jei kitaip mato“* (E1)).

Tyrimo rezultatai rodo, kad konstruojant vyresnio žmogaus vaizdą, visuomenei labai didelį poveikį daro žiniasklaida. Tiek televizijos laidos, tiek spausdintinė žiniasklaida, siunčia žinią, kad

vyresnis žmogus ligotas – ja reikia vaistų, kad jis vienišas, silpnas – jam reikia pagalbos ir globos. Ekspertų teigimu, televizijoje yra stygius laidų, orientuotų į vyresnės kartos žiūrovą. Prie nuomonės formavimo prisideda ir tai, kad dažnai laidoms sąmoningai yra parenkami stereotipiniai herojai, norint suformuoti tam tikrą nuomonę (pvz., „dažnai tie patys senyvi žmonės, iš kurių imama interviu, yra atrenkami ir naudojami tarsi supriešinti visuomenei“). (E3))

Taip pat ekspertai pastebi, kad vaizdiniai, iliustruojantys linksma, energingą, aktyvų ir besidžiaugiantį gyvenimu vyresnio amžiaus žmogų, žiniasklaidoje yra sutinkami retai. Pastebimas akcentuojamas jauno žmogaus kultas, o senyvo amžiaus žmonės dažniausiai pozicionuojami kaip valstybės išlaikomi pensininkai. Ekspertai teigia, kad nuolat kalbant apie didėjančią krūvį pensijų sistemai ir sveikatos apsaugai, neretai atsiranda susipriešinimas tarp kartų. Tai išprovokuoja vyresnio amžiaus žmonių reakciją: „arba jie griebiasi gynybos puldami ir kaltindami viską aplinkui arba tyliai atsitraukia ir pasineria į pasyvų gyvenimą, pateisindami susiformavusius stereotipus.

Kalbant apie aktyvaus senėjimo komunikaciją Trečiojo amžiaus universitete, ekspertai pabrėžia, kad aktyvaus senėjimo idėja keičia požiūrį į vyresnį žmogų teigiama linkme (žr. 5 lentelę). Ekspertų teigimu, aktyvaus senėjimo dėka yra formuojamas kitoks požiūris į senėjimą bei vyresnio amžiaus žmogaus teigiamas pozicionavimas. Tai tarsi atsvara vyraujantiems senėjimo reiškinių neigiamiems stereotipams (pvz., „<...>iš Europos ateinančios „aktyvaus senėjimo“ idėjos davė sėkmingą rezultatą. Tai formuoja požiūrį, kad į senėjimą reikia žiūrėti truputį kitaip.“ (E1)).

5 lentelė. Aktyvaus senėjimo komunikacija TAU

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai	Interviu citatos
3. Aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės TAU	Aktyvaus senėjimo idėja	Kintantis požiūris į senėjimą; Neigiamų stereotipų atsvara;	„<...>iš Europos ateinančios „aktyvaus senėjimo“ idėjos davė sėkmingą rezultatą. <...> Tai formuoja požiūrį, kad į senėjimą reikia žiūrėti truputį kitaip.“ (E1) „kuriamas aktyvios senatvės vaizdas <...> įvardijami, kaip išminties šaltiniai <...> aktyvus, prasmingas gyvenimo būdas“ (E3)
	Kuriamas kitoks pagyvenusio žmogaus vaizdinys	Teigiamas vyresnio žmogaus pozicionavimas	„Smalsūs, nenorintys sėdėti namuose, ieškantys bendravimo, turintys noro ir jėgų daryti kažką kitam gera, pasidalinti su kažkuo.“ (E1)
	TAU vykdoma teigiama komunikacija	Aktyvaus senėjimo idėjos sklaida; Pozityvaus reiškinių kūrimas; Formuoja vyresnio	„Trečiojo amžiaus universitetui siūlo žmonėms būti aktyviais net ir tada, kai jie sensta.“ (E1) „tai yra ypatingai pozityvus reiškinys ir ypatingai naudingas komunikacijai.“ „Trečiojo

	žmogaus vaizdinį; Aktyviai vykdoma komunikacija;	<p><i>amžiaus vaidmuo formuojant vyresnio amžiaus žmogaus vaizdinį yra pozityvus ir visada neša žinutę, kad vyresnis žmogus gali kurti, gali veikti, kad jis gali komunikuoti ir nenori būti „nurašytas“ už visuomenės ribų. &lt;...&gt; Marijampolėje ši veikla yra labai ryški, labai išvystyta ir labai matoma.“ (E2) „senyvas žmogus, tai yra aktyvus žmogus, aktyviai veikiantis įvairiuose renginiuose ir kartais netgi aktyvesnis nei jaunimo organizacijų atstovai.“ „&lt;...&gt; komunikacija yra labai stipri“ „&lt;...&gt; logotipą gali sutikti įvairių renginių plakatuose, komunikacijoje, skrajutėse, padėkose“ (E2) „Trečiojo amžiaus universitetai &lt;...&gt; kuria kitokį pagyvenusio žmogaus vaizdinį.“ „TAU veikloje naudojamos pakankami įvairios komunikacijos priemonės, tai: reklama, „atvirų durų dienos“, publikacijos, vieši pasisakymai, parodos, dalyviams projektuose“ (E3)</i></p>
TAU dalyvių transliuojamas pranešimas	TAU dalyviai – aktyvūs, gyvybingi, nenorintys būti nuošalyje	<p><i>„nepriklausomai nuo to, kad mūsų amžius yra vyresnis, mes esam asmenybės, mes esame tokie pat žmonės turintys savo vidinį gyvenimą ir savo tikslus šiame gyvenime.“ (E1) „&lt;...&gt; tai aktyvus senjoras, kuris nori veikti, kuris gali veikti ir kuris, netgi, kviečia ir kitus veikti. Apibendrinus galima sakyti, kad naudojama vieninga žinutė skirtingais komunikacijos kanalais“ (E2) „bendravimas su bendraminčiais – tai vaistas, kuris padeda išgyventi. Čia galima prasmingai leisti laiką, t.y. bendrauti tarpusavyje, dalintis patirtimi, palaikyti vieni kitus, sportuoti, dalyvauti saviveikloje, keliauti.“ (E3)</i></p>

Ekspertų teigimu, Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas (trumpinys – TAU) - ypatingai pozityvus reiškinys mieste ir ypatingai naudingas vykdant aktyvaus senėjimo komunikaciją. Marijampolės TAU vykdoma komunikacija formuoja teigiamą nuomonę apie vyresnio amžiaus žmogų ir praneša, jog vyresnis asmuo yra pajėgus mokytis, yra aktyvus ir pilnavertis

visuomenės narys, norintis prasmingai leisti laiką (pvz., „*Smalsūs, nenorintys sėdėti namuose, ieškantys bendravimo, turintys noro ir jėgų daryti kažką kitam gera, pasidalinti su kažkuo.*“ (E1)).

Marijampolėje Trečiojo amžiaus universiteto veikla yra labai ryški, išvystyta ir matoma. Miesto bendruomenėje TAU komunikacija daro didelį poveikį ne tik tarp vyresnių žmonių, bet ir jaunimo tarpe ir suformavusi nuomonę, kad senyvas žmogus - aktyvus asmuo, aktyviai veikiantis įvairiuose renginiuose (pvz., „*universiteto logotipą gali sutikti įvairių renginių plakatuose, komunikacijoje, skrajutėse, padėkose*“ (E2))

Interviu su ekspertais metu paaiškėjo, kad Marijampolės TAU komunikacijai yra naudojama ne viena komunikacinė priemonė (pvz., „*TAU veikloje naudojamos pakankami įvairios komunikacijos priemonės, tai: reklama, „atvirų durų dienos“, publikacijos, vieši pasisakymai, parodos, dalyvavimas projektuose*“ (E3)). TAU komunikacijai aktyviai naudojama internetinė svetainė, susieta su socialinio tinklo „Facebook“ paskyra, kas palengvina pasiekiamumą bei išplečia auditorijos ratą. Ekspertų teigimu, Trečiojo amžiaus universitetas, kaip organizacija, turi stiprų komunikacijos paketą, jį dažnai sutinkama spausdintinėje žiniasklaidoje, yra sutinkama internetinėje žiniasklaidoje, taip pat atsirado socialiniame tinkle, kur ją gali matyti įvairaus amžiaus grupės, kas yra labai svarbu. Šiomis priemonėmis visuomenei yra transliuojama žinia, kad vyresnio amžiaus žmogus nenori būti nuošalyje ar socialiai izoliuotas. Jis prasmingai leidžia laiką, t.y. mokosi, dalinasi patirtimi, bendrauja, sportuoja, keliauja bei dalyvauja įvairiose veiklose.

Ekspertai pabrėžia, kad aktyvaus senėjimo idėja keičia požiūrį į vyresnį žmogų teigiama linkme. Jų nuomone, aktyvaus senėjimo dėka yra formuojamas kitoks požiūris į senėjimą bei vyresnio amžiaus žmogaus teigiamas pozicionavimas. Tai tarsi atsvara vyraujantiems senėjimo reiškinių neigiamiems stereotipams. Marijampolės TAU vykdoma komunikacija formuoja teigiamą nuomonę apie vyresnio amžiaus žmogų ir praneša, jog vyresnis asmuo yra pajėgus mokytis, yra aktyvus ir pilnavertis visuomenės narys, norintis prasmingai leisti laiką. Miesto bendruomenėje TAU komunikacija daro didelį poveikį ne tik tarp vyresnių žmonių, bet ir jaunimo tarpe ir suformavusi nuomonę, kad senyvas žmogus - aktyvus asmuo, aktyviai veikiantis įvairiuose renginiuose.

Apibendrinus ekspertų interviu paaiškėjo, kad aktyvaus senėjimo komunikacijai naudojamos įvairiausios priemonės, kuriomis siunčiama vieninga žinutė, kad Trečiojo amžiaus universiteto studentas, tai aktyvus senjoras, kuris nori ir gali veikti. Galima sakyti, kad naudojama integruota komunikacija – skirtingais komunikacijos kanalais siunčiama vieninga žinutė apie aktyvumą vyresniame amžiuje.

### 3.2.2. Sutelktos (fokus) grupės diskusijos tyrimo rezultatai

Kadangi fokus grupės pagrindinis uždavinys buvo sužinoti Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto dalyvių nuomonę aktyvaus senėjimo komunikacijos klausimais, noriu pristatyti su tuo susijusius rezultatus. Atsižvelgiant į tai, kad kokybiniuose tyrimuose duomenis teikia 5 informantai, šiame darbe atsakiusių nuomonės žymimos I raide, prirašant informanto skaičių, pvz., I1 – pirmas informantas (-ė). Sutelktos grupės tyrimo rezultatus pristatysiu aptardama kiekvieną tyrimo metu diskutuotą temą (kategoriją).

Dominuojantys senėjimo ir vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai visuomenėje. Tyrimo metu paaiškėjo, kad požiūris į senėjimą ir vyresnius žmones bėgant laikui kito, tačiau visuomenėje formuojamas vaizdinys labiau neigiamas nei teigiamas (žr. 6 lentelę).

6 lentelė. Vyresnio žmogaus vaizdavimas visuomenėje

Kategorija	Subkategorija	Pagrindiniai teiginiai	Interviu citatos
<b>Dominuojantys senėjimo ir vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai visuomenėje</b>	1. Neigiamas senėjimo vaizdavimas visuomenėje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kintantis požiūris senėjimo atžvilgiu;</li> <li>• Neigiamo požiūrio vyravimas;</li> </ul>	<p>„kai vaikas buvau, tai senas žmogus buvo ypatingoj pagarboj, seni tėvai visada turėjo vaikus, atsakingus už jų gyvenimą iki pat mirties.“ (I1)</p> <p>„požiūris į šeimą, į seną žmogų, pagarbą, sakyčiau, kad pairo“ (I1)</p>
	2. Vyresnio amžiaus žmogaus nugalimas visuomenėje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyresnio žmogaus nuvertinimas;</li> </ul>	<p>„jis nėra jau taip gerbiamas, nėra atsižvelgiama į jo poreikius. Labai mažai dabar vaikai, jie kažkaip dabar, tik anūkus prižiūrėk.“ (I3)</p> <p>„anksčiau vyresni žmonės mums buvo pavyzdys, o dabar jau ne“ (I3)</p> <p>„Priklauso kaip tas žmogus vyresnis save pateikia. Jeigu jis pateikia, kad nori būt prie jaunesnių, tai jis ir atitiks tą požiūrį.“ (I4)</p>
	3. Vienpusiškas senėjimo ir vyresnių žmonių vaizdavimas žiniasklaidoje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Žiniasklaidos kuriamas vyresnių žmonių vienpusiškumas;</li> <li>• pateikiami stereotipiniai bruožai</li> <li>• aukštinamas jauno žmogaus</li> </ul>	<p>„gali taip sakyti, kad mus vienpusiškai parodo. Sakysim, ir žiniasklaida labiausiai rodo, kaip ašarodamas senukas verkia sakydamas, kad savaitę laiko pas mane niekas nebuvo ir aš valgau tik tai, ką man atnešė.“ (I1) „Tik jaunas gali būti protingas, tik jaunas gali pasakyti kažką svarbaus, o vat šitie žmonės jau lyg ir yra visuomenės pakrašty.“ (I1) „Nu bet nėra tų laidų gerų, yra tokių laidų, kurių aš</p>

		kultas; • televizijos laidos daugiausiai orientuotos į jaunesnio amžiaus žmones; • vyresnis žmogus nugalinamas;	<i>niekada nežiūriu. Apie tuos senelius, apie tuos pagalbos šauksmus.“ (I2) „iš tikrųjų, tai pensininkai gyvena gerai. Mes užmiršom tuos jaunos, kurie turi šeimas, kurie turi mažus vaikus.“ (I5) „Taip, ir pensininkai turi pastovų tą pinigėlį, kurį gaus kiekvieną mėnesį. O kiek yra jaunų šeimų, kurios nežino ar ką gaus.“ (I1)</i>
--	--	---	--

Atsižvelgiant į diskusijos metu išsakytas mintis, galima teigti, jog visuomenėje senėjimas turi labiau neigiamą atspalvį. Jei ankstesniais laikais senatvė buvo priimama kaip natūralus, neišvengiamas procesas, o vyresni žmonės ne tik šeimoje, bet ir visuomenėje buvo gerbiami už patirtį, laikyti pavyzdžiais, tai dabar šios nuostatos yra pakitę. Informantų teigimu, dabartinei visuomenei trūksta pagarbos ir pakantumo vyresnio amžiaus žmonių atžvilgiu (pavyzdžiui, „*kai vaikas buvau, tai senas žmogus buvo ypatingoj pagarboj, seni tėvai visada turėjo vaikus, atsakingus už jų gyvenimą iki pat mirties.*“ (I1)). Informantų teigimu, dažnai yra užmirštami vyresnių žmonių poreikiai. Visuomenėje vis dar vyrauja įsitikinimas, kad močiutės ir seneliai privalo būti namuose ir rūpintis vaikaičiais (pvz., „*jis nėra jau taip gerbiamas, nėra atsižvelgiama į jo poreikius. Labai mažai dabar vaikai, jie kažkaip dabar, tik anūkus prižiūrėk.*“ (I3)).

Vykstant diskusijai, buvo išsakyta ir kitokia mintis. Viena iš tyrimo dalyvių mano, jog tai, kaip visuomenė mato vyresnį žmogų, priklauso nuo to, kaip jis save pateikia (pvz., „*Priklauso kaip tas žmogus vyresnis save pateikia. Jeigu jis pateikia, kad nori būt prie jaunesnių, tai jis ir atitiks tą požiūrį. O jeigu jis norės save nuvertinti, kad man niekas nepatinka, tas man netinka, tai jis ir netiks tada.*“ (I4)). Informantės nuomone, atitinkamą įvaizdį visuomenėje formuoja žmogaus apsirengimas. Ne veltui sakoma, kad apranga, tai savotiška žmogaus vizitinė kortelė. (pvz., „*O seniau tai būdavo, žinot, rūbai, apranga padarydavo tą žmogų vyresnį ir senesnį. O dabar jau mūsų amžių paėmus, tai mes rengiamės tikrai jaunatviškiau*“ (I4)).

Prakalbus apie komunikaciją, vykdomą žiniasklaidos vyresnio amžiaus žmonių atžvilgiu, dauguma informančių nusprendė, kad vyresnis žmogus vaizduojamas vienpusiškai ir stereotipiškai (pvz., „*gali taip sakyti, kad mus vienpusiškai parodo. Sakysim, ir žiniasklaida labiausiai rodo, kaip ašarodamas senukas verkia sakydamas, kad savaitę laiko pas mane niekas nebuvo ir aš valgau tik tai, ką man atnešė.*“ (I1)). Kalbant apie žiniasklaidos kuriamą vyresnio žmogaus vaizdą, galima sakyti, jog dažniausiai kuriamas vienišo, ligoto, negebančio savimi pasirūpinti vyresnio amžiaus žmogaus vaizdas. Pažymima, jog šiuolaikinėje visuomenėje yra garbinamas jauno žmogaus kultas, todėl vyresnio amžiaus žmonės yra tartum nustumti į užribį (pvz., „*Tik jaunas gali būti protingas, tik*



jaunas gali pasakyti kažką svarbaus, o vat šitie žmonės jau lyg ir yra visuomenės pakraštys.“ (I1)). Taip pat informantės pastebėjo, jog laidų, kuriančių teigiamą senyvo žmogaus vaizdą yra labai mažai (pvz., „Nu bet nėra tų laidų gerų, yra tokių laidų, kurių aš niekada nežiūriu. Apie tuos senelius, apie tuos pagalbos šauksmus.“ (I2)). Apskritai, informantės mano, jog dauguma laidų yra orientuotos į jaunus žmones, o laidų, kurios būtų aktualios vyresniems žmonėms, beveik nėra (pvz., „Sakysim, galėtų būti senjorų kažkoks disputų vakaras, pasišnekėjimas kažkoks, kad ir tose pačiose laidose nebūtų šitas jauno žmogaus kultas, garbinimas tiktai jauno. Tik jaunas gali būti protingas, tik jaunas gali pasakyti kažką svarbaus, o vat šitie žmonės jau lyg ir yra visuomenės pakraštys.“(I1)).

Kalbant apie visuomenėje vykdomą komunikaciją vyresnio amžiaus žmonių atžvilgiu išsiaiškinta, jog žiniasklaidoje ir televizijoje senyvas žmogus dažniau yra pateikiamas iš neigiamos pusės. Išaiškėjo, kad žiniasklaida dažniausiai senyvą žmogų pateikia kaip ašarojantį, vienišą senuką, kuriam reikalinga globa ir pagalba. Visuomenėje dominuojantis jauno žmogaus kultas ir jauno žmogaus poreikiai nustumia į šalį vyresnius.

**Dominuojantys vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete** (toliau - trumpinys TAU). Išsiaiškinus visuomenėje vyraujančius vaizdinius apie vyresnio amžiaus žmones, svarbu išsiaiškinti, kokie žmonės dalyvauja Marijampolės TAU veikloje (žr. 7 lentelę). Yra žinoma, jog Marijampolės TAU, tai nevyriausybinė, neformalųjį suaugusiųjų ugdymą vykdanči organizacija. Šiame universitete žmonės gali rinktis net iš 15 fakultetų – 15 skirtingų sričių, kurios atitinka įvairius žmonių poreikius.

7 lentelė. Konstruojamas vyresnių žmonių vaizdas Marijampolės TAU

Kategorija	Subkategorija	Pagrindiniai teiginiai	Interviu citatos
<b>Dominuojantys vyresnio amžiaus žmonių vaizdiniai Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete</b>	1. Teigiamas TAU lankančių vyresnių žmonių įvaizdis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nesenstantis, energingas, jaunatviškas;</li> <li>• Akcentuojamas žmogaus kuriamas įvaizdis apie save;</li> <li>• Nuolat dalyvaujantys įvairiose veiklose</li> </ul>	<p>„Norintis viską žinoti, smalsus.“ (I3)</p> <p>„jeigu jis dar yra aktyvus, jeigu jis dalyvaujantis, besišypsantis, linksmas, tai man jis visada atrodo jaunas.“ (I5)</p> <p>„Čia žmogus ateina pasitempęs, stengiasi atrodyti gerai, gražiai, pasišukavęs“ (I1)</p>
	2. Kontrastas tarp žiniasklaidos kuriamo ir TAU lankančių	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Save įvardina dominuojančia visuomenės grupe;</li> <li>• TAU žmonės gyvena</li> </ul>	<p>„Man tai toks vaizdinys, kad mes elitas.“ (I1)</p> <p>„Man tai toks vaizdas, kad mes tai gyvenam su tikslu, turim savo tikslą, kažkur einam</p>

	vyresnių žmonių įvaizdžio	produktyviai;	<i>produktyviai ir gyvendami pilnakraujį visuomeninį gyvenimą.</i> “ (I1)
--	---------------------------	---------------	---

Informantės, paklaustos apie tai, koks žmogus yra lankantis Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetą, vieningai atsakė, kad nesenstantis. Jų manymu, žmonės, lankantys TAU, neatitinka žiniasklaidos ir stereotipų konstruojamo vyresnio žmogaus vaizdo. Vyresnio amžiaus žmonės, dalyvaujantys TAU veikloje, yra apibūdinami kaip energingi, jaunatviški, smalsūs (pvz., *„jeigu jis dar yra aktyvus, jeigu jis dalyvaujantis, besišypsantis, linksmas, tai man jis visada atrodo jaunas.*“ (I5)). Pabrėžiamas, kad yra svarbus savęs pateikimas, apie save kuriamas įvaizdis (pvz., *„aš kai atėjau, aš pasižiūrėjau į savo drabužius ir pagalvojau, kad mano nei vienas drabužis netinka į Trečiojo amžiaus universitetą. Čia žmogus ateina pasitempęs, stengiasi atrodyti gerai, gražiai, pasišukavęs“* (I1)).

Lankantis Marijampolės TAU žmogus yra veiklus ir aktyvus, moterys juokavo, kad per veiklą gausą nėra kada net sirgti (*„Užmirštantis savo ligas, negandas. Sirgt nėra kada, nes parlėkei namo, tai greit viską padarei, padarei, padarei, ligonį apklostei ir jau aš išeinu.*“ (I2)). Taip pat informantės pastebi, jog TAU studentai-seniorai nemėgsta skūstis savo gyvenimu, jų manymu, tai bruožas žmonių, kurie neturi užimtumo (pvz., *„Ir lankančios tai nėra bambeklės. Pavyzdžiui, mano draugė – viskas jai negerai, viskas jai blogai. Tai aš jai sakau, tu eik, pasiklausyk...Per daug jai laisvo laiko.*“ (I3); *„Na tai bamba, nes neužsiima niekuo.*“ (I2)).

Kalbant apie žiniasklaidos ir Trečiojo amžiaus universiteto vykdomą komunikaciją, informantės vienbalsiai nusprendė, kad skirtumas tarp jų yra didelis. Kaip jau minėta anksčiau, žiniasklaida kuria labiau neigiamą ir stereotipais grįstą vyresnio amžiaus žmogaus vaizdą, kai tuo tarpu Trečiojo amžiaus universitete konstruojamas aktyvaus vyresnio žmogaus vaizdas. Viena iš informančių mano, jog žmonės, lankantys TAU priklauso aukštesnei, dominuojančiai visuomenės grupei (pvz., *„Man tai toks vaizdinys, kad mes elitas.*“ (I1)).

Informantės pabrėžė, jog trečiaamžininkai, kaip ir jaunesni žmonės, gyvena pilnavertį socialinį gyvenimą ir kad jie nėra vieniši ar izoliuoti (pvz., *„Man tai toks vaizdas, kad mes tai gyvenam su tikslu, turim savo tikslą, kažkur einam produktyviai ir gyvendami pilnakraujį visuomeninį gyvenimą.*“ (I1)). Taip pat informantės pasakoja, kad TAU studentai-seniorai ne tik aktyviai dalyvauja užsiėmimuose, bet ir daug keliauja. Jų nuomone, keliaujant ne tik daug sužinai, pamatai, bet ir užmezgi naujus ryšius, o bendrauti vyresniam žmogui yra labai svarbu (pvz., *„kelionės visos yra labai gerai, nes suartina žmones. Pasėdėt reikia autobuse pusę valandos ir jau žmogus apie žmogų viską žino.*“ (I2)).

Kalbant apie vyresnių žmonių aktyvumą Trečiojo amžiaus universitete ir norint pasiekti tyrimo tikslą, reikia išsiaiškinti kokia yra vykdoma **aktyvaus senėjimo komunikacija Trečiojo amžiaus universitete**. Siekiant sužinoti TAU vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją, informančių buvo paklausta kaip save pateikia TAU studentai-seniorai (žr. 8 lentelę).

8 lentelė. TAU aktyvaus senėjimo komunikacija

Kategorija	Subkategorija	Pagrindiniai teiginiai	Interviu citatos
<b>Aktyvaus senėjimo komunikacija Trečiojo amžiaus universitete</b>	TAU studentų-seniorų savęs pateikimas kaip aktyvaus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktyvus dalyvis visuomeniniame gyvenime;</li> <li>• šiuolaikiškas, mokantis naudotis informacinėmis technologijomis;</li> <li>• noriai dalyvaujantys įvairiose iniciatyvose;</li> </ul>	<p>„mes turim veiklos, turim užsiėmimų, mes turim ėjimų, mes turim minčių, darbų milijoną, tai va, mes ir nesenstam“ (I2);</p> <p>„Užmirštantis savo ligas, negandas. Sirgt nėra kada.“ (I2) „Šokius mokinamės iš interneto.“ (I2) „Taip, mokomės, ten žingsniai, šokio judesiai.“ (I5)</p> <p>„Iniciatyvos vykdomos, pvz., lapų grėbimas, akcijos, dalyvavimas renginiuose.“ (I3)</p>
	Internetinėje erdvėje ir žiniasklaidoje vykdoma komunikacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internetinė svetainė;</li> <li>• „Facebook“ portalas</li> <li>• Laikraščiai</li> </ul>	<p>„Kiekvienas renginys aprašytas, kas vyks pranešta, skelbimai, informacija.“ (I3)</p> <p>„Taip, aprašyti renginiai, kur vyko, nuotraukos sudėtos.“ (I5) „kitų miestų laikraščiai rašo apie mus. Pavyzdžiui, Klaipėdos „Vakarų ekspres“ parašė apie mūsų folkloro festivalį ir labai mus išgyrė.“ (I2) „Ji įtakos miestui turi, intelektualiniam miesto įvaizdžiui, Marijampolės TAU turi labai didelės įtakos.“ (I1) „Aktyvaus visuomeniško, šiuolaikinio miesto įvaizdį kuria.“ (I1)</p>
	Komunikuojamas teigiamas pranešimas ir jo gavėjai	Siunčiama žinutė, jog TAU senioras yra: aktyvus; smalsus; dalyvaujantis; nesenstantis; atsakingas; linksmas; Pranešimas adresuojamas visiems, kad pamatyti, jog	<p>„jeigu jis dar yra aktyvus, jeigu jis dalyvaujantis, besišypsantis, linksmas, tai man jis visada atrodo jaunas.“ (I5)</p> <p>„mes gyvenam pilnavertį gyvenimą. Kaip ir jaunesni žmonės.“ (I1) „Man tai malonu, kad mes galime kažką padaryti, padėti. Esame socialiai atsakingi.“ (I5)</p> <p>„Pagyvenusių žmonių užimtumo centras“ (I5) „Mes norime būti aktyviais ir pastebėtai.“ (I3)</p>

		Marijampolės senjorai gyvena pilnavertį gyvenimą ir nėra atskirtyje;	
--	--	---	--

Pirmiausia senjorės paminėjo, kad TAU studentai-senjorai yra aktyvūs visuomeninio gyvenimo dalyviai, noriai dalyvaujantys įvairiose organizuojamose akcijose ir iniciatyvose (pvz., *„mes turim veiklos, turim užsiėmimų, mes turim ėjimų, mes turim minčių, darbų milijoną, tai va, mes ir nesenstam“* (I2); *„Iniciatyvos vykdomos, pavyzdžiui, lapų grėbimas, akcijos, dalyvavimas renginiuose.“* (I3)). Viena informantė piktinosi, jog žmonės, nelankantys Trečiojo amžiaus universiteto, nesinaudoja progomis turiningai praleisti laiką (pvz., *„Ir man dar, kai pasako, kad mieste nėra renginių, tai žinokit, labai nesmagu ir pikta. Nu pikta, tikrai. Tik jūs eikit, žiūrėkit, renginių ir nemokamų, visokių.“* (I2)).

Tyrimo metu paaiškėjo, kad TAU studentai-senjorai jaučiasi reikalingi, jiems gera, kad dalyvaudami įvairiose akcijoje gali prisidėti prie gerovės kūrimo bei parodyti, kad yra ne tik aktyvūs, bet ir socialiai atsakingi (pvz., *„Man tai malonu, kad mes galime kažką padaryti, padėti. Esame socialiai atsakingi.“* (I5)).

Taip pat informantės teigia, kad yra šiuolaikiškos ir nevengia naudotis informacinėmis technologijomis, kai kurios internete ne tik naujienas skaito, bet ir susiradę specialius video mokosi naujų šokio žingsnelių (pvz., *„Šokius mokinamės iš interneto. Mudvi su Albinuke, kad šokam tai.“* (I2); *„Taip, mokomės, ten žingsniai, šokio judesiai.“* (I5)).

Apie senjorų aktyvumą Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete galima išgirsti ne tik iš universiteto studentų-senjorų. Naujienas apie TAU dalyvių aktyvumą galima paskaityti ir laikraščiuose, internetinėje svetainėje bei socialiniame tinkle „Facebook“. Paklaustos apie internetinę svetainę, informantės teigė, jog svetainėje apie vykčius užsiėmimus, vykdomus projektus ir kitas veiklas informacijos visada galima rasti (pvz., *„Kiekvienas renginys aprašytas, kas vyks pranešta, skelbimai, informacija.“* (I3)

*„Taip, aprašyti renginiai, kur vyko, nuotraukos sudėtos.“* (I5)). Apie senjorų aktyvumą liudija ir Marijampolės TAU „Facebook“ paskyroje nuolat įkeliami įrašai apie vykstančius renginius ar kitas veiklas. Senjorės džiaugiasi, kad šio socialinio tinklo pagalba apie jų veiklas sužinos daugiau žmonių, ypač senjorų vaikai ir anūkai, kurie yra aktyvūs „Facebook“ vartotojai. Beje, šio socialinio tinklo vartotojai yra ir Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentai-senjorai.

Informantės džiaugiasi, kad apie Marijampolės TAU senjorus ir vykdomas veiklas viešina ne tik vietinė žiniasklaida, bet ir kitų miestų laikraščiai (pvz., *„kitų miestų laikraščiai rašo apie mus.“*

*Pavyzdžiui, Klaipėdos „Vakarų eksprese“ parašė apie mūsų folkloro festivalį ir labai mus išgyrė. Parašė, kad yra labai geras ir didelis renginys. Mus labai išgyrė. Ir „Kauno tiesoj“ buvo. Apie Aleksoto dvaro šventę rašė.“ (I2)).*

Informantės mano, jog vykdoma aktyvaus senėjimo komunikacija prisideda ne tik prie vyresnių žmonių, bet ir prie miesto įvaizdžio kūrimo (pvz., *„Ji įtakos miestui turi, intelektualiniam miesto įvaizdžiui, Marijampolės TAU turi labai didelės įtakos.“* (I1); *„Aktyvaus visuomeniško, šiuolaikinio miesto įvaizdį kuria.“* (I1)).

Apibendrinant diskusiją, informantės patvirtino, jog savo aktyviu dalyvavimu TAU veiklose vyresnio amžiaus žmonės visuomenei nori pranešti, jog jie yra aktyvūs, smalsūs, dalyvaujantys įvairiose veiklose ir dėl to nesenstantys (pvz., *„jeigu jis dar yra aktyvus, jeigu jis dalyvaujantis, besišypsantis, linksmas, tai man jis visada atrodo jaunas.“* (I5)). Marijampolės TAU senjorai visuomenei siunčia žinutę, jog jie gyvena pilnavertį gyvenimą ir nenori būti atskirtyje (pvz., *„Mes norime būti aktyviais ir pastebėtais.“* (I3)). Viena informantė, vertindama aktyvaus senėjimo komunikaciją, Marijampolę pavadino *„Pagyvenusių žmonių užimtumo centru“* (I5), o tai patvirtina faktą, kad Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete veiktos ir užimtumo netrūksta.

### **3.2.3. Kokybinė publikacijų spaudoje turinio analizė**

Kokybinė turinio analizė – tai metodas, kurio metu yra analizuojami tekstinę, vizualinę ar garsinę formą turintys duomenys. Kokybinė turinio analizė padeda identifikuoti temines kategorijas, kurių pagrindu yra pateikiamas sisteminis tiriamo reiškinių vertinimas. Taikant šį metodą dėmesys yra kreipiamas į kalbą, šaltinių reprezentaciją, metaforas, vizualinius elementus. Antraštės taip pat yra labai svarbus elementas. Anot R. Marcinkevičienės (2008), antraštės yra svarbi dienraščių dalis, pirmojo plano akcentas (p. 175). Pagrindinė antraštės funkcija - atkreipti skaitytojo dėmesį bei nurodyti tekstinės informacijos esmę. Jei antraštė skaitytojo nesudomins, dėmesys bus neatkreiptas, o po ja esantis tekstas - neperskaitytas. Analizuojant publikacijas, dėmesys bus kreipiamas į antraštes, jų retoriką bei aktyvų senėjimą patvirtinančius teiginius.

Pasirinktu laikotarpiu, 2012 m. spalio 1 d. – 2014 m. spalio 1 d., buvo publikuota 15 pranešimų apie Marijampolės TAU senjorus bei jų veiklą. Daugiausiai aktyvaus senėjimo komunikacijos tema publikacijų pateikta Marijampolės apskrities laikraštyje „Suvalkietis“ bei savaitiniame Marijampolės miesto laikraštyje „Miesto laikraštis“. Pateiktoje lentelėje (žr. 9 lentelę) matoma pagrindinė informacija, publikuotų aktyvaus senėjimo komunikacijos Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete pranešimų, pasirinktu laikotarpiu.

9 lentelė. Publikacijos spausdintiniuose leidiniuose TAU tematika

Eil. Nr.	Antraštės pavadinimas	Laikraščio pavadinimas	Pagrindinė straipsnio mintis	Teksto citata
1.	Prezidentė sveikino norinčius žinoti žmones	Miesto laikraštis (2012 10 02)	Norintys žinoti, mokytis, bendrauti, pavyzdys visuomenei	„Esate gražiausias pavyzdys, kaip galima burti žmones, kurie nori žinoti, mokytis ir bendrauti. Būdami aktyvūs, jūs stipriate bendruomenę ir pilietiškumą.“
2.	Išskirtinė šventė Trečiojo amžiaus universitete	Suvalkietis (2012 10 04)	Marijampolės TAU senjorai – veiklūs, aktyvūs, geras pavyzdys;	Dalia Grybauskaitė pagerbusi Marijampolės senjorus – vieną veikliausių, įdomiausiai dirbančių pagyvenusių žmonių bendruomenių Lietuvoje. <...> „matydama Marijampolėje tiek žmonių – šimtus, siekiančių žinių, esančių gražius pavyzdžiu ir savo šeimoms, ir visai bendruomenei“.
3.	Dalindamiesi, bendraudami turtėjame	Suvalkietis (2012 10 18)	Dalyvaujantys savanorystės projektuose (Grundtvig)	„Nebe pirmi metai bendraujama <...> su užsienio šalių senjorais – bendrų projektų dėka TAU veikloje atsirado naujų galimybių ir dar daugiau įvairovės.“
4.	Gausios šeimos didelių vaikų Kalėdos	Suvalkietis (2012 12 22)	Socialiai jautrūs, geranoriški	„Tądien salėje globos namų gyventojai dalijosi Trečiojo amžiaus universiteto moterų jiems atvežtas dovanas.“
5.	„Mamų skrynioje“ telpa visų gerumas	Suvalkietis (2013 01 08)	Socialiai atsakingi, geranoriški	„Skrynelę šventiškomis dovanomis, skirtomis mažiausiems bendruomenės nariams, jau papildė <...> bei viešnios iš Marijampolės TAU.“
6.	NVO atstovų susitikimas – šuolis į metų darbus	Marijampolės laikraštis (2013 01 11)	Aktyvūs visuomeniniame gyvenime, savanoriaujantys	„Trečiaamžininkai“ aktyvūs ir miesto viešame gyvenime – dalyvauja įvairiose labdaros ir paramos akcijose, turi savanorių.
7.	TAU atstovai bendravo su viceministrais	Suvalkietis (2013 04 09)	Aktyvūs, norintys žinoti;	„<...> socialinės apsaugos ir darbo ministerijoje (SADM) lankėsi Marijampolės TAU atstovai“
8.	Pagerbti Hipokrato pasekėjai	Suvalkietis (2013 05 02)	Žvalūs, aktyvūs, kūrybingi;	„<...> Marijampolės TAU Muzikos fakulteto studentai, renginio metu savo dainomis, šokiais ir literatūriniais skaitymais įrodė, kad ir brandaus amžiaus žmogus gali būti žvalumo, kūrybingumo pavyzdys.“
9.	Bendrujų kompetencijų mokymai trečiojo	Suvalkietis (2013 06 27)	Norintys mokytis, tobulėti	„mokymus <...> pagal pilietinio ir finansinio suaugusiųjų švietimo, teisinio bei kompiuterinio raštingumo, sveikos gyvensenos ir meninio ugdymo

	amžiaus asmenims			<i>mokymo(si) modulius“</i>
10.	Universiteto senjorų idėja praverstų verslininkams	Miesto laikraštis (2013 09 13)	Optimistiški, besidomintys įvairiomis sritimis	<i>„Daugelis senjorų galynėjasi su sunkiomis ligomis, bet tai nekliudo optimistiškai žvelgti į gyvenimą, domėtis politika, kultūros naujienomis, rasti naujų pomėgių“.</i>
11.	Įėjimas – tik su gera nuotaika	Suvalkietis (2013 10 03)	Aktyvūs, bendraujantys, norintys naujų žinių	<i>„&lt;...&gt; gausiai rinkosi tie, kam nesinori sėdėti tarp keturių sienų ir leisti dienas „besiklausant, kur skauda“, kaip nuolat teigia pajutusieji ne tik naujų žinių, bet ir bendravimo atnešamą džiaugsmą.“</i>
12.	Kolegijos studentai susidraugavo su TAU nariais	Suvalkietis (2013 10 22)	Bendravimas tarp kartų, aktyvumas	<i>„Marijampolės kolegijos ESDF Kultūros ir sporto vadybos I kurso studentai suorganizavo renginį Marijampolės TAU nariams &lt;...&gt; Renginio pavadinimas „Judėsio su šypsena diena“ įpareigojo ne tik visus aktyviai judėti, bet ir plačiai šypsotis.“</i>
13.	Šviesi popietė prisimenant Vinčą Kudirką...	Suvalkietis (2013 12 19)	Aktyvūs, talentingi, domisi įvairiomis sritimis	<i>„&lt;...&gt; sukaktis ne tik prisiminė, bet ir gražiai paminėjo Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto Muzikos fakulteto bendruomenė.“</i>
14.	Nuo bado ir šalčio	Miesto laikraštis (2013 12 20)	Dalyvaujantys akcijose, projektuose	<i>„Projektas „Pagalba skurstantiems – karštas maistas“ &lt;...&gt; projekto geradariais per pastaruosius trejus metus tapo vietos ūkininkai, Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas...“</i>
15.	LR kontrolieriui marijampoliečiai beveik nesiskundžia	Suvalkietis (2014 01 23)	Norintys žinoti, tobulėti, aktyvūs	<i>„Kontrolierius susitiko su vietinės valdžios atstovais, dalyvavo susitikime su TAU Teisės fakulteto studentais-senjorais“.</i>

Iš lentelėje pateiktų duomenų matoma, kad publikacijose komunikuojama keletas pagrindinių pranešimų aktyvaus senėjimo Marijampolės TAU atžvilgiu. Atsižvelgiant į publikacijas, galima išskirti pagrindinius publikacijų turinio komunikuojamus bruožus, iliustruojančius konstruojamą aktyvaus senjoro vaizdą:

- Aktyvus, veiklus;
- Norintis tobulėti, žinoti;
- Dalyvaujantis akcijose bei projektuose;
- Talentingas;
- Socialiai jautrus bei atsakingas.

Anot R. Marcinkevičienės (2008), antraštės - labai svarbi dalis, pirmojo plano akcentas (p.175). Pagrindinė antraštės funkcija - patraukti skaitytojo dėmesį bei pateikti esminę teksto informaciją. Keletas lentelėje pateiktų straipsnių antraščių tiesiogiai informuoja, kad tekste bus rašoma apie norinčius žinoti, aktyvius, besimokančius vyresnio amžiaus žmones (pvz., „*Prezidentė sveikino norinčius žinoti žmones*“, „*Išskirtinė šventė Trečiojo amžiaus universitete*“, „*Bendrujų kompetencijų mokymai trečiojo amžiaus asmenims*“, „*TAU atstovai bendravo su viceministrais*“).

Yra nemažai straipsnių, kurių antraštės patraukia dėmesį, tačiau jose tiesiogiai Trečiojo amžiaus universiteto senjorai neminimi, tačiau pati antraštė informuoja, kokio pobūdžio turinio galima tikėtis. Pavyzdžiui, straipsnio antraštėje „*Dalindamiesi, bendraudami turtejame*“ tiesiogiai nenurodoma aktyvi trečiojo amžiaus asmenų veikla, tačiau turinys atskleidžia Marijampolės TAU senjorų veiklumą, aktyvų dalyvavimą tarptautiniame Grundtvig savanorystės projekte.

Straipsnių „*Gausios šeimos didelių vaikų Kalėdos*“, „*Mamų skrynioje*“ telpa visų gerumas“ bei „*Nuo bado ir šalčio*“ turinyje yra minimas Marijampolės TAU vardas. Straipsniai atskleidžia, kad Marijampolės TAU senjorai gyvena aktyvų visuomeninį gyvenimą, jiems nėra svetimos socialinės problemos. TAU studentai-senjorai yra aktyvūs socialinių akcijų dalyviai bei iniciatoriai (pvz., „*Tądien salėje globos namų gyventojai dalijosi Trečiojo amžiaus universiteto moterų jiems atvežtas dovanas.*“; „*Skrynelę šventiškomis dovanomis, skirtomis mažiausiems bendruomenės nariams, jau papildė <...> bei viešnios iš Marijampolės TAU.*“).

Vietinės spaudos publikacijose Marijampolės TAU senjorai pateikiami kaip veiklūs, besimokantys asmenys bei aktyvūs akcijų dalyviai. Straipsniuose atskleidžiamas bendravimas tarp kartų (pvz., „*Kolegijos studentai susidraugavo su TAU*“), noras bendrauti, išreikšti save, publikacijoje „*Pagerbti Hipokrato pasekėjai*“ atskleidžiamas senjorų meniškumas bei kūrybiškumas (pvz., „*<...> Marijampolės TAU Muzikos fakulteto studentai, renginio metu savo dainomis, šokiais ir literatūriniais skaitymais įrodė, kad ir brandaus amžiaus žmogus gali būti žvalumo, kūrybingumo pavyzdys.*“).

Daugelis straipsnių komunikuoja Marijampolės senjorų aktyvumą ir įvairiapusiškumą. Pavyzdžiui, straipsnyje „*Išskirtinė šventė Trečiojo amžiaus universitete*“ TAU įvardinamas kaip „*viena veikliausių, įdomiausiai dirbančių pagyvenusių žmonių bendruomenių Lietuvoje*“. Publikacijose atskleidžiamas senjorų noras bendrauti, mokytis, įgyti žinių, akcentuojamas aktyvus dalyvavimas projektinėse veiklose bei įvairiose akcijose. Įvairiapusiškumą iliustruoja Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentų-senjorų bendravimas ir bendradarbiavimas su jaunesniąja karta, domėjimosi sričių įvairovė ne tik dalyvaujant mokymuose (pvz., „*mokymus <...> pagal pilietinio ir finansinio suaugusiųjų švietimo, teisinio bei kompiuterinio raštingumo, sveikos*



*gyvensenos ir meninio ugdymo mokymo(si) modulių*“), bet ir dalyvaujant susitikimuose su įvairių institucijų atstovais (straipsniai „TAU atstovai bendravo su viceministrais“, „LR kontrolieriui marijampoliečiai beveik nesiskundžia“).

Reikia paminėti, kad svarbios ne tik publikacijų antraštės, bet ir vizualiniai elementai. Anot Sturken ir Cartwright (2001), vaizdai kuria reikšmes. Kalbant apie analizuotų publikacijų vizualinius elementus – daugiausiai straipsniai iliustruoti fotografijomis.

Fotografija suvokiama kaip tikrovės atspindys, kadangi fotoaparatas tiksliai užfiksuoja bei objektyviai perteikia realybę (Sturken ir Cartwright, 2001). Nuotraukos – tai vizualinė komunikacija, pranešanti atitinkamą žinią. Anot V. Urbono (2007), fotografijoje užfiksuotas vaizdas tiksliai informuoja skaitytojus apie konkretų įvykį (p. 62).

Pastebima, kad publikacijos, atskleidžiančios aktyvaus senėjimo komunikaciją, daugiausiai iliustruotos nuotraukomis, darytomis atitinkamo renginio metu. Straipsnius „Prezidentė sveikino norinčius žinoti“, „Išskirtinė šventė Trečiojo amžiaus universitete“ iliustruojančiose fotografijose įamžinta pilna senjorų Kultūros centro salė, „Šviesi popietė prisimenant Vincą Kudirką...“ – užfiksuoti TAU bendruomenės nariai bei moterų vokalinis ansamblis, kurie atliko minėjimo programą, „Gausios šeimos didelių vaikų Kalėdos“ – įamžinti globos namų gyventojai su TAU senjorais bei atvežtomis dovanomis. Žiūrėdamas į nuotrauką, skaitytojas netiesiogiai dalyvauja iliustruojamame įvykyje.

Apibendrinant galima sakyti, kad analizuotuose straipsniuose labiausiai akcentuojamas Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto senjorų aktyvumas, veiklumas, noras žinoti bei tobulėti įvairiose srityse. Remiantis publikacijomis, galima teigti, kad yra vykdoma aktyvi komunikacija, pabrėžianti Marijampolės TAU senjorų aktyvų dalyvavimą įvairiuose projektuose bei akcijose. Visuomenei siunčiama žinia, kad senjorai yra besimokantys, smalsūs, bendraujantys ir bendradarbiaujantys su įvairiomis bendruomenėmis vietiniu bei tarptautiniu lygmenimis.

### **3.2.4. Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto puslapio socialiniame tinkle „Facebook“ turinio analizė**

„Facebook“ savo veiklą pradėjo 2004 m. vasarį ir buvo skirtas tik studijuojantiems Harvardo universitete. Vėliau prie socialinio tinklo buvo leista prisijungti ir kitų JAV universitetų studentų bendruomenėms, o po kurio laiko ir įvairių įmonių darbuotojams ir organizacijų nariams. Po poros metų „Facebook“ socialinis tinklas tapo laisvai prieinamu plačiajai visuomenei. Socialiniame tinkle profilius kuria ne tik individualūs asmenys, vis dažniau „Facebook“ užsiregistruoja ir juridiniai asmenys – įmonės bei organizacijos.

Šioje tyrimo dalyje atlikta Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto puslapio socialiniame tinkle „Facebook“ turinio analizė. Marijampolės TAU Lietuvoje gyvuoja jau 10-us metus. Ši neformalaus suaugusiųjų švietimo nevyriausybinė organizacija vienija daugiau nei 700 vyresnio amžiaus asmenų bendruomenę. Marijampolės TAU aktyvaus senėjimo komunikacija vykdoma ne tik tradicinėmis priemonėmis - spaudoje ar televizijoje. Komunikacija vykdoma ir internetinėje erdvėje – organizacija turi savo internetinę svetainę bei puslapį socialiniame tinkle „Facebook“.

Aktyvaus senėjimo komunikacija šiame socialiniame tinkle pradėta vykdyti 2014 m. rugsėjo 1 d. „Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas“ „Facebook“ puslapyje turi 272 gerbėjus („draugus“). Apsilankius Marijampolės TAU „Facebook“ puslapyje pirmiausia dėmesį atkreipia viršelio nuotrauka. Joje įamžinti Marijampolės TAU Muzikos fakulteto organizuoto Tarptautinio senjorų folkloro muzikos festivalio dalyviai (žr. Priedas Nr. 4). Iš nuotraukos galima susidaryti vaizdą, jog TAU senjorai aktyvūs, veiklūs, muzikalūs, bendraujantys ir bendradarbiaujantys ne tik su Lietuvos, bet ir užsienio organizacijų nariais. Kiek žemiau, po puslapio pavadinimu matoma puslapio kategoriją – Nevyriausybinė organizacija. Tai iš karto atskleidžia organizacijos nepriklausomybę nuo valdžios, savanoriškumą, siekį tarnauti visuomenės labui.

Taip pat dėmesį atkreipia organizacijos logotipas. Amerikiečių mokslininkas D. E. Carter (1982) teigia, kad organizacijos logotipas yra organizacijos identitetas. Logotipas visuomenę supažindina su organizacija ir daro ją išskirtinę. Logotipas „TAU“ gali būti interpretuojamas įvairiai: kaip tiesiog universiteto pavadinimo sutrumpinimas arba auditorijai siunčiantis žinią, jog universitetas yra skirtas Tau, kad žinios, bendravimas, patirtys, emocijos yra adresuojamos Tau. Kaip teigė Marijampolės TAU direktorė O. Sakalauskienė, trumpinys TAU išreiškia universiteto tikslą – „viskas, kas daroma – skirta, tau mielas mano senjore“.

Vykdamas aktyvaus senėjimo komunikaciją reikia išsiaiškinti, kam ši komunikacija skirta. Identifikavus puslapio gerbėjų auditoriją matoma, kad ji pakankamai įvairi ir apimanti kelias žmonių grupes. Puslapio gerbėjai („draugai“) yra tiek senjorai, tiek jaunesnio amžiaus žmonės. „Facebook“ pagrindinis tikslas – socialinių santykių tarp žmonių palaikymas. Vykdamas aktyvaus senėjimo komunikaciją socialiniame tinkle yra pasiekiamos naujos, kitais kanalais sunkiai prieinamos auditorijos.

Viena iš tokių – jaunimas, kuris tradicines žiniasklaidos priemones naudoja vis mažiau. Socialiniuose tinkluose užsiregistravę tūkstančiai jaunų žmonių, jiems virtualus bendravimas yra labai svarbus, todėl šis virtualus socialinis tinklas suteikia galimybę pasiekti šiuos žmones ir vykdyti aktyvaus senėjimo komunikaciją jiems priimtinu kanalu. Marijampolės TAU gerbėjų puslapis „Facebook“ socialiniame tinkle sujungia savo narius į bendruomenę ir suteikia geras galimybes dalytis informacija bei diskutuoti apibrėžtame vartotojų rate.

Suformuota žinutė socialiniame tinkle gali būti perduodama įvairiomis komunikacijos priemonėmis. Analizuojant puslapyje vykdomą aktyvaus senėjimo komunikaciją, matoma, jog pagrindinės informacijos perdavimo priemonės socialiniame tinkle „Facebook“ yra nuotraukų galerija, įvairios nuorodos, įvykiai bei užrašai. Peržvelgus visą įvykių istoriją pastebima, kad per mėnesį puslapyje yra patalpinama apie 20 įvairių pranešimų (rugsėjį – 18, spalį – 20, lapkritį – 23, gruodį – 20).

Dominuojanti yra *vizualinė informacija* – nuotraukos, vaizdai. Daugiausiai į puslapį yra keliamos įvykusių užsiėmimų nuotraukos, paskaitų akimirkos, išvykų, ekskursijų vaizdai. *Teksto yra mažai*, matoma, kad tekstus kuria ne profesionalai, o patys Marijampolės TAU bendruomenės nariai. Į puslapį talpinamos nuotraukos ir trumpi komentarai iliustruoja labai įvairius senjorų užsiėmimus. Nuotraukų albumuose galima rasti žinomų lektorių vestų paskaitų akimirkas, vykusių kelionių nuotraukas, taip pat įamžintas akimirkas dalyvaujant įvairiuose mokymuose, projektuose ar kitokiuose užsiėmimuose. Šie vaizdai siūnčia informaciją, jog Marijampolės TAU senjorai labai veiklūs žmonės ir domisi įvairiomis sritimis.

Puslapio laiko juostoje dažnai skelbiama kas vyksta universitete realiu laiku. Tai labai patogiu, kadangi puslapio gerbėjai sužino, kas organizacijoje tuo metu vyksta, galima greita reakcija, grįžtamasis ryšys. „Facebook“ puslapio privalumas tas, kad skelbimą galima įvertinti spaudžiant „Patinka“, galimas greitas grįžtamasis ryšys komentuoju, išreiškiant nuomonę, pastebėjimus, mintis. Galima ir dalintis pateikta informacija. Pastebima, gerbėjų puslapio laiko juostoje galima rasti ne tik informaciją apie organizacijai svarbius įvykius. Čia įkeliamos nuorodos iš oficialios Marijampolės TAU svetainės, keliamos partnerių nuorodos, tačiau bendrosios informacijos, kuri

galėtų būti įdomi, aktuali ir naudinga ne tik TAU senjorams, bet ir kitiems puslapio gerbėjams, yra beveik neskelbiama.

Apibendrinant, galima teigti, jog „Facebook“ socialiniame tinkle Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto puslapio gerbėjų („draugų“) auditorija yra mišri, tačiau pastebima, kad tai daugiau jaunesnio amžiaus žmonės. Tik maža dalis senjorų yra susikūrę asmeninius profilius. Nors socialinis tinklas „Facebook“ populiariesnis jaunesnių žmonių tarpe, tačiau Marijampolės TAU gerbėjų puslapyje, pagal paspaudimo „Patinka“ skaičių, aktyviau dalyvauja profilius turintys vyresni žmonės.

„Facebook“ Marijampolės TAU gerbėjų puslapyje formuojama žinutė, jog TAU studentai-senjorai yra įdomiai ir turiningai leidžiantys laiką aktyvūs visuomenės nariai. Iš vizualinės medžiagos – nuotraukų, matoma, jog jie šoka, dainuoja, domisi įvairiomis sritimis – menais, literatūra, politika, aplinkosauga. Tai iliustruoja įkeltos užsiėmimų nuotraukos, kuriose įamžintos užsiėmimų bei kelionių akimirkos. Puslapyje aktyvaus senėjimo komunikacija yra vykdoma vizualinėmis priemonėmis pranešant apie vykčius renginius bei užsiėmimus, kuriuose dalyvavo Marijampolės TAU senjorai. Tekstinės informacijos pateikiama mažai, nebent trumpai aprašant vykčius renginius. Matoma, jog bendrosios informacijos, kuri būtų aktuali ne tik senjorams, skelbiama labai mažai, dominuoja tik Marijampolės TAU veiklos viešinimas.

Virtuali erdvė turi daug privalumų, suteikia organizacijai daugiau galimybių bendraujant su TAU bendruomenės nariais bei kitomis auditorijomis. Vykdam aktyvaus senėjimo komunikaciją internetinių socialinių tinklų dėka atsirado galimybė masiniu būdu keisti asmeninius individų įsitikinimus apie senėjimą bei vyresnio amžiaus žmones ir atskleisti aktyvaus senėjimo idėją. Tačiau „Facebook“ yra tik papildomas įrankis aktyvaus senėjimo komunikacijai vykdyti, todėl siekiant efektyvumo yra derinamas su kitais komunikacijos kanalais, tokiais kaip internetinė svetainė, spauda, televizija.

### **3.2.5. Autoetnografinis tyrimas**

Aš esu Neformalaus suaugusiųjų mokymo koordinatore, kasdien susiduriu su vyresnio amžiaus žmonėmis, Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto studentais-senjorais. Parengti šį poskyrį inspiravo 2 faktoriai. Pirmasis faktorius, lėmęs parengti šį autoetnografinį tyrimą yra tai, kad būdama magistro baigiamojo darbo autore turiu asmeninį ryšį su tyrimo objektu. Antrasis veiksnys, tai noras visuomenei pranešti, kad Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto veiklose dalyvaujantys žmonės griauna nusistovėjusius mitus bei stereotipus apie vienišą, ligotą, dejuojantį ir

nesavarankišką vyresnio amžiaus žmogų ir kuria naują požiūrį. Visuomenė turi pamatyti kitokią senjorą – orų, gyvybingą, šokantį, dainuojantį, gebantį bendrauti ir pozityviai žvelgiantį į gyvenimą. Būtent šios aplinkybės lėmė apsisprendimą pasidalinti patirtimi, dalyvaujant vyresnio amžiaus žmonių neformalaus švietimo organizavime.

Prieš ateinant į šią neformaliojo suaugusiųjų švietimo organizaciją, buvau susipažinusi su mokymosi visą gyvenimą koncepcija bei girdėjusi apie užsienyje aktyvia veikla užsiimančius senjorus, tačiau mano nuomonė apie senėjimą ir vyresnio amžiaus žmones buvo labiau neigiama nei teigiama. Buvau paveikta stereotipų bei žiniasklaidos konstruojamo senyvo žmogaus vaizdavimo. Dažniausiai gatvėje, parduotuvėje ar bažnyčioje sutikti senyvo amžiaus žmonės atitiko nusistovėjusius stereotipus: atrodė ligoti, apatiški, vieniši, negalintys savimi pasirūpinti. Buvo akivaizdu, kad jiems reikalinga pagalba, globa bei dėmesys. Be to, matydama šiuos žmones vaistinėse ar poliklinikos eilėse, net nepagalvodavau apie jų gebėjimus naudotis internetu ar mobiliuoju telefonu. Atrodė, jog jų poreikiai, atsižvelgus į reklamas ar televizijos laidas, yra tik sauja vaistų ir didesnė pensija. Tačiau pradėjus dirbti Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete šie vaizdiniai pasikeitė ir įgavo teigiamą prasmę.

Norėčiau išskirti keletą dalykų, atskleidžiančių vyresnių žmonių veiklumą ir aktyvaus senėjimo komunikaciją, kuriuos pastebėjau per 3 metus (vienerius metus savanorystės ir dvejus metus darbo), dalyvaujant Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto gyvenime.

Visų pirma, noriu paminėti, kad pradėjus karjerą Marijampolės TAU, mane stebino kiekvienas dalykas, kadangi tai, ką pamačiau, neigė visas mano nuostatas. Pirmas nustebinęs dalykas – **appranga**. Niekada negalvojau, jog moterys, sulaukusios garbaus amžiaus, tiek dėmesio skiria savo išvaizdai. Yra sakoma, jog apranga – savotiška vizitinė kortelė, tad tiek moterų, tiek vyrų apranga visada tvarkinga, solidi. Pastebėjau, kad moterys nevengia kosmetikos (juk įprasta, jog makiažas – jaunoms), į užsiėmimus atvyksta pasipuošusios, kadangi TAU paskaitos joms – savotiška išėiga, pramoga. Universitetą lankantys vyrai taip pat nustebino savo solidumu bei galantiškumu. Marijampolės TAU senjorų kuriamas įvaizdis sako, jog jie – nėra apsileidę. Atvirkščiai, yra ne tik pasitempę, brandūs, solidūs ir elegantiškai, bet ir šiuolaikiški.

Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas **savo veiklą vykdo jau 10-tus metus**. Faktas, kad universiteto veikla tęsiasi jau daug metų, įrodo, jog žmonėms reikalinga vieta, kur galėtų save išreikšti. Išėję į pensiją ir netekę darbo asmenys nenori būti izoliuotais. Visą gyvenimą dirbę ir užsiimdavę įvairiomis veiklomis žmonės, sulaukę pensinio amžiaus ieško terpės, kurioje galėtų patenkinti savo socialinius poreikius, kur galėtų aktyviai bei produktyviai leisti laiką. Amerikiečių mokslininkas Peteris Jarvis teigė - „Nuolatinis mokymasis yra modernios visuomenės simbolis ir

tikrovė“ (Jarvis, 2001). Tuo įsitikinau bendraudama su TAU studentais-senjorais ir supratau, jog gyvenimas su išėjimu į pensiją nesibaigia, žmonės nori bendrauti, save išreikšti, keliauti ir mokytis visą savo gyvenimą.

Aktyvių senjorų skaičius Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete yra nemažas (žr. 10 lentelę). Lentelėje pateikti duomenys rodo, kad nuo pirmųjų mokslo metų iki 10-ųjų, TAU studentų-senjorų skaičius padidėjo daugiau nei 600. Matoma, kad senjorų aktyvumas dalyvaujant universiteto veikloje yra labai didelis. Šis ženklus klausytojų skaičiaus didėjimas siunčia mums aiškią žinią – vis daugiau vyresnio amžiaus žmonių aktyviai dalyvauja TAU veikloje.

10 lentelė. **Besimokančiųjų Marijampolės TAU skaičiaus kaita**

2005- 2006 m. m.	2006- 2007 m. m.	2007- 2008 m. m.	2008- 2009 m. m.	2009- 2010 m. m.	2010- 2011 m. m.	2011- 2012 m. m.	2012- 2013 m. m.	2013- 2014 m. m.	2014- 2015 m. m.
<b>137</b>	<b>255</b>	<b>482</b>	<b>687</b>	<b>711</b>	<b>731</b>	<b>798</b>	<b>844</b>	<b>783</b>	<b>745</b>

Marijampolės TAU yra 15 fakultetų – **15 skirtingų sričių, kuriomis domisi vyresnio amžiaus žmonės**. TAU mokymo turinys įvairus, o fakultetų sąrašas ilgas: Sveikos gyvensenos, Dvasinio tobulėjimo, Politinių diskusijų, Teisės, Stiliaus ir mados, Muzikos, Dailės, Užsienio kalbų ir daug kitų. Trečiojo amžiaus universitete pagal pomėgius ir poreikius žmogus pasirenka, kokius fakultetus nori lankyti. Ką tai sako? Jog vyresnio amžiaus žmonės yra įvairiapusiški, besidomintys įvairiais dalykais, norintys atnaujinti žinias ir prisitaikantys prie spartaus šiuolaikinio gyvenimo tempo.

Trečiojo amžiaus universitetą lanko brandaus amžiaus žmonės, dauguma už mane vyresni 40-50 metų. Tačiau nepaisant amžiaus, jie **stebina noru išmanyti informacines technologijas bei noras išmokti užsienio kalbų**. Pabendravusi su TAU senjorais sužinojau, jog daugelio vaikai ir anūakai yra užsienyje, todėl vienintelis būdas su jais susisiekti – elektroniniai laiškai, socialiniai tinklai bei „Skype“ vaizdo ir garso skambučiai. Prieš 3 metus tikrai atvirai stebėjausi, jog tokio garbaus amžiaus žmonės puikiai naudojami kompiuteriais ir internetu, tačiau šiandien faktas, kad dalis senjorų turi profilius socialiniame tinkle „Facebook“ ir ten aktyviai reiškias, jau nebestebina. Nebestebina ir tai, kad kasmet užsienio kalbų grupės (daugiausiai anglų ir vokiečių k.) vis didėja, žmonių, norinčių išmokti ar pagilinti žinias – daugėja. Lietuvių intelektualas Tomas Venclova yra pasakęs, jog „kalbos atveria duris į kitas kultūras, o kiekviena kultūra yra įdomi ir plečia akiratį“. Pavarčiusi Marijampolės TAU senjorų kelionių albumus supratau, kad greičiausiai jie vadovaujasi šia

mintimi. Pasirodo, senjorai ne tik puikiai susitvarko su informacinėmis technologijomis, bet ir keliaudami po užsienio šalis su savo bendraminčiais panaudoja paskaitų metu įgytas užsienio kalbų žinias. Per visus universiteto 10 veiklos metų, Marijampolės TAU senjorai į pažintines ar poilsines keliones užsienio šalyse yra išvykę 39 kartus. Man tai kėlė nuostabą. Rodos, čia žmonės yra nesergantys, neturintys finansinių problemų, jie visada linksmi bei entuziastingi.

Užsienio kalbų neleidžia pamiršti ir **tarptautinis bendravimas ir bendradarbiavimas** su Lenkijos, Danijos, Vokietijos, Baltarusijos ir Latvijos senjorais. Šios veiklos siunčia žinią pačios savaime – senjorai nori bendrauti, nori plėsti akiratį, turiningai leisti laiką. Žinoma, Trečiojo amžiaus universitete yra vietos ne tik užsiėmimams ir pramogoms. Čia žmonės atskleidžia savo gerumą bei atsakingumą, jautrumą socialinėms problemoms. Senjorai nėra abejingi kitiems, o tai patvirtina ilgas sąrašas akcijų ir iniciatyvų, prie kurių Marijampolės TAU bendruomenė kasmet prisideda. Tai pagalba vieniškoms mamoms ir jų kūdikėliams (akcija „Mamų skrynia“), maisto produktai alkstantiems, megztos kepurytės vaikučiams, sergantiems onkologinėmis ligomis, visiems gerai žinoma švarinimosi akcija „Darom“ ir dar daug kitų iniciatyvų, kuriose dalyvaudami TAU studentai skelbia - mums rūpi, mes neabejingi, mes – socialiai atsakingi.

Man smagu, kad šie žmonės nori būti matomi. Yra rengiamos literatūrinės, muzikinės popietės, parodos ir koncertai, į kuriuos yra kviečiami ne tik TAU bendruomenės nariai, bet ir svečiai iš užsienio ar kitų Lietuvos miestų Trečiojo amžiaus universitetų. Kartais apie organizuojamus renginius rodo per vietinę televiziją, miestelėnai apie vykdomas veiklas gali sužinoti paskaitė laikraščius, taip pat veikla yra viešinama internetinėje svetainėje bei socialiniame tinkle „Facebook“. Čia yra talpinami senjorų rašomi straipsneliai apie įvykusius renginius, keliamos nuotraukos, kuriose įamžintos kelionių ar išvykų akimirkos bei skelbiama informacija, aktuali ir įdomi ne tik senjorams, bet ir svetainės svečiams. Senjorai tikrai nori būti matomi, jie nori, kad jų vaikai, anūakai, kaimynai ir draugai žinotų, ką šie veikia universitete, kokiomis veiklomis užsiima, kur keliauja. Jie nori, jog žmonės matytų, kad liūdėti ir nuobodžiauti nėra kada, gera iš senjorų išgirsti frazę, „vaikeli, neturiu laiko, užsiėmimai laukia“. O juk dažnas galvoja atvirkščiai.

Visuomenėje yra nusistovėję neigiami stereotipai vyresnių žmonių atžvilgiu. Kartą, sutikta buvusi klasiokė pasidomėjo, kur aš dirbu. Išgirdusi, jog dirbu Trečiojo amžiaus universitete su vyresniais žmonėmis, ji pašaipiai paklausė: „Su pensininkais? O tai jie ne kvaili?“ Tai mane labai supykė ir tik patvirtino, jog nusistovėję stereotipai yra labai gajūs. Norėdama jaunimą supažindinti su TAU vykdoma veikla, pradėjau ją viešinti socialiniame tinkle „Facebook“, kad bent dalis jaunesnių žmonių pamatytų, jog Marijampolės TAU senjorai neigia įsigalėjusius stereotipus jų atžvilgiu.

Apibendrindama tai, ką pastebėjau 3 metus dalyvaujant Marijampolės TAU veikloje, noriu pasakyti, kad faktas, jog vyresnio amžiaus žmonės lanko TAU, savaime visuomenei siunčia pranešimą - vyresni žmonės nenori būti pasyvūs gyvenimo stebėtojai. Šie senjorai laužo stereotipus ir siunčia aiškią žinią, kuria sako, jog nori aktyviai dalyvauti visuomeniniame gyvenime, turiningai leisti laiką, bendrauti ir tobulėti. Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete pamačiau kitokį seną žmogų. Net nežinau, ar galima juos vadinti senais. Chronologiškai – galbūt, tačiau šie žmonės pakeitė mano požiūrį į pagyvenusį žmogų. Dabar man vyresnis žmogus asocijuojas ne su ligomis ir vienatve, o su aktyviomis veiklomis Trečiojo amžiaus universitete, patirtimi bei troškimu gyventi pilnavertį gyvenimą.



## IŠVADOS

1. Atlikus teorinę analizę paaiškėjo, jog aktyvaus senėjimo konceptas apima ne tik ilgesnį laiką darbo rinkoje ir vėlesnį išėjimą į pensiją, bet ir mokymąsi visą gyvenimą, gebėjimus stiprinančią ir sveikatą palaikančią veiklą. Aktyvus senėjimas suprantamas kaip galimybė išreikšti save, užsiimti įdomia veikla, išmokti naujų socialinių vaidmenų, puoselėti intelektualinę energiją bei ją nukreipti į naujas sritis.

ES Komisijos iniciatyvinė grupė vyresnių žmonių aktyvumo ir sveikatos vizijoje teigia, jog aktyvus senėjimas, tai geriausias sveikatos, dalyvavimo visuomenės gyvenime ir saugumo galimybių garantas, siekiant pagerinti senstančių asmenų gyvenimo kokybę. „Aktyvumas“ reiškia ne tik buvimą fiziškai aktyviais ar dalyvavimą darbo rinkoje, bet ir nuolatinį dalyvavimą socialiniame, ekonominiame, kultūriniame, dvasiniame ir pilietiniame gyvenime (Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetas, 2012).

2. Apibendrinus tradicinę senėjimo komunikaciją, galima teigti, jog pagyvenęs žmogus vaizduojamas kaip ligotas, vienišas, nesavarankiškas žmogus, kuriam reikalinga artimųjų pagalba, globa. Senatvė siejama su įvairiomis ligomis. Taip pat yra akcentuojama mažų pajamų, skurdo problema bei vyresnių žmonių socialinė atskirtis, diskriminacija. Teigiami senatvės bruožai nėra aktyviai komunikuojami, palyginus su neigiamais senėjimo aspektais. Komunikacija aktyvaus senėjimo atžvilgiu yra mažai žinoma arba vykdoma neefektyviai.
3. Atlikus empirinio tyrimo „Aktyvaus senėjimo komunikacija Trečiojo amžiaus universitete“ analizę ir apibendrinus duomenis paaiškėjo, jog Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete yra vykdoma **integruota komunikacija** – skirtingais komunikacijos kanalais, įvairioms žmonių grupėms yra siunčiama vieninga žinutė apie aktyvumą vyresniame amžiuje.
4. Konstruojama **vieninga žinutė**, kad TAU senjoras yra aktyvus keliais aspektais: intelektualiai, fiziškai, socialiai, politiškai.

**Intelektualiai:** *aktyvus dalyvavimas paskaitose, praktiniuose užsiėmimuose, diskusijose, ekskursijose, išvykose, žinių dienoje Lietuvos aukštosiose mokyklose; taip pat susitikimuose su Seimo nariais, europarlamentarais, aktorais, kompozitoriais; parodų lankymas, dalyvavimas minėjimuose bei koncertuose.*

**Fiziškai:** *dalyvavimas fizinį aktyvumą palaikančiuose užsiėmimuose: mokosi šiaurietiško ėjimo, dalyvauja Tai Chi gimnastikoje, vandens aerobikoje bei kitokiose mankštose. Taip pat šokama bei keliaujama.*

**Socialiai:** *aktyvus savanoriškas dalyvavimas vykdomose akcijose: „Mamų skrynia“, „Vargstantiems – karšta sriuba“, „Žydintis tiltas“, „Darom“, „Spalvotas pavasaris“, „Rudeninė švara – mano miestui“. Taip pat senjorai **savanoriauja** „Suvalkijos“ pensionate, kuriame gyvena žmonės su negalia. Bendravimas su kitais Lietuvos TAU, tarptautinis bendradarbiavimas su Lenkijos Varšuvos ir Suvalkų TAU, Danijos Odensės senjorų namais, Vokietijos Anhalto senjorų akademija, Baltarusijos Gardino ir Vitebsko Aukso amžiaus universitetais ir Latvijos Rygos TAU „RASA“.*

**Politiškai:** *aktyvus domėjimasis politiniais aspektais, vyresnio amžiaus žmonės – pagrindinis elektoratas.*

5. Dominuojantys komunikaciniai kanalai - regioniniai laikraščiai „Suvalkietis“ ir „Miesto laikraštis“, internetinė svetainė bei socialinis tinklas „Facebook“. Remiantis regioninių laikraščių „Suvalkietis“ ir „Marijampolės laikraštis“ publikacijų analizės rezultatais, galima teigti, kad vykdoma komunikacija yra aktyvi, tačiau tik **informuojanti** auditoriją apie Marijampolės TAU senjorų dalyvavimą TAU veiklose. Publikacijų antraštės dažniausiai informatyvios, atskleidžiančios esmę, turinyje perteikiama aktyvaus senėjimo komunikacija Marijampolės TAU, tekstas iliustruotas nuotraukomis, darytomis atitinkamo renginio metu.
6. „Facebook“ Marijampolės Trečiojo amžiaus universiteto gerbėjų puslapyje **aktyvaus senėjimo komunikacija yra vykdoma vizualinėmis priemonėmis** pranešant apie vykusius renginius bei užsiėmimus, kuriuose dalyvavo Marijampolės TAU senjorai. **Tekstinės informacijos pateikiama mažai**, nebent trumpai aprašant vykusius renginius. Matoma, jog **bendrosios informacijos**, kuri būtų aktuali ne tik senjorams, **skelbiama labai mažai**, dominuoja tik Marijampolės TAU veiklos viešinimas.
7. Tikslinei auditorijai priskiriamos įvairios žmonių grupės, tačiau yra **ribota vietovės atžvilgiu**, apimant Marijampolės savivaldybę. Pagrindinė *dominuojanti auditorija* yra Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete besimokantys vyresnio amžiaus žmonės, tačiau tikslinės grupės priskiriami: būsiami senjorai (t.y. jaunesnio amžiaus žmonės, vidutinio amžiaus žmonės, dar neišėję į pensiją asmenys) ir kiti senjorai (išėję į pensiją, bet nedalyvaujantys TAU veikloje). Marijampolės TAU „Facebook“ puslapio gerbėjų auditorija daugiau jaunesnio amžiaus žmonės. Vyresnių žmonių tarpe populiariesnė internetinė svetainė, kadangi **tik maža dalis senjorų yra susikūrę asmeninius „Facebook“ profilius**.
8. Miesto bendruomenėje TAU komunikacija daro didelį poveikį ne tik tarp vyresnių žmonių, bet ir jaunimo tarpe. Vykdoma aktyvaus senėjimo komunikacija prisideda ne tik prie vyresnių žmonių, bet ir prie Marijampolės, kaip besimokančio miesto, įvaizdžio kūrimo. Marijampolės Trečiojo

amžiaus universitete konstruojamas netradicinis vyresnio žmogaus vaizdas. Konstruojamas oraus, gyvybingo, gebančio bendrauti, aktyviai leisti laiką bei pozityviai žvelgiančio į gyvenimą senjoro vaizdas.

## REKOMENDACIJOS

1. Literatūros analizė atskleidė, kad visuomenėje vis dar gajūs neigiami senatvės stereotipai. Siekiant susilpninti neigiamą prasmę turinčius stereotipus vyresnių žmonių atžvilgiu, siūloma stiprinti dialogą su jaunimu, skatinant bendravimą ir bendradarbiavimą tarp jaunesnės ir vyresnės kartų. Komunikacija Marijampolės TAU vykdomų veiklų atžvilgiu yra aktyvi, tačiau neakcentuojama aktyvaus senėjimo reikšmė bei šios idėjos skatinimo svarbumas.
2. Siekiant efektyvesnės komunikacijos aktyvaus senėjimo atžvilgiu Marijampolės Trečiojo amžiaus universitete, reikėtų **plėsti tikslinę auditoriją**. Aktyvios komunikacijos vykdymas socialiniame tinkle „Facebook“, leistų pasiekti platesnę auditoriją bei „Facebook“ naudojant kaip tarpininką pritraukti naujų dalyvių. Atkreipti dėmesį į būsimus „trečiojo amžiaus“ asmenims, supažindinant juos su aktyvaus, sėkmingo senėjimo gyvenimo etapu.
3. Atlikus „Facebook“ Marijampolės TAU gerbėjų puslapio analizę matoma, kad daugiausiai talpinamas turinys, aktualus TAU nariams. Rekomenduojama skelbti daugiau **bendrosios informacijos**, kuri būtų aktuali ne tik TAU senjorams, bet ir kitai auditorijos daliai.
4. Pastebėta, kad **nėra išnaudojamas socialinių tinklų interaktyvumas** – auditorija nėra aktyvi, nevyksta diskusijos. Taip pat nėra bendro puslapio gerbėjams svarbaus turinio dalinimosi. Rekomenduojama į tai atkreipti dėmesį, skatinti dalintis turiniu, diskutuoti, įtraukiant ir jaunesnės kartos auditoriją.

## LITERATŪRA

### *Knygos ir monografijos*

1. Adamonienė, R., Raupelienė A. (2008) *Žmogiškųjų išteklių vadyba*. Prieiga per internetą: <http://www.asu.lt/nm/l-projektas/zmiv/72.html> [žiūrėta 2014 m. lapkričio 2 d.]
2. Adler, R.B., Towne, N. (1990). *Looking Out Looking In*. Fort Worth, Chicago: Holt, Rinehart and Winston.
3. Aleksienė, A., Kvieskienė, G. (2013). Alternatyvių socialinių paslaugų pagyvenusiems ir seniems bendruomenės nariams poreikis Druskininkų savivaldybėje. *Socialinio darbo tyrimai ir aktualijos. Tęstinis mokslo straipsnių leidinys. 2 tomas*. Vilnius: Edukologija.
4. Almonaitienė, J. (2005). Bendravimo psichologija, *Socialinis suvokimas* (p. 58-74). Kaunas: Technologija.
5. Barry, B. (1998). *Social Exclusion, Social Isolation and the Distribution of income*. CASE Paper, CASE / 12, August. Prieiga per internetą: <http://sticerd.lse.ac.uk/case.htm> [žiūrėta 2014 m. spalio 1 d.]
6. Baršauskienė, V. (2002). *Dalykinė komunikacija*. Kauno technologijos universitetas. Kaunas: Technologija.
7. Baršauskienė, V., Almontaitienė, J., Lekavičienė, R., Antinienė, D. (2010). *Žmonių santykiai organizacijose*. Kaunas: Technologija
8. Baršauskienė, V., Janulevičiūtė-Ivaškevičienė, B. (2007). *Komunikacija: teorija ir praktika. Vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
9. Berger, P. L., Luckman, T. (1999). *Socialinės tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai. p. 27
10. Bieliūnienė, J. (2008). Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai. *Sociologinio tyrimo ataskaita*. Vilnius.
11. Bitinas, B., Rupšienė, L., Žydžiūnaitė, V. (2008). *Kokybinių tyrimų metodologija. Vadovėlis vadybos ir administravimo studentams*. Klaipėda: S. Jokučio leidykla-spaustuvė.
12. Chopra, D. (1993). *Ageless Body, Timeless Mind– A Practical Alternative To Growing Old*. Great Britain: Rider & Co. p. 66.
13. Chreptavičienė, V. (2003). *Dalykinė komunikacija organizacijoje*. Kaunas: Technologija.
14. Dromantienė, L., Česnuitytė, V. (2011). *Europos Sąjungos socialinė politika. Vadovėlis*. Vilnius: MRU Leidybos centras
15. Elving Wim J.L.,(2005). The role of communication in organisational change. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 10 Iss: 2, p. 129 – 138. Prieiga per internetą:

[http://www.academia.edu/3373719/The\\_role\\_of\\_communication\\_in\\_organisational\\_change](http://www.academia.edu/3373719/The_role_of_communication_in_organisational_change)  
[žiūrėta 2014 m. lapkričio 10 d.]

16. Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. London: Routledge. p. 40.
17. Fiske, J. (1998). *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos.
18. Giles, H., Gallois, C., (2012). *The handbook of intergroup communication*. New York, NY: Routledge.
19. Habermas, Jürgen (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
20. Hepworth, M. (2004). Images of Old Age. *Handbook of communication and aging research*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates. p. 3-31.
21. Hummert, M. L., Garstka, T. A., Ryan, E. B., Bonnesen, J. L. (2004). The role of aging stereotypes in interpersonal communication. *Handbook of communication and aging research*. Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates. p. 91-115.
22. Hummert, M. L., Nussbaum, J. F. (2001). *Intergenerational communication across the life span*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum.
23. Jakutytė K. (2012). Nevyriausybių organizacijų veiklų įgyvendinimas e. dalyvavimo aspektu . *Viešoji politika ir administravimas*. T. 11, Nr. 2, 287–301.
24. Jankūnaitė, D., Naujanienė, R. (2012). Sėkmingos senatvės prielaidos: senyvo amžiaus žmonių perspektyva. *Socialinis darbas. Patirtis ir metodai*, 10 (2), 209-232.
25. Kardelis, K. (2007). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas: Judex.
26. Kvieskienė, G. (2005). *Pozityvioji socializacija: monografija*. Vilnius: Vilniaus Pedagoginio Universiteto leidykla. p. 186
27. Lakačauskaitė, S. (2012). Organizacijos komunikacija: įvaizdžio formavimas semiotinės komunikacijos būdu. *SANTALKA: Filosofija, Komunikacija*. 2012, 20(2): 171–179.
28. Lippman W. (1997) *Public Opinion*. (1st ed., 1922). New York: Free Press Aureus.
29. Marcinkevičienė R. (2008). *Žanro ribos ir paribiai: Spaudos patirtys*. Vilnius: Versus
30. Matulionis A. V. (2003). *Sociologija*. Vilnius: Homo Liber.
31. Miežytė-Tijūšienė, J., Bulotaitė, L. (2012). Pensinio amžiaus žmonių socialinis aktyvumas bei psichologinė savijauta. *Gerontologija* 2012; 13(4):199–205
32. Mikulionienė S. (2011). Su amžiumi susiję statusai, vaidmenys ir įvaizdžiai. *Socialinė gerontologija*. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto leidyba.
33. Myers, D. (2000). *Psichologija*. Kaunas: Poligrafija ir informatika
34. Mockus, A., Žukaitė, A. (2012). Sėkmingas senėjimas: psichologinis aspektas. *Gerontologija*, 13(4). 228–234.

35. Morkevičius, V., Telešienė, A., Žvaliauskas, G. Įvadinis kursas į kompiuterizuotą kokybinių duomenų analizę, *Etnografinis tyrimas*. (2008). *LiDA Lietuvos HSM duomenų bazė*. Prieiga per internetą: [http://www.lidata.eu/files/mokymai/NVivo/KKDA\\_20080914\\_esf%27ui.pdf](http://www.lidata.eu/files/mokymai/NVivo/KKDA_20080914_esf%27ui.pdf) [žiūrėta 2014 m. lapkričio 24 d.]
36. Naujanienė, R. (2004). Socialiniai senėjimo aspektai. Večkienė N. ir kt. *Socialinė gerontologija: ištakos ir perspektyvos: mokomoji knyga*. Vytauto Didžiojo Universitetas. Socialinio darbo institutas. Kaunas: VDU leidykla.
37. Pečiulis, Ž. (2013). Sovietinės televizijos diskurso daugialypumas: oficialumo ir nuoširdumo drama. *Žiniasklaida ir komunikacija. ISSN 1392-0561 Informacijos mokslai 2013 6 3. p. 113-128*
38. Pruskus, V. (2003). *Sociologija. Teorija ir praktika*. Vilnius: Teisės ir verslo kolegija.
39. Pruskus, V. Stereotipai ir jų devizualizacija tarpkultūrinėje komunikacijoje. (2010). *Filosofija. Sociologija*. 2010. T. 21. Nr.1. p. 29-36. Vilnius: Lietuvos mokslų akademijos leidykla.
40. Puodžiūnas, V. (2013). *Viešosios komunikacijos technologijos ir inovacijos*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė.
41. Rapolienė, G. (2008). Kūnas, tapatumas ir senėjimas. *SOCIALINIS DARBAS, 2008 m. Nr. 7(1)*. Vilnius. p. 57-66.
42. Rosinaitė, V. (2010). Karjeros sampratos konstravimas Lietuvoje (daktaro disertacija, Vilniaus universitetas). *Teminių visatekščių dokumentų duomenų bazė (VDDDB)*. Prieiga per internetą: [http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2010~D\\_20100517\\_160656-53919/DS.005.0.01.ETD](http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2010~D_20100517_160656-53919/DS.005.0.01.ETD) [žiūrėta 2014 m. spalio 21 d.]
43. Sidrys, I. (2000). Komunikacijos reikšmė J. Habermaso teorijoje. *Sociologija. Mintis ir veiksmai 1-2*. p. 43-56
44. Stonkienė, M. (2012). Mokslo komunikacija: bendrieji pagrindai. Prieiga per internetą: <http://vma.esec.vu.lt/vma/mod/book/tool/print/index.php?id=20528&chapterid=843> [žiūrėta 2014 m. lapkričio 4 d.]
45. Sturken M., Cartwright L. (2001) *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford: Oxford University Press.
46. Šukelienė N. (2003). Komunikacijų reikšmė vadyboje. *Verklas, vadyba ir studijos 2002, II tomas*, p.186-191.
47. Tereškinas, A. (2011). *Vyrų pasaulis. Vyrai ir žaizdos vyriškumas Lietuvoje*. Vilnius: Baltos lankos.

48. Trakšėlysis, K. (2014). Švietimo sociologijos epistemologinės prieigos. *Filosofija. Sociologija*. 2014. T. 25. Nr.2. p. 118-125. Vilnius: Lietuvos mokslų akademijos leidykla.
49. TUTEN, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0 : Social media marketing in a web 2.0*. Praeger, Westport (Conn.), London. 202 p. ISBN 9780313352966
50. Viluckienė, J. (2010). Negalia kaip biografinis lūžis. *Sociologija. Mintis ir veiksmas*, 1 (26), 116-130.
51. Žydžiūnaitė, V. (2007). *Tyrimo dizainas: struktūra ir strategijos*. Kaunas: Technologija.

#### *Teisės aktai ir dokumentai*

52. Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Vyresnio amžiaus žmonių indėlio į visuomenės gyvenimą ir dalyvavimo jame (2012) SOC/448.
53. *Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos Ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui*. (2014). Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategijos „Europa 2020“ rezultatų apžvalga. 130 final, Briuselis, 2014 03 05. Prieiga per internetą: [http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/europe2020stocktaking\\_lt.pdf](http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/europe2020stocktaking_lt.pdf) [žiūrėta 2014 m. spalio 13 d.]
54. Lietuvos Respublikos Reklamos įstatymo pakeitimo įstatymas (Žin., 2000, Nr. 64-1937; 2002, Nr. 123-5508; 2006, Nr. 107-4046; 2008, Nr. 11-374; 2010, Nr. 79-4056; 2011, Nr. 123-5814)

#### *Internetiniai šaltiniai*

55. Bankauskienė, N. Dalykinė komunikacija. [PowerPoint skaidrės]. Prieiga per internetą: [http://info.smf.ktu.lt/Edukin/failai/studentams/bakalaurantams/Dalykine%20komunikacija/Dalykine\\_komunikacija-4\\_paskaita.ppt](http://info.smf.ktu.lt/Edukin/failai/studentams/bakalaurantams/Dalykine%20komunikacija/Dalykine_komunikacija-4_paskaita.ppt) [žiūrėta 2014 m. lapkričio 5 d.]
56. *Estetinė filosofijos legitimacija*. Institucionalizacija. Prieiga per internetą: <http://www.scribub.com/limba/lituaniana/Estetin-filosofijos-legitimaci4519142210.php> [žiūrėta 2014 m. spalio 10 d.]
57. Grigaravičiūtė, L. (1999). Prasminga senatvė skirta tik žmogui. Prieiga per internetą: [http://www.gyvybe.lt/uzgyvybe/19990203/uzg02-3\\_02.html](http://www.gyvybe.lt/uzgyvybe/19990203/uzg02-3_02.html) [žiūrėta 2014 m. rugsėjo 26 d.]
58. Jankūnaitė, D., Naujanienė R. (2012). Orus ir aktyvus senėjimas: senyvo amžiaus moters patirtis [PowerPoint skaidrės]. Prieiga per internetą: [http://www.kvb.lt/uploads/2012/konferencija\\_09\\_24/Jankunaite\\_Naujaniene.ppt](http://www.kvb.lt/uploads/2012/konferencija_09_24/Jankunaite_Naujaniene.ppt) [žiūrėta 2014 m. spalio 28 d.]

59. Komunikacijos samprata. *Interaktyvi lietuvių kalbos, literatūros (kultūros) ir Lietuvos istorijos mokymosi šaltinių duomenų bazė*. Prieiga per internetą: <http://www.saltiniai.info/index/details/377> [žiūrėta 2014 m. lapkričio 8 d.]
60. Kriščiūnas, A. (2010). *Ar civilizacija pražudys žmoniją?* [PDF skaidrės]. Prieiga per internetą: [http://www.euroi.ktu.lt/lt/images/stories/Jean\\_Monnet/a.krisciunas\\_2011\\_11\\_17.pdf](http://www.euroi.ktu.lt/lt/images/stories/Jean_Monnet/a.krisciunas_2011_11_17.pdf) [žiūrėta 2014 m. spalio 4 d.]
61. Mažeikaitė, Z. (2010). Lietuvos rašytojų sąjungos mėnraštis „Metai“, Nr. 2 (vasaris). Prieiga per internetą: <http://www.tekstai.lt/zurnalas-metai/5998-apie-senatve-> [žiūrėta 2014 m. spalio 28 d.]
62. Mendelė-Leliugienė, M. Komunikacija ir probleminių situacijų valdymas. [PDF skaidrės]. Prieiga per internetą: [http://mparkas.lt/media/user\\_files/root\\_folder/Projektai/Komunikacija.pdf](http://mparkas.lt/media/user_files/root_folder/Projektai/Komunikacija.pdf) [žiūrėta 2014 m. lapkričio 5 d.]
63. Models of communication. (2008). Open University Malaysia. Prieiga per internetą: [http://lms.oum.edu.my/e-content/OUMH1303KDP/content/24094922OUMH1303\\_OralCommunication\\_v1/OUMH1303\\_Topic1/OUMH1303\\_1\\_2.html](http://lms.oum.edu.my/e-content/OUMH1303KDP/content/24094922OUMH1303_OralCommunication_v1/OUMH1303_Topic1/OUMH1303_1_2.html) [žiūrėta 2014 m. lapkričio 15 d.]
64. Oficialios statistikos portalas. (2013). Prieiga per internetą: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tps00011&plugin=1/> [žiūrėta 2014 m. spalio 20 d.]



## PRIEDAI

Priedas Nr. 1. Intelektinį Marijampolės TAU senjorų aktyvumą iliustruojančios nuotraukos



**Priedas Nr. 2. Fizinį Marijampolės TAU senjorų aktyvumą iliustruojančios nuotraukos**



**Priedas Nr. 3. Socialinį Marijampolės TAU senjorų aktyvumą iliustruojančios nuotraukos**



## Priedas Nr. 4. Marijampolės TAU „Facebook“ gerbėjų puslapis

The screenshot shows the Facebook profile page for Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas (TAU). The page header includes the search bar with the name 'Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas' and navigation tabs for 'Puslapis', 'Veikla', 'Veiksmas', and 'Nustatymai'. The main cover image is a large group of people in traditional folk costumes. Below the cover image is the profile picture, which is the TAU logo featuring a pink flower and the letters 'TAU'. The page name 'Marijampolės Trečiojo amžiaus universitetas' and its type 'Nevyriausybinių organizacija (NVO)' are displayed. Navigation options include 'Laiko juosta', 'Apie', 'Nuotraukos', 'Reviews', and 'Daugiau'. On the right side, there is a summary section for 'ŠIA SAVAITĖ' showing 2 posts and 777 post reaches, and a 'NESKAITYTI' section showing 0 unread messages and 0 notifications. Below the profile information, there is a 'ŽMONĖS' section with a 5-star rating, 272 likes, and 46 reviews. A 'Find New Customers' advertisement is also visible. The main content area shows a post from TAU asking 'What have you been up to?' and another post from TAU dated December 31, 2014, with the text 'Paskutinė 2014 metų diena įpusėjo. Ka ožkvė mums žada 2015-aisiais?'. On the far right, there is a 'See Your Ad Here' section with a small image and text about TAU's goals.