

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**IEKŠGRUPU UN ĀRGRUPU VEIDOŠANĀS ĀRZEMJU
ZIŅU DINAMIKĀ: GRIEĶIJAS SITUĀCIJAS ANALĪZE
ZIŅU PORTĀLOS “APOLLO.LV” UN “DELFI.LV”
(2011-2012)**

BAKALAURA DARBS

Autore: **Kristīne Miļūna**
Studenta apliecības Nr.: km09064
Darba vadītājs: asoc. prof., Dr.phil Jurgis Šķilters

RĪGA 2012

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba tēma ir „Iekšgrupu un ārgrupu veidošanās ārzemju ziņu dinamikā: Grieķijas situācijas analīze ziņu portālos “apollo.lv” un “delfi.lv” (2011-2012)”. Pētījuma mērķis ir apzināt, kā ziņās, kuras attēlo Grieķijas finanšu situāciju, veidojas iekšgrupas un ārgrupas, un kāda ir ziņu ietekme uz auditorijas formēšanos iekšgrupās un ārgrupās.

Darba teorētiskajā daļā aplūkotas ziņu portālu interneta vietnes, „Tīklu” sabiedrības teorija, Pītera Bērksa un Viktora Gekasa identitātes veidošanās teorija, Henrija Tedžfela un Džona Tērnera sociālās identitātes teorija un Merilinas B. Brūveres „Es-koncepcijas” un iekšgrupu-ārgrupu veidošanās pieeja.

Darba empīriskajā daļā veikta ziņu kvantitatīvā un kvalitatīvā kontentanalīze, kā arī diskursa analīze. Analīzes rezultātā tiek secināts, kā ziņu saturs un tā pasniegšanas forma veicina auditorijas formēšanās iekšgrupās un ārgrupās jeb „mēs” un „viņi” nošķīrumu.

Atslēgvārdi: iekšgrupa, ārgrupa, identitāte, sociālā identitāte, kategorizācija.

ANNOTATION

The theme of the Bachelor paper is “Ingroup and outgroup formation in foreign news dynamics: analysis of Greek financial situation in news portals “apollo.lv” and “delfi.lv” (2011–2012).” The main objective of research is to explore how in-groups and out-groups are formed in news, covering the topic of Greece financial situation, and how it affects the audience and its formation in in-groups and out-groups.

Theoretical part of the paper is based on the theory of Network society, Peter J. Burke and Victor Gecas identity formation theory, Henry Tajfel and John Turner social identity theory, and Marilynn B. Brewer theory of self-concept and in-group and out-group formation approach.

Methodology of the research is based on quantitative and qualitative content analysis, and critical discourse analysis. As a result of news research, its affect on audience and its formation in in-groups and out-groups is identified.

Keywords: in-group, out-group, identity, social identity, categorization.

SATURS

Apzīmējumu saraksts	1
Ievads	2
1. Ziņu portālu izvēles pamatojums	5
1.1. Interneta ziņu portāli.....	5
1.1.1. „Apollo.lv” un „Delfi.lv”	6
2. Mūsdienu sabiedrība	8
2.1. Sabiedrības raksturojums	8
2.2. Tīklu sabiedrība	8
2.3. Virtuālā sabiedrība.....	10
3. Identitātes teorijas	13
3.1. Sociālā identitāte un „es-koncepts”	13
3.2. Identitātes veidošanās process un modeļi	14
3.3. Sociālās identitātes teorija.....	16
3.4. Paškategorizācijas teorija.....	18
4. Iekšgrupu un ārgrupu veidošanās.....	20
4.1. Iekšgrupu veidošanās.....	20
4.2. Ārgrupu veidošanās	21
4.3. Komunikācijas starp iekšgrupām un ārgrupām.....	22
4.3.1. Etnocentrisma jēdziens starpkultūru komunikācijā.....	24
4.3.2. Empātija iekšgrupu un ārgrupu komunikācijā	25
5. Metodoloģija	26
5.1. Kontentanalīze.....	26
5.2. Diskursa analīze.....	29
5.2.1. Kritiskā diskursa analīze	30
5.2.1.1. Van Deika Sociāli kognitīvā diskursa analīzes pieeja	30
6. Pētnieciskā daļa.....	33
6.1. Ziņu kontentanalīzes rezultātu apkopojums un analīze	33
6.2. Ziņu komentāru kontentanalīzes rezultātu apkopojums un analīze.....	36
6.3. Kritiskās diskursa analīzes rezultātu apkopojums un analīze	40
6.3.1. „Mēs”-„Viņi” diskursa raksturojums	40
6.3.2. Māksliniecisko izteiksmes līdzekļu lietojums	41
Secinājumi	44
Izmantotie informācijas avoti	45
Pielikumi	48

1. Pielikums. Analīzei atlasītās publikācijas.....	49
2. Pielikums. „Latvija”-„Grieķija” salīdzinājuma ziņu atlases kategorijas	56
3. Pielikums. „Latvija”-„Grieķija” salīdzinājuma ziņu kontentanalīzes kategorijas	57
4. Pielikums. Ziņu komentāru analīzei izvirzītās kategorijas	58
5. Pielikums. Ziņu atlases kontentanalīzes rezultātā iegūtie dati.....	59
6. Pielikums. „Latvija”-„Grieķija” ziņu kontentanalīzes rezultāti.....	60
7. Pielikums. Ziņu komentāru kontentanalīzes rezultāti	62

APZĪMĒJUMU SARAKSTS

att.	attēls
ES	Eiropas Savienība
lpp.	lapaspuse
LU	Latvijas Universitāte
piem.	piemēram
sk.	Skatīt
t.i.	tas ir
t.s.	tās saucamais
u.c.	un citi
u.tml.	un tamlīdzīgi

IEVADS

Temata aktualitāte

Šobrīd viens no galvenajiem informācijas ieguves avotiem ir interneta ziņu portāli. Internetu kā galveno ziņu ieguves platformu izmanto 58% Latvijas iedzīvotāju.¹ Pastāv ļoti liels informācijas platformu daudzums, līdz ar to arī plašas iespējas izvēlēties sev piemērotāko informācijas ieguves kanālu.

Dzīves laikā cilvēks attīsta gan savu personisko, gan sociālo identitāti, kuru ietekmē dažādi apkārtējās vides faktori. Arī ziņas, to saturs un pasniegšanas maniere ietekmē auditorijas domāšanu, viedokļus un attieksmes. Bieži vien ziņas ir pirmā informācija, kas tiek saņemta par kādu jautājumu, līdz ar to ziņu saturs arī veido cilvēka pamatnostāju pret apspriesto jautājumu.

Sabiedrībā pastāv tendence sevi kā indivīdu un pārējo sociālo vidi iedalīt nošķirtās kategorijās. Liela daļa sociālo pētījumu, kas atvēlēti sociālās kognīcijas tematikai, pieņem, ka kategorizācija ir cilvēka domāšanas pamatprocess.² Viena no raksturīgākajām sociālās pasaules kategorizācijām ir iekšgrupa un ārgrupa jeb „mēs” un „viņi”. Šāds sociālās vides iedalījums rada būtiskas sekas un ietekmē indivīdu attieksmes pret cilvēkiem, kuri pieder pie viņu grupām vai kategorijām un tiem, kuri pie tām nepieder.³

Svarīgi ir izprast kā auditorijas viedokli un nostājas, līdz ar to arī auditorijas formēšanos dažādās grupās pastiprina, vai tieši pretēji, vājina ziņu saturs un to pasniegšanas forma.

Hipotēze

Balstoties uz pētījuma problemātiku, darbā izvirzīta sekojoša *hipotēze*:

Ziņu saturs un to pasniegšanas forma rosina auditorijas formēšanos iekšgrupās un ārgrupās.

Atbilstoši darba specifikai tiek izvirzīta arī sekojoša *apakšhipotēze*:

Vēstījuma efektivitāte ir atkarīga no tā, cik efektīvi nošķirtas iekšgrupas un ārgrupas.

Hipotēze un apakšhipotēze darbā tiks attiecinātas uz šaurāku tematisko lauku - Grieķijas finanšu situāciju attēlojošu ziņu analizēšanu, un to kā šīs ziņas rosina auditorijas formēšanos iekšgrupās un ārgrupās, specifiski „mēs” Latvija/latvieši un „viņi” Grieķija/grieķi.

Pētījuma problemātika

¹ Eurostat. (2012). *Statistika par interneta lietotājiem Latvijā*. Sk. 2012. 12. mart.: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do>

² Ferszt-Pilat, K. (2006, 1. March.). *Ethnocentrism as the barrier to communication between different cultures*. *Journal of Modern Science*. Poland: University of Euroregional Economy Publishing House. P. 328 – 329.

³ Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. Hoboken; New Yersey: John Wiley & Sons, Inc. P.1031.

Sociālās pasaules kategorizācija ziņās var palīdzēt izprast sociālās kopienas patību interneta vidē. Tāpat, auditorijai pieskaitot sevi kādai iekšgupai un nodalot „svešo” ārgrupās, ir vieglāk izprast ziņu saturu, apzināt savu vietu tajā, un kontrolēt ziņu rosinātās attieksmes. Tomēr, šāda kategorizācija veicina arī sociālu nošķirtību no attiecīgajiem notikumiem un skartajiem cilvēkiem, un pastiprina polarizācija pašā ziņu auditorijā.

Teorētiskais pamatojums

Darba teorētiskais ietvars izstrādāts saskaņā ar Pītera Bērksa (*Peter J. Burke*) un Viktora Gekasa (*Victor Gecas*) identitātes veidošanās teoriju, Henrija Tedžfela (*Henry Tajfel*) un Džona Tērnera (*John Turner*) sociālās identitātes teoriju un Merilinas B. Brūveres (*Marilynn B. Brewer*) „Es-koncepcijas” un iekšgrupu-ārgrupu veidošanās pieeju.

Darba mērķis un uzdevumi

Darba galvenais mērķis ir veikt iekšgrupu un ārgrupu veidošanās analīzi ārzemju ziņu dinamikā portālos „apollo.lv” un „delfi.lv” par empīrisko pamatu izmantojot ziņas, kuras raksturo Grieķijas finanšu situāciju. Svarīgi ir noskaidrot, vai ziņu saturā vispār veidojas iekšgrupu un ārgrupu iedalījums, un cik liela ir paša medija ietekme šāda iedalījuma veidošanās procesā.

Darba mērķa sasniegšanai ir izvirzīti šādi uzdevumi:

- Izmantojot teorētiskos resursus, apzināt mūsdienu sabiedrības sociālās identitātes veidošanās tendences un definēt iekšgrupu un ārgrupu veidošanās procesus.
- Veikt ziņu izlases kontentanalīzi un diskursa analīzi, lai apzinātu ziņu satura un tematikas galvenās tendences, lai apzinātu, kādas grupas parādās ziņu saturā, un iegūtos kvalitatīvus datus, par to kā ziņu teksts ietekmē sabiedrības izšķiršanos iekšgrupās un ārgrupās.
- Noskaidrot ziņu portālu lasītāju viedokli par Grieķijas finansiālo situāciju un apzināt iespējamās novērotās līdzības vai atšķirības tajā ar Latvijā piedzīvoto finanšu krīzi, veicot ziņu komentāru kontentanalīzi.
- Apkopot pētījumā iegūtos datus, izdarīt secinājumus un likumsakarības, lai sasniegtu pētījuma mērķi – noskaidrot, kā ziņās veidojas iekšgrupas un ārgrupas, un apzināt to potenciālo ietekmi uz ziņu auditorijas formēšanos iekšgrupās un ārgrupās.

Pētījuma priekšmets un objekts

Pētījuma galvenais objekts ir ziņu portālu „apollo.lv” un „delfi.lv” ārzemju ziņas, kuru tematika aptver Grieķijas finanšu situāciju laika posmā no 2011. gada 1. marta līdz 2012. gada 1.martam. Pētījuma priekšmets ir ziņu izlase, un to teksti, kuri pauž Latvijas un Grieķijas

salīdzinājuma tendenci, un iekļauj citus aspektus, kas veicina „mēs” un „viņi” iedalījuma veidošanos.

Izpētes pakāpe, novitāte

Ir pieejams plašs klāsts pētījumu, kas aptver sociālās identitātes un iekšgrupu-ārgrupu veidošanās tematiku. Turklāt, iekšgrupu un ārgrupu veidošanos ir viegli novērot ziņu komentāros, diskusijās, sociālajās vietnēs un dažādos forumos, kur satiekas liels skaits interneta lietotāju, tomēr maz ir tikusi pētīta šī tendence tieši ziņu saturā. Ir svarīgi uzsvērt interneta mediju lomu un devumu šajā procesā, un to cilvēku ietekmes, kuri veido mediju saturu. Apzināti vai neapzināti liela daļa ziņu tekstu pauž zināmu attieksmi vai nostāju pret apspriestu tematiku un tajās iesaistītajām grupām, tādi ietekmējot arī savu auditoriju.

Līdz šim izstrādāti vairāki diplomdarbi, kurus var uzskatīt par ieguldījumu iekšgrupu un ārgrupu pētījumu klāstā. Piem., Ievas Langefeldes (2008.) maģistra darbs „Migrācijas diskurss latviešu presē (1988-1990)”, kurā autore pievēršas „mēs”-„viņi” diskursa apskatam, nacionālās identitātes veidošanās ietvaros. Arī Evas Sarkanē (2007.) maģistra darbs „Latviešu individuālo vērtību un citiem etniskajiem latviešiem un eiropiešiem piedēvēto vērtību atbilstības saistība ar dažādiem identifikācijas un starpgrupu uztveres faktoriem”, un Simonas Juhņēvičas (2011.) bakalaura darbs „Paškategorizācijas ietekme uz grupu polarizāciju, izmantojot izvēles dilemmas”, pievēršas sociālās identitātes un grupu statusu apskatei. Un var tikt minēts arī Jāņa Peņča (2010.) maģistra darbs „Organizācijas identitātes konceptuālais saplūšanas modelis: Latvijas reklāmas aģentūras piemērs”, kurā autors pievēršas organizācijas identitāšu pozicionējuma pētīšanai.

Pētījuma metodoloģija

Darba izstrādē izmantotas gan kvalitatīvās, gan kvantitatīvās pētījuma metodes. Veikta kvantitatīvā kontentanalīze, lai apzinātu portālu ziņu auditorijas viedokļus par Grieķijas finanšu situācijas iespējamo līdzību ar Latvijas situāciju. Tāpat pielietota arī kvalitatīvā kontentanalīze un diskursa analīze, lai iegūtu kvalitatīvus datus par to, kā ziņu tekstā veidojas iekšgrupas un ārgrupas.

Struktūras plānojums

Darbs strukturēts trīs daļās: teorētiskā, metodoloģiskā, pētnieciskā daļa. Teorētiskajā daļā aplūkotas mūsdienu informācijas ieguves metodes, sabiedrības raksturojumi, iekšgrupu un ārgrupu veidošanās principi, identitātes veidošanās principi. Darba metodoloģiskā daļā aplūkotas darbā izmantotās metodes, to principi un pielietojuma lietderīgums pētījumā. Savukārt, sīkāk pētnieciskajā daļā veikta ziņu atlase, identificēti galvenie pētījuma virzieni un kategorijas, lai sekmīgi veiktu iekšgrupu un ārgrupu pētījumu. Analītiskajā daļā ir apkopoti rezultāti, veidoti kopsavilkumi un secinājumi par pētījumu.

1. ZIŅU PORTĀLU IZVĒLES PAMATOJUMS

1.1. Interneta ziņu portāli

Mūsdienās cilvēki veido, maina un pielāgo savus normatīvos uzskatus, uztverot informāciju no citiem cilvēkiem – arī tiem, kuri netieši ietekmē savu auditoriju caur masu medijiem.⁴ Pieejamās informācijas un avotu daudzums dod katram sabiedrības loceklim iespēju izvēlēties sev piemērotāko informācijas iegūšanas platformu. Tā platforma, kuru viņš izvēlēties kā pamata informācijas avotu, ietekmēs viņa uzskatus, veidos un mainīs arī viņa viedokļus par dažādiem tematiem.

Tiešsaistes (*on-line*) masu komunikācijas telpa nodrošina ziņu aprites operativitāti, kā arī atrisina izmaksu un laika nobīdes jautājumus, paralēli realizējot Marka Deuzes (*Mark Deuze*) formulētās tikai interneta žurnālistikai specifiskās interaktivitātes, hipertekstualitātes un multimedialisma pazīmes satura politikā. Balstoties uz Deuzes teorijām, ir iespējams ieskicēt konkrētus gadījumus, kad jaunās tehnoloģijas iespējas satura politikā rada līdz šim nebijušu ietekmi uz auditoriju, kā arī maina izpratni par komunikācijas vidi sabiedrībā vispār.⁵

Pētījuma dati liecina, ka interneta lietotāju skaits Latvijā patstāvīgi palielinās – 2007.gadā internetu lietoja 61%, savukārt šogad to skaits sasniedzis 74%.⁶ Pēc vadošā Eiropas statistikas biroja Eurostat datiem 2011. gada nogalē apkopotajiem datiem, 70% Latvijas iedzīvotāju izmanto internetu, bet Latvijā ir 53% aktīvo interneta lietotāju, kas to izmanto katru dienu. 66% sastāda to iedzīvotāju skaits, kuri lieto internetu katru dienu, vai vismaz reizi nedēļā. Saskaņā ar pētījuma datiem lielākā daļa respondentu internetu izmanto, lai meklētu informāciju par dažādiem piedāvājumiem un pakalpojumiem, ceļošanu un veselības aprūpes jautājumiem, kā arī, lai lasītu ziņas un komunicētu sociālajos tīklos.⁷ 58% Latvijas iedzīvotāju izmanto interneta resursus, lai lasītu ziņas, vai lejuplādētu tiešsaistes ziņas un informatīvos materiālus (avīzes, žurnālus u.c.). Tikai 5% iedzīvotāju izmanto internetu, lai pierakstītos uz regulāru ziņu pakalpojumu vai produktu saņemšanu. Šis nelielais skaitlis liecina, ka cilvēki labprātāk izmanto vairākus informācijas resursus vienlaikus un neierobežo informācijas ieguves avotus.

⁴ Hogg, M. A., Reid, S. A. (2006). *Social Identity, Self-Categorization, and the Communication of Group Norms*. Communication Theory, 16(1). P. 13.

⁵ Bērziņš, I. (2006). Informācijas vide Latvijas internetā. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zvaigzne. 215.lpp.

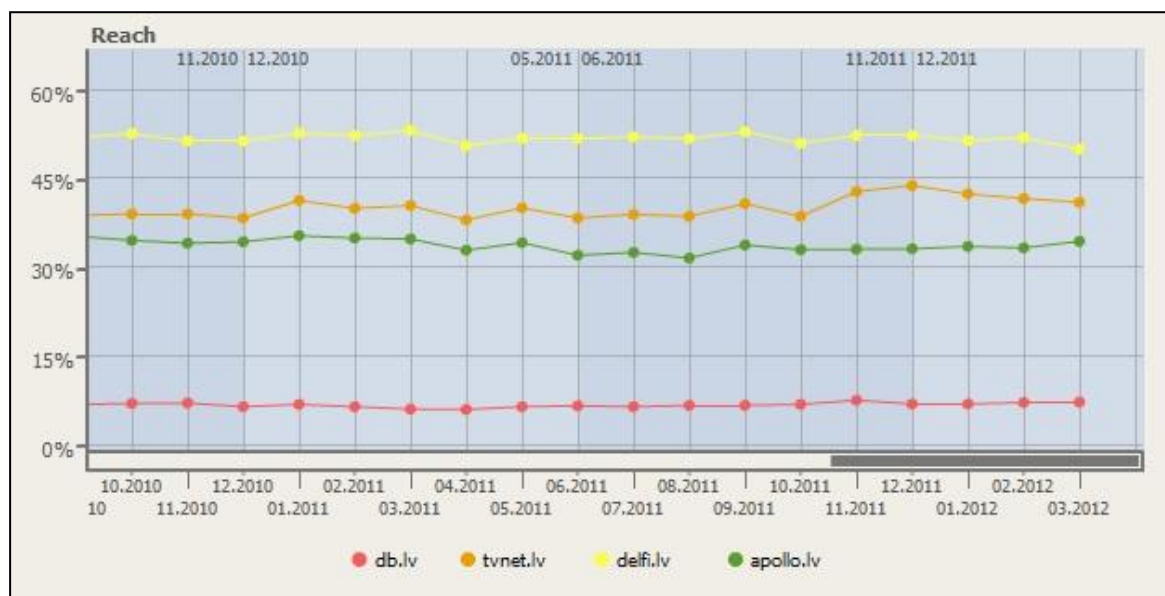
⁶ BNS. (2011). *Informācija par interneta lietotājiem Latvijā*. TVNET. Sk. 2012. 23. mart.: http://www.tvnet.lv/tehnologijas/internets/395590-petijums_latvija_internetu_lieto_vairak_neka_70_iedzivotaju

⁷ Seybert, H. (2011). Internet use in households by individuals in 2011. Eurostat. P. 8. Retrieved March 23, 2012 from http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-11-066/EN/KS-SF-11-066-EN.PDF

1.1.1. „Apollo.lv” un „Delfi.lv”

Kaut arī internets kopumā nav sagrāvis tradicionālo mediju industrijas, un regulārs interneta izmantojums nav aizstājis arī citu mediju formu patērēšanu, interneta portāli un informācijas aģentūras Latvijas tradicionālajiem medijiem, it īpaši preseī, tomēr veidojas par riskantiem konkurentiem.⁸ Ziņu aģentūras un ziņu portāli ir radījuši spēcīgu un aptverošu ziņu izplatīšanās tīklu.⁹

Latvijā portāls „delfi.lv” darbību sāka 1999. gadā, bet „apollo.lv” savu darbību kā ziņu portāls uzsāka 2000. gadā.¹⁰¹¹ „Delfi.lv” un „apollo.lv” ir portāli jeb mediji šā vārda tradicionālajā izpratnē – tie ir satura uzturētāji, kas lielākoties balstās uz tradicionālo pirmsinterneta izpratni par mediju satura veidošanu.¹² Pēc tiešsaistes pētniecības aģentūras *Gemius audience* datiem „apollo.lv” un „delfi.lv” ir vieni no visvairāk apmeklētākajiem ziņu portāliem Latvijā (sk. 1.1.1.1. att.)¹³



1.1.1.1.att. Ziņu portālu apmeklējums

Jau minēju, ka 58% Latvijas iedzīvotāju izmanto interneta resursu, lai lasītu ziņas, vai lejuplādētu tās un citus informatīvus materiālus. 2012. gada marta mēnesī ziņu portāla

⁸ Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. 26.lpp.

⁹ Turpat. 30.lpp.

¹⁰ Apollo.lv. (2012). *Par Apollo*. Sk. 2012. 10. mart.:

<http://www.apollo.lv/portal/about/apollo>

¹¹ Delfi.lv. (2012). *Par Delfi*. Sk. 2012. 10. mart.:

<http://www.delfi.lv/about/>

¹² Bērziņš, I. (2006). Informācijas vide Latvijas internetā. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zvaigzne. 215.lpp.

¹³ Gemius. (2012). *Statistika par apmeklētākajiem interneta portāliem Latvijā*. Sk. 2012. 23. mart.:

<http://www.audience.gemius.lv/pages/display/reach>

„delfi.lv” apmeklējums sasniedza 49.95. Tātad „delfi.lv” ir visapmeklētākais ziņu portāls Latvijā. Savukārt, „apollo.lv” apmeklējums 2012. gada martā sasniedza 34.3%, līdz ar to, tas ir trešais apmeklētākais ziņu portāls. Abu ziņu portālu apmeklējums ir procentuāli augsts, salīdzinot portālu apmeklējumu ar kopējo interneta lietotāju un ziņu meklētāju skaitu.

Jāpiebilst, ka saskaņā ar statistikas datiem, portāla „delfi.lv” apmeklējums pēdējo divu mēnešu laikā (no 2012. gada aprīļa līdz martam) ir samazinājies par 1.85%, bet „apollo.lv” apmeklējums ir palielinājies par 1.08%. Otrais apmeklētākais Latvijas ziņu portāls ir „tvnet.lv”, kam seko „apollo.lv”, bet ceturtajā vietā ir Biznesa un informācijas portāls „db.lv”.

Visi iepriekšminētie portāli piedāvā pilnu interaktivitātes spektru – lasītāju atsauksmes, forumus, balsojumus, aptaujas, iespējas publicēt lasītāju sagatavotos rakstus, čatus konferences u.c. Tāpat tie neaprobežojas tikai ar tekstu, bet izmanto arī digitāla rakstura informāciju – video, tiešraides, fotogalerijas. Pastāv plaša tekstuāla, vizuāla un skaņas satura sintēze.¹⁴ Iespējams, tieši šī satura dažādībā notur un nodrošina informācijas mūsdienu sabiedrības informācijas meklētāju interesi.

¹⁴ Bērziņš, I. (2006). Informācijas vide Latvijā internetā. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zvaigzne. 221.-223.lpp.

2. MŪSDIENU SABIEDRĪBA

2.1. Sabiedrības raksturojums

„Informācijas vide ir nosacījums gan indivīda un sabiedrības izdzīvošanai, gan indivīda un sabiedrības progresam, jo informācija dod iespēju nepieciešamajām apmaiņām ‘starp mums un mūsu vidi’”.¹⁵ Informācijas vide parāda katras konkrētas sabiedrības kopienas vai indivīda zināšanas, priekšstatus un pieņēmumus par pasauli un demonstrē iespējas šīs zināšanas izmantot.¹⁶ Vajadzība pēc informācijas un komunikācijas ir viena no mūsdienu sabiedrības pamatvajadzībām. Komunicējot tiek veidoti sociālie kontakti, paplašinās sociāla vide, kurā indivīds atrodas un veidojas personas identitāte.

Laika gaitā vecās komunikācijas formas tiek aizstātas, vai papildinātas ar jaunām. Informācijas vides pētījumi ļauj sekot līdzi šīm pārmaiņām un fiksēt to ietekmi uz sabiedrību.¹⁷ Informācijas vide pēc būtības tiek pielīdzināta dažādiem apkārtējās vides faktoriem, kuriem ir lielāka vai mazāka nozīme sabiedrības ikdienas dzīvē, jo tie veicina dažādus sociālos procesus un citas parādības. Arī jebkura persona tiek uztverta kaut kādā vides kontekstā - tas palīdz izskaidrot indivīda uzvedību, viedokļus, attieksmes u.c.¹⁸

Mūsdienu sabiedrībai ir raksturīgs augsts informācijas un komunikācijas tehnoloģiju apmaiņas un lietošanas līmenis. Sabiedrību iespējams klasificēt divās paralēlēs – informācijas sabiedrība (*information society*) un tīklu sabiedrība (*network society*). Raksturojot informācijas sabiedrību, tiek uzsvērtā informācijas apmaiņas un pārstrādes forma un organizācija. Savukārt tīklu sabiedrībā uzsvars likts uz mainīgajām organizatoriskajām sabiedrības formām un struktūrām.¹⁹

2.2. Tīklu sabiedrība

Visu mūsdienu cilvēku sabiedrību vieno abstrakta, tikko saredzama realitāte – tīkli -, kas nodrošina informāciju un komunikācijas procesus. Cilvēki mūsdienās ir saistīti ne tikai ar

¹⁵ Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. 7.lpp.

¹⁶ Turpat. 8.lpp.

¹⁷ Turpat.

¹⁸ Turpat. 9.lpp.

¹⁹ Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications Ltd. P. 2.

tādām komunikācijas sistēmām kā ceļi, elektrības kabeļi, ūdens vadi, kanalizācija, telefona līnijas un kabeļtelevīzija, bet arī ar daudz abstraktāku komunikācijas sistēmu - internetu.²⁰

Jans van Daiks (*Jan van Dijk*) uzskata, ka indivīdi, grupas vai organizācijas, kas saistītas tīklos, ir mūsdienu informācijas pamatvienības, bez kurām informācijas resursu radīšana, izplatīšana un komunikācijas procesu nodrošināšana nebūtu iespējama.²¹ Līdzīgu viedokli pauž arī sociālo tīklu pētnieks Berijs Velmans (*Barry Wellman*), apgalvojot, ka sociālo pasauli veido nevis cilvēku grupas, bet gan tīkli.²²

Tīklu sabiedrības infrastruktūru veido trīs komunikācijas tīkli - mediju, sociālie un ekonomiskie tīkli, kas ietekmē sabiedrības pat visattālākajās zemes daļās.²³ Visa cilvēku dzīve ir saistīta ar atrašanos un komunikāciju dažādās sabiedrības grupās un tīklos.

Liela daļa komunikācijas mūsdienās ir atkarīga no unikāla komunikācijas tīkla – internetā –, kurš pats savā būtībā var tikt izšķirts tūkstošiem mazākos tīklos. Tīklu pētnieki uzskata, ka cilvēka dzīve un cilvēka kā sociālas būtnes esamība, ir lielā mērā atkarīga no viņu piesaistes interneta sociālo sakaru pasaulei un struktūrai.²⁴ Kad daļa no šī tīkla pārstāj darboties, apstājas arī daļa cilvēku komunikācijas, kuru nav iespējams ātri aizstāt ar komunikāciju aci pret aci. Stundu skaits, kuru cilvēki pavada televīzijas, mobilo sakaru vai interneta tīklos gan brīvajā laikā, gan darbā un skolā, turpina augt.²⁵ Mūsdienu sabiedrībā komunikācijai ir tendence nepārtraukti mainīties. Komunikācijā arvien ienāk jaunas tehnoloģijas, kas maina komunikācijas paradumus un pat „stilu” kādā cilvēki komunicē.

Līdz ar tehnoloģiju jauninājumu ieviešanos, noteiktas cilvēku grupas mūsdienu komunikācijā iesaistās daudz vairāk kā citas, tādēļ viens no 21. gadsimta sabiedrības potenciāliem zaudējumiem, sociālā vienlīdzība. Tehnoloģijas nodrošina labāku, ātrāku zināšanu izplatīšanos, bet to sarežģītība un izmaksas atsevišķos gadījumos var pastiprināt jau eksistējošo sociālo nevienlīdzību, vai izveidot lielas cilvēku grupas, kuras nespēj piemēroties informācijas sabiedrībai.²⁶

Tomēr, jautājums par sociālo nevienlīdzību ir diskutējams, jo daļa tīklu sabiedrības pētnieku uzskata, ka visas šīs tehnoloģijas, kas eksistē, lai padarītu cilvēkus neatkarīgākus un patstāvīgākus, nav padarījušas viņus par mazāk sociālām būtnēm.²⁷ Velmans uzsver, ka digitālā

²⁰ Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition.* P. 1.lpp

²¹ Briks, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums.* 21.lpp.

²² Wellman, B., Berkowitz, S. D. (1988). *Social Structures: A Network Approach.* Cambridge: Cambridge University Press. P. 37.

²³ Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition.* P. 2.

²⁴ Furth, B. (2010). *Handbook of Social Network Technologies and Applications.* New York: Springer Science. P. 3.

²⁵ Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition.* P. 1.

²⁶ Turpat. P. 3.

²⁷ Turpat. P.1.

komunikācija neatsvešina cilvēkus, bet tieši pretēji, papildina komunikāciju, paplašina kontaktus ar jau esošām cilvēku grupām un palīdz veidot jaunus kontaktus.²⁸

Cilvēki, kas iesaistīti, kādā interneta *tīklā* ir pakļauti spēcīgai citu tīkla lietotāju ietekmei, un otrādi, arī viņiem ir vara ietekmēt. Interneta tīkli dod iespēju ietekmēt citu viedokļus, uzvedību un lēmumus, tādus kā preču iegādāšanās paradumus, politisko pozīciju, aktivitātes, lietoto tehnoloģiju izvēli, un šai ietekmei nav iespējams noteikt robežu.²⁹ Pat ikdienišķus lēmumus, piem., kādu teātra izrādi vai koncertu apmeklēt, ietekmē citu cilvēku viedoklis – to cilvēku, kuri jau reiz ir redzējuši priekšnesumu un ir publiski izteikuši par to savu viedokli. Tādi, nereti cilvēki tiecas imitēt citu uzvedību, tādēļ, ka no tā viņiem ir kāds labums.³⁰

2.3. Virtuālā sabiedrība

Mūsdienu sociālā pasaule ir kļūst arvien digitalizētāka, vairāki simti miljonu cilvēku ikdienu savstarpēji komunicē caur dažādām tiešsaistes kopienām un ar tam saistītajām kiberkultūrām (*cybercultures*).³¹

Virtuālajām sabiedrībām raksturīgs neviendabīgums, parasti tām ir tikai viena kopīga iezīme – interese, kas tās dalībniekus savedusi kopā. Turpretī, *organiskā sabiedrībā* cilvēkiem ir vairākas kopīgas intereses, kas viņus padara par viendabīgu kopienu.³² Šī iemesla dēļ organiskajai sabiedrībai ir lielākas iespējas veidot un saglabāt tās kultūru un identitāti, nekā virtuālajai sabiedrībai. Virtuālā sabiedrība nevar aizstāt tradicionālo organisko sabiedrību, jo tā ir pārāk limitēta un nestabila, lai eksistētu bez tradicionālām kopienām. Tieši pretēji šīs sabiedrības kļūst par tradicionālo kopienu daļu.³³

„Tiltu” starp virtuālo un tradicionālo sabiedrību veido *kopienas tiešsaistē* (*communities online*) – organiskās sabiedrības daļas virtuālie dubultnieki jeb līdzinieki internetā. Pretēji pastāv arī *tiešsaistes kopienas* (*online communities*) – virtuālas kopienas, kas pastāv tikai internetā.³⁴ Tomēr, ir jāpiebilst, ka arī virtuālajā vidē ir iespējams uzsākt sociālas attiecības un uzturēt kontaktus ar dažādiem cilvēkiem un kopienām, tāpēc nevar pilnībā nošķirt sociālās attiecības virtuālajā un tradicionālajā komunikācijas vidē, un starp tām veidojas t.s. komunikācijas „tilts”. Arī Velmans apgalvo, ka internets vairāk nav atsevišķa

²⁸ Wellman, B. (2004). *Connecting Community: On- and Offline*. Retrieved March 6, 2012 from <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>

²⁹ Easley, D., Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. New York: Cambridge University Press. P. 425.

³⁰ Turpat. P. 426.

³¹ Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd. P. 1.

³² Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition*. P. 168.

³³ Turpat P. 167.

³⁴ Turpat.

pasaule, kas paredzēta kādai iekšgrupai, un šobrīd, ienākšana tiešsaistē ir rutīna miljoniem cilvēku. Tā vietā, lai izolētu cilvēkus virtuālajā pasaulē, internets paplašina kopienas organiskajā sabiedrībā, un saista cilvēkus caur personalizētiem un elastīgiem sociālajiem tīkliem, nevis caur nemainīgām un stingrām grupām tradicionālajā sabiedrībā. Viņš uzsver, ka tiešsaistes komunikācija ceļ saskarsmes līmeni.³⁵

Cilvēki izmanto interneta tīklus, lai piedalītos dažādās kultūras aktivitātēs un iegūtu kopienas sajūtu.³⁶ Sociālo tīklu izmantošana komunikācijai, informācijas ieguvei un izklaidei ir ikdienišķa parādība. Šis process ir kļuvis pilnīgi sociāli pieņemams, un visbiežāk lietotākās interneta platformas ir kļuvušas par kopīgu vietu cilvēkiem, kur virtuāli atrasties un komunicēt.³⁷ Tiešsaistē dibinātie kontakti un grupas arvien vairāk ietekmē cilvēku kā pilsoņu, patērētāju, draugu un ģimenes locekļu, un vienkārši sociālu būtņu uzvedību.³⁸

Tiešsaistē dibinātas attiecības var būt ļoti personīgas un nozīmīgas indivīdam, bet tāpat arī virspusējas, īslaicīgas un relatīvi nenozīmīgas. Tiešsaistes attiecības var aptvert kādu noteiktu tematu vai interešu loku, vai vispārēju pulcēšanos tiešsaistes tīklos, bez kopīga mērķa. Roberts Kozinets (*Robert V. Kozinets 1999*) izdala trīs veidu tiešsaistes kopienas – *Nepastāvīgās kopienas (Crusising communities)*, *Saistību kopienas (Bonding communities)*, *Visziņu, informācijas „frīku” kopienas (Geeking communities)* un *Augošas kopienas (Building communities)*³⁹

Nepastāvīgās kopienas raksturo pulcēšanās tiešsaistē bez kādas specifiskas vajadzības, vai kopējas aktivitātes, un šīm kopienām ir raksturīgs zems sociālo attiecību līmenis. Tās ir dažādas virtuālās pasaules, tērzēšanas vietnes (*chat-rooms*), spēļu platformas u.tml.⁴⁰ *Saistību kopienas* raksturo vēlme dibināt attiecības, veidot sociālas saites, ciešākus kontaktus ar citiem tiešsaistes dalībniekiem. Šādas kopienas satopamas lielākajā daļā virtuālo pasaulu (*Facebook.com, Draugiem.lv u.c.*), specifiskās šo platformu vietās, tāpat arī dažādos sociālajos forumos.⁴¹ Trešā veida tiešsaistes kopienām, kuras Kozinets dēvē par *Visziņu, informācijas „frīku” kopienām* raksturīga tieksme dalīties ar informāciju, ziņām, stāstiem par kādu noteiktu tematiku. Pie šīm kopienām pieder intereškopas, mājaslapu forumi, sociāla satura interneta vietnes un pakalpojumi, un blogi. Šīs kopienas piedāvā tās dalībniekiem un lasītājiem detalizētu informāciju par attiecīgu tēmu, neveidojot un neiesaistoties dziļākās

³⁵ Wellman, B. (2004). *Connecting Community: On- and Offline*. Retrieved March 6, 2012 from <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/contexts/contexts-3a.htm>

³⁶ Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. P. 7.

³⁷ Turpat. P. 7.

³⁸ Turpat. P. 13.

³⁹ Turpat. P. 35.

⁴⁰ Turpat.

⁴¹ Turpat. P. 36.

sociālās attiecībās - mijiedarbība starp šīs kopienas dalībniekiem ir dominējoši informatīva.⁴² Visbeidzot Kozinets izdala *Augošās kopienas* - dalībnieku pulcēšanās, kuru raksturo spēcīga sabiedrības, kopienas sajūta, un tajā pašā laikā arī informācijas vide, kas vērš uzmanību uz centrāliem un kopienu vienojošiem aspektiem. Šādās kopienās notiek padziļinātas diskusijas un vērtējumu sniegšana. Arī blogošanas vietnes, sociālo tīklu vietnes, interešu grupas un citas vietnes, kurās cilvēki satiekas tiešsaistē, var tikt pieskaitītas pie šīs kategorijas, tomēr, visdrīzāk šādas kopienas veidojas no mājaslapām, to forumiem jeb diskusiju platformām un no virtuālajām pasaulēm.⁴³

Šīm kopienu kategorijām nav iespējams noteikt skaidras robežas, tās viena ar otru pārklājas un mijiedarbojas, tās reizē var būt gan informatīvas, gan balstītas uz attiecību un kontaktu dibināšanu. Viennozīmīgi, tās atstāj iespaidu uz interneta lietotāju domāšanu, vērtībām, sociālo vidi un kopēju iespaidu uz viņu identitāti. Šobrīd gandrīz katram interneta lietotājam ir sava interneta adrese, dažiem pat vairākas adreses, kur parādīt sevi un komunicēt ar citiem. Internets dod iespēju cilvēkiem personalizēt savas kopienas un savu profilu tajās, kā arī nodrošina gan komunikācijas, gan informācijas līdzekļus, lai uzturētu kontaktus ar sabiedrības locekļiem.

⁴² Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. P 36-38.

⁴³ Turpat. P. 36.

3. IDENTITĀTES TEORIJA

Sociālās pasaules iedalīšana kategorijās „mēs” un „viņi” atstāj būtiskas sekas uz indivīdu uzvedību un attieksmi pret tiem sabiedrības locekļiem, kuri pieder viņu grupām vai kategorijām, un kuri tām nepieder. Divas teorētiskās perspektīvas – *Sociālās identitātes teorija* un *Paškategorizācijas teorija* izskaidro šo fenomenu, un to kā veidojas personas sociālā identitāte mūsdienu kompleksajā sociālajā pasaulē.⁴⁴

3.1. Sociālā identitāte un „es” koncepts

Identitātes pētījumi atbild uz tādiem jautājumiem kā – „Kas es esmu? Kur ir mana vieta? Kā lai es iederos sabiedrībā?”. Sevis-koncepcija jeb „es” koncepts - indivīdu pašā priekšstats par sevi (*self-concept*) - un identitāte ir lietas, par kurām cilvēki iedomājas brīžos, kad domā par sevi un savu vietu pasaulē - gan par savu personīgo, gan sociālo identitāti. „Es” koncepts ir kļuvusi par vienu no vispētītākajām psiholoģijas zinātnes sfērām.⁴⁵ Katra cilvēka sevis-koncepcija var tikt uzskatīta par sociālu, spēku, jo tā ietekmē visu, kas tiek uztverts, justs, uz ko tiek reaģēts.⁴⁶

Katram indivīdam ir vairākas identitātes, kuras viņš pielieto attiecīgajā situācijā. Sociālās identitātes pētniece Merilina B. Brūvere (*Marilynn B. Brewer*) uzskata, ka „es” koncepts sastāv no trīs fundamentālām sevis reprezentācijām (*self-representation*): individuālais „es” (*individual self*), attiecību „es” (*relational self*), un kolektīvais „es” (*collective self*). Tas nozīmē, ka personas cenšas identificēt un interpretēt sevi situācijās trīs fundamentālos veidos – balstoties uz savu raksturojumu un unikalitāti, balstoties uz attiecībām, un uz piederību kādai grupai.⁴⁷

Savu *individuālo* „es” cilvēks sasniedz atrodot atšķirības starp sevi un citiem cilvēkiem, atrodot unikālas īpašības un sevis raksturojumus, kuri atšķir indivīdu viņa sociālajā lokā/kontekstā. Šādas sevis interpretācijas tiek asociētas mērķi sevi psiholoģiski aizsargāt vai celt savu vērtību psiholoģiski.⁴⁸

Attiecību „es” cilvēks sasniedz pielīdzinot sevi un savu uzvedību citām nozīmīgām, ievērīgām personām. Attiecību „es” satur tos sevis-koncepta aspektus, kuri ir kopīgi vairākiem cilvēkiem, kurus cilvēki dala ar attiecību partneriem, un kuri definē personas lomu

⁴⁴ Fiske, S. T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1031.

⁴⁵ Brewer, M. B., Hewstone, M. (2004). *Self and social identity*. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd. P. 5.

⁴⁶ Turpat. P. 8.

⁴⁷ Sedikides, C., Brewer, M. B. (2001). *Individual Self, Relational Self, Collective Self*. Philadelphia, PA: Psychology Press. P. 1.

⁴⁸ Turpat. P. 1-3.

un pozīciju nozīmīgās/svarīgās attiecībās. Šis cilvēka identitātes aspekts ir balstīts personīgām cilvēku saitēm un pieķeršanos vienam otram. Piem., bērnu-vecāku attiecības, draudzības, un romantiskas attiecības, un specifisku lomu attiecības, piem., skolotājs-skolēns u.c. Šādas sevis interpretēšanas mērķis ir aizsargāt vai celt attiecībās iesaistīto dalībnieku lomu, vai arī saglabāt pašas attiecības.⁴⁹

Kolektīvais „es” tiek sasniegts iekļaujoties lielās sociālās grupās un pretstatot iekšgrupu, kurā cilvēks piederas (*in-group*) ar citām attiecīgajām ārgrupām (*out-groups*). Kolektīvais „es” ir balstīts uz bezpersoniskām saitēm, kuras veidojas kopīgā identifikācijā ar grupu. Tas balstās starpgrupu salīdzināšanā un tiek asociēts ar motīvu aizsargāt, vai celt savas iekšgrupas tēlu. Brūvere un citi pētnieki uzskata, ka šīs trīs cilvēka būtības jeb atšķirīgās „es” reprezentācijas pastāv līdzās viena otrai vienā un tai pašā individuā, un visas trīs ir sociālas.⁵⁰

Papildus savas apziņas un reputācijas celšanas funkcijai, sava „es” jeb sevis-koncepta apzināšanās arī nodrošina un uztur cilvēka izziņas enkuru, konsekventus kritērijus vai ceļu, kādā cilvēks saprot, kas viņš ir, un apzinās ko no sevis sagaidīt. Sociālās un personības psiholoģijas profesors Vilijams Bills Svans (*William Bill Swann*) uzskata, ka indivīdi ir motivēti saglabāt savas „es” definīcijas, un to dara un turpinās darīt veidojot sociālo realitāti, kura atbilst personas sevis redzējumam.⁵¹ Valda pieņēmums, ka cilvēki labāk izvēlas uzturēt pastāvīgu un nemainīgu apziņu par sevi, lai spētu to izmantot, izdarot secinājumus un iespējamības par sev apkārtesošo visi, pasauli.⁵²

Sevis-koncepts ir sociāls produkts, kas veidojas caur attiecībām ar citiem cilvēkiem un to, ko viņi saskata sevī. Šādā veidā veidojas sociālā realitāte, kas ir daudz stiprāka kā uzvedības vai novērotā realitāte. Tā veidojas, ņemot vērā citu potenciālo sociālās vides dalībnieku normas un vērtības. Ir svarīgi atšķirt to „es”, kuru citi cilvēki vēlas redzēt, un to, kurš cilvēks pats vēlas būt. Kas cilvēks ir attiecīgā situācija, to nosaka sociālais konteksts, kurā viņš atrodas, cilvēks var tikt atstumts, vai pretēji pieņemts. Veidojas iekšgrupas un ārgrupas, īstais „es” un nepatiesais „es”. Lomu attiecīgā situācijā nosaka arī dzimums, rase, ārējais izskats, sociālais statuss un tamlīdzīgi aspekti.⁵³

3.2. Identitātes veidošanās process un modeļi

⁴⁹ Sedikkides, C., Brewer, M. B. (2001). *Individual Self, Relational Self, Collective Self*. P. 1-3.

⁵⁰ Turpat.

⁵¹ Brewer, M. B., Hewstone, M. (2004). *Self and social identity*. P. 9.

⁵² Turpat.

⁵³ Turpat.

Nemot vērā sabiedrības sociālo struktūru un personības perspektīvu, iespējams veikt sekojošu identitātes klasifikāciju: 1) termins *sociālā identitāte* nosaka indivīda pozīciju/as sociālajā struktūrā – sociālā struktūra, 2) jēdziens *personas identitāte* apzīmē konkrētus individuālās pieredzes aspektus, kuri veidojas saskarsmes procesos ar citiem cilvēkiem, vai institūcijām - mijiedarbība, 3) un jēdziens *Ego identitāte* aptver personībai raksturīgo nepārtrauktību jeb zināmu fundamentālu subjektīvu izpratni par personības stabilitāti - personība.⁵⁴

Viens no identitātes teorijas radītājiem Pīters Bērks (*Peter J. Burke*) un identitātes pētnieks Viktors Gekass (*Victor Gecas*) raksturojuši identitātes veidošanās struktūru dažādos vēstures laika posmos. Pētnieki uzskata, ka sociālās identitāte ir veidojusies atšķirīgi dažādās sabiedrībās un atšķirīgos laikos. Aspekti, kuri veido sociālo identitāti mūsdienās ir citādi kā tie bija agrākos vēsturiskos laikos. Pirms-modernajā sabiedrībā (*pre-modern society*) identitātes veidošanos lielā mērā noteica cilvēka īpašības un ārējie raksturojumi, piem., rase, dzimums un vecāku sociālais statuss. Agrajā modernajā sabiedrībā (*early-modern society*) identitāte arvien vairāk balstījās uz personīgiem sasniegumiem un materiālo nodrošinājumu. Vēlīnajā modernajā sabiedrībā (*late-modern society*) identitātes veidošana kļūst par iesaistīta radīšanas jautājumu, kas nozīmē, ka dažādās sociālās situācijās, iesaistīta radīšana mēdz būt nozīmīgāka nekā kāda sociālais stāvoklis vai sasniegumi.⁵⁵ Šāds iedalījums liecina, ka mūsdienu sabiedrībā personas identitāte ir nepastāvīga, mainīga, kas dod arī iespēju brīvi variēt ar sevis izpratni un piemērot savu „es” jebkurai situācijai. Pirms-modernajā sabiedrībā identitāte tiecas tikt personai piedēvēta jeb attiecināta, lielā mērā pašai personai nav varas pār tās identitāti. Agrajā modernajā sabiedrībā identitāti personas veido pašas ar saviem darbiem. Vēlīnajā modernajā sabiedrībā identitāte tiek vadīta un pārvaldīta pēc nepieciešamības.⁵⁶

Mijiedarbības līmenī, jeb starpersonu attiecībās, kurās satiekas indivīds un kultūra, identitāte ir lielā mērā heteronoma, tad individuāla un pēc tam orientēta uz tēlu. *Heteronoma identitāte* ir balstīta uz nekritisku citu personu vērtību un ekspektāciju pieņemšanu, kas nodrošina mehānisku iekļaušanos sabiedrībā. *Individuālā identitāte* balstās uz atšķirīga personīgā stila un lomas repertuāra veidošanu, ar kuru persona organiski iekļaujas vienā apvienotā veselā sabiedrībā. Un uz *tēlu orientēta identitāte*, kas balstās uz tāda tēla projekciju, kas iegūst kopienas apstiprinājumu. Kamēr šis tēls sabiedrībai ir pieņemams, persona drīkst būt attiecīgajā kopienā.⁵⁷

⁵⁴ Cote, J. E. (1996). *Sociological perspectives on identity formation: the culture-identity link and identity capital*. Journal of Adolescence, 19(5). P. 419-421.

⁵⁵ Turpat. P. 421.

⁵⁶ Turpat. P. 421-422.

⁵⁷ Turpat. P. 421.

Attīstības psiholoģijas pārstāvis Džeimss Marsija (*James Marcia*) uzskata, ka rakstura līmenī var izdalīt divas *ego-identitātes* jeb personības sastāvdaļas – *struktūra* un *process*. Ego identitātes *struktūra* vispārīgi var tikt attiecināta uz to „kā indivīds tiek galā ar pieredzi” un „kuras pieredzes indivīds uzskata par svarīgām”. Ego identitātes *process* attiecas uz veidu kādā persona formē savu identitāti kā neatkarīgu subjektu attiecībā uz tā objektu – pasauli. Amerikāņu psihologs Kenets Dž. Gergens (*Kenneth J. Gergen*) runājot par procesiem kādos, identitāte tiek formēta, raksta, ka pirms-modernā sabiedrība pieprasa tās locekļiem pieņemt savas identitātes jau agri sava dzīvē, agrajā-modernajā sabiedrībā no cilvēkiem tiek gaidīts, lai tie savas identitātes veido dzīves laikā, nobriešanas procesā, vēlīnajā modernajā sabiedrībā indivīdi tiek iedrošināti nepārtraukti atklāt un atrast savas identitātes caur informācijas patēriņu un citu apmierināšanu.⁵⁸

Mūsdienu sabiedrības ir arvien grūtāk izveidot stabilu un ilgdzīvojošu identitāti. Sociologi Džeims E. Kote (*James E. Côté*) un Antons Allahars (*Anton Allahar*) iesaka divus ceļus, kurus katram indivīdam ir brīvība izvēlēties, lai izdzīvotu mūsdienu sabiedrībā. Viens no tiem ir „iet pa straumi” un ļaut, lai viedokļu līderi dažādās sabiedrībās vada viņus, manipulējot ar viņiem. Savukārt, otrs ir uzturēt aktīvu lomu sevis attīstībā un pašiem vadīt savu dzīvi, līdz brīdim, kad tas ir iespējams, un var iztikt bez citu līdzdalības. Šādus cilvēkus sociologs Entonijs Gidenss (*Anthony Giddens*) dēvē par savas dzīves biogrāfijas arhitektiem.⁵⁹

3.3. Sociālās identitātes teorija

Sociālās identitātes teorijas pamatlicēji ir teorētiķi Henrijs Tedžfels (*Henry Tajfel*) un Džons Tērners (*John Turner, 1979, 1985*). „Sociālās identitātes teorija ir sociāli kognitīva teorija par piederību grupai un starpgrupu attiecībām, kas ir balstīta uz paškategorizāciju, sociālo salīdzināšanu, un kopīga „es” definēšanu iekšgrupas vienojošo īpašību terminos, un no ārgrupas diferencējošo īpašību terminos.”⁶⁰ Saskaņā ar šo teoriju indivīdu kategorizācija sociālās grupās, veido viņu sociālo identitāti. Tedžfels un Tērners definē sociālo identitāti kā indivīda sevis-koncepta jeb „es” koncepta daļu, kas veidojas un ir atkarīga no viņa piederības

⁵⁸. Cote, J. E. (1996). *Sociological perspectives on identity formation: the culture-identity link and identity capital*. Journal of Adolescence, 19(5). P. 421-422.

⁵⁹ Turpat. P. 423.

⁶⁰ Gritāne, E. (2011). Līdera atbilstība transformatīva līdera uzvedības modelim, grupas piederības nozīmīgums un līdera grupas piederība – to ietekme uz uztverto līdera efektivitāti. Eksperimentāls pētījums. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 93.lpp.

pie grupām vai kategorijām.⁶¹ Teorija cenšas izskaidrot izziņu un uzvedību ar grupu-procesu palīdzību, tā vietā, lai aplūkotu individuālas īpašības.⁶²

Tedžfels (1979) izdala četrus sociālās identitātes teorijas pamatā esošus principus – *sociālā kategorizācija*, *sociālais salīdzinājums*, *sociālā identitāte* un *pašcieņa*. *Sociālā identitāte* ir šīs teorijas pamatjēdziens un tā ir sevis koncepta daļa, kas veidojas, identificējoties ar iekšgrupām un tās dalībniekiem, un veidojot salīdzinājums ar nozīmīgām āgrupām. Indivīda mērķis ir veidot pozitīvu sociālo identitāti, tādī nodrošinot savu un grupas *pašcieņas* saglabāšanu.⁶³ *Sociālā identitāte* atšķiras no *personīgās identitātes*, kura ir tā sevis koncepta daļa, kura attīstās no personības iezīmēm un personīgām, dziļi individuālām attiecībām, kuras tiek veidotas ar citiem cilvēkiem. Sociālā identitāte ir saistīta ar grupas uzvedību vai personas uzvedību grupā, savukārt personīgā identitāte ar starppersonu vai individuālu uzvedību. Cilvēkiem ir tik daudz personīgo un sociālo identitāšu, cik viņiem ir grupu, ar kurām viņi identificējas, vai tuvu attiecību, kurās viņi sevi definē.⁶⁴ Sociālās identitātes teorija izvirza uzskatu, ka visas vērtību nozīmes un emocionālās pieredzes asociētas ar grupu, kurā persona identificējas, tiek attiecinātas arī uz pašu indivīdu.⁶⁵

Tedžfels uzskata, ka, lai cilvēkam būtu vieglāk pārstrādāt un uzglabāt dažādu informāciju, tiek definētas kategorijas un shēmas, lai kodētu un dekodētu informāciju. Tādēļ veidojas arī *sociālā kategorizēšana*, kurā cilvēki tiek iedalīti dažādās grupās, lai vienkāršotu izpratni par pasauli un strukturizētu sociālo mijiedarbību. Piem., sabiedrībā tiek izmantotas tādas kategorijas kā „Panki” un „Skeiteri”, lai aprakstītu grupas, kurām raksturīgs līdzīgs vai specifisks ģērbšanās stils un ieradumi, līdz ar to pastāv arī specifiskas gaidas, cerības un bailes par cilvēkiem, kuri pieder šīm grupām. Tedžfels un Tērners (1979) uzskata, ka sociāla kategorizēšana ir kognitīvs rīks, kas iedala, klasificē un pieprasa sociālajai videi un indivīdiem uzņemties dažādas sociālās rīcības formas.⁶⁶

Tiklīdz personas definē un novērtē sevi attiecībā uz savu sociālo identitāti, aizsākas *sociālā salīdzinājuma* process, kurā indivīdi sāk salīdzināt savu iekšgrupu ar nozīmīgām āgrupām. Cilvēki, tiecas pēc pozitīvas sociālās identitātes, tādēļ, veidojot sociālu salīdzinājumu starp grupām, meklē pozitīvu atšķirību iekšgrupai (grupa, kurai viņi pieder)

⁶¹ Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1029.

⁶² Bryant, J., Vorderen, P. (2006). *Phycology of Entertainment*. New Yersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. P. 256.

⁶³ Turpat. P. 258-259.

⁶⁴ Gritāne, E. (2011). Līdera atbilstība transformatīva līdera uzvedības modelim, grupas piederības nozīmīgums un līdera grupas piederība – to ietekme uz uztverto līdera efektivitāti. Eksperimentāls pētījums. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. 94.lpp.

⁶⁵ Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1029.

⁶⁶ Bryant, J., Vorderen, P. (2006). *Phycology of Entertainment*. P. 257.

salīdzinājumā ar ārgrupu (grupa, kurai viņi nepieder), lai iegūtu pozitīvu sociālo identitāti.⁶⁷ Lai definētu indivīda vietu sabiedrībā, sociālās kategorijas tiek vērtētas salīdzinājumā ar citām grupām. Sociālā salīdzinājuma mērķis ir novērtēt sociālās grupas, kurās „mēs” un „citi” piederam. Pastāv trīs sociālā salīdzinājuma premisas: 1) indivīdi savu piederību grupai uzskata par svarīgu sevis-koncepta daļu, viņi ir identificējuši sevi ar iekšgrupu; 2) situācijai ir jābūt tādai, lai sociālais salīdzinājums būtu iespējams; 3) ārgrupai ir jābūt saistītai, vai piederīgai ar attiecīgo iekšgrupu;⁶⁸ Visi šie procesi ir daļa no sociālās identificēšanās procesa, kura mērķis ir celt personas pašapziņu un vispārējo apziņas līmeni par sevi.⁶⁹

Brūvere (*Brewer*) un Sonja Rokkas (*Sonia Roccas*) ir izstrādājušas identitātes sarežģītības teoriju, kura uzsver indivīda spēju vienlaikus būt vairāku sociālu grupu dalībniekam.⁷⁰ Izteiktas sociālās identitātes sarežģītības gadījumā, vienam indivīdam piemīt spēja identificēties ar dažādām cilvēku grupām vienlaikus, skatīties uz situāciju un grupu daudz abstraktāk, mazinot stereotipisku priekšstatu un attieksmju rašanos. Šādā gadījumā, ja indivīda pamata iekšgrupa ir apdraudēta, viņš vērs savu uzmanību uz citām grupām, tādā veidā, turpinot apmierināt savas pamatvajadzības pēc atšķirīguma un iekļaušanās.⁷¹

3.4. Paškategorizācijas teorija

Sociālās identitātes teorijas tālāko pētījumu rezultātā tika attīstīta *Paškategorizācijas teorija*, kuras galvenais pamatlicējs ir Tērners (1987), un lielu ieguldījumu teorijas attīstībā ir devusi arī Brūvere. Abas teorijas pievēršas sociālās identitātes pētīšanai, bet paškategorizācijas teorija izteikti uzsver sociālās kategorizācijas procesu, kas ir fundamentāla sociālās identifikācijas teorijas daļa.⁷²

Tērnera teorija skaidro, „ka cilvēku pārslēgšanās no individuālās psiholoģijas uz grupu psiholoģiju ir skaidrojama ar pārslēgšanos no sevis definēšanas un redzēšanas personīgās identitātes jēdzienos uz sevis definēšanu un redzēšanu kopīgas sociālās identitātes jēdzienos.” Tiek izdalīti trīs paškategorizācijas līmeņi, kas ir nozīmīgi personas sevis-konceptam: sevis kā cilvēciskas būtnes kategorizēšana (*cilvēciskā identitāte*), sevis kā sociālas iekšgrupas

⁶⁷ Fiske, S. T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1029.

⁶⁸ Bryant, J., Vorderen, P. (2006). *Psychology of Entertainment*. P. 258-259.

⁶⁹ Turpat. P. 256.

⁷⁰ Roccas, S., Brewer, M. B. (2002). *Social Identity Complexity. Personality and Social Psychology Review*, 6(2). 88.-106.lpp

⁷¹ Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija. 768. Sēj. 87.lpp

⁷² Hornsey, M. J. (2008). *Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical Review*. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1). P. 208.

dalībnieka kategorizēšana (*sociālā identitāte*) un personiska sevis kategorizācija, balstīta interpersonālos salīdzinājumos (*personīgā identitāte*).⁷³

Cilvēki paši sevi redz mazāk kā personības, bet vairāk kā aizstājamus, maināmus grupas prototipus. Šie prototipi ne tikai apraksta ko nozīmē būt attiecīgās grupas dalībniekam, bet arī norāda kādas attieksmes, emocijas un uzvedības ir piemērotas dažādos kontekstos.⁷⁴

Cilvēkiem piemīt vēlme kategorizēt sevi dažādās grupās vai kategorijās, tādi nostiprinot savu identitāti. Visi cilvēki pieder noteiktam skaitam dažādu grupu, katra no tām ir svarīga tai attiecīgajā situācijā. Piem., sabiedrība ir viegli sadalāma mazākās grupās pēc tādām pazīmēm un īpašībām kā dzimums, vecums, seksuālā orientācija, politiskā pārliecība, profesija, reliģiskā pārliecība u.tml.⁷⁵

Sevis definēšana sociālā līmenī akcentē iekšgrupas līdzības un ārgrupas atšķirības. Šī sevis kategorizācija veicina personas *depersonalizēšanos* (*depersonalization*) jeb mazāk uzmanības tiek vērsta uz unikālām personas raksturīpašībām, un sevis stereotipizēšanas (*self-stereotyping*) rašanos – izjust sevi un uzvesties saskaņā ar savu prototipisko reprezentāciju, kuru veido grupa kurai indivīds pieder. Tērners apgalvo, ka paškategorizācija ir kognitīvs mehānisms, kas padara iespējamu grupas uzvedību.⁷⁶

⁷³ Hornsey, M. J. (2008). *Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical Review*. Social and Personality Psychology Compass, 2(1). P. 208.

⁷⁴ Turpat.

⁷⁵ Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija. 768. Sēj. 79.lpp

⁷⁶ Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1029-1230.

4. IEKŠGRUPU UN ĀRGRUPU VEIDOŠANĀS

Tas kā cilvēki kategorizē sevi un citus, ietekmē dažādus indivīdu dzīves aspektus, it īpaši sociālo attiecību formēšanos. Pēc sociālo psihologu domām sevis iedalīšana kategorijās „mēs” un „viņi” atstāj visspēcīgāko ietekmi uz sociālo uztveri un spriedumu izdarīšanas procesiem. Motivācija šādam iedalījumam ir pozitīvas identitātes veidošana un saglabāšana. Šāds iedalījums atstāj negatīvas sekas uz indivīdu un sabiedrību kopumā, jo tas veicina grupu aizspriedumu rašanos un *etnocentrismu** uzskatus.⁷⁷

4.1. Iekšgrupu veidošanās

Sociālo grupu veido cilvēki, kuri uztver sevi kā piederīgu šai grupai, un kurus pieņem citi grupas dalībnieki.⁷⁸ Tedžfels (1987) cilvēku sociālās grupas daļa iekšgrupās un ārgrupās.⁷⁹ Indivīdu identificēšanās ar dažādām iekšgrupām ir psiholoģiski svarīga un tam ir sociālas sekas, tas ietekmē indivīdu pieredzes un viņu uzvedību. Pastāv dažādi ceļi kādos personas identificējas ar attiecīgajām iekšgrupām. Indivīdu identifikāciju ar iekšgrupu bieži uzskata par vispārēju psiholoģisku savienojumu, tomēr iekšgrupu teorētiskie pētījumi liecina, ka personu ar viņa izvēlēto iekšgrupu vieno ne tikai psiholoģiska saikne, bet arī rīcība un citi uzvedības komponenti.⁸⁰

Teorētiski izšķir vairākus elementus, kas ir nozīmīgi identificēšanās procesā. Tie ir: *individuāla sevis-stereotipizēšana, iekšgrupu viendabība jeb homogenitāte, solidaritāte, apmierinātība un centrālums*.⁸¹

Personas identifikācija ar grupu ir vairāk kā vienkārša iekļaušanās, lai indivīds iekļautos kādā grupā, viņam ir jāiziet cauri dažādām psiholoģiskām darbībām. *Individuāla sevis-stereotipizēšana* nozīmē, ka laikā, kad indivīds identificējas ar kādu iekšgrupu, notiek sevis kategorizācija – līdzību, kopīgu raksturīpašību meklēšana ar vidusmēra grupas dalībnieku. Persona izšķir cilvēkus un grupas, kurās viņš spēj iedomāties un redzēt sevi. Teorētiski Donalds T. Kempbels (*Donald T. Campbell*) un Kurts Levins (*Kurt Lewin*) uzskata, ka iekļaušanās notiek tad, kad indivīds saskata sevi kā *līdzīgu* vai *vienādu* ar citiem

⁷⁷ Castano, E. etc. (2002). *Who May Enter? The Impact of In-Group Identification on In-Group/Out-Group Categorization*. Journal of Experimental Social Psychology, 38(33). P.315.

⁷⁸ Bryant, J., Vorderen, P. (2006). *Psychology of Entertainment*. P. 256.

*Pēc definīcijas *etnocentrismu* skaidro kā spriedumu izdarīšanu par citu kultūru balstoties uz savas kultūras vērtībām un standartiem.

⁷⁹ Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. P. 1029.

⁸⁰ Spears, R. etc. (2008). *Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification*. Journal of Personality and Social Psychology, 95(1). P. 149.

⁸¹ Turpat. P. 144-145.

iekšgrupas dalībniekiem. Tērners kā viens no paškategorizācijas jeb „es-koncepcijas” teorijas pamatlicējiem uzskata, ka identificēšanās ar iekšgrupām notiek bezpersoniskas sevis uztveres rezultātā, kā rezultātā persona sevi stereotipizē kā līdzīgu citiem iekšgrupas locekļiem, lai varētu tajā iekļauties.⁸²

Individuāla sevis stereotipizēšana norāda, cik lielā mērā indivīds uztver sevi kā līdzīgu iekšgrupas dalībnieka prototipam. Uzskats, ka iekšgrupa ir *viendabīga* jeb *homogēna* un pastāv tās dalībnieka prototips, reprezentē grupu kā stabilu sociālu struktūru. Lai saglabātu grupas viendabīgumu tās dalībnieki var izpaust pretestību pret jaunu, atšķirīgu grupu, vai locekļu iekļaušanos tajā. Kā piemēru var minēt pretestību imigrantu vai etnisko minoritāšu ieplūšanai kādā valstī, jo šī imigrācija samazina viendabīgumu valstī.⁸³

To, ka persona iekļausies kādā iekšgrupā, iespējams, vislabāk liecina pozitīvas emocijas par grupu un savu iespējamo esamību tajā - *apmierinājums*. Lai noteiktu grupas biedru apmierinājumu ar iekšgrupu, kurā tas atrodas, ir jāizdala pozitīvās emocijas (t.i., prieks būt grupas dalībniekam) un negatīvās (t.i., nožēloju, ka esmu grupas dalībnieks). Abas emociju grupas tiecas būt neatkarīgas viena no otras, tādēļ to līmeni grupās bieži ir sarežģīti noteikt, un tas, ka ir redzamas vairāk pozitīvas emocijas neliecina, ka negatīvās emocijas nepastāv, vai to līmenis ir zems. Apmierinātība ir vadošais veids, kādā indivīdi var identificēties ar grupu.⁸⁴

Nozīmīgs komponents identificēšanas procesā ir *solidaritāte*. To raksturo psiholoģiskā saikne, saistībās un uzticēšanās citiem grupas biedriem. Psiholoģiska pieķeršanās grupai un piederības sajūta veicina iejušanos iekšgrupā, un var kalpot kā mērvienība personas identifikācijas līmeņa noteikšanai. Personai ir jāiegulda sevi un savas spējas iekšgrupā, jāpiedalās tās aktivitātēs, tā vietā, lai izvairītos no iekšgrupā noteiktajiem pienākumiem.⁸⁵

Visbeidzot, piektais iekšgrupu identificēšanās komponents ir *centralitāte*. Paškategorizācijas teorija liecina, ka identifikācija ar grupu padara to par centrālo aspektu indivīdu „es-koncepcijā”. Centralitātei vajadzētu vadīt indivīdu uz rīcībām, kas apmierina grupas vajadzības un likt indivīdam vērsties pret jebkādiem grupai izteiktiem draudiem.⁸⁶

4.2. Ārgrupu veidošanās

⁸² Spears, R. etc. (2008). *Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification*. Journal of Personality and Social Psychology, 95(1). P. 146.

⁸³ Turpat. P. 146.

⁸⁴ Turpat. P. 147.

⁸⁵ Turpat.

⁸⁶ Turpat.

Viens no cilvēka domāšanas konceptiem ir sevi definēt kontrastā ar kādu „citu”. Bieži „cits” tiek definēts kā ienaidnieks, konkurents, kāds, kas ir atšķirīgs, tātad iespējams drauds iekšgrupai. „Katrs indivīds pārstāv vienas šaurākas iekšgrupas intereses, un par citām grupām domā vienkāršoti un stereotipiski.”.⁸⁷ Ārgrupu atšķirīgās vērtības, morāles normas un uzskati var apdraudēt iekšgrupas uzskatus par pasauli, nereti saskaroties ar ārgrupu iekšgrupas indivīdiem nereti rodas bailes un diskomforts.⁸⁸

Liela daļa sociālās identitātes un grupu attiecību pētījumi balstās uz iekšgrupas-ārgrupas kategorizāciju. Tie cilvēki, kas nepieņem vai neatbilst grupas identitātei ir ārgrupas dalībnieki - iekšgrupai nepiederošie locekļi. Indivīdi klasificē citus cilvēkus pēc viņu iespējamās dalības kategorijā, kurā indivīds pats atrodas. Katram cilvēkam, kā minēts iepriekš, ir vairākas identitātes, un viena identitāte var būt dominējoša, atstājot pārējās novārtā. Tie kuri pieder pie dominējošajām kategorijām tiek uzskatīti par iekšgrupas dalībniekiem, bet tie, kuri neatbilst kategorijai ir ārgrupas dalībnieki. Šādas kategorizācijas rezultātā ikviens ārpus dominējošās kategorijas ir ārgrupas dalībnieks, neatkarīgi no citām identitātēm, kuras grupas biedriem varētu būt kopīgas.⁸⁹

4.3. Komunikācija starp iekšgrupām un ārgrupām

Ārgrupa nereti tiek uztverta kā apdraudējuma avots iekšgrupai, un par ārgrupu un tās dalībniekiem tiek spriests automātiski reaģējot uz stereotipiskiem aizspriedumiem. Notiek varas un statusa attiecību mijiedarbība starp grupām. Draudi var būt reāli, tādi, kas apdraud iekšgrupas dalībnieku dzīvību, labklājību vai varu, kā arī simboliski, tādi, kas apdraud iekšgrupas uzskatus. Atšķirības un nesaskaņas starp iekšgrupu un ārgrupu visbiežāk veidojas uz pretēju uzskatu pamata, atšķirīgām dzīves vērtībām un morāles normām.⁹⁰

Amerikāņu sociologs Viljams Samners (*William Sumner*) bija pirmais kurš definēja *entnocentrismu* 19. gadsimta un 20. gadsimta mijā, un raksturoja šo teoriju ar ļoti ekstrēmu iekšgrupu un ārgrupu nošķiršanu. Viņš definēja etnocentrismu kā domāšanas veidu, kurā katra paša grupa ir visa centrs, un citas grupas ir mazāk svarīgas, un tiek vērtētas attiecības pret to. Samners raksturoja etnocentrismu kā attieksmju veidošanos, visbiežāk pozitīvu attiecībā pret

⁸⁷ Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. 85.-87.lpp.

⁸⁸ Roccas, S., Brewer, M. B. (2002). *Social Identity Complexity*. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2). 88.-106.lpp.

⁸⁹ Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj.. 90.lpp.

⁹⁰ Turpat. 87.lpp.

katra paša grupu un negatīvu attiecībā pret citām grupām.⁹¹ Samners raksturo etnocentrismu izdalot vairākus uzvedības un rīcības principus:

- Uzskatīt savas grupas standartus kā universālus un tikai pareizus un nosodīt citus.
- Ticēt savas grupas kultūras pārākumam un nicinoša, sliktāka attieksme pret citām kultūras grupām.
- Uztvert savu grupu kā spēcīgu un citas grupas, kā vājas, pret kurām sociālā distance, vai pat naida un nepatikas izpausmes ir pamatotas.
- Veidot (postulēt) sadarbību savas grupas ietvaros, un sadarbības trūkumu ar svešiniekiem (ārgrupām).
- Pieprasīt paklausību pret savām grupas autoritātēm un nepaklausību pret ārgrupas autoritātēm.
- Gatavība cīnīties un spēja ziedot savu dzīvi, lai cīnītos par paša grupu, un atteikšanās cīnīties svešinieku pusē.
- Neuzticēties un baidīties no svešiniekiem, apsūdzēt viņus par savu problēmu radīšanu un izmantot tos kā nepareizus piemērus, tai pašā laikā audzinot ārgrupas dalībniekus.

Šādi Sumers parādīja, ka etnocentrisms ir viens no vadošajiem aspektiem pasaules dalīšanai savā grupā (iekšgrupā) un svešinieku (ārgrupā). Tomēr, viņš arī norādīja, ka tas nav tik izteikti būtisks individuāla cilvēka identitātes noteikšanā, kā tas ir raksturīgs lielām sabiedrības grupām un kopienām.⁹²

Mūsdienu skatījumā etnocentrisms tiek iedalīts trīs izpētes virzienos – *sociālpolitiskais, psiholoģiskais, kulturālais*. Tie pētnieki, kas uzņemas šī jēdziena pētīšanu un izskaidrošanu, uzsver reāla grupu konflikta esamību un dominēšanu starpgrupu komunikācijā. Negatīvās attieksmes rodas, kad iekšgrupas dalībnieki nespēj saprast ārgrupas dalībniekus, šo procesu veicina kultūras barjeras. Viens no sociālās identitātes teorijas pamatlicējiem Henrijs Tedžfels jau definējot indivīda sociālo identitāti, pieņēma, ka sevis kategorizācija iekšgrupā un citu iedalīšana ārgrupās, automātiski nosaka, ka indivīds atbalstīs savu iekšgrupu, un vajadzības gadījumā vērsīsies pret ārgrupu, tādā veidā stiprinot savu pašcieņu un grupas pozīciju.⁹³ Tedžfels uzsvēra, ka augsts savas iekšgrupas pašvērtējums ir būtisks nosacījums grupas funkcionēšanai.⁹⁴

⁹¹ Ferszt-Pilat, K. (2006, 1. March.). *Ethnocentrism as the barrier to communication between different cultures*. *Journal of Modern Science* P. 321.

⁹² Turpat. P. 321-322.

⁹³ Turpat. P. 222.-324.

⁹⁴ Turpat. P. 327.

4.3.1. Etnocentrisma jēdziens starpkultūru komunikācijā

Etnocentrisms apzīmē savas grupas vides uzsvēršanu kā centrālu attiecībā pret pārējo pasauli. Citu cilvēku uztvere, kategorizācija un viņu dzīves izskaidrošana ir cilvēka sociāla un kognitīva pamatvajadzība. Liela daļa sociālo pētījumu, kas atvēlēti sociālās izziņas tematikai, pieņem, ka kategorizācija ir cilvēka domāšanas pamatprocess.⁹⁵

Katra sabiedrība saviem piederīgajiem māca etnocentrismu, bet tā intensitāte ir atkarīga no kultūras un tās pamatvērtībām. Piem., sabiedrībās, kurām raksturīgs augsts kolektīvisms, jeb spēcīga attieksme uz grupu un tās vienotību, etnocentrisma intensitāte būs augstāka.⁹⁶ Jāpiebilst, ka kultūra, kurā katrs cilvēks ir uzaudzis, un kuru ir pazinis visu savu mūžu, veido pamatu tam kā tiek vērtēti citi cilvēki un viņu kultūra.

Jēdziens etnocentrisms visbiežāk tiek lietots saistībā ar starpkultūru komunikāciju. Tas tiek uzskatīts par starpkultūru komunikācijas barjeru. Atšķirīgu kultūru un cilvēku uztvere un vērtēšana bieži notiek neapzinoties, jo katrai personai savā kultūras kontekstā ir jau kognitīvi iestrādājušies automātismi, pēc kādiem tiek vērtēti citi cilvēki. Tomēr, mūsdienu pētnieki uzsver, ka šī komunikācijas barjera var tikt un tai vajadzētu tikt pārceltai. Analizējot starpkultūru komunikāciju no etnocentrisma perspektīvas, tiek izcelta kultūras relativitātes nozīme – tāda kognitīva nostāja, kas uzsver, ka spriedumi, par citām kultūrām jāizdara, balstoties uz tai raksturīgajām normām un vērtībām. Šāda uztvere ļauj iepazīt citas kultūras veidā, kas ir daļēji brīvs no aizspriedumiem un stereotipiem.⁹⁷

Citas kultūras uztvere un izziņa tiek spēcīgi balstīta cilvēku pamatzināšanās, pamatvērtībās un uzskatos par savu kultūru, līdz ar to priekšstats var būt nepareizs, stereotipizēts un nepamatots. It īpaši, ja cilvēks ir uzaudzis vidē, kurā dominē viena kultūra, un tiešas attiecības ar citu kultūru pārstāvjiem nav bijušas iespējamās, vai ir tikušas aizliegtas.⁹⁸ Etnocentrisma negatīvās sekas var tikt novērstas, veicinot toleranci un atvērtu dialogu starp kultūrām.⁹⁹

Pētījumi ir pierādījuši, ka nozīmīgu ietekmi uz to kā cilvēks uztver pats sevi un sociālo pasauli, atstāj cilvēki, kuri ieņem dominējošās lomas katra cilvēka dzīvē (*significant-others*), tie ir vecāki, draugi, radnieki, otrās pusītes utt. Mirkļi, kad notiek sastapšanās ar jaunu personu, kas kaut minimāli līdzinās šiem nozīmīgajiem-citiem, tai tūlītēji tiek piedēvētas

⁹⁵ Ferszt-Pilat, K. (2006, 1. March.). *Ethnocentrism as the barrier to communication between different cultures. Journal of Modern Science* P. 32.-329.

⁹⁶ Turpat. P. 330.

⁹⁷ Turpat. P. 324.

⁹⁸ Turpat. P. 328.

⁹⁹ Turpat. 339.lpp.

nozīmīgo-citu raksturojošās īpašības.¹⁰⁰ Daži pētnieki uzsver, ka nereti aktivizējot nozīmīgo-citu raksturojošās īpašības, lai piedēvētu tās kādai personai, kura ir līdzīga nozīmīgajam-citam, tiek aktivizēta arī etniskā kategorija, pie kuras pieder nozīmīgais-cits, un tā tiek piedēvēta arī jaunajai personai, kuras etniskā piederība nav zināma.¹⁰¹ Šāda etnisku priekšstatu pārņemšana no viena cilvēka uz otru rosina pārmaiņas iekšgrupas aizspriedumos par citām etniskajām grupām.¹⁰² Lai gan pētījumi liecina, ka nozīmīgo-citu reprezentāciju aktivizēšana un pielietošana notiek automātiski, nav pārlicinošu pierādījumu tam, ka arī etnisko kategoriju pārņemšana notiek spontāni, bez nekādiem secinājumiem par jaunās personas īsto etnisko piederību.¹⁰³

Visas grupas vieno kādas kopīgas pazīmes, bet tajā pašā laikā katra no tām ir ļoti atšķirīga savā būtībā. Ne visām kopienām ir skaidri definējama patība.

4.3.2. Empātija iekšgrupu un ārgrupu komunikācijā

Vairāki pētījumi liecina, ka empātija kā emocija ko izjūt iekšgrupu dalībnieku pret ārgrupu dalībniekiem, var attīstīt pozitīvas attieksmes veidošanos pret ārgrupām, līdz ar to arī uzlabot starpgrupu attiecības. Paaugstinātas rūpes vai raizes par ārgrupas dalībniekiem veicina tādu iekšgrupas dalībnieku uzvedību, kuras mērķis ir palīdzēt ārgrupai.¹⁰⁴

Empātiju, tāpat kā citas emocijas pastiprina sociālā kategorizācija. Empātija tiek izjauta tad, kad kādam iekšgrupas vai ārgrupas dalībniekam ir kaut kas ļoti vajadzīgs, vai ir nepieciešama palīdzība, atbalsts. Tomēr, pētījumi liecina, ka iekšgrupa arī šādās situācijās ieņem primāro lomu, un empātija pret tās dalībniekiem tiek izjauta daudz stiprāk kā pret ārgrupas dalībniekiem. Tātad, pirmkārt, empātija tiks izjauta pret iekšgrupas dalībnieku. Turklāt, iekšgrupa visdrīzāk izrādīs empātiju ārgrupai tikai tik tālu, cik šī ārgrupa tiek uzskatīta par līdzīgu iekšgrupai.¹⁰⁵ Sociālās psiholoģijas pārstāvji Nīla Branskombe (*Nyla Branscombe*) un Anca Mirona (*Anca Miron*) (2008) izsaka hipotēzi, ka arī iekšgrupu dalībnieki interpretē citu cilvēku pieredzes atkarībā no viņu piederības kādai grupai.¹⁰⁶

¹⁰⁰ Saribay, S. A. (2007). *Relational to Collective: Significant-Other Representations, Ethnic Categories, and Intergroup Perceptions*. Personality and Social Psychology Bulletin. Sage Publications. P. 1714.

¹⁰¹ Turpat. P. 1716.

¹⁰² Turpat. P. 1723.

¹⁰³ Turpat.

¹⁰⁴ Tarrant, M. etc. (2009). *Social categorization and empathy for outgroup members*. British Journal of Social Psychology, 48(3). P. 427.

¹⁰⁵ Turpat. P. 429.

¹⁰⁶ Turpat. P. 439.

5. METODOLOĢIJA

Gandrīz visi komunikācijas pētījumi, neatkarīgi no tā, vai dati ir rakstiski, vizuāli vai verbāli, vadās pēc jautājuma – „Kurš saka, ko, kam un ar kādu efektu?”.¹⁰⁷ Ziņas saturs var tikt analizēts, lai saprastu tās autora, vai paša avota motīvus, mērķus un nodomus. Arī lai novērotu kā ziņas saturs izceļ kādu nozīmīgu sociālo fenomenu, vai arī lai izprastu kādus efektus komunikācija, atstāj uz auditoriju. Atbilstoši pētījuma specifikai, tā realizācijai tika izvēlētas divas pētnieciskās metodes – kontentanalīze un diskursa analīze. Turpmāk tekstā sniegts metožu izvēles pamatojums un raksturojums.

5.1. Kontentanalīze

Kontentanalīze ir vispārpieņemta metode tekstu analīzē, visbiežāk specifiski masu komunikācijas jomā.¹⁰⁸ Klasisko kontentanalīzes metodes definīciju 1952. gadā piedāvāja Bernards Berelsons (*Bernard Berelson*). Viņš definē kontentanalīzi kā pētniecisku tehniku komunikācijas redzamā satura objektīvam, sistemātiskam un kvantitatīvam aprakstam. Arī teorētiķis Ole Rūdolfs Holsti (*Ole Rudolf Holsti*, 1989) piedāvā līdzīgu definīciju. Viņš definē kontentanalīzi kā objektīvu un sistemātisku vēstījumu izpēti tehniku, ko izmanto, lai identificētu vēstījuma īpašības un nonāktu pie secinājumiem.¹⁰⁹ Savukārt, jaunāku definīciju piedāvā Freds Kerlingers (*Fred Kerlinger*, 2000) - kontentanalīze ir sistemātiska, objektīva un kvantitatīva komunikācijas studēšana un analizēšana, kuras mērķis ir izmērīt mainīgos lielumus.¹¹⁰

Arī citi masu komunikācijas un sabiedriskās domas pētnieki ir bijuši konsekventi, uzsverot, ka kontentanalīze ir objektīva, sistemātiska un kvantitatīva pētījumu metode, un tā apskata gan acīmredzamo, gan apslēpto komunikācijas saturu.¹¹¹ Kontentanalīzē teksts tiek analizēts pēc iepriekš noteiktām kategorijām, tādējādi analīze ir sistemātiska un balstās uz atkārtojamības principa.¹¹² Metode var tikt pielietota, gan rakstīta, gan vizuāla teksta un

¹⁰⁷ Gray, P. S. etc. (2007). *The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods*. New York: Cambridge University Press. P. 286.

¹⁰⁸ Silverman, D. (2001/1993). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction*. Second edition. London: Sage Publications. P. 123.

¹⁰⁹ Bryman, A. (2004/2001). *Social Research Methods*. Second edition. New York: Oxford University Press. P. 182.

¹¹⁰ Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (2006). *Mass Media Research: An introduction*. Eight edition. Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning. P. 150.

¹¹¹ Gray, P. S. etc. (2007). *The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods*. P. 284.

¹¹² Bryman, A. (2004/2001). *Social Research Methods*. Second edition. P. 181.

dokumentu analīzē, līdz ar to arī visdažādāko mediju satura interpretēšanā – televīzijas, radio, drukāto mediju, interneta mediju analīzē.¹¹³

Kontentanalīzes pirmsākumi meklējami Otrā pasaules kara laikā. Ap šo laiku kontentanalīzi izmantoja radio staciju pārraidīto dziesmu un ziņojumu analīzē, kā arī lai noskaidrotu vēsturisku dokumentu autorību jeb apliecinātu, ka dokumentu autori, kuri bija apšaubāmi ir patiesie dokumenta radītāji. Pēckara periodā ar kontentanalīzi pētīja propagandas tendences avīzēs un radio. 1952. gadā Berelsons publicēja grāmatu „*Content Analysis in Communication Research*”. Ar šīs grāmatas publicēšanu iezīmējās periods, kad kontentanalīze ieguva atpazīstamību akadēmiskajā vidē kā atzīta mediju satura pētījuma metode.¹¹⁴

Kontentanalīze ir galvenokārt kvantitatīva pētniecības metode, jo tā balstīta noteiktu satura elementu biežuma skaitīšanā. Tomēr, kontentanalīze un kvalitatīva analīze nav savstarpēji izslēdzošas.¹¹⁵

Harolds Lasvels (*Harold Lasswell*) apgalvo, ka,

„Kontentanalīzes procesā mēs skatāmies uz apgalvojumiem un zīmēm kā izejmateriālu, kuru jāapkopo, lai 1) noteiktu satura ietekmi uz auditoriju, vai 2) kontroles ietekmi, kas skar pašu kontekstu.”¹¹⁶

Kontentanalīzes veikšanai pētnieks izstrādā kategoriju kopu, un skaita katrai kategorijai atbilstošās satura vienības - šādi pēc iepriekš izstrādātām kategorijām tiek veikta sistemātiska satura sakārošana, un tā analīze. Kontentanalīzes kategorijām jābūt precīzām, savstarpēji izslēdzošām un pamatotām, lai nodrošinātu rezultātu sakrišanu neatkarīgi no personas, kas veic informācijas apstrādi.¹¹⁷

Pētījuma kategorijas veido, izsmelši uzskaitot visus uz pētījuma jautājumiem attiecināmus pētījuma fenomena aspektus un dimensijas, un to apakškategorijas.¹¹⁸ Kontentanalīzes pamatā ir precīzi izveidota kodu sistēma, atbilstoši darba jautājumam, tāpēc izvirzītās kategorijas, lielā mērā, ir pakļautas pētījuma jautājuma specifikai. Kategorijas var veidot ne tikai uzskaitot dažādas ziņas autora, pašas ziņas, vai tās auditorijas raksturojošas pazīmes. Kategorijas var sastāvēt arī no atsevišķiem vārdiem, vai frāzēm, kuras atlases laikā tiek skatītas kontekstā ar citiem sev apkārtesošiem vārdiem. Šādu kategoriju apskatīšana un

¹¹³ Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (2006). *Mass Media Research: An introduction. Eight edition.* P. 150.

¹¹⁴ Turpat. P. 150.

¹¹⁵ Gray, P. S. etc. (2007). *The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods.* P. 283.

¹¹⁶ Silverman, D. (2001/1993). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction. Second edition.* P. 123-124.

¹¹⁷ Silverman, D. (2001/1993). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction. Second edition.* P. 123-124.

¹¹⁸ Gray, P. S. etc. (2007). *The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods.* P. 294.

apkopošana kalpo plašākai teksta tematiskai analīzei. Anders Hansens (*Anders Hansen, 1995*) norāda, ka noteiktu vārdu bieža parādīšanās tekstā liecina par specifisku komunikācijas diskursu. Viņš norāda, ka ziņās nereti ir iekļauti citi acīmredzami prominenti vārdi, kuri nav saistīti ar tiešo ziņas saturu.¹¹⁹

Kontentanalīzei ir no pētnieciskā viedokļa ir vairākas priekšrocības. „Metode ir:

- Skaidra un nepārprotama;
- Tā ļauj relatīvi viegli analizēt noteiktu daļu informācijas;
- Tā ir neuzbāzīga metode;
- Tā ir elastīga metode un var tikt pielāgota plašam lokam nestrukturizētas informācijas;
- Tā ļauj iegūt informāciju par grūti sasniedzamām sociālām grupām.”¹²⁰

Kā jebkurai pētniecības tehnikai kontentanalīzei ir arī zināmi ierobežojumi. Iegūtie pētījuma rezultāti ir lielā mērā atkarīgi no analizētās informācijas kvalitātes. Lai gan kontentanalīze tiek uzskatīta par objektīvu metodi, kategoriju izstrādes procesā gandrīz vienmēr ir iekļauta daļēja paša kodētāja personīgā ziņojuma interpretācija. Ar kontentanalīzi ir sarežģīti izpētīt apslēpto jeb netiešo komunikācijas vēstījumu un atbildēt uz jautājumu „kāpēc?”. Uzvars kontentanalīzē nereti tiek likts uz to, kas ir vieglāk izmērāms, nekā uz teorētiski svarīgiem un nozīmīgiem jautājumiem.¹²¹

Kvantitatīvā kontentanalīze darbā pielietota, lai izveidotu *galveno darba pētījuma ziņu izlasi* – ziņas, kurās tiek pieminēta Latvija un parādās tendence salīdzināt Latvijas situāciju ekonomiskās krīzes periodā ar situāciju Grieķijā finanšu krīzes laikā. Šādam mērķim darbā izvirzītas kodēšanas kategorijas, kas sastāv no specifiskiem salīdzinājuma tendences raksturojošiem vārdiem vai vārdu frāzēm, galvenokārt personu. (sk. 2. pielikumu). Metodei raksturīgais sistemātiskums, objektivitāte un orientācija uz kvantitāti ļaus iegūt reprezentējamus kvantitatīvus datus, un izveidot galveno empīriskās daļas kopu. Šīs un papildus izstrādātas kategorijas (sk. 4. pielikumu), kā arī kategorijās neizdalītas nozīmes tiks apskatītas ziņu *komentāru analīzē*, ar mērķi noskaidrot portālu auditorijas attieksmes un „mēs”-„viņi” diskursa klātbūtni.

Savukārt *tālākā darba pētījumā* ar kvalitatīvo kontentanalīzi tiks analizēta kvantitatīvās kontentanalīzes rezultātā iegūtā ziņu kopa. Šim mērķim izstrādātas detalizētākas vēstījumu aprakstošas kodēšanas kategorijas un apakškategorijas (sk. 3. pielikumu). Plānots,

¹¹⁹ Bryman, A. (2004/2001). *Social Research Methods. Second edition*. P. 188.

¹²⁰ Turpat. P. 195-196.

¹²¹ Turpat. P. 197.

ka kvalitatīvā kontentanalīze atklās ziņās esošo apslēpto komunikācijas saturu, kurš vēl sīkāk tiks meklēts un analizēts ar diskursa analīzi.

5.2. Diskursa analīze

Diskursa analīze ir kvalitatīvā pētniecības metode. Visbiežāk diskursa analīzes metode tiek skaidrota kā valodas un tās radīto efektu pētīšanas metode.¹²² Tomēr šāds skaidrojums nerada skaidru priekšstatu par to, kā šī analīzes metode atšķiras no citām lingvistikas pētniecības metodēm. Pats metodes nosaukums *diskursa analīze*, norāda, metode neapskata valodu kā abstraktu sistēmu, bet pievērš uzmanību tam kā valoda veido sociālo pasauli.¹²³ Bez teksta un runas struktūras analīzes, diskursa analīze nodrošina detalizētu vēstījuma dažādo īpašību analīzi, ko definē kā uz diskursu-attiecināmām sociālās situācijas pazīmēm.¹²⁴

Diskursa analīze nav vienota teorija, tā apvieno neskaitāmus novirzienus un pieejas. Diskursa analīzes aizsākumi meklējami pagājušā gadsimta 60. gados. Lielā mērā šīs metodes lietojuma izplatīšanos noteica tās multidisciplinārais raksturs. Sākotnēji diskursa analīzi izmantoja lingvistikā, literatūras pētīšanā un antropoloģijā, bet drīz vien arī socioloģijā, psiholoģijā, komunikācijas pētīšanā un citās zinātnēs. Diskursa analīze koncentrējas uz teksta un runas struktūru, un stratēģiju sistemātisku novērtējumu brīžos, kad šīs vēstījuma vienības tiek veidotas, interpretētas un lietotas. Teins van Deiks (*Teun van Dijk*) skaidro, ka diskursa analīze koncentrējas uz teksta un runas plašo sociālo un kultūras funkciju, nosacījumu un seku analīzi, bet tāpat arī uz sistemātisku, detalizētu un teorētisku teksta un runas struktūras analīzi.¹²⁵

Diskursa analīze cenšas atbildēt uz dažādiem pētnieku izvirzītiem jautājumiem, saistībā ar valodas lietojumu, izvērtējot lietotās valodas struktūras un funkciju aspektus. Diskursa analīze var tikt veikta izdalot tekstu individuālos vārdos vai frāzēs. Ar tiem saistīto kategoriju statistika, piem., kur tekstā kāds vārds visdrīzāk parādīsies, cik bieži, kādi vārdi visbiežāk atrodas ap to, var tikt izmantota, lai apliecinātu izteiktos pieņēmumus par to, kā darbojas gramatika un ko izmantotajiem vārdiem ir jānozīmē. Tāpat diskursa analīze var tikt veikta izveidojot jautājumus par tekstā ietvertajiem dalībniekiem, vidi, darbībām un procesiem.¹²⁶

¹²² Johnstone, B. (2002). *Discourse Analysis*. Malden, MA: Blackwell Publishing. P. 3.

¹²³ Turpat. P. 4.

¹²⁴ Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications. P. 317.

¹²⁵ Turpat. P. 384.

¹²⁶ Johnstone, B. (2002). *Discourse Analysis*. P. 4-5.

Diskursa analīze strādā ar „tekstu” - kāda diskursa daļu, kurai ir robežas, un kura tiek apzīmēta kā viens vesels. Diskursa analīzes mērķis ir apzināt teksta kontekstu, lai nodrošinātu, ka tiek atklāti visi iemesli kādēļ teksts ieņem tādu formu un funkciju, kādu tas ieņem. Ir noderīgi analizēt diskursu arī uzdodot noteiktu daudzumu plašu jautājumu par tekstu.¹²⁷

5.2.1. Kritiskā diskursa analīze

Kritiskā diskursa analīze kā vēl viens no diskursa analīzes atzariem parādījās 20. gadsimta 90. gados. Metodes pirmie un redzamākie teorētiķi un praktiķi ir Teins van Deiks (*Teun van Dijk*), Normans Ferklafts (*Norman Fairclough*), Guntars Kress (*Gunther Kress*), Teo van Lēvens (*Theo van Leeuwen*) un Ruta Vodaka (*Ruth Wodak*). Kritisko diskursa analīzi raksturo skaidra orientētācija uz kādu problēmu vai jautājumu.¹²⁸

Metode skata valodu kā *sociālu praksi* (Ferklafts un Vodaka, 1997), un par izšķiroši nozīmīgu uzskata *kontekstu* kādā valoda tiek.¹²⁹ Visbiežāk kritiskās diskursa analīzes pētnieki ir ieinteresēti izskaidrot kā diskurss producē un reproducē sociālo dominēšanu, t.i., kā kāda grupa izmanto savu pārsvaru/ietekmi pret citām grupām (*power abuse*), un kā šīs mazāk dominējošās grupas pretojas šai ietekmei. *Vara* diskursa analīzes kontekstā ir definēta kā sistēmiska – visu kopumu ietekmējoša -, un būtiska sabiedrību raksturojoša pazīme/elements. Arī pats teksts bieži tiek uzskatīts kā kādas sociālas darbības manifestācija.¹³⁰ Tātad diskursa analīze savu uzmanību koncentrē uz sociālpolitisko un ideoloģisko diskursu un tiecas izskaidrot valodas un varas attiecības.¹³¹

Kritiskā diskursa analīze ir hermeneitiska metode, balstīta interpretācijā un tiecas izskaidrot un noteikt vēstījuma jēgu.¹³²

5.2.1.1. Van Deika Sociāli kognitīvā diskursa analīzes pieeja

Kritiskā diskursa analīze tiek īstenota balstoties uz dažādām teorijām, no teorijām par sabiedrību un varu, sociālo izzīņu un gramatiku, līdz pat individuāliem jēdzieniem, kuri simbolizē lielākās teorētiskās tradīcijās. Primārais jautājums uzsākot analīzi ir kā „pārvērst” teorētiskos apgalvojumus analīzes instrumentos un metodēs.¹³³

¹²⁷ Johnstone, B. (2002). *Discourse Analysis*. P. 5.

¹²⁸ Wodak, R., Meyer, M. (2009/2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Second edition*. London: Sage Publications. P. 3.

¹²⁹ Turpat. P. 5.

¹³⁰ Turpat. P. 9-10.

¹³¹ Turpat. P. 10.

¹³² Turpat. P. 23-28

¹³³ Turpat. P. 23.

Autore darbā izmantos Van Deika *Sociāli kognitīvo diskursa analīze pieeju*, kas atrodas jeb īstenojas kritiskās diskursa analīzes lauka sociāli psiholoģiskajā dimensijā. Van Deiks uzskata, ka diskursa analīzei ir jāietver gan sociāla, gan kognitīva dimensija, tāpēc viņa pieejā saskatāmas līdzības ar Franču psihologa Serža Moskoviči (*Serge Moscovici, 2000*) *Sociālās reprezentācijas teoriju*.¹³⁴

Sociāli kognitīvajā pieejā diskurss tiek skatīts kā komunikatīvs gadījums, kas var iekļaut sarunvalodas un rakstītu tekstu interpretāciju, kā arī ar tiem saistītus žestus, sejas mīmiku, vēstījuma izkārtojumu, attēlus un citas semiotikas un multimediju dimensijas. Komunikācijā iesaistītie sociālie dalībnieki izmanto ne tikai savas individuālās pieredzes un stratēģijas komunikācijas procesā, bet arī paļaujas uz kolektīviem uzskatiem un uztveri – sociālām reprezentācijām. Sociālās reprezentācijas vienmēr ir saistītas ar kādu specifisku sociālo grupu, un tās formē saikni starp sociālo sistēmu un individuālo izziņas sistēmu un nodrošina arēju un subjektīvu prasību saskaņošanu, kas savukārt uztur sociālo kārtību.¹³⁵

Kritiskā diskursa analīzes metode tiecas izskaidrot un noteikt vēstījuma jēgu. Metode ir stingri balstīta lingvistiskās kategorijās, tādās kā lomu atveidotāji, izteiksme, laiks, argumentācija u.tml., kuru izvēle galvenokārt ir atkarīga no izpētes jautājuma specifikas. Sociāli kognitīvā diskursa analīzes pieeja apskata specifiskas vēstījuma dimensijas. Izpēte koncentrējas uz tiem teksta aspektiem, un veidiem kādos vēstījuma autori realizē varu, kontroli, ietekmi kādā diskursā, vai ar diskursu.¹³⁶

Van Deiks nepiedāvā skaidru modeli vēstījuma analīzei, kuru varētu izmantot kā universālu paraugu, viņš norāda, ka pilnīga vēstījuma diskursa analīze nav iespējama, jo laika gaitā veiktie pētījumi ir „atklājuši” simtiem un pat tūkstošiem vienības, līmeņus, dimensija, soļus, stratēģijas un citas diskursa struktūras. Tāpēc viņš iesaka izvēlēties tās diskursa pieejas, kuras ir vistiešāk attiecināmas uz pētījuma problēmjautājumu.¹³⁷

Van Deiks ierosina ņemt vērā šādus valodas indikatorus:

- uzsvars un intonācija;
- vārdu secība;
- leksikas stils;
- runas vai domu skaidrība, sakarība (coherence);
- semantiskā rīcība, attīstība, piemērām, noliegšana;
- temata izvēle;

¹³⁴ Wodak, R., Meyer, M. (2009/2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Second edition.* P 25.

¹³⁵ Turpat. P. 25.-26.

¹³⁶ Turpat. P. 27-28.

¹³⁷ Wodak, R., Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Introducing Qualitative Methods.* London: Sage Publications. P. 98-99.

- runas akti;
- shematiskā struktūra/organizācija;
- retoriskās figūras;
- sintakses struktūra;
- vēstījuma/plāna/nodoma struktūra (propositional structure);
- vēstījuma pagriezieni (turn-takings);
- labojumi;
- vilcināšanās/svārstīšanās.¹³⁸

Lielākā daļa no minētajām kategorijām teorētiski ir pakļautas ziņotāja kontrolei, bet praksē tās vairumā gadījumu netiek apzināti kontrolētas. Citas kategorijas, tādas kā vārdu formulējums un dažādās teikuma struktūras ir gramatiski nepieciešamas un kontekstuāli patstāvīgas, tādēļ parasti nav pakļautas ziņotāja subjektīvai kontrolei un sociālajai ietekmei.¹³⁹ Citas kritiskā diskursa analīzes kategorijas iekļauj tādas labi zināmas lingvistikas pazīmes kā dalībnieks, laiks, idiomas, argumentācijas stratēģijas u.c.¹⁴⁰

Tādēļ, lai detalizēti izpētītu „mēs”-„viņi” diskursu, autore darbā izvirzījusi sekojošus kritiskās diskursa analīzes jautājumus, ņemot vērā Van Deika ietekumus diskursa analīzē: Galvenais Kritiskās diskursa analīzes jautājums ir – pie kādiem lingvistiskiem nosacījumiem tiek veidoti salīdzinājumi, un kā izpaužas varas attiecības?

- Kā tiek nosaukta, kategorizēta iekšgrupa pret ārgrupu?
- Kādas raksturīpašības tiek piedēvētas iekšgrupai un ārgrupai?
- Kā izpaužas „mēs” un „viņi” nostājas, attieksmes?
- Kādas vēl grupas veidojas, un kāda ir iekšgrupas un ārgrupas vieta tajās?
- Kādas lingvistiskās vēstījuma īstenošanas formas tiek izmantotas? Un kā tās pastiprina vai vājina „mēs”-„viņi” diskursu?

¹³⁸ Wodak, R., Meyer, M. (2009/2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Second edition*. P. 28-29.

¹³⁹ Turpat. P. 29.

¹⁴⁰ Turpat. P. 28-30.

6. PĒTNIECISKĀ DAĻA

Kopumā bakalaura darba ietvaros ar kvantitatīvās kontentanalīzes starpniecību tika izvēlētas 185 ziņas laika posmā no 2011. gada 1. marta līdz 2012. gada 1. martam Latvijas ziņu portālos „apollo.lv” un „delfi.lv” (sk. 1. pielikumu). Ziņas tika atlasītas pēc diviem kritērijiem. Pirmkārt, to virsrakstā bija jāparādās pirmās personas vietniekvārdam - valsts *Grieķija* vienskaitļa formā kādā no visiem iespējamiem locījumiem, vai iedzīvotāji *Grieķi* vienskaitļa un daudzskaitļa formā kādā no visiem iespējamiem locījumiem. Otrkārt, ziņas tematikai bija jābūt saistītai ar finanšu situāciju valstī, ekonomiskās krīzes sekām, rīcībām u.tml. Lai apzinātu „mēs” un „viņi” nošķiruma veidošanos ziņu tālākai analīzei ar kontentanalīzes starpniecību tika izvēlētas ziņas, kurās izteikti parādās Latvijas – Grieķijas salīdzinājumi. Šādi analīzei izvēlētas 26 ziņas. Atbilstoši darba specifikai tika veikta ziņu kontentanalīze un diskursa analīze.

Lasītāju viedokļa apzināšanai analīzei izvēlēti 1371 izvēlēto ziņu komentāri. Domājot par pētījuma kvalitāti, analīzes procesā netika izmantoti tie komentāri, kuros nebija ievērotas pamata morāles un pieklājības normas, vai kuros komentētāji atklāti iniciē rasu naidu.

6.1. Ziņu kontentanalīzes rezultātu apkopojums un analīze

No izvēlētajām 189 ziņām Latvija tiek pieminēta 26 ziņās, kas sastāda tikai 12% no ziņu kopskaita, tomēr, tajās izteikti parādās iekšgrupu un ārgrupu veidošanās, konflikti un varas attiecības, galvenokārt no Latvijas puses, jo valsts runā par Grieķiju, bet vārds „aizstāvībai” netiek dots. (sk. 5. pielikums)

Visā ziņu izlasē 189 ziņās „mēs” kā Grieķija/grieķi nošķirums veidojas 63 reizes. Tas ir vairāk, salīdzinot ar „mēs” kā Latvija/latvieši nošķirumu, kas parādās 41 reizes. Lai gan atšķirība nav ievērojami liela, kas liecina par to, ka visā ziņu klāstā abām valstīm ir dota vienlīdzīga iespēja izteikties, tomēr, atšķirības rodas ziņu kontekstā. Grieķi savas iespējas izteikties izmanto, lai aizstāvētos, un celtu savu kā spēcīgas nācijas identitāti. Piem., lai attaisnotu savu rīcību krīzes seku pārvarēšanā, un lai pozicionētu sevi kā stabilu Eiropas Savienības (ES) valsti, kas cīnās pret globālās krīzes radītajām sekām. 29% ziņu ir paustas šaubas no sadarbības partneru puses par Grieķijas spējām to izdarīt, tāpat 25% ziņu ir pausta naidīga agresīva un pat vardarbīga attieksme, kuru Grieķiju pārstāvošās personas ar stabilu „mēs” pozicionēšanu mēģina attaisnot – „mēs” uzskatām „mēs” panāksim, „mēs” cīnīsimies, „mēs” turpināsim, u.c., sīkāk šis ziņu aspekts apskatīts diskursa analīzē. Saturā dominējoša grupa ir arī ES, pie kuras sevi argumentos pieskaita gan Latvija, gan Grieķija. „Mēs”, „mūsu”, „mums” kā ES kopīgās rīcības un pieņemtie lēmumi ziņās parādās 48 reizes.

26 izvēlētajās Latvijas – Grieķijas salīdzinājuma ziņās Grieķija tiek minēta 281 reizes, bet tās iedzīvotāji uzrunāti 24 reizes ar tādiem vārdiem kā – „grieķi”, „grieķu”, „viņiem”, „viņu” un „viņus”. Savukārt Latvija minēta 138 reizes, bet iedzīvotāji tiek uzrunāti 41 reizi kā iekšgrupas dalībnieki, ar tādiem vārdiem kā – „mēs”, „mūsu”, „mums”, „mūs”.

Izvēlēto 26 ziņu tematiku var iedalīt piecās grupās:

- 36% - Maksātnespēja – Grieķijas iespējamais bankrots, ekonomikas sabrukums un tā ietekme gan uz pārējo Eiropas valstu finansiālo situāciju, gan specifiski uz Latviju.
- 23% - Parādu atlaišana jeb norakstīšana – ES aizdevēji samazina Grieķijas parādsaistības; diskusijas par to pamatojumu – „Kāpēc Latvijai nenorakstīja parādu daļu?”
- 18% - Izstāšanās no eirozonas – Grieķijas valdības referenduma, maksātnespējas un vispārējās situācijas ietekme uz eirozonas krīzi; investoru vēlme izslēgt valsti no eirozonas.
- 14% - Reformas valstī – nodokļu reformas, valdības referendums, „darbs un dzīve” Grieķijā.
- 9% - Aizdevumu piešķiršana;

Izrietot no šiem tematiem, kontentanalīzes rezultāti ļauj piešķirt Latvijai un Grieķijai vairākas lomas, kuras izteikti parādās viscaur ziņu tematikai. 42% gadījumu Latvija ir *cietēja* lomā. Piem., komentējot jau minēto situāciju, kad ES līderi pieņēma vienprātīgu lēmumu samazināt Grieķijas parādu slogu, Saeimas priekšsēdētājas biedrs Andrejs Klementjevs sacīja:

„Tas pierāda, ka ir divas Eiropas - vecā, kas var atļauties ļoti daudz, un jaunā, uz kuru skatās līdz pēdējam santīmam. Latvija izdarīja visus pasākumus, kas būtu jāveic Grieķijai, bet parādus atlaiž viņiem, nevis mums.”¹⁴¹

31% gadījumu Latviju raksturo labā *parauga* un *padomdevēja* loma. Šīm ziņām raksturīgs Latviju cildinošs noskaņojums:

„Latvijas pieredze krīzes pārvarēšanā ir paraugs citām valstīm, šādu viedokli piektdien paudis Grieķijas vēstnieks Latvijā Georgijs Hadzimihelakis sarunā ar Latvijas Ministru prezidentu Valdi Dombrovski, kurš apliecinājis Latvijas gatavību Grieķijai sniegt ekspertu atbalstu finanšu krīzes pārvarēšanā.”¹⁴²

¹⁴¹ LETA. (2011, 27. okt.). *Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai*. Apollo.lv. Sk. 2012. 10. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/news/articles/254126>

¹⁴² Delfi. (2012, 7. feb.). *Grieķijas vēstnieks: Latvija ir paraugs krīzes pārvarēšanā; Dombrovskis grieķiem piedāvā ekspertu atbalstu*. Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. mart.: http://bizness.delfi.lv/biznesa_vidē/grieķijas-vestnieks-latvija-ir-paraug-krizes-parvaresana-dombrovskis-grieķiem-piedava-ekspertu-atbalstu.d?id=42140126

19% gadījumu Latvijai piemīt *sodītāja* loma, kas visizteiktākā veidā parādās diskusijās par Grieķijas izslēgšanu no eirozonas. Lai gan Latvija pati neatrodas eirozonā, vairāki Latvijas pārstāvji pauž piekrišanu izslēgt no tās Grieķiju, domājot par laiku, kad Latvija tajā iestāsies. Latvijas ministru prezidents Valdis Dombrovskis norāda:

„Arī Latvija tuvākajos gados plāno pievienoties eirozonai, un mūsu interesēs ir pievienoties eirozonai, kas ir atrisinājusi savas problēmas.”¹⁴³

Savukārt, Grieķijas lomas izteikti atšķiras. Visraksturīgākā tai ir *vieninieka/ietekmētāja* loma, kurā Grieķija tiek, vainota par nelaimēm, kas skar vai varētu skart Latviju un citas Eiropas valstis. Šī Grieķijas loma sekmē Latvijas *cietējas* lomu. Komentējot Grieķijas ietekmi uz eirozonu, Igaunijas prezidents Tomass Hendriks Ilvess norāda:

„...Grieķijas jautājums nav eirozonas jautājums”, jo, tai sabrūkot, „tas ietekmēs jūs neatkarīgi no tā, vai esat eirozonā vai neesat.”¹⁴⁴

39% gadījumu Grieķijai raksturīga *slikta parauga/padomdevēja* loma. Grieķija, kā veiksmīgs piemērs kādu problēmu pārvarēšanā, izvēlētajā ziņā izlasē neparādās. Šāda loma piemīt tikai Latvijai. 19% gadījumu Grieķijai tiek piedēvēta *palīdzības lūdzēja* loma. Izteikti tā vērojama ziņās par ES lēmumu samazināt Grieķijas parādsaistības. Piem., vienā no ziņām Latvijas Komerčbanku asociācijas prezidents Mārtiņš Bičevskis žurnālistiem sacīja:

„Latvijai ir divi attīstības scenāriji - kļūt par Grieķijas tipa naudu lūdzosu slimnieku vai arī dzīvot kā patstāvīgam subjektam jeb patstāvīgai valstij.”¹⁴⁵

Kontentanalīzes rezultāti parāda, ka galvenie viedokļu *līderi* jeb paudēji, un tās personas, kuras tiešā veidā ar saviem vārdiem ietekmē ziņu saturu ir 35% gadījumu Latvijas Saeimas pārstāvji, 19% gadījumu savu viedokli pauž Latvijas ekonomikas ministrs Andris Vilks, 15% viedokļa sniedzēja loma uzticēta Latvijas ministru prezidentam Valdim Dombrovskim, kā arī dažādu nozaru ekspertiem un speciālistiem, bet 4% Latvijas prezidentam Andrim Bērziņam un 4% arī viedokļi no „tautas”. Savukārt, Grieķijas pārstāvjiem ziņās atvēlēta daudz mazāka loma. Tikai 4% gadījumu savu viedokli pauž Grieķijas premjerministrs un 4% gadījumu valsts finanšu ministrs. Šī statistika, liecina, ka ziņu satura mērķis ir paust Latvijas nostāju un piederību iekšgrupai. Kā iepriekš minēts,

¹⁴³ LETA. (2012, 21. feb.). *Vilks joprojām skeptisks par Grieķijas spēju pārvarēt grūtības*. Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. mart.: http://business.delfi.lv/biznesa_vid/vilks-joprojam-skeptisks-par-griekijas-speju-parvaret-grutibas.d?id=42150542

¹⁴⁴ Delfi. (2011, 15. okt.). *Ilvess: Grieķijas ekonomikas sabrukšana ietekmēs arī valstis ārpus eirozonas*. Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. mart.: <http://business.delfi.lv/pasaule/ilvess-griekijas-ekonomikas-sabrukšana-ietekmes-ari-valstis-arpus-eirozonas.d?id=41196557>

¹⁴⁵ Delfi. (2011, 1. nov.). *Bičevskis: Latvijai ir izvēle - kļūt par Grieķijas tipa naudu lūdzosu slimnieku vai būt patstāvīgai valstij*. Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. mart.: <http://business.delfi.lv/viedokli/bicevskis-latvijai-ir-izvele-klut-par-griekijas-tipa-naudu-ludzosu-slimnieku-vai-but-patstavigai-valstij.d?id=41495071>

izvēlētajā ziņu kopā Latvija Grieķiju kā ārgrupu ilustrē četrās negatīvās lomās, kuru negatīvā nozīme varētu tikt mazināta, pieļaujot otras valsts viedokļa iesaisti iekšgrupas diskusijā. Par pozitīvu var uzskatīt faktu, ka viedokļos nav vērojama izteikta subjektīvā viedokļa klātbūtne. Visi viedokļu „līderi” pauž domas, pārstāvēd kādu nozari, cilvēku grupu, organizāciju vai citu sociālu veidojumu (sk. 2. pielikuma).

Kontentanalīzes rezultāti parāda izteiktu sociālā salīdzinājuma procesu, kurā Latvija sevi kā pozitīvu piemēru pretstata Grieķijai. Analizētajos tekstos tiek pausta iekšgrupas piederība Latvijai kā spēcīgai nācijai, kura pirmā un vislabāk ir atrisinājusi un turpina risināt ekonomiskās krīzes radītās sekas. Tomēr, ne visur pret Grieķiju tiek pausta tikai negatīva attieksme. Pētot iekšgrupu un ārgrupu veidošanās teorijas, autore noskaidroja, ka empātija tiek izjauta tad, kad kādam iekšgrupas vai ārgrupas dalībniekam ir kaut kas ļoti vajadzīgs, piem., atbalsts vai palīdzība, tomēr, iekšgrupa arī šādās situācijās ieņem primāro lomu, un visdrīzāk tā izrādīs empātiju ārgrupai tikai tik tālu, cik šī ārgrupa tiek uzskatīta par līdzīgu iekšgrupai.¹⁴⁶ Latvijas amatpersonu izteiktā vēlme palīdzēt Grieķijai risināt krīzi, reizē ir gan iespēja Latvijai celt savu identitāti, izmantojot *labā parauga* lomu, gan apmierināt vēlmi sniegt atbalstu Grieķijai, redzot, ka tai ir vajadzīga palīdzība. Tomēr, mirkļos, kad samazinās Grieķijas līdzība Latvijai, piem., ES parādu samazināšana, kura Latvijai netika pieļauta un pat pārspriesta, vai piedāvāta, iekšgrupa vērsas ar negatīvu nostāju un *sodītāja* lomu pret ārgrupu.

6.2. Ziņu komentāru kontentanalīzes rezultātu apkopojums un analīze

Pētnieki uzskata, ka cilvēka dzīve un cilvēka kā sociālas būtnes esamība, ir lielā mērā atkarīga no viņu piesaistes interneta sociālo sakaru pasaulei un struktūrai.¹⁴⁷ Tīklu sabiedrības pētnieks Berijs Velmans (*Barry Wellman*), uzskata, ka digitālā komunikācija neatsvešina cilvēkus, bet tieši pretēji, papildina komunikāciju, paplašina kontaktus ar jau esošām cilvēku grupām un palīdz veidot jaunus kontaktus.¹⁴⁸ Ar šādu nostāju tika veikta ziņu komentāru analīze, viscaur analīzes procesam atceroties, ka ziņu komentētāji ir organiskās sabiedrības locekļi, kuri izmanto savas tiesības un iespējas būt un izpausties tiešsaistes vidē. Tātad viņi arī zināmā mērā pārstāv sabiedrības vairākumu. Komentāru kontentanalīzes mērķis nav noteikt sabiedrības viedokli par Grieķijas finanšu situāciju, bet gan apzināt „mēs”-„viņi” „Grieķija”-„Latvija” nošķiruma aplēses.

¹⁴⁶ Tarrant, M. etc. (2009). *Social categorization and empathy for outgroup members*. British Journal of Social Psychology, 48(3). P. 429.

¹⁴⁷ Furth, B. (2010). *Handbook of Social Network Technologies and Applications*. New York: Springer Science. P. 3.

¹⁴⁸ Wellman, B. (2004). *Connecting Community: On-and Offline*. Retrieved March 6, 2012 from <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/contexts/contexts-3a.htm>

Kopumā analīzei tika izvēlēts 1371 komentārs, no 26 iepriekš kontentanalīzē pētītajiem rakstiem. Vidēji uz katru rakstu lasītāji atstāja 53 atsauksmes, kas liecina par sabiedrības ieinteresētību attiecīgajā temātā (sk. 6. pielikumu). Komentāru skaits palielinājās vai samazinājās atkarībā no temata specifikas. 19% ziņu tika komentētas 0 līdz 10 reizes, 32% ziņu 11 līdz 25 reizes, 11% ziņu 26 līdz 50 reizes, 8% ziņu saņēma 51 līdz 150 komentārus, un 8% arī 151 līdz 200 komentārus, bet 4% ziņu 200 līdz 250 komentārus. Visvairāk atsauksmju saņēma šādas ziņas:

- „Dombrovskis: Grieķijas lēmums par referendumu ir šokējošs; situācijas pasliktināšanās eirozonā nenāks par labu Latvijai.” [223]¹⁴⁹
- „Edgars Zīverts: Patiesība par Grieķiju jeb mītus stāstīt neaizliegsi.” [179]¹⁵⁰
- „Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai.” [163]¹⁵¹
- „Antra Trenko: Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi.” [122]¹⁵²
- „Grieķijas vēstnieks: Latvija ir paraugs krīzes pārvarēšanā; Dombrovskis grieķiem piedāvā 'ekspertu atbalstu.’” [109]¹⁵³

Jau paši ziņu virsraksti attēlo „mēs”-„viņi” nošķirumu, izteikti akcentējot Latvijas kā iekšgrupas pārkumu pār Grieķiju. Šim aspektam autore pievērsīsies diskursa analīzēs iztirzājumā.

Kopumā komentāros Latvija tiek nosaukta 472 reizes, savukārt ar personas vietniekvārdu „mēs” nošķirums veidojas 391 reizes, un personas kā pilsoņa piederība tiek minēta 60 reizes (sk. 7. pielikumu). Jāpiemin, ka visos komentāros ir tikai divi vārdu savienojumi, kuros kopā iekļautas kāda no personvārda „mēs” formām, un kāds no vārda Latvija vai latvietis locījumiem. Šādi piemēri ir „mēs Latvijas pilsoņi” un „mēs Latvijā arī varētu”. Tas liecina, ka komentāros pastāv arī „mēs” kā valsts, un „mēs” kā tās pilsoņi nošķirums.

Grieķija komentāros tiek pieminēta 678 reizes, bet Grieķijas iedzīvotāji – grieķi 425 reizes. Komentāros paustais viedoklis ir izteikti subjektīvs, lielā mērā pausts tikai no Latvijas

¹⁴⁹ Delfi.lv. (2011, 2. nov.). *Dombrovskis: Grieķijas lēmums par referendumu ir šokējošs; situācijas pasliktināšanās eirozonā nenāks par labu Latvijai. Delfi versijas.* Sk. 2012. 12. mart.: <http://business.delfi.lv/viedokli/dombrovskis-griekijas-lemums-par-referendumu-ir-sokejoss-situacijas-pasliktinasanas-eirozona-nenaks-par-labu-latvijai.d?id=41499499>

¹⁵⁰ Zīverts, E. (2011, 28. okt.) *Edgars Zīverts: Patiesība par Grieķiju jeb mītus stāstīt neaizliegsi. Delfi versijas.* Sk. 2012. 12. mart.: <http://www.delfi.lv/news/comment/comment/edgars-ziverts-patiesiba-par-griekiju-jeb-mitus-stastit-neaizliegsi.d?id=41427233>

¹⁵¹ LETA. (2011, 27. okt.). *Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai.* Apollo.lv. Sk. 2012. 10. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/news/articles/254126>

¹⁵² Trenko, A. (2011, 28. okt.). *Antra Trenko: Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi. Delfi versijas.* Sk. 2012. 13. Mart.: <http://www.delfi.lv/news/comment/comment/antra-trenko-griekijas-parmeribas-jeb-labi-dzivot-neaizliegsi.d?id=41361729>

¹⁵³ Delfi. (2012, 7. feb.). *Grieķijas vēstnieks: Latvija ir paraugs krīzes pārvarēšanā; Dombrovskis grieķiem piedāvā ekspertu atbalstu.* Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. mart.: http://business.delfi.lv/biznesa_vidē/griekijas-vestnieks-latvija-ir-paraug-krizes-parvaresana-dombrovskis-griekiem-piedava-ekspertu-atbalstu.d?id=42140126

iedzīvotāju skatupunkta. Tas dod iespēju izprast vai ziņu auditorijas viedoklis sakrīt ar ziņu analizē atklāto viedokli, ka Grieķija vairumā gadījumu tiek pozicionēta kā ārgrupa, tai piedēvējot vairākas negatīvas lomas, savukārt Latvijai pozicionēta, kā labs paraugs krīzes pārvarēšanā, vai arī kā cietēja.

Komentāros var novērot izteiktu ziņu auditorijas formēšanos piecās viedokļu grupās - atbalstītāji, noliedzēji, kritizētāji, izskaidrotāji un neitrālie komentētāji, kuri nepauž konkrētu viedokli, vai izmanto interneta neierobežoto vietu, lai izteiktos par citām uz tematu neattiecināmām tēmām.

„Mēs”-„Viņi” nošķiruma raksturojums komentāros apkopots 6.2.1. tabulā.

6.2.1. tabula

„Mēs” -„Viņi” raksturojuma apkopojums

„Mēs” Latvija/latvieši	„Viņi” Grieķija/grieķi
Upuris ES rokās	Pelnījusi parādu samazinājumu (izglābta no bankrota)
Nav drauds eirozonai	Drauds Eirozonai
Slikts paraugs krīzes pārvarēšanā	„Labāk sanāk nekā „mums” ”
Parādniece	Veiksmiece
Pārlietu pacietīga/mierīga	Cīnītāja/panāks savu
Maza valsts	„Eiropas valsts”
Skaudīga valsts	Vienaldzīga/lepna

Komentāru analīze atklāj, ka lasītāju viedoklis ir līdzīgs ziņu kopējai tematikai, tomēr ir vērojamas arī nozīmīgas atšķirības. Pēc aptuveni aprēķiniem 46% komentētāju noliedz Latvijas kā *labā parauga* lomu krīzes pārvarēšanā. Lasītāji uzsver, ka krīze vēl nav pārvarēta, kā par to runā eksperti. Vairākkārt izskan apgalvojumi, ka Latvija pat pēckrīzes periodā dzīvo sliktāk nekā Grieķija, tāpēc labā parauga loma lielai daļai lasītāju nav pieņemama. Arī „mēs”-„viņi” raksturojuma apkopojums parāda, ka Latviju pašas iedzīvotāji dēvē par parādnieci, nespējīgu upuri ES rokās. Līdzīgi tiek noliegta arī Grieķijas kā *palīdzības lūdzējas* loma. Lasītāji komentē:

Aritmija. (2011, 27. okt.).

„Grieķi savu izcīnīja. Ar pamatīgiem streikiem, nemieriem un savu politiku mugurkaulu. Grieķija bija eirozonā, mums neko nenorakstītu, jo mēs to neapdraudējām.”

Uldis. (2011, 3. nov.).

„Tieši grieķi ir demokrātijas radītāji, un tieši viņiem ir iekritusi vēsturiskā loma koriģēt pseidodemokrātisko greizo pasaules uztveri.”

Lelle-Valdi. (2011, 2. nov.).

„Viņi panāks visu parādu atlaišanu, vai nogrims paraujot līdzī visu Eiropu, arī Latviju.”

Lai gan naidīga un vardarbīga rakstura ziņas sastāda tikai 8% no kopējā ziņu skaita, šādi izteikti „varu” manifestējoši komentāri dominē viscaur ziņu tēmām. Tie pauž aicinājumu „latviešiem” būt uzstājīgākiem, spējīgākiem, un nebūt pārlieku pacietīgiem/mierīgiem, kā tas raksturots 6.2.1. tabulā, bet izmantot Grieķiju kā paraugu problēmu risināšanā. Un lūkoties nākotnē.

Teodors. (2011, 27. okt.).

„Tādēļ ir jāstrādā pašiem nevis gausties. Sliktākā variantā mēs varam lūgt makšķeri, bet nekādā gadījumā zivis – tās jāmacās pašiem noķert.”

Sabiedrība apzinās pastāvošās problēmas, tomēr nevēlas sevi iedalīt to radītāju kategorijā jeb citiem nevēlas pieņemt sevi kā šīs iekšgrupā dalībnieku, lai gan pašiem negribot, viņi tajā atrodas un arī ir vainojami pie kopīgām grupas nelaimēm. Vaininieka loma tiek piedēvēta Latvijas amatpersonām, konkrēti ministru prezidentam Valdim Dombrovskim un viņa vadītajai valdībai, Saeimas deputātiem un ES. Lasītāji raksta:

Juks. (2012, 19. feb.)

„Tad pasaule sapratīs uz kā rēķina Dombrovskis „pārvarēja” krīzi.”

Dīvaiņi. (2011, 27. okt.).

„Jāsāk runāt skaļāk par iespējamo izstāšanos – kāds mums labums – vieni vienīgi mīnusi – zemniekus par zemniekiem neuzskata – dāņi indē visu ko var noindēt mūsu zemē, smiedamies turpina to darīt – zvejniekiem liedz zvejot – kāda vajadzība pēc ES.”

Var secināt, ka indivīda identificēšanās ar iekšgrupu šajā situācijā ir sarežģīta, un viedokļu paudēji visdrīzāk gribētu sevi identificēt ar ārgrupu - Grieķijas. Identificēties iekšgrupa traucē nespēja rast un saglabāt pozitīvo iekšgrupas atšķirīgumu no ārgrupas. Iekšgrupas biedru apmierinājums ir negatīvs, t.i., parādās viedoklis - nožēloju, ka esmu grupas dalībnieks.¹⁵⁴ Tomēr, kā autore minēja grūtības identificēties indivīdiem ir ar personu loku, kurš, viņuprāt, ir vainojams pie ekonomiskās krīzes radītajā sekām, bet diskusija un „sarunāšanās” ar līdzīgiem „tautas” pārstāvjiem notiek. „Mēs” rīcības jeb galvenie temati starp „tautas” pārstāvjiem apkopoti 6.2.2. tabulā. Šāda diskusija ziņu portālos un sabiedrības iesaistīšanās notikumu un problēmu komentēšanā liecina par vēlmi būt informētiem, ieteikt risinājumus, sarunāties ar grupas biedriem un kopīgi uzlabot iekšgrupas situāciju. Ja

¹⁵⁴ Spears, R. etc. (2008). *Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification*. Journal of Personality and Social Psychology, 95(1). P. 147.

komentētājiem būtu vienaldzīgs Latvijas liktenis, un līdz ar to viņu pašu liktenis, un sociālā identitāte, viņi nelasītu ziņas, neuztvertu vēstījumu un nediskutētu par to.

6.2.2. tabula

„Mēs” rīcības apkopojums

„Mēs”
Tiksim no viņiem vaļā/varam/esam
Tik dziedam un dejojam (ironija)
Veidojam Eiropas morāli
Ļaujam par sevi nīrgāties/klusējam/paciešam
Solam izpildīt nosacījumus
Gribam saņemt/aizņemties pārāk daudz
Vēlamies uzlabot situāciju

6.3. Kritiskās diskursa analīzes rezultātu apkopojums un analīze

6.3.1. „Mēs”-„Viņi” diskursa raksturojums

Ar kontentanalīzes starpniecību autore noskaidroja kā tieši tiek konstruētas iekšgrupas un ārgrupas, un secināja, ka gramatiski visbiežāk nošķīrums veidojas izdalot vārdus „mēs”-„viņi”, „Latvija”-„Grieķija”. Nošķīrumu veicina arī pozitīvās iekšgrupas un negatīvās ārgrupas lomas, kuras autore īsi iztīrāja, un turpinās iztīrāt arī diskursa analīze. Diskursa analīzē autore pievērsīsies izteiktai „mēs”-„viņi” nošķīruma analīzei no lingvistikas viedokļa, pētot specifiskas valodas īpatnības. Ar kritisko diskursa analīzi autore noskaidros pie kādiem lingvistiskiem nosacījumiem tiek veidoti salīdzinājumi un kā izpaužas varas attiecības.

Kontentanalīzes rezultāti parāda, ka ziņās iekšgrupas „mēs” un ārgrupas „viņi” nosaukšana notiek, balstoties uz piederību valstij „Latvija”, „latvietis” un „Grieķija”, „grieķis”. Tomēr, iekšgrupas Latvijas/latvieši nosaukšanai tiek izmantoti arī tādi jēdzieni kā „tauta”, „valsts”, „iedzīvotāji”, un to raksturo tādas īpašības kā „suverenitāte”, „patstāvība”, „spēja rīkoties”, „lepnums”. Arī ārgrupa Grieķija/grieķi tiek saukta līdzīgi „valsts”, „valdība”, „iedzīvotāji”, bet tai reizē tiek piedēvētas tādas īpašības kā „impulsivitāte” un „pasivitāte”. Pasivitāte ārgrupai tiek piedēvēta, balstoties uz tās paustajām gaidām un cerībām, ka ES palīdzēs un „izdarīs visu „mūsu” vietā”. Savukārt impulsivitāte tiek attiecināta uz ārgrupu situācijās, kad tiek pieņemti steidzīgi, nepārdomāti lēmumi. Latvijas „mēs” nostājas atlasītajos vēstījumos izpaužas mēreni pozitīvi, piem., „mēs esam daudz vairāk pierādījuši”, „mēs varam”, „mēs spēsim”, „mēs zinām”, „mums jāskatās uz nākotni”, „mums jābūt gataviem”, „mūs ietekmēs”. Savukārt Grieķijas ārgrupas nostājas izpaužas plašākās negatīvās nostājās,

piem., „mēs pametīsim eirozonu”, „mēs esam spiesti”, „mums nav cerību”, „mums palīdzēs”. Tomēr jāakcentē, ka šādas Grieķijas nostājas parādās, bet nedominē atlikušajās 163 ziņās no 189, kuras publicētas portālos „*apollo.lv*” un „*delfi.lv*” laika posmā no 2011. gada 1. marta līdz 2012. gada 1. martam. Šajās ziņās Latvija kā izteikta iekšgrupa nepastāv, bet uzsvars tiek likts uz citām valstīm, grupām, vai organizācijām, tādēļ nav pamata meklēt ārgrupas negatīvās īpašības, izceļot savas pozitīvās raksturīpašības.

Tomēr, bez „mēs” Grieķija/grieķi un „mēs” Latvija/latvieši grupām, pamata ziņu izlasē parādās vēl kāda sociāla un teritoriāla grupa, pie kuras pieder abas valstis – ES. Aplūkojot identitātes veidošanās teorijas, tika secināts, ka vienam indivīdam piemīt spēja identificēties ar dažādām cilvēku grupām vienlaikus, šādā gadījumā, ja kāda no personas grupām ir apdraudēta, viņš vērš savu uzmanību uz citām grupām, tādā veidā, turpinot apmierināt savas pamatvajadzības pēc atšķirīguma un iekļaušanās.¹⁵⁵ Analīzes gaitā vēstījumos varēja novērot tendences nošķirt „mūs” no ārgrupas ES. ES vairākkārt tiek negatīvi raksturota, dēļ „netaisnīgās” rīcības pret Latviju, samazinot Grieķijas parādu saistības, bet Latvijai šādu iespēju nepieļaujot. ES attiecināti tādi vārdi un frāzes kā, „dubultmorāle”, „viņa skatās līdz pēdējam santīmam”, „piedzīt visu”.

6.3.2. Māksliniecisko izteiksmes līdzekļu lietojums

Kontentanalīzēs rezultāti parādīja, ka ziņās liela uzmanība tiek piešķirta tā dēvētajiem viedokļu „līderiem”. Viedokļu „līderi” ir galvenie vēstījuma satura veidotāji, jo liela daļa ziņu atvēlēta tikai viņu viedokļu iztirzāšanai. Vēstījumos plaši tiek lietots **aicinājums** pārējiem iekšgrupas biedriem būt saliedētiem un saglabāt iekšgrupas pozitīvo atšķirīgumu:

„Ilgttermiņā Latvija iegūs daudz lielāku cieņu nekā Grieķija, nevajag viņiem sekot.”¹⁵⁶

„Finanšu stabilitāte un budžeta deficīta samazināšana Latvijā ir nepieciešama „ar vai bez eirozonas”. „Mums ir jāparāda sava atšķirība.”¹⁵⁷

Kontentanalīzē tika secināts, ka Grieķijai tiek piedēvētas četras lomas – *vaininieka/ietekmētāja*, *palīdzības lūdzēja* un *slikta parauga/padomdevēja loma*. Šo lomu akcentēšanā plaši tiek izmantotas **hiperbolās** jeb pārspīlējumi. Tie izteikti raksturo un apzīmē ārgrupas negatīvo ietekmi, iespējamu iekšgrupas apdraudējumu, kā arī palīdz panākt

¹⁵⁵ Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. 87.lpp

¹⁵⁶ LETA. (2011, 27. okt.). *Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai*. Apollo.lv. Sk. 2012. 10. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/news/articles/254126>

¹⁵⁷ Delfi.lv. (2011, 2. nov.). Dombrovskis: Grieķijas lēmums par referendumu ir šokējošs; situācijas pasliktināšanās eirozonā nenāks par labu Latvijai. Delfi versijas. Sk. 2012. 12. Mart.: <http://business.delfi.lv/viedokli/dombrovskis-griekijas-lemums-par-referendumu-ir-sokejoss-situacijas-pasliktinasanas-eirozona-nenaks-par-labu-latvijai.d?id=41499499>

notikuma aktualitātes, problemātikas iezīmēšanu - „milzīgi zaudējumi”, „milzīgi līdzekļi”, „neatsveramas sekas”, „smaga nasta”, „maza ticība”.

Nepārprotamu un tiešu „mēs”-„viņi” nošķirēja funkciju pilda **salīdzinājumi**. Vēstījumos izmantotie salīdzinājumi izteikti akcentē ārgrupu raksturojošus negatīvos, un iekšgrupu raksturojošus pozitīvos aspektus.

„Rezultātā Grieķijas pārmērības ir saskatāmas vairākās jomās un katra no tām atgādina bumbu ar laika degli.”¹⁵⁸

„Latvijas valsts parāds ir aptuveni 50%, un atšķirībā no Grieķijas tā pati spēj aizņemties starptautiskajos finanšu tirgos.”¹⁵⁹

„Situācija Latvijā un Grieķijā ir radikāli atšķirīga - Grieķijas gadījumā runa ir par fundamentālu maksātnespēju, savukārt Latvijā bija īstermiņa likviditātes problēmas.”¹⁶⁰

Nozīmīgu lomu vēstījuma saturā ieņem dažādi statistikas dati un fona informācija. Galvenokārt tiek attēloti finanšu rādītāji vai vispārīgi spriedumi par labklājības situāciju Grieķijā, Latvijā, un ES kopumā. Tomēr, vairākkārt šī informācija tiek izmantota kā pamats dažādu apgalvojumu, noliegumu un minējumu izteikšanai, piem., „paredzēts, ka tas paaugstinās izredzes”, „kopējais izmaksu apjoms varētu sasniegt”, „tas ļautu risināt”, „ja Latvija pieprasītu”, „tiktu sagrauta”, „būtu jāpalīdz”, „paredzēts samazināt” u.tml.

Ziņās vērojams plašs **metaforu** un **epitetu** izmantojums, piem., „asa kritika”, „mīksta recesija”, „vērtību mērauklas”. Abas mākslinieciskās izteiksmes formas uzsver atšķirīgus vēstījuma aspektus. Vieni no izteiksmīgākajiem piemēriem ir:

„Pieņemtie lēmumi ir liels solis pretim spēcīgu ugunsgrēku uzstādīšanai, lai novērstu krīzes izplatīšanos uz citām eirozonas valstīm”.¹⁶¹

„Izlaižot obligācijas, Latvija sevi ir nodrošinājusi pusotram gadam. Tas mums palīdzēs pārlaist iespējamo polārziemu finanšu tirgos turpmāk.”¹⁶²

Vēstījuma būtību pastiprina arī tādas lingvistiskās vēstījuma formas kā **ironija**, kas vairākkārt parādās jau ziņu virsrakstā. Ironijas mērķis, galvenokārt, izvēlēto vēstījumu

¹⁵⁸ Trenko, A. (2011, 24.okt.). *Antra Trenko: Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi*. Delfi versijas. Sk. 2012. 12. Mart.: <http://www.delfi.lv/news/comment/comment/antra-trenko-griekijas-parmeribas-jeb-labi-dzivot-neaizliegsi.d?id=41361729>

¹⁵⁹ LETA. (2011, 28. okt.). *EK: Grieķija atrodas krietni sliktākā situācijā nekā Latvija*. Delfi Bizness. Sk. 2012. 10. Mart.: <http://business.delfi.lv/viedokli/ek-griekija-atrodas-krietni-sliktaka-situacija-neka-latvija.d?id=41428327>

¹⁶⁰ LETA. (2011, 28. okt.). *ZRP politikis: situācija Latvijā un Grieķijā ir radikāli atšķirīga*. Sk. 2012. 10. Mart.: <http://business.delfi.lv/viedokli/zrp-politikis-situacija-latvija-un-griekija-ir-radikali-atskiriga.d?id=41417451>

¹⁶¹ LETA. (2011, 27. okt.). *Dombrovskis: parādu norakstīšana neatvieglos Grieķijas finansiālo situāciju*. Apollo.lv. Sk. 2012. 12. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/news/articles/254119>

¹⁶² LETA. (2012, 20. feb.) *Vilks: vairums investoru vēlas Grieķijas izstāšanos no eirozonas*. Apollo.lv. Sk. 2012. 12. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/news/articles/265585>

virsrakstos ir tīša un tūlītēja ārgrupas „izsmiešana”. Šāda izteiksmes līdzekļa pielietošana virsrakstā ir arī veids kā piesaistīt uzmanību, un tā viegli saglabājas cilvēka atmiņā. Tomēr ir svarīgi neaprobežoties ar virsraksta izlasīšanu, jo tā radītais priekšstats bieži vien ir vispārinājums, kuram gandrīz ziņā seko loģisks izskaidrojums. Izteiktākie ironijas piemēri virsrakstos ir, „Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi”, „Patiesības par Grieķiju, jeb mītus stāstīt neaizliegsi”, „Latvijai ir izvēle – kļūt par Grieķijas tipa naudu lūdzošu slimnieku, vai būt pastāvīgai valstij”.

Var secināt, ka visizteiktāko iekšgrupas un ārgrupas nošķiršanas funkciju ziņu izlasē pilda salīdzinājumi, kas pretstata „mēs” un „viņi”, un izteikti attēlo iekšgrupas pozitīvās vai ārgrupas negatīvās atšķirības. Nozīmīgas ir arī uzrunas un aicinājumi, jo tie, liecina, ka eksistē kāda grupa, kuras robežas, savukārt, ļauj noteikt paustās uzrunas vai aicinājuma raksturs un mērķis.

SECINĀJUMI

Pētījums ļauj secināt, ka ziņās pastāv tendence nošķirt iekšgrupas un ārgrupas, tāpat kā tas notiek ikdienas komunikācijā starp sabiedrības dalībniekiem. Tomēr, jebkuram medijam arī pētījumam izvēlētajiem ziņu portāliem „apollo.lv” un „delfi.lv” ir tā „privilēģija” ietekmēt sabiedrības kā veseluma un lielākas iegšgrupas, piem., valsts, domu.

Analizētajā materiālā pastāv izteikta tendence veidot „mēs” Latvija/latvieši un „viņi” Grieķija/grieķi grupu nošķirumu. Ziņas, kurās tiek minēta Latvija, sastāda 12% no sākotnējā izvēlēta empīriskā materiāla, tas ir salīdzinoši maz, tomēr iekšgrupas un ārgrupas nošķirums, un Latvijas varas/pārākuma pozicionējuma līmenis tajās ir izteikti augsts.

Latvija un latvieši paši sev piedēvē *labā parauga/padomdevēja, sodītāja*, kā arī *cietēja* lomu, savukārt ārgrupai „viņi” Grieķija/grieķi tiek piedēvētas pretējas lomas – *sliktā parauga/padomdevēja* loma, *vaininieka* loma un *palīdzības lūdzēja* loma. Tādā veidā Latvija kā iekšgrupa apmierina nepieciešamību pēc pozitīvā atšķirīguma no ārgrupas, kas ir izteikta vajadzība grupas kopējās identitātes veidošanā, kā arī katra indivīda sociālās identitātes veidošanā.

1. Darbā izvirzītā hipotēze, ka ziņu saturs un to pasniegšanas forma rosina auditorijas formēšanos iekšgrupās un ārgrupās, apstiprinās. Tomēr, pētījumā secināts, ka vēstījumam nepiemīt spēja skaidri noteikt kāds būs „mēs”-„viņi” diskurss – tas kalpo tikai kā pastiprinošs līdzeklis sociālās kategorizācijas procesā.

2. Vēstījuma efektivitāte viennozīmīgi ir atkarīga no tā, cik efektīvi tiek nošķirtas iekšgrupas un ārgrupas. Ziņās parādās izteikta, acīmredzama, un vietām pārspīlēti pozitīva „mēs” Latvija/latvieši pozīcijas vērtēšana, kas izraisa plašu diskusiju ziņu auditorijā. 31% gadījumu ziņās Latvija tiek dēvēta par paraugu ekonomiskās krīzes pārvarēšanā, kamēr ziņu komentāru analīze liecina, ka labā parauga lomu lasītāji labprātāk piedēvētu Grieķijai, kura ar uzstājību panākusi valsts parāda samazināšanu, un pēc lasītāju domām, pat ekonomiskās lejupslīdes laikā dzīvo labāk nekā Latvija pirmskrīzes periodā.

3. Ziņās paustā viedokļa un auditorijas viedokļa atšķirības, atklāj negaidītu pavērsienu pētījumā - „mēs” Latvijas pilsoņi nošķirumu no „viņas” Latvijas kā valsts un tās amatpersonu vadītu aparātu.

4. Zīmīgi, ka „mēs” Latvija/Latvijas pilsoņi pozitīvā loma lasītājos izraisa nepatiku, lai gan tam vajadzētu celt sabiedrības kopīgo identitāti un nākt par labu iekšgrupai.

Rezumējot jāuzsver, ka personas identitāte ir komplekss jautājums, un viennozīmīgi var secināt, ka mūsdienu sabiedrību ir sarežģīti ietekmēt pat ar nacionālu mediju palīdzību. Cilvēki aizstāv savu viedokli un stājas pretim jebkurām netaisnībām un neprecizitātēm.

IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI

1. Apollo.lv. (2012). *Par Apollo*. Sk. 10. Mart.: <http://www.apollo.lv/portal/about/apollo>
2. Bērziņš, I. (2006). Informācijas vide Latvijas internetā. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zvaigzne. 213.-225. lpp
3. BNS. (2011). *Informācija par interneta lietotājiem Latvijā*. TVNET. Sk. 2012. 23. mart.: <http://www.tvnet.lv/tehnologijas/internets/395590-petijums-latvija-internetu-lieto-vairak-neka-70-iedzivotaju>
4. Brewer, M. B., Hewstone, M. (2004). *Self and social identity*. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd. P. 340.
5. Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām.: *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. 7.-42. lpp.
6. Bryant, J., Vorderen, P. (2006). *Phycology of Entertainment*. New Yersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. P. 457.
7. Bryman, A. (2004/2001). *Social Research Methods. Second edition*. New York: Oxford University Press. P. 592.
8. Castano, E. etc. (2002). *Who May Enter? The Impact of In-Group Identification on In-Group/Out-Group Categorization*. Journal of Experimental Social Psychology, 38(33). P. 315-322.
9. Cote, J. E. (1996). *Sociological perspectives on identity formation: the culture-identity link and identity capital*. Journal of Adolescence, 19(5). P. 417-428.
10. Delfi.lv. (2012). *Par Delfi*. Sk. 2012. 10. mart.: <http://www.delfi.lv/about/>
11. Easley, D., Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. New York: Cambridge University Press. P. 727.
12. Eurostat. (2012). Statistika par interneta lietotājiem Latvijā. Sk. 2012. 23. mart.: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do>
13. Ferszt-Pilat, K. (2006, 1. March.). *Ethnocentrism as the barrier to communication between different cultures*. Journal of Modern Science. Poland: University of Euroregional Economy Publishing House. P. 319 – 341.
14. Fiske, S, T. etc. (2010). *Handbook of social psychology. Volume Two*. Hoboken; New Yersey: John Wiley & Sons, Inc. P. 1423.
15. Furth, B. (2010). *Handbook of Social Network Technologies and Applications*. New York: Springer Science. P. 716.
16. Gemius audience. (2012). Statistika par apmeklētākajiem interneta portāliem Latvijā. Sk. 2012. 23. mart.: <http://www.audience.gemius.lv/pages/display/reach>

17. Gray, P. S. etc. (2007). *The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods*. New York: Cambridge University Press. P. 480.
18. Greece's Sovereign-Dept Crunch: A Very European Crisis. (2010, 4. feb.). *The Economist*. Retrieved May 1, 2012 from <http://www.economist.com/node/15452594>
19. Gritāne, E. (2011). Līdera atbilstība transformatīva līdera uzvedības modelim, grupas piederības nozīmīgums un līdera grupas piederība – to ietekme uz uztverto līdera efektivitāti. Eksperimentāls pētījums. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 91.-109. lpp.
20. Gritāne, E. Austers, I. (2011). Sociālās identitātes sarežģītības jēdziens sociālās identitātes pētījumos. Grām.: *Latvijas Universitātes raksti. Psiholoģija*. 768. Sēj. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 79.-90. lpp.
21. Hogg, M. A., Reid, S. A. (2006). *Social Identity, Self-Categorization, and the Communication of Group Norms*. *Communication Theory*, 16(1). P. 7-30.
22. Hornsey, M. J. (2008). *Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical Review*. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1). P. 204-222.
23. Johnstone, B. (2002). *Discourse Analysis*. Malden, MA: Blackwell Publishing. P. 269.
24. Joinson, A. N. (2007). *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. New York: Oxford University Press.
25. Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd. P. 221.
26. Liu, F. C. S. (2010). *Polarized news Media and the Polarization of the electorate*. *International Journal of Artificial Life Research*, 1(1). P. 35-50.
27. Roccas, S., Brewer, M. B. (2002). *Social Identity Complexity*. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2). 88.-106.lpp.
28. Saribay, S, A. (2007). *Relational to Collective: Significant-Other Representations, Ethnic Categories, and Intergroup Perceptions*. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Sage Publications. P. 1714 – 1726.
29. Sedikides, C., Brewer, M, B. (2001). *Individual Self, Relational Self, Collective Self*. Philadelphia, PA: Psychology Press. P. 341.
30. Seybert, H. (2011). Internet use in households by individuals in 2011. Eurostat. P. 8.
31. Silverman, D. (2001/1993). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction. Second edition*. London: Sage Publications. P. 325.
32. Spears, R. etc. (2008). *Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1). P. 144-165.

33. Tarrant, M. etc. (2009). *Social categorization and empathy for outgroup members*. British Journal of Social Psychology, 48(3). P. 427 - 446.
34. Van Dijk, J. A. G. M. (2006/1999). *The Network Society: social aspects of new media. Second edition*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications Ltd. P. 292.
35. Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications. P. 384.
36. Wellman, B. (2004). *Connecting Community: On- and Offline*. Retrieved March 6, 2012 from <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/contexts/contexts-3a.htm>
37. Wellman, B., Berkowitz, S. D. (1988). *Social Structures: A Network Approach*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 513
- Wodak, R., Meyer, M. (2009/2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Second edition*. London: Sage Publications. P. 205.
38. Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (2006). *Mass Media Research: An introduction. Eight edition*. Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning. P. 468.
39. Wodak, R., Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis. Introducing Qualitative Methods*. London: Sage Publications. P. 200.

PIELIKUMI

Ananlīzei atlasītās publikācijas

Nr.	Datums	Virsraksts	Autors
1.	31.04.2011	Grieķijas finanšu ministrs brīdina par katastrofu valstī	LETA
2.	01.06.2011	Grieķija vairs nav spējīga tikt galā ar nelegālo imigrantu pieplūdumu	LETA
3.	04.06.2011	Grieķijas arodbiedrības Atēnās rīko kārtējo protesta akciju	LETA
4.	16.06.2011	Latvijas ekonomists: Grieķijas bankrots ir neizbēgams	LETA
5.	24.06.2011.	Grieķija oficiāli lūdz ES finanšu palīdzību	LETA
6.	25.06.2011.	Merkele: eirozonai jādod Grieķijai laiks	LETA
7.	28.06.2011	Grieķijā sācies ģenerālstreiks	LETA
8.	29.06.2011	Grieķijā demonstranti aizdedzina Finanšu ministrijas ēku	LETA
9.	03.07.2011	Eirozonas finanšu ministri apstiprina pēdējās aizdevuma daļas piešķiršanu Grieķijai	LETA
10.	14.07.2011	Grieķijas premjers: nākamās dienas būs izšķirošas Grieķijas un eirozonas nākotnei	LETA
11.	17.07.2011	Klintonē cildina Grieķijas reformas	LETA
12.	18.07.2011	Foto: Iemesls, kāpēc tūristiem Grieķijā pamatīgas galvassāpes	Apollo
13.	22.07.2011	Eirozona vienojas par Grieķijas glābšanas plānu	LETA
14.	28.07.2011	Rosina pensionārus sūtīt palīgā Grieķijai	LETA
15.	14.08.2011	Soross: Grieķijai un Portugālei vajadzētu pamest eirozonu	LETA
16.	11.09.2011	Vācijas ministrs pieļauj Grieķijas «akurātu defoltu»	LETA
17.	21.09.2011	SVF: Grieķijas parādsaistības nākamgad sasniegs 189,1% no IKP	LETA
18.	23.09.2011	Grieķiju pāršalc plaši streiki	LETA
19.	30.09.2011	Grieķijas bankrota netiešie efekti uz Latviju būtu ļoti lieli	LETA
20.	02.10.2011	Augsta ranga Vācijas politiķis aicina apsvērt Grieķijas izstāšanos no eirozonas	LETA
21.	05.10.2011	SVF pārliecināts par starptautiskā aizdevuma nākamā maksājuma piešķiršanu Grieķijai	LETA
22.	05.10.2011	Foto: Streiks Grieķijā atkal pārvēršas vardarbīgos nemieros	Apollo
23.	12.10.2011	Eksperts: Grieķijas bankrots ir tikai laika jautājums	LETA
24.	15.10.2011	Maķedonija aicina ES pasludināt Grieķijas bankrotu	LETA
25.	27.10.2011	Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai	LETA
26.	27.10.2011	Dombrovskis: parādu norakstīšana neatvieglos Grieķijas finansiālo situāciju	LETA
27.	01.11.2011	Grieķijas referendums draud ar jaunu eirozonas krīzi	LETA
28.	04.11.2011	Pētniece: Grieķijas atteikšanās no referenduma vērtējama pozitīvi	LETA
29.	04.11.2011	Eiropa var atviegloti nopūsties: Grieķija oficiāli atsakās no plāna par referendumu	LETA
30.	05.11.2011	Grieķijas valdība iztur uzticības balsojumu	LETA
31.	06.11.2011	Opozīcijas līderis: Grieķijai jāapliecina pasaulei sava stabilitāte	LETA
32.	07.11.2011	Grieķijas politiķi vienojas par vienotības valdību, Papandreu demisionē	LETA

33.	10.11.2011	Eksbankieris nominēts par jauno Grieķijas premjeru	LETA
34.	11.11.2011	Mediji par Grieķiju: atrasts «sliktākā un netīrākā» darba darītājs Eiropā	LETA
35.	13.11.2011	Medijs: Vācija joprojām neizslēdz iespēju, ka Grieķijai varētu nākties pamest eirozonu	LETA
36.	14.11.2011	ES komisārs: Beļģija varētu kļūt par nākamo Grieķiju	LETA
37.	16.11.2011	Grieķi paredz savas valsts bankrotu	LETA
38.	30.11.2011	Atēnu Olimpiāde spēlēja lomu Grieķijas parādu krīzē	LETA
39.	08.01.2012	SVF apšaubā Grieķijas spējas sakārtot ekonomiku	LETA
40.	24.01.2012	Bankas atsakās norakstīt Grieķijas parādsaistības vairāk nekā 50% apmērā	LETA
41.	31.01.2012	Valsts prezidents akreditē Grieķijas un Kanādas vēstniekus	Apollo
42.	07.02.2012	EK: Grieķijas izstāšanās no eirozonas krīzi neradītu	LETA
43.	07.02.2012	SVF: Grieķijā ir jāsamazina algas	LETA
44.	09.02.2012	Grieķijas politiķi beidzot vienojušies par taupības pasākumiem	LETA
45.	09.02.2012	Grieķijas politiķi kārtējo reizi nespēj vienoties par taupības pasākumiem	LETA
46.	10.02.2012	Iebilstot pret taupības pasākumiem, Grieķijas valdību pamet pieci politiķi	LETA
47.	10.02.2012	Eirozonas finanšu ministri izvirza Grieķijai trīs prasības aizdevuma saņemšanai	LETA
48.	11.02.2012	Grieķijas katoļu vadītājs lūdz pāvestu palīdzēt krīzē nonākušajiem grieķiem	LETA
49.	11.02.2012	Grieķijas valdība apstiprina aizdevuma līgumu un taupības pasākumus	LETA
50.	12.02.2012	Grieķijas parlaments sāk debates par taupības pasākumiem	LETA
51.	13.02.2012	Brīvo demokrātu pārstāvis aicina vāciešus pavadīt brīvdienas Grieķijā	LETA
52.	13.02.2012	Austrija: Grieķijai vajadzētu pārdot neapdzīvotās salas	LETA
53.	14.02.2012	Vācija brīdina par naudas guldīšanu Grieķijas bezdibenī	LETA
54.	14.02.2012	Eirozona atliek lēmuma pieņemšanu par Grieķijas glābšanu	LETA
55.	15.02.2012	Foto: Krīzes nomocīta sieviete Grieķijā draud izlēkt pa biroja logu	Apollo
56.	20.02.2012	Vilks: vairums investoru vēlas Grieķijas izstāšanos no eirozonas	LETA
57.	21.02.2012	Vilks joprojām skeptisks par Grieķijas spēju pārvarēt grūtības	LETA
58.	21.02.2012	Grieķija glābta: Eirozona panāk vienošanos par finansiālo atbalstu	LETA
59.	22.02.2012	«Fitch» samazina Grieķijas kredītreitingu	LETA
60.	28.02.2012	«Standard&Poor's» samazina Grieķijas kredītreitingu līdz «selektīvai maksātnespējai»	LETA
61.	01.03.2012	Grieķijas premjers atsakās no algas	LETA
62.	04.03.2012	Grieķijai, iespējams, būs vajadzīga trešā glābšanas programm	LETA
63.	06.03.2012	Barrozu: Grieķijas izstāšanās no eirozonas būtu katastrofa	LETA
64.	09.03.2012	Apstiprina 35,5 miljardu eiro piešķiršanu Grieķijai	LETA
65.	09.03.2012	Grieķijas obligāciju apmaiņas darījumam piekrituši vairāk nekā 85% kreditoru	LETA

66.	14.03.2012	Griekija atceļ 40 000 fiktīvu pensiju	LETA
67.	26.03.2012	Merkele: ļaut Griekijai pamest eirozonu būtu katastrofa	LETA
Publikācijas ziņu portālā Delfi			
68.	10.03.2011	Griekija aicina ES valstis nekavējoties ieviest reitingu aģentūru stingrāku regulēšanu	BNS
69.	12.04.2011	ES prezidents mudina Griekiju turpināt reformēt ekonomiku	LETA
70.	15.04.2011	EK liek Griekijai atmaksāt izšķērdētas lauksaimniecības subsīdijas 260 miljonu eiro	BNS
71.	07.05.2011	Griekija: mēs neapsveram iespēju izstāties no eiro zonas	BNS
72.	11.05.2011	ES un SVF pārskata misiju Griekijā sagaida ar strādājošo streiku	BNS
73.	23.05.2011 19:27	Griekijas FM atzīst valsts budžeta deficīta samazinājuma neizpildi janvārī – aprīlī	Delfi
74.	24.05.2011	'Moody's': Griekijas maksātnespēja negatīvi ietekmēs citas Eirozonas valstis	Delfi
75.	24.05.2011	Griekijas arodbiedrības draud ar jauniem streikiem	BNS
76.	27.05.2011	Grieķu protestētāji mobilizējas sociālajos tīklos	BNS
77.	07.06.2011	SVF pieprasa ES valstu līderiem iedarbīgu Griekijas problēmas risinājumu	BNS
78.	08.06.2011	Griekijā bezdarba līmenis sasniedz jaunu rekordu: krasi krītas rūpniecības produkcijas izlaide	BNS
79.	09.06.2011	Griekiju atkal notiek plaši streiki pret taupības pasākumiem un privatizāciju	BNS
80.	15.06.2011	Griekijā atkal sācies ģenerālstreiks	Delfi
81.	15.06.2011	Laikraksts: Griekijas parāda restrukturizācija eirozonas valstīm izmaksās 20 miljardus eiro	Delfi
82.	15.06.2011	Griekijas ģenerālstreika laikā sadursmēs ar policiju ievainoti vismaz 12 cilvēki	BNS
83.	16.06.2011	Griekijā veidos jaunu valdību	Delfi
84.	17.06.2011	Griekijā pēc masu protestiem maina vietām ministrus	Delfi
85.	19.06.2011	Griekijas premjers rosina referendumu par politiskās sistēmas izmaiņām	Delfi
86.	20.06.2011	Eiro zonas finanšu ministri atliek lēmumu par aizdevumu Griekijai	Delfi
87.	22.06.2011	Griekijas parlaments izsaka uzticību valdībai	BNS
88.	23.06.2011	Griekijas arodbiedrības izsludina divu dienu ģenerālstreiku	BNS
89.	24.06.2011	ES samits: Griekija saņems starptautiskā aizdevuma kārtējo daļu, ja parlaments apstiprinās taupības pasākumus	BNS
90.	28.06.2011	Griekijas streiks izvērsas nemieros	Delfi
91.	29.06.2011	Griekijā izdzenāti Finanšu ministrijai uzbrukušie anarhisti	Delfi
92.	29.06.2011	Griekijā protestētāju sadursmēs ar policiju astoņi cietušie	Delfi
93.	09.07.2011	SVF atbalsta 3,2 miljardu eiro piešķiršanu Griekijai	BNS
94.	17.07.2011	Obama: ASV situāciju nedrīkst salīdzināt ar Griekiju un Portugāli	Delfi
95.	21.07.2011	ECB gatava pieņemt daļēju Griekijas defoltu	Delfi
96.	21.07.2011	Merkele un Sarkozy pieņem kopīgu nostāju jautājumā par atbalstu Griekijai	LETA
97.	22.07.2011	Griekijai dos vēl 109 miljardus eiro	BNS

98.	29.08.2011	Grieķijas lielākās bankas paziņo par apvienošanos	Delfi
99.	06.09.2011	Vācijas tiesa vērtēs Grieķijas glābšanu	LETA
100.	07.09.2011	Vācijas konstitucionālā tiesa valsts iesaistīšanos Grieķijas glābšanā atzīst par likumīgu	LETA
101.	07.09.2011	Vācijas tiesa pasludinās spriedumu Grieķijas glābšanas lietā	LETA
102.	11.09.2011	Grieķijā atkal cels nodokļus	LETA
103.	12.09.2011	Grieķijā streiko nodokļu inspektori, muitnieki un taksisti	BNS
104.	13.09.2011	Merkele: Eiropa darīs visu iespējamo, lai novērstu Grieķijas izstāšanos no eirozonas	Delfi
105.	19.09.2011	SVF: kavēšanās ar privatizāciju var novest pie Grieķijas defolta	Delfi
106.	19.09.2011	Lēmums vēl nepalīdzēt parādu māktajai Grieķijai pazemina eiro vērtību	Delfi
107.	20.09.2011	Grieķija noraida ziņas par eiro referendumu	Delfi
108.	21.09.2011	Grieķijas arodbiedrības piesaka ģenerāstreiku pret jaunajiem taupības pasākumiem	BNS
109.	24.09.2011	Analītiķis: Eiropas banku sektors spētu tikt galā ar zaudējumiem no Grieķijas maks	LETA
110.	26.09.2011	'JPMorgan': Grieķijai draud defolts un depresija	Delfi
111.	01.10.2011	Grieķijas finanšu ministrs: SVF piešķirs kārtējo aizdevuma daļu; Katara investēs 1,2 miljardus eiro	Delfi
112.	01.10.2011	Grieķija ar aizdevējiem pārrunā valsts ierēdņu atlaišanu	Delfi
113.	02.10.2011	Grieķija pieņem 2012.gada budžetu, neiekļaujoties aizdevuma programmas 'rāmjos'	Delfi
114.	03.10.2011	Grieķija sola jau nākamgad dzīvot ar budžeta pārpalikumu	Delfi
115.	04.10.2011	Reaģējot uz ES lēmumu atlikt palīdzības piešķiršanu Grieķijai, pasaules akciju tirgi krasi krīt	BNS
116.	04.10.2011	Grieķijai pagaidām atsaka kredīta izmaksu	Delfi
117.	10.10.2011	Igaunijas prezidents Ilvess sācis otro pilnvaru termiņu; iesaka palīdzēt Grieķijai	Delfi
118.	12.10.2011	Grieķijas budžeta deficīts turpina samilzt	BNS
119.	14.10.2011	Grieķija aicina Medvedevu uz Atēnām cerībā gūt Krievijas atbalstu krīzē	Delfi
120.	11.10.2011	Ilvess: Grieķijas ekonomikas sabrukšana ietekmēs arī valstis ārpus eirozonas	Delfi
121.	19.10.2011	Streiks Grieķijā izvērsas masu nekārtībās	Delfi
122.	19.10.2011	Grieķijā ielās vērojams rekordliels demonstrantu skaits	Delfi
123.	20.10.2011	Grieķijas galvaspilsētā protestos pret taupības pasākumiem izceļas vardarbīgas sadursmes; viens bojāgājušais	BNS
124.	22.10.2011	ES finanšu ministru samits: Grieķija naudu saņems, bet būs jāiesaistās arī bankām	Delfi
125.	24.10.2011	Antra Trenko: Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi	Bankas eksperte
126.	27.10.2011	Klementjevs: Grieķijas parādu samazināšana pierāda ES dubultmorāli	LETA
127.	27.10.2011	Vai tu zini, ka ... lielākās parādnieces ES ir Grieķija un Itālija, mazākās – Igaunija Un Bulgārija?	Delfi
128.	27.10.2011	Fotoreportāža: Kā Eiropa Grieķijai parādus atlaida	Delfi
129.	27.10.2011	Eiro zonas samītā ar bankām vienojas par 50% Grieķijas	BNS

		parāda - 100 miljardu eiro - norakstīšanu	
130.	28.10.2011	Grieķijā protestētāji sauc prezidentu par nodevēju un blokē militāro parādi	BNS
131.	28.10.2011	EK: Grieķija atrodas krietni sliktākā situācijā nekā Latvija	LETA
132.	28.10.2011	Edgars Zīverts: Patiesība par Grieķiju jeb mītus stāstīt neaizliegsi	Edgars Zīverts
133.	28.10.2011	ZRP politikis: situācija Latvijā un Grieķijā ir radikāli atšķirīga	LETA
134.	31.10.2011	Grieķijas premjers aicina rīkot uzticības balsojumu un referendumu par valsts parāda samazināšanas plānu	BNS
135.	01.11.2011	Bičevskis: Latvijai ir izvēle - kļūt par Grieķijas tipa naudu lūdzosu slimnieku vai būt patstāvīgai valstij	LETA
136.	01.11.2011	Merkele un Sarkozy tiksies ar SVF, ES un Grieķijas pārstāvjiem	BNS
137.	01.11.2011	Grieķijas iecere rīkot referendumu par glābšanas plānu izraisa krasu naftas cenu kritumu	BNS
138.	01.11.2011	'Fitch': Grieķijas plāns rīkot referendumu par glābšanas plānu apdraud eiro zona	BNS
139.	01.11.2011	Grieķijā briesmīga valdības krīze	Delfi
140.	01.11.2011	Šokējošais lēmums rīkot referendumu par Grieķijas glābšanas plānu nogremdē pasaules akciju tirgus	BNS
141.	02.11.2011	Francija: Grieķijas iedzīvotājiem referendumā būtu jāprasa, vai viņi vēlas palikt eiro zonā	BNS
142.	02.11.2011	Prezidents Bērziņš: plānotais Grieķijas referendums ir ļoti nepatīkams precedents	LETA
143.	02.11.2011	Dombrovskis: Grieķijas lēmums par referendumu ir šokējošs; situācijas pasliktināšanās nenāks par labu Latvijai	Delfi
144.	03.11.2011	Valdot cerībām par referendumu atcelšanu Grieķijā, globālie tirgi uzgavilē ECB lēmumam pazemināt likmes	BNS
145.	03.11.2011	Grieķijas premjers atsakās no referendumu idejas; cer, ka valdība vienosies ar opozīciju	Delfi
146.	03.11.2011	Mediji: Grieķijas premjers neatkāpsies; piekrīt koalīcijas valdībai	-
147.	03.11.2011	Ārvalstu mediji: Grieķija uzsākusi bīstamu spēli; G-20 samits draud izgāzties	Delfi
148.	04.11.2011	Grieķija oficiāli atteikusies no referendumu rīkošanas par ES piedāvāto glābšanas plānu	Delfi
149.	05.11.2011	Papandreu: Grieķijā jāpanāk vienprātība, lai saglabātu eiro	BNS
150.	06.11.2011	Amatpersona: ES glābšanas plāns Grieķijai jāratificē līdz gada beigām	BNS
151.	08.11.2011	Grieķijā atkāpusies valdība	Delfi
152.	09.11.2011	Sarunas par nākamo Grieķija valdību turpināsies ceturtdien	BNS
153.	09.11.2011	Papandreu sola atbalstu Grieķijas jaunajai valdībai, premjeru vēl nenosauc	BNS
154.	09.11.2011	Grieķijā ir problēmas sarunās par nacionālās vienotības valdības veidošanu	BNS
155.	10.11.2011	Igaunijas finanšu ministrs: Itāliju nevar salīdzināt ar Grieķiju	BNS
156.	11.11.2011	Grieķijā zvērestu nodevusi jaunā valdība	Delfi
157.	12.11.2011	Aptauja: jaunās Grieķijas valdības spējam izvest valsti no	BNS

		krīzes tic 68% valsts iedzīvotāju	
158.	30.11.2011	Vaidere: Grieķijai vajadzētu izstāties no eirozonas	LETA
159.	06.12.2011	SVF piešķir kārtējo aizdevuma daļu Grieķijai	Delfi
160.	12.01.2012	Bezdarba līmenis Grieķijā 'uzlecis' līdz 18,2%	Delfi
161.	16.01.2012	'Vārds studentam': Grieķu likstas lai kalpo par mācību pārējai Eiropai	Studente
162.	17.01.2012	Pasaules tirgi uzgavilē labām ziņām no Ķīnas un Vācijas; nerimst bažas par Grieķijas defoltu	BNS
163.	05.02.2012	Grieķija sāk izšķirošās sarunas ar starptautiskajiem aizdevējiem	Delfi
164.	06.02.2012	Starptautiskie aizdevēji prasa Grieķijai 'griezt' izdevumus par 1,3 miljardiem eiro	Delfi
165.	07.02.2012	Uz vēl vienu dienu atliek Grieķijas vienošanos ar starptautiskajiem aizdevējiem	Delfi
166.	07.02.2012	Barrozu: Grieķijas izstāšanās no eiro zonas izmaksās dārgāk nekā atbalsts šai valstij	BNS
167.	07.02.2012	Grieķijas krīze: arodbiedrības izsludina diennakts streiku	Delfi
168.	09.02.2012	Vienošanos par Grieķijas glābšanu izraisa pacēlumu globālajos akciju tirgos	BNS
169.	10.02.2012	Grieķijā ministri protestē pret taupību, atkāpjoties no amatiem	BNS
170.	10.02.2012	Somijas ārlietu ministrs saniknots par Grieķijas kavēšanos ar taupības pasākumu pieņemšanu	BNS
171.	10.02.2012	Grieķijā notiek šonedēļ otrais ģenerālstreiks	BNS
172.	12.02.2012	Grieķijas policija ar asaru gāzi vēršas pret protestētājiem pie parlamenta	BNS
173.	17.02.2012	Grieķijas vēstnieks: Latvija ir paraugs krīzes pārvarēšanā; Dombrovskis grieķiem pie	Delfi
174.	19.02.2012	Grieķijā briesmīgi kārtējie nemieri	Delfi.
175.	20.02.2012	Vilks: vairums ārzemēs uzrunāto investoru vēlas Grieķijas izstāšanos no eirozonas	LETA
176.	21.02.2012	Vilks joprojām skeptisks par Grieķijas spēju pārvarēt grūtības	LETA
177.	21.02.2012	Junkers: Grieķijai šomēnes jāgarantē aizdevuma saņemšanas nosacījumu izpilde	BNS
178.	23.02.2012	Grieķijā pret algu samazināšanu streiko veselības aprūpē strādājošie	BNS
179.	28.02.2012	FKTK: Latvijas finanšu sektora ieguldījumi Grieķijas vērtspapīros - niecīgi	LETA
180.	28.02.2012	S&P pazemina Grieķijas kredītreitingu līdz 'selektīvam defoltam'	BNS
181.	29.02.2012	Papadems noraida Junkera ierosinājumu iecelt īpašu ES komisāru Grieķijas jautājumos	BNS
182.	03.03.2012	Arī 'Moody's' samazina Grieķijas kredītreitingu līdz vizemākajam līmenim	Delfi
183.	04.03.2012	Spiegel': Grieķijai, iespējams, būs nepieciešama palīdzība vēl 50 miljardu eiro apmērā	Delfi
184.	10.03.2012	Papandreu atkāpjas no Grieķijas sociālistu partijas vadītāja amata	BNS
185.	15.03.2012	Grieķijā bezdarba līmenis sasniedz 20,7%	BNS

- Pēc pirmās kontentanalīzes atlasītās ziņas, kurās parādās *Latvijas – Grieķijas* salīdzinājums:

Nr.	Datums	Virsraksts	Autors
1.	30.09.2011	Grieķijas bankrota netiešie efekti uz Latviju būtu ļoti lieli	LETA
2.	27.10.2011	Kalniņš: Latvijai ir iemesls būt aizvainotai par parādu atlaišanu Grieķijai	LETA
3.	27.10.2011	Dombrovskis: parādu norakstīšana neatvieglos Grieķijas finansiālo situāciju	LETA
4.	01.11.2011	Grieķijas referendums draud ar jaunu eirozonas krīzi	LETA
5.	31.01.2012	Valsts prezidents akreditē Grieķijas un Kanādas vēstniekus	Apollo
6.	20.02.2012	Vilks: vairums investoru vēlas Grieķijas izstāšanos no eirozonas	LETA
7.	21.02.2012	Vilks joprojām skeptisks par Grieķijas spēju pārvarēt grūtības	LETA
8.	24.05.2011	'Moody's': Grieķijas maksātnespēja negatīvi ietekmēs citas Eirozonas valstis	Delfi
9.	11.10.2011	Ilvess: Grieķijas ekonomikas sabrukšana ietekmēs arī valstis ārpus eirozonas	Delfi
10.	24.10.2011	Antra Trenko: Grieķijas pārmērības jeb labi dzīvot neaizliegsi	Trenko, A.
11.	27.10.2011	Klementjevs: Grieķijas parādu samazināšana pierāda ES dubultmorāli	LETA
12.	27.10.2011	Vai tu zini, ka ... lielākās parādnieces ES ir Grieķija un Itālija, mazākās – Igaunija Un Bulgārija?	Delfi
13.	28.10.2011	EK: Grieķija atrodas krietni sliktākā situācijā nekā Latvija	LETA
14.	28.10.2011	Edgars Zīverts: Patiesība par Grieķiju jeb mītus stāstīt neaizliegsi	Zīverts, E.
15.	28.10.2011	ZRP politikis: situācija Latvijā un Grieķijā ir radikāli atšķirīga	LETA
16.	01.11.2011	Bičevskis: Latvijai ir izvēle - kļūt par Grieķijas tipa naudu lūzdošu slimnieku vai būt patstāvīgai valstij	LETA
17.	01.11.2011	Grieķijā briest valdības krīze	Delfi
18.	02.11.2011	Prezidents Bērziņš: plānotais Grieķijas referendums ir ļoti nepatīkams precedents	LETA
19.	02.11.2011	Dombrovskis: Grieķijas lēmums par referendumu ir šokējošs: situācijas pasliktināšanās nenāks par labu Latvijai	Delfi
20.	03.11.2011	Valdot cerībām par referenduma atcelšanu Grieķijā, globālie tirgi uzgavilē ECB lēmumam pazemināt likmes	BNS
21.	30.11.2011	Vaidere: Grieķijai vajadzētu izstāties no eirozonas	LETA
22.	16.01.2012	'Vārds studentam': Grieķu likstas lai kalpo par mācību pārējai Eiropai	Liepa, M.
23.	17.02.2012	Grieķijas vēstnieks: Latvija ir paraugs krīzes pārvarēšanā: Dombrovskis grieķiem pie	Delfi
24.	20.02.2012	Vilks: vairums ārzemēs uzrunāto investoru vēlas Grieķijas izstāšanos no eirozonas	LETA
25.	21.02.2012	Vilks joprojām skeptisks par Grieķijas spēju pārvarēt grūtības	LETA
26.	28.02.2012	FKTK: Latvijas finanšu sektora ieguldījumi Grieķijas vērtspapīros - niecīgi	LETA

2. Pielikums

„Latvija”-„Grieķija” salīdzinājuma ziņu atlasē kategorijas

Ziņas raksturojums (visas 189 ziņas)

1. Ziņas autors
 - 1.1. LETA
 - 1.2. BNS
 - 1.3. Apollo
 - 1.4. Delfi
 - 1.5. Neatkarīga persona
 - 1.6. Nezināms
 2. Komentāri
 - 2.1. 0 līdz 10
 - 2.2. 11 līdz 25
 - 2.3. 26 līdz 50
 - 2.4. 51 līdz 100
 - 2.5. 101 līdz 150
 - 2.6. 151 līdz 200
 - 2.7. 200 un 250
 3. Ziņas tematika/ centrālais notikums
 - 3.1. Nemiers/streiks
 - 3.2. Vienoššanās
 - 3.3. Aizdevums
 - 3.4. Ieteikums/ierosinājums
 - 3.5. Brīdinājums
 - 3.6. Uzslava
 - 3.7. Atkāpšanās no amata
 - 3.8. Krīzes sekas/statistika
 - 3.9. Cits
 4. Emocionālā noskaņa
 - 4.1. pozitīva (prieks)
 - 4.2. naidīga/agresīva/vardarbīga
 - 4.3. slavinoša
 - 4.4. saprotoša (līdzjūtība)
 - 4.5. ironiska
 - 4.6. šaubas/Noraidījums
 - 4.7. neitrāla
- Latvija – Grieķija salīdzinājuma ziņu
atlase (visas 189 ziņas)**
5. Ziņas, kurās pieminēta *valsts* Latvija - Pirmās personas vietniekvārds
 - 5.1. Latvija
 - 5.2. Latvijas
 - 5.3. Latvijai
 - 5.4. Latviju

5.5. Latvijā

6. Ziņu skaits, kurās pieminēti *iedzīvotāji* Latvieši - Pirmās personas vietniekvārds
 - 6.1. latvietis
 - 6.2. latvieši
 - 6.3. latvieša
 - 6.4. latviešu
 - 6.5. latvietim
 - 6.6. latviešiem
 - 6.7. latvieti
 - 6.8. latviešus
 - 6.9. latvietī
 - 6.10. latviešos
7. *Mēs* Latvija/latvieši nošķīrums - pirmās personas daudzskaitļa vietniekvārdi ziņās
 - 7.1. mēs
 - 7.2. mūsu
 - 7.3. mums
 - 7.4. mūs
8. *Mēs* Grieķija/grieķi nošķīrums - pirmās personas daudzskaitļa vietniekvārdi ziņās
 - 8.1. mēs
 - 8.2. mūsu
 - 8.3. mums
 - 8.4. mūs
9. *Mēs* Eiropas Savienība nošķīrums
 - 9.1. mēs
 - 9.2. mūsu
 - 9.3. mums
 - 9.4. mūs
10. Trešās personas vietniekvārdi *Latvija par Grieķiju*
 - 10.1. viņiem
 - 10.2. viņus
 - 10.3. viņos
 - 10.4. viņu

„Latvija”-„Grieķija” salīdzinājuma ziņu kontentanalīzes kategorijas**Ziņas raksturojums (25 ziņas)**

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ziņas autors <ol style="list-style-type: none"> 1.1. LETA 1.2. BNS 1.3. Apollo 1.4. Delfi 1.5. Neatkarīga persona 1.6. Nezināms 2. Komentāri <ol style="list-style-type: none"> 2.1. 0 līdz 10 2.2. 11 līdz 25 2.3. 26 līdz 50 2.4. 51 līdz 100 2.5. 101 līdz 150 2.6. 151 līdz 200 2.7. 200 un 250 3. Ziņas tematika – <i>Grieķija</i> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. reformas valstī 3.2. parādu atlaišana/norakstīšana 3.3. izstāsšanās no Eirozonas 3.4. maksātnespēja 3.5. aizdevuma piešķiršana 4. Emocionālā noskaņa <ol style="list-style-type: none"> 4.1. pozitīva (prieks) 4.2. naidīga/agresīva/vardarbīga 4.3. slavinoša 4.4. saprotoša (līdzjūtība) 4.5. ironiska 4.6. šaubas/Noraidījums 4.7. neitrāla 5. Galvenā viedokļa pautājs <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Latvijas valsts prezidents 5.2. Latvijas premjerministrs 5.3. Latvijas ekonomikas ministrs 5.4. Latvijas Saeimas pārstāvis 5.5. Latvijas eksperts/speciālists 5.6. Latvijas „tautas” pārstāvis | <ol style="list-style-type: none"> 5.7. Grieķijas finanšu ministrs 5.8. Grieķijas premjerministrs 5.9. Grieķijas eksperts/speciālists 6. <i>Valsts Grieķija</i> <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Grieķija 6.2. Grieķijas 6.3. Grieķijai 6.4. Grieķiju 6.5. Grieķijā 7. <i>Iedzīvotāji Grieķi</i> <ol style="list-style-type: none"> 7.1. Grieķis 7.2. Grieķa 7.3. Grieķim 7.4. Grieķi 7.5. Grieķos 7.6. Grieķī 7.7. Grieķu 7.8. Grieķiem 7.9. Grieķus 8. Personīgā viedokļa paušana <ol style="list-style-type: none"> 8.1. es 8.2. manis 8.3. man 8.4. mani 8.5. manī 9. Latvijas loma <ol style="list-style-type: none"> 9.1. labs paraugs/padomdevējs 9.2. cietējs 9.3. sodītājs 9.4. neitrāla 10. Grieķijas loma <ol style="list-style-type: none"> 10.1. slikts paraugs/padomdevējs 10.2. vaininieks/ietekmētājs 10.3. palīdzības lūdzējs |
|--|--|

Ziņu komentāru analīzei izvirzītās kategorijas

1. Ziņas, kurās pieminēta *valsts* Latvija - Pirmās personas vietniekvārds
 - 1.1. Latvija
 - 1.2. Latvijas
 - 1.3. Latvijai
 - 1.4. Latviju
 - 1.5. Latvijā
2. Ziņu skaits, kurās pieminēti *iedzīvotāji* latvieši - Pirmās personas vietniekvārds
 - 2.1. latvietis
 - 2.2. latvieši
 - 2.3. latvieša
 - 2.4. latviešu
 - 2.5. latvietim
 - 2.6. latviešiem
 - 2.7. latvieti
 - 2.8. latviešus
 - 2.9. latvietī
 - 2.10. latviešos
3. Pirmās personas vietniekvārdi komentāros
 - 3.1. manī
 - 3.2. man
 - 3.3. mani
 - 3.4. manis
4. „Mēs” (Latvija/latvieši)
 - 4.1. mēs
 - 4.2. mūsu
 - 4.3. mums
 - 4.4. mūs
 - 4.5. mūsos
5. Otrās *personas* vietniekvārdi
 - 5.1. tu
 - 5.2. tevis
 - 5.3. tev
 - 5.4. tevi
 - 5.5. tevī
 - 5.6. jūs
 - 5.7. jūsu
 - 5.8. jums
 - 5.9. jūsos
6. Ziņu skaits, kurās pieminēti *iedzīvotāji* Grieķi - Pirmās personas vietniekvārds
 - 6.1. grieķis
 - 6.2. grieķa
 - 6.3. grieķim
 - 6.4. grieķi
 - 6.5. grieķos
 - 6.6. grieķī
 - 6.7. grieķu
 - 6.8. grieķiem
 - 6.9. grieķu
7. Valsts Grieķija
 - 7.1. Grieķija
 - 7.2. Grieķijas
 - 7.3. Grieķijai
 - 7.4. Grieķiju
 - 7.5. Grieķijā

5. pielikums

Ziņu atlasē kontentanālizē rezultātā iegūtie dati

1. Ziņas autors	skaits	procenti
1.1. LETA	79	43%
1.2. BNS	49	26%
1.3. Apollo	4	2%
1.4. Delfi	49	26%
1.5. Neatkarīga persona	3	2%
1.6. Nezināms	1	1%

2. Komentāru skaits ziņās	skaits	procenti
2.1. 0 līdz 10	82	44%
2.2. 11 līdz 25	59	32%
2.3. 26 līdz 50	24	13%
2.4. 51 līdz 100	12	6%
2.5. 101 līdz 150	4	2%
2.6. 151 līdz 200	3	2%
2.7. 200 un 250	1	1%

3. Ziņas tematika/centrālais notikums	skaits	procenti
3.1. nemiers/streiks	25	13%
3.2. vienošanās	24	13%
3.3. aizdevums	18	9%
3.4. ieteikums/ierosinājums	32	17%
3.5. palīdzības lūgums	3	2%
3.6. brīdinājums	33	17%
3.7. uzslava	3	2%
3.8. atkāpšanās no amata	5	3%
3.9. krīzes sekas/statistika	27	14%
3.10. cits	19	10%

4. Vēstījuma noskaņa	skaits	procenti
4.1. pozitīva (prieks)	33	18%
4.2. naidīga/agresīva/vardarbīga	48	25%
4.3. slavinoša	9	5%
4.4. saprotoša (līdzjūtība)	10	5%
4.5. ironiska	15	8%
4.6. šaubas/Noraidījums	55	29%

4.7. neitrāla	19	10%
---------------	----	-----

5. Valsts Latvija	skaits
5.1. Latvija	34
5.2. Latvijas	51
5.3. Latvijai	24
5.4. Latviju	15
5.5. Latvijā	14
Kopā:	138
Ziņu skaits:	26 =12% no 189 ziņām

7. Mēs Latvija/latvieši	skaits	procenti
7.1. mēs	12	29%
7.2. mūsu	11	27%
7.3. mums	16	39%
7.4. mūs	2	5%
Kopā:	41	

8. Mēs Grieķija/Grieķi	skaits	procenti
8.1. mēs	24	38%
8.2. mūsu	17	27%
8.3. mums	22	35%
8.4. mūs	0	0%
Kopā:	63	

9. Mēs Eiropas Savienība	skaits	procenti
9.1. mēs	28	58%
9.2. mūsu	8	17%
9.3. mums	12	25%
9.4. mūs	0	0%
Kopā:	48	

10. Latvija par Grieķiju	skaits	procenti
10.1. viņiem	6	33%
10.2. viņus	1	6%
10.3. viņos	0	0%
10.4. viņu	11	61%
Kopā:	18	

6. pielikums
„Latvija”-„Grieķija” ziņu kontentanalīzes rezultāti

1. Ziņas autors	skaits	procenti
1.1. LETA	15	58%
1.2. BNS	1	4%
1.3. Apollo	1	4%
1.4. Delfi	6	23%
1.5. Neatkarīga persona	3	11%

2. Komentāru skaits ziņās	skaits	procenti
2.1. 0 līdz 10	5	19%
2.2. 11 līdz 25	10	32%
2.3. 26 līdz 50	3	11%
2.4. 51 līdz 100	2	8%
2.5. 101 līdz 150	2	8%
2.6. 151 līdz 200	3	12%
2.7. 200 un 250	1	4%

3. Emocionālā noskaņa	skaits	procenti
3.2. nozītīva (prieks)	2	8%
3.2. naidīga/agresīva	2	8%
3.3. slavinoša	5	19%
3.4. ironiska	3	11%
3.5. saprotoša (līdzjūtība)	0	0%
3.6. bailes	8	31%
3.7. aizvainojums	2	15%
3.8. šaubas/noraidījums	4	15%
3.9. neirāla	0	0%

3. Ziņas tematika - Grieķija	skaits	procenti
3.1. reformas valstī	3	14%
3.2. parādu atļaišana/norakstīšana	5	23%
3.3. izstāšanās no Eirozonas	4	18%
3.4. maksātnespēja	8	36%
3.5. aizdevuma piešķiršana	2	9%

5. Galvenā viedokļa pautējs	skaits	procenti
5.1. Latvijas valsts prezidents	1	4%
5.2. Latvijas premjerministrs	4	15%
5.3. Latvijas ekonomikas ministrs	5	19%
5.4. Latvijas Saeimas pārstāvis	9	35%
5.5. Latvijas eksperts/speciālists	4	15%
5.6. Latvijas „tautas” pārstāvis	1	4%
5.7. Grieķijas finanšu ministrs	1	4%
5.8. Grieķijas premjerministrs	0	0%
5.9. Grieķijas eksperts/speciālists	1	4%

6. Valsts Grieķija	skaits	procenti
6.1. Grieķija	31	11%
6.2. Grieķijas	152	54%
6.3. Grieķijai	57	20%
6.4. Grieķiju	16	6%
6.5. Grieķijā	25	9%
Kopā:	281	

7. Iedzīvotājs Grieķis	skaits
7.1. grieķis	0
7.2. grieķa	0
7.3. grieķim	0
7.4. grieķi	9
7.5. grieķos	0
7.6. grieķī	0
7.7. grieķu	9
7.8. grieķiem	6
7.9. grieķus	0
Kopā:	24

8. Personīgā viedokļa paušana	skaits
8.1.es	1
8.2.manis	0
8.3.man	3
8.4.mani	0
8.5.manī	0

9. Latvijas loma	skaits	procenti
9.1.labs paraugs/padomdevējs	8	31%
9.2. cietējs	11	42%
9.3. sodītājs	5	19%
9.4. neitrāla	2	8%

10. Grieķijas loma	skaits	procenti
10.1.slikts paraugs/padomdevējs	10	39%
10.2.vaininieks ietekmētājs	11	42%
10.3 palīdzības lūdzējs	5	19%

7. pielikums
Ziņu komentāru kontentanalīzes rezultāti

1. Valsts Latvija	skaits
1.1. Latvija	104
1.2. Latvijas	135
1.3. Latvijai	71
1.4. Latviju	48
1.5. Latvijā	114
Kopā:	472

2. Ziņu skaits, kurās pieminēti iedzīvotāji latvieši - Pirmās personas vietniekvārds	skaits
2.1. latvietis	7
2.2. latvieši	24
2.3. latvieša	1
2.4. latviešu	12
2.5. latvietim	1
2.6. latviešiem	9
2.7. latvieti	3
2.8. latviešus	3
2.9. latvietī	0
2.10. latviešos	0
Kopā:	60

3. Pirmās personas vietniekvārdi komentāros	skaits
3.1. manis	4
3.2. man	59
3.3. mani	10
3.4. manī	0
Kopā:	73

4. „Mēs” (Latvija/latvieši)	skaits
4.1. mēs	3
4.2. mūsu	79
4.3. mums	188
4.4. mūs	121
4.5. mūsos	0
Kopā:	391

5. Otrās personas vietniekvārdi	skaits
5.1. tu	93
5.2. tevis	5
5.3. tev	43
5.4. tevi	13
5.5. tevī	0
5.6. jūs	35
5.7. jūsu	12
5.8. jums	38
5.9. jūsos	0
Kopā:	239

6. Iedzīvotāji Grieķi	skaits
6.1. grieķis	16
6.2. grieķa	0
6.3. grieķim	2
6.4. grieķi	189
6.5. grieķos	0
6.6. grieķī	0
6.7. grieķu	94
6.8. grieķiem	97
6.9. grieķus	27
Kopā:	425

7. Valsts Grieķija	skaits
7.1. Grieķija	81
7.2. Grieķijas	129
7.3. Grieķijai	43
7.4. Grieķiju	58
7.5. Grieķijā	86
Kopā:	678

Bakalaura darbs „Iekšgrupu un ārgrupu veidošanās ārzemju ziņu dinamikā: Grieķijas situācijas analīze ziņu portālos “apollo.lv” un “delfi.lv” (2011-2012)” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: () Kristīne Miļūna

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: asoc. prof., Dr.phil Jurgis Šķilters () 04.06.2012.

Recenzents: Mg.sc.soc. Didzis Bērziņš

Darbs iesniegts Komunikācijas studiju nodaļā 04.06.2012.

Dekāna pilnvarotā persona: Sabīne Krieviņa / Līva Brice ()

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

_____. prot. Nr. ____.

Komisijas sekretāre: M. soc. zin., pētniece Marita Zitmane ()