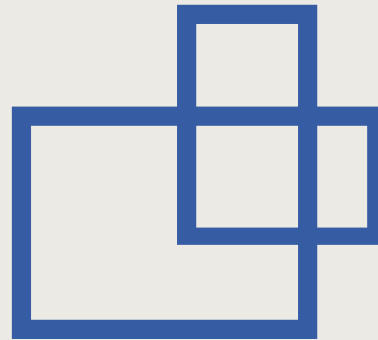


**DIDELI  
MAŽI  
EKRANAI**



Projektą  
vykdo:



Projekto  
partneris:



# MEDIJŲ RAŠTINGUMAS: GALUTINIS TIKSLAS AR BESITĘSIANTI KELIONĖ?

Kalbėdama apie raštingumą, UNESCO teigia: „Raštinga visuomenė – tai dinamiška visuomenė, diskutuojanti ir besikeičianti idėjomis. Neraštingumas, priešingai, yra kliūtis kurti geresnę gyvenimo kokybę ir netgi gali paskatinti atskirtį bei smurtą.“<sup>1</sup> Kadangi esame tarpusavyje susijusių asmenų bendruomenė, neišvengiamai didžiąją mūsų veiklų dalį sudaro tarpusavio bendravimas, keitimasis požiūriais, mintimis ir jausmais. Ko gero, daugelis sutiks, kad žmonijos komunikacija niekuomet neapsiribojo sakytine ar rašytine kalba – įvairūs nežodiniai garsai, veido išraiškos, lytėjimas, gestai visad buvo neatsiejama bendravimo dalis.

Besivystančios technologijos atvėrė dar didesnes įvairialypio bendravimo (multi-modalinės komunikacijos) galimybes: istorijas vieni kitiems pasakojame ne tik iš lūpų į lūpas, bet ir knygoje, filmuose, virtualios realybės kino kūriniuose bei kitur, reklamas matome ne tik gatvėse ar laikraščiuose, bet ir televizorių ekranuose, internete, žaidimus žaidžiame kartu, tačiau sėdėdami prie skirtingų kompiuterių, nuotraukomis, vaizdo ir garso įrašais keičiamės socialiniuose tinkluose, televizijos laidas galime stebėti internetu ir t. t. Natūralu, kad, didėjant bendravimo būdų įvairovei, raštingumo samprata irgi plečiasi, taip pat vis dažniau pradedamos vartoti medijų raštingumo ir medijų edukacijos sąvokos. Vienas iš pirmųjų tarptautinių dokumentų, kuriame paminėtas medijų edukacijos terminas, – 1982 m. UNESCO Griunvaldo deklaracija dėl medijų edukacijos.<sup>2</sup> 2008 m. rezoliuciją dėl medijų edukacijos skaitmeniniame pasaulyje paskelbė Europos parlamentas<sup>3</sup>, o 2017 m. „Penkis medijų ir informacinio raštingumo dėsnius“ apibrėžė UNESCO.<sup>4</sup> Nuo 2011 m. ES veikia Europos Komisijos medijų raštingumo ekspertų grupė, kurios vienas iš tikslų yra „atrasti, skelbti, dokumentuoti ir plėsti gerąsias medijų raštingumo praktikas“<sup>5</sup>.

Svarbu pabrėžti, kad nė viename iš paminėtų dokumentų nesiekama įtvirtinti vienintelio ir nekintančio medijų raštingumo apibrėžimo. EK medijų raštingumo ekspertų grupė netgi teigia: „medijų raštingumas“ skirtingoms valstybėms reiškia skirtingus dalykus ir suinteresuotas šalis. Be to, ši sąvoka yra dinamiška ir kintanti drauge su technologijomis bei visuomene“. Todėl, kalbant apie medijų raštingumą, yra svarbu atsižvelgti į skirtingus įvairiuose dokumentuose ir teoretikų bei praktikų darbuose ir pasisakymuose siūlomus apibrėžimus, pastebėti jų dialogą, dermę ar prieštaravimus, atsparumą laiko tėkmei. Šioje metodinėje medžiagoje, remdamiesi vienu iš labiausiai pripažintų Europos medijų raštingumo ekspertų Roberto Fergusono,

Davido Buckinghamo, Cary Bazalgette ir kitų idėjomis, medijų raštingumo sampratą suvokiame kaip asmens gebėjimą būti ir veikti pasaulyje, samprotaujant apie kitų asmenų sukurtus įvairių medijų tekstus (rašytinius, garso, judančių ir nejudančių vaizdų), kuriant ir dalinantis savaisiais. Tokiam asmeniui gebėjimas naudotis technologijomis (skaitmeninis ar technologinis raštingumas) tėra tik priemonė, padedanti kurti, skleisti, dalintis, gauti ir suvokti kitų žinutes bei kūrinius, bet ne galutinis tikslas. Tačiau medijų raštingumo taip pat neturėtume vertinti kaip baigtinio rezultato, nes tai procesas – nesibaigianti kelionė po savo ir kitų pasaulius. R. Fergusonas teigia dar griežčiau: „raštingumas turėtų būti šalutinis ugdymo proceso produktas, bet ne pagrindinis tikslas“<sup>6</sup>. Todėl turėtume ne siekti užpildyti mokinių medijų raštingumo spragas, o tiesiog kartu su jais tyrinėti mus supančią aplinką – ekranuose ir už jų. Remiantis tokia samprata, medijų raštingumą yra netgi sudėtinga suvokti tik kaip dar vieną bendrąją kompetenciją, kadangi jis yra neatsiejama komunikavimo, kultūrinio sąmoningumo, kūrybiškumo, socialinės pilietinės ir kt. bendrųjų kompetencijų dalis.

Atsižvelgiant į šiuolaikinį kontekstą, mokykla neturėtų būti vakuuminė terpė, apribota saugumo ir drausmingo elgesio instrukcijomis. Turime išdrįsti atverti jos duris kasdieniniam vaikų ir jaunimo pasauliui, kuriame itin svarbų vaidmenį atlieka audiovizualinės, judančių vaizdų medijos – tik taip kursime erdvę mokyklos ir laisvalaikio aplinkos, aukštosios ir populiariosios kultūros, skirtingų kartų ir, žinoma, mokytojo ir mokinio dialogui. Juk žinodami, iš ko renkasi mokiniai, galėsime kartu su jais aptarti ir įvardyti pasirinkimo kriterijus; tik kartu su jais žiūrėdami tai, ką žiūri jie, galėsime jiems pasiūlyti pažiūrėti ir tai, ką vertiname mes; tik lydėdami juos kūrimo procese, visi kartu atrasime naujas saviraiškos ir bendravimo galimybes. Žinoma, tai iššūkis mokytojui. Tačiau verta sau vis priminti, kad medijų raštingumas – tai ne galutinis tikslas, o besitęsianti kelionė, kurioje mokytojas yra ne visažinis gidas, bet tyrinėtojas, mokiniai – jo tyrėjų komanda, svarbiausi įrankiai – ne atsakymai, bet klausimai, o reikšmingiausi atradimai – besiplečiančios pasaulio ribos bei galybės bendrauti ir suprasti kitą.

Šią kelionę pradedame pirmiausia atkreipdami dėmesį į judančius vaizdus, kurie yra neatsiejama daugumos iš mūsų, ypač jaunimo, kasdienybės dalis, tačiau ugdymo procesuose bene labiausiai apleista, nustumta į „laisvalaikio“, „nerimto užsiėmimo“ paraštes. Siekdami sumažinti šią spragą, telkiamės į kiną, televiziją, kompiuterinius žaidimus, reklamą ir socialinius tinklus, mezgame dialogą tarp skirtingų judančių vaizdų ir kitų medijų formų. Tai darome siekdami ugdyti XXI amžiaus gebėjimus, vadovaudamiesi požiūriu, jog raštin-

gas žmogus turi gebėti ne tik skaityti ir kurti rašytinius, bet taip pat ir garso, nejudančių bei judančių vaizdų tekstus. Todėl į ugdymo programas vertėtų integruoti įvairių medijų tekstus, jų analizės bei kūrimo užduotis.

## **PROJEKTAS „DIDELI MAŽI EKRAŅAI“**

Projektą „Dideli maži ekranai. Medijų raštingumas Lietuvos mokyklose“ vykdo Britų taryba ir VŠĮ „Meno avilys“ kartu su Ugdymo plėtotės centru. Jis yra Britų tarybos kultūrinių ryšių programos, vykdomos visose trijose Baltijos šalyse, dalis.

Projektu siekiama ugdyti Lietuvos mokytojų ir vyresniųjų klasių mokinių medijų raštingumą. Ypatingas dėmesys kreipiamas į audiovizualines medijas ir mokiniams patrauklius medijų produktus (TV laidas, filmus, reklamas, kompiuterinius žaidimus, socialinius tinklus).

### **Projekto tikslai:**

- Projekte dalyvaujantiems mokytojams ir mokiniams suteikti žinių apie medijas ir ugdyti jų medijų raštingumo gebėjimus;
- Ugdyti projekto dalyvių kritinį mąstymą, komunikacinius gebėjimus ir kūrybiškumą;
- Priartinti mokymosi procesą prie kasdienės mokinių aplinkos bei pomėgių ir, atvirkščiai, išnaudoti mokinių susidomėjimą vizualiąja kultūra, sužadinant jų motyvaciją mokytis.

# METODINĖ MEDŽIAGA

## Struktūra

Projekto „Dideli maži ekranai“ metu parengtą metodinę medžiagą rekomenduojame medijų raštingumu besidominantiems formaliojo ir neformaliojo vaikų ir jaunimo ugdymo atstovams, socialiniams pedagogams, psychologams, bibliotekininkams ir kitiems. Metodinę medžiagą sudaro penkios dalys, skirtos penkioms medijų formoms ir sritims: kinui, reklamai, socialiniams tinklams, televizijai ir kompiuteriniams žaidimams. Kiekvienoje dalyje pateikiamas su konkrečia medijų sritimi trumpai supažindinantis įvadas ir dviejų atvejų analizė. (Pavyzdžiui, televizijai skirtą metodinę medžiagą sudaro įvadas, TV žinių ir TV serialo „Keisti dalykai“ analizės atvejai.) Kiekvieną atvejį lydi pamokos planas, kuriame pateikiamos mokiniams skirtos analizės ir kūrimo užduotys (atliekamos klasėje arba namuose). Nuorodas ir patarimus, kur ir kaip pasižiūrėti metodinėje medžiagoje analizuojamus kūrinius (atvejus), rasite atvejo analizės pradžioje. Kiekvienai medijų sričiai būdingi terminai yra paryškinti ir paaiškinami metodinės medžiagos žodynėlyje.

## Kaip ja naudotis?

Pasirinkus Jus dominančią medijų sritį, siūlome perskaityti su ja supažindinantį įvadą ir vieno ar dviejų atvejų analizę, taip pat peržiūrėti juose analizuojamus kūrinius. Įvadu ir atvejo analize siekiama pagilinti mokytojo žinias apie konkrečią medijų sritį ir kūrinius (atvejus), suteikti naujų idėjų jų interpretacijai ar tiesiog priminti specifines sąvokas ir pan. Atkreipiame dėmesį, kad išdėstyti visos šiose dalyse perskaitytos informacijos mokiniams nėra būtina. Atsižvelgiant į jų amžių, gebėjimą sutelkti dėmesį, pomėgius ir poreikius, siūlome mokiniams pateikti glaustą jos santrauką. Vienam atvejui rekomenduojame skirti vieną dvi pamokas. Ruošdamiesi pamokai, galite remtis kiekvieno atvejo pabaigoje pateikiamu pamokos planu, tačiau nuosekliai jo laikytis nėra būtina. Įvertinę savo klasės ypatumus, galite keisti užduočių seką, jas adaptuoti, įtraukti naujų, sukeisti klasės ir namų užduotis vietomis ir t. t. Rekomenduojame derinti analizės ir kūrimo užduotis, užtikrinant nuolatinę kūrimo ir refleksijos procesų sąveiką.

NB Medijų raštingumo pamokas rekomenduojame pradėti metodinėje medžiagoje pateikiamomis kino pamokomis. Jų metu susipažinsite su kino kalbos terminais, kurie taip pat bus itin naudingi pamokose apie kitas medijų sritis.

Linkime įdomių ir įkvepiančių pamokų. Tegul dideli ekranai tampa asmeniškai, o maži – atveria plačias minčių ir jausmų erdves.

Projekto „Dideli maži ekranai“ komanda

- 
1. <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/education-building-blocks/literacy/>
  2. [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)
  3. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-409.761+01+DOC+PDF+V0//EN&language=EN>
  4. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
  5. <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>
  6. Gutiérrez Martín, Alfonso; Hottmann, Armin. Democracy, Multimedia Literacy and Classroom Practice. Mondial Verlag, 2002, p.11.

# TELEVIZIJA



Metodinę medžiagą parengė:  
Gintė Žulytė  
Dr. Lina Kaminskaitė-Jančorienė

Projektą  
vykdo:



Prieš kurį laiką buvo tvirtinama, kad interneto, skaitmeninių technologijų, itin sparčios informacijos sklaidos akistatoje televizija išnyks. Šiandien pripažįstama: ji ne tik kad neišnyko, o dėl šiuolaikinių technologijų įgavo naują pavidalą, išgyvena dar vieną „aukso amžių“, tapdama skaitmenine arba išmaniąja. Nuopuolių ir pakilimų ji išgyveno ne kartą, ir jos raidoje įprastai išskiriami trys etapai: kabelinės televizijos tinklelio formavimasis (1948–1975), satelitinė, daugiakanalė (1975–1995) ir skaitmeninė (nuo 1995) televizija.

## TELEVIZIJOS RAIDA

Televizija medijų istorijoje dažnai įvardijama kaip antroji ekrano kultūra (pirmoji – kinas), simbolinis XIX a. atradimų (elektros, radijo, kino) ir ekonominių bei kultūrinių praktikų (industrializacijos, naujos klasės, laisvalaikio, informacijos sklaidos) rezultatas. Televizijos terminas (reiškiantis matymą per atstumą) pirmą kartą pavartotas 1900 m. Paryžiuje, tarptautiniame elektros kongrese, kuriame buvo pristatytos technologinės inovacijos. Televizijos raidą skatino palaipsniui populiarėjantis radijas (radijo transliavimas didelei auditorijai komerciniais pagrindais pradėdamas JAV 1920 m.), transliavimo radijo bangomis eksperimentai. 1926 m. Londone įvyksta pirmoji judančio vaizdo transliacija radijo bangomis (buvo transliuojamas žmogaus veidas), po metų judantys vaizdai transliuojami kabeliu, o matytas vaizdas išsiskiria itin aukšta kokybe (1928 m. transliuojamas pirmas filmas, 1934 m. – pirma TV programa, 1938 m. Londone įvyksta pirmoji tiesioginė transliacija).

Savo gyvavimo pradžioje televizija stebino galimybe vaizdu ir garsu informuoti apie čia ir dabar vykstančius įvykius, atliko patobulintą radijo funkciją. Anuomet dar nesitikėta, jog ji gali konkuruoti su kitomis populiariosios kultūros raiškomis (pvz., kinu). Dabar televizija siejama su individualia žiūrėjimo patirtimi, tačiau savo gyvavimo pradžioje tai buvo kolektyvinė patirtis. Pavyzdžiui, 1937 m. pradėjus transliuoti BBC, tebuvo 100 televizijos rodymo taškų (geležinkelio stotyse, prekybos centruose, baruose), tai buvęs brangus ir mažai kam prieinamas įrenginys. 1939-ieji laikomi masinio TV vartojimo pradžia, TV palaipsniui įžengia į gyventojų namus – prasideda individualaus žiūrėjimo era. Minėtas masiškumas buvo sąlyginis (pvz., turinio sklaida buvo ribota – programos transliavimas aprėpdavo ne tik vienos šalies te-



ritoriją, bet dažnai ir miesto). Sklaidos mastą, artimą šiuolaikiniam supratimui, Vakarų Europos valstybės patyrė nuo šeštojo dešimtmečio. Tada televizorius tapo centrine gyvenamojo būsto, dažnai svetainės, dailimi, esančia greta židinio, kur šeima galėdavo mėgautis šiluma ir pramoginiu turiniu, siūlomu televizijos. Ji tapo namų (ne vieša kaip, pavyzdžiui, kinas) laisvalaikio praleidimo forma bei visuomenės informavimo priemone. Kitas svarbus pokariu įvykęs poslinkis – televizijos programa tapo centralizuota, o televizijos transliavimu dažnai rūpinosi valstybė. Tai reiškė ir rodomo turinio kontrolę, ir statuso formavimą – valstybinė televizija įgavo visuomeninio transliuotojo privilegiją.

## TELEVIZIJOS TIKSLAI IR UNIKALUMAS

Pirmosios programos truko nuo valandos kitos iki šešių ir buvo transliuojamos atsižvelgiant į žmonių užimtumą – iš pradžių rodyta tik vakarais, vėliau rodymo laikas buvo dalinamas iki 20 val. ir po (laikas, skirtas tėvams paguldyti vaikus). Pirmosios programos dažniausiai buvo informacinio turinio (sportas, politika) ir tenkino tik vyrišką auditoriją, vėliau, gausėjant įrenginių, didėjant auditorijai, televizijos programa įvairėjo ir jau siūlė pramoginį turinį (žaidimų, muilo operų ir pan.). Šeštajame dešimtmetyje susiformuoja tikslai, būdingi ir šiuolaikinei televizijai, – informuoti (žinios, informacinės laidos), edukuoti (laidos, dokumentiniai serialai ir filmai), suteikti pramogą (pramoginės laidos, serialai, filmai). Televizijos teoretikai, bandydami apibrėžti jos unikalumą, skirtumus, lyginant su kitomis medijomis, pastebėjo, kad joje sumišusios dvi kultūrinės praktikos: „literatūrinė“ ir „sakytinė“. Televizijos produkcija perima literatūros tradicijai būdingus aspektus, tokius kaip pasakojimas, nuoseklumas, konkretumas, taip pat ir abstraktumas. Kita vertus, televizijai būdinga ir tai, ką pavadintume „sakytine“ kultūra: populiarūs visuomenėje juokeliai, pasakojimai ir pan., visa tai, kas priklausytų populiariosios kultūros formoms, egzistuojančioms žmonių kasdienybėje. Ši dėmė televiziją išskiria iš kitų medijų, vadovaujantis aiškia struktūra ir taisyklėmis, ją skatina atsinaujinti ir įsiklausyti į visuomenę. Kita, ne ką mažiau svarbi televizijos savybė – **intertekstualumas**, kai pagrindinis tekstas (produkcijos turinys) nurodo (užuominomis, citavimu, parodijavimu) į kitus tekstus ir jų kuriamas prasmes.

## VEIKIMO PRINCIPAI

Nors Vakarų pasaulyje vis labiau įsigali skaitmeninė ir plinta interneto televizija, televizijos laidų tinklelio sudarymas tebeišlieka vienu svarbiausių TV kanalų funkcionavimo principų. Vis dėlto ne tik televizija stengiasi išdėstyti laidas pagal tikslinės auditorijos dienotvarkę (pvz., namų šeimininkėms skirti serialai dažniausiai rodomi dieną), bet ir žiūrovai planuoja savo laiką, atsižvelgdami į TV programą (pvz., skuba namo, nes laukia svarbios varžybos, pakyla nuo vakarienės stalo, nes prasideda žinių laida ir t. t.). Sudarant TV tinklelius itin svarbus yra televizijos fragmentiškumas. (Creeber, 2006, p. 16) Nors TV kanalai dažniausiai transliuoja dieną naktį nenutrūkstanti TV laidų srautą, jos būna įvairaus turinio ir funkcijų (išskyrus specializuotų kanalų, pvz., „Eurosport“, transliacijas). Pavyzdžiui, futbolo rungtynes keičia Holivudo filmas, ši – pokalbių šou, o po jo rodomos vakaro žinios ir t. t. Tokia laidų temų ir formų įvairovė sudaro sąlygas TV kanalams „žongliruoti“ laidomis, jas išdėstyti įvairiausia tvarka, tenkinant skirtingus poreikius, ir taip apimti plačią auditoriją. Nuo fragmentacijos neatsiejamas segmentacijos procesas, kai kiekviena laida yra skirstoma į dar mažesnius segmentus. (Ten pat, p. 16–17) Pvz., TV žinios dalijamos į atskiras temas ir naujienas, kitos informacinės laidos – į rubrikas, serialai – į scenas, pokalbių šou laidos atskiriamos vinjetėmis. Segmentacija itin palanki reklamai (pvz., kai reklama parodoma po intriguojančios serialo scenos ar įterpiama į karštą pokalbių laidos dalyvių diskusiją), kuri ne vienam transliuotojui yra pagrindinis pajamų šaltinis. Taip pat segmentuotos laidos ir fragmentiškas TV tinklelis žiūrovui suteikia progą trumpam atsitraukti nuo televizoriaus, panirti į namų rutiną ir vėl grįžti prie ekrano, tarsi nieko svarbaus nebūtų praleista. Kitas svarbus TV veikimo principas yra tiesioginės transliacijos (arba tiesioginių transliacijų efektas), kuriančios betarpiško, gyvo bendravimo, operatyvumo, dalyvavimo ir aktualumo išpūdį. Nuo jų neatsiejamas ir realizmo principas, kuris atskleidžia tikroviško, ikoniško vaizdavimo tikslą, dažniausiai vengiant daugiaprasmių vaizdų ir interpretacijų – simbolių, metaforų ir pan. Vis dėlto visa tai, kas rodoma ekranuose, yra ne tiesiog užfiksuojama kamera ir garso įrašymo įranga, bet konstruojama. Pvz., operatorius fiksuodamas vaizdus nuolat renkasi kameros rakursus ar filmavimo planus, garso režisierius neretai pagarsina kalbančiojo žodžius, pritildo triukšmo foną ar garso įrašą papildo nediegetiniu garsu (pvz., muzika) ir pan.

Per TV raidos dešimtmečius susiformavo ir TV būdinga kalba. Stambūs planai, laidų vedėjų žvilgsnis ir kreipimasis tiesiai į kamerą kuria tiesioginio, individualaus bendravimo iliuziją, priartinimo ir nutolinimo („zoom'inimo“) funkcija ir kontrastuojantys kameros rakursai – vizualinio mobilumo, greito reagavimo, operatyvumo efektą. Svarbus dėmesys yra skiriamas ir garsui (ypač laidų vinječių ar, pvz., serialų pradžios titrų), kuris kviečia žiūrovą prie televizoriaus ekrano. Išskirtinius bruožus galima priskirti ir TV pasakojimui. Vienas iš jų – priešpriešos: šalies valdžia ir gyventojai, skurstantys ir turtuoliai bei kt. Kiekviena laida turi ir savo ypatybių: pvz., klasikinis TV žinių vedėjų aprangos stilius, bylojantis apie autoritetingumą ir patikimumą, arba paralelinių, ilgą laiką atsiėtų pasakojimo linijų vystymas serialuose. Vis dėlto, nepaisant išskirtinumo, TV kalbos pagrindu išlieka kino kalba.

## VAIDMUO IR POVEIKIS

TV tendencijas formuoja didžiosios TV kompanijos, tokios kaip ABC, CBC, HBO, FOX, CNN, BBC ir kt., tačiau naujovių gali įnešti ir mažų prodiuserinių kompanijų sukurti išpopuliarėję produktai. Tiek laidų kūrėjų, tiek jų transliuotojų tikslas – apimti kuo didesnę auditoriją: regioniniu, nacionaliniu ar net globaliu mastu. Todėl galima teigti, kad didieji transliuotojai netgi kuria tam tikrą globalią erdvę, kurioje žmonės sieja medijuojami įvykiai – politikos naujienos, įžymybių gyvenimas, katastrofos ir kiti reiškiniai. Nacionaliniu lygmeniu veikiančios televizijos taip pat turi galią formuoti viešąją darbotvarkę. Šiam procesui paaiškinti netgi sukurta viešosios darbotvarkės formavimo teorija (angl. *agenda-setting theory*). Anot jos, visuomenė daug didesnę reikšmę teikia į žiniasklaidos akiratį patekusiems įvykiams nei nepaviešintiems reiškiniams. Todėl žiniasklaidos dėmesys tam tikroms problemoms dažniausiai paskatina ir politikus jas įtraukti į politikos formavimo procesą ar tai imituoti. Tačiau lygiai taip pat žiniasklaida turi galią nugramzdinti neišspręstą ir tebeegzistuojančią problemą ir užmarštį, jos nebeeskaluodama. Galiausiai, naujienų atranka žinių laidose, temų ir pašnekovų pasirinkimas pokalbių laidose, personažų būdo ir išvaizdos savybės, dialogai, siužeto vingiai TV serialuose, žmonės, dalyvaujantys pramoginiuose TV projektuose, – visa tai daro įtaką ne tik viešajai (ir asmeninei) darbotvarkei, bet taip pat formuoja ir žiūrovų perspektyvą į įvairius reiškinis, tai yra viešąją nuomonę. Skirdama dėmesį įžymybėms ar viešindama mažai kam žinomus asmenis, TV atlieka svarbų vaidmenį ir žvaigždžių mechanizmo bei elito formavimo procese.

Vis dėlto tyrimų, patvirtinančių TV poveikį auditorijai, kol kas nėra atlikta pakankamai. Teoriniame lygmenyje egzistuoja du priešingi poliai: pasyviai ir neišrankiam TV žiūrovui yra priešpriešinamas aktyvus asmuo, gebantis kritiškai vertinti ir atsirinkti informaciją. Be abejo, TV auditorija yra įvairialypė, todėl kiekvieno žiūrovo gravitavimas link vieno ar kito poliaus priklauso nuo įvairių socialinių ir psichologinių veiksnių (išsilavinimo, amžiaus, patirties ir kt.). Nepaisant skirtybių, kiekvienas žiūrovas turi galimybę išvengti pasyvumo: perjungti kanalą, ignoruoti laidą, išjungti televizorių, vertinti išgirstas žinias ir pasisakymus, pasitelkdamas asmeninę patirtį, jas papildyti kitų informavimo priemonių ar aplinkinių teikiama informacija, atsakyti į žinių veiksmu ir t. t.

## **REGULIAVIMAS**

Esant nemažam TV poveikio potencialui, demokratinėse šalyse TV darbas įprastai reglamentuojamas teisės aktais (pvz., LR Visuomenės informavimo įstatymas), taip pat veikia nepriklausomos visuomenės informavimo priemonių stebėsenos ir reguliavimo institucijos. Pvz., Didžiojoje Britanijoje TV darbą reguliuoja komunikacijų reguliavimo institucija OFCOM, Lietuvoje – Visuomenės informavimo etikos asociacija.

## **ATEITIS**

XXI a. įsigalėjusi skaitmeninė televizija silpnina tiesioginės transliacijos reikšmę, tačiau suteikia galimybę pačiam žiūrovui dėlioti savo programų tinklėlį ir mėgautis raiškiaja televizija, siūlančia daug aukštesnę vaizdo ir garso (stereo arba erdvinio) kokybę. Be to, ji teikia interaktyvias paslaugas (pvz., galima užsisakyti laidą, balsuoti už mėgstamus herojus ir pan.) Dar didesnio įsitraukimo siekia XXI a. plintanti interneto televizija. Žinoma, ji apsunkena TV reguliavimo mechanizmą, tačiau taip pat atveria dar didesnę erdvę skleisti požiūrių ir nuomonių įvairovei.