

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE  
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA



**JĀNIS BUHOLCS**

**INDIVĪDU ATTIECĪBAS TIEŠSAISTES SOCIĀLAJOS  
TĪKLOS**

PROMOCIJAS DARBS

Doktora grāda iegūšanai komunikācijas zinātnes nozarē

Apakšnozare: komunikācijas teorija

Darba zinātniskais vadītājs: Dr. soc., prof. Aivars Tabuns

Rīga, 2013



EIROPAS SAVIENĪBA



LATVIJAS  
UNIVERSITĀTE  
ANNO 1919

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Šis darbs izstrādāts ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā „Atbalsts doktora studijām Latvijas Universitātē”.

## ANOTĀCIJA

Promocijas darbā pētītas indivīdu aktivitātes sociālo tīklu portālos, kā arī izvērtētas viņu tiešsaistes attiecības un bezsaistes kontaktu nozīme tajās. Pētījuma teorētisko ietvaru veido sociālā kapitāla teorija, Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskā pieeja, Antonija Gidensa „fīro attiecību“ jēdziens, kā arī tiešsaistes kopienu raksturojums. Empīriskie dati vākti, veicot tiešsaistes aptauju, tematiski kodējot tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstus, analizējot sociālo tīklu, veicot tiešsaistes etnogrāfisku novērojumu un daļēji strukturētas intervijas. Pētījumā aplūkotas sociālā kapitāla izpausmes sociālo tīklu portālos *Sviesta ciba*, *Draugiem.lv* un *LiveJournal*. Secināts, ka indivīdu sociālā kapitāla akumulācija analizētajos portālos ir nevienmērīga un ir atkarīga no šo portālu lietošanas un indivīdu tiešsaistes darbībām, taču daļai lietotāju tie ir nozīmīgs sociālā kapitāla avots. Trīs analizētie portāli izvērtēti arī kā tiešsaistes kopienu telpas. Padziļināti apskatīta ir portāla *Sviesta ciba* tiešsaistes kopiena, kuru raksturo kopēja zināšanu bāze, ritualizēta komunikācija, savstarpēja dažāda veida atbalsta sniegšana un kolektīvas rīcības centieni. Promocijas darbā analizēta „izklaidētā intimitāte“, ar ko tiek apzīmēts uz pašatklāšanos un uzticēšanos balstīts tiešsaistes attiecību režīms.

*Atslēgvārdi:* Tiešsaistes sociālie tīkli, tiešsaistes attiecību režīmi, sociālais kapitāls, tiešsaistes kopienas, izklaidētā intimitāte, sevis izrādīšana tiešsaistē, publiskais privātums, citādība un kopība

## ABSTRACT

This doctoral dissertation, titled ‘Individuals’ relationships in online social networks,’ examines the activities in which individuals engage on online social networking sites and evaluates their relationships, and the significance of users’ offline contacts. A theoretical framework has been built upon the social capital theory, Goffman’s dramaturgical approach, Giddens’ concept of ‘pure relationships,’ and characterizations of online communities. Empirical data were gathered through an online survey, thematic coding of online diary entries, social network analysis, online ethnographic observations, and semi-structured interviews. Manifestations of social capital were evaluated on three social networking sites: *Sviesta ciba*, *Draugiem.lv*, and *LiveJournal*. The results show that accumulation of social capital on these sites is uneven and is associated with uses of these sites and individuals’ activities. However, for a part of users, social networking sites are a significant source of social capital. These sites were also analyzed as spaces for online communities. Further attention was given to the online community of *Sviesta ciba* which is characterized by a common knowledge base, ritualized communication, exchanges of different kinds of support, and attempts to engage in collective actions. The study analyzes the ‘diffused intimacy,’ an online relationship regime based on trust and self-disclosure.

*Keywords:* Online social networks, online relationship regimes, social capital, online communities, diffused intimacy, presentation of self online, public privacy (publicity), otherness and togetherness

# SATURS

ATTĒLU UN TABULU SARAKSTS .....	8
DARBĀ SASTOPAMĀ TIEŠSAISTES ŽARGONA SKAIDROJUMS .....	9
IEVADS .....	11
Tēmas izvēles pamatojums un novitāte .....	12
Darba mērķi un uzdevumi .....	14
Pētījuma jautājumi .....	14
Metodes .....	15
Darba struktūra .....	15
Pētījuma ierobežojumi un turpmāki izpētes virzieni .....	17
1. TIEŠSAISTES KOPIENAS UN KONVERĢENTĀ KOMUNIKĀCIJA .....	19
1.1. Tiešsaistes kopienas .....	19
1.1.1. Tiešsaistes kopienu teorētiskie pamati .....	19
1.1.2. Tiešsaistes kopienas vs. sociālo tīklu portāli .....	26
1.1.3. Tiešsaistes un bezsaistes vides mijiedarbība .....	29
1.2. Konverģentā komunikācija .....	33
1.2.1. Individualitāte .....	34
1.2.2. Kolektivitāte .....	37
1.3. Nodaļas kopsavilkums .....	40
2. SOCIĀLAIS KAPITĀLS UN TIEŠSAISTE .....	41
2.1. Sociālais kapitāls .....	42
2.1.1. Savienojošais un sasaistošais sociālais kapitāls .....	46
2.1.2. Sociālā kapitāla mazināšanās un iespējas to vairot .....	47
2.1.3. Sociālā kapitāla teorijas kritika .....	49
2.2. Sociālais kapitāls tiešsaistē .....	52
2.2.1. Savstarpējās saites, mijiedarbība un sociālais atbalsts .....	55
2.2.1.1. Sociālā izolācija .....	56
2.2.1.2. Kontaktu palielināšanās .....	57
2.2.1.3. Sociālā kumulācija .....	59
2.2.1.4. Sociālā kompensācija .....	60
2.2.1.5. Secinājumi par tiešsaistes sabiedriskuma debatēm .....	60
2.2.2. Normas un uzticēšanās .....	62
2.3. Nodaļas kopsavilkums .....	64
3. SEVIS IZRĀDĪŠANA TIEŠSAISTĒ .....	65
3.1. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas pamatidejas .....	66
3.1.1. Komandas .....	67
3.1.2. Iespaida vadība .....	68
3.1.3. Stigmatizācija un identitātes vadība .....	69
3.1.4. Izrādes teritorijas — priekšplāns un aizkulises .....	71
3.2. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas kritika .....	73

3.3. Ē. Gofmaņa pieeja tiešsaistes komunikācijas pētniecībā .....	74
3.3.1. Neredzamās auditorijas .....	76
3.3.2. Sociālo kontekstu sabrukums .....	78
3.3.3. Privāto un publisko telpu saplūšana .....	79
3.3.4. Ē. Gofmaņa pieejas adaptācijas .....	80
3.4. Nodaļas kopsavilkums .....	83
<b>4. IZKLIEDĒTĀ INTIMITĀTE UN TĪKLA SABIEDRISKUMS .....</b>	<b>84</b>
4.1. Individualizācija un indivīdu attiecības .....	85
4.2. Pašatklāšanās un intimitāte tiešsaistes attiecībās .....	87
— Izkliedētā intimitāte: tiešsaistes privātums un atklāšanās .....	92
4.3. Tīkla sabiedriskums .....	94
4.4. Nodaļas kopsavilkums .....	97
<b>5. PĒTĪJUMA VIDE, METODES UN ĒTIKAS APSVĒRUMI .....</b>	<b>98</b>
5.1. Pētījuma vide .....	98
5.1.1. Sociālo tīklu portāli .....	99
5.1.2. LiveJournal sistēma .....	100
5.2. Pētījuma metodes, datu ieguve un apstrāde .....	105
5.2.1. Datu vākšana tiešsaistē .....	105
5.2.2. Tiešsaistes aptaujas .....	107
5.2.2.1. Aptaujas norise .....	111
5.2.2.2. Izlases kopuma raksturojums .....	113
5.2.3. Tiešsaistes etnogrāfiskā pieeja .....	115
— Dalībnieku novērošana un līdzdalība tiešsaistes kopienā .....	117
5.2.4. Sociālo tīklu analīze .....	118
— Sociālā tīkla analīzes norise .....	120
5.2.5. Teksta analīze un tematiskā kodēšana .....	126
5.2.4.1. Teksta analīzes norise .....	127
5.2.4.2. Tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu kodēšana .....	128
5.2.6. Intervijas .....	132
— Interviju norise .....	133
5.3. Tiešsaistes pētniecības ētikas problēmjautājumi .....	134
5.3.1. Dalībnieku tiesības uz privātumu .....	135
5.3.2. Dalībnieku iesaistīšana pētījumā un piekrišana .....	139
5.3.3. Konfidencialitāte un atgriezeniskās saites sniegšanas iespējas .....	141
5.3.4. Ētikas vadlīnijas pētniecībai tiešsaistē .....	143
<b>6. TIEŠSAISTES KOPIENU ANALĪZE .....</b>	<b>145</b>
6.1. Tiešsaistes sociālo tīklu portāli kā tiešsaistes kopienu vietnes .....	145
6.1.1. Dalības iespējas .....	146
6.1.2. Personiskās izpaušanās iespējas .....	148
6.1.3. Savienojumu veidošanas iespējas .....	150
6.1.4. Ieguvumi un zaudējumi no tiešsaistes aktivitātēm .....	152
6.2. Portāla Sviesta ciba kā tiešsaistes kopienas analīze .....	155

6.2.1. Sviesta ciba kā iedomāta kopiena .....	155
6.2.2. Kolektīva rīcība .....	160
6.2.2.1. Kolektīvas darbības .....	161
6.2.2.2. Tehniskie līdzekļi kārtības uzturēšanai .....	163
6.2.2.3. Uzvedības normu uzturēšanas sociālie līdzekļi .....	164
6.2.3. Ritualizēta komunikācija .....	169
6.2.3.1. Valodas lietojums .....	170
6.2.3.2. MAS (mēmes) .....	172
6.2.4. Lietotāju mijiedarbības modeļi .....	173
6.2.4.1. Atbilžu un informācijas saņemšana .....	174
6.2.4.2. Atbalsts .....	176
6.2.5. Kopienas dalībnieku savstarpējās saites .....	178
6.3. Secinājumi .....	182
7. SOCIĀLAIS KAPITĀLS TIEŠSAISTES SOCIĀLO TĪKLU PORTĀLOS .....	188
7.1. Sociālo tīklu portālu lietojums .....	188
7.2. Sociālā kapitāla elementi .....	191
7.2.1. Uzticēšanās un atbalsts .....	191
7.2.2. Sociālie tīkli .....	192
7.2.2.1. Sociālo tīklu portālos uzturēto kontaktu daudzveidība .....	193
7.2.2.2. Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskuma saistība .....	198
7.2.3. Normas .....	202
7.2.4. Apmierinātība ar dzīvi .....	206
7.6. Secinājumi .....	208
7.6.1. Savienojošais un sasaistošais sociālais kapitāls .....	211
7.6.1. Sociālā kapitāla hibrīdformas .....	215
8. „DZĪVOKLIS“ SVIESTA CIBA .....	217
8.1. Dzīvokļa metafora .....	218
8.1.1. Priekšnams .....	221
8.1.2. Virtuve .....	224
8.1.3. Darbistaba .....	228
8.1.4. Viesistaba .....	230
8.1.5. Guļamistaba .....	237
8.1.6. Kāpņutelpa .....	240
8.2. Starpdzīvokļu aktivitātes .....	243
8.2.1. Provokācijas .....	244
8.2.2. Diskusijas un konflikti tiešsaistē .....	245
8.3. Secinājumi par indivīdu sevis izrādīšanu tiešsaistē .....	249
8.3.1. Ē. Gofmaņa pieejas izvērtējums .....	251
8.3.2. Stigmatizācija un tās pārvarēšana .....	253
9. TIEŠSAISTES ATTIECĪBU REŽĪMI .....	257
9.1. Tiešsaistes attiecību raksturojumi Sviesta cibā .....	258
9.1.1. Priekšstata gūšana par auditoriju .....	258

9.1.2. Pašatklāšanās tiešsaistē un tās nozīme .....	260
9.1.3. Privātums un anonimitāte .....	261
9.1.4. Citu lietotāju uzticamības izsecināšana .....	262
9.1.5. Izpratne par tiešsaistes komunikāciju kā attiecību formu .....	264
9.2. Tiešsaistes dienasgrāmatu analīzes rezultāti .....	266
9.1.1. Ar ierakstu publicēšanu saistītie rādītāji .....	267
9.1.2. Dienasgrāmatās aplūkotās tēmas un to sadalījums .....	268
9.1.3. Ierakstu tematikas salīdzinājums pa dzimumiem .....	272
9.3. Izklaidētās intimitātes izpausmju statistisks izvērtējums .....	276
9.3.1. Uzticēšanās un pašatklāšanās indekss .....	276
9.3.2. Uzticēšanās un pašatklāšanās rādītāji .....	277
9.4. Tīkla sabiedriskuma izpausmju statistisks izvērtējums .....	282
9.5. Secinājumi .....	289
9.5.1. Secinājumi par izklaidēto intimitāti .....	290
9.5.2. Secinājumi par tīkla sabiedriskumu .....	292
9.5.3. Privātais publiskums .....	294
GALVENIE SECINĀJUMI .....	298
10.1. Tiešsaistes kopienas un indivīdu savienotība .....	299
10.2. Tīrās attiecības un sociālais kapitāls .....	301
10.3. Izklaidētā intimitāte un publiskais privātums .....	306
10.4. Citādība un kopība .....	309
10.5. Secinājumi par pētījuma metodoloģiju, metodēm un pētniecisko novitāti .....	312
PATEICĪBAS .....	314
LITERATŪRAS SARAKSTS .....	315
PIELIKUMI .....	335
1. Aptauga tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietotājiem .....	335
2. Daļēji strukturētās intervijas jautājumi .....	344

## ATTĒLU UN TABULU SARAKSTS

1. attēls. Promocijas darba teorētiskā ietvara līmeņi .....	16
2. attēls. Kopienu mijiedarbības tipi.....	23
3. attēls. Ciešās un vājās saites, kas savieno indivīdus grupās un starp grupām. ....	46
4. attēls. Tiešsaistes dienasgrāmata <i>Sviesta ciba</i> .....	101
5. attēls. Portāla <i>Sviesta ciba</i> lietotāju tīkls, attēlots divos atšķirīgos veidos. ....	121
6. attēls. Promocijas darba galveno secinājumu līmeņi.....	299
1. tabula. Portāla <i>Sviesta ciba</i> lietotāju dienasgrāmatu ierakstu analīzei izmantotie kodī un to tematiskais sadalījums pa tematiskajām kategorijām .....	131
2. tabula. Portālu lietošanas veidi .....	149
3. tabula. „Draugiem“ pievienoto lietotāju skaits un iegūtā atgriezeniskā saite .....	151
4. tabula. Respondentu uztvertie portāla lietošanas ieguvumi un zaudējumi .....	153
5. tabula. Portālu lietojums .....	189
6. tabula. Uzticēšanās un atklāšanās citiem portāla lietotājiem .....	191
7. tabula. Tiešsaistes un bezsaistes sociālo kontaktu korelācija ar portāla lietojuma veidiem.....	194
8a. tabula. Portāla <i>Sviesta ciba</i> aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem ....	196
8b. tabula. Portāla <i>Draugiem.lv</i> aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem ....	196
8c. tabula. Portāla <i>LiveJournal</i> aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem ....	197
9. tabula. Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskums analizētajos portālos .....	199
10. tabula. Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskuma saistība .....	200
11. tabula. Respondentu uzskati par interneta lietojuma un sabiedriskuma saistību .....	201
12a. tabula. Resursu apmaiņas savstarpējība portālā <i>Sviesta ciba</i> .....	203
12b. tabula. Resursu apmaiņas savstarpējība portālā <i>Draugiem.lv</i> .....	204
12c. tabula. Resursu apmaiņas savstarpējība portālā <i>LiveJournal</i> .....	204
13. tabula. Apmaiņa ar informācijas, emocionālajiem un materiālajiem resursiem .....	205
14. tabula. Apmierinātības ar dzīvi un tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietojuma rādītāju korelācijas .....	207
15. tabula. Populāro un mazāk populāro lietotāju dienasgrāmatu ierakstu tematiskās kategorijas.....	269
16. tabula. Populārāko un mazāk populāro lietotāju dienasgrāmatu ierakstos visbiežāk lietotie kodī. ....	270
17. tabula. Vīriešu un sievietes lietotāju dienasgrāmatu ierakstu tematiskās kategorijas .....	272
18. tabula. Vīriešu un sievietes dienasgrāmatu ierakstos visbiežāk lietotie kodī.....	274
19. tabula. Uzticēšanās indeksa un portāla lietošanas sociālo aktivitāšu korelācijas.....	278
20. tabula. Uzticēšanās indeksa korelācijas ar sabiedriskuma, atgriezeniskās saites un portāla attiecību rādītājiem .....	280
21. tabula. Uzticēšanās/pašatklāšanās indeksa un portāla „draugu“ skaita korelācijas .....	281
22. tabula. Izmantotie saziņas līdzekļi ar citiem cilvēkiem .....	283
23. tabula. Mērķi, sākot darboties portālā.....	285
24. tabula. Korelācijas starp portāla lietošanu, lai uzturētu kontaktus ar draugiem un ģimeni un citiem portāla lietošanas mērķiem .....	286
25. tabula. „Draugiem“ pievienoto lietotāju skaita saistība ar dažādiem portāla lietošanas mērķiem.....	287



## DARBĀ SASTOPAMĀ TIEŠSAISTES ŽARGONA SKAIDROJUMS

**Bans, banošana** (*ban*) — kāda lietotāja bloķēšana, nodrošinot, ka viņš sevi nobloķējušā dienasgrāmatā (vai sociālo tīklu portāla platformā) vairs nevar rakstīt atsauksmes. Lietotājs šo iespēju var izmantot pret nepatīkamiem, uzbāzīgiem, agresīviem lasītājiem, kā arī lai vienkārši izbeigtu neauglīgu sarunu.

**Čats** (*chat*) — tiešsaistes tērzēšana; tekstuāla saziņa bez laika nobīdes, parasti — izmantojot kādu no tūlītējās ziņapmaiņas programmām, piemēram *Skype*; pārnestā nozīmē ar *čatu* var tikt saprasta arī intensīva saziņa ar mazu laika nobīdi kādā citā komunikācijas vidē, piemēram, tiešsaistes dienasgrāmatu komentāros vai ziņu portālu atsauksmēs.

**Feisbuks** — tiešsaistes sociālo tīklu portāls *Facebook*.

**Fleimings** (*flaming*) — naidīga, apzināti aizskaroša tiešsaistes mijiedarbība. Mēdz pavadīt agresīvas diskusijas par sensitīviem jautājumiem.

**Flūds** (*flood; flooding*) — masveidīga, parasti nesvarīgas informācijas publicēšana, traucējot cirtiem komunikācijas telpas dalībniekiem.

**Frendliste** (*friend-list*) — sadaļa, kurā tiek apkopoti tiešsaistes sociālā tīkla profilam pievienoto „draugu“ publicētie ieraksti.

**Jūzeris** (*user*) — portāla lietotājs, dalībnieks.

**LOL** (*laughing out loud*) — apzīmē smiešanos; tekstuāli konstruēta neverbālās komunikācijas izpausme. Apzīmējums dažkārt tiek lietots ironiskā nozīmē; arī situācijās, kuras smieklus neizraisa.

**MAS** („Melno apakšbikšu sindroms“) — portāla *Sviesta ciba* mēmju (*meme*; sk. 6.2.3. nodaļu) izpausme; parasti izpaužas kā vairāku portāla dalībnieku iesaistīšanās līdzīgās kolektīvās aktivitātēs, piemēram, savās dienasgrāmatās daloties pieredzē par kādu tēmu vai aizpildot anketu, kuru aizpilda arī citi lietotāji (sk. 6.2.3.2. nodaļu).

**IRL** (*in real life*) — „reālajā dzīvē“ jeb bezsaistē.

**OMG** (*oh my God*) — tiek izmantots pārsteiguma apzīmēšanai.

**Oflains** (*offline*) — bezsaiste.

**Onlains** (*online*) — tiešsaiste.

**Posts** (*post*; izrunā ar īso „o“) — šeit: tiešsaistes dienasgrāmatas ieraksts.

**Piedraugot** (arī: piefrendot) — šeit: pievienot lietotāju sava tiešsaistes sociālā tīkla profila „draugu“ sarakstā, izveidojot tehnisku savienojumu ar šī lietotāja profilu un atvieglojot iespējas sekot līdzīviņa publicētajam saturam. (Ar jēdzienu „**atdraugot**“ („atfrendot“) tiek apzīmēta pretēja darbība — lietotāja dzēšana no „draugu“ saraksta.)

**Topiks** (*topic*) — tēma.

**Spams** (*spam*) — šeit: negribētas, nesvarīgas informācijas publicēšana portāla koplietošanas telpās, tādējādi traucējot citiem.

**Trollēšana, troļļošana** (*trolling*) — darbības, kas vērstas uz provokatīvo viedokļu uzturēšanu, strīdu uzkurināšanu vai arī saistīta ar tādas informācijas publicēšanu, kas neattiecas uz tēmu. Mazāk naidīga huligānisma forma nekā fleimings.

**Zem atslēgas; zematslēgas ieraksti** — tiešsaistes dienasgrāmatas ieraksti portālā *Sviesta ciba*, kas nav brīvi publiski pieejami un ir paredzēti lasīšanai tikai lietotājiem, kurus ieraksta autors pievienojis saviem „draugiem“. Nosaukums veidojies, jo pie šiem ierobežotas izplatības ierakstiem ir redzama slēdzenes ikona.

## IEVADS

atceros, kad bērnu dārzā uzšāvu savai līgavai ar kļušku pa čaiņiku (-->viņai bija tāds puns, ka vakarā mazputniņa koncertā vaiņuks neesot turējies galvā un bijis jāpieskočo), jo viņa pārsolījās iziet pie armanda, audzinātāja jautāja maniem grupas biedriem – vai jūs zināt, kurš ir vissliktākais puika jūsu vidū? viņi sauca tur visādus pinčukus un muraško, kas patiesi bija mūlāpi, bet nevienam nenāca prātā, ka tāda viduvējība manā pelēkumā būs šī sensacionālā jautājuma atbilde.

lūk, es visu laiku to atceros. t.i., man atgādina.

— *Kinskis, 2011. gada 29. marts*<sup>1</sup>

Kādu nakti 2004. gada sākumā manā istabā bez klauvēšanas ienāca divi cilvēki, kurus par jauniešiem īsti vairs nevarēja saukt, un arī kopmītņu iedzīvotāji viņi noteikti nebija. Ciemiņi bez liekiem ievadvārdiem apsēdās uz gultas un krēsla un ģitāras pavadījumā mēģināja spēlēt un dziedāt kādu no latviešu galda dziesmām. Vairāk par itin pašsaprotamo stāstu, ka viņi tā vienkārši nakts vidū staigā pa rajonu un iet iekšā visur, kur vien tiek, mani toreiz ieinteresēja tas, ka viens no viņiem iepazīstoties nosauca savu tiešsaistes lietotājvārdu. Pēc manas ironiskās piezīmes par tā izvēli viesis piedraudēja arī mani pēc tam internetā atrast, lai gan es šaubījos, ka viņam tas varētu izdoties.

Pāris nedēļas vēlāk es šo cilvēku tiešsaistē uzmeklēju, un mēs norunājām tikšanos kādā Vecrīgas krogū. Tā gan nebija nekāda speciāli norunāta „tikšanās” — šeit naksnīgais apkārtstaigātājs acīmredzot regulāri mēdza uzturēties arī bez kāda īpaša iemesla. Kopā ar viņu bija bariņš citu cilvēku, kurus vienoja tas, ka viņi pa dienu parasti sarunājas kādā no vietējiem nu jau pusaizmirstajiem *čata* (tērzēšanas) kanāliem, bet ik pa laikam satiekas arī ārpus datorpastarpinātās vides. Viņu pazīšanās un saviesīgās sarunas varēja būt turpinājums tam, par ko iepriekš plāpāts tiešsaistē, turpretim cilvēkam no malas, kurš nezina kontekstu, tajās iesaistīties ir pagrūti. Taču tovakar mājup braucu ar sajūtu, ka nevilšus esmu uzdūries kādai īpašai pagrīdes subkultūrai.

Taču tā nebūt nebija kāda reta un noslēpumaina subkultūra, un viņi nebija vienīgie, kuri sākot ar 90. gadu otro pusi savu sociālo tīklu veidošanai un uzturēšanai ir izmantojuši čata kanālus, tiešsaistes forumus un citas šāda veida saziņas platformas. Jaunā gadu tūkstoša pirmās desmitgades vidū čatu un forumu popularitāte sāka apsīkt, taču tas nozīmēja tikai komunikācijas kanālu maiņu. 2002. gada vasarā Latvijas tiešsaistes vidē sāka darboties pirmais publisko dienasgrāmatu portāls *Sviesta ciba*, uz kuru pakāpeniski pārcēlās dažas no

---

<sup>1</sup> Šeit un turpmāk nodaļu epigrāfiem ir izmantoti portāla *Sviesta ciba* lietotāju tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti vai to fragmenti.

citur eksistējošajām uz privāto saziņu balstītajām tiešsaistes sociālajām grupām, kā arī veidojās jaunas.

*Sviesta ciba* šajos vairāk nekā desmit gados ir saglabājusi savu specifisko nišu, un tā arī nekad nav kļuvusi par masveidīgi izmantotu vietni. Tomēr šī portāla veidošanās par individu komunikācijas platformu ilustrē nozīmīgās mediētās komunikācijas transformācijas, kas ap šo laiku notika arī citviet pasaulē: tiešsaistes vide kļuva aizvien pieejamāka un personificējamāka; aizvien plašāk un biežāk tā tiek izmantota tieši individu saziņai un pašizteiksmei; tiešsaistē balstītie saziņas rīki ir kļuvuši aizvien vieglāk pielāgojami individu atšķirīgajām saziņas vēlmēm un vajadzībām. Atsaites punkts šajos procesos ir arī *Draugiem.lv* izveidošana divus gadus pēc *Sviesta cibas* darbības sākuma. No tā laika sociālo tīklu portālu lietošana Latvijā kļuva par populāru un izplatītu parādību, un daudzi lietotāji tur atklāja tiešsaistes iespējas informācijas koplietošanā un kontaktu uzturēšanā un veidošanā ar citiem.

Tiešsaistes sociālo tīklu vietnes nodrošina lietotājus ar alternatīvām, specifiskām sociālās mijiedarbības telpām, kas vienlaikus var būt publiskas un privātas; kur privātās sarunās tiek pārinterpretēta publiskā informācija un kur no tradicionāli šaurajiem sarunu lokiem lielākā atklātībā var nonākt privāti un intīmi stāsti. Šīs telpas individu izmanto dažāda veida atbalsta resursu apmaiņai un lai kontaktētos ar citiem. Promocijas darbā tiek parādīts, kā individu apstākļos, ko raksturo auditoriju redzamība, neverbālās komunikācijas ierobežotība, lielākas grūtības identificēt kopējus sociālos kontekstus, trauslas saites un lielāka atklāšanās, starppersonu attiecības veido un uztur.

### ***Tēmas izvēles pamatojums un novitāte***

Tiešsaistes mediji ieņem aizvien lielāku vietu cilvēku saziņā. Līdzās tradicionālajiem komunikācijas līdzekļiem pēdējo dažu gadu desmitu laikā ir attīstījušies daudzi jauni, savstarpēji papildinoši mediētās saziņas veidi: tērzēšana (*čatošana*) un tūlītējā ziņapmaiņa (*instant messaging*), fotogrāfiju, videomateriālu un citas informācijas koplietošana, daudzlietotāju spēles, tiešsaistes forumi, blogi un citas. Tiešsaistes mediji ir kļuvuši ne tikai par nozīmīgu informācijas avotu, bet aizvien plašāk tiek izmantoti arī divvirziena saziņā — informācijas sūtītāja un saņēmēja lomu nošķiruma sairums ir viena no fundamentālajām tiešsaistes mediju iezīmēm. Pateicoties tam, šie mediji ir kļuvuši ne tikai par informācijas pārraidītājiem, bet dara iespējamās arī pilnvērtīgas sarunas. Tie plaši tiek izmantoti individu ikdienas dzīves komunikācijā, un tiek lietoti individu sociālo tīklu veidošanā un uzturēšanā. Šo saziņas veidu popularitāte raisa arī akadēmisku interesi par to sociālajiem un komunikatīvajiem aspektiem.

Sabiedrība uz plašajām iespējām izmantot dažādus jaunus saziņas rīkus ir reagējusi divējādi. No vienas puses, jauno saziņas līdzekļu sniegtās iespējas plaši tiek izmantotas, un daudzi indivīdi šos medijus ir cieši integrējuši savā mediju patēriņā. No otras puses, pastāv uzskats, ka jaunie mediētās saziņas līdzekļi, samazinot nemediētās komunikācijas apjomu, būtiski ietekmē indivīdu saziņas veidus un arī attiecības, ko indivīds uztur ar citiem cilvēkiem. 90. gados dažkārt dzirdamais pesimistiskais uzskats, ka interneta mediju lietošana vairo cilvēku sociālo izolāciju, tik krasā formā pētījumu secinājumos pašlaik gan parādās reti. Kā norāda Barijs Vellmans (*Barry Wellman*), Anabela Kvana-Hāse (*Anabel Quan-Haase*), Džeimss Vite (*James Witte*) un Kīts Hemptons (*Keith Hampton*), interneta lietojums mūsdienās aizvien vairāk „normalizējas” un tiek iekļauts indivīdu ikdienas dzīves rutīnās.<sup>2</sup> Un, kad lietotāji un arī pētnieki tiešsaistes medijus sāk uztvert kā ko pašu par sevi saprotamu, parādās niansētākas interpretācijas par jaunajiem saziņas līdzekļiem un to sociālajiem efektiem.

Līdz šim liela uzmanība jauno mediju lietojumam ir pievērsta saistībā ar publisko komunikāciju. Tiešsaistes un, konkrētāk, sociālie mediji publiskos un politiskos kontekstos tiek aplūkoti gan akadēmiskos pētījumos — tai skaitā pēdējo gadu laikā Latvijas Universitātē aizstāvētās tiešsaistes medijiem veltītajās doktora disertācijās<sup>3</sup> —, gan arī plašākā publiskajā telpā. Pētnieki, eksperti un arī žurnālisti ir pievērsušies interneta medijiem politiskajā komunikācijā un to demokrātiskajam potenciālam, korporatīvajā saziņā, žurnālistikā; ir pētīts politiskais aktīvisms, kas realizēts, izmantojot jaunus medijus, un ir aplūkotas jauno mediju attiecības ar tradicionālajiem medijiem. Šādu aspektu analīze neapšaubāmi ir būtiska, tomēr uzmanība, kas tiek pievērsta jauno mediju publiskajiem un politiskajiem aspektiem, ir neproporcionāla salīdzinājumā ar šo rīku populārākajiem, tipiskajiem lietojumiem un funkcijām, kuras tie pilda lietotāju ikdienas dzīvē. Absolūtais vairums sociālo mediju lietotāju tos izmanto privātajā saziņā. Politiskas diskusijas arī šajā līmenī ir neiztrūkstoša indivīdu dzīves sastāvdaļa demokrātiskā sabiedrībā, taču vienlīdz nozīmīga ir arī sociālo

---

<sup>2</sup> Wellman, B., Haase, A. Q., Witte J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436–456.

<sup>3</sup> Berdņikovs, A. (2010). Jauno informācijas un komunikāciju tehnoloģiju ietekme uz protestu kustību darbību: Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Politikas zinātnes nodaļa. Sk. 2011. g. 10. okt.

[http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas\\_darbi/Promocijas\\_darbs\\_Andrejs\\_Berdnikovs.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas_darbi/Promocijas_darbs_Andrejs_Berdnikovs.pdf);

Valtenbergs, V. (2010). Interneta politiskās komunikācijas nozīme atklātības un elektroniskās demokrātijas attīstībā: Promocijas darbs. Rīga: LU SZF Politikas zinātnes nodaļa. Sk. 2011. g. 10. okt. [http://szf.lu.lv/files/petnieciba/disertacijas/Valtenbergs\\_Promocijas%20darbs.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/disertacijas/Valtenbergs_Promocijas%20darbs.pdf);

Bērziņš, I. (2012). Interneta diskusijas un publiskā sfēra: iespaids izvērtējums Latvijas gadījumu studijās. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļa. Sk. 2013. g. 11. janv. [http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas\\_darbi/Ingus%20Berzins\\_2012.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas_darbi/Ingus%20Berzins_2012.pdf)

kontakta uzturēšana, izklaide, apmaiņa ar informatīvajiem un sociālajiem resursiem, kuri būtiski ir tieši privātajā, nevis publiskajā telpā.

Promocijas darbā esmu pievērsies sociālo tīklu portāliem kā atsevišķam tiešsaistes mediju paveidam. Uz šādiem pamatiem veidotas vietnes indivīdiem nodrošina gan savu personisko telpu, gan arī saziņas iespējas ar citiem lietotājiem. Šādas to arhitektūras īpatnības, kā arī sociālās tīklošanās portālu popularitāte padara šādas vietnes piemērotas tiešsaistes attiecību, kā arī indivīdu privāto aktivitāšu un sociālās mijiedarbības izpētei.

### ***Darba mērķi un uzdevumi***

Promocijas darba centrālais **mērķis** ir analizēt indivīdu sociālās mijiedarbības tiešsaistes privātajā sfērā. Tas tiek darīts, pētot (1) indivīdu aktivitātes sociālo tīklu portālos un (2) indivīdu savstarpējās attiecības, kas šajās vietnēs veidojas, un izvērtējot tās salīdzinājumā ar bezsaistes attiecībām. Lai šos mērķus sasniegtu, tiek izvirzīti šādi **uzdevumi**:

- 1) raksturot indivīdu komunikāciju un grupu sociālo mijiedarbību tiešsaistē;
- 2) sniegt pārskatu par sociālā kapitāla pamatnostādņiem un to adaptāciju tiešsaistes sabiedriskuma pētniecībā;
- 3) izvērtēt sociālā kapitāla izpausmes tiešsaistes sociālo tīklu portālos atbilstoši šī jēdziena operacionalizācijai;
- 4) vizualizēt un iegūt datus par tiešsaistes sociālo tīklu;
- 5) salīdzināt atšķirības starp tādiem sociālo tīklu portāla lietotājiem, kuriem ir daudz savienojumu ar citiem, un lietotājiem, kuriem šādu savienojumu ir mazāk, lai izdarītu secinājumus par lietotāju publicētā satura saistību ar tiešsaistes sabiedriskumu;
- 6) raksturot kopienu veidošanās iespējas un izpausmes tiešsaistes sociālo tīklu portālā;
- 7) analizēt identitātes un savas privātās dzīves segmentus, ko indivīdi izrāda sociālo tīklu portālā;
- 8) raksturot tiešsaistē balstītās indivīdu attiecības.

Promocijas darbā aplūkotās indivīdu attiecības tiešsaistē tiek pētītas, analizējot starppersonu komunikāciju un mijiedarbību sociālo tīklu portālos.

### ***Pētījuma jautājumi***

Promocijas darbā izvirzīti šādi jautājumi:

- 1) Kāda veida resursiem indivīdi spēj piekļūt, veidojot tiešsaistes attiecības?
- 2) Kā tiešsaistes sociālajā mijiedarbībā izpaužas sociālais kapitāls?

- 3) Kā tiešsaistes komunikācijas iezīmes ietekmē indivīdu attiecības?
- 4) Kā tiešsaistes sociālajā mijiedarbībā transformējas privātums un atklāšanās?
- 5) Kāda ir tiešsaistes un bezsaistes vides mijiedarbība?
- 6) Kādā mērā teorijas, kas aplūko indivīdu sociālo mijiedarbību, spēj skaidrot komunikāciju tiešsaistes sociālo tīklu portālos?

Promocijas darba pētījums ir starpdisciplinārs. Uz pētījuma jautājumiem atbildes tiek rastas, aplūkojot teorētisko literatūru, kā arī analizējot pētījuma gaitā iegūtos empīriskos datus.

## **Metodes**

Promocijas darba izstrādē izmantotie empīriskie dati iegūti un interpretēti, lietojot gan kvalitatīvās, gan kvantitatīvās pētniecības metodes. Kvantitatīvo datu kopu veidota, aptaujājot trīs sociālo tīklu portālu — *Sviesta cibas*, *Draugiem.lv* un *LiveJournal* lietotājus ( $N = 845$ ). No tiem pirmos divus izmanto lielākoties latviešu valodā runājoši lietotāji, bet pēdējais ir starptautisks. Pamatojoties uz šo datu statistisku analīzi, izdarīti secinājumi par sociālā kapitāla indikatoriem (uzticēšanos, sociālajiem tīkliem un normām), kā arī lietotāju darbībām vietnē, lietošanas intensitāti un citiem aspektiem, kas raksturo vietņu lietotāju sociālo mijiedarbību. Kā starpmetode ir izmantota arī sociālo tīklu analīze, kas ļāva iegūt pārskatu par portāla lietotāju savienojumu sadalījumu sociālajā tīklā. Šie dati savukārt izmantoti, tematiski kodējot tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstus. Pētījumā tiek izmantotas arī daļēji strukturētas intervijas ar tiešsaistes sociālo tīklu portāla *Sviesta ciba* dalībniekiem. Analizējot tiešsaistes kopienu, tās dalībnieku attiecības, normu darbošanos un portāla nozīmi indivīda sociālo tīklu uzturēšanā, tika veikts tiešsaistes etnogrāfiskais novērojums *Sviesta cībā*.

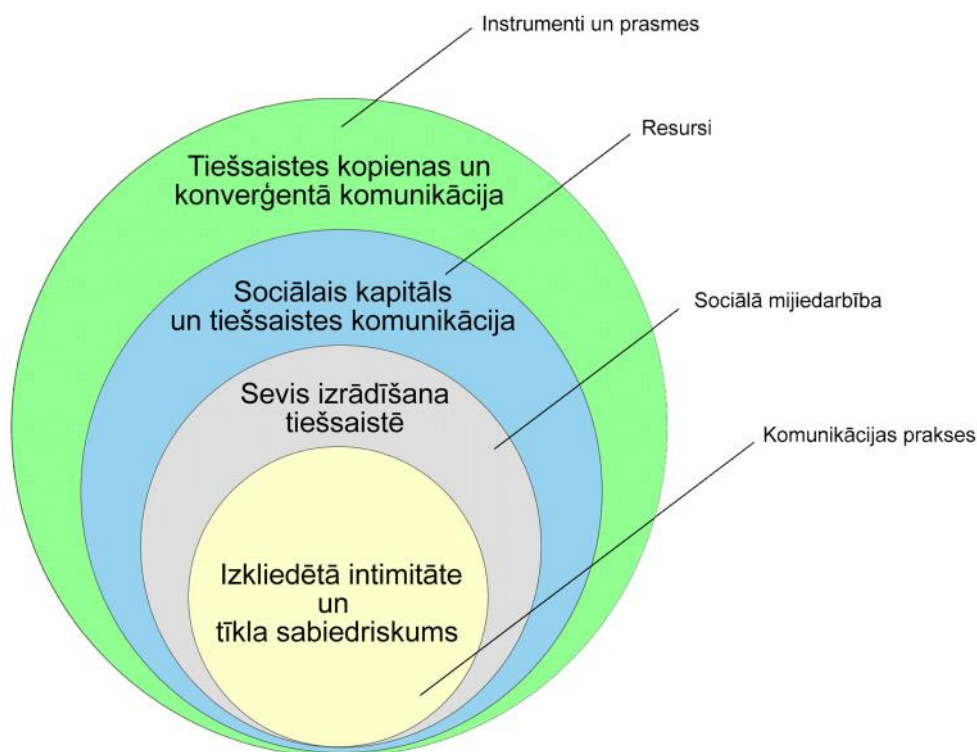
## **Darba struktūra**

Promocijas darbs sastāv no ievada, deviņām nodaļām, secinājumu daļas, literatūras saraksta un diviem pielikumiem.

Promocijas darba teorētiskais ietvars, kas aplūkots pirmajās četrās nodaļās, ir veidots, analizējot tiešsaistes sociālo mijiedarbību vairākos līmeņos, kas viens otru papildina un pērtīto parādību aptver no vairākām perspektīvām. 1. attēlā ir shematiski attēlota darba teorētiskās daļas struktūra.

Pirmajā nodaļā tiek aplūkotas tiešsaistes kopienas. Tiešsaistes sociālo tīklu portāli tiek izvērtēti kā telpas, kur var veidoties tiešsaistes kopienas, kā arī skaidrota indivīdu un grupu tiešsaistes komunikatīvā mijiedarbība un konverģences kultūras nozīme tajā. Šo var nosacīti dēvēt par instrumentālo līmeni, jo tas ietver tiešsaistes komunikācijas aspektus, kas ir

nepieciešami, lai veidotos tiešsaistes attiecības, taču šie instrumenti un vide paši šādu attiecību saturu nenosaka.



### *1. attēls. Promocijas darba teorētiskā ietvara līmeņi*

Otrajā nodaļā tiek aplūkots sociālā kapitāla jēdziens un tā izmantojums tiešsaistes sociālās mijiedarbības analīzē. Šis ir resursu līmenis, kas apraksta sociālo kapitālu kā komunikāciju veicinošu faktoru. Sociālā kapitāla klātbūtne tiešsaistē nav iepriekšdota, šis resurss noteiktos apstākļos un saistībā ar noteiktiem tiešsaistes mediju lietojumiem var veidoties.

Trešajā nodaļā tiek apskatīti indivīdu sevis izrādīšanas un sociālās mijiedarbības aspekti, balstoties Ērvinga Gofmaņa idejās un tās adaptējot izmantojumam tiešsaistes vides pētniecībā. Šis ir sociālās mijiedarbības līmenis, kas ļauj skaidrot indivīdu sadarbību, iespaida vadību un stigmatu atklāšanu citiem.

Ceturtajā nodaļā tiek raksturotas indivīdu tiešsaistes attiecības. Aplūkoti ir divi uz atšķirīgiem pamatiem balstīti tiešsaistes attiecību režīmi: izkliedētā intimitāte un tīkla sabiedriskums. Šis ir komunikācijas prakšu līmenis, kas pievēršas konkrētām mijiedarbības izpausmēm, kas indivīdiem paver iespēju tiešsaistes saziņas iespējas izmantot noteiktos veidos — uz pašatklāšanos balstītām emocionālām apmaiņām (exchanges) un kontaktu uzturēšanai ar plašu indivīdu tīklu.



Piektajā nodaļā sniegts pārskats par pētījuma metodoloģisko ietvaru. Tiek raksturoti portāli, kuros vākti dati, un aprakstītas pētījumā izmantotās metodes un īpatnības, kas jāņem vērā, šīs metodes piemērojot datu vākšanai tiešsaistē. Īpaša uzmanība ir veltīta ētiskajiem jautājumiem, jo pētījumā tiek izmantoti indivīdu privātie dati.

Sestajā nodaļā tiek analizēti tiešsaistes aptaujas dati, lai izvērtētu, cik analīzei izvēlētie portāli ir piemēroti, lai tajos veidotos tiešsaistes kopienas. Turpinājumā ar kvalitatīvo pieeju tiek aprakstīta kopiena, kas izveidojusies sociālo tīklu/tiešsaistes dienasgrāmatu portālā Sviesta ciba. Aplūkots konverģences kultūru raksturojošo indivīdu prasmju nozīmīgums tiešsaistes saziņā.

Septītajā nodaļā, pamatojoties uz kvantitatīvajiem datiem, veikta sociālā kapitāla jēdziena operacionalizēto indikatoru — uzticēšanās, sociālo tīklu un normu — analīze. Tiek izdarīti secinājumi par ciešo un vājo saišu izpausmēm.

Astotajā nodaļā, izmantojot „dzīvokļa“ metaforu un balstoties Ē. Gofmaņa dramaturģiskajā pieejā un stigmatizācijas konceptualizācijā, tiek analizēts, kā sevi un savas ikdienas dzīves sfēras portāla Sviesta ciba lietotāji izrāda un konstruē dienasgrāmatu ierakstos un kādā veidā tiešsaistes portāls tiek izmantots kā atbrīvojoša vide, kurā pārvarēt savu stigmatizāciju vai atsvešinātību.

Devītajā nodaļā tiek izvērtēts teorētiskajā daļā formulētais izklaidētās intimitātes attiecību režīms, kā arī tīkla sabiedriskuma režīms; analizētas personiskas pašatklāšanās un fatiskās komunikācijas izpausmes trīs pētījumā iekļautajos sociālo tīklu portālos.

Galveno secinājumu daļā apkopotas promocijas darba pētījumā izklāstītās idejas, kā arī izvērtēta darba izstrādē izmantotā metodoloģija, darbā piedāvātie jaunie jēdzieni un jēdzienu nozīmju pārformulējumi.

Pielikumā ir aptaujas anketa un daļēji strukturētās intervijas jautājumi.

## ***Pētījuma ierobežojumi un turpmāki izpētes virzieni***

Pētījuma rezultāti ir balstīti uz plašu un daudzveidīgu empīriskā materiāla bāzi, taču šie dati ir iegūti, analizējot komunikācijas procesus dažos sociālo tīklu portālos, turklāt lielākais uzsvars ir likts tikai uz vienu — Sviesta cibu. Sviesta cibas un LiveJournal rādītāju savstarpējā līdzība un atšķirība no Draugiem.lv ļauj izteikt pieņēmumu, ka analizētās parādības būtiskāk ietekmē konkrētā portāla arhitektūra, nevis tā lietotāju pavalstniecība. Tomēr pētījuma dati nav pietiekami, lai izdarītu vispārinošus secinājumus par promocijas darbā aprakstīto un pārbaudīto komunikācijas parādību izplatību citās tiešsaistes sociālo tīklu vietnēs. Lai iegūtu vairāk informācijas par to, kādi vēl starppersonu attiecību režīmi attīstās tiešsaistē un kādā veidā komunikācijas platformas lietojums ir saistīts ar sociālās

mijiedarbības izpausmēm un saturu, būtu jāpēta arī citas tiešsaistes sociālās mijiedarbības vietnes.

Pētījums ir iezīmējis arī vairākus potenciālus tiešsaistes komunikācijas turpmākas izpētes virzienus. Vairāk uzmanības būtu pievēršams indivīdu tiešsaistes vēstījumu nodošanas un interpretēšanas procesiem un stratēģijām — kā sarunas dalībnieki uztver komunikācijas situācijas, kurās atrodas, un kā par saprašanos pārliecinās ierobežotas neverbālās komunikācijas apstākļos. Cits iesakāms tālāku pētījumu virziens ir saistīts ar identitātēm, kuras indivīdi tiešsaistē konstruē. Lai gan promocijas darba pētījums ir parādījis, ka daudzi dalībnieki īpaši nenošķir savas tiešsaistes un bezsaistes identitātes, viņi tomēr izmanto tiešsaistes saziņas īpatnības, lai paši šīs savas identitātes konstruētu un mēģinātu ietekmēt, kā viņus uztver citi. Līdz ar to ir lietderīgi skaidrot priekšstatus par sociāli vēlamajām identitātēm, kas pastāv dažādās tiešsaistes sociālajās grupās; to atribūtiem; identitāšu veidošanas un izrādīšanas līdzekļiem un to, kā šīs identitātes tiek uztvertas un interpretētas. Promocijas darba rezultāti norāda arī uz nepieciešamību tālāk attīstīt tiešsaistes sociālā kapitāla mērīšanas un interpretēšanas rīkus.

Promocijas darba rezultāti publiskoti deviņās starptautiskās un sešās vietēja mēroga konferencēs, kā arī septiņās akadēmiskās publikācijās.

# 1. TIEŠSAISTES KOPIENAS UN KONVERĢENTĀ KOMUNIKĀCIJA

man ir daži jautājumi:  
cikos ir salūts? šodien vai rīt?  
cikos reģefestā spēlē sunsay? šodien vai rīt?  
kāpēc par satiksmes ierobežojumiem izplata ziņas, bet uz veloceļa  
uzslej būdu vienkārši tāpat?

— *Rasbainieks, 2011. gada 20. augusts*

Tiešsaistes privātā komunikācija var papildināt citus indivīdu mediētās un nemediētās komunikācijas kanālus, taču vairāk nekā citi plaši izplatīti privātās saziņas kanāli (piemēram, telefonsakari), šī vide ir piemērota arī tādai ilgstošai attiecību un kontaktu uzturēšanai, neizejot ārpus šī kanāla robežām. Lai arī tiešsaistes kopienu dalībniekus var saistīt arī bezsaistes pazīšanas tīkls, ir iespējamas arī tikai tiešsaistē balstītas attiecības. Tiešsaistes komunikācija daudzās izpausmēs ir būtiski atšķirīga no bezsaistes komunikācijas, taču, tā kā indivīdu aktivitātes tīmeklī nereti ir cieši integrētas viņu kopējā sociālajā dzīvē, nav iespējams runāt par striktu šo abu komunikācijas sfēru nodalījumu. Tā vietā svarīgāk ir aplūkot tos aspektus, kuros tiešsaistes komunikācija nodrošina priekšrocības pār citiem komunikācijas veidiem, ļauj indivīdiem pašrealizēties un apvienoties sociālajās grupās.

## 1.1. Tiešsaistes kopienas

Tiešsaistes komunikācija šajā darbā tiek saistīta ar virtuālo vai tiešsaistes kopienu un sociālo tīklu portālu jēdzienu. Šajā apakšnodaļā tiks izklāstīts šo divu jēdzienu lietojums, atšķirības un nozīmes, kā tie tiek saprasti promocijas darba pētījumā.

### 1.1.1. Tiešsaistes kopienu teorētiskie pamati

Tiešsaistes jeb virtuālās kopienas ir viens no četriem elementiem, kas, pēc Manuela Kastellsa (*Manuel Castells*) klasifikācijas, ir viena no interneta kultūrām (pārējās ir tehnomeritokrātiskā kultūra, hakeru kultūra, uzņēmējdarbības kultūra).<sup>4</sup> Viņš norāda, ka virtuālo kopienu jēdziens savulaik piesaistīja uzmanību tam, ka ir radušies jauni tehnoloģiski balsti sabiedriskumam, kas ir atšķirīgi no iepriekšējām sociālās mijiedarbības normām, taču tas vēl nenozīmē, ka mazvērtīgāki. Tomēr kopienas jēdziens tā spēcīgo konotāciju dēļ ir radījis arī daudz pārpratumu starp dažādu nostādņu pārstāvjiem, kuri jēdzienu saprot atšķirīgi.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press. P. 37.

<sup>5</sup> Turpat. 125. lpp.

Par kopienu mūsdienu izpratnes autoru var uzskatīt vācu sociologu Ferdinandu Tennīsu (*Ferdinand Tönnies*), kurš nodalīja divas sociālās kategorijas: kopienu (*Gemeinschaft*) un sabiedrību (*Gesellschaft*).<sup>6</sup> Pretstatīto jēdzienu būtiskā atšķirība ir tāda, ka kopienas pārstāvis rīkosies savas kopienas interesēs, un viņa rīcību un atbildīgumu noteiks kopienā darbojošās pārliecības par kopienas dalībnieku attiecībām. Kopienā ir ciešas ģimenes un personiskās attiecības un efektīva sociālā kontrole; kopienas pamatā ir kopēja teritorija, kopēja vēsture, kopēja vērtību sistēma. Turpretim sabiedrības pārstāvis savas intereses stādīs augstāk par kolektīvām interesēm, un pašinterese ir šādas sociālās formācijas pārstāvja rīcības motivācijas centrālais dzinējspēks. F. Tennīss uzskatīja, ka urbanizācija un industrializācija ir iznīcinājuši agrākās, cieši sasaistītās kopienas, un tagad cilvēku sociālās saites ir mazinājušās, kļuvušas nepastāvīgākas un bezpersoniskākas. Sajūta par zaudēto kopienu Rietumu kultūrā aktuāla ir bijusi arī turpmāk. Lai arī kopš pagājušā gadsimta 60. gadiem pētnieki ir oponenti uzskatam par urbanizācijas dezintegrējošajiem efektiem un norādījuši uz radniecības saitēm, apkaimi, reliģiskām aktivitātēm un neformālajām atbalsta sistēmām, kas pastāv urbanizētajā sabiedrībā; izpratne par kopienu vairs netika saistīta ar kopēju vietu, bet gan ar kopēju sajūtu,<sup>7</sup> tomēr Zigmunds Baumans (*Zygmunt Bauman*) norādīja, ka kopienas tēls cilvēku apziņā ir kļuvis par vietu, uz ko cilvēki tiecas, tā arī paliek nesasniedzama.<sup>8</sup> Z. Baumans mūsdienu kopienas raksturoja kā trauklas un viegli ievainojamas; tās vairs nav fiziski viens otram tuvu dzīvojošu cilvēku grupa, un tiek balstītas nevis uz tradīciju, bet vienošanos. Šāda individualizācijas principu izpausme savukārt laupa stabilitātes un paredzamības sajūtu.<sup>9</sup> Hovards Reingolds (*Howard Rheingold*) pagājušā gadsimta 90. gadu pirmajā pusē norādīja uz viedokļiem, ka ASV zaudē kolektīvos sociālos resursus (*social commons*) un tiešsaistes līdzekļi varētu būt veids, kā kopienu atjaunot.<sup>10</sup> Roberts Putnams (*Robert Putnam*) savukārt ir viens no visplašāk zināmajiem pētniekiem, kuri, norādot uz kopienu iziršanu un sociālā kapitāla mazināšanos, vienlaikus arī aicina aplūkot jaunus veidus, kā kopienas var atkal stiprināt — tai skaitā izmantojot tiešsaistes iespējas.<sup>11</sup> Ir arī autori, kuri norāda, ka Rietumu kultūrā jēdziens „kopiena“ zaudējis jēgu. Kā norāda Džana Fērnbaka (*Jan Fernback*), „nostalģiskā kopienas metafora robežojas ar tirāniju, jo kopienai kā institūcijai nav ierobežojumu vai pārbaužu (*limits or checks*), tā mūžīgi tiek

<sup>6</sup> Tönnies, F. (2002). *Community and society: Gemeinschaft und gesellschaft*. Mineola: Dover Publications.

<sup>7</sup> Amit, V. (2002). Reconceptualizing community. In V. Amit (Ed.), *Realizing community: Concepts, social relationships and sentiments* (pp. 1–20). London: Routledge.

<sup>8</sup> Bauman, Z. (2001). *Community: Seeking safety in an insecure world*. Cambridge: Polity Press. Pp. 13–14.

<sup>9</sup> Turpat.

<sup>10</sup> Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. London: MIT Press. Pp. xxvii–xxviii.

<sup>11</sup> Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster. P. 172.

meklēta un pastāvīgi gribēta<sup>12</sup>. Tāpēc viņa uzskata, ka tiešsaistes sociālo attiecību raksturošanā ir nepieciešams no šī jēdziena atteikties un izmantot citus, konkrētākus un niansētākus jēdzienus un daudzpusīgākas pieejas, kā, piemēram, tīkla analīzi, kopējā vietā balstītus tīklus, lingvistiskās perspektīvas.

Tiešsaistes kopienas ir par kopienām kļūst tad, kad to dalībnieki sevi identificē kā daļu no grupas, pieņem grupu definējošās normas un interpretācijas par sociālo realitāti, un piedalās šo normu un interpretāciju uzturēšanā un pārdefinēšanā. Stenlijs Fišs (*Stanley Fish*) pagājušā gadsimta 70. gados izmantoja „interpretīvo kopienu“ jēdzienu, lai skaidrotu, kāpēc vienu un to pašu tekstu dažādi lasītāji var interpretēt dažādi un tajā saskatīt atšķirīgas nozīmes, bet tanī pašā laikā visas interpretācijas nav vienlīdzīgas: viena interpretācija var tikt uzskatīta par pamatotu (*valid*), bet cita — par nepieņemamu. S. Fišs norādīja, ka dažādas teksta lasīšanas pieejas izplatās un parādās kultūrā dažādu grupu ietekmē. Šīs grupas var būtiski atšķirties pēc izmēra, un retos gadījumos tās var veidot arī tikai viens cilvēks. Interpretīvā kopiena tādējādi ir cilvēku grupa, kam ir kopējas tekstu lasīšanas un arī rakstīšanas normas. Tās dalībnieki var nekad nenonākt fiziskā kontaktā, un viņu kopējās normas var izplatīties no tādiem avotiem kā izglītības sistēma vai mediji.<sup>13</sup> Šis jēdziens tiek saprasts arī plašāk, lai apzīmētu ikvienu grupu, kurai ir kādi kopēji kodi. Individīdi var piederēt vairākām interpretīvajām kopienām.

Dažus gadus vēlāk Benedikts Andersons (*Benedict Anderson*) formulēja „iedomāto kopienu“ jēdzienu, lai runātu par nācijām kā plašuma ziņā ierobežotām suverēnām kopienām. Viņš norādīja ka pat mazāko nāciju pārstāvji nekad personiski neiepazīs visus savus nācijas biedrus, nekad ar vairumu no viņiem nesatiksies un pat nebūs par viņiem dzirdējuši, taču tanī pašā laikā viņu prātā, domājot par savu nāciju, pastāvēs kopienas tēls. Kopienas ir jāizšķir nevis pēc to neīstuma vai īstuma (*falsity or genuineness*), bet gan pēc veida, kā tās tiek iedomātas, t.i., kādā veidā noteikta sociālā grupa tiek uztverta. B. Andersons sniedz piemēru, ka franču pirmsrevolūcijas aristokrātijai piederīgie netika uzlūkoti kā šādas grupas pārstāvji, bet gan pēc noteiktā indivīda saistības ar kādu citu aristokrātijas pārstāvi. Citā gadījumā piederību grupai var definēt pēc nebeidzama radu rakstu un citu attiecību tīkla. Nācija ir kopiena, jo, „neraugoties uz reālo nevienlīdzību un ekspluatāciju, kas var pastāvēt ikvienā nācijā, tā allaž tiek uztverta kā dziļš, horizontāls biedriskums“, un šīs brālības dēļ cilvēki kopš nacionālisma dzimšanas ir bijuši gatavi ne tikai nogalināt, bet arī paši iet nāvē.<sup>14</sup> Ideja par iedomātajām kopienām bieži tiek izmantota tiešsaistes kopienu raksturošanā, lai arī starp to, ko aprakstīja B. Andersons, un to, ko raksturo tiešsaistes kopienu pētnieki, pastāv

<sup>12</sup> Sk., piem.: Fernback, J. (2007). Beyond the diluted community concept: A symbolic interactionist perspective on online social relations. *New Media & Society*, 9(1), 49–69.

<sup>13</sup> Fish, S. (1976). Interpreting the “Variorum”. *Critical Inquiry*, 2(3), 465–485.

<sup>14</sup> Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (Revised ed.). London: Verso. Pp. 6–7.

fundamentāla atšķirība: B. Andersons analizēja *reālu* ģeogrāfisku teritoriju, kurā izveidojusies *iedomātā* kopiena — nācija, turpretim tiešsaistes kopienu pētnieki apraksta *iedomātu* (fiziski neeksistējošu) telpu, kurā izveidojusies kopiena ir *reāla*.<sup>15</sup> Tanī pašā laikā pats „iedomātības“ jēdziens un savējo un svešo nošķirums var būt vienlīdz piemērots kā tiešsaistes sociālu mijiedarbību, tā nācijas valsts analīzei.

Kopienas jēdzienu ir iespējams kritizēt tā pārlieku lielās nozīmju daudzveidības dēļ, kas radies arī tāpēc, ka to dažādos kontekstos ir aplūkojuši daudzi pētnieki. Ar to tiek apzīmētas atšķirīgas parādības — kopiena ir kļuvusi par politisku, kultūras un tehnisku zumbvārdu (*buzzword*). Līdz ar to ir nepieciešams formulēt, kas katrā no kopienas jēdziena lietošanas reizēm ar to ir domāts. Malkolms Pārks (*Malcolm Parks*) pārskatā par tiešsaistes kopienām veltītajiem pētnieku secinājumiem sniedz piecus kritērijus, kuru izpildīšana ļauj kādu grupu atzīt par kopienu, tai skaitā tiešsaistes kopienu, un tie kopienas definēšanai tiek izmantoti arī promocijas darba pētījumā:

- 1) grupas dalībnieku uzskats par sevi kā par kopienu un viņu identificēšanās ar kopienu;
- 2) spēja uz kolektīvu rīcību;
- 3) kopēji rituāli;
- 4) noteiktu mijiedarbības veidu esamība, regulāra apmaiņa ar informāciju;
- 5) kopienas dalībnieku savstarpējie kontakti un pieķeršanās cits citam vai arī pašai kopienai. (Šīs emocionālās saites nav jāizjūt katram kopienas dalībniekam, taču vairumam dalībnieku ir jābūt personiskām saitēm ar vismaz vienu citu dalībnieku.)<sup>16</sup>

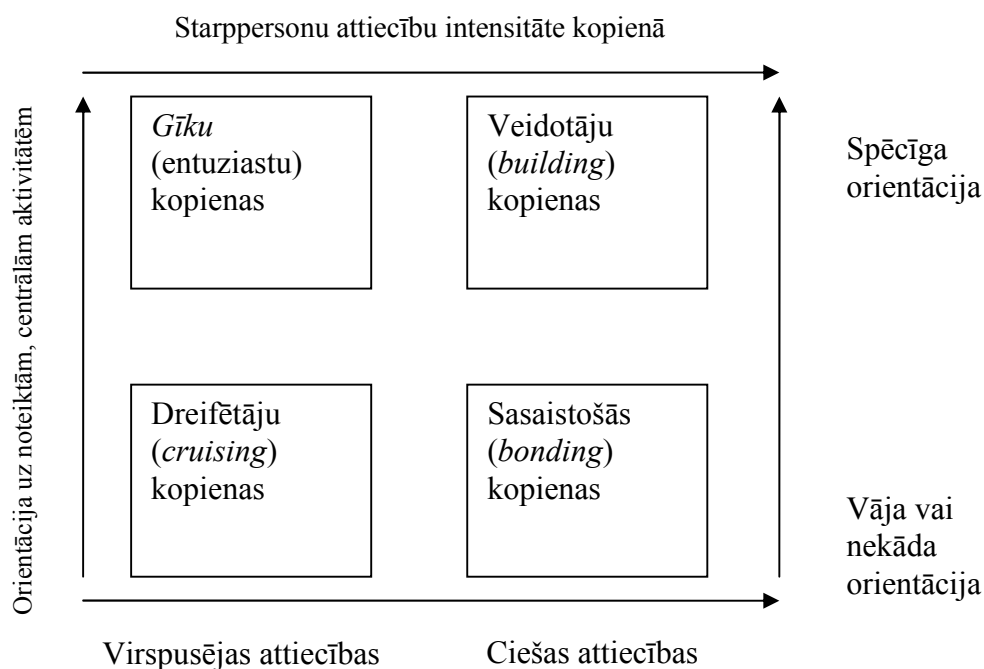
Līdzīgs viedoklis ir arī Robertam Kozinetsam (*Robert Kozinets*), kurš raksta, ka tiešsaistes kopienas dalībniekiem ir raksturīga piederības sajūta, pašidentifikācija ar konkrēto grupu, atkārtota kontaktēšanās ar to, abpusēja pazīstamība (*familiarity*), kopējas zināšanas vai rituāli un paražas, pienākumu sajūta pret kolektīvu un līdzdalība.<sup>17</sup> Viņš uzsver, ka tiešsaistes kopienas pēc attiecībām, kas veidojas starp dalībniekiem, var būt ļoti dažādas — kontakti var variēt no intensīvi personiskiem un dziļi jēgpilniem līdz virspusējiem, īslaicīgiem un relatīvi nebūtiskiem. Savukārt arī pašas kopienas var būt veidotas ap kādu konkrētu aktivitāti vai tēmu, vai arī darboties kā vispārēju interešu un sociālo mijiedarbību mezglpunkti, kam nav raksturīgas kādas konkrētas vienojošas aktivitātes vai intereses.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Gotved, S. (2006). Time and space in cyber social reality. *New Media & Society*, 8(3), 467–486.

<sup>16</sup> Parks, M. (2011). Social network sites as virtual communities. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 105–123). New York: Routledge.

<sup>17</sup> Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks: Sage Publications. P. 10

<sup>18</sup> Turpat. 35. lpp.



## 2. attēls. Kopienas mijiedarbības tipi (autors: R. Kozinetss)<sup>19</sup>

R. Kozinetss iedala četrus kopienu veidus pēc to tematiskās orientācijas un kopienas attiecību intensitātes (sk. 2. attēlu). Kopienas, kuras raksturo vājas sociālās attiecības un kuras neveidojas ap kādu konkrētu centrālu tēmu, ir t. s. „dreifētāju“ (*cruising*) kopienas. Šīs kopienas apmierina izklaides (*recreational*) un attiecību (*relational*) (vājo saišu uzturēšanas) vajadzības. Kopienas, kuru dalībniekus raksturo ciešas un ilglaicīgas attiecības, bet kuras nevieno konkrētas, specifiskas tēmas vai aktivitātes, dēvē par **sasaistošajām** kopienām. Šādas kopienas nereti veidojas tiešsaistes sociālo tīklu portālos un virtuālo pasaulu vietnēs, daļā tiešsaistes forumu. Sasaistošās kopienas īpaši apmierina attiecību uzturēšanas vajadzības. **Gīku (entuziastu)** kopienu centrā dziļā, personiska aizrautība par kādu konkrētu tēmu, un tajās dalībnieki mēdz dalīties dažādā ar šo tēmu saistītā informācijā vai savos sasniegumos un pieredzēs tajā. Šo kopienu pamatā ir informācijas koplietošana, taču tām nav raksturīga dalībnieku dziļā jēgpilna iesaistītība sociālo kontaktu veidošanā vienam ar otru. Pēdējais kopienas tips **veidošanas** kopienas, kurām ir vienojošas tēmas un aktivitātes, gan arī ciešas personiskas attiecības dalībnieku starpā. Šādas kopienas var veidoties tiešsaistes sociālo tīklu portālu interešu grupās, *wiki* portālos, blogos, tomēr, kā norāda R. Kozinetss, visbiežāk tās veidojas forumos, tematiskajās tīmekļa vietnēs un virtuālajās pasaulēs. Viņa minētais piemērs ir *Niketalk* forums, kurā dalībnieki iesaistās diskusijās par sporta apaviem

<sup>19</sup> Turpat.

dažādos aspektos, vai atklātā koda programmatūras kopienas. Šādas kopienas apmierina gan attiecību, gan informācijas, gan arī izlaides vajadzības.<sup>20</sup>

Tiešsaistes sabiedriskošanās lielā mērā notiek pēc tiem pašiem pamata principiem, kas raksturo sabiedriskuma veidošanos bezsaistē. Piemēram, normu formēšanās un grupas identitāte ir elementi, kas būtiski ir gan tiešsaistē, gan bezsaistē. Tāpēc arī no bezsaistes vides patapināto kopienas jēdzienu var adaptēt tiešsaistes komunikācijas analīzei. Tanī pašā laikā tiešsaistes komunikācijai ir virkne raksturojumu, kas tai ir unikāli — tai skaitā anonimitātes/pseidonimitātes iespējas un pieejamība, tādējādi tajās var veidoties arī mijiedarbības, kas būtiski atšķiras no tām, kas raksturīgas bezsaistei.<sup>21</sup> Tiešsaistes kopienas jēdziens tiešsaistes komunikācijas analīzē ir izmantojams, lai raksturotu cilvēku grupu, kuras dalībnieki iesaistīti sociālā mijiedarbībā, kuru starpā tiek veidotas un uzturētas attiecības, kā arī eksistē kopējs mijiedarbības formāts un vieta/telpa (kas var būt arī kibertelpa).

Indivīds spēj uzturēt ierobežotu skaitu stabilu sociālo attiecību. Antropologa Robina Danbāra (*Robin Dunbar*) lēstais šādu kontaktu skaits ir no aptuveni 150 līdz 200 (t. s. Danbāra skaitlis), un ir pamats domāt, ka šis apjoms būtiski nemainās arī, ja indivīdi izmanto tiešsaistes saziņas līdzekļus.<sup>22</sup> Tas ir, lietotājiem ir iespējas nodibināt tehniskas saites ar lielu skaitu citu tīkla lietotāju, tomēr paredzams, ka vairums šo saišu paliks neaktīvas, jo indivīdam nebūs tik daudz resursu, lai tās uzturētu un izmantotu. Virtuālās kopienas var būt lielākas nekā starppersonu komunikācijas grupas, kurās indivīdi iesaistās bezsaistē, tomēr tādā gadījumā to lietotāji nereti veido apakškopienas, mazākus cilvēku lokus, kuros ir iespējams uzturēt ciešāku komunikāciju un kopības sajūtu.

Arī tas, ka dažādās kopienās indivīdi kontaktējas lielākoties vai pat tikai tiešsaistē, var nodrošināt efektīvu starppersonu saziņu.<sup>23</sup> Kopēji konteksti veidojas neskatoties uz to, ka

---

<sup>20</sup> Turpat. 35. – 36. lpp.

<sup>21</sup> Turpat. 12. lpp.

<sup>22</sup> Goncalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Validation of Dunbar's number in Twitter conversations. [*physics.soc-ph*], arXiv:1105.5170v2, 1–8. Retrieved June 20, 2012, from <http://arxiv.org/abs/1105.5170v2>

<sup>23</sup> Tiešsaistes saziņas piemērotību starppersonu komunikācijā skaidro hiperpersonālās komunikācijas jēdziens. Tas paredz, ka cilvēki datormediēto komunikāciju var uztvert kā ļoti personisku, kas veicina tuvību (pretstatā formālai, uz uzdevumu risināšanu orientētai, nepersoniskai komunikācijai), jo sarunas dalībniekiem nodrošina dažādas komunikatīvas priekšrocības: var labāk kontrolēt sevi izrādīšanu, sarunas dalībnieks tiek idealizēts, asinhroni komunikācijas kanāli ļauj efektīvāk pārvaldīt informāciju un precīzāk konstruēt vēstījumus, pozitīvas atgriezeniskās saites cilpas pastiprina mijiedarbību apstākļos, kuros ir maz neverbālu uzvedinājumu vai mājieni. (Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43; sk. arī Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538–2557). Sinhronitātes vēstījumiem var piešķirt lielāku neatliekamības (*immediate*) un personiskuma sajūtu (O'Sullivan, P. B., Hunt, S. K., & Lippert, L. R. (2004). Mediated immediacy: A language of affiliation in a technological age. *Journal of Language and Social Psychology*, 23(4), 464–490), kā arī veicināt mijiedarbību un rotaļību, (Sk.: Danet, B. (2001). *Cyberpl@y: Communicating online*. Oxford: Berg), turpretim asinhronitāte lietotājiem sniedz vairāk resursu stratēģiskai



sociālo mājienu (*social cues*) (vizuālo, audiālo un kontekstuālo signālu, ko sniedz ķermeņa valoda, sejas izteiksmju, balss intonāciju, acu kontakta u.c. bezsaistes saziņai raksturīgu neverbālās komunikācijas elementu) nodošana tiešsaistes vidē ir ierobežota un mijiedarbības dalībniekiem trūkst fiziskās pasaules kontaktu. Cilvēkiem, kuri sazinās tiešsaistē, var veidoties vai būt jau izveidojušies attiecību konteksti un vēsture, viņiem ir kopējas zināšanas. Cilvēki tiešsaistes vidēs nereti attīsta niansētas iekšgrupu sociālās vides, kuras šīs grupas dalībnieki atpazīst un kas palīdz saziņā.<sup>24</sup> Lori Kendalla (*Lori Kendall*) norāda, ka tiešsaistes vide tieši var palīdzēt attiecību uzturēšanā: iespējas izteikties tiešsaistē ir vienlīdzīgākas, jo sarunā var iesaistīties vairāk cilvēku un tekstuālajā saziņā indivīdi viens otru nevar pārtraukt; monopolizēt sarunu un vienpersoniski dominēt pār to tiešsaistē ir grūtāk nekā bezsaistē.<sup>25</sup> Tā kā nav pieejama liela daļa informācijas, ko indivīdi viens par otru uztver bezsaistes komunikācijā, tad lielāka nozīme mijiedarbībā ir indivīdu personiskajām interpretācijām par otra sarunas dalībnieka nolūkiem. Šis apstāklis kopā ar vēlmi arī turpmāk saglabāt dalību grupā, kā arī indivīdu tendence trūkstošās detaļas piefantazēt klāt var likt ignorēt citu nekorektu izturēšanos.<sup>26</sup> (Plašās vēstījumu interpretācijas iespējas gan var radīt arī pretēju efektu: kaut ko iztulkojot par agresiju, indivīda reakcija var būt vēl agresīvāka, veidojoties tā dēvētajam *fleimingam* — naidīgai un apzināti aizvainojošai tiešsaistes mijiedarbībai.<sup>27</sup>) Tiešsaistē attiecības un grupu robežas var veidoties gausāk, taču, kad tās ir izveidojušies, tās var būt noturīgākas pret pārmaiņām nekā bezsaistes grupās.<sup>28</sup>

Tiešsaistei ir raksturīgi, ka indivīdi šajā vidē spēj atklāties vairāk nekā reālās dzīves kontaktos. To var veicināt fiziskā kontakta trūkums, kas var ļaut indivīdiem justies brīvāk, turklāt spontānās emocionālās reakcijas, neverbālā, sensorā komunikācija atsevišķos gadījumos var būt šķērslis saziņā, un tiešsaistes vidē šis faktors nedarbojas. Ierobežoto sociālo mājienu dēļ indivīdi var efektīvāk sevi izrādīt citiem — noklusēt savas patiesās domas par otru un noslēpt savu uzskatu un rīcības nesakrītību, un tam ir arī saziņas komfortu

---

sevis izrādīšanai (Baym, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity. P. 8). Tiešsaistes vidē arī asinhronajos medijos saziņa notiek aizvien ātrāk, un laika posms starp vēstījuma saņemšanu un atbildēšanu uz to var būt relatīvi īss. Tādējādi hiperpersonālā komunikācija sarunas dalībniekiem var šķist pievilcīgāka nekā saruna bezsaistē. Šis novērojums demonstrē, kāpēc tiešsaistes komunikāciju ir sarežģīti mērit normatīvo sociālās klātbūtnes vai mediju bagātīguma teoriju kontekstā: lai arī formāli tiešsaistes tekstuālajā saziņā indivīdi patiešām spēj nodot mazāk kontekstuālas neverbālas informācijas, tomēr tas nerada šķēršļus sabiedriskuma veidošanai un kontaktu uzturēšanai un pat veicina šīs sociālās aktivitātes.

<sup>24</sup> Baym, N. *Personal connections in the digital age*. P. 9.

<sup>25</sup> Kendall, L. (2002). *Hanging out in the virtual pub: Masculinities and relationships online*. Ewing: University of California Press. P. 159.

<sup>26</sup> Turpat. 166. lpp.

<sup>27</sup> Par akadēmiskajām perspektīvām saistībā ar fleimingu skat.: O'Sullivan, P. B., & Flanagan, A. J. (2003). Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media & Society*, 5(1), 69–94.

<sup>28</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 167.

uzlabojošs efekts, kas savukārt vairo pašatklāšanos.<sup>29</sup> Individīdiem, kuri sazinās tiešsaistes vidē, var būt mazāk gaidu par citu indivīdu pienākumiem un arī zemāks atbildības un saistību sajūtas līmenis: tiešsaistes vidē indivīdiem ir vieglāk izvēlēties, kad un ar kuriem cilvēkiem viņi kontaktēsies un ar kuriem nē.

Tiešsaistes attiecībām raksturīgais savstarpējās atbildības un atkarības pazeminātais līmenis izpaužas, piemēram, tajā, ka tiešsaistē ir ierobežots to pakalpojumu loks, ko indivīdi viens otram varētu sniegt un gaidīt atbildēšanu ar līdzīgu laipnību — pieskatīt bērnus, palīdzēt pārvākties, palīdzēt tikt galā ar kādu uzdevumu. Šie ierobežojumi attiecībām, ja tās pastāv tikai vai galvenokārt tiešsaistē, traucē padziļināties šāda abpusēja atbalsta veidā, taču vienlaikus tie arī palīdz izvairīties no iespējama attiecību saspīlējuma, kas veidojas, ja gaidas par palīdzēšanu kādam var būt lielākas nekā cita indivīda vēlme palīdzēt.<sup>30</sup> Saistību neesamība tāpat var nākt par labu kontaktu veidošanā un uzturēšanā: nav grūti pateikt kādu labu vārdu grūtībās nonākušam cilvēkam, ja tas neuzliek nekādus turpmākus pienākumus, un palīdzēt citiem var situācijās, kad indivīds pats to vēlas, nevis, kad to prasa saistības vai citu gaidas.

Šādi attiecību raksturojumi Dž. Fērnbakai tiešsaistes kopienu liek raksturot kā „kopību bez īstas atbildības“ — viņas intervētajiem respondentiem kopiena nozīmē saliedētību un atbalstu, taču ne patiesu nodošanos un piederību.<sup>31</sup> Tomēr zemāka līmeņa sociālā iesaiste pati par sevi neraksturo tiešsaistes attiecību *kvalitāti* un *dinamiku* un neliedz šādās attiecībās veidoties kopējai pieredzei, normām, kultūrai.

### **1.1.2. Tiešsaistes kopienas vs. sociālo tīklu portāli**

Promocijas darbā indivīdu privātā komunikācija tiek analizēta saistībā ar tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietošanu. Tiešsaistes komunikācija un ar to saistītā sociālā mijiedarbība tradicionāli ir bijusi saistīta ar tiešsaistes vai virtuālo kopienu jēdzienu. Tomēr, lielu popularitāti iemantojot sociālo tīklu portāliem, tiešsaistes akadēmiskajā pētniecībā pēdējos gados uzsvars ir pārlūkts no virtuālajām kopienām uz komunikācijas procesiem sociālo tīklu vietnēs. Tieši šāda veida tiešsaistes telpas pašlaik saņem vislielāko uzmanību pētījumos saistībā ar tiešsaistes rīku lietojumu un indivīdu saziņu. Sociālo tīklu portāliem un tiešsaistes kopienām ir daudz kā kopēja, tomēr šie jēdzieni nenozīmē vienu un to pašu.

Kā raksta dana boida (*danah boyd*) un Nikole Elisone (*Nicole Ellison*), jēdziens „sociālo tīklu vietnes“ norāda uz to lietošanas modeļiem, proti, indivīdi šos portālus parasti lieto, lai artikulētu un parādītu bezsaistē eksistējošās sociālās attiecības — indivīdi kopumā tos maz

<sup>29</sup> Henderson, S., & Gilding, M. (2004). 'I've never clicked this much with anyone in my life': Trust and hyperpersonal communication in online friendships. *New Media & Society*, 6(4), 487–506.

<sup>30</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 165.

<sup>31</sup> Fernback, J. Beyond the diluted community concept.

izmanto, lai iepazītos ar svešiniekiem (piemēram, *Facebook* visbiežāk tiek izmantots, lai uzturētu kontaktus ar draugiem un citiem pazīstamajiem cilvēkiem<sup>32</sup>). Turpretim tiešsaistes kopiena nereti tiek saprasta kā grupa, kurā cilvēku apvienojušies pēc kopēju interešu, nevis kopējas ģeogrāfijas principa,<sup>33</sup> kas nozīmē lielāku uzsvāru uz indivīdu *līdzībām*, nevis uz viņu *pazīšanas*. Līdzīgi šo parādību izprot arī jēdziena „virtuālā kopiena“ autors H. Reingolds, kurš savu pētījumu publicēja 1993. gadā.<sup>34</sup> Tomēr pretnostatot tiešsaistes kopienas un sociālo tīklu portālus, tiek nepilnīgi skaidrotas ar to lietojumu saistītās sociālās aktivitātes. Pat ja tiešsaistes kopienā pazīšanās, kas eksistē ārpus kopienas, nav būtiskākais tiešsaistes attiecību veidošanas dzinējspēks, arī H. Reingolda aplūkotās virtuālās kopienas *WELL* pamatu veidoja dalībnieki no Sanfrancisko, kas rīkoja regulāras tikšanās arī bezsaistē. Līdzīgā kārtā L. Kendallas pētītās tiešsaistes kopienas *BlueSky* dalībnieki vai nu atradās fiziski tuvu viens otram, vai arī mēdza cits citu satikt, neskatoties uz fizisko telpu, kas šķir.<sup>35</sup> Arī Brūka Fuko (*Brooke Foucault*), Mensjao Džu (*Mengxiao Zhu*), Juņs Huans (*Yun Huang*), Zīna Atraša (*Zeina Atrash*) un Noširs Kontraktors (*Noshir Contractor*) secinājuši, ka virtuālajā tiešsaistes pasaulē *Teen Second World* jauniešu draudzības modeļi atbilst daudziem no tiem, kas pastāv bezsaistē — tendence izvēlēties draugus, kuriem ir augstāks statuss un draugus, kas ir ģeogrāfiski un fiziski tuvāki.<sup>36</sup> Citu pētnieku secinājumi par iepazīšanos tiešsaistē liek domāt, ka cilvēki tiecas veidot kontaktus ar savas etniskās grupas pārstāvjiem, pat ja viņi savos pašaprakstos to ne vienmēr skaidri atzīst.<sup>37</sup> Tiešsaistes mijiedarbības neatkarība no fiziskās pasaules kontekstiem tādējādi varētu būt krietni pārvērtēta.

Sociālo tīklu portālu vai jebkuru citu šāda veida sociālās mijiedarbības vietni pašu par sevi nevar uzskatīt par tiešsaistes kopienu. Šie portāli var būt vietnes, kurās dažādas virtuālās kopienas *var* veidoties. Šajās vietnēs pastāv tehniski un sociāli priekšnoteikumi, lai kopienas veidotos un pastāvētu. To skaidrot palīdz iespējošanas (*affordances*) pieeja, kas identificē

---

<sup>32</sup> Sk., piem.: Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2010). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6) 873–892; Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. Retrieved September 10, 2011, from <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

<sup>33</sup> boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.

<sup>34</sup> Deviņus gadus iepriekš Sāra Roksana Hilca (*Hiltz*) lietoja jēdzienu „tiešsaistes kopiena“, šīs mijiedarbības gan aplūkojot darba, nevis izklaides vai privātas sabiedriskošanās perspektīvā. Sk.: Hiltz, S. R. (1984). *Online communities: A case study of the office of the future*. Norwood, Ablex Publishing Company.

<sup>35</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*.

<sup>36</sup> Foucault, B. Zhu M., Huang Y., Atrash, Z., & Contractor, N. (2009). *Will you be my friend? An exploration of adolescent friendship formation online in teen Second Life*. Paper presented at the 59th Annual Conference of the International Communication Association. Chicago, USA. May 21 – 25, 2009. Retrieved October 14, 2011, from [http://sites.google.com/site/mengxiaozhu/files/ICA09\\_TSL.pdf](http://sites.google.com/site/mengxiaozhu/files/ICA09_TSL.pdf)

<sup>37</sup> Fiore, A. T., Shaw Taylor, L., Mendelsohn, G. A., & Cheshire, C. (2010). Whom we (say we) want: Stated and actual preferences in online dating. *Poster presented at the Eleventh Annual Meeting of the Society for Personality and Social Psychology, Las Vegas, NV*. Retrieved Feb. 28, 2012, from [http://people.ischool.berkeley.edu/~atf/papers/spsp2010\\_stated\\_actual\\_poster.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~atf/papers/spsp2010_stated_actual_poster.pdf).

aktivitātes, kuras tehnoloģija padara iespējamās vai veicina<sup>38</sup> (to var uzskatīt par viduseļu starp tehnoloģiskā determinisma un sociālā konstruktīvisma perspektīvām). Tehnoloģiskās iespējas nediktē indivīdu uzvedību, taču konfigurē vidi veidā, kas ietekmē indivīdu iesaistīšanos. Piemēram, pildspalva „izraisa“ rakstīšanu, tālrunis — zvanīšanu, sastapšanās pie ūdens automāta (*water cooler*) darbavietā — iesaistīšanos neformālās sarunās.<sup>39</sup>

Sociālo tīklu vietnes iespējo noteikta veida sociālo mijiedarbības, kas ir būtiskas, lai veidotos virtuālā kopiena: dalības iespējas, personiskās izpausmes iespējas un savienojumu veidošanas iespējas. Šīs iespējas M. Pārks izmanto, lai noteiktu portāla *MySpace* izmantojumu kopienu veidošanai.<sup>40</sup> Līdzīgu pieeju, aprakstot „sociotehnisko kapitālu“ jeb tehniskās iespējas, kas tiešsaistes portālos ļauj veidoties sociālajam kapitālam, piedāvā arī Pols Resniks (*Paul Resnick*). Arī viņš atzīst, ka tiešsaistes mediju tehnoloģiskie raksturojumi, kombinēti ar sociālajām praksēm, var sniegt ieguldījumu sabiedriskuma, uzticēšanās un sadarbošanās veidošanā.<sup>41</sup>

Salīdzinot sociālo tīklu portālu un tiešsaistes kopienu jēdzienus, ir redzams, ka tie aptver vienas un tās pašas plašās parādības dažādus aspektus. Sociālo tīklu portālu jēdziens pamatā nozīmē vidi, kurā, veidojot un uzturot savienojumus, indivīdiem ir *iespējams* iesaistīties sociālajā mijiedarbībā, tomēr jēdziens pats neietver noteiktas aktivitātes un noteiktus komunikācijas iznākumus. Turpretim tiešsaistes kopienas jēdziens nozīmē, ka, indivīdiem sazinoties tiešsaistes vidē, starp viņiem ir veidojušies savienojumi, un, atkarībā no kopienas paveida, indivīdi apmainās ar dažādiem — emocionāliem, informācijas, sociāliem — resursiem.

Tādēļ promocijas pētījumā es tiešsaistes kopienu aplūkoju kā tiešsaistes sociālo grupu, un šādas grupas var pastāvēt gan uz sociālo tīklu portālos, gan arī citās vietnēs. Šāda pieeja saskan ar H. Reingolda sniegto virtuālās kopienas definīciju, kurā ir uzsvērts personisko attiecību elements, un nav noteikts tiešsaistes medija veids, kurā šādas attiecības var veidoties. Pēc šīs definīcijas, virtuālā kopiena ir „sociāli sakopojumi (*aggregations*), kas veidojas tīmeklī, kad pietiekami daudz cilvēku pietiekami ilgu laiku iesaistās publiskā diskusijā, radot pietiekamu cilvēcisku sajūtu, lai kibertelpā veidotos personisku attiecību tīkli“.<sup>42</sup> Kopiena ir saistīta ar sociālu un emocionālu saišu pastāvēšanu starp noteiktu cilvēku

<sup>38</sup> Hutchby, I. (2001) Technologies, texts and affordances. *Sociology*, 35(2), 441–465.

<sup>39</sup> Anne-Laure Fayard, A.L., Weeks, J. (2007). Photocopiers and water-coolers: The affordances of informal interaction. *Organization Studies*, 28(5), 605–634.

<sup>40</sup> Parks, M. Social network sites as virtual communities.

<sup>41</sup> Resnick, P. (2001). Beyond bowling together: Socio-technical capital. In J. M. Carroll (Ed.), *Human-computer interaction in the new millennium* (pp. 647–672). New York: Addison-Wesley.

<sup>42</sup> Rheingold, H. *The Virtual community*. P. xx.

grupu, un, ja šādas saites pastāv, tad sagaidāms, ka grupas dalībnieku savienojumos veidosies sociālais kapitāls — viens no nozīmīgajiem aspektiem, kas mūsdienās tiek analizēts tiešsaistes sociālo tīklu pētniecībā un kas būtisku nozīmi ieņem arī šajā promocijas darbā. Šis sociālā kapitāla princips, kas darbojas bezsaistē,<sup>43</sup> var būt attiecināms arī uz tiešsaistes vidi. Šāda izpratne caur vienu prizmu aplūkot gan tādu „klasisku“ sociālo tīklu portālu kā *Draugiem.lv*, gan uz sociālo tīklošanos balstītos tiešsaistes dienasgrāmatu portālus *LiveJournal* un *Sviesta ciba*.

### 1.1.3. Tiešsaistes un bezsaistes vides mijiedarbība

Kontakts tiešsaistē var veidoties arī starp lietotājiem, kuriem nav bezsaistes kontaktu, tomēr bezsaistes saziņa ir būtiski svarīga uzticēšanās un ciešu saišu veidošanā. Kā rakstīja Pīters Bergmans (*Peter Berger*) un Tomass Lukmans (*Thomas Luckmann*), „vissvarīgākā pieredze par citiem notiek nepastarpinātas saziņas situācijā, kas ir sociālās mijiedarbības prototipiskais gadījums, un visi pārējie gadījumi izriet no tā“.<sup>44</sup> Izejot no šī apgalvojuma, „reālās dzīves“ efekts, ko lietotājiem nodrošina konkrētais komunikācijas līdzeklis, var būt viena no perspektīvām, kā raksturot tiešsaistes komunikāciju veidu un tā līdzības ar nemediēto komunikāciju un atšķirības no tās.

Datormediētās komunikācijas raksturojumos tradicionāli izplatīts ir bijis uzskats, ka šī vide ir piemērota anonimitātei, identitāšu slēpšanai un mainīšanai, un lietotājs nevar būt drošs, ka tiešsaistē sarunājas ar to cilvēku, par kuru sarunas biedrs uzdodas. 1995. gadā iznākušajā klasiskajā pētījumā par tiešsaistes spēļu vidēm *Life on the Screen* Šerija Tērkla (*Sherry Turkle*) rakstīja, ka datormediētā vide ir Delēza, Fuko un Lakāna abstrakto postmodernisma ideju konkrētāka ilustrācija, jo tur „patība (*self*) ir daudzējāda (*multiple*), mainīga un radīta mijiedarbībā ar mašīnas savienojumiem; to veido un pārveido valoda; [...] sapratne veidojas no ceļošanas (*navigation*) un niekošanās (*tinkering*), nevis analīzes“.<sup>45</sup> Uz tekstuālo saziņu balstītās komunikatīvajās vidēs, tai skaitā sociālo tīklu portālos un blogos, lielākā daļa informācijas, ko dalībnieki pārraida, tiek pārraidīta apzināti. Portāla lietotāji paši izvēlas, kādu informāciju publiskot un nepastāv praktiski nekādi citi — neverbāli — avoti, kas sniegtu ziņas par konkrētā indivīda nodomiem un identitāti. Līdz ar to lietotāji apzinās, ka šī informācija, ko citi viņiem sniedz, var būt apzināti maldinoša. Tādējādi indivīdiem, kuri vēlas veidot personiskas vai grupu attiecības tiešsaistē, ir jāatrod veidi, kā tikt galā ar iespējamu maldināšanu vai neskaidrību. Tomēr, lai arī tiešsaistes vidē izdomātu tēlu radīt un kā ticamu pasniegt var būt vieglāk nekā bezsaistē, tikai daži indivīdi ilgtermiņā detalizēti un

<sup>43</sup> Sk. Putnam, R. D. *Bowling alone*.

<sup>44</sup> Berger, P. L., & Luckmann, T. (1971). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books. P. 43.

<sup>45</sup> Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster. P. 14.

pārliecinoši spēj turpināt šādu maskarādi. Tiešsaistes grupas dalībnieki lietotāji cits no cita sagaida konsekvenci rīcībā un identitātē, un šāda konsekvence ir nepieciešama, lai veidotos uzticēšanās.<sup>46</sup>

Tiešsaistes saziņai raksturīgā nenoteiktība un savstarpēji nepazīstamo kopienas dalībnieku kopējo ārpustiešsaistes saskarsmes punktu ierobežotība vairo neskaidrību un bremsē ciešu saišu nodibināšanu starp kopienas dalībniekiem. Uve Macats (*Uwe Matzat*) aplūko trīs galvenās sabiedriskuma problēmas, kas īpaši spilgti parādās tiešsaistes vidē:

- 1) Uzticēšanās trūkums — tiešsaistes kopienas dalībnieki, piemēram, nevar zināt, vai ir vērts dalīties informācijā ar citu lietotāju un vai sniegtā informācija netiks izmantota pretēji tās sniedzēja interesēm. Ja uzticēšanās problēmas ir lielas, lietotāji nelabprāt dalās informācijā, un kopiena nespēj funkcionēt.
- 2) „Bezbiļetnieki“ (*free riding*) — tie ir lietotāji, kuri paši informācijā nedalās vai arī diskusijām līdzī seko pasīvi, taču izmanto citu lietotāju sniegtos resursus. Jo vairāk bezbiļetnieku, jo kopienai grūtāk radīt kolektīvu labumu, un tie, kuri iesaistās labuma radīšanā, negūst pietiekami daudz atpakaļ. Tādējādi, ja kopienā nedarbojas mehānismi, kas stimulē pēc iespējas plašāku lietotāju pulku sniegt savu artavu, kopiena nespēj funkcionēt.
- 3) Kopienas dalībnieku mainīgums — tiešsaistes kopienas nereti ir viegli pamest, tiklīdz kā ir novērsts iemesls, kura dēļ lietotājs kopienai ir pievienojies. Lietotāju loks, kas regulāri mainās, ierobežo normu un uzticēšanās veidošanos, kā arī mazina lietotāju motivāciju iesaistīties un dalīties zināšanās, jo lietotājs nevar būt drošs, ka uz savu ieguldījumu kopienā var sagaidīt līdzīgi palīdzīgu reakciju.<sup>47</sup>

Viens no veidiem, kā šīs sabiedriskuma problēmas tiek mazinātas, ir tiešsaistes sociālo tīklu saistīšana ar bezsaistes tīkliem. Bezsaistes un tiešsaistes vides kombinēšana nodrošina to, ka sociālie tīkli arī tiešsaistē veidojas ciešāki un starp dalībniekiem veidojas spēcīgākas saites. Ciešos, uz ārpus interneta vides eksistējošām attiecībām balstītos tīklos mazinās grupu sadarbības problēmas. Lietotāji ir ieinteresēti uzturēt sev labu reputāciju, līdz ar to antisociāla rīcība kļūst neizdevīga. Ja tīklā pastāv ir spēcīgas savstarpējas saites, informācija par pārkāpumu ātri izplatīsies starp lietotājiem, turklāt ir vieglāk ieviest un uzturēt kooperatīvās normas un uzticēšanās gaidas, jo ir lielāka iespēja, ka normu pārkāpēji izpelnīsies tīkla dalībnieku kolektīvas sankcijas.

---

<sup>46</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 113.

<sup>47</sup> Matzat, U. (2010). Reducing problems of sociability in online communities: Integrating online communication with offline interaction. *American Behavioral Scientist*, 53(8), 1170–1193.

Tiešsaistes un bezsaistes vides pārklāšanās ir viens no mūsdienu sociālo tiešsaistes tīklu elementiem: interneta vidē var veidoties jauni kontakti, kas pāraug bezsaistes attiecībās,<sup>48</sup> kā arī tiešsaistes sociālajos tīklos ir iespējams apvienot cilvēkus, kas ir jau pazīstami bezsaistē, lai ar viņiem uzturētu kontaktu un ievāktu informāciju.<sup>49</sup> Šādā gadījumā tiešsaistes un bezsaistes mijiedarbība var notikt vienā un tanī pašā sociālajā sfērā.<sup>50</sup> Bezsaistē izveidotās attiecības un bezsaistē izmantotās indivīda indentificēšanas informācijas izmantošana tiešsaistē ir viens no veidiem, kas kļiedē tiešsaistes videi raksturīgo neskaidrību. Piemēram, sociālo tīklu profila informācija, kurā norādīti lietotāja „draugi“, kopējās intereses vai cita veida informācija, kas var palīdzēt indivīdiem identificēt kopējas pieredzes vai citus līdzīgus sociālos kontekstus un veicināt viņu sazinu, darbojas kā sociālie mājieni (*cues*), kuru tiešsaistē ir mazāk nekā bezsaistē. Pamatojoties uz šādiem apsvērumiem, N. Elisone, Čārlzs Steinfelds (*Charles Steinfield*) un Klifs Lampe (*Cliff Lampe*) portāla *Facebook* lietotāju profilā ievietojamo identitātes informāciju uzskata par sociālo kontaktu veicinātāju, kas indivīdiem palīdz izmantot konkrētās vietnes piedāvātās tehniskās iespējas veidot savienojumus ar citiem cilvēkiem.<sup>51</sup>

Sociālajam tiešsaistes tīklam no bezsaistes attiecību dimensijas labums ir arī tad, ja ne visi tā lietotāji ir savstarpēji pazīstami, bet tikai daži. Lielajos sociālajos tīklos, kādi veidojas tiešsaistes sociālajos portālos, arī nav iespējama tik cieša vispārējā sasaistītība, tomēr arī tādā gadījumā ciešas saites starp atsevišķiem lietotājiem atstāj iespaidu uz plašāku tīklu. Arī tie lietotāji, kuriem bezsaistes kontaktu nav, ar laiku redz, ka savstarpējās attiecības starp citiem lietotājiem ir ciešas, informācija par sliktu uzvedību izplatās ātri un kolektīvas sankcijas pret pāridarītājiem ir iespējamās. Šādos ciešākos tīklos lietotāji ir vairāk atkarīgi viens no otra reputācijas veidošanā, un tas savukārt veicina lietotāju interesi veidot labas attiecības citam ar citu.<sup>52</sup>

Kā norāda L. Kendalla, tiešsaistes attiecības neveidojas kultūras vakuumā. Lai arī cik ļoti indivīdi vēlētos atbrīvoties no saviem kultūras foniem un sociālajām identitātēm, kas veidojušās bezsaistes vidē, viņu tiešsaistes sociālā mijiedarbība balstās izpratnēs un kontekstos, kas pārklājas ar bezsaistes realitātēm. Tas nenozīmē, ka starp tiešsaistes un bezsaistes mijiedarbībām nepastāv atšķirības vai ka identitātes neskaidrības, kuras attīstās

---

<sup>48</sup> Xie, B. (2007). Using the Internet for offline relationship formation. *Social Science Computer Review*, 25(3), 396–404.

<sup>49</sup> Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2009). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119–146.

<sup>50</sup> Papacharissi, Z. (2005). The real–virtual dichotomy in online interaction: New media uses and consequences revisited. In P. Kalbfleisch (Ed.), *Communication yearbook 29* (pp. 215 – 238). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

<sup>51</sup> Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. Connection strategies.

<sup>52</sup> Matzat, U. Reducing problems of sociability in online communities.

tiešsaistes vidē, nerada iespējas izaicināt gaidas par identitāti. Tomēr nevar teikt, ka neskaidrības, kas rodas tekstuālajā komunikācijā un ko vēl vairāk veicina indivīdu iespējas noslēpt noteiktas izpausmes, anulē gaidas saistībā ar „īstajām“ bezsaistes identitātēm un to tiešsaistes līdziniecēm.<sup>53</sup> Tanī pašā laikā Nikolass Dačeno (*Nicolas Ducheneaut*), kurš pēti sociālo mijiedarbību virtuālajās spēļu pasaulēs (*virtual worlds*), uzsver: jo vairāk laika indivīdi pavada sevis izvēlētajā virtuālajā telpā, jo vairāk saplūst viņu tiešsaistes un bezsaistes identitātes, līdz tās vairs nav nošķiramas.<sup>54</sup>

Tiešsaistes vide nereti reproducē bezsaistē pastāvošās varas un sociālā stāvokļa un statusa attiecības. Tiešsaistes vide, kurā nav gūstamas neverbālas ziņas par kāda indivīda izskatu, dzimumu, rasi, tautību vai citiem raksturojumiem, kas var būt par pamatu stereotipizācijai, nebūt nenozīmē, ka diskriminācijas vai nevienlīdzības problēma beidz pastāvēt. L. Kendalla norāda, ka seksisms un rasisms ir sociāli konstruētas parādības, nevis tikai veids, kā indivīdi skatās uz citiem cilvēkiem, un viņu reakcija, saskatot atšķirības. Šāds uzskats par rasismu un seksismu kā vizuālu un neverbālu problēmu to reducē līdz cilvēka fiziskā izskata līmenim un būtībā paredz, ka diskrimināciju nav iespējams izskaust nekā citādi kā vien ierobežojot informācijas pārraidīšanu par fizisko izskatu vai arī novēršot fiziskā izskata atšķirības.<sup>55</sup> Šādā interpretācijā tiešsaistes kopienas ir nevis iekļaujošas, bet gan izslēdzošas vides: to dalībnieki var uzskatīt, ka „neredz ļaunu, nedzird ļaunu un nerunā ļaunu“, taču ārpus tiešsaistes komunikācijas tehniskajām īpatnībām nepastāv nekādi citi spēki, kas veicinātu iekļaujošākas vides veidošanu bezsaistē vai tiešsaistē. Tiešsaistes kopiena tādējādi var būt vieta, kur patverties tiem, kuri spēj izveidot efektīvus tiešsaistes sociālos tīklus un nodrošināt sevis sociālu pieņemšanu, taču nav risinājums pašai problēmai un nepalīdz tiem, kuri aizspriedumus izjūt bezsaistē. Arī Lisa Nakamura (*Lisa Nakamura*) savukārt raksta, ka rasisms, seksisms un stereotipizācija turpina pastāvēt arī diskusiju tiešsaistes vidē, un stratēģija slēpt aspektus, kuri var būt daļa no tiešsaistes grupas dalībnieku identitātes, nav risinājums. Tiešsaistē diskriminācija un aizspriedumi saglabājas, tie var tikai nebūt vērsti pret indivīdu, kurš pakļaujas valdošajai nevienlīdzībai un „apspiež identitātes aizliegtās izvēles“. Cilvēku atšķirības, kuras reālajā dzīvē mēdz būt par pamatu diskriminācijai un aizspriedumiem, tiešsaistē nezūd, tās var tikai slēpt „kibersociālās higiēnas vārdā“.<sup>56</sup> Indivīdu

---

<sup>53</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 225.

<sup>54</sup> Ducheneaut, N. (2010). Massively multiplayer online games as living laboratories: Opportunities and pitfalls. In W. S. Bainbridge (Ed.), *Online worlds: Convergence of the real and virtual* (pp. 135–145). London: Springer-Verlag.

<sup>55</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. Pp. 220 – 222.

<sup>56</sup> Nakamura, L. (2001). Race in/for cyberspace: Identity tourism and racial passing on the Internet. In D. Trend (Ed.), *Reading digital culture* (pp. 226–235). Malden: Blackwell.



norādes par savas identitātes aspektiem var kļūt gan par diskriminācijas avotu, gan arī eksperimentēšanas un citu maldināšanas iespēju.

Tādējādi redzams, ka tiešsaistes kā komunikatīvi nabadzīgas vides raksturojumi nespēj adekvāti skaidrot tiešsaistes attiecību reāli pastāvošo ciešumu un intensitāti. Tas apliecina, ka ir nepieciešams atkāpties no komunikācijas vides normatīvā raksturojuma, ko sniedz sociālās klātbūtnes (*social presence*)<sup>57</sup> un mediju bagātīguma (*media richness*)<sup>58</sup> un sinhronitātes<sup>59</sup> teorijas, un pievērsties tiešsaistē notiekošo reālo attiecību novērošanai un konceptualizēšanai.

## 1.2. Konverģentā komunikācija

Tiešsaistes kopienu dalībnieki ir apvienojušies pēc atsevišķām pazīmēm, piemēram, kopējām interesēm vai aktivitātēm, un var nepastāvēt citas saites, citi konteksti, kas dalībniekus saistītu. Tāpēc pievienošanās sociālajām grupām, kas darbojas uz šādiem pamatiem, un šādu grupu pamešanu var raksturot ar frāzi „*easy entry, easy exit*“.<sup>60</sup> B. Vellmans un Milīna Gulija (*Milena Gulia*) norāda, ka būtiskākais tiešsaistes komunikācijas

---

<sup>57</sup> Viena no plašāk zināmajām šāda novirziena teorijām ir bijusi sociālās klātbūtnes teorija (*social presence theory*). Šī teorija medijus izkārtoti viendimensijas skalā pēc medija lietotāja uztvertā sociālās klātbūtnes līmeņa. Nepastarpinātā mijiedarbība nodrošina vislielāko klātbūtnes līmeni, bet rakstītā, tekstuālā saziņa — vismazāko. Mediji ar augstāku klātbūtnes līmeni tādējādi ir piemērotāji sarežģītāku komunikatīvu darbību vai sociālu uzdevumu veikšanai, piemēram, konfliktu noregulēšanai vai attiecību veidošanai.

Sk.: Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: Wiley.

Neskatoties uz to, ka tā tika izstrādāta pagājušā gadsimta 70. gados, laikā, kad tiešsaistes saziņa mūsdienu izpratnē vēl nebija attīstījusies, tā ir ietekmējusi turpmākos datormediētās komunikācijas pētījumus, un uz to pētnieki atsauces vēl joprojām. Sk.: Sallnäs, E. L., Rasmus-Gröhn, K., & Sjöström, C. (2000). Supporting presence in collaborative environments by haptic force feedback. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 7(4), 461–476.

<sup>58</sup> Uz sociālās klātbūtnes teorijas bāzes veidotā mediju (vai informācijas) bagātīguma teorija (*media richness theory*) savukārt medijus iedala pēc to spējas mainīt recipienta izpratni par kādu jautājumu noteiktā laikposmā: jo ilgāks laiks nepieciešams izpratnes mainīšanai (vai arī pastāv šķēršļi mērķa sasniegšanai), jo nabadzīgāks konkrētais medijs ir. Šo bagātīgumu noteic iespējas nodrošināt nekavējošu atgriezenisko saiti; izmantoto mājienu un kanālu skaits; valodas daudzveidība. Pēc šīs teorijas, tekstuālā saziņa ir nabadzīgāka nekā telefonsaruna. Bagātīgi mediji veicina daudznozīmīguma, nenoteiktības (*equivocality*) mazināšanos, jo ļauj nonākt pie vienas koordinātu sistēmas un nodrošina iespējas apstrādāt kompleksus, subjektīvus vēstījumus. Turpretim mediji ar mazāku bagātīgumu ļauj nodot mazāk mājienu, ierobežo atgriezenisko saiti, ir mazāk derīgi daudznozīmīguma mazināšanai, tomēr tie ir efektīvāki labi saprastu vēstījumu un standarta datu apstrādei. Citiem vārdiem, tekstuālā saziņa palīdz informācijas trūkuma novēršanai, un ir mazāk piemēroti sarežģītai sociālai mijiedarbībai.

Sk.: Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571.

<sup>59</sup> No mediju bagātīguma teorijas atvasinātā mediju sinhronitātes teorija savukārt paredz, ka ikviena komunikatīva darbība sastāv no diviem procesiem: vēstījuma nodošanas (*conveyance*) un konverģences, ar ko tiek saprasta kopēju nozīmju veidošanās. Piemēram, grupu komunikācijas procesiem, kuros mērķis ir konverģence, visefektīvākie būs mediji, kas nodrošina augstu sinhronitātes līmeni (ātru atgriezenisko saiti un iespēju uzturēt maz paralēlu sarunu), turpretim grupu komunikācijā, kurā mērķis ir nodot informāciju, visefektīvākie būs zemas sinhronitātes mediji (lēna atgriezeniskā saite un iespēja uzturēt daudzas paralēlas sarunas), kas nodrošina informācijas fiksēšanu arī pēcākai apskatei.

Sk.: Dennis, A. R., Valacich, J. S. (1999). Rethinking media richness: Towards a theory of media synchronicity. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*. Retrieved May 15, 2011, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.108.7118&rep=rep1&type=pdf>

<sup>60</sup> Norris, P. (2002). The bridging and bonding role of online communities. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(3), 3–13.

efekts ir iespēja indivīdiem veidot vājākas, virspusējākas saites, veidojot kopienas, kuru pamatā ir kopējas intereses, nevis strukturāli raksturojumi. Dažādie tiešsaistes forumi, kas indivīdiem pieejami, piedāvā šauri specializētus elementus kopējībai (*commonality*) un mijiedarbībai starp indivīdiem, kam bez kopējas dalības noteiktā kopienā nav citu saišu. Cilvēkiem ir vairāk iespēju virzīties *starp* dažādām attiecībām, un tas mazina solidaritāti, kāda ir novērojama saliedētu grupu pārstāvju attiecībās, bet ļauj ātri un bieži pārslēgties starp saišu grupām.<sup>61</sup> Šādu procesu piemērs ir Henrija Dženkinsa (*Henry Jenkins*) raksturotās zināšanu un fanu/līdzdalības kopienas, kas veidojas ap mediju saturu. Šo kopienu centrālie elementi ir brīvprātība, īslaicīgums un taktiskās savienošanās (*tactical affiliations*). Brīvprātības princips paredz, ka indivīdi kopienās paliek vien tikām, kamēr šī dalība apmierina viņu intelektuālās un emocionālās vajadzības; īslaicīgums nozīmē, ka šīs kopienas var relatīvi elastīgi veidoties un arī izirt; taktiskās savienošanās princips paredz, ka tās nedarbojas ārpus mērķiem, kuru dēļ tās ir sākušās — lai arī vēlāk šādu kopienu mērķi var tikt pārdefinēti.<sup>62</sup>

Šādu raksturojumu es interpretēju tādējādi, ka sociālo grupu pamatā ir divu tendenču — kolektivitātes un individualitātes mijiedarbība. Individuālums tiešsaistes sociālās mijiedarbības vietnēs ļauj indivīdam iespēju realizēt savas privātās intereses (to skaidro indivīda medija jēdziens), turpretim kolektivitāte indivīdiem nodrošina iespējas funkcionēt kā grupai (tas parādās konverģences kultūrai raksturīgajā indivīdu sadarbībā). Turpinājumā aplūkošu šos abus aspektus sīkāk.

### 1.2.1 Individualitāte

Mediju sociologs Džons Tompsons (*John Thompson*) raksta, ka cilvēki „par sevi un savas dzīves trajektorijām domā primāri saistībā ar citiem cilvēkiem un notikumiem, ar ko tie sastopas ikdienas dzīves praktiskajos kontekstos“.<sup>63</sup> Tīmeklis piedāvā indivīdiem interaktīvus pieredzes apmaiņas un abpusēju attiecību uzturēšanas rīkus, līdz ar to tā ir viena no jomām, kurās notiek pašizziņas procesi un komunikācija, kas uz šo pašizziņu ir balstīta.

Uz individuālumu lietotāju tiešsaistes aktivitātēs norāda Pols Hodkinsons (*Paul Hodkinson*), kurš ir pētījis *LiveJournal* interneta žurnālu sistēmas lietojumu. Viņš atzīst, ka šajā portālā lietotājs veido personisko komunikācijas tīklu un pielāgo to atbilstoši savām personiskajām prioritātēm. Tā ir atšķirība no grupu komunikācijā izmantotajiem medijiem,

<sup>61</sup> Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village: Life in contemporary communities* (pp. 331-366). Boulder, CO: Westview Press. Retrieved November 11, 2008, from <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>

<sup>62</sup> Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press: New York. P. 57.

<sup>63</sup> Thompson, J. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity. P. 233.

piemēram, interešu forumiem, kur komunikācijas tīkla darbību vairāk nosaka fiksētas struktūras. Veidi, kādos indivīdi izmanto tīmekļa žurnālu, ļauj pieņemt, ka vairuma *LiveJournal* lietotāju tiešsaistes aktivitātes šajā portālā demonstrē savrupus, plūstošus un individualizētus identitātes modeļus, un lietotāji var mijiedarboties ar sev izvēlētiem citiem lietotājiem. Tīmekļa dienasgrāmatu vai blogu formāts<sup>64</sup> sniedz indivīdam veidot mediju, kas atrodas viņa kontrolē un tādējādi nodrošina indivīdam pievilcīgu informatīvo un sociālo vidi, kā arī sniedz iespējas nošķirties no citiem, taču tas ir gana elastīgs, lai arī atļautu uzturēt jau pastāvošās grupas un pat uzlabot indivīdu komunikācijas iespējas un vairot komunikācijas intensitāti vienam ar otru.<sup>65</sup> To nosaka arī tas, ka indivīdiem ir lielākas iespējas pašiem vienpersoniski veidot savu vēstījumu; tam nav jāatbilst kādiem vispārējiem, tradicionāliem, iepriekšdefinētiem priekšstatiem par publicējamu saturu, indivīdi var brīvāk sevi izpaust un efektīvāk meklēt sev līdzīgi domājošus cilvēkus. Tīmekļa žurnālu tādēļ var aplūkot kā „telpu, kurā indivīdi var būt paši, atbrīvoties no ierobežojumiem, sacīt to, ko domā un jūt par visiem, kuri tiem ir apkārt“.<sup>66</sup> Tādā veidā indivīdi, kas nereti atrodas sociālajās sfērās, kas viņus ierobežo un prasa pakļaušanos normām, iegūst telpu, kur saglabāt autonomiju un pretoties spiedienam, ko reālajā dzīvē uzvarēt nav viņu spēkos. To, ka indivīda mediji ir komunikācijas rīks, kas no šiem ierobežojumiem ļauj atbrīvoties, var saistīt ar institucionālās autoritātes noraidīšanu vai aizvien lielākām iespējām tās apiet.

Izejot no šīm izpratnēm par lietotāja iespējām un motivācijām izmantot tiešsaistes rīkus, ir iespējams raksturot *indivīda* jeb *personīgo mediju*. Tas ir indivīda veidots un uzturēts medijs, kura lietojumu un funkcijas indivīds definē pats. Šo mediju indivīds izmanto savu personisko mērķu sasniegšanai, problēmu risināšanai un savas biogrāfijas konstruēšanai. Šie ir personālie mediji, kas atšķiras no masu medijiem ar to, ka tie ir deinstitucionalizēti un deprofesionalizēti, kā arī veicina mediētu mijiedarbību.<sup>67</sup> Individualizācijas principi, kas raksturīgi mūsdienu sabiedrībai, parādās arī indivīda medijos, ar kuru palīdzību sociālās attiecības nepārtraukti tiek izvēlētas, izveidotas, uzturētas un atjauninātas. Šāds medijs ir indivīdam pieejams rīks, kas nodrošina indivīda klātbūtni tiešsaistes mediētajās vidēs, un ļauj tam izpausties un veidot, uzturēt un atjaunināt savienojumus ar citiem.

<sup>64</sup> Sk.: Buholcs, J. (2010). Tīmekļa žurnāli (blogi) formāta definīcijas meklējumos. Grām. O. Proskurova (sast.), *Laiku atšalkas: Žurnālistika, kino, politika. Asociētā profesora Ābrama Kleckina jubilejas iedvesmots krājums* (54. – 66. lpp). Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts. Sk. 2012. g. 29. sept. <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/123456789/6>

<sup>65</sup> Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualization. *New Media & Society*, 9(4), 625–650.

<sup>66</sup> Reed, A. (2005). ‘My blog is me’: Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology). *Ethnos*, 70(2), 220–242.

<sup>67</sup> Lüders, M. (2008). Conceptualizing personal media. *New Media & Society*, 10(5), 683–702.

Indivīda medijs, ir piemēram blogs (tīmekļa žurnāls). Roberts Makdūgals (*Robert MacDougall*), analizējot blogošanu, līdzīgā kārtā norāda, ka blogu auroti ir tendēti savu mediju lietot kā sevišķu (*exclusive*) mijiedarbības formu ar personām, kas ir iesaistītas šajos sociālajos tīklos.<sup>68</sup> Šādā veidā notiek tradicionālās starppersonu komunikācijas modifikācija: interpersonālās komunikācijas loģika tiek saglabāta, taču tiešsaistes saziņā daudzas no tās iezīmēm tiek mainītas — citas pastiprinātas, citas ierobežotas. Piemēram, indivīda auditorijas apzināšanās (*awareness*) var būt mazāka, turpretim uztvertā saziņa ar citiem hiperpersonālās komunikācijas efektu ietekmē — ciešāka. Pateicoties tehnoloģiskajām iespējām, indivīdam var būt iespējams uzturēt arī vairāk vāju saišu, vai arī nepieciešamības gadījumā aktivizēt latentos savienojumus, kas citkārt netiek izmantoti vispār.

Indivīda medijs ir arī sociālo tīklu portāla profils. Kā norāda Zizi Papaharisi (*Zizi Papacharissi*), sociālo tīklu platformas, kurās ir pieejami sociāli resursi, kurus lietotāji var „miksēt“ un „remiksēt“, kombinē visus mūsu sociālās identitātes aspektus vienā sfērā, kura, to veidojošajām atšķirīgajām daļām konverģējot un attīstoties, tālāk attīstās arī pati.<sup>69</sup> Tehnoloģiski ar šiem procesiem saistītās aktivitātes (teksta, attēlu, atbilžu publicēšanas iespējas, savienojumu veidošana ar citiem profiliem) nodrošina konkrētās platformas funkcionalitāte, savukārt saturiskais un saziņas risinājums ir atkarīgs no indivīda apzinātās vai neapzinātās koncepcijas medija veidošanā un lietojumā. Šie mediji var tikt izmantoti indivīda pastāvošā sociālā tīkla (un attiecību) uzturēšanai vai paplašināšanai, pašizpaušmei, sabiedriskošanās (socializācijas) un citu psiholoģisko vajadzību apmierināšanai, reālajā dzīvē nerādāmu identitāšu konstruēšanai un citiem mērķiem. Indivīda medija rezultativitātes pamatā ir indivīda mērķi, ar kuriem tas mediju veido un uztur, kā arī komunikācijas prasmes un motivācija novirzīt savus resursus šāda veida saziņai. Šāda medija lietotājs kombinē vecos un jaunus medijus un konstruē savu sociālo sfēru, kas, izmantojot autonomiju un mainību (*fluidity*), palīdz veidot sabiedriskumu (*sociability*).<sup>70</sup> Sociālās mijiedarbības centrā nonāk indivīds, un mijiedarbība notiek indivīda privātajā un personiskajā telpā: šī privātā komunikācija var notikt gan no telpas, kura arī fiziski ir privāta, gan arī publiskās telpās un vietās, kurās privātumu ir iespējams panākt mediētas komunikācijas ceļā, izmantojot privātus sakaru līdzekļus.

Atšķirībā no masu medijiem un arī jaunajiem medijiem (ar tiem saprotot medijus, kas lietotājiem piedāvā iespējas pēc pieprasījuma piekļūt informācijas avotiem un kam raksturīgas mijiedarbības iespējas), indivīda medijiem nav saistošas jau iepriekš eksistējošas

<sup>68</sup> MacDougall, R. (2005). Identity, electronic ethos, and blogs: A technologic analysis of symbolic exchange on the new news medium. *American Behavioral Scientist*, 4(49), 575–599.

<sup>69</sup> Papacharissi, Z. (2011). Conclusion: A networked self. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 304–318). New York: Routledge.

<sup>70</sup> Turpat.

darbības konvencijas. Lai arī indivīda mediji izmanto tos pašus (tipiski — tiešsaistes) kanālus, ko citi interneta mediji, indivīda medijiem ir radikāli atšķirīgi informācijas publicējamības kritēriji („svarīgums“ primāri nozīmē iekļaušanos indivīda izpratnē par viņa komunikācijas mērķiem un konkrētā brīža aktualitātēm), par auditorijas lielumu nozīmīgāka ir atgriezeniskā saite, un komunikācija tiecas uz simetriskumu. Auditorija pati bieži vien ir komunikatora atlasīta, un vēstījumi ir adresēti ierobežotam cilvēku lokam. Pat ja šie vēstījumi fiziski ir pieejami visiem, to izplatīšanu ierobežo tas, ka šie vēstījumi, visticamāk, grupai/auditorijai nepiederošajiem nebūs saistoši vai nešķītīs jēgpilni. Neskatoties uz to, reālā auditorija var atšķirties no autora gaidām: lai arī saturs rada lasītāju, tomēr specializēts saturs pats par sevi nenozīmē, ka saturu uztver specializēta auditorija: šis princips darbojas kā masu mediju, tā indivīda mediju gadījumā.<sup>71</sup> Nišas un indivīda medijs var būt veidots, orientējoties uz cilvēkiem ar specifiskām interesēm, taču tas maz ko pastāsta par medijs patieso auditoriju.

### 1.2.2. Kolektivitāte

No sociālās psiholoģijas viedokļa indivīdu apvienošanos grupās un nošķiršanos no citām grupām skaidrot palīdz optimālās iezīmības teorija (*optimal distinctiveness theory*), kas skaidro, kāpēc indivīdi izvēlas pievienoties grupām noteiktām grupām. Kā raksta šīs teorijas autore Merilina Brūvere (*Marilynn Brewer*), šos procesus regulē indivīdu nepieciešamība rast līdzsvaru starp divām konfliktējošām vajadzībām: vajadzību piederēt (asimilēties) un vajadzību justies unikālam. Šo vajadzību realizēšanu ilustrē indivīdu identificēšanās ar mazām grupām — tādējādi viņiem ir sajūta par piederību kolektīvam, un vienlaikus viņi jūtas atšķirīgi no vairuma citu indivīdu.<sup>72</sup> Tiešsaistē indivīdiem ir plašas iespējas identificēt sociālās grupas pēc sev nozīmīgām īpašībām.

Sociālais iznākums, kas veidojas, mijiedarbojoties indivīdu aktivitātēm un privātajām dienaskārtībām, ir konverģences kultūras izpausme. H. Dženkinss ar to saprot pārmaiņas kultūrā, kurām pateicoties mediju satura patērētāji tiek iedrošināt meklēt jaunu informāciju un veidot savienojumus starp mediju saturiem, kuri ir izkaisīti pa dažādām platformām,<sup>73</sup> taču sociālās komunikācijas sfērā šo jēdzienu var attiecināt ne tikai uz jauniem mediju sniegtās informācijas patērēšanas veidiem, bet arī uz jauniem starppersonu savienojumu veidošanas un uzturēšanas veidiem. Konverģences kultūra ir saistīta ar kolektīvām, grupas aktivitātēm.

Saskaņā ar H. Dženkinsa pieeju, mediju vidē konverģence primāri nav tehnisks process, kas apvieno vairāku mediju funkcijas vienā un tanī pašā ierīcē. Konverģence ir pārmaiņas

<sup>71</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 126.

<sup>72</sup> Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475 – 482.

<sup>73</sup> Jenkins, H. *Convergence culture*. Pp. 2–3.

kultūrā, kurā indivīdi paši tiek mudināti meklēt jaunu informāciju un savienot pa dažādām platformām izkaisītu mediju saturu. Konverģence notiek nevis mediju izmantojumā, bet gan to lietotāju uzskatos un viņu sociālajā mijiedarbībā ar citiem. „Katrs no mums, izmantojot no mediju plūsmas iegūtos bitus un fragmentus un pārvēršot tos par resursiem, kas mums ļauj saprast savu ikdienas dzīvi, konstruē personisko mitoloģiju,“ raksta H. Dženkinss.<sup>74</sup> Lai saturs varētu izplatīties starp dažādām mediju sistēmām, mediju ekonomikām un pāri nacionālajām robežām, būtiski svarīga ir patērētāju aktīva līdzdalība. H. Dženkinss norādīja, ka mediju patērēšana mūsdienās kļūst par kolektīvu procesu, un, lai patērētājs varētu veiksmīgi darboties konverģences kultūrā, ir nepieciešama virkne prasmju:

- 1) spēja piedalīties kolektīvā informācijas vākšanā un interpretēšanā;
- 2) spēja kopīgot (*share*) un salīdzināt vērtību sistēmas, izvērtējot ētiskas dilemmas;
- 3) spēja savienot dažādās platformās izkaisītus informācijas fragmentus;
- 4) spēja izteikt savas interpretācijas un jūtas par populāriem literārajiem darbiem indivīda paša radītos „tautas kultūras“ artefaktos;
- 5) spēja izplatīt sevis izveidoto tiešsaistē tā, lai to varētu koplietot ar citiem;
- 6) spēja spēlēt dažādas lomas, lai labāk saprastu fikcionālo pasauli, kurā darbojas un lai labāk iepazītu arī pasauli, kas atrodas ap indivīdu.<sup>75</sup>

Nozīmīga ir spēja uz citu mediju piedāvātā satura pamata radīt jaunas, „tautas kultūras“ (*folk culture*) vienības, kas atspoguļo to, kā lietotāji interpretē šo saturu; kā arī spēja sevis radītos kultūras elementus izplatīt tiešsaistē, lai dalītos ar citiem. Tautas kultūru raksturo tas, ka tā primāri veidojas mikrolīmenī (*grassroots*). Mākslinieciskās prasmes un tradīcijas tiek nodotas no paaudzes paaudzē, par šīs kultūras elementu radīšanu netiek sagaidīta atlīdzība, turklāt tiem laika gaitā nereti arī zūd autorība. Masu kultūra darbojas pēc citiem principiem — lai tās radīšana būtu pelnoša, ir nepieciešams aizsniegt masu auditoriju, un šajā procesā komerciālās kultūras vienības — stāsti, tēli, skaņas — 20. gadsimtā kļuva par dominējošajiem, kas atpazīstamas plašākai publikai. Tautas kultūras prakses neizzuda, taču nonāca pagrīdē, kur amatieri — rakstnieki, mūziķi, mākslinieki, dejotāji — joprojām veidoja un izplatīja savu kultūru, tomēr tā nebija plaši pieejama un redzama. Savukārt kā atbilde uz masu mediju saturu veidojās indivīdu līmeņa iniciatīvas, kas izpaužas kā šī satura pieņemšana, pārinterpretēšana un jaunu nozīmju piešķiršana. Tādējādi uz masu kultūras kā satura veidošanas kategorijas bāzes veidojas populārā kultūra kā satura patērēšanas kategorija. Šī parādība, kam saknes ir meklējamas laikā, kad indivīdiem kļuva pieejami

---

<sup>74</sup> Turpat. 3. lpp.

<sup>75</sup> Turpat. 176. – 177. lpp.

fotokopētāji un videomagnetofoni, kulminējusi ir tiešsaistes medijos, kas nodrošina indivīdiem un indivīdu grupām vēl nebijušas iespējas iegūt, apstrādāt, arhivēt un izplatīt informāciju, jo iespēja dalīties savā veikumā piešķir lielāku gandarījumu par jaunradi.<sup>76</sup> Kad ir kļuvusi pieejama izticama izplatīšanas sistēma, tautas kultūra nekavējoties sāk plaukt, raksta H. Dženkinss. Ja tradicionālā tautas kultūra ir balstīta uz saturu un tradīcijām, kad pārņemtas no dažādām citām kultūrām, savukārt jaunā, konverģences kultūra veidojas, pārņemot elementus no dažādiem mediju konglomerātiem.<sup>77</sup> Indivīda medijs lietotājam nodrošina platformu šādām kultūras elementu pārņemšanas, pārinterpretēšanas, filtrēšanas aktivitātēm, un indivīda medijs saturs ir šo aktivitāšu rezultāts, pat ja tajā nav eksplīcītu atsauču uz masu kultūru.

Konverģences kultūras principi tādējādi lielā mērā ir attiecināmi arī uz plašāku privātās tiešsaistes komunikācijas lauku, nekā to apraksta H. Dženkinss, kurš analizējis kopienas, kuras veidojušās lielākoties ap kādu noteiktu mediēto saturu (filmu franšīzēm, televīzijas raidījumiem, fantastikas pasaulēm, u.c.). Lai indivīds tiešsaistes kopienā varētu realizēt savas privātās intereses, viņam ir nepieciešams atrast kādus kopējus saskarsmes punktus ar citiem lietotājiem, sadarboties ar viņiem, nolasīt un atkodēt informāciju, kuras elementi ir izkaisīti gan portāla robežās, gan arī citās mediētājās un nemediētājās vidēs ārpus portāla. Tiešsaistes kopienās iesaistīties, veidot kontaktus un piekļūt sociālā tīkla resursiem var tie indivīdi, kuriem piemīt konverģences kultūrai raksturīgās prasmes. Šī darbošanās kopienās notiek mediētā veidā, izmantojot katra lietotāja rīcībā esošo mediju — šajā gadījumā sociālo tīklu portāla profilu —, kas vienlaikus ir individuālās pašizteikšanās vide, kura pielāgota savām privātajiem priekšstatiem, vajadzībām un gaumei, gan arī rīks, ar kas ļauj kontaktēties ar citiem un iesaistīties kolektīvās darbībās.

M. Brūvere rakstīja, ka indivīdi, risinot konfliktu starp vēlmi piederēt un vēlmi atšķirties, izvairās no tādām pašinterpretācijām (*self-construals*), kas ir vai nu pārāk personalizēti vai pārāk iekļaujoši, un tā vietā definē sevi ar piederību iezīmīgām kategorijām.<sup>78</sup> Tiešsaistes privātajā komunikācijā šo piederēšanas un atšķiršanās vēlmju mijiedarbība var būtiski noslikties atšķiršanās, individualizēšanās virzienā. Sociālā grupa veidojas ne tikai tāpēc, ka tai piemīt kādi indivīdam pievilcīgi raksturojumi, bet tāpēc, ka tiešsaistē ir atvieglota indivīdu pievilšanās un atgrūšanās pamatojoties uz viņu individuālajiem raksturojumiem un simpātītajām/antipātītajām vienam pret otru.

---

<sup>76</sup> Turpat. 135. – 137. lpp.

<sup>77</sup> Turpat. 136. – 137. lpp.

<sup>78</sup> Brewer, M. B. The social self.

### **1.3. Nodaļas kopsavilkums**

Šajā nodaļā tiešsaistes sociālo tīklu portāli tiek izvērtēti kā vietnes, kurās var veidoties virtuālās kopienas, un norādīts, ka jēdziens „tiešsaistes sociālo tīklu portāls“ apzīmē pēc noteiktiem mediju arhitektūras principiem veidotu platformu, turpretim tiešsaistes kopiena ir sociālā grupa, kuras dalībnieki izmanto kādu mediju platformu — un šāda platforma var būt arī sociālo tīklu vietne. Tiešsaistes kopienas raksturotas kā sociālās grupas, kuras balstīšanās uz kādām kopējām interesēm vai aktivitātēm, kopējas aktivitātes un pašidentifikācija. Konverģences kultūra interpretēta kā divu procesu — individualitātes un kolektivitātes — mijiedarbība: indivīdi tiešsaistes grupās iesaistās, lai realizētu savas intereses, taču tiešsaistes aktivitātes prasa noteiktu sociālo prasmju kopumu. Tiek secināts, ka, pateicoties daudzveidīgai tiešsaistes komunikācijas integrācijai indivīdu dzīvē, bezaistes un tiešsaiste var būt nevis savstarpēji izslēdzošas, bet gan papildinošas vietnes.



## 2. SOCIĀLAIS KAPITĀLS UN TIEŠSAISTE

Par Audi RS6, 2010 izlaiduma gada.  
Foršs auto [...], piekritīsiet? Samierinieties, vairums no Jums nekad tādu nedabūs, varbūt 2020. gadā, un arī es neesmu izņēmums. Un kāpēc? Banālākie iemesli ir - neesi mantinieks, neesi pie siles, neesi konkurētspējīgs un piedevām Tev vēl nav spalvainās tēvoča rokas, kas pabīdīs, ja gadījumā grūtāk klāsies. Sile un mantinieku būšana lai paliek tiem, kam tas pieejams, mums - mazajam cilvēkam vajag vairāk pievērsties vārdam k-o-n-k-u-r-ē-t-s-p-ē-j-a. [...]

— *Racoon, 2010. gada 21. septembris*

Indivīdu sociālo tīklu kā savienojumu un sabiedriskuma pētniecība ir saistīta ar sociālā kapitāla jēdzienu — ar to tiek apzīmēti resursi, kas veidojas kolektīvā un atvieglo indivīdu sadarbību. Sociālā kapitāla jēdzienam ir divi lietojumi: (1) pilsoniskā iesaiste, indivīdiem darbojoties savā kopienā, tai skaitā piedaloties politiskos pasākumos, iesaistīšanās organizācijās, klubos un citās sabiedriskās grupās un kustībās; un (2) sociālie tīkli un kontakti, kas saistīti ar starppersonu kontaktiem personisku mērķu sasniegšanas labad — apciemojumiem, tikšanās reizēm, mediētu saziņu un piedalīšanos sabiedriskos pasākumos.<sup>79</sup> Šie lietojumi ir savstarpēji papildinoši, tomēr šajā pētījumā mani interesē mikrolīmenis, tāpēc pamata uzsvāru esmu licis uz otro lietojumu jeb tiešsaistē notiekošo sociālo kontaktu analīzi, lai pētītu to, kā indivīdi tīklotā vidē piekļūst dažāda veida resursiem un apmainās ar tiem. Šī pieeja atbilst Naņa Liņa (*Nan Lin*) piedāvātajai sociālā kapitāla definīcijai: sociālais kapitāls ir „resursi, kas iegulti (*embedded*) sociālajā struktūrā un kam tiek piekļūts vai kas tiek mobilizēti mērķtiecīgās darbībās”.<sup>80</sup> Šinī pētījumā sociālā struktūra ir tiešsaistes kopienas, kas veidojas sociālo tīklu portālos: indivīdi, izmantojot šīs vietnes, veido savienojumus ar citiem, un šie savienojumu nosaka viņu iespējas piekļūt dažādiem resursiem. Savukārt mērķtiecīgās darbības ir sevis izpaušana, attiecību veidošana un uzturēšana, sabiedriski kontakti.

Sociālā kapitāla teorija ļauj skaidrot indivīdu tiešsaistes aktivitāšu efektus mikro un mezo līmenī, kā arī principus, pēc kuriem sociālo tīklu portālos veidojušās kopienas darbojas un kas ir aģentu sociālās rīcības „dzinējspēks”.<sup>81</sup> Sociālā kapitāla teorijas izpratnē indivīdu darbošanās šajos tīklos ir savas sociālās iesaistes (*engagement*) veicināšana, kas vairo un

---

Quan-Haase, A., & Wellman B. (2004). How does the Internet affect social capital? In M. Huysman and V. Wulf (Eds.), *Social capital and information technology* (pp. 113–131). Cambridge, MA: MIT Press.

<sup>80</sup> Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 29.

<sup>81</sup> Šādu terminu lieto Džeimss Kolmans rakstot, ka aģentus aplūko kā socializētus indivīdus, kuru rīcību noteic sociālās normas, noteikumi un pienākumi, ir būtisks trūkums: tajā aģentam nav „rīcības dzinējspēka”. Tiek pieņemts, ka aģentu un tā rīcību veido vide, taču nepastāv iekšēji rīcības motīvi, kas aģentam nodrošina darbības nolūku vai virzienu. Sk. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120.

uztur indivīda sociālās saites arī bezsaistē, jo, tiešsaistes aktivitātes var būt bezsaistes aktivitāšu papildinājums. Indivīdiem, kas darbojas kopienās ar izstrādātām normām, attīstītu savstarpējo uzticību un funkcionālām saitēm starp cilvēkiem, iegūtais sociālais kapitāls palīdz savas dzīves problēmu risināšanā, nodrošina atbalstu un darbojas kā vērtīgas informācijas kanāls.

## **2.1. Sociālais kapitāls**

Ja fiziskais kapitāls ir rīki (piemēram, tehnoloģijas, mašīnas, instrumenti, un cits ražošanas ekipējums; attiecas uz fiziskiem objektiem), cilvēkkapitāls — sagatavotība (izglītība, apmācība, prasmes; attiecas uz cilvēku īpašībām un spēju rīkoties jaunos veidos), tad sociālais kapitāls ir sociālie kontakti, attiecas uz saiknēm starp cilvēkiem. Fiziskais kapitāls ir taustāms, cilvēkkapitāls ir mazāk taustāms, to iemieso indivīda prasmes un iemaņas, turpretim sociālais kapitāls pastāv tikai cilvēku savstarpējās attiecībās.<sup>82</sup> Lai arī dažādu teorētiķu un pētnieku definīcijas par sociālo kapitālu atšķiras, pastāv zināma vienprātība, ka tas veidojas cilvēku attiecībās un nodrošina cilvēkiem resursus viņu mērķu sasniegšanai. Cilvēkiem ir jāsaprotas vienam ar otru, lai veidotu sociālo kapitālu, un priekšrocības ceļas no šīm attiecībām, nevis no indivīda paša.<sup>83</sup> Sociālā kapitāla centrālie jēdzieni ir sociālie tīkli, savstarpējās normas un uzticēšanās.<sup>84</sup>

Sociālā kapitāla ideju akadēmiskajā pētniecībā ievērojami popularizējis ir Pjērs Burdjē. Šķiru atšķirību skaidrojuma veltītajā grāmatā *Distinction* viņš rakstīja, ka „galveno šķiru pastāvēšanas priekšnoteikumus noteic atšķirības tām pieejamā kapitāla kopumā, kas tiek saprasts kā reāli izmantojama resursu un spēju (*powers*) kopums“, un šajā kopējā kapitālā ietilpst ekonomiskais kapitāls, kultūras kapitāls, un arī sociālais kapitāls.<sup>85</sup> Vēlākos darbos P. Burdjē sociālo kapitālu definēja kā „faktisko vai potenciālo resursu kopumu, kas ir saistīts ar pieeju ilgstošam (*durable*) vairāk vai mazāk institucionalizētam savstarpēju pazīšanās un atzīšanas attiecību tīklam“ jeb piederību grupai, un šis resursu kopums katram no tīkla dalībniekiem nodrošina kolektīvi piederīga kapitāla atbalstu.<sup>86</sup> Konkrētajam aģentam pieejamais sociālais kapitāls ir atkarīgs no savienojumu tīkla lieluma, kurus tas var efektīvi mobilizēt, un no tā, cik liels kapitāls (ekonomiskais, kultūras, sociālais) ir pieejams tiem, ar ko aģents ir savienots. P. Burdjē arī uzskatīja, ka sociālais kapitāls nav nedz reducējams uz

<sup>82</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

<sup>83</sup> Portes, A. (1998). Social capital: It's origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24.

<sup>84</sup> Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press. P. 167.

<sup>85</sup> Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. P. 114.

<sup>86</sup> Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.

ekonomisko un kultūras kapitālu, nedz ir pilnībā neatkarīgs no tiem — taču nav arī neatkarīgs no tiem. Sociālais kapitāls ir pārējo divu kapitāla formu vairotājs, un tas veidojas, pārvēršot ekonomisko un kultūras kapitālu „nerimstošajos sabiedriskuma centienos“.<sup>87</sup>

Cits ievērojams sociālā kapitāla pētnieks ir Džeimss Kolmans (*James Coleman*), kurš tajā saskatīja vienu no noderīgiem kapitāla veidiem, ko izmantot cilvēki un dažādas kopienas neatkarīgi nošķiras. Taču viņš uzsvēra, ka sociālais kapitāls, tā kā tas veidojas kontaktos ar citiem, kontrole pār to nevienam „nepieder“, bet noteiktos apstākļos cilvēkiem var būt piekļuve tam. Dž. Kolmans rakstīja, ka, līdzīgi kā citas sociālā kapitāla formas, sociālais kapitāls ir produktīvs un padara iespējamu noteiktu rezultātu sasniegšanu, kas citkārt nebūtu iespējams. Dž. Kolmans saskata kauzālu saikni starp sociālo kapitālu un resursu pieejamību. Viņš sociālo kapitālu salīdzināja ar parādžīmēm: indivīds, kuram ir daudz citu cilvēku izrakstītu parādžīmju, ir daudziem izdarījis pakalpojumus, tādējādi nodrošinot sev tiesības saņemt pakalpojumus pretim. Sociālais kapitāls ir šo parādžīmju likviditātes līmenis, ko veido konkrētajā grupā pastāvošās normas, uzticēšanās līmenis, gaidas un pienākumi — tie nosaka iespējas, ka indivīds var sagaidīt atbalstu un cita veida prosociālu rīcību no citiem grupas dalībniekiem.<sup>88</sup> Turpinājumā detalizētāk aplūkošu trīs tikko minētos sociālā kapitāla pamata elementus:

1) **Pienākumi, gaidas un uzticēšanās.** Šie elementi ir atkarīgi no diviem faktoriem: (1) vides sociālās uzticamības, kas nozīmē pārliecību, ka indivīdi uz pakalpojumu atbildēs ar pakalpojumu, un (2) patiesā indivīdu pienākumu apjoma vienam pret otru. Abu šo dimensiju sociālo struktūru atšķirības var veidoties dažādu iemeslu dēļ. Eksistē atšķirības reālajās vajadzībās, kurās indivīdiem ir nepieciešama palīdzība, citu palīdzības avotu pieejamībā (piemēram, valdības nodrošinātā sociālā palīdzība), paša indivīda resursu pieejamībā (*affluence*), kas samazina no citiem nepieciešamās palīdzības apjomu; kultūras atšķirībās, kas nosaka to, cik daudz cilvēku lūdz palīdzību un cik daudz to piedāvā; tīklu noslēgtībā (*closure*),<sup>89</sup> sociālo kontaktu loģistikā, kā arī citu iemeslu dēļ.

2) **Informācijas kanāli.** Informācijas ieguve ir resursietilpīga nodarbe, un ir būtiski samazināt šai nodarbei lietojamus resursus. Viens no informācijas ieguves veidiem ir izmantot indivīdu sociālās attiecības, kas pamatā tiek uzturētas citu iemeslu dēļ. Tādējādi cilvēks, kurš nav ļoti ieinteresēts aktuālajos notikumos, taču vēlas gūt priekšstatu par tiem, var nepatērēt masu medijus, bet gan svarīgo uzzināt no draugiem vai paziņām, kas ir lietas kursā. Šāda veida sociālās attiecības gan neveicina „parādžīmju“ krāšanu, tādējādi atšķiroties

---

<sup>87</sup> Turpat.

<sup>88</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

<sup>89</sup> Ar noslēgtiem tīkliem Dž. Kolmans saprot uz stiprām saitēm balstītu grupu, kurā indivīdi viens otru pazīst, ļauj efektīvi veidoties uzticamībai, reputācijai un savstarpējai kontrolei.

no sociālā kapitāla, kurš veidojas pienākumu un uzticēšanās formā; šīs attiecības ir vērtīgas tikai informācijas vieglai iegūšanai.

3) **Sociālās normas un efektīvas sankcijas.** Efektīvas normas mazina antisociālas rīcības iespējamību un atalgo prosociālu rīcību. Normas var indivīdiem likt mazināt savtīgumu un rīkoties tā, kā izdevīgi ir kolektīvam. Tas nozīmē, ka šis sociālā kapitāla veids ne tikai veicina noteiktas darbības, bet citas darbības ierobežo. Tādējādi šādas normas var ne tikai iegrožot deviantu uzvedību, bet arī stāties ceļā novatorismam, kura rezultāts var būt arī kolektīvs labums.<sup>90</sup> Vispārinātas (ģeneralizētas) normas ar rituāla palīdzību nodrošina motivējošu bāzi un indivīdu un sabiedrību mijiedarbībā ar laiku attīstās, raksta Rodžers Patalnijs (*Roger Patulny*), kurš uzskata, ka visraksturīgākā no normām ir uzticēšanās.<sup>91</sup>

Dž. Kolmanam ar P. Burdjē ir vairākas kopējas atziņas saistībā ar sociālo kapitālu, un viena no tām — sociālais kapitāls rada priekšrocības izglītībā. Tomēr atšķirībā no P. Burdjē, Dž. Kolmans sociālā kapitāla veidošanos nesaistīja ar kādu sociālo grupu rīcību, lai uzturētu dominēšanu pār citām. Turklāt viņš sociālā kapitāla veidošanos uzskatīja par lielākoties netīšu procesu, kurā indivīds pūles neiegulda apzināti — tas veidojas no aktivitātēm, kuras indivīds veic citu nolūku vadīts.<sup>92</sup> Sociālās struktūras, kas dara iespējamu normu un sankciju veidošanos, ne vienmēr darbojas tā cilvēka vai cilvēku grupas labā, kuru rīcībai pateicoties, šādas struktūras ir izveidojušās — tomēr tās dod labumu kopumā visai grupai. Darbība kādā pilsoniskā organizācijā sabiedrībai var dot lielāku labumu, nekā gūst indivīds, kas šajā organizācijā darbojas, un, ja indivīds organizāciju pamet, plašākai sabiedrībai no tā var celties plašāks negatīvs efekts, nekā konkrētajam indivīdam. Tas, ka primārais labums no sociālā kapitāla ir plašākai sabiedrībai, nevis pašam indivīdam, tas ir viens no iemesliem, kāpēc indivīdiem nav tik lielas intereses šajā jomā ieguldīt savus pūliņus. „Rezultāts ir tāds, ka vairuma sociālā kapitāla formu veidošanās vai iznīcināšana ir citu aktivitāšu blakusefekts,“ raksta Dž. Kolmans. Sabiedriskā labuma aspekts ir tas, kas sociālo kapitālu atšķir no citiem kapitāla veidiem.<sup>93</sup>

P. Burdjē sociālā kapitāla jēdzienu izmantoja, lai parādītu, kā elite lieto savus kontaktus, lai atražotu savas privilēģijas, turpretim Dž. Kolmans šī jēdziena lietojumu paplašināja un izmantoja arī pie elites nepiederošu grupu sociālo attiecību pētniecībai. Kā norāda Toms Šullers (*Tom Schuller*), Stīvens Barons (*Stephen Baron*) un Džons Fīlds (*John Field*), iespējams, tieši šī iemesla dēļ Roberts Patnams Dž. Kolmana grāmatu *Foundations of Social*

<sup>90</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

<sup>91</sup> Patulny, R. (2005). *Social capital and welfare: Dependency of division? Examining bridging trends by welfare regime, 1981 – 2000*. Sydney: Social Policy Research Centre. Retrieved April 14, 2012, from <http://unsworks.unsw.edu.au/fapi/datastream/unsworks:1960/SOURCE01>

<sup>92</sup> Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Belknap Press. P. 312.

<sup>93</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

*Theory* ir atzinis par sava sociālajam kapitālam veltītā darba *Making Democracy Work* centrālo avotu — šinī grāmatā viņš ar sociālā kapitāla un pilsoniskās līdzdalības klātbūtni vai tās trūkumu skaidroja Itālijas reģionu pārvaldes institūciju darbības veiksmīgumu un demokrātijas efektivitāti. R. Patnams pašlaik ir viszināmākais sociālā kapitāla pētnieks, un pateicoties viņam, arī pats jēdziens ir kļuvis pazīstams arī ārpus akadēmiskās jomas. Viņam ir bijusi nozīmīga loma padarot šo jēdzienu vispārēji pieejamu un politiski svarīgu.<sup>94</sup> Viņa pienesums sociālā kapitāla teorijas attīstīšanā ir tajā, ka viņš uz šo parādību sāka skatīties ne tikai kā uz indivīdiem, bet arī uz grupām piemītošu — šī perspektīva viņam ar sociālā kapitāla atšķirībām ļāva skaidrot to, kāpēc dažādos Itālijas reģionos demokrātija funkcionē efektīvāk nekā citos.<sup>95</sup> R. Patnama interpretācijā sociālais kapitāls ir cieši saistīts ar pilsonisko sabiedrību, tādējādi, pēc viņa domām, sociālais kapitāls tiek uzturēts un veidots, indivīdiem līdzdarbojoties brīvprātīgās, nevalstiskās organizācijās un aktivitātēs, kas saistītas ar uzticēšanos. No saviem empīriskajiem novērojumiem viņš secina, ka sociālais kapitāls ir nepieciešams efektīvas demokrātijas un ekonomiskās attīstības nodrošināšanai, kā arī atvieglo dzīvi indivīdiem. „Pilsoniskie savienojumi mums palīdz būs veselīgākiem, bagātākiem un gudrākiem,“ secina R. Patnams.<sup>96</sup>

R. Patnams sociālo kapitālu aplūko nevis šķiriskās kategorijās kā P. Burdjē un arī ne tikai grupu mijiedarbības līmenī kā Dž. Kolmans. Viņa izpratnē sociālais kapitāls var būt gan privāts, gan makrolīmeņa resurss, ko var aplūkot plašāku sabiedrības procesu griezumā. Indivīdi veido attiecības atbilstoši paši savām interesēm (priekšrocības nosaka ne tik daudz tas, vai mēs kaut ko zinām, bet gan tas, ka zinām pareizos cilvēkus). Tomēr sociālajam kapitālam ir arī plašāki efekti, jo indivīdu tīkli ietekmē arī plašākus sabiedrības tīklus. Tāpēc arī slikti iesaistīts indivīds var būt kādu labumu, dzīvojot sabiedrībā ar augstu kopējās iesaistītības līmeni. Turklāt tīkliem būtiski ir ne tikai kontakti, tīkliem ir vajadzīga savstarpējība (*reciprocity*), iesaistot zelta likumu: kā es tev, tā sagaidu, ka tu man, vai, vēl labāk, es šādi rīkojos, zinot, ka kāds man kaut kad kaut kā atlīdzinās.<sup>97</sup> Tādējādi sociālais kapitāls ir balstīts uz abpusējības normām un starppersonu uzticēšanos, tas ļauj veidot autonomas organizācijas, un šis process bieži vien notiek, izmantojot sociālos tīklus; sociālais kapitāls palielina šajos tīklos iesaistīto cilvēku kopēju darbību iespējas.

---

<sup>94</sup> Schuller, T., Baron, S., & Field, J. (2000). Social capital: A review and critique. In S. Baron, J. Field & T. Schuller (Eds.), *Social capital: Critical perspectives* (pp. 1–38). Oxford: Oxford University Press.

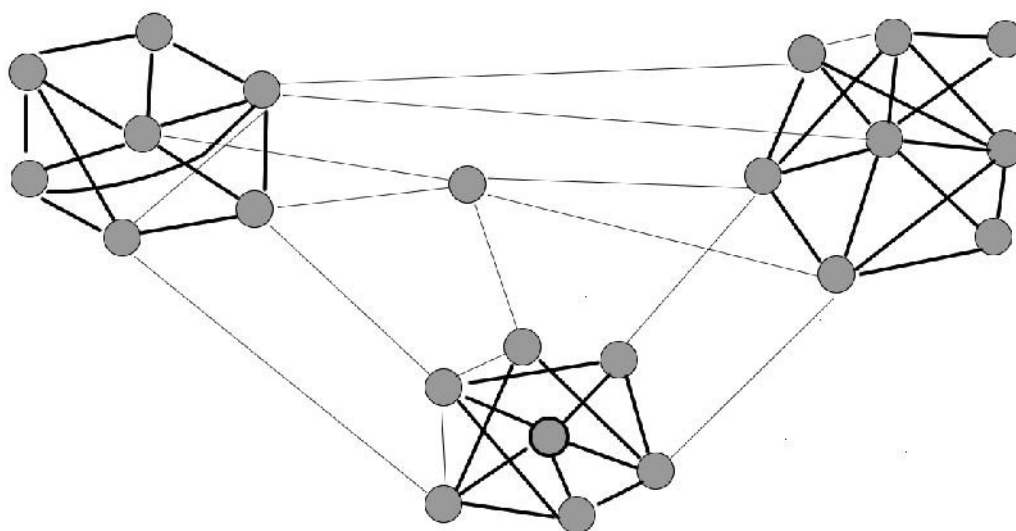
<sup>95</sup> Sk. Putnam, R. D. *Making democracy work*.

<sup>96</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. P. 287.

<sup>97</sup> Turpat. 20. – 21. lpp.

### 2.1.1. Savienošais un sasaistošais sociālais kapitāls

R. Patnams izšķir savienojošo (*bridging*) vai sasaistošo (*bonding*) sociālo kapitālu.<sup>98</sup> Sasaistošās saites indivīdus savieno pēc līdzīguma principa un veicina līdzīgu un saistīto grupu un indivīdu sadarbību un grupas homogenitāti. Tās ir vērstas uz iekšpusi un uz ekskluzīvām identitātēm. Šīs ir ciešās saites, kuru esamība definē piederību grupai, un šīs grupas var izslēgt no savām rindām indivīdus, kuri daļībai nekvalificējas. Turpretim savienojošās saites raksturo vājas saites, kontakti starp heterogēnām grupām. Šīs saites ir trauslākas, bet veicina sociālo iekļaušanu.<sup>99</sup> Šis saišu veids sniedz dažādām sabiedrības grupām lielākas iesaistīšanās iespējas un veicina pārmaiņas sabiedrībā,<sup>100</sup> turpretim sasaistošais sociālais kapitāls var būt vērsts uz naidīgumu pret ārgrupu.



**3. attēls.** Ciešās un vājās saites, kas savieno indivīdus grupās un starp grupām.

*Uz ciešo saišu pamata var veidoties sasaistošais sociālais kapitāls, bet uz vājo — savienojošais.*

Marks Granoveters (*Mark Granovetter*) savā klasiskajā publikācijā par „vājo saišu spēku“ rakstīja, ka vājās saites ir būtiski svarīgas indivīdu integrācijā kopienā, jo vājo saišu tīkls ļauj izplatīt informāciju ātrāk un lielākā sociālā attālumā, nodrošinot, ka tiek sasniegts lielāks skaits cilvēku, turpretim ciešās saites, kas kontaktus var ierobežot līdz nelielas grupas līmenim un nepieļaujot kontaktus ar citām grupām, var izraisīt sabiedrības fragmentāciju.<sup>101</sup> M. Granoveters secināja, ka vājās saites vairāk nekā ciešās indivīdiem palīdz, piemēram,

<sup>98</sup> Turpat. 22. – 24. lpp.

<sup>99</sup> Pēc M. Granovetera definīcijas, saites stiprumu veido laika, emocionālās intensitātes, intimitātes (savstarpējas uzticēšanās) un saitiraksturojošo abpusējo pakalpojumu apmēra kombinācija. Jāuzsver, ka viņš nošķir vājās saites no saitēm, kuras neeksistē; proti, par vājām saitēm nevar uzskatīt attiecības ar cilvēkiem, ar kuriem konkrētā indivīda mijiedarbība ir niecīga vai maznozīmīga. Tādējādi arī „draugi“ sociālo tīklu portālos automātiski nekļūst par vājām saitēm, arī vājo saišu, tāpat kā stipro saišu uzturēšanai un veidošanai ir nepieciešams ieguldīt resursus. Vājās saites ir, piemēram, izbijušas stiprās saites.

<sup>100</sup> Sk., piem.: Iyer, Sriya, Kitson, M., & Toh, B. (2005). Social capital, economic growth and regional development. *Regional Studies*, 39(8), 1015–1040.

<sup>101</sup> Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.

atrast darbu. Jēdziena „bezmēroga tīkli“ (*scale-free networks*) (sk. 5.2.5. nodaļu) autors Alberts Lāzlo Borobāši (*Albert-László Barabási*) gan norāda, ka indivīdi informāciju visbiežāk iegūst nevis no ciešajām saitēm, jo tās viņu saista ar cilvēku grupu, kuras rīcībā ir līdzīga informācija, un arī ne no vājām saitēm, jo ar indivīdiem, starp kuriem pastāv vājas saites, arī komunikācija nav intensīva un informāciju šādi ir grūtāk nodot. Tādējādi informācijas izplatīšanai efektīvākās ir vidēji ciešās saites.<sup>102</sup> Šādas saites shematiski ir attēlotas 2. attēlā. Tumšās līnijas norāda uz grupām, kas savienotas ar ciešām saitēm, bet gaišās — uz vājām saitēm, kas savieno indivīdus, kuri pieder atšķirīgām grupām.

Lai arī pastāv saistība starp augstu sociālā kapitāla līmeni un dažāda veida vēlamiem sociāliem apstākļiem — zemu noziedzības līmeni, ekonomisko labklājību, veselību un apmierinātību ar dzīvi, labiem rādītājiem izglītībā —, tomēr ciešajām saitēm ir arī negatīvi efekti. Iesaiste sociālajos tīklos ne tikai cilvēkam ļauj izpausties, veidot kontaktus ar citiem cilvēkiem, pilnveidot sociālās prasmes, sniegt un saņemt atbalstu, dot līdzekļus savas dzīves uzlabošanai, bet veicina arī dažādu aizspriedumu pret citādo un stigmatu izplatīšanos.<sup>103</sup> Tāpēc ir būtiski, lai līdz ar ciešajām saitēm indivīdiem būtu attīstīts arī vājo saišu tīkls, kas nodrošina piekļuvi daudzveidīgiem sociālajiem lokiem, no grupas iekšienē cirkulējošās informācijas atšķirīgai informācijai un jaunām idejām.

### **2.1.2. Sociālā kapitāla mazināšanās un iespējas to vairo**

R. Patnams, pētot tradicionālās kolektivitātes izpausmes ASV iedzīvotāju attieksmēs un uzvedībā, secina, ka sociālā kapitāla līmenis ASV kopš pagājušā gadsimta 60. gadiem ir būtiski samazinājies. Amerikāņi mazāk nekā agrāk aktīvi līdzdarbojas nevalstiskās organizācijās, reliģiskās kopienās, viņi mazāk laika pavada kopā ar draugiem, mazāk sporto, bet skatās sporta pārraides — R. Patnams raksta, ka cilvēki ASV pašlaik mazāk dara un vairāk skatās.<sup>104</sup> Tas notiek par spīti strauji augošajiem izglītības līmeņiem, kas cilvēkiem piešķir lielākas prasmes, resursus un intereses un tradicionāli ir bijuši pozitīvi saistīti par pilsonisko iesaisti.

Pēdējo gadu desmitu laikā visu veidu „politiskais nelaimīgums“ (*political unhappiness*) ir strauji palielinājies un, 30 gadu laikā amerikāņos aizvien vairāk attīstījies politiskais cinisms un norobežošanās no valdības un politikas. R. Patnams pieļauj, ka mūsdienu politikas „disfunkcionālais neglītums“ un lielu, neatvairāmu, kolektīvu projektu neesamība likusi

---

<sup>102</sup> Barabási, A. L. (2011). Introduction and keynote to A networked self. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 1–14). New York: Routledge.

<sup>103</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. Pp. 352–354.

<sup>104</sup> Turpat. 115. lpp.

cilvēkiem savu enerģiju novirzīt no konvencionālās politikas uz mazāk formāliem, vairāk brīvprātīgiem un efektīvākiem kanāliem.<sup>105</sup>

Kopumā var secināt, ka amerikāņi masveidīgi atsakās ne tikai no politiskās dzīves, bet arī no organizētas kopienas dzīves vispār, un kopienu dzīves decentralizējas. Proti, no lielām, institucionāli veidotām un pārvaldībām grupām ietekme pamazām pārplūst dažādās mazākās iniciatīvas un pašpalīdzības, pašrealizēšanās grupās — un to visu kopā var dēvēt par „mazo grupu kustību“, un tajā sava vieta ir arī datormediētajai komunikācijai un internetam.

R. Patnams norāda, ka šādas pašpalīdzības grupas savā ziņā aizstāj citas tuvās saites, kas mūsu fragmentētajā sabiedrībā ir zudušas, tādējādi kalpojot cilvēkiem, kas ir „atvienoti“ no vairāk konvencionālajiem sociālajiem tīkliem un kam trūkst pieejas sociālajam kapitālam.<sup>106</sup> Mūsdienās attīstās vai vismaz kritiski biedru skaitu nemazina tās grupas, kuru biedru starpā ir ne tikai simboliskas, bet reālas saites — ar reāliem cilvēkiem, tātad sociālais kapitāls. Organizācijas, kurās iesaiste ir tikai formāla — biedra karte, ikgadējie maksājumi — būtībā nevar runāt par biedriem, bet gan par atbalstītājiem vai donoriem, jo būt par organizācijas biedru nozīmē paust noteiktu nodošanās (*commitment*) līmeni.<sup>107</sup> Un tomēr R. Patnams norāda, ka viņa rīcībā nav liecību par to, ka pilsoņu līmeņa (*grassroots*) sociālās kustības pēdējos gadu desmitos būtu piesaistījušas vairāk dalībnieku nekā iepriekš — tomēr evaņģēliski konservatīvi noskaņoto vidū šī līmeņa aktivitātes pieaug.<sup>108</sup>

Tas, kas ar amerikāņu sabiedrību noticis — lielās grupas ar vietējām nodaļām, ilgām vēsturēm, daudziem mērķiem, dažādiem atbalstītājiem (*constituencies*) nomainās uz gaistošākām, viena mērķa organizācijām, mazākām grupām, kas ļauj gan viegli iesaistīties, gan viegli saites saraut.<sup>109</sup> Pilsoņu līmeņa grupas, kas agrāk ļaudis saveda kopā ar kaimiņiem — gan tiem, kam tie piekrīt, gan tiem, kam nepiekrīt, aizēno personāla vadītas interešu grupu mērķi, kas veidoti, lai pārstāvētu šaurākus „es“. Vietai piesaistītu sociālo kapitālu aizvieto uz funkciju balstīts sociālais kapitāls.<sup>110</sup>

R. Patnams gan sevi nepieskaita tiem, kurus māj nostalgija par vecajiem labajiem laikiem ar ciešajām saitēm un spēcīgajiem tīkliem. Tā vietā viņš izteic cerību, ka nākamajos gadu desmitos tiks atklāti veidi, kā mazināt viņa novērotās sabiedriskuma pagrimuma tendences un tiks atklātas jaunas biedrošanās un savstarpējuma formas, kas atbildīs laikmeta garam. Savukārt Maikls Šadsons (*Michael Schudson*) ir skeptisks par to, vai dalības mazināšanās pilsoniskajās institūcijās ir skaidra pazīme par „sociālās veselības“ pasliktināšanos. Viņš

---

<sup>105</sup> Turpat. 18. – 19. lpp

<sup>106</sup> Turpat. 151. lpp.

<sup>107</sup> Turpat. 158. – 159. lpp.

<sup>108</sup> Turpat. 166. lpp.

<sup>109</sup> Turpat. 184. lpp.

<sup>110</sup> Turpat. 184. lpp.



norāda, ka organizācijas solidaritātes mazināšanās ir reāls zaudējums, taču pie viena tā nozīmē indivīda brīvības palielināšanos, kas savukārt ir ieguvums, un, izvērtējot situāciju, ir jāņem vērā abi aspekti.<sup>111</sup>

### 2.1.3. Sociālā kapitāla teorijas kritika

Sociālā kapitāla jēdziens akadēmiskajā vidē ir izpelņījis arī dažādas kritiskas iebildes. Viens no kritiķiem ir Klods Fišers (*Claude Fischer*), kurš noraida sociālā kapitāla jēdziena nepieciešamību. Viņš raksta, ka ideja par sociālo tīklu un uzticēšanās normu sasaistīšanu kopā ir nepārliecinoša, turklāt, ja R. Patnams uzskata, ka sociālais kapitāls veicina produktivitāti, tad tas nevar būt vienīgais produktivitātes veicinātājs: šajos centienos indivīdam palīdz virkne dažādu citu faktoru — no laba izskata līdz veiksmei, taču šīs īpašības par kapitālu netiek sauktas. Turklāt sociālais kapitāls produktivitāti var arī traucēt — to var ietekmēt gan slikti draugi, gan pienākumi palīdzēt vecākiem, tā vietā, lai strādātu. K. Fišers uzskata, ka jēdziens „sociālais kapitāls” nav nepieciešams, jo tā vietā nav lietot skaidrākus un vienkāršākus jēdzienus — dalība, ģimene, sabiedriskums un uzticēšanās.<sup>112</sup>

K. Fišers norāda, ka R. Patnama grāmatā *Bowling Alone* ir analizēts plašs indivīdu rīcību spektrs — balsošana, piederība studentu klubiem, baznīcu apmeklēšana, bridža spēle, pusdienošana ģimenē, brīvprātīgais darbs un savas ticības cilvēcei atklāšana, kad par to jautā socioloģiskās aptaujas veicējs. Dati nerāda, ka cilvēki, kas kopumā iesaistās vienās no šīm aktivitātēm, iesaistās arī citās. Piemēram, indivīda uzticības līmenim citiem cilvēkiem nav būtiskas ietekmes tajā, vai viņš dodas balsot vēlēšanās. (Ir pētnieki, kuri šāda veida politisko aktivitāti nošķir no pārējām sociālā kapitāla dimensijām.) Arī situācija ar brīvprātīgo darbu neatbilst kopējai tendencei, kas atainota R. Patnama pētījumā — pēdējo gadu desmitu laikā iesaistīšanās brīvprātīgā darbā ir pieaugusi. Savukārt korelācija starp tikšanos ar kaimiņiem, draugiem un ir tuva nullei.

K. Fišers arī norāda, ka dažādu sabiedrisku aktivitāšu panīkumam var būt arī citi iemesli, nevis tikai sociālo saišu sairums. Piemēram, politiskās atsvešināšanās iemeslus var meklēt pašā politikā, politiskajā komunikācijā un tajā, kā politiku ataino mediji. Pagājušā gadsimta otrajā pusē mediju pētniecībā parādījās „video panīkuma” (*video malaise*) hipotēze, kas paredz: negatīvās politiskās ziņas un mediju satura patērēšana (*exposure to media*) ir veicina politisko cinismu. Citos pētījumos gan norādīts, ka nepastāv tieša saikne starp politisko ziņu skatīšanās un uzticēšanās samazināšanos valsts institūcijām, savukārt izklaides ziņu patēriņam varētu būt saistība ar uzticības kritumu, taču tikpat labi politisko cinismu var izraisīt dzīves standartu un ekonomiskās drošības palielināšanās, kas cilvēkos neveicina

<sup>111</sup> Schudson, M. (1998). *The good citizen: A history of American civic life*. New York: The Free Press. P. 307.

<sup>112</sup> Fischer, C.S. (2005). *Bowling alone: What's the score?* *Social Networks*, 27, 155 – 167.

pakļaušanos institūcijām — gan valdībai, gan medijiem; cits iemesls ir gaidu paaugstināšanās pret valsts institūcijām un to līderiem.<sup>113</sup> Savukārt indivīdu personiskā sabiedriskuma dinamikas rādītāju atbilstību R. Patnama tēzēm K. Fišers raksturo kā vāju un pretrunīgu. Viņš norāda, ka, lai arī amerikāņu iesaiste institūcijās ir mazinājusies, tomēr aizvien vairāk cilvēku iesaistās *ad hoc*.<sup>114</sup> Citiem vārdiem, pēc tā, ka mazāk cilvēku iesaistās tajās aktivitātēs, pēc kurām sociālo kapitālu mēra R. Patnams, nav iespējams secināt, vai indivīdi mazāk sabiedrisko, vai arī sabiedrisko, iesaistoties citās, mūsdienām atbilstošākās aktivitātēs, kuras socioloģiskajās aptaujās netiek fiksētas.

Cilvēki altruistiski biežāk ir individuāli, nevis kolektīvi, līdz ar to galvenā tēze varētu būt nevis, ka cilvēku iesaiste sociālajās institūcijās mazinās un ka cilvēki kļūst izolēti un vientuļi, bet gan viņu sociālās aktivitātes notiek privātākās sfērās — ģimenē, darbā, ar draugiem.<sup>115</sup> Var apgalvot, ka indivīdu pilsoniskās iesaistes izpausmes mainījušās, daļība tradicionālās institūcijās un ar sociālo kapitālu saistītās aktivitātēs mazinās, bet tas nenozīmē, ka šo aktivitāšu vietā nav nākušas citas, kuras socioloģiskajās aptaujās netiek fiksētas. Šādam viedoklim atbalstu sniedz arī B. Vellmana piedāvātais tīklotais individuālisms, kas nozīmē tādu sabiedrības modeli, kura pamatā vairs nav ne (1) dzīvošana homogēnās un ģeogrāfiski ierobežotā teritorijā izkaisītās grupās, kur cilvēkiem ir ciešas savstarpējas attiecības, kā tas ir raksturīgs tradicionālo kopienu modelim; ne arī (2) *glokalizētie* tīkli, kuri savieno lokāli un globāli izkliedētus mezglpunktus un kur tīkla daļībnieki ir apvienojušies čemuros, bet, atšķirībā no tradicionālā kopienu („mazo kastīšu“) modeļa, arī starp čemuriem pastāv savienojumi, savukārt kopēja fiziskā konteksta nozīme ir samazināta. Tīklotajā individuālismā cilvēki pārslēdzas *starp* dažādiem sociālajiem tīkliem, dažādām lomām vai identitātēm, var veidot savienojumus uz atsevišķu aktivitāšu vai lomu, nevis uz holistiskas personības pamata.<sup>116</sup> Ņemot vērā šādu interpretāciju, ir sagaidāms, ka tradicionālie rādītāji, kas tiek izmantoti sociālā kapitāla noteikšanai — tai skaitā bezsaistes kontakti ar draugiem un kaimiņiem, piederība bezsaistē balstītām pilsoniskām organizācijām — mūsdienu cilvēku attiecību, tīklu un lomu daudzveidību nespēj adekvāti fiksēt.

B. Vellmans raksta, ka Patnama un Fišera debates ir turpinājums 150 gadus senai sociālo zinātņu tradīcijai, kas aplūko kopš industriālās revolūcijas notiekošo kopienu sairšanu. Pētnieki pretstata tradicionālās kopienas — cieši saistītas, homogēnas, uz ģeogrāfisku

---

<sup>113</sup> Bennett, S. E., Rhine, S. L., Flickinger, R. S., & Bennett, L. L. M. (1999). “Video malaise” revisited: Public trust in the media and government. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(4), 8–23.

<sup>114</sup> Fischer, C.S. (2005). Bowling alone: What’s the score?

<sup>115</sup> Turpat.

<sup>116</sup> Wellman, (2002). Little boxes, glocalization, and networked individualism. In M. Tanabe, P. van den Besselaar & T. Ishida (Eds.), *Digital cities II: Computational and sociological approaches. Second Kyoto workshop on digital cities, Kyoto, Japan, October 18 – 20, 2001*. Revised Papers. (pp. 10–25). Springer: Tokyo.

tuvumu balstītas cilvēku grupas — ar mūsdienu kopienām, ko iezīmē vājākas saites, mazāk saistību un vairāk indivīda izvēles iespēju. Tiem pētniekiem, kas uzskata, ka kopiena ir zudusi, iebilst tie, kas uzskata: kopiena ir izgājusi cauri krasām pārmaiņām un cilvēki turpina socializēties, tomēr fiziski tuvo kaimiņu vietā tie kontaktējas ar ģeogrāfiski izklaidētiem cilvēkiem, un tehnoloģijas nevis izolē cilvēkus, bet ietekmē, kā tie sazinās, strādā un atpūšas.<sup>117</sup>

Džeimss Defilipiss (*James DeFilippis*) savukārt norāda, ka R. Patnama pieeja neskaidro, kāpēc laikā, kurā, pēc viņa paša stāstītā, sociālā kapitāla līmenis ir samazinājies gandrīz visās sfērās un skāris visu sociālo ekonomisko statusu pārstāvjus, pārtikušo un profesionāli veiksmīgo amerikāņu dzīves līmenis ir nemitīgi pieaudzis, un viņu bagātības līmenis pār ne tik turīgajiem ir krietni palielinājies. Citiem vārdiem, ja sociālā kapitāla līmenis kopš pagājušā gadsimta 60. gadiem samazinās, tad tam būtu bijis jāparādās arī sabiedrības ekonomiskajā attīstībā, taču tā tas nav noticis. „Ja Patnamam ir taisnība par sociālā kapitāla līmeņa samazinājumu, tad viņam nav taisnība par sociālā kapitāla lomu ekonomikas attīstībā,“ secina Defilipss.<sup>118</sup> Viņš uzskata, ka viena no fundamentālajām R. Patnama pieejas problēmām ir tāda, ka viņš sociālo kapitālu nesaista ar ekonomisko kapitālu. Nepietiek ar to, ka indivīdiem un grupām ir pieejami sociālie tīkli, kuros piekļūt sociālajam kapitālam, viņiem vienlaikus ir nepieciešams nodrošināt varu un kontroli pār ekonomisko kapitālu. Ja sociālais kapitāls netiek saistīts ar ekonomisko kapitālu, nevar sagaidīt, ka augsts sociālā kapitāla līmenis viens pats sniegs sabiedriski pozitīvos efektus.<sup>119</sup>

Neraugoties uz to, ka vairāki pētnieki apšaubā R. Patnama un citu pētnieku secinājumus par sociālā kapitāla pozitīvajiem efektiem vai tā līmeņa dinamiku, kā arī pašu sociālā kapitāla koncepciju, tas nemazina jēdziena lietojamību indivīdu sociālo resursu apmaiņas pētniecībā. Jēdzienam ir vājie aspekti, no kā daļu var mazināt ar atbilstošu tā piemērošanu empīrisku datu analīzei, turklāt nav sagaidāms, ka tik plaši izmantots un arī plaši saprasts jēdziens varētu būt nevainojams. Kā norāda T. Šullers, S. Barons un Dž. Fīlds, vairums kritikas ir saistīti nevis ar pašu sociālo kapitālu kā pētniecībā derīgu jēdzienu, bet gan ar sarežģīto un daudzpusīgo sociālās realitātes dabu.<sup>120</sup> Spriežot pēc popularitātes, sociālais kapitāls joprojām ir piemērota perspektīva, kas palīdz skaidrot ieguvumus, kādus indivīdi gūst, veidojot savienojumus ar citiem, un tas attiecas kā uz bezsaistes, tā tiešsaistes vidi.

---

<sup>117</sup> Quan-Haase, A., & Wellman B. How does the Internet affect social capital?

<sup>118</sup> DeFilippis, J. (2001). The myth of social capital in community development. *Housing Policy Debate*, 12(4), 781–806.

<sup>119</sup> Turpat.

<sup>120</sup> Schuller, T., Baron, S., & Field, J. Social capital.

## 2.2. Sociālais kapitāls tiešsaistē

Mediju lietojums (gan masu, gan grupu, gan indivīda) sniedz cilvēkiem piekļuvi informācijai, kas var ietekmēt viņu sociālo mijiedarbību un pilsonisko iesaisti. Mediji var palīdzēt veidot arī kopienas sajūtu, vairot sociālo saliedētību un pašefektivitāti. Arī tīmekļa lietošana nodrošina indivīdam virkni priekšrocību — piekļuvi informācijai un sociālajam atbalstam, mazinot tādas bezsaistes vides šķēršļus kā anonimitātes trūkums, laika un telpas ierobežojumi, demogrāfiskie faktori (dzimte, etniskā izcelsme, vecums, ienākumu līmenis). Pastāv arī vairāki faktori, kas kavē sociālā kapitāla veidošanos — informācijas pārbagātība, tās ticamības un akurātuma problēmas, ir iespējama saskarsme ar agresīviem lietotājiem.

R. Putnams uzsver, ka neviens cits sektors nākotnē sociālā kapitāla veidošanā nebūs tik ietekmīgs kā elektroniskie masu saziņas līdzekļi un it īpaši internets. Elektroniskā izklaide lielā mērā ir vainojama pie sociālo tīklu vājināšanās, taču tā tikpat labi var pārvērsties par sociālo tīklu veidotāju. Jaunie mediji ļauj nomainīt pasīvu sēdēšanu pie ekrāna uz aktīvu saistīšanos ar citiem pilsoņiem. Tīmekli var lietot, lai stiprinātu reālās dzīves kopienas, un tīmekļa attīstība nenozīmē reālās saziņas iznīkšanu par labu virtuālajai saziņai. Daudzas no tīmekļa komunikācijas problēmām — digitālā plaisa, metakomunikatīvā nabadzība, anonimitāte var tikt risinātas ar dažādu tehnoloģisku uzlabojumu palīdzību.<sup>121</sup>

Davans Šahs (*Dhavan Shah*), Maikls (*Michael Schmierbach*), Džošuā Hokinss (*Joshua Hawkins*), Rodolfo (*Rodolfo Espino*) un Džaneta Donovana (*Janet Donovan*) raksta, ka tiešsaistē pavadītajam laikam ir pozitīva saikne ar pilsoniskajām aktivitātēm un iesaistīšanos brīvprātīgajā darbā, kas savukārt veicina indivīda identificēšanos ar plašāku kopienu.<sup>122</sup> B. Vellmans, A. Kvana-Hāse, Dž. Vite un K. Hemptons secina, ka tiešsaistes aktivitātes papildina bezsaistes komunikāciju un tām nav ietekmes uz tradicionālo saziņas veidu izmantošanu, tomēr tīmekļa plašam lietojumam ir saistība ar iesaistīšanos pilsoniskās un brīvprātīgā darba organizācijās.<sup>123</sup> Vairāki autori ir secinājuši, ka tīmekļa lietojumam ir pozitīva ietekme uz sociālā kapitāla veidošanos. Piemēram, Patrīcija Drentī (*Patricia Drentea*) un Dženifera Morena-Krosa (*Jennifer Moren-Cross*), analizējot māšu izmantota tīmekļa foruma lietojumu, nodalījušas trīs komunikācijas veidus: emocionālo atbalstu, kas ir bijis dominējošais veids; instrumentālo atbalstu; kopienas veidošanos — visi trīs palīdz veidot un uzturēt sociālo kapitālu.<sup>124</sup> Arī Mohans Duta-Bergmanis (*Monah Dutta-Bergman*)

<sup>121</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. Pp. 410–411.

<sup>122</sup> Shah, D., Schmierbach, M., Hawkins, J., Espino, R., & Donovan, J. (2002). Nonrecursive models of Internet use and community engagement: Questioning whether time spent online erodes social capital. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(4), 964–987.

<sup>123</sup> Wellman, B., Quan-Haase, A., Witte, J., & Hampton, K.. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital?

<sup>124</sup> Drentea, P., & Moren-Cross, J. (2005). Social capital and social support on the Web: The case of an Internet mother site. *Sociology of Health & Illness*, 27(7), 920–943.

norāda, ka kopienas, kurās ir pieeja internetam, ir konstatējami augstāki iesaistīšanās līmeņi, apmierinātība ar kopienas dzīvi un līdzdalība dažādās organizācijās nekā tajās kopienās, kur piekļuves internetam nav.<sup>125</sup> N. Elisone, K. Lampe, Č. Steinfelds un Džesika Vitaka (*Jessica Vitak*) secinājuši, ka portāla *Facebook* lietojums studentu vidū ir saistīts ar augstāku sociālā kapitāla līmeni, turklāt ir pamats uzskatīt, ka starp šiem lielumiem pastāv kauzāla saikne.<sup>126</sup> Semjuels Bests (*Samuel Best*) un Braiens Krīgers (*Brian Krueger*) raksta, ka tiešsaistes mijiedarbības līmenis ar citiem cilvēkiem ir pozitīvi saistīts ar sociālā kapitāla indikatoriem, tādiem kā ģeneralizēto uzticēšanos.<sup>127</sup> Turpretī Džunghī Lī (*Junghee Lee*) un Hjūnžu Lī (*Hyunjoo Lee*), jebšu atzīst tīmekļa lietošanas saistītu ar cilvēku lielāku sabiedriskumu un augstākiem ģeneralizētu normu līmeni, tomēr norāda, ka sociālais kapitāls nav pilnībā atkarīgs tikai no iesaistīšanās tiešsaistes kopienā. Tiešsaistes kopienas savu tehnoloģisko iespēju dēļ var vairot indivīdu komunikācijas spējas, tomēr kopienas kvalitātei nemainīgi svarīga ir saziņa aci pret aci bezsaistē.<sup>128</sup> Tādējādi pētnieku novērojumi liek secināt, ka tīmeklis būs efektīvs un ietekmīgs komunikācijas līdzeklis tad, ja nepazaudēs saikni ar reālās dzīves komunikāciju, proti, nevis veidos jaunus, no reālās dzīves neatkarīgus sociālos tīklus, bet gan tos papildinās.

R. Patnams 2000. gadā par tīmekļa iespējām stiprināt indivīdu bezsaistes attiecības izteicās piesardzīgi optimistiski. Viņš rakstīja, ka datormediētā komunikācija labākajā gadījumā atļauj veidoties plašākiem, efektīvākiem tīkliem, un indivīdiem ļauj vairot savu „intelektuālo kapitālu“ — to nodrošina tas, ka dalīties informācijā ir kļuvis viegli. Cilvēki var efektīvāk sadarboties, pārvarot dažādus fiziskās pasaules radītos šķēršļus. Datormediētā komunikācija var palīdzēt lielām, blīvām (*dense*), taču plūstošām grupām, kas šķērso dažādas organizāciju vai ģeogrāfiskas robežas, aktīvāk iesaistot tos dalībniekus, kuru loma citkārt būtu perifēra.<sup>129</sup> Tīmeklī iespējams atrast tūkstošiem tūkstošu dažādu interešu kopu, forumu un citu vietņu, kas pulcē cilvēkus pēc interešu, nevis ģeogrāfiskā tuvuma principa, līdz ar to interneta sniegtās iespējas lieku reizi var uzlūkot par cerību laikmetā, kad indivīdu kopienas dzīve un iesaiste aizvien vairāk mazinās. Datormediētā komunikācija ir demokrātiskāka, proti, ar mazāku hierarhiju un atklātākiem viedokļiem. Tomēr vienlaikus tīmekļa pusanonimitāte un autoritāšu trūkums laupa šajā vidē teiktajam nozīmīgumu, neveicina vēlmi

<sup>125</sup> Dutta-Bergman, M. J. (2005). Access to the Internet in the context of community participation and community satisfaction. *New Media & Society*, 7(1), 89–109.

<sup>126</sup> Ellison, N. B., Lampe, C., Steinfeld, C., & Vitak, J. (2011). With a little help from my friends: How social network sites affect social capital processes. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 124–145). New York: Routledge.

<sup>127</sup> Best, S. J., & Krueger, B. S. (2006). Online interactions and social capital: Distinguishing between new and existing ties. *Social Science Computer Review*, 24(4), 395–410.

<sup>128</sup> Junghee L., & Hyunjoo L. (2010). The computer-mediated communication network: Exploring the linkage between the online community and social capital. *New Media & Society*, 12(5), 711–727.

<sup>129</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. P. 172.

izteikties pēc būtības un veidot kvalitatīvus un izsvērtus viedokļus. „Miljoniem cilvēku var izteikt savu viedokli ar viena klikšķa palīdzību, bet vai kāds klausās?“ retoriski vaicā R. Patnams.<sup>130</sup>

Turpretim Normans Nī (*Norman Nie*) par tīmekļa ietekmi uz sabiedriskumu gadsimta mijā rakstītā publikācijā bija skeptisks. Viņš raksta, ka lielu daļu 20. gadsimta sociālās vēstures veido stāsts par aizvien pieaugošo sabiedrības individualizāciju (viņš jēdzienu „individualizācija“, atšķirībā vēlīno modernitāti aprakstošajiem sociologiem lieto liberālisma ideoloģijas, nevis socioloģijas izpratnē) un kopienas un ģimenes saišu iziršanu, kā rezultāts ir tāds, ka zūd indivīdu sociālā atbalsta saites, kas kādreiz indivīdus savienoja ar ģimeni un kopieniem. Savienotības zudums ir netīšs tehnoloģisko pārmaiņu rezultāts: mobilitāte, ko iespējama padarīja dzelzceļš un automašīnas, arī padarīja iespējama suburbanizāciju un pilsētas dzīvojamo rajonu sociāli dezorientētās kopienas. Lidmašīnas, lielceļu sistēmas un tālrunis deva iespēju modernai korporācijai pastāvēt vairākās vietās un cilvēkiem kļuva nepieciešams darbaspēku pārceļt no vienas pilsētas uz citu. Nav nekas neparasts, ka cilvēki piedzimst un uzaug vienā kopienā, bet pieaugušā dzīvi dzīvo citā vai vairākās citās. Visām šīm pārmaiņām, pēc N. Nī domām, ir neparedzēti negatīvi efekti uz ģimenes saitēm, kas ilgst visu mūžu, paplašinātu ģimeni un draudzības saitēm. Radnieki mūsdienās bieži vien nav satiekami ik dienas, viņi vairs neveido atbalsta resursus un draugu grupas, kas pastāvētu mūža garumā.<sup>131</sup>

Taču citi pētnieki norāda, ka tiešsaistes saziņas mediju lietošana ir saistīta arī ar jaunu sabiedriskuma formu veidošanos, kas nav raksturīgas bezsaistei. Z. Papaharisi un Endrū Mendelsons (*Andrew Mendelson*) apraksta *Facebook* dominējošo lietošanas tipu, kura raksturojums ir pretrunā ar konvencionālo izpratni par sabiedriskumu kā aktivitāšu virzītu parādību. Tā vietā viņi novēroja pasivitātes un sabiedriskuma apvienojumu: lietotāji portālā labprāt viens ar otru sazinās, ja vien nav nepieciešams piecelties no „elektroniski mediētā dīvāna“ — šādi izpaužas statiska sociālā uzvedība, ko iespējama padara tiešsaistes tehnoloģijas. „Atbrīvotā stāvoklī, kurā ir sapludināta pasivitāte un sabiedriskums, sociālo tīklu vietnes lietotāji klejo pa sociālās mijiedarbības sfērām, lai sekotu līdzi cilvēkiem, ar kuriem viņi ir savienoti, un ar viņiem mijiedarbotos,“ raksta Z. Papaharisi un E. Mendelsons. Vienlaikus sociālo tīklu portāls šiem indivīdiem palīdz apmierināt gan tradicionālās mediētās, gan starppersonu komunikācijas vajadzības un vienlaikus paplašināt savus

---

<sup>130</sup> Turpat. 174. lpp.

<sup>131</sup> Nie, N. H., & Erbring, L. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420–435.

savienojumus ar citiem indivīdiem.<sup>132</sup> Taču arī šādas aktivitātes ļauj indivīdiem piekļūt sociālajam kapitālam.

Tiešsaistes kopienu un indivīdu mediju attīstība var būt ietekmējusi arī tradicionālo mediju lietojumu. Pastāv divi modeļi, kas skaidro tiešsaistes mediju un tradicionālo mediju attiecības — izstumšana un papildināšana. Izstumšanas modelis paredz, ka attiecības starp tradicionālu un jaunu mediju ir sāncensīgas, un tie viens otru var aizvietot. Auditorija izvēlas kādu no medijiem, izvērtējot, kurš no tiem vislabāk apmierina tās vajadzības, un, visticamāk, jaunais medijs, kas ir vecā medija funkcionālā alternatīva, ar laiku nomaina veco mediju. Piemēram, *Facebook* lietotājiem spēj apvienot gan ar tradicionālo, gan jauno mediju lietošanu saistītās vajadzības.<sup>133</sup> Turpretim papildināšanas modelis paredz, ka attiecības starp veco un jauno mediju ir savstarpēji papildinošas un ka interneta mediju lietojums papildina citu mediju lietojumu, kā to rāda arī pētījumi.<sup>134</sup> Tomēr mediju konverģences dēļ attiecības starp vecajiem un jaunajiem medijiem pētīt ir sarežģīti. Veco mediju audio, video un datu funkcijas tiek integrētas jaunos medijos, un pretrunīgie rezultāti par tradicionālo mediju lietojuma modeļiem tīmekļa lietojumā var būt atkarīgi no mediju lietojuma specifiskiem kontekstiem. Interneta lietotāji vienu tradicionālo mediju lietojumā var atšķirties no nelietotājiem, bet citu mediju lietojumā vai arī veco mediju lietojumā kopumā būtiskas atšķirības var nebūt.<sup>135</sup>

Sociālā kapitāla mērīšanā būtiski ir tādi komponenti kā sociālā mijiedarbība (saites starp cilvēkiem, sociālie tīkli, sociālais atbalsts), starppersonu uzticēšanās un normas. Turpmākajās lapās izklāstīšu pētījumus šajās jomās un galvenās pētnieku atziņas.

### **2.2.1. Savstarpējās saites, mijiedarbība un sociālais atbalsts**

Tīmekļa lietojuma ietekmei uz indivīdu sociālajām saitēm ir veltīts daudz pētījumu un to rezultāti rāda, ka tīmekļa lietošanai ir daudzveidīgi un arī pretrunīgi efekti.

Teorētiskajos un empīriskajos pētījumus par tīmekļa lietošanas efektiem ir sastopamas piecas galvenās hipotēzes.<sup>136</sup>

---

<sup>132</sup> Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications and social capital on Facebook. In S. Papathanassopoulos (Ed.), *Media perspectives for the 21st century* (pp. 212-230). New York: Routledge.

<sup>133</sup> Turpat.

<sup>134</sup> Lin, C. A. (2001). Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption. *Mass Communication & Society*, 4(1), 19–38.

<sup>135</sup> Junghee L., & Hyunjoon L. The computer-mediated communication network.

<sup>136</sup> Sk.: Lee, S. J. (2009). Online communication and adolescent social ties: Who benefits more from Internet use? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 509–531;

Tufekci, Z. (2010). Who acquires friends through social media and why? “Rich get richer” versus “Seek and ye shall find.” In *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*

- 1) tīmeklis vairo izolāciju: cilvēki tīmeklī izlieto laiku, ko varētu pavadīt ar draugiem un ģimeni;
- 2) kontaktu palielināšanās: tīmeklis palīdz uzturēt un veidot jaunus kontaktus;
- 3) „bagātie kļūst bagātāki“: tie, kam ir labas komunikācijas prasmes, uzlabo kontaktēšanos, bet tie, kam šādu prasmju nav, ieslīgst vēl lielākā izolācijā;
- 4) sociālā kompensācija: cilvēki, kas nespēj kvalitatīvi sazināties reālajā dzīvē, to spēj darīt tīmeklī.

Turpinājumā izklāstīšu pētnieku viedokļus un secinājumus, kas atbalsta kādu no šīm hipotēzēm.

### 2.2.1.1. Sociālā izolācija

Uzskats, ka tīmeklim ir negatīva ietekme uz cilvēku sociālajām saitēm, paredz, ka internets lietotājiem atņem laiku, ko tas varētu veltīt kontaktiem ar citiem cilvēkiem. Šī hipotēze radās pagājušā gadsimta 90. gados, kad pētnieki fiksēja sakarību starp tīmekļa lietojumu un komunikācijas samazinājumu. Viens no nozīmīgākajiem savulaik bija Roberta Krauta (*Robert Kraut*), Maikla Patersona (*Michael Patterson*), Vikijas Landmārkas (*Vicki Lundmark*), Sāras Kīsleres (*Sara Kiesler*) Traidasa Mukopadjaja (*Tridas Mukopadhyay*) un Viljama Šerlisa (*William Scherlis*) 90. gadu otrajā pusē veiktais pētījums, kurā viņš parādīja, ka plašs interneta lietojums ir saistīts ar samazinātu lokālo sociālo tīklu, kā arī palielinātu vientulību un nomāktību.<sup>137</sup> Šī pētījuma secinājumi ilgu laiku ir ietekmējuši publiskos priekšstatus par interneta lietošanas efektiem.

Pētnieki, kas rāda interneta lietojuma negatīvo ietekmi uz cilvēka sociālajām saitēm, pievēršas arī komunikācijas kvalitātei, norādot, ka indivīdi komunikāciju pa e-pastu uzskata par mazāk efektīvu līdzekli sociālo saišu nodibināšanai un uzturēšanai nekā reālās dzīves sarunas aci pret aci vai pa telefonu. Šo hipotēzi atbalsta empīriski pētījumi, kas rāda, ka tīmekļa komunikācija nevis papildina reālās dzīves saziņu, bet konkurē ar to<sup>138</sup> — interneta lietojuma pieaugums nozīmē, ka mazāk laika atliek citām aktivitātēm, un sociālās aktivitātes (gan darbā, gan mājās) pieder tām, uz kuru rēķina internetam atvēlētais laiks pieaug.<sup>139</sup> Cītu

---

(*ICWSM 2010*) (pp. 170 – 177). Menlo Park, CA: AAAI Press. Retrieved September 12, 2010, from: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/view/1525>

<sup>137</sup> Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist* 53(9), 1017–1031.

<sup>138</sup> Nie, N. H. & Hillygus, D. S. (2002). The impact of Internet use on sociability: Time-diary findings. *IT&Society*, 1(1), 1–20.

<sup>139</sup> Nie, N. H., & Erbring, L.. Sociability, interpersonal relations, and the Internet.



pētījumu rezultāti ir rādījuši, ka, lai gan interneta lietojumam ir pozitīva korelācija ar sociālā atbalsta iegūšanu, tomēr ir negatīva korelācija ar dzīves kvalitāti.<sup>140</sup>

N. Nī un Lucs Erbrings (*Lutz Erbring*) kritizē pētījumus, kuri parāda, ka interneta lietotāji ir sabiedriskāki nekā nelietotāji. Viņi, ka atšķirības starp lietotājiem un nelietotājiem ir digitālās plaisas izpausme: interneta lietotājiem ir labāka izglītība, lielāki ienākumi un arī citās jomās to socioekonomiskais statuss ir augstāks, turklāt interneta lietotāji vidēji ir jaunāki nekā nelietotāji. Sociālajai grupai, kurā ietilpst interneta lietotāji, pašai par sevi ir raksturīgi plašāki un ciešāki sociālie tīkli, tādējādi nav pamata teikt, ka lielāks sabiedriskums ir tīmekļa lietošanas efekts.<sup>141</sup>

Šos apgalvojumus var kritizēt, jo tas, ka laiks tiek veltīts ne tikai saišu uzturēšanai, bet citām aktivitātēm, uzreiz nenozīmē, ka mazinās arī kopā pavadītā laika kvalitāte. Un, lai gan pēc šīs hipotēzes, tiešsaistes komunikācija ir mazāk vērtīgs saziņas veids kā reālās dzīves komunikācija, tomēr tas neizslēdz, ka tīmekļa saziņa reālās dzīves komunikāciju var papildināt, nevis atņemt tai veltīto uzmanību. To parāda piemēram, tīmekļa lietojums, lai uzturētu kontaktus ar cilvēkiem, kas atrodas fiziski tālu vai kādu citu iemeslu dēļ nav sastopami reālajā dzīvē.

### **2.2.1.2. Kontaktu palielināšanās**

Kontaktu palielinātās hipotēze paredz, ka indivīdi lieto tīmekli, lai uzturētu savas sociālās saites un veidotu jaunas, tie var veidot un paplašināt tīklus un kļūt tuvāki cits citam. Šīs nostājas pamatā ir atziņa, ka tīmekļa medijiem ir mijiedarbības potenciāls, kas ļauj mazināt laika un telpas barjeras. Citas šīs mijiedarbības īpašības, piemēram, iespēja palikt anonīmam, var veicināt to, ka cilvēki veido jaunas un daudzveidīgas attiecības.

Pjū pētniecības centra (*Pew Research Center*) *Internet and American Life Project* 2005. gadā publicētajā pētījumā uzsvērts, ka tīmeklim un e-pastam ir būtiska loma cilvēku izklaidēto tīklu uzturēšanā. Jo vairāk cilvēki redzas reālajā dzīvē un runā pa tālruni, jo vairāk tie izmanto internetu. Interneta lietotājiem ir lielāki sociālie tīkli nekā nelietotājiem. Vidējam amerikānim, kas lieto tīmekli, tuvajā sociālajā tīklā ir 37 cilvēki, bet tam, kas nelieto — 30. 34% respondentu, kam tika vaicāts par kādu no pieciem izlemšanas jautājumiem, sacīja, ka tīmeklis tiem ir palīdzējis saņemt padomu un atbalstu no citiem cilvēkiem. 28% respondentu sacīja, ka internets tiem ir palīdzējis kontaktēties ar speciālistiem vai profesionāļu servisiem, un aptaujas veidotāji norāda, ka šis skaitlis parāda, cik liela loma tīmeklim ir cilvēku savienošanā ar citiem cilvēkiem lēmumu ieņemšanas laikā. 30% respondentu atbildēja, ka

---

<sup>140</sup> Leung, L., & Lee, P. S. N. (2005). Multiple determinants of life quality: The roles of Internet activities, use of new media, social support, and leisure activities. *Telematics and Informatics*, 22(3), 161–180.

<sup>141</sup> Nie, N. H., & Erbring, L. Sociability, interpersonal relations, and the Internet.

tīmeklī ir atraduši informāciju, kas pirms lēmuma pieņemšanas ļāvusi salīdzināt dažādas iespējas. Visbiežāk šādas iespējas ir izmantojuši cilvēki, kuri ir iegādājušies automobili.<sup>142</sup>

Arī citā Pjū centra pētījumā uzsvērts, ka interneta efekts vairumam lietotāju ir pretējs sociālajai izolācijai: ziņojuma autori Lī Reinī (*Lee Rainie*), Amanda Lenhārta (*Amanda Lenhart*), Sūzana Foksa (*Susannah Fox*), Toms Spūners (*Tom Spooner*) un Džons Harigens (*John Horrigan*) raksta, ka lielākā daļa aptaujāto cilvēku ar tīmekļa un e-pasta lietojuma palīdzību ir uzlabojuši savas sociālās attiecības un paplašinājuši savus sociālos tīklus. Tīmekļa lietotājiem ir spēcīgāki sociālie tīkli nekā nelietotājiem, un respondenti, kuri biežāk lieto e-pastu, atzīst, ka ir uzlabojušās viņu saites ar tuviniekiem. Ziņojumā tika norādīts, ka interneta nelietotājiem ir krietni mazāk cilvēku, ar ko parunāt nekā lietotājiem, vairāk lietotāju nekā nelietotāju bieži dodas ciemos un viņiem biežāk nekā nelietotājiem ir pieejams cilvēks, kam lūgt palīdzību.<sup>143</sup>

Citu pētījumu rezultāti rāda, ka cilvēki, kuri sākuši lietot tīmekli, arī vairāk laika pavada ar ģimeni, viņiem ir lielāki gan tuvo cilvēku tīkli, gan paziņu tīkli. Mairons Orlīns (*Myron Orleans*) un Mārgareta Leinija (*Margaret Laney*) norāda, ka bērnu interpersonālās dzīves un datoraktivitātes viens otru pastiprina.<sup>144</sup> Luisa Leuna (*Louis Leung*) un Pola Lī (*Paul Lee*) pētījumā par interneta saistību ar dzīves kvalitāti tīmekļa lietojums sabiedriskumam (*sociability*), izpriecu un informācijas meklēšanai, kā arī jauno mediju lietojums pozitīvi korelē ar dažādām sociālā atbalsta dimensijām.<sup>145</sup>

Mūsdienās daudzi pētnieki uzsver, ka tīmeklis darbojas kā bezsaistes komunikācijas papildinājums, tas nozīmē, ka tīmekļa lietojums vieglāk pastiprina jau esošās saites nekā rada jaunas — bezsaistes komunikācija stimulē tiešsaistes komunikāciju, nevis otrādi. Tas nozīmē, ka sociālie tīkli, kas iepriekš bijuši balstīti fiziskā telpā, tagad tiek veidoti tiešsaistē un pārveido sociālās attiecības starp indivīdiem. Indivīdi izmanto interneta rīkus, lai radītu, uzturētu un paplašinātu sociālās attiecības, kas pārsniedz lokālo tīklu, un uzlabo savas komunikācijas spējas, pievienojot tīmekli tādiem saziņas kanāliem un veidiem kā tālrunim un tiešajai komunikācijai aci pret aci.<sup>146</sup> Tiešsaistes sociālā telpa tādējādi nodrošina tikai vēl vienu saziņas iespēju.

---

<sup>142</sup> Rainie, L., Horrigan, J., Wellman, B., & Boase, J. (2006). The strength of Internet ties. *Pew Internet and American Life Project*. Retrieved December 29, 2009, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2006/The-Strength-of-Internet-Ties.aspx>

<sup>143</sup> Rainie, L., Lenhart, A., Fox, S., Spooner, T., & Horrigan, J. (2000). Tracking online life: How women use the Internet to cultivate relationships with family and friends. *The Pew Internet and American Life Project*. Retrieved January 10, 2010, from <http://pewinternet.org/Reports/2000/Tracking-Online-Life.aspx>

<sup>144</sup> Orleans, M., & Laney, M. (2000). Children's computer use in the home: Isolation or sociation? *Social Science Computer Review*, 1(18), 56–72.

<sup>145</sup> Sk.: Leung, L., & Lee, P. S. N. Multiple determinants of life quality.

<sup>146</sup> Quan-Haase, A., & Wellman B. How does the Internet affect social capital?

### 2.2.1.3. Sociālā kumulācija

Hipotēzi, ka tie lietotāji, kuriem ir pārsvars pār citiem, izmantojot tiešsaistes komunikācijas līdzekļus, šo pārsvaru vēl vairāk palielina, 2002. gadā attīstīja R. Krauts, S. Kīslere, Bonka Boneva (*Bonka Boneva*), Džonatons Kamingss (*Jonathon Cummings*), Vikija Helgesone (*Vicki Helgeson*) un Anne Kroforde (*Anne Crawford*), pārvērtējot 1998. gada pētījuma rezultātus. Viņi secināja, ka interneta lietojumam ir pozitīva ietekme uz komunikāciju, sociālo iesaistītību, pašapziņu un labklājību, samazinātu vientulību, tomēr šis efekts ir novērojams ekstravertiem cilvēkiem, kuriem arī bez interneta lietošanas ir daudz iespēju veidot un uzturēt kontaktus un iegūt sociālo atbalstu.<sup>147</sup> Šādi izpaužas tas interneta lietošanas kumulācijas efekts jeb „bagātie kļūst bagātāki“. Arī Jans van Deiks (*Jan van Dijk*) domā, ka tīmekļa lietojuma iznākums ir atkarīgs no indivīda spējām veidot sociālo kapitālu — tiem, kam ir kontakti un kas sevi labi parāda iesaistoties dažādās kopienās reālajā dzīvē, internets to ļauj darīt vēl efektīvāk, turpretim tie, kas ir sociāli izolēti, tie savu izolāciju var padarīt vēl dziļāku.<sup>148</sup>

Mārtens Selfhouts (*Maarten Selfhout*), Sūzana Branje (*Susan Branje*), M. Deslings (*T. Desling*), Toms ter Bogts (*Tom ter Bogt*) un Vims Mēuss (*Wim Meeus*) raksta, ka jauniešiem, kuri uztver savu draudzību kvalitāti kā sliktu, tīmekļa lietojums saziņai ir saistīts ar samazinātu nomāktības līmeni, savukārt lietojums ar komunikāciju nesaistītām aktivitātēm saistīts ar padziļinātu nomāktību un sociālo nedrošību (*anxiety*). Tas nozīmē, ka ar saziņu nesaistītas tīmekļa aktivitātes veicina efektu „nabagie kļūst nabagāki“ nomāktības un sociālās nedrošības sajūtas ziņā, turpretim tīmekļa lietojums saziņai ir saistāms ar sociālo kompensāciju nomāktības ziņā.<sup>149</sup>

Pētījumi par indivīdu sabiedriskumu rāda, ka sievietēm kopumā ir vairāk sociālu saišu nekā vīriešiem,<sup>150</sup> turklāt sievietes arī vairāk lieto sociālos medijus nekā vīrieši,<sup>151</sup> tomēr pētījumi neapliecina, ka tiešsaistē pastāv dzimtes attiecību plaisa un dzimte nav nozīmīgs mainīgais lielums, kas noteiktu sabiedriskumu. Tas nozīmē vai nu to, ka dzimtes atšķirības

---

<sup>147</sup> Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49–74.

<sup>148</sup> Van Dijk, J. A. G. M. (2006). *The network society: Social aspects of new media* (2nd ed.). London: Sage Publications. P. 169.

<sup>149</sup> Selfhout, M. H., Branje, S. J., Delsing, M., Bogt, T. F., & Meeus, W. H. (2009). Different types of Internet use, depression, and social anxiety: The role of perceived friendship quality. *Journal of Adolescence*, 32(4), 819–833.

<sup>150</sup> Tufekci, Z. (2008). Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 28, 20–36. Retrieved May 3 2011, from <http://userpages.umbc.edu/~zeynep/papers/ZeynepCanYouSeeMeNowBSTS.pdf>.

<sup>151</sup> Thelwall, M. (2008). Social networks, gender, and friending: An analysis of MySpace member profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59, 1321–1330.

sabiedriskumā konkrētajā pētāmajā (koledžas studentu) kopumā ir mazas, vai arī, ka tīmekļa lietošana šīs atšķirības ir novērsusi.<sup>152</sup>

#### **2.2.1.4. Sociālā kompensācija**

Sociālās kompensācijas pieeja paredz, ka internets var palīdzēt cilvēkiem, kam bezsaistē ir grūtības sazināties un uzturēt attiecības, vai arī kuriem konkrētajā situācijā citādi nebūtu iespējams piekļūt informācijai un kontaktēties ar citiem cilvēkiem. Tiešsaistes komunikācijas iezīmes — fiziskā kontakta un audiovizuālo norāžu trūkums, orientācija uz saziņu teksta veidā var ļaut cilvēkiem sevi brīvāk parādīt un veidot jaunas attiecības. Šādu procesu sekas ir sociālo tīklu palielināšanās, vientulības un nomāktības mazināšanās.

Sociālās kompensācijas hipotēzi atbalsta pētījumi, kuru rezultāti rāda, ka cilvēki, kuriem ir mazāk sociālā atbalsta (*social support*) tīmekli biežāk lieto izklaidei un lai aizmirstos un lai satiktu cilvēkus, un cilvēku satikšanai internetu lieto arī tie, kuriem ir mazi sociālie tīkli.<sup>153</sup> Arī Silvija Sēderstrēma (*Sylvia Söderström*) raksta, ka tiešsaistes komunikācijas līdzekļi palīdz jauniešiem invalīdiem, kuru tiešsaistes aktivitātes veicina kontaktus arī bezsaistē, un, piemēram, kopēja spēļu spēlēšana kļūst arī par vienu no centrālajiem sarunu tematiem bezsaistē. Tiešsaistes aktivitātēs daļai jauniešu ar īpašām vajadzībām viņu veselības problēmas nav būtiskas, tā vietā tās ļauj atklāt līdzības starp jauniešiem, kuri ir invalīdi, un kuriem veselības problēmu nav, nevis atšķirības.<sup>154</sup>

#### **2.2.1.5. Secinājumi par tiešsaistes sabiedriskuma debatēm**

Pētījumi par interneta ietekmi uz indivīdu sociālajām saitēm sniedz savstarpēji pretrunīgus datus, kas parāda, ka efektu mērīšana ir ne tikai sarežģīta, bet arī idejiski problemātiska, ko mēģina izdarīt secinājumus par vienu — turklāt nekonkrēta — mainīgā lieluma ietekmi uz indivīdiem.

Būtiska kļūda, ko pieļauj pētnieki, kas mēģina noskaidrot interneta lietojuma ietekmi, ir tāda, ka tie internetu uzskata par vienotu jomu, kura ietekmē indivīdus ar pašu lietošanas faktu, nevis ar lietojumu noteiktā veidā vai noteiktām aktivitātēm. Interneta lietojuma padarīšana par neatkarīgo mainīgo lielumu ir atgriešanās pie tiešo efektu modeļa, kas mediju pētījumos tika lietots pagājušā gadsimta 30. un 40. gados, taču tika atmests, izstrādājot kompleksākus un netiešu efektu modeļus.<sup>155</sup> Laiks, kas pavadīts, izmantojot mediju, nenozīmē, ka medijs tiek izmantots vienā un tanī pašā veidā. Līdz ar to ir pamats skepsei par

<sup>152</sup> Tufekci, Z. Who acquires friends through social media and why?

<sup>153</sup> Bessière, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. (2008). Effects of Internet use and social resources on changes in depression. *Information, Communication and Society*, 11(1), 47–70.

<sup>154</sup> Söderström, S. (2009). Offline social ties and online use of computers: A study of disabled youth. *New Media & Society*, 11(5), 709–727.

<sup>155</sup> Jung, J., Qiu, J. L., & Kim, Y. (2001). Internet connectedness and inequality: Beyond the “divide.” *Communication Research*, 28(4), 507–535.

pētījumiem, kuros mēģināts saistīt laiku, kas tiek pavadīts tiešsaistē, ar noteiktiem vieniem un tiem pašiem vai dominējošiem efektiem. Efektus, visticamāk, vairāk noteic tas, kā tīmeklis tiek lietots — kontaktu uzturēšanai ar draugiem, finanšu pārvaldībai, biļešu rezervācijai, iepirkumiem, mūzikai, ziņām un daudzām citām iespējamām aktivitātēm, un būtiska nozīme būs arī tam, kā indivīds pratīs tiešsaistes iespējas izmantot un kā konvertēt vai attīstīt savas saziņas prasmes komunikācijai tiešsaistē. Taču līdzīgi kā tālrunim un televīzijai, arī internets pats par sevi neizraisa, un pētniekiem šādu pētījumu virzienu vietā būtu jāanalizē, ar ko atšķiras sociālās identitātes, sociālās mijiedarbības un attiecību veidošanās tiešsaistē no šādiem pašiem procesiem bezsaistē, norāda Katelīna Makkīna (*Katelyn McKenna*) un Džons Bārdžs (*John Bargh*).<sup>156</sup> K. Makkīna un Gvendolīna Sīdmana (*Gwendolyn Seidman*), apkopojot šiem jautājumiem veltītu pētījumu secinājumus, atzīst, ka komunikācijai elektroniski ir tikpat maz „galveno efektu“ kā komunikācijai tiešsaistē: „Tiešsaistes mijiedarbība var būt tikpat bagātīga un daudzveidīga kā tradicionālās mijiedarbības; procesi, kas rada šādus iznākumus var būt tikpat kompleksi un dažādu ietekmju noteikti kā procesi, kas notiek tradicionālajās mijiedarbības telpās.“<sup>157</sup>

Interneta sabiedriskuma efektu pētnieki reti ņem vērā lietotāju motivāciju. Tīmeklis ir bagātīga un elastīga mediju vide, un nevar sagaidīt, lai tai būtu vienots efekts uz sabiedrību, un arī tā lietojuma ietekme uz dažādiem cilvēkiem ir atšķirīga.<sup>158</sup> Līdz ar to liela ietekme tam, kāds ir tīmekļa lietojuma efekts uz indivīdu, ir paša lietotāja pārliecība par tiešsaistes vides iespēju veicināt attiecību veidošanos. Tāpēc Zeinepa Tufekci (*Zeynep Tufekci*) piedāvā vēl vienu hipotēzi: „Meklē, un tu atradīsi.“ Šis modelis pieņem, ka cilvēki tiešsaistes attiecības var uztvert gan par īstām, gan „neīstām“, kas nevar aizstāt saziņu aci pret aci. Turklāt, nevar sagaidīt, ka cilvēki, kas interneta attiecības uzskata par neīstām, tajās vienkārši neiesaistītos — kā norāda, vismaz uz jauniešiem tas neattiecas, jo viņiem sociālo mediju lietojums būtībā ir norma.<sup>159</sup> Tiešsaistē jaunus draugus iegūst tie, kuri uzskata, ka tas ir iespējams, kā arī iegulda laiku, darbojoties sociālajos medijos. Viņa noraida pieņēmumus, ka attiecību veidošanā internetā veiksmīgāki ir tie, kas ir komunikablāki bezsaistē, un nepiekrīt arī sociālās kompensācijas pieejai, kas paredz, ka lielākas iespējas attiecības internetā veidot

---

<sup>156</sup> McKenna, K., & Bargh, J. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75.

<sup>157</sup> McKenna, K., & Seidman, G. (2005). You, me, and we: Interpersonal processes in electronic groups. In Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *The social net: Understanding human behavior in cyberspace* (pp. 191–218). Oxford: Oxford University Press.

<sup>158</sup> Tufekci, Z. (2008). Grooming, gossip, Facebook and Myspace. *Information, Communication & Society*, 11(4), 544–564.

<sup>159</sup> Turpat.

ir tiem, kam ir problēmas ar komunikāciju bezsaistē. Viņaspārīt, draugu atrašana internetā ir pareģojums, kas pats piepildās: tie, kas tic, ka tas ir iespējams, draugus atrod.<sup>160</sup>

Ir pamats domāt, ka tīmekļa lietojumam ir sociālo tīklu stiprināšanas un paplašināšanas potenciāls. Pēdējos gados tapušos pētījumos ir tendence tīmekļa lietojumu saistīt ar sociāli iesaistošiem, nevis izolējošiem efektiem. To vismaz daļēji noteic arī tīmekļa attīstība: nozīmīgi pētījumi, kas parādīja sociālās izolācijas tendences, tika veikti 90. gados, kad interneta saziņas rīki nebija tik ļoti attīstīti kā patlaban. Sociālo tīklu portāli ir vieni no populārākajām tīmekļa vietnēm gan Latvijā, gan citur pasaulē, un, ņemot vērā pēdējos gados dominējošos novērojumus par to, kā indivīdi šīs vietnes iesaista savās sociālajās aktivitātēs,<sup>161</sup> uzmanība ir vēršama nevis uz to, *vai* šādās vietnēs sabiedriskums var veidoties, bet gan *kā* tas veidojas un kas šos procesus ietekmē.

### 2.2.2. Normas un uzticēšanās

Kā jau iepriekš minēts, uzticēšanās tiek uzskatīta par nozīmīgāko no normām. Uzticēšanās ir saistīta ar indivīda uztveri par to cilvēku godīgumu un uzticamību, ar kuriem viņi mijiedarbojas tiešsaistes vidē. Tai ir divi paveidi — ģeneralizētā uzticēšanās un partikularizētā uzticēšanās. Ģeneralizētā uzticēšanās ir saistīta ar uzticēšanos svešiniekiem, tā ir emocionāli normatīva uzticēšanās, uzticēšanās morāli altruistiskā izpratnē, ārpus racionālajiem apsvērumiem. Partikularizētā uzticēšanās turpretim ir racionāla uzticēšanās, kas ir saistīta ar indivīda gaidām par sankcijām vai atalgojumiem no uzticēšanās konkrētajiem cilvēkiem un saistīšanās ar tiem.<sup>162</sup>

Pjotrs Štompka (*Piotr Sztompka*) raksta, ka vislielākā iespēja veidoties uzticēšanās sajūtai ir tuvības, intimitātes un pazīstamības (*familiarity*) apstākļos,<sup>163</sup> bet tanī pašā laikā viņš norāda, ka tiešsaiste ir „joma, kurā īpaši spēcīgi parādās anonimitātes dilemmas, kas ierobežo uzticēšanos“.<sup>164</sup> Tomēr neskatoties uz anonimitātes vai pseidonimitātes stāvokli, neverbālo mājienu trūkumu, auditorijas neredzamību (vai samazinātu redzamību) un citām tiešsaistes vides īpatnībām, uzticēšanās šajā vidē ir iespējama, jo tiešsaistes saziņas trūkumi — iespēja citus maldināt, uzvedības kontroles mehānismu trūkums, nereālistiska sevis izrādīšana, lielās gaidas citam par citu — vienlaikus ir nodrošina tiešsaistes saziņai lielākas iespējas: cilvēki atļaujas būt personiskāki un atklātāki, precīzāk var konstruēt vēstījumus, ignorēt dažādas

<sup>160</sup> Tufekci, Z. Who acquires friends through social media and why?

<sup>161</sup> Papacharissi, Z., & Mendelson, A. Toward a new(er) sociability.

<sup>162</sup> Patulny, R. *Social capital and welfare*.

<sup>163</sup> Sztompka, P. (1999). *Trust: A sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 81.

<sup>164</sup> Turpat. 82. lpp.

savas personiskās izpausmes vai fiziskos šķēršļus, kas citkārt traucētu saziņai.<sup>165</sup> Pētnieki ir novērtējuši arī šīs pašatklāšanās pozitīvo lomu tiešsaistes komunikācijas veicināšanā.

Tiešsaistes kopienās lietotāji veido un nostiprina savu reputāciju ar saviem līdzšinējiem darbiem, nepieciešamība reģistrēties vairo iespēju, ka lietotājs darbosies ar vienu un to pašu lietotāja vārdu, un ir iespējams piekļūt datiem par lietotāja līdzšinējām aktivitātēm. Tiešsaistes vides nosacītais publiskums nodrošina zināmu lietotāju savstarpējas uzraudzības līmeni, un informācija par nevēlamu rīcību šajos tīklos izplatās ātri. Kā secinājušas P. Drentī un Dž. Morena-Krosa, tiešsaistes foruma dalībnieki ar laiku „iepazīst” viens otru un izveido emocionālās saites, tādējādi vairojot uzticēšanos. Viņas pētījuma gadījumā par māšu atbalsta forumu uzticēšanos veicinošs elements ir arī dalībnieku grupas homogenitāte. Turklāt uzticēšanās arī nav absolūta, un foruma dalībnieki citu cilvēku padomiem akli netic.<sup>166</sup>

Džungħi L. un Hjunžū L., apkopojot tiešsaistes aptaujas datus, secinājušas, ka tiešsaistes rīku lietotājiem raksturīgs augstāks ģeneralizētu normu līmenis kā nelietotājiem.<sup>167</sup> Tiešsaistes kopienu lietotāji, salīdzinājumā ar nelietotājiem, ir vairāk tendēti uzskatīt, ka cilvēki kopumā ir uzticami, izpalīdzīgi un godīgi. Tas savukārt rāda, ka tiešsaistes kopienu lietotājiem ir kopējas sadarbības un pienākumu normas, viņi ir attīstījuši savstarpēju sapratni savā starpā, un viņi arī gūst reālu labumu no citiem kopienas biedriem, tai skaitā komunikatīvo, informatīvo un emocionālo atbalstu. Taču pastāv arī viedoklis, ka aktivitātēm tiešsaistes kopienās var nebūt būtiskas ietekmes uz sociālo kapitālu — lai arī interneta lietotājiem ir labākas attiecības ar citiem cilvēkiem nekā nelietotājiem, starppersonu uzticēšanās vai apmierinātība ar dzīvi statistiski nav saistīta ar tiešsaistes kopienas lietošanu.<sup>168</sup> Šāds rezultāts skaidrojams ar to, ka daudzām tiešsaistes aktivitātēm — e-pastu saņemšanai un sūtīšanai, informācijas meklēšanai, personisko uzskatu izteikšanai un iepirkumiem uzticēšanās ir vai nu mazsvarīga, vai arī nav svarīga nemaz.<sup>169</sup>

Fernanda Vīgasa (*Fernanda Viégas*) raksta, ka blogu autoru sociālās normas ir kopienā situatīvi radītas, pakļaušanās tām ir labprātīga, turklāt vairumam autori ir grūtības definēt, kas ir viņu auditorija, un tas noved pie tā, ka priekšstatu par auditorijām nosaka pieņēmumi, nevis pieredze vai kādi citi dati.<sup>170</sup> Pauls de Lāts (*Paul de Laat*), meklējot atbildi uz jautājumu, kāpēc daudz cilvēku, kas raksta tiešsaistes dienasgrāmatas, uzdrošinās atklāt daudz personisku detaļu par sevi, raksta, ka tā ir arī uzticēšanās izpausme. Blogotāji *pieņem*,

<sup>165</sup> Henderson, S., & Gilding, M. 'I've never clicked this much with anyone in my life.'

<sup>166</sup> Drentea, P., & Moren-Cross, J. Social capital and social support on the Web.

<sup>167</sup> Junghee L., & Hyunjoo L. The computer-mediated communication network.

<sup>168</sup> Turpat.

<sup>169</sup> Uslaner, E. M. (2000). Social capital and the Net. *Communications of the ACM*, 43(12), 60–64.

<sup>170</sup> Viégas, F. (2005). Blogger's extectations of privacy and accountability: An initial survey. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (3). Retrieved November 17, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>

ka viņu tīmekļa lasītāji būs iejūtīgi un ka ar viņiem var dalīties savās intimitātēs, jo to nav iespējams izsecināt no iepriekšējām pieredzēm. Šis pieņēmums var veidot pareģojumu, kas pats piepildās, un lasītāji novērtē atklātības līmeni, kas viņiem ir pieejams. Pētnieks šo situāciju raksturo kā „spēcinošu ekshibicionismu“ (*empowering exhibitionism*), kas subjektīvi apstiprinās (*reaffirm*). Pilnīga atklātība gan ir reti iespējama, jo blogu autoriem nereti ir jāslēpj savs rakstūtais no cilvēkiem, kas pazīstami reālajā dzīvē, kā arī jāreķinās ar iespēju, ka parādīsies agresīvi vai huligāniski noskaņoti svešinieki. Tomēr šī „riska spēle“, kā to sauc P. de Lāts, acīmredzami sevi attaisno: lasītāji vairumā gadījumu, rakstot atsauksmes, izturas cienīgi.<sup>171</sup>

Tādējādi, lai arī pētnieku secinājumi par tiešsaistes lietojuma efektiem uz indivīdu sabiedriskumu ir bijuši pretrunīgi, empīriskie novērojumi par tiešsaistes saziņas rīku lietošanas saistību ar indivīdu sociālo kapitālu nozīmē, ka noteiktos apstākļos šādus sociālo vēlamus efektus ir iespējams panākt.

### **2.3.Nodaļas kopsavilkums**

Šinī nodaļā ir sniegts pārskats par sociālā kapitāla teorētiskajām nostādnēm, kā arī analizēta sociālā kapitāla pētniecība saistībā ar tiešsaistes vidi. Sociālais kapitāls dažādu pētnieku izpratnēs parādās dažādās nozīmēs un tiek analizēts atšķirīgos līmeņos — gan saistībā ar sabiedrības pārstāvju pilsonisko līdzdalību, gan arī mazāku grupu līmenī saistībā ar starppersonu kontaktiem. Promocijas darba pētījumā uzsvars ir likts tieši uz starppersonu komunikāciju privātajā sfērā, un šo procesu skaidrošanai piemērota ir Dž. Kolmana izpratne par sociālo kapitālu: viņš pakalpojumu, ko viens indivīds izradījis citam, salīdzināja ar parādzīmi, un tas, cik droši indivīds var sagaidīt, ka reiz viņam uz šo pakalpojumu tiks atbildēts, parāda, cik „parādzīme“ ir likvīda jeb sociālā kapitāla līmeni.

Sociālais kapitāls ir nozīmīgs virziens arī tiešsaistes komunikācijas, tai skaitā tieši sociālo tīklo portālu pētniecībā. Taču interneta lietojuma iespējamo saistību ar indivīdu sabiedriskumu pētnieki ir analizējuši jau kopš pagājušā gadsimta 90. gadiem, un nonākuši pie atšķirīgiem secinājumiem. Niansētākas pētniecības pieejas šādus konfliktus secinājumos ir mazinājušas, un ir pamats domāt, ka tiešsaistes savienojumu veidošana indivīdiem palīdz veidot un uzturēt attiecības, kā arī piekļūt dažāda veida sociālajiem resursiem.

---

<sup>171</sup> De Laat, P. B. (2008). Online diaries: Reflections on trust, privacy, and exhibitionism. *Ethics and Information Technology*, 10, 57–69.



### 3. SEVIS IZRĀDĪŠANA TIEŠSAISTĒ

Es biju un palikšu laukis. Un Rīga man nekad nebūs nekas vairāk kā vieta, kur kādreiz trīs urlas mani piespieda pie autoostas kanālmalas margām un atņēma sīceni. Bez koķetērijas.

— *Wowow*, 2008. gada 5. novembris

Apstākļi, kuros indivīdam tiešsaistē ir jāsadarbojas ar citiem, ir būtiski atšķirīgi no bezsaistes vides. Šinī nodaļā tiek analizēti veidi, kā indivīdi sociāli mijiedarbojas tiešsaistē un kādā veidā konstruē un demonstrē savu identitāti savā tiešsaistes sociālo tīklu profilā. Nodaļas mērķis ir analizēt tiešsaistes komunikācijas īpatnības — tai skaitā sociālo kontekstu sabrukumu un auditoriju neredzamību, lai raksturotu, kā šīs atšķirības ietekmē komunikācijas procesus. Indivīdu uzvedības skaidrojumam tiek izmantotas Ērvinga Gofmaņa idejas, un sniegts atzinums par viņa pieejas lietojamību šāda veida parādību izpētē.

Saskaņā ar Ē. Gofmaņa dramaturģisko pieeju, indivīds izmanto tiešsaistes komunikācijas īpatnības iespaيدا vadībā (*impression management*) un tiešsaistes vides ir skatuves, uz kurām indivīds kāpj. Neskatoties uz to, ka Ē. Gofmanis grāmatā *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē* pievēršas nepastarpinātai komunikācijai, vismaz kopš 1985. gada, kad publicēts Džoša Meirovica (*Joshua Meyrowitz*) ietekmīgais pētījums par elektroniskajiem medijiem,<sup>172</sup> uz to ir atsaukušies daudzi pētnieki, lai skaidrotu arī mediēto saziņu — tai skaitā tiešsaistē.

Promocijas darba pētījumā Ē. Gofmaņa pieeja netiek izmantota, lai analizētu *tehnikas* un *stratēģijas*, kuras indivīdi tiešsaistē izmanto, lai citu acīs par sevi radītu noteiktu priekšstatu. Jebšu iespaيدا vadība, kā turpinājumā tiks demonstrēts, ir viens no šīs pieejas centrālajiem elementiem, promocijas darbā Ē. Gofmaņa izmantotā metafora šajā pētījumā ir izmantota plašākā nozīmē — lai skaidrotu indivīdu sociālo mijiedarbību un to, kādas identitātes un cik atklāti sociālo tīklu portāla lietotāji izrāda. Aplūkot, kā indivīdi, veidojot profilus sociālajos tīklos un mijiedarbojoties ar citiem, mēģina konstruēt kādu noteiktu priekšstatu par sevi, ir iespējams, tomēr koncentrēties uz šādām izpausmēm nozīmētu pārlietu vienkāršot

<sup>172</sup> Džoša Meirovics (*Joshua Meyrowitz*), rakstot par elektroniskajiem masu medijiem, norādīja, ka tie bieži vien pārorganizē privātā un publiskā robežas, indivīdus padarot redzamus dažādām auditorijām. Elektroniskie mediji ir veicinājuši arī cilvēku izpratni par pretējā dzimuma sociālo uzvedību. Dažādu auditoriju saplūšana neļauj, piemēram, nacionāla līmeņa politikiem nākt klajā ar dažādiem izteikumiem, kas adresēti dažādām grupām un dažādi uzvesties dažādās sociālās situācijās. Šāda sociālo laukumu un sociālo uzstāšanos (*performance*) restrukturizācija vismaz daļēji ir saistīta ar plašākām sociālām tendencēm, tai skaitā bērnības un pieaugušo vecuma, maskulinitātes un feminitātes saplūšanu un politisko varoņu pazemināšanu līdz vienkāršo pilsoņu līmenim. Viņa pamata arguments — tradicionāli uztvertās atšķirības starp cilvēkiem, kas pārstāv dažādas sociālās grupas, dažādas socializācijas pakāpes un dažādus autoritātes līmeņus, balstīja cilvēku iedalījums dažādās eksistenciālās pasaulēs. Cilvēku sadalīšana dažādās situācijās (vai dažādos situāciju komplektos) kardināja dažādus pasaules uzskatus un pieļāva asu nodalījumu starp cilvēku uzvedību uz skatuves un kulisēs, un ļāva cilvēkiem spēlēt pretējas, nevis abpusējas lomas.

Sk.: Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford: Oxford University Press. P. 5.

dramaturģisko pieeju un uzskatīt, ka tieši „sevis izrādīšana“ ir būtiskākais tiešsaistes privātās komunikācijas aspekts. Tā vietā es dramaturģisko pieeju izmantoju, lai demonstrētu, kā indivīdi savās tiešsaistes aktivitātēs iezīmē savu tiešsaistes telpu robežas, konstruē dažādas identitātes, kas ne vienmēr ir saistītas ar mēģinājumu atstāt kādu noteiktu (tai skaitā ne vienmēr pozitīvu) iespaidu, kā arī savstarpēji sadarbojas, definējot situācijas un padarot sabiedriskumu tiešsaistē iespējamu.

### **3.1. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas pamatidejas**

Dramaturģiskā pieeja ir Ē. Gofmaņa mēģinājums skaidrot indivīdu sociālo mijiedarbību, izmantojot teātra metaforas. Indivīds auditorijas priekšā konstruē un uztur lomas atbilstoši savai interpretācijai par konkrēto situāciju. Savā darbā *Frame Analysis* Ē. Gofmanis pieredzes organizēšanas veidu raksturošanai izmantoja ietvara (*frame*) jēdzienu; indivīdi izmanto ietvarus, lai identificētu un atkodētu notiekošo.<sup>173</sup> Ietvari organizē pieredzi, nevis sabiedrību pašu, tomēr, vadot pieredzes, tie arī vada indivīda rīcību. Līdzīgi kā attēla rāmis norobežo noteiktas perspektīvas, arī atšķirīgi ietvari var aptvert atšķirīgas pieredzes. Apliekot ietvaru (rāmi) kādam attēlam, tas tiek atrauts no savas apkārtējās informācijas un tam tiek piešķirta noteikta nozīme.

Ē. Gofmanis skaidro, ka indivīds, kurš atpazīst noteiktu notikumu, savā reakcijā uz to ir tendēts netieši iekļaut vienu vai vairākus primāros interpretācijas ietvarus, kuru piemērošanu paši piemērotāji neuztver kā saistītu ar kādu sākotnējo interpretāciju. Primārais ietvars ir tāds ietvars, kas par jēgpilnu padara kaut ko, kas citkārt tiktu uztverts par bezjēdzīgu ainavas aspektu. Primārie ietvari atšķiras pēc to organizācijas līmeņa. Daži ir ērti pasniedzami kā vienību, postulātu un noteikumu sistēma, bet vairumam pārējo nav acīmredzamas artikulētas formas, un informācija par to izpratni, pieeju un perspektīvu ir ierobežota. Lai kāds arī būtu primāro ietvaru organizācija līmenis, katrs šis ietvars atļauj tā lietotājam atrast, uztvert, identificēt un iezīmēt šķietami bezgalīgu daudzumu konkrētu parādību (*occurrences*), kas definēti šī ietvara izteiksmē.<sup>174</sup>

Šīs idejas par ietvariem palīdz piemērot dramaturģisko pieeju tādējādi, ka ļauj tiešsaistes vidi aplūkot kā telpu, kurā indivīdi darbojas un sazinās ar citiem atbilstoši savai „pieredzes organizācijai“. Atšķirībā no bezsaistes vides, šeit nav kopējas sociālās vides, kontakti ar sociālās mijiedarbības partneriem arī kopējā fiziskā vide un kopējie konteksti ir jāaizstāj ar savām sociālajām konstrukcijām par to. Lai tiešsaistē sociālā mijiedarbība varētu notikt, tehniskajiem mijiedarbības rīkiem ir jāpiešķir jēga, ietvars. Pat ja pētīta tiek sociālā

---

<sup>173</sup> Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.

<sup>174</sup> Turpat. 21. lpp.

mijiedarbība vienā tiešsaistes sociālo tīklu portālā, kas ir viena sistēma ar vieniem tehniskajiem noteikumiem, dažādas lietotāju grupas tur var būvēt atšķirīgus priekšstatus par sabiedriskumu un sociālajām attiecībām, kā arī šīs attiecības var kļūt kaut kas cits, nekā sākotnēji izskatās. Sevis izrādīšana tiešsaistē var būt gan idealizēta vai indivīda paša par realitātei atbilstošu uzskatīta „es“ konstrukcija, gan ar savu citādību vai stigmatu saistīta spriedzes vai informācijas vadība, gan mijiedarbība ar citiem sociāli mazregulētā, atbrīvojošā vidē. Kā vēlāk redzēsīm, ir problemātiski arī identificēt dažādu Ē. Gofmaņa metaforiski lietoto jēdzienu nozīmes tiešsaistes komunikācijā, jo no dažādiem skatupunktiem perspektīvas atšķiras un to ir vairāk nekā būtu iespējams nodrošināt bezsaistē. Tāpēc turpinājumā izskaidrotie jēdzieni ir jāuztver tikai kā pamata satvars sociālās mijiedarbības interpretācijai, taču šādā formā tie maz ko stāsta par tiešsaistes sociālo mijiedarbību un to nozīmes ir sociāli piešķirtas.

### **3.1.1. Komandas**

Ē. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas centrā ir izrāde jeb „visas tās darbības, ko noteiktajā gadījumā veic dalībnieks un ar kurām tādā vai citādā veidā mēģina ietekmēt citus dalībniekus“.<sup>175</sup> Atbilstoši izrādes metaforai, procesa dalībnieki tiek apzīmēti kā aktieri, publika, novērotāji un līdzspēlētāji.

Bieži vien auditorijai paredzētas izrādes uzved neviens viens indivīds, bet gan grupa. Šajos gadījumos situācijas definīcija, ko ar savu darbību projicē viens izrādes dalībnieks, ir daļa no kopējas projekcijas, un šo situācijas definīciju indivīdi uztur un pastiprina sadarbojoties. Turklāt vēlamā iespaids atstāšanai dalībniekiem var būt nepieciešams katram parādīties citā gaismā.<sup>176</sup> Ē. Gofmanis lieto „komandu“ jēdzienu, lai aprakstītu indivīdu kopumu, kas kopā darbojas viena vienas rutinizētas izrādes uzvešanā. Komandas dalībnieki sadarbojas, lai auditorijai kolektīvi demonstrētu noteiktu situācijas definīciju.

Komandas izrādes gadījumā uzveduma veiksmē ir atkarīga no ikviena tās dalībnieka, un ikvienam aktierim ir iespēja izrādi izjaukt vai atmaskot citus aktierus. Citiem izrādes dalībniekiem nākas paļauties vienam uz otru izrādes uzvešanā, viņi ir savstarpēji atkarīgi.<sup>177</sup> Viņi ir „sazvērnieki“ publikas priekšā, taču paši izrādes faktu viens no otra noslēpt nevar. Ja izrādi uzved komanda, nevis indivīds, tad komandas projicētā realitāte mainās. Visi komandas locekļi var arī nebūt pret šo realitātes interpretāciju vienādi labvēlīgi noskaņoti. Lai komandas izrāde izskatītos ticama, viņiem jāpanāk iespaids, ka pirms uzstāšanās viņi savas versijas un lomas nav savstarpēji saskaņojuši; viņiem ir jāpatur slepenībā, ka pie

---

<sup>175</sup> Gofmanis, Ē. (2001). *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris. 24. lpp.

<sup>176</sup> Turpat. 70. lpp.

<sup>177</sup> Turpat. 73. lpp.

konkrētās situācijas definīcijas viņi nav nonākuši neatkarīgi.<sup>178</sup> Tanī pašā laikā no komandas dalībniekiem tiek prasīts, lai viņi nepaustu ar komandas biedriem nesaskaņotu nostāju.<sup>179</sup>

Ja kāds komandas biedrs izrādes laikā pieļauj kļūdu, pārējiem situācijas dalībniekiem ir jāapspiež vēlēšanās viņam nekavējoties par to aizrādīt un savas iebildes pret komandas biedra sniegumu ir jāpataupa līdz laikam, kad viņi būs nonākuši aizkulisēs. Tūlītēja vēršanās pret komandas biedru tikai vēl vairāk apgrūtinātu izrādes norisi un atklātu publikai aspektus, kurus tai citkārt nav paredzēts vērot. Ē. Gofmanis šai parādībai min piemēru, ka skolas direktors, saskaroties ar neapmierinātiem vecākiem, līdz brīdim, kad vecāki aizies, skolotājus aizstāvēs neskatoties uz jautājuma būtību. Līdzīgā kārtā arī medicīnas nozarē konsultants pacienta un ārsta klātbūtnē neteiks neko tādu, kas varētu likt apšaubīt ārsta kompetenci.<sup>180</sup>

### 3.1.2. Iespaida vadība

Iesaistoties sociālajā mijiedarbībā, indivīdi mēģinās sevi parādīt sevi pēc iespējas labākās izpausmēs. Informāciju, ko indivīds šādā veidā nodod citiem, Ē. Gofmanis iedala divās daļās: tajā, ar ko indivīds var tīši manipulēt (šajā kategorijā ietilpst vārdiskie apgalvojumi) un tajā, kas indivīda kontrolei pakļaujas mazāk — šo daļu veido indivīda radītais iespaids. Izmantojot šķietami grūti ietekmējamo informācijas daļu, skatītāji var mēģināt pārbaudīt vārdisko apgalvojumu un citu viegli ietekmējamo sevis izrādīšanas aspektu patiesumu.<sup>181</sup> Turpretim indivīds, apzinoties pazīmes, pēc kurām tiek vērtēts, centīsies kontrolēt arī tos savas uzvedības elementus, kas varētu tikt uztverti par grūtāk kontrolējamiem.

Izrādes laikā indivīds mēģina dramatiski izcelt tās pazīmes, kas apliecina viņa izrādes ticamību, taču kas bez šādas izcelšanas varētu būt neskaidras vai palikt nepamanītas. Publika ir gatava pieņemt nelielus mājienus vai replikas, kas apzīmē ko svarīgu izrādē. Indivīdam mijiedarbības laikā ir jāspēj panākt, ka viņa darbību citi pareizi atkodē un ka viņš atstāj plānoto priekšstatu. Ē. Gofmanis min piemēru, ka, piemēram, sporta spēles tiesnesis zina, ka viņam lēmums ir jāpieņem nekavējoties, bez pārdomu brīža lai neradītu citiem iespaidu, ka viņš šaubās.<sup>182</sup> Tiešsaistē šī problēma nav tik krasa, jo asinhronā komunikācijā komunikatīvo vēstījumu saraustītība ir norma, un pārdomu mirklis dažu minūšu garumā būtisku ietekmi neatstās. Tiešsaistē ar pārlietu ilgu neatbildēšanu drīzāk ir iespējams mazināt iespēju, ka mijiedarbība tiks turpināta, jo mirklis, kad citiem dalībniekiem konkrētais apspriežamais jautājums šķiet svarīgs, var beigties, un laikā, kad kāds novēlojies indivīds atbildēs, dalībnieki jau var būt pievērsušies citiem tematiem.

---

<sup>178</sup> Turpat. 77. lpp.

<sup>179</sup> Turpat. 75. lpp.

<sup>180</sup> Turpat. 78. lpp.

<sup>181</sup> Turpat. 17. lpp.

<sup>182</sup> Turpat. 35. lpp.

Dažkārt no indivīda rīcības galarezultāta nav redzams, kādas pūles ir ieguldītas tā izveidē, un tādā gadījumā arī pats iznākums var tikt aktivitāšu iznākums var tiks novērtēts kā nepietiekami iespaidīgs. Šādā gadījumā proporcija starp priekšplānu un aizkulisēm ir sadalīta tādās proporcijās, ka priekšplāns atklāj relatīvi maz informācijas par slēptajiem ar izrādi saistītajiem aspektiem. Tāpēc šīs „neparedzamās izmaksas“ indivīdi mēģina padarīt „redzamas“ vai vismaz uz „redzamo izmaksu“ rēķina kompensēt neredzamās. Tā veikalnieki zina, ka ir preces, par kuru patieso vērtību pircējiem tik daudz jautājumu nerodas, un viņi par tām var paprasīt augstāku cenu, lai kompensētu tās izmaksas, kuras pircējiem nav redzamas. Citkārt, lai panāktu vajadzīgo iespaidu — piemēram, lai kaut kas izskatītos vajadzīgi vienkāršs, nepretenciozs, viegls, spontāns un nespārdzīgs — ir nepieciešams ieguldīt tādas pūles, kas skatītājam nesaistās ar šādu gala iznākumu. Ē. Gofmanis norāda, ka indivīdi bieži vien saskaras ar situācijām, kurās ir jāizvēlas starp efektīgu izpausmi un efektīvu darbību.<sup>183</sup> Mēģinot dramatisēt savas darbības, var nepietikt resursu, lai nodrošinātu ar šīm darbībām saistītu rezultātu.

### 3.1.3. Stigmatizācija un identitātes vadība

Ē. Gofmanis vairākkārt uzsver, ka, lai izrāde izdotos, skatītājiem kopumā ir jātic tam, ka spēlētāju sniegums ir patiess. Taču saistībā ar iespaida vadību priekšstats par snieguma patiesumu tieši nenoteic, kādu iespaidu indivīds vēlas panākt. Priekšstats, ka indivīdi vēlas projicēt tādu situācijas definīciju, kas ir pieņemama viņu auditorijai, var būtiski sašaurināt to pētnieku pieņēmumus par identitāšu loku, kādu indivīdi konkrētajā situācijā varētu izvēlēties sniegt. Lai arī Ē. Gofmanis rakstīja, ka cilvēki sevi mēģina izrādīt labvēlīgā gaismā,<sup>184</sup> indivīdi ne vienmēr izvairīsies sevi parādīt deviantās lomās vai ka viņi izvairīsies no savas stigmatizētās identitātes izpaušanas. Ņemot vērā tiešsaistes komunikācijai raksturīgo pašatklāšanās līmeni, jāņem vērā, ka identitātes, kuras indivīdi komunicē, var būt daudzveidīgākas nekā, ko viņi atļautos izteikt bezsaistes apstākļos ar tai raksturīgajām gaidām par „normalitāti“ un atbilstību vispārpieņemtajiem priekšstatiem. Tādējādi iepriekš minētā Ē. Gofmaņa ideja par to, ka sociālās mijiedarbības dalībnieki apspiež daļu savu jūtu, lai atbalstītu tādu situācijas definīciju, kas vairumam citu varētu šķist vismaz pieņemama,<sup>185</sup> ir jāskata kopā ar citu šī autora ideju, ko viņš ir aplūkojis darbā *Stigma*. Tiešsaistes vide atvieglo pētnieku iespējas analizēt, kādā veidā indivīdi komunicē savus stigmatiskos, jeb „dziļi diskreditējošus atribūtus“.<sup>186</sup> Stigma var būt iemesls, kura dēļ citi indivīdu stereotipizē, atzīst par nevēlamu un noraida. Vispārīzplatīta un dabiska indivīdu atbilde uz atsvešinātību ir

<sup>183</sup> Turpat. 36. – 37. lpp.

<sup>184</sup> Turpat. 17. lpp.

<sup>185</sup> Turpat. 19. lpp.

<sup>186</sup> Goffman, E. (1963). *Stigma: notes on the management of spoiled identity*. London: Penguin Books. P. 13.

mēģinājumi to pārvarēt, un digitāli mediētās vides mūsdienās kļūst aizvien nozīmīgākas indivīdu mēģinājumos šo atsvešinātību mazināt.<sup>187</sup>

Stigmas ir trīs veidu: ķermeņa, rakstura un cilts (*tribe*). Ķermeņa stigmas pamatā ir fiziskas dabas, tās var veidot, piemēram, invaliditāte vai neglītums. Rakstura stigmas ir saistītas ar dažādām negatīvi vērtētām rakstura īpašībām, psiholoģiskām nosliecēm vai citiem personības raksturojumiem: atkarībām, nesavaldību, negodīgumu, dažādām atipiskām pārlicētibām vai politisku radikālismu, garīgām slimībām, pašnāvnieciskām tieksmēm, bezdarbu, alkoholismu, homoseksualitāti. Savukārt cilts stigmas indivīdam tiek piedēvētas par piederību pie marginalizētām grupām — noteiktām rasēm, reliģijām, tautībām. Šīs stigmas tiek piedēvētas un līdzīgi attiecinātas uz tiem, kuri tiek identificēti kā noteiktās cilts pārstāvji.<sup>188</sup>

Telpas, kurās šāda atsvešināšanās var notikt var iedalīt trīs grupās: aizliegtajā, pilsoniskajā un sētas telpā (*back place*). Ja stigmas demonstrācija notiek aizliegtajā telpā, tas izraisa izslēgšanu no šīs telpas vai no attiecībām, kuras šajā telpā notiek. Šinīs telpās — baznīcās, mājās — var notikt indivīda visnozīmīgākās attiecības, kas padara stigmatizāciju īpaši atsveinošu. Pilsoniskās telpas ir publiskas sfēras, piemēram, darbavieta vai skola, un tādās telpās stigmas izrādīšana var kolēģos un biedros izraisīt tādu izturēšanos pret indivīdu, it kā it kā viņš nebūtu diskreditēts, bet patiesībā ir. Savukārt sētas telpas ir tādas telpas, kas atrodas nostāk no publikas acīm — bordeļi, suņu cīņu arēnas, anonīmo alkoholiķu sanāksmes; šīs telpas var būt tādas, kurās indivīdiem nav nepieciešams slēpt savu stigmatu, jo tajās darbojas citi stigmatizēti indivīdi.<sup>189</sup>

Tiešsaiste kā atsevišķa komunikatīva vide sniedz iespējas veidot attiecības ar citiem un izpausties tādā veidā, kā tas var nebūt iespējams aizliegtajās un publiskajās vietās. Tiešsaistes sociālo tīklu portāls un tur veidotās sociālās attiecības var funkcionēt kā sētas telpa, kur cilvēki var atļauties atklāties un kuru vairs neraksturo tik lielas atsvešināšanās sajūta — bezspēcība, bezjēdzība (*meaninglessness*), normu neesamību (*normlessness*) vai šo elementu kāda kombinācija —, kas indivīdam citkārt noteiktu informāciju par sevi apzināti vai neapzināti liek turēt noslēpumā ar mērķi novērst iespējamo vai sagaidāmo stigmatizāciju.<sup>190</sup> Nespējot vai nevarot būt atklāti ar cilvēkiem bezsaistes vidē, indivīdi par sevi citiem var pastāstīt tiešsaistē. Turklāt tam var būt arī plašāks sociālais efekts. Cilvēki ar nopietnām un nereti stigmatizētām slimībām vai cita veida problēmām — AIDS, vēzi, alkoholismu — var

---

<sup>187</sup> Wood, N., & Ward, S. (2010). Stigma, secrets and the human condition: Seeking to remedy alienation in PostSecret's digitally mediated environment. *Symbolic Interaction*, 33(4), 578–602.

<sup>188</sup> Goffman, E. (1963). *Stigma*. P. 14.

<sup>189</sup> Turpat, 102. lpp.

<sup>190</sup> Wood, N., & Ward, S. (2010). Stigma, secrets and the human condition.

gūt labumu no iespējas iesaistīties tiešsaistes kopienās.<sup>191</sup> Šādu kopienu dalībnieki, pēc atklāšanās tiešsaistē un pozitīvas atgriezeniskās saites saņemšanas pirmo reizi dzīvē ir spējuši arī ar saviem draugiem un ģimenes locekļiem runāt par savas identitātes stigmatizētajiem aspektiem.<sup>192</sup>

Ē. Gofmanis nošķir „diskreditējumu“ no „diskreditējamības“. Par diskreditētu personu citiem ir zināma viņa neatbilstība, savukārt diskreditējamās personības gadījumā stigma tiek slēpta vai nav redzama.<sup>193</sup> Diskreditētajiem ir jāvada spriedze, kas rodas, „normālajiem“ zinot par viņu stigmatu, savukārt diskreditējamajiem jāvada informācija un iespaids, lai novērstu, ka citi par stigmatu uzzina.<sup>194</sup> Indivīds, kuram ir stigma un kura stigmatas raksturs to ļauj, var mēģināt slēpt savas stigmatas esamību, lai tādējādi mazinātu sociālās ciešanas, ko stigma tam sagādā. Tomēr šāda slēpšanās ir saistīta ar indivīda nepieciešamību slēpt nozīmīgus savas identitātes elementus un dzīvot dalītu dzīvi. Tādējādi stigmatas slēpšana indivīdu var atsvešināt no sevis un no citiem. Stigma atsvešinātību veicina, jo ir saistīta ar sociālo izolāciju, turklāt stigmatas nēsātāja mēģinājumi izlikties par normālu situāciju vēl vairāk saasina, jo indivīdam ir jāmelos, lai varētu saglabāt pašreizējo sociālo statusu. Stigmatizāciju tādējādi ir saistīta ar indivīda bezspēcību (*powerlessness*), ar ko var saprast stigmatizēto indivīdu statusa zaudēšanu vai diskriminēšanu. Viens no šī procesa rezultātiem var būt arī zema pašapziņa.<sup>195</sup>

Tieši šie stigmatas vadības elementi ir būtiski tajā, kā indivīds sevi izrāda ikdienas dzīvē un tiešsaistē. Tiešsaistes vide var nodrošināt vai nu papildus sociālo telpu, vai arī papildus dimensiju jau esošajām sociālajām attiecībām, kurās ir iespējams veidot noteiktu priekšstatu par sevi un vadīt informāciju par stigmatu, tai skaitā rodot iespēju identificēt indivīdu grupu, kurai šo stigmatu var atklāt.

### **3.1.4. Izrādes teritorijas — priekšplāns un aizkulisēs**

Izrādes parasti notiek norobežotā vietā un arī ierobežotā laikā, un izrādes gaitā tās sniegtā situācijas definīcija ir saistoša konkrētajā vietā un laikā.<sup>196</sup> Savukārt arī pati izrādes norises vieta ir sadalīta priekšplānā un aizkulisēs — šīs teritorijas atšķir pēc sniegtās informācijas: ja vienā ir informācija, ko ir iespējams uzzināt un skatītāji pat tiek mudināti to darīt, tad

<sup>191</sup> Davison, K. P., Pennebaker, J. W., & Dickerson, S. S. (2000). Who talks? The social psychology of illness support groups. *American Psychologist*, 55(2), 205–217.

<sup>192</sup> McKenna, K., & Bargh, J. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity “demarginalization” through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 681–694.

<sup>193</sup> Goffman, E. *Stigma*. Pp. 57–58.

<sup>194</sup> Turpat. 125. – 156. lpp.

<sup>195</sup> Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363–85.

<sup>196</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 90. lpp.

informācija par otro tiek slēpta. Lai būtu iespējama efektīva izrāde priekšplānā, ir nepieciešams rūpīgs darbs, kas notiek aizkulisēs un kas skatītājiem nav redzams.

Ar priekšplānu Ē. Gofmanis saprot izrādes daļu, kurā notiek skatītājiem paredzētās darbības un kas viņiem situāciju definē. Priekšplāns ir indivīda izrādes laikā apzināti vai neapzināti izmantoto standarta izpausmju piederums.<sup>197</sup> Priekšplānam ir raksturīgas dekorācijas, kas parasti ģeogrāfiskā ziņā ir statiskas, kas nozīmē, ka aktieri izrādi nevar sākt, iekams nav nonākuši vietā, kur atrasties dekorācijas viņiem paredz. Kontrole pār dekorācijām mijiedarbības laikā sniedz lielas priekšrocības, piemēram, ir iespējams kontrolēt, kāda veida informācija būs pieejama publikai, kā arī būvēt attiecību dinamiku ar auditoriju.<sup>198</sup>

Bez dekorācijām būtiska ir arī „personas fasāde“, pie kā savukārt ir pieskaitāmi elementi, kuri aktieri pavada, lai kur viņš dotos. Pie šiem elementiem ir pieskaitāmi atribūti, kas liecina par aktiera piederību noteiktām aprindām vai noteiktu statusu — kā zīmotnes, pakāpes un grādi, tā apģērbs, dzimums, rase, augums, vecums, žesti, runasveids un daudzi citi. Daži no šiem atribūtiem ir fiksēti (rase, dzimums), bet citi (runasveids, sejas izteiksmes) ir mainīgi un izrādes laikā var tikt pielāgoti. Izrāžu skatītāji sagaida, ka būs saskanība starp uzvedību un ārieni, kā arī starp dekorācijām, izskatu un uzvedību.<sup>199</sup> Šāda nesaskaņa var vai nu raisīt skatītāju interesi par konkrēto indivīdu, vai arī interesi mazināt. Ja pirmajā gadījumā to nosaka izņēmuma statuss, tad otrajā — mistifikācijas zudums.

Aizkulisēs turpretim tiek izvietoti elementi, kurus aktieris no auditorijas vēlas slēpt. Aizkulisēs ir vieta, kurā tiek apšaubīts iespaids, kādu indivīds cenšas uzturēt auditorijas vērotajā priekšplānā. Aizkulisēs tiek uzglabātas butaforijas un slēpti indivīda personiskās fasādes elementi, kas nav lietojami attiecīgajā izrādē. Tāpat no publikas tiek slēpta arī daļa indivīdam pieejamo resursu, lai auditorija nevarētu salīdzināt izturēšanos, kas tai tiek sniegta, ar izturēšanos, ko tā būtu varējusi saņemt. Aizkulisēs komanda var izrādi izmēģināt, izvērtēts komandas biedru sniegumu un apmācīt viens otru par atbilstošu izturēšanos.<sup>200</sup>

Aizkulisēs no pārējās izrādes telpas tiek nodalītas, lai publika tur notiekošo nevarētu redzēt un dzirdēt — zināšanas par aizkulisēs notiekošo var laupīt izrādei ticamību. Tur uzturoties, spēlētājs var būt drošs, ka ar publikas pārstāvjiem nesatiksies.<sup>201</sup> Ja to nodrošināt neizdodas, priekšplānā nonāk neatbilstoši elementi un izrādes norise ir apdraudēta, snieguma ticamība un saskaņotība ir apšaubāma. Siena starp aizkulisēm un priekšplānu var nebūt fiziska; šīs sienas robežu citkārt var arī pēc tā, cik tālu sniedzas auditorijas maņas, kas var būt pastiprinātas ar sakaru līdzekļiem. Piemēram, politiķi pie ieslēgta mikroфона saka ko vienu,

<sup>197</sup> Turpat. 29. lpp.

<sup>198</sup> Turpat. 81. lpp.

<sup>199</sup> Turpat. 30. – 31. lpp.

<sup>200</sup> Turpat. 94. – 95. lpp.

<sup>201</sup> Turpat. 95. lpp.



bet, ja domā, ka mikrofoni ir izslēgti un viņu sacītais netiek fiksēts, var sajusties kā aizkulisēs un pateikt vārdus, kas priekšplānam nav atbilstoši. Kā norāda Ē. Gofmanis, spēles dalībniekiem savas publikas ir jānošķir un jānodrošina, ka tie, kuri viņus redz vienā lomā, neredzētu citā.<sup>202</sup> Ja tas nav iespējams, tad sagaidāmi nopietni sarežģījumi iespaida vadīšanā.

Pamata pieejas šīs problēmas risināšanā ir divas. Pirmā pieeja ir esošajai publikai piešķirt komandas biedru statusu, lai kopā varētu spēlēt izrādi kādam jaunpienācējam, nepiederošajam. Ē. Gofmanis kā piemēru min vīru un sievu, kuri, ienākot telpā kādai trešajai personai, pārstāj strīdēties un tēlos draudzīgas attiecības — t.i., sniegs izrādi, kuras saturs jaunpienācējam varētu šķist atbilstošs. Otrā pieeja paredz mainīt situācijas definīciju, lai arī jaunpienācējs tiktu tajā iekļauts. Piemērs ir viesības, kurās kāds cilvēks, kurš nav ielūgts, bet netīšām ierodas, tiek uzņemts ļoti sirsnīgi, tādējādi radot iespaidu, ka viņš ir gaidīts. Neuzņemšanas gadījumā atnācējs varētu apšaubīt savu un viesību rīkotāju līdz šim abpusēji demonstrētās labās attiecības. Šie paņēmieni sniedz zināmas manevra iespējas, tomēr nav ļoti efektīvi, jo indivīdiem ir nepieciešams laiks, lai pārgrupētos un pārdefinētu situāciju, un ar šiem mirkļiem ir pietiekami, lai jaunpienācējam rastos šaubas par izrādes patiesumu.<sup>203</sup> Taču arī šādas neefektīvas pieejas ir labākas nekā nekādas, tāpēc tās pie izdevības tiek lietotas.

### **3.2. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas kritika**

Ē. Gofmaņa formulētā dramaturģiskā pieeja ir bijusi ļoti ietekmīga un plaši pazīstama, tomēr viņa sniegtajai cilvēku sociālās mijiedarbības interpretācijai ir arī vājās vietas.

Daudz kritikas ir piesaistījusi Ē. Gofmaņa metaforas izvēle, proti, izskan šaubas, vai reālās dzīves situāciju analīzei ir korekti piemērot teātra analogiju, kura paredz to, ka situācijas dalībnieku rīcība ir „iestudēta” — un ka tas tā ir neatkarīgi no tās ieceres vai mērķa. Piemēram, Alvins Gūldners (*Alvin Gouldner*) norāda, ka Ē. Gofmanis ir „pasiludinājis moratoriju konvencionālajam izlikšanās (*make-believe*) un realitātes nošķīrumam, ciniskuma un patiesuma nošķīrumam”.<sup>204</sup> Pēc viņa domām, šādā veidā autors ir atveidojis pasauli, kurā indivīdu vērtību noteic viņa izturēšanās un prasmes prasmīgi mobilizēt dekorācijas, demonstrēt manieres un pārvaldīt skatuves, nevis viņa talanti, spējas vai sasniegumi. *Sevis izrādīšanai ikdienas dzīvē* veiktajā analīzē Entonijs Gidenss (*Anthony Giddens*) gan norāda, ka šī pieeja nekādas problēmas nerada, un pati ideja par sociālo situāciju salīdzināšanu ar izrādi ir gadsimtus veca. Viņš aizstāv arī teātra jēdzienu izmantošanu sociālajās zinātnēs, ja vien šie jēdzieni tiek definēti un uzmantoti — un Ē. Gofmaņa gadījumā „aktieru”, „izrāžu”,

---

<sup>202</sup> Turpat. 112. lpp

<sup>203</sup> Turpat. 114. lpp

<sup>204</sup> Gouldner, A. (1970). *The coming crisis of western sociology*. New York: Basic Books. Pp. 378–390.

„auditoriju“ un citu jēdzienu lietojums „bija ļoti vērtīgs un stimulēja idejas, kuras viņš izstrādāja“.<sup>205</sup>

Varas attiecībām Ē. Gofmanis sistemātisku uzmanību nav veltījis. Viņš ir analizējis starppersonu mijiedarbību „šeit un tagad“, un var uzskatīt, ka visu, kas ir aiz šāda situācijas modeļa, viņš ir atstājis ārpus sevi interesējošo tēmu loka. Taču, kā norāda E. Gidenss, šādas situācijas nekad nenosaka tikai redzami apstākļi, kuri uz indivīdiem konkrētajā brīdī iedarbojas. Lielākā daļa elementu, kas ietekmē situācijas, ir neredzami: tās ir gan institūcijas, kas tiek uzskatītas par dotām (*taken for granted*), gan arī tās, uz kurām balstoties mijiedarbības dalībnieki rīkojas. Ē. Gofmanis aprakstīja sociālo mijiedarbību, kas norisinās sarežģītā signālu un noteikumu sistēmā, bet tas pats attiecas arī uz varu, kas gan veido mijiedarbību, gan arī ikdienas rituālu ceļā tiek reproducēta. Līdzīgā kārtā darbā ir ignorēta arī vēstures ietekme — turklāt, pētot mūsdienu sabiedrības, nav grūti par vēsturi ievākt ziņas, un sociālo mijiedarbību interpretēt saistībā ar pagātnes pieredzēm. Uz hierarhiju neņemšanu vērā norādījis ir arī A. Gūldners, kurš raksta, ka Ē. Gofmaņa dramaturģijā visas uzstāšanās un visas sociālās pretenzijas tiek parādītas vienlīdzīgas, neatkarīgi no tā, cik devianta, zema vai diskreditējoša to izcelsme nebūtu — tai nav „hierarhijas metafizikas“.<sup>206</sup>

Šo nepilnību ietekme uz promocijas darba pētījuma rezultātiem ir relatīvi nebūtiska. Empīriskajā daļā esmu radījis pats savu — dzīvokļa — metaforu, ar kuru skaidrotajā sociālajā vidē notiekošās mijiedarbības tiek interpretētas ar Ē. Gofmaņa veidotajiem analītiskajiem rīkiem jēdzieniem, kas, kā tiks demonstrēts, šim mērķim lielākoties ir piemēroti. Varas attiecības promocijas darbā aplūkotojā sociālajā vidē nav padziļināti pētītas, taču ir ņemti vērā divi aspekti, kas šajās vidēs notiekošos procesus ietekmē: no vienas puses, saziņa tiešsaistē ir egalitārāka, starp personām var veidoties horizontālākas saites, bet, no otras, tiešsaistē veidojas jaunas statusu atšķirības, ko nosaka gan konkrētā indivīda vara pār tiešsaistes sociālo tīklu portāla koplietošanas telpu administrēšanas rīkiem, gan arī pašu indivīdu aktivitātes, sev piesaistot savienojumus un vairojot ietekmi diskusiju ceļā. Taču, kā parādīts 6.2.2., šai videi ir raksturīga arī asa pretreakcija uz mēģinājumiem noteikumus strikti definēt un realizēt.

### **3.3. Ē. Gofmaņa pieeja tiešsaistes komunikācijas pētniecībā**

Tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti ir gan indivīda aktualitāšu, sajūtu, problēmu un domu fiksēšanas, gan cilvēcisko saišu un atbalsta uzturēšanas un veidošanas, gan arī pašidentitātes vadības un sevis izrādīšanas centienu izpausmes. Tiešsaistes sociālo tīklu pievilcību lietotāju

---

<sup>205</sup> Giddens, A. (2009). On rereading “The Presentation of Self”: Some reflections. *Social Psychology Quarterly*, 72(4), 290–295.

<sup>206</sup> Gouldner, A. *The coming crisis of western sociology*.

uztverē nodrošina iespēja veidot un pārvaldīt savu profilu, piesaistīt zināmos un iespējamus draugus, izteikties, publicēt sevis radīto saturu un aplūkot, ko sacījuši citi. Citiem vārdiem, tie sniedz indivīdam plašu kontroli ietekmēt to, kā viņu uztver citi.<sup>207</sup> Šos portālus tādējādi ir iespējams aplūkot kā sevis izrādīšanas un sociālu savienojumu veidošanas vietas, bet savienojumi ar „draugiem“ palīdz gan autentificēt identitāti, gan iepazīstināt ar sevi caur reflektīvo plūstošās saistīšanās (*fluid association*) procesu ar sociālajām aprindām (*social circles*).<sup>208</sup>

Veidojot profilu sociālo tīklu portālā, lietotāji iegūst sevis izrādīšanas, citu novērošanas un sociālās mijiedarbības mediju („indivīda mediju“). Tā saturs tiek veidots un patērēts cilvēciskas, privātas, intereses dēļ — līdzīga iemesla dēļ, kāpēc tiek lasīta dzeltenā prese, vien atšķirībā no tabloīdiem, publiskajās dienasgrāmatās ir stāsts par cilvēkiem, kurus no lasītājiem šķir mazāk sociālu un materiālu barjeru; publisko dienasgrāmatu stāsti ir stāsti par cilvēkiem, kuriem ievērību nodrošina nevis bagātība, regulāras atzīmēšanās publiskos pasākumos vai kādi citi atribūti, kas simbolizē viņu piederību nosacītai elitei, bet gan viņu ikdienas pārspriedumu, emociju un pieredžu nodošana saistošā tekstuālā formā un iesaistīšanās attiecībās ar citiem, tādējādi nodrošinot savu līdzdalību un redzamību portāla sociālajās mijiedarbībās.

Tiešsaistes sociālo tīklu portālos lietotājiem var būt iespēja tehniski iedalīt grupās lietotājus, kas pievienoti „draugu“ sarakstam, tādējādi vismaz daļēji mēģinot novērst, ka pārklājas sociālie konteksti, kuri ikdienā ir šķirti. Lietotājiem var būt iespēja atlasīt, kuri lietotāji varēs izlasīt noteiktus ierakstus. Tas atvieglo priekšstata vadības centienu un patiesas pašatklāšanās kombinēšanas mēģinājumus: indivīds var izšķirt, kuras lietotāju grupas varēs piekļūt noteiktiem ierakstiem, un atbilstoši šīm grupām var izvēlēties lomu: piemēram, personiskos pārdzīvojumus atklāt tikai cilvēkiem, kam uzticas, turpretim citiem var stāstīt informāciju, no kuras par šo indivīdu var rasties cits priekšstats. Gadījumiem, ja ir nepieciešamība pēc atšķirīgas sevis izrādīšanas dažādām auditorijām, daļa portāla lietotāju izvēlas veidot vairākus lietotāja kontus un pieņemt dažādas identitātes. Ir arī gadījumi, kad vīrieši pieņem sievietes identitāti. Ir grūti gūt precīzu priekšstatu par to, cik populāra ir vairāku kontu/identitāšu lietošana, un arī iepriekš veiktos pētījumos par identitāšu, piemēram, dzimumu/dzimšu mainīšanu secinājumi ir pretrunīgi.<sup>209</sup> Tomēr ir skaidrs, ka šāda prakse nav neparasta.

---

<sup>207</sup> O'Sullivan, P. B. (2000). What you don't know won't hurt *me*: Impression management functions of communication channels in relationships. *Human Communication Research*, 26(3), 403-431.

<sup>208</sup> Papacharissi, Z. Conclusion: A networked self.

<sup>209</sup> Williams, D., & Huh, S. (2010). Dude looks like a lady: Gender swapping in an online game. In W. S. Bainbridge (Ed.), *Online worlds: Convergence of the real and virtual* (pp. 161-174). London: Springer-Verlag.

Iespaida vadības iespējas varētu būt viens no iemesliem, kāpēc Ē. Gofmaņa idejas ir bijušas populāras arī tiešsaistes saziņas pētniecībā — pētījumi un apcerējumi par sevis izrādīšanas dramaturģiju ir publicēti jau vismaz kopš pagājušā gada 90. gadiem,<sup>210</sup> un šī pieeja aktuāla ir arī vēl mūsdienās. Piemēram, Lora Robinsone (*Laura Robinson*) raksta, ka simboliskā interakcionisma perspektīva ir piemērota „kiberpatības“ (*cyber-self*) veidošanās un digitālā „cīta“ izprašanai, kā arī, lai analizētu tiešsaistes mājienu sociālajā mijiedarbībā.<sup>211</sup> Dana boida Ē. Gofmaņa pieeju izmanto, lai raksturotu indivīdu sevis izrādīšanu sociālo tīklu portālos.<sup>212</sup> E. Mendelsons un Z. Papaharisi ir norādījuši, kā attēli sociālo tīklu portālos atbilst tradicionālajiem priekšstatiem par iespaida vadību.<sup>213</sup> Savukārt Daniels Menčiks (*Daniel Menchik*) un Sjaoli Tiaņa (*Xiaoli Tian*) ir izmantojuši Ē. Gofmaņa un simboliskā interakcionisma pieeju, lai skaidrotu komunikācijas tehnikas, kas nepieciešamas, lai tādā informācijas kanālā kā e-pasts lietotāji spētu ievietot nepieciešamo sociālo kontekstu.<sup>214</sup> Šie piemēri parāda, ka E. Gofmaņa koncepciju var piemērot arī tiešsaistes videi, taču ir jāņem vērā būtiskās atšķirības, kas tiešsaistes vidi kā izrāžu telpu atšķir no nemediētās vides. Būtiskākās atšķirības ir tas, ka auditorijas ir mazāk redzamas nekā bezsaistē, pastāv lielāks atšķirīgu sociālo kontekstu pārstāvju satikšanās risks, kas rada indivīdam problēmas pielāgot savu izrādi auditorijas gaidām, kā arī var būt problemātiski nošķirt privāto telpu no publiskās.

### 3.3.1. Neredzamās auditorijas

Kā norādīja Ē. Gofmanis, indivīdi ir tendēti dažādām auditorijām rādīt dažādas identitātes un dažādus vēstījumus un spēlēt „informācijas spēli“ — „potenciāli nebeidzamu slēpšanas, atklājumu, nepatiesu atklāsmju un jaunatklājumu ciklu“.<sup>215</sup> Mijiedarbojoties nemediētās telpās, indivīdam ir parasts zināt, kas ir tie cilvēki, kas pašlaik ir klāt un vēro viņa izrādi. Tiešsaistē tas ir apgrūtināti. Saraksts ar lietotājiem, kas ir pievienoti „draugiem“ vai seko ierakstiem, arī nesniedz ne tuvu tik niansētu priekšstatu, kāds ir pieejams bezsaistes

---

<sup>210</sup> Sk.: Miller, H. (1995). *The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet*. Paper presented at the Embodied Knowledge and Virtual Space Conference, London, Great Britain, June 1995. Retrieved March 24, 2012, from <http://www.psicopolis.com/psicopedia/selfweb.htm>

<sup>211</sup> Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9(1), 93–110.

<sup>212</sup> boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). New York: Routledge; boyd, d. (2008). Why youth ♥ social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119–142). Cambridge, MA: The MIT Press.

<sup>213</sup> Mendelson, A. L., & Papacharissi, Z. (2011). Look at us: Collective narcissism in college student Facebook photo galleries. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 251–273). New York: Routledge.

<sup>214</sup> Menchik, D. A., & Tian, X. (2008). Putting social context into text: The semiotics of e-mail interaction. *American Journal of Sociology*, 114(2), 332–370.

<sup>215</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 18. lpp.

sociālajām mijiedarbībā. Sarunai vai vienkārši publicētajam saturam līdzī var sekot arī tie, kuri mijiedarbībā neiesaistās un nekādas redzamas pēdas pēc sevis neatstāj. Lietotājiem arī var būt problēmas precīzi zināt, kā auditorija uz viņu tekstiem reaģē, jo vienīgā pieejamā informācija par atgriezenisko saiti ir tā, ko lasītāji sniedz paši, rakstot atsaukmes vai ierakstus savos profilos. Nezinot auditorijas precīzu sastāvu un tās reakciju, indivīdam nākas paļauties uz savu subjektīvo vērtējumu par to, kas ir viņa auditorija un kā tā varētu reaģēt.

Viena no pieejām, ko tiešsaistes saziņas telpu lietotāji mēdz izmantot, ir „zemākā kopsaucēja“ konstruēšana un savu izrāžu veidošana atbilstoši šādai auditorijai. Bērnis Hogans (*Bernie Hogan*) šo jēdzienu lieto, lai raksturotu rīcību, kas būtu pieejama maksimāli lielam „skatītāju“ vai „draugu“ skaitam, turklāt lietotājam paturot prātā arī slēpto un negribēto (*unintended*) auditoriju, kas nav vēstījuma iecerētais adresāts, bet kam, neskatoties uz to, būs iespēja vēstījumam piekļūt.<sup>216</sup> Piemēram, zinot, ka lietotājam „draugos“ ir (vai var būt, vai arī pastāv iespēja, ka šo vēstījumu izlasīs) priekšnieks, vecāki vai citu grupu pārstāvji, kuriem ir nepieciešams radīt noteiktu iespaidu par sevi un kuru vērtēšanas kritēriji varētu būt visstingtākie, indivīds savas izrādes uzvedīs, par pamatu ņemot gaidas, kuras varētu būt viskonservatīvākajai, grupai, kas varētu visāsāk reaģēt uz atkāpēm no šīm normām. Elisa Mārvika (*Alice Marwick*) un d. boida par „zemāko kopsaucēja efektu“ turpretim dēvē parādību, ka indivīdi savos profilos publicē tikai tādu informāciju, ko, viņuprāt, par pieņemamu varētu uzskatīt vislielākā viņu „draugu“ (portāla sekotāju) grupa. Piemēram, *Twitter* lietotāji komunicē ar daudzējādām (*multiple*), pārklājošām auditorijām, stratēģiski slēpjot informāciju, dažādus tvītus mērķējot dažādām auditorijām un mēģinot sevi atveidot vienlaikus autentiski un arī kā interesantu personību. Turpretim indivīda sociālo mediju auditorijas daļu, kas uz noteikta veida saturu varētu reaģēt jūtīgi — priekšniecību, vecākus, partnerus —, viņas dēvē par „rēgainajiem lasītājiem“ (*nightmare reader*), kas ir pretstats „ideālajam lasītājam“ un kuru klātbūtne var ierobežot indivīda personiskās izpausmes sociālo tīklu portālā.<sup>217</sup> „Rēgainais lasītājs“ vai „zemākais kopsaucējs“ kā pieejas auditorijas subjektīvai konstruēšanai arī norāda, ka auditorijas neredzamība ir cieši saistīta ar sociālo kontekstu sabrukumu: ja būtu tiešsaistes sociālo tīklu lietotājam būtu iespējas nodrošināt, ka saglabājas nošķirums starp indivīdiem, kuri pārstāv dažādus sociālos kontekstus, tad varētu nodrošināt auditorijai lielāku homogenitāti un šādi kompromisi nebūtu nepieciešami.

---

<sup>216</sup> Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(6), 377–386.

<sup>217</sup> Marwick, A., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133.

### 3.3.2. Sociālo kontekstu sabrukums

Jau iepriekš atzīmēts, ka izrāde parasti tiek sniegta gan telpiski, gan temporāli ierobežotās teritorijās.<sup>218</sup> Tas palīdz arī segmentēt auditorijas, uzraudzīt to sastāvu un kontrolēt kādu informāciju kuri cilvēki saņem. Tiešsaistes vidē dažādu auditoriju iespējamā saplūšana un atšķirīgie privātuma un publiskuma līmeņi rada papildus izaicinājumus izrādes uzvedējiem.

Indivīdam parasti ir nepieciešams uzvest vairākas miniizrādes, kuras kombinē dažādas semioloģiskās atsauces, lai rezultāts būtu uztverams un saprotams dažādajām auditorijām, taču netiktu upurēts izrādes saskanīgums un turpinātība.<sup>219</sup> Mediju vidē nepieciešamība pieskaņoties atšķirīgām auditorijām un robežu izžušana starp dažādām sociālajām sfērām nav nekas būtiski jauns, un par to jau pagājušā gadsimta 80. gados rakstīja Dž. Meirovics,<sup>220</sup> taču sociālo tīklu portāli paplašina šīs parādības mērogu: to izjūt vairāk indivīdu, un arī tās efekts uz indivīdu var būt lielāks. Līdzīga situācija ir arī ar kontekstu izžušanu: saturu no tā rašanās konteksta atdalīt un līdz ar to pieļaut vairāk interpretāciju ir bijis iespējams vismaz kopš rakstveida saziņas izveidošanās, taču tiešsaistes vide konteksta izžušanas efektus pastiprina vēl vairāk: saturs var izplatīties ātri un plaši, tas ir brīvi kopējams, viegli atrodams, norāda d. boida.<sup>221</sup>

Pat ja indivīds gūst pietiekami reālistisku priekšstatu par savu *tiešo* auditoriju, *potenciālā* auditorija var būt krietni lielāka un veidoties no daudzveidīgāku sociālo kontekstu pārstāvjiem. Tas, ka tiešsaistes saturs ir *pastāvīgs, neizzūdošs* (t.i., atšķirībā no runātā vārda, tiek fiksēts) un tam var piekļūt vēlāk, *kopējams* un *viegli sameklējams*, atvieglo satura izplatīšanos un piekļuvi tam, tādējādi palielinot potenciālās auditorijas lielumu un neskaidrību par to, kas šīs auditorijas dalībnieki varētu būt. Portālu lietotāji var mēģināt panākt, ka nevēlamie lasītāji viņu gaitām līdzī neseko, piemēram, ierobežojot informācijas izplatīšanos un meklējamību un izmantojot citus privātuma uzstādījumus. Tomēr motivēti potenciālie auditorijas pārstāvji daudzus no šiem aizsardzības mehānismiem var apiet.<sup>222</sup>

Arī tiešajai auditorijai — tiešsaistes sociālo tīklu portāla „draugiem“ — var būt pievienoti indivīdi, kas pārstāv dažādas sociālās sfēras: draugi, ģimenes locekļi, paziņas, dažādus hierarhijas līmeņus pārstāvoši darba kolēģi. Bezsaistē mijiedarbība ar šo grupu pārstāvjiem notiktu atsevišķi, un katrai no šīm auditorijām ir iespējams rādīt citādu saturu. Savukārt tiešsaistes sociālo tīklu portālā šo atšķirīgo sociālo sfēru pārstāvji, pievienoti „draugiem“, kļūst par daļu no vienas sfēras, un tas apgrūtina ierasto dažādo izrāžu uzvešanu, ko parasti

<sup>218</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 90. lpp.

<sup>219</sup> Papacharissi, Z. *Conclusion: A networked self*.

<sup>220</sup> Meyrowitz, J. *No sense of place*.

<sup>221</sup> boyd, d. *Social network sites as networked publics*.

<sup>222</sup> Turpat.

šīm dažādajām auditorijām indivīds sevi izrāda atšķirīgi.<sup>223</sup> Šī parādība ierobežotā veidā ir novērojama arī bezsaistē, piemēram, satiekot kādu cilvēku ārpus ierastajiem apstākļiem — piemēram, izklaižu laikā sastopot priekšnieku. Tomēr situācijas sarežģītību mazina tas, ka abi situācijas dalībnieki vairumā gadījumu šo situāciju paši uzreiz pamana un viņiem ir iespēja mēģināt rast veidus, kā no tās iziet. Ē. Gofmanis norādīja, ka neviena no divām pamata stratēģijām, reaģējot uz risku, ka nepiederošs indivīds pieklūs aizkulišu teritorijai — situācijas pārdefinēšana, liekot saprasts, ka viņš šeit pašlaik ir gaidīts vai arī pārgrupēšanās, pārējiem dalībniekiem pārejot vienā komandā — nav īpaši efektīvs.<sup>224</sup> Savukārt tiešsaistes sociālo tīklu portālos informācijas pastāvīguma (*persistance*), meklējamības, kopējamības un pamanāmības potenciāla dēļ situāciju kontrolēt un šādus „incidentus“ novērst ir krietni grūtāk, jo tajos vien nav pieejami tik efektīvi līdzekļi auditoriju novērošanai nošķiršanai, kā bezsaistē.<sup>225</sup>

Tādējādi var secināt, ka, no bezsaistes saziņas pozīcijām raugoties, starppersonu komunikācija tiešsaistē ir apgrūtināta, tomēr lietotāji spēj attīstīt darbības stratēģijas, kas ļauj tikt galā ar neredzamo auditoriju radītajiem sevis izrādīšanas konfliktiem. Lietotāji apgūst, kā vienlaikus saglabāt privātumu un piekļūt sociālo tīklu portālu sniegtajai funkcionalitātei.

### 3.3.3. Privāto un publisko telpu saplūšana

Sociālo tīklu portāli izjauc tradicionālo privātuma sociālo dinamiku.<sup>226</sup> Tie maina indivīda sajūtu par kontroli, tomēr tas nenozīmē, ka to lietotāji atsakās no privātuma. Taču lietotājiem ir jāpieskaņojas tīklotajai komunikācijas videi, kurā jēdziens „publicēt privāto informāciju“ vairs nav oksimorons, bet jēdzieni „publisks“ un „privāts“ vairs nav savstarpēji izslēdzošī. Atšķirībā no tradicionālā publiskā un privātā nošķiruma, tiešsaistē publiskums var tikt izmantots kā līdzeklis privātās informācijas nodošanai. Turklāt jēdzienam „publisks“ var būt vairākas nozīmes. Par publisku var saukt privāto informāciju, kas tehniski ir pieejama cilvēkiem, kuri atrodas ārpus indivīda privātās pazīšanās loka un tiek izplatīta, izmantojot tos pašus mediju kanālus, kas tiek lietoti publiskās informācijas nodošanā; publiska var būt sākotnēji privāta informācija, kas nonāk publiskā apritē un pastāv līdzās, piemēram, masu mediju izplatītajai informācijai. Informācijas pastāvīgums, kopējamība un meklējamība nozīmē to, ka liela daļa no informācijas, kas paredzēta privātai patērēšanai, tehniski var kļūt

---

<sup>223</sup> Turpat.

<sup>224</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 114. lpp

<sup>225</sup> boyd, d. (2011). *Social network sites as networked publics*;

boyd, d. (2008) *Taken out of context: American teen sociality in networked publics: Doctoral dissertation*. University of California, Berkeley. Retrieved March 3, 2012, from <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

<sup>226</sup> Grimmelmann, J. (2009). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94, 1137–1206. Retrieved March 4, 2012, from [http://works.bepress.com/james\\_grimmelmann/20](http://works.bepress.com/james_grimmelmann/20).

publiska. Lietotājiem informācijas plūsmas kontrolē ir jāpaļaujas uz saviem sociālo tīklu dalībniekiem.

Komunikācija tiešsaistes sociālo tīklu portālā izgaismo un dažkārt arī pastiprina spriedzi, kas ir raksturīga indivīdu sociālajai mijiedarbībai arī bezsaistē, tomēr tiešsaistes komunikācijā, ko nodrošina tehnoloģiski līdzekļi, indivīdiem šie spriedzes punkti var būt labāk uztverami un asāk izpausties. Indivīda privātās tiešsaistes komunikācijas divas funkcijas — intīma un atklāta pašizteikšanās un kontaktu uzturēšana ar auditoriju (vairākiem desmitiem un nereti arī simtiem cilvēku) — nereti konfliktē viena ar otru.<sup>227</sup> Indivīdi vienlaikus vēlas uzturēt savu dienasgrāmatu kā autonomu telpu, bet tanī pašā laikā vēlas ar tās palīdzību saņemt atsauksmes. No vienas puses, indivīdi vēlas kontrolēt tur notiekošo mijiedarbību, bet no otras, vēlas vairāk savienojumu un tuvības. Portāls var apvienot auditorijas, kas attiecībās ar indivīdu citkārt pārstāv atsevišķas jomas, un indivīdam ir izaicinājums pārvaldīt un dalīt šo auditoriju. Sociālo tīklu portālu lietotājiem šie konflikti jārisina, un dažkārt tas notiek uz sevis izrādīšanas stratēģiju un pašcenzūras rēķina.

### **3.3.4. Ē. Gofmaņa pieejas adaptācijas**

Lai arī centrālie Ē. Gofmaņa pieejas elementi — sevis izrādīšana, skatuve (priekšplāns un aizkulises), komandas, auditorijas — ir identificējami un izmantojami arī tiešsaistes saziņā, kā tas iepriekš norādīts, tomēr bezsaistes un tiešsaistes komunikācijas atšķirības nozīmē, ka šai perspektīvai ir nepieciešama adaptācija tieši tiešsaistes videi.

Jautājums, uz kuru nav vienotas atbildes: kas tiešsaistes komunikācijā ir priekšplāns un kur aizkulises? Viena pieeja paredz, ka priekšplāns ir sociālo tīklu portāla profils, kurā rakstītais ir paredzēts noteiktai auditorijai, kam tiek liegta iespēja uzzināt daudz ar tiešsaistes sociālā tīkla profila un tā satura veidošanos saistītas fona informācijas (gan autora īsto vārdu un izskatu, gan izteikto apgalvojumu atbilstību viņa bezsaistes identitātēm, gan vēstījumus pavadījušos, taču tiešsaistes vidē nepieejamos neverbālos kodus, u.c.). Šajā pieejā ar portāla profilu saistītie sevis izrādīšanu ietekmējošie elementi var tikt uzskatīti par dekorācijām, kuras indivīds var kontrolēt, lai atstātu vajadzīgo iespaidu uz auditoriju vai auditorijām (kuras dalīt segmentos var būt iespējams pateicoties tiem pašiem tiešsaistes medija arhitektūras elementiem). Šādu izpratni var atrast daudzos pētījumos par vispārējā lietojuma sociālo tīklu portāliem, piemēram, *Facebook*, kuros pētnieki norāda uz lietotāju mēģinājumiem kontrolēt savu tiešsaistes telpu un konfliktiem, kas rodas, kad pastāv risks, ka šajā telpā atrodamo informāciju varētu pamanīt nepiederošu, neaicinātu sociālo kontekstu

---

<sup>227</sup> Kendall, L. (2007). "Shout in the wind, and it shouts back": Identity and interactional tensions on Livejournal. *First Monday*, 12(9). Retrieved April 14, 2011, from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2004/1879>



pārstāvji. Tādējādi atkarībā no iespējamās auditorijas, profils ir vai nu aizkulises, kas no šīs auditorijas tiek sargāta, vai arī priekšplāns, kur mijiedarboties ar mērķa publiku. Piemēram, daudziem studentiem nepatīk, ka *Facebook* darbojas arī fakultātes mācībspēki.<sup>228</sup> Uz portāla profilu kā aizkulisēm norāda ar Kevins Luiss (*Kevin Lewis*), Džeisons Kaufmans (*Jason Kaufman*) un Nikolass Kristakis (*Nicholas Christakis*), kas analizējuši *Facebook* lietotāju uzvedību saistītā ar privātuma uzstādījumiem.<sup>229</sup> Šādā veidā faktiski tiek pateikts, ka aizkulises ir tas pats kas indivīda privātā telpa, lai arī Ē. Gofmaņa izpratnē tie nebūt nav līdzīgi jēdzieni.

Tomēr Ralfs Šrēders (*Ralph Schroeder*), kurš analizē virtuālās realitātes telpas, piedāvā citu interpretāciju — „priekšplāns“ ir *avatārs pats* jeb tēls, kurš šajā vidē ir izveidots, lai konkrētajā mediētajā vidē pārstāvētu indivīdu, kurš to datorā vada (manuprāt, šo jēdzienu plašākā nozīmē var attiecināt arī uz tiešsaistes identitātēm vispār). Šādi raugoties uz tiešsaistes komunikāciju, ir saskatāmas fundamentālas atšķirības no bezsaistes komunikācijas, un vismaz daļēji tiek skaidrota tiešsaistes saziņas „īstuma“ un „neīstuma“ problēma. Kā uzskata R. Šrēders, priekšstatu par avatāru mākslīgumu veido tas, ka ar tiem saistītās identitātes ir situacionālas — „tās ir priekšplāni, kuriem indivīdam pilnībā ir jāvelta uzmanība laikā, kad tas sazinās ar citiem virtuālās pasaules dalībniekiem“. Vienlaikus avatāra vadīšanā ir nepieciešams tāda iespaids veidošanas pieeja, ar kādu indivīdi nav pazīstami savā ikdienas dzīves sociālajā mijiedarbībā, jo ikdienas dzīves sociālo mijiedarbību viņi pieņem kā pašu par sevi saprotamu, turpretim mijiedarbība virtuālajās pasaulēs prasa indivīdiem reflektēt par to, kā viņi sevi iestudē.<sup>230</sup> Nepieciešamība veidot tēlu un vidi tam apkārt ir saistīta ar pārdomām par to, kādam šim tēlam vai videi būtu jābūt, ko indivīds ar to vēlas pateikt un kādos apstākļos vēlas darboties.

Visai bieži pieminēts aspekts, kas Ē. Gofmaņa pieejas piemērošanu tiešsaistes un bezsaistes videi atšķir un tiek uzskatīts par šķērslī šīs pieejas tiešā pārņemšanā, ir sevis izrādīšanas daba. Datorpastarpinātā komunikācija nav tā veida starppersonu komunikācija, kuru aprakstīja Ē. Gofmanis. Bezsaistē indivīda sevis izrādīšana parasti ir saistāma ar indivīda aktīvu līdzdalību. Proti, izrāde nevar notikt, ja pats indivīds tajā nepiedalās. Turpretim bezsaistē izrāde var centrēties ne tikai ap indivīdu un viņa aktivitātēm, bet gan ap indivīda veidotajiem artefaktiem — dienasgrāmatu ierakstiem, komentāriem, fotogrāfiju

---

<sup>228</sup> Hewitt, A., & Forte, A. (2006). Crossing boundaries: Identity management and student/faculty relationships on the Facebook. *Poster presented at the Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW'06) conference, November 4 – 8, 2006, Banff, Alberta, Canada.* Retrieved April 14, 2012, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.94.8152>.

<sup>229</sup> Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*, 79–100.

<sup>230</sup> Schroeder, R. (2011). *Being there together: Social interaction in virtual environments.* Oxford: Oxford University Press. P. 50.

albumiem — kuri indivīda izrādīšanas funkciju veic vēl ilgi pēc tam, kad pats indivīds jau ir mitējis aktīvi darboties. Hjū Millers (*Hugh Miller*) piemin, ka gan Ē. Gofmaņa, gan citu simbolisko interakcionistu izpratnē patība tiek attīstīta, uzturēta un izrādīta mijiedarbībā ar citiem, un tādā gadījumā patība, kas tiek demonstrēta tiešsaistes vietnēs, nevar tikt uzskatīta par veidotu, ja arī šīs informācijas sniedzēju auditorijai nav jēlkāda veida mediētas vai nemediētas komunikācijas.<sup>231</sup>

Vēl uzsvērtāk uz šo problēmu norāda B. Hogans, kurš raksta, ka sevis izrādīšana tiešsaistē ir jānodala *izrādēs*, kas notiek sinhronās *situācijās*, un *artefaktos*, kas izpaužas asinhronās *izstādēs*. Ē. Gofmaņa dramaturģiskā pieeja skaidro *situācijas*, turpretim sociālajos medijos indivīdu sevis izrādīšanā var saskatīt *izstādi*: citu priekšstatu par indivīdu un situācijas definējumu nosaka ne tikai viņa pašreizējās komunikatīvās aktivitātes (sarunāšanās ar citiem), bet arī artefakti, kas šīs aktivitātes reprezentē: statusa atjauninājumi, fotoalbumi, dienasgrāmatu ieraksti. Ja situācijās indivīds ir aktieris, tas izstādēs viņš ir „kurators“, kas pārvalda un izplata digitālo saturu, kas turpina pildīt savu funkciju arī laikā, kad indivīds pats neatrodas tiešsaistē.<sup>232</sup> Aplūkojot sevis izrādīšanas aspektus tiešsaistes medijos izstādes un izrādes nodalījums ir būtisks, tanī pašā laikā arī B. Hogans atzīst, ka izstāde arī ir sevis izrādīšanas forma; ne visa tiešsaistes mijiedarbība ir aplūkojama kā izstādes, tāpat kā ne visa bezsaistes mijiedarbība ir aplūkojama kā izrāde. Par to, ka B. Hogana idejai nav būtiskas nozīmes tajā, kā Ē. Gofmaņa pieeja tiek piemērota promocijas darba pētījumā, liecina tas, ka sociālā mijiedarbība un tās iznākumi, kas ir šī darba pamatā, nenotiek artefaktu starpā — indivīdi rada artefaktus reaģējot uz citiem artefaktiem, kuri savukārt pārstāv dažādus cilvēku vēstījumus. Jānorāda arī, ka šāda artefaktu situāciju nošķiruma problēma nav raksturīga tikai tiešsaistes komunikācijai, bet jebkura veida mediētajai komunikācijai, kurai nav raksturīgs komunikācijas gaistošums — vēstules, apmaiņa ar ierakstītiem audiāliem un vizuāliem elementiem. Atšķirība ir tāda, ka asinhronā un pastāvīgā komunikācija tiešsaistes saziņas popularitātes dēļ ir kļuvusi ļoti plaši izplatīta, tādējādi ietekmējot starppersonu saziņas procesus.

Uz cilvēka ķermeņa un to pārstāvošo artefaktu problemātiku ir norādījusi arī d. boida. Viņa norāda, ka nemediētās vidēs ikdienas dzīves mijiedarbībā indivīda ķermenis ir būtiski svarīgs elements, kas ļauj paust identitāti. Cilvēka ķermenis palīdz paust un nolasīt sociālos mājienus, vadīt un radīt iespaidu. Iespauda vadība un mājienu došana, nolasīšana un savas rīcības pieskaņošana situācijai ir mākslas, jo indivīdi sabiedrībā apgūst jau no mazotnes. Tiešsaistē ķermenis signālu nodošanā un uzturēšanā vairs nepalīdz. Tomēr d. boida nedomā,

---

<sup>231</sup> Miller, H. The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet.

<sup>232</sup> Hogan, B. The presentation of self in the age of social media.

ka tādēļ Ē. Gofmaņa pieeja varētu nebūt attiecināma uz tiešsaistes vidi. Ķermeņa vietā indivīdi tiešsaistē izmanto teksta, audio un video materiālus, kas visi ir efektīvi līdzekļi virtuālās klātbūtnes nodrošināšanai.<sup>233</sup> Informācijas nodošana, izmantojot šos kanālus, atšķiras no artikulācijas, izmantojot ķermeni, taču tiešsaistes komunikācija ir iespējama, jo ķermeņa neesamību šādi tomēr ir iespējams kompensēt.

Tanī pašā laikā Džošuā Bermans (*Joshua Berman*) un Eimija Brakmana (*Amy Bruckman*) atzīmē, ka pilnībā no ķermeņa atbrīvoties indivīdi nevar arī tiešsaistē: pat ja indivīds vēlas slēpt ziņas par sevi, tiešsaistes mijiedarbības dalībnieki dažkārt arī tikai no komunikācijas stila spēj noteikt, vai indivīds ir vīrietis vai sieviete. Viņi arī norāda, ka indivīdi tiešsaistes kopienās ir spējīgi uz kolektīvu rīcību un kopējiem sociālajiem rituāliem, neskatoties uz to, ka tie fiziski var atrasties ne tikai dažādās valstīs, bet arī dažādās laika zonās un viņu tiešās zināšanas par citu dalībnieku ķermeniskajām izpausmēm ir ierobežotas.<sup>234</sup>

Neskatoties uz to, ka tiešsaistes grupu dalībnieki ir tendēti izmēģināt un attīstīt sev daudzveidīgākas identitātes, nekā būtu iespējams bezsaistē, viņi tomēr spēj projicēt tādas situācijas definīcijas, kas ir saprotamas un uztveramas citiem, un citi savukārt spēj iegūt pietiekami daudz un par pietiekami ticamu atzītas informācijas, lai varētu izdarīt secinājumus viens par otru, kā arī viņi nespēj vai arī nevēlas pilnībā atbrīvoties arī no identitātēm, kuras viņi pauž bezsaistē. Tādējādi, lai arī pētnieki norāda uz tiešsaistes un bezsaistes sociālās mijiedarbības būtiskajām atšķirībām, viņi sliecas domāt, ka Ē. Gofmaņa idejas, kamēr tiek attiecinātas tieši uz indivīdu mijiedarbību, ir aktuālas arī tiešsaistes vidē.

### **3.4. Nodaļas kopsavilkums**

Ē. Gofmanis izmantoja teātra metaforu, lai aplūkotu indivīdu sociālo mijiedarbību un to raksturotu kā stratēģisku iespaida vadības uzvedumu, izmantojot dažādas teātra telpas, iesaistot komandas un mēģinot vienoties par kopējām situācijas definīcijām. Ņemot vērā pētījuma orientāciju uz indivīdu privāto komunikāciju, šīs pieejas aprakstā esmu iekļāvis arī Ē. Gofmaņa idejas par stigmām un to pārvarēšanu.

Izvērtējot pētnieku pieredzi saistībā ar Ē. Gofmaņa koncepciju, kas sākotnēji paredzēta nemediētās vides analīzei, var secināt, ka tā tiešsaistes sociālās mijiedarbības analīzei izmantojama, taču ir jāpapildina ar elementiem, kas tiešsaistes saziņu atšķir mijiedarbības bezsaistē: auditorijas ir neredzamas, sociālie kontakti var sabrukt, robežas starp privāto un publisko saplūst.

---

<sup>233</sup> boyd, d. Why youth ♥ social network sites.

<sup>234</sup> Berman, J., & Bruckman, A. S. (2001). The Turing game: Exploring identity in an online environment. *Convergence*, 7(3), 83–102.

## 4. IZKLIEDĒTĀ INTIMITĀTE UN TĪKLA SABIEDRISKUMS

Tas ir mazliet solidāri silti, ka ir cilvēki, kurus arī nomoka eksistenciālas sāpes par to, kas un kādi viņi ir. Kuri gruzās, kad viss ir, jo patiesībā jau nekā nav. Tāpēc ka bērība un agrīnā pusaudzība sazin kāpēc iedēsta dižo ideju par to, ka kādreiz es sāksu dzīvot pa īstam — kad ik mirklis manā dzīvē, ik izsacītais vārds vai ieņemtā doma — viss būs tik JĒGPILNS, tik esencēti jēgpilns kā kinofilmās. Manas replikas reiz kļūs tik spožas, paskats tik glamūrs un notikumi risināsies tik dramaturģiski precīzi savā krāšņumā un intensitātē, ka dritvainazīt. Un nevienas tukšas sekundes. And all songs should be happy, and actors please remain young.

[..] Visa dzīve patiesībā ir viens liels eskeipisms no tā, ka īstas dzīves nemaz nav.

— Jim, 2007. gada 23. novembris

Tiešsaistes vidi raksturo augsts neskaidrību un nepastāvības līmenis. Šāda vide var sarežģīt starppersonu kontaktu veidošanu un uzturēšanu, taču vienlaikus tā arī paver jaunas iespējas lietotājiem pašrealizēties un veidot attiecības ar citiem. Individīdi šai videi spēj pielāgoties un attīsta jaunus starppersonu savienojumus, kas atšķiras no tiem, kuri raksturīgi bezsaistei. Tas parāda gan nepieciešamību jēdzieniski nošķirt tiešsaistes attiecības no bezsaistes attiecībām, taču nošķirums ir nepieciešams arī starp dažādām tiešsaistes veidotajām attiecībām, kuras var veidoties uz daudzveidīgu apmaiņu (*exchanges*) pamata. Tāpēc es piedāvāju lietot jēdzienu „**attiecību režīmi**“, kas pieļauj plašāku un niansētāku izpratni par indivīdu attiecībām.

Jēdziens „režīms“ šeit ir jāsaprot nevis politiskā nozīmē (‘valsts iekārta’), bet gan kā ‘noteikumu, pasākumu sistēma, kas ieviesta kāda mērķa sasniegšanai’.<sup>235</sup> Šis apzīmējums ir izmantots, lai izšķirtu šo iedalījumu no atšķirīgām klasifikācijām. Jēdziens „veids“ (*mode*) literatūrā jau iepriekš ir aplūkots saistībā ar formāliem, tehniskiem komunikācijas raksturojumiem.<sup>236</sup> Līdzīgās formālās nozīmēs tiek lietots arī jēdziens „tips“.<sup>237</sup> Turpretim promocijas darbā tiek aplūkots komunikācijas *saturs*, uz kā pamata notiek apmaiņa starp

<sup>235</sup> Baldunčiks, J. (red.) (1999). *Svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Jumava. 689. lpp.

<sup>236</sup> Tradicionāli tiešsaistes komunikācija tiek izšķirti divi saziņas veidi: sinhronā un asinhronā komunikācija. Savukārt Munmuna de Čodhurija (*Munmun De Choudhury*), Hari Sundarams (*Hari Sundaram*), Ažita Džona (*Ajita John*), un Dorī Dankana Seligmāna (*Dorée Duncan Seligmann*) apraksta „komunikācijas veidus sociālajos tīklos“. Tie ir: apmaiņa ar ziņojumiem, blogu ierakstu komentāri un atbildes, sarunas, kuru pamatā ir koplietoti mediju artefakti, sociālas darbības — vērtēšana, atzīmēšana ar „patīk“ un mazblogošana (De Choudhury, M., Sundaram, H., John, A., & Seligmann, D. D. (2010). Analyzing the dynamics of communication in online social networks. In B. Furht (Ed.), *Handbook of social network technologies and applications* (pp. 59–94). New York: Springer). Savukārt citkārt tiešsaistes mijiedarbības veidi tiek saprasti formāta kategorijās, iedalot tos audiovizuālajā, audiālajā un teksta saziņas veidā (Olson, G. M., & Olson, J. S. (2010). Groupware and computer-supported cooperative network. In H. Donela, K. Kear & M. Ramage (Eds.), *Online communication and collaboration: A Reader* (pp. 39–65). New York: Routledge.)

<sup>237</sup> Piemēram, pētījumā par tiešsaistes saziņas rīku lietošanu jauniešu vidū tiešsaistes saziņa iedalīta divos tipos: tūlītējās ziņapmaiņas (*IM*) un publiskās čatošanas tipā. Sk.: Valkenburg, P. M., & Jochen, P. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1169–1182.

tiešsaistes sociālo grupu dalībniekiem. Attiecību režīma jēdziens tādējādi ietver konkrētā paveida attiecību principu analīzi, identificējot šādu attiecību pastāvēšanai nozīmīgos elementus un apstākļus un ņemot vērā vidi, kurā sociālā mijiedarbība notiek, un to, kā šie aspekti indivīdu sociālās mijiedarbības dinamiku ietekmē. Tādējādi jēdziens „tiešsaistes attiecību režīms“ ļauj aptvert starppersonu komunikācijas apstākļu un raksturojumu atšķirības, vienlaikus uzsverot, ka, neskatoties uz šīm atšķirībām, runa ir par starppersonu attiecībām — saistīšanos starp diviem vai vairāk cilvēkiem uz savstarpējas komunikācijas pamata.

Šinī nodaļā tiek raksturoti divi uz atšķirīga veida apmaiņām — pašatklāšanos un fatisko komunikāciju — balstīti tiešsaistes attiecību režīmi, kas promocijas darbā izmantoti indivīdu tiešsaistes sociālās mijiedarbības ilustrēšanai.

#### **4.1. Individualizācija un indivīdu attiecības**

Tiešsaistes attiecības attīstās apstākļos, ko sociologi saistībā ar procesiem mūsdienu sabiedrībā apraksta, izmantojot individualizācijas jēdzienu. Individualizācija nozīmē iepriekš eksistējušo sociālo formu dezintegrāciju, piemēram, pieaugošo tādu kategoriju kā šķira, sociālais statuss, dzimtes lomas, ģimene, apkaimē trauslumu.<sup>238</sup> Individualizācijas pieeja paredz, ka vēlinajā modernitātē personiskās attiecības, sociālās mijiedarbības formas un pienākumus aizvien mazāk nosaka vēsture, vieta, tradīcijas un citas iepriekšdefinētas kategorijas. Indivīdi no šiem iepriekšdefinētajiem elementiem ir atbrīvoti, un tiem ir vienlaikus gan aizvien lielāka iespēja pašiem veicot savas biogrāfijas, gan arī lielāks pienākums to darīt. Dezintegrējoties tradicionālajām sabiedrības attiecības veidojošajām struktūrām, mūsdienu dzīvi raksturo aizvien lielāka izsaiste (*disembeddedness*), un līdz ar to viens no svarīgākajiem uzdevumiem, ar kuriem indivīds saskaras, ir pastāvīgi uzturēt un atjaunināt savas attiecības ar citiem.<sup>239</sup> Kā norāda E. Gidenss, vēlinā modernitāte ir

---

<sup>238</sup> Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: Sage Publications. P. 2.

<sup>239</sup> Empīriskie dati pilnībā neatbalsta individualizācijas teorētiskos konceptus, kā tas ir bijis redzams Paula de Biera (*Paul de Beer*) pētījumā par Nīderlandes sabiedrību (Beer, P. de. (2007). How individualized are the Dutch? *Current Sociology*, 55(3), 389–413), turklāt mūsdienās joprojām pastāv ar iepriekšdefinētajām kategorijām saistītā strukturālā nevienlīdzība, lai arī šādu ietekme, saskaņā ar individualizācijas pētnieku uzskatiem, mūsdienās vājinās (Jamieson, L. (1999). Intimacy transformed? A critical look at the ‘pure relationship’. *Sociology*, 33(3), 477–494). Tomēr individualizācija ir piemērots jēdziens tiešsaistes attiecību skaidrošanā. Tīklotajās tiešsaistes vidēs indivīdiem ir jāsaskaras ar vēl lielāku neskaidrību nekā bezsaistē un ir grūti identificēt ar citiem kopējus sociālos kontekstus, kas var darboties kā enkuri, nostiprinot indivīdu saites, kā arī atvieglotot reiz izveidotu saišu atjaunināšanu. Arī iepriekšdefinētām kategorijām — izcelsmei, vēsturei, tradīcijām — līdz ar daudziem citiem indivīda raksturojumiem un neverbālās komunikācijas signāliem ir mazāka loma, savukārt lielāka loma ir indivīda reālajai rīcībai un komunikācijai sociālās mijiedarbības un sevis konstruēšanas laikā. Attiecības starp cilvēkiem, kādas tās raksturo individualizācijas pētnieki, tādējādi var būt piemērojamas arī tiešsaistes vides analīzei.

posttradicionāla kārtība, kurā atbilde uz jautājumu „Kā man dzīvot?“ ir jādod ar ikdienas lēmumiem.<sup>240</sup>

Ulrihs Beks (*Ulrich Beck*) un Elizabete Gernsheima-Beka (*Elisabeth Gernsheim-Beck*) raksta, ka mūsdienās indivīdiem nepārtraukti ir jākļūst par savu biogrāfiju, identitāšu un arī savu sociālo saišu un tīklu aģentiem, būvētājiem, žonglieriem (*jugglers*), režisoriem. Arī pašas cilvēku biogrāfijas ir kļuvušas globalizētas — cilvēki vairs nav piesaistīti vienai vietai: viņi ir klejotāji, kas dzīvi pavada automašīnās, lidmašīnās un vilcienos, telefonsarunās un internetā, pārnacionālā dzīve ar masu saziņas līdzekļu palīdzību plešas pāri robežām. Brīvprātīgi vai nē, cilvēku dzīves notiek dažādās pasaulēs vienlaikus. Savukārt cilvēku dzīve ir pilnībā atkarīga no institūcijām. Saistošu tradīciju vietā indivīda dzīvi regulē institucionālās vadlīnijas. Būtiskā atšķirība staro tradicionālo un mūsdienu dzīvi nav tā, ka agrāk dažādas vadlīnijas un kontroles mehānismi līdz minimumam ierobežoja indivīda iespējas pašiem veidot savu dzīvi, bet mūsdienās šādi ierobežojumi ir sarukuši līdz minimumam. Patiesībā tieši modernitātes birokrātiskie un institucionālie džungļi visefektīvāk iesaista vadlīniju un regulāciju tīklos. Būtiskā atšķirība ir tāda, ka mūsdienu vadlīnijas vedina cilvēku biogrāfiju paštematizāciju un pašregulāciju. Tradicionālajām vadlīnijām bieži vien pastāvēja būtiski ierobežojumi vai pat rīcības aizliegumi (piemēram, pirmsindustriālajās sabiedrībās aizliegums precēties nodrošināja to, ka cilvēki, kam nepiederēja īpašums, neprecējās; vai arī ceļošanas ierobežojumi vai Austrumu bloka valstīs aizliegumi kontaktēties ar „šķiras ienaidniekiem“). Savukārt modernajās sabiedrībās institucionālais spiediens parādās pakalpojumu piedāvājumu vai rīcības stimulēšanas formā. Piemērs ir labklājības valsts ar bezdarbnieka pabalstiem, studentu stipendijām vai kredīta atlaidei. Mūsdienu vadlīniju kopas (jau minētā labklājības valsts, kā arī izglītības sistēma un darba tirgus) ietver prasību indivīdiem dzīvot pašiem savu dzīvi, vai arī rēķināties ar ekonomiskām sankcijām.<sup>241</sup> „Cilvēks ir izvēle starp citām iespējām. Dzīve, nāve, dzimte, ķermeniskums, identitāte, reliģija, laulības, kļūšana par vecākiem, sociālās saites — tas viss līdz sīkumiem ir kļuvis izlemjams. Un, kad viss ir fragmentēts līdz izvēlēm, izvēles ir jāizdara,“ raksta U. Beks un E. Beka-Gernsheima. Savukārt daudzās iespējamās izvēles nozīmē to, ka cilvēki, visticamāk, arī izdarīs daudzveidīgas izvēles, un cilvēku biogrāfijas ir aizvien heterogēnākas.<sup>242</sup>

Individualizācijas jēdzienu var operacionalizēt, sadalot to trīs apakšjēdzienos: detradicionalizācijā, emancipācijā un heterogenizācijā. Detradicionalizācija ir saišu pavājināšanās ar tradicionālajām institūcijām kļūst vājākas vai to izzušana pavisam.

---

<sup>240</sup> Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity. P. 14.

<sup>241</sup> Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. *Individualization*. Pp. 23–25.

<sup>242</sup> Turpat. P. 5.

Emancipācija nozīmē, ka palielinās cilvēku neatkarība. Savukārt heterogenitāte nozīmē, ka visi indivīdi no daudzajām izvēlēm izvēlas vienu konkrētu, un, pēc individualizācijas teorētiku uzskatiem, izdarītu izvēļu daudzveidībai pēdējo gadu desmitu laikā būtu jāpalielinās.<sup>243</sup>

Kā norādīja J. van Deiks, tīkli ir individualizācijas līdzinieks, un, tos lietojot, indivīds veido mobilu dzīvesveidu un ģeogrāfiski izkliedētas attiecības.<sup>244</sup> Tādējādi individualizācijas pieeja ir noderīga tiešsaistes attiecību raksturošanai, jo tiešsaistē tās pamata idejas par ārēju un iepriekšdefinētu raksturojumu ietekmes mazināšanos un lielāku nepieciešamību pašam indivīdam veidot savu biogrāfiju izpaužas vēl krasāk un precīzāk.<sup>245</sup>

Šādos apstākļos veidojas divi tiešsaistes privātās komunikācijas režīmi, kuri turpinājumā tiks aprakstīti. Pirmais ir saistīts ar intimitāti, personisku pašatklāšanos, kas ir stratēģija tiešsaistei raksturīgo neskaidrību un nenoteiktību pārvarēšanai. Otrais, „tīkla sabiedriskuma“ (*network sociality*) attiecību režīms ir vērsts uz sociālo attiecību „efektivizēšanu“, rodot iespēju uzturēt kontaktus ar pēc iespējas vairāk cilvēkiem, un šāda efektivizēšana notiek, vēstījumos uzsvāru pārliekot no satura uz sociālo funkciju. Šie abi attiecību veidi nav savstarpēji izslēdzoši un var pastāvēt paralēli.

## **4.2. Pašatklāšanās un intimitāte tiešsaistes attiecībās**

Kā jau iepriekš norādīts, individualizācija paredz, ka indivīdi mūsdienās aizvien vairāk atbrīvojas no iepriekšdotajām kategorijām un viņiem ir iespējas un arī pienākums pašiem veidot un uzturēt savas biogrāfijas un savas sociālās saites. Šādā situācijā uzticēšanās un drošība kļūst ārkārtīgi svarīgi elementi, un to uzturēšanai indivīdam ir jāiegulda pūliņi, tāpat kā „refleksīvajā sevis projektā“, raksta Entonijs Gidenss. Viņš grāmatā *The Transformation of Intimacy* raksta par „tīrajām attiecībām“ („*pure relationships*“), kas raksturīgas vēlīnajai modernitātei. Tīrajās attiecībās indivīdi sociālajā mijiedarbībā iesaistās pašas mijiedarbības dēļ un tā dēļ, ko šāda mijiedarbība sniedz abiem attiecību dalībniekiem. Tīrās attiecības tiek uzturētas tikai tik ilgu laiku, kamēr attiecības to dalībniekiem sniedz atbilstošu apmierinājumu.<sup>246</sup> Mūsdienu attiecības ir atbrīvotas no kādiem ārējiem, iepriekš definētiem attiecību uzturēšanas mērķiem. Atšķirībā no laulības, tīrās attiecības nav institucionalizētas,

<sup>243</sup> Beer, P. de.. How individualized are the Dutch?

<sup>244</sup> Van Dijk, J. A. G. M. (2006). *The network society*. P. 168.

<sup>245</sup> Lai arī, izmantojot tiešsaistes sniegtās plašās identitāšu veidošanas un pielāgošanas iespējas, ir iespējams vieglāk konstruēt arī izmaiņas savā sociālajā statusā un iepriekš dotās kategorijas (izcelsmi, dzimumu, šķiru) padarīt vēl mazāk nozīmīgas, tomēr plašāku sabiedrības pārmaiņu procesā tas, kas notiek tiešsaistes vidē, ir drīzāk šo pārmaiņu ilustrācija, nevis katalizators. Individualizācijas procesi un tas, ka mūsdienās cilvēka dzīves projektā lielāka ietekme ir nevis jau minētajiem iepriekšnoteiktajiem indivīda raksturojumiem, bet gan viņa paša pūliņiem savas biogrāfijas veidošanā, nav tiešsaistes sociālo tīklu portālu vai tiešsaistes kopienu nopelns. Tiešsaistes komunikācijas īpatnības lielākoties ir tikai plašāku sociāli transformējošiem procesu izpausme.

<sup>246</sup> Giddens, A. (1992). *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*. Stanford: Stanford University Press. P. 58.

un, atšķirībā no laulības, cilvēki šādās attiecībās neiesaistās kādu ārēju apstākļu vai priekšnoteikumu — piemēram, ekonomisku iemeslu vai tradīciju — dēļ. Tādējādi tīrās attiecības ir demokrātiskākas nekā laulība, ko tās nomaina. Tās nav uzskatāmas par „dabisku stāvokli“, kuru ilgstamība tiek uzskatīta par kaut ko, kas ir pats par sevi saprotams, ja vien nenotiek kāda ekstrēma situācija. Tīrās attiecības var izbeigt jebkurā brīdī pēc to dalībnieku pašu vēlēšanās. Lai šādas attiecības varētu pastāvēt, ir nepieciešama nodošanās (*commitment*), tomēr ikviens, kurš attiecībām nododas bez iebildēm (*reservations*), riskē nākotnē piedzīvot sāpes, ja šīs attiecības tiek pārtrauktas.<sup>247</sup>

Tīro attiecību galvenais elements ir brīva un atklāta saziņa — šīs attiecības pašas sev ir forums, raksta A. Gidenss. Tīrās attiecības nozīmē pašautonomiju, izraušanos no spaidiem (*compulsiveness*), un tas ir atklāta dialoga priekšnoteikums, savukārt atklāts dialogs ir veids, kā indivīds var izpaust savas vajadzības, kā arī līdzeklis, ar ko attiecības refleksiīvi tiek organizētas.<sup>248</sup> Tuvu attiecību veidošanai ir nepieciešama pašatklāšanās un intimitātes veidošana. Šīs attiecības ir brīvprātīgas, tādējādi nosacītas (*contingent*) un tajās intimitāte ir balstīta uz abpusēju refleksivitāti un pašatklāšanos (*self-disclosure*). Uzticēšanās jūtām nav nekādu ārēju atbalsta līdzekļu, to var attīstīt tikai ar intimitāti. Intimitāte E. Gidensam ir saistīta ne tikai ar romantiskām attiecībām: **intimitāte ir tādu emociju un darbību atklāšana, kuras indivīds citkārt slēptu no publikas acīm.**<sup>249</sup>

Tiešsaistes intimitāte, kas tiešsaistes attiecībās izpaužas, kad indivīdi pašatklājas un uzticas citiem (arī svešiniekiem), būtiski atšķiras no „tradicionālās“ intimitātes, kas ir saistīta ar atklāšanos šauram, rūpīgi atlasītu cilvēku lokam.<sup>250</sup> Intimitāte tiešsaistes privātajā saziņā ir pieeja, ko tiešsaistes kopienas dalībnieki izmanto, lai tiešsaistes sociālajā tīklā pašizpaustos un uzturētu attiecības — gan ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem, gan tādiem, ar kuriem dažāda ciešuma saites ir izveidojušās tikai tiešsaistē. Šī interpretācija saskan ar E. Gidensa rakstīto, ka pašatklāšanās vēlinajā modernitātē tā ir teju vai obligāta ikvienu (ne tikai romantisku) attiecību uzturēšanā; indivīds, visticamāk, ir iesaistīts dažādās sociālo attiecību formās, kas sliecas tīro attiecību virzienā; tīrās attiecības parasti ir savstarpēji saistītas, tādējādi veidojot specifisku intimitātes vidi.<sup>251</sup> Pašatklāšanās ir būtisks veids, kā iemantot uzticību un izveidot autentiskas, nevis nosacītas attiecības ar citiem.

H. Reingolds bija viens no pirmajiem tīmekļa pētniekiem, kas vērsa uzmanību, ka tiešsaistes vidē indivīdi citiem atklājas „krietni intīmāk nekā tie būtu gatavi bez ekrānu un

<sup>247</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 137.

<sup>248</sup> Turpat. 138. lpp.

<sup>249</sup> Turpat.

<sup>250</sup> Schwarz, O. (2011). Who moved my conversation? Instant messaging, intertextuality and new regimes of intimacy and truth. *Media, Culture & Society*, 33(1), 71–87.

<sup>251</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 97.



psidonīmu starpniecības“,<sup>252</sup> un pēc tam arī citi pētnieki ir empīriski pārbaudījuši arī citi pētnieki.<sup>253</sup> Datormediētajā komunikācijā būtiski augstāki spontānas pašatklāšanās līmeņi ir saistīti ar paaugstinātu privātu sevis apzināšanos (*self-awareness*) kombinācijā ar samazinātu publisku sevis apzināšanos.<sup>254</sup> Ierobežotā apjomā šī parādība ir sastopama arī citās mediētās komunikācijas vidēs. Piemērs ir mobilo telefonu lietošana, kas arī mēdz būt saistīta ar privātas informācijas izpaušanu — tā ir adresēta konkrētās telefonsarunas biedram, tomēr runātāji nereti šīs sarunas ir gatavi risināt publiskās vietās, un apstākļi, ka tās ir dzirdamas citiem, indivīdus bieži vien netraucē.

Tiešsaistes vides iedrošinātā pašatklāšanās ir kas vairāk nekā blakusefekts tam, ka privātās aktivitātes parādās publiskajā telpā. Pašatklāšanās ir arī nozīmīga stratēģija, kas atvieglo gan tiešsaistes, gan bezsaistes attiecību veidošanu un uzturēšanu. Tiešsaistē, kur neskaidrību ir vairāk un indivīdiem kopējus kontekstus konstatēt grūtāk, tā var būt vēl svarīgāka. Pašatklāšanās ir saistīta ar savstarpējību un abpusēji pozitīvu attieksmi: cilvēki par sevi vairāk stāsta tiem, kas paši ir atklātāki, un viņiem arī vairāk patīk tie, kuri par sevi ir atklājuši vairāk informācijas.<sup>255</sup> Saskaņā ar E. Gidensa interpretāciju, indivīdi veido intimitātes attiecības ar citiem, lai ar pašatklāšanos mazinātu neskaidrību un pārvarētu savu izsaisti. Šo parādību apstiprina arī virkne empīrisku pētījumu par attiecībām tiešsaistē. Piemēram, indivīdu uztvertie panākumi tiešsaistes iepazīšanās vietnē ir saistīti ar viņu pašatklāšanās līmeni.<sup>256</sup> Skolotāja atklāšanās tiešsaistes sociālo tīklu portālā *Facebook* veido labākas skolotāja un skolēnu attiecības klasē.<sup>257</sup> Indivīdi, kuriem kolektīvi jāveic uzdevums, izmantojot tikai datormediētās komunikācijas līdzekļus, novēršot neskaidrību, iesaistās tiešākā un intīmākā komunikācijā, nekā to dara indivīdi, kas uzdevumu pilda nemediētos bezsaistes apstākļos.<sup>258</sup> Tādējādi pašatklāšanās un intimitātes veidošanās potenciāls varētu būt viens no iemesliem, kāpēc intensīvas un emocionālas saites tiešsaistē var veidoties.

---

<sup>252</sup> Rheingold, H. *The virtual community*. P. 12

<sup>253</sup> Taddei, S. Contena, B., & Grana, A. (2012). Does web communication warm-up relationships? Self-disclosure in computer mediated communication (CMC). *Bollettino di Psicologia Applicata*, 260, 13–22.

<sup>254</sup> Joinson, A. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177 – 192.

<sup>255</sup> Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116(3), 457–475.

<sup>256</sup> Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177.

<sup>257</sup> Mazer, J. P., Murphy, R. E., & Simonds, C. J. (2007). I'll see you on "Facebook": The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate. *Communication Education*, 56(1), 1–17.

<sup>258</sup> Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, 317–348.

Savukārt ciešās un uz emocionālu saišu veidošanu balstītās attiecības, kas tiešsaistē attīstās, tādējādi pašos pamatos ir saistītas ar intimitāti un pašatklāšanos.

Papildus sarežģījumus saglabāt kontroli pār publicēto privāto informāciju rada tiešsaistei raksturīgās auditorijas redzamības un sociālo kontekstu saplūšanas problēmas (sk. 3.2. nodaļu). Tomēr tiešsaistes sabiedriskuma pētījumi parāda, ka daudzi indivīdi spēj šai videi piemēroties, un tiem izdodas vienlaikus gan dalīties ar privāto informāciju, gan arī vadīt riskus un komunikatīvos saspīlējumus, kas saistīti ar atklāšanos. Tā, L. Kendalla dienasgrāmatu portālu *LiveJournal* raksturojusi kā tādu, kas uzjunda, izgaismo un dažkārt saasina spriedzi, kas ir raksturīga sociālajai mijiedarbībai. Intīmas personiskas dienasgrāmatas modelis konfliktē ar reālo situāciju, ka publicētie žurnāla ieraksti nereti tehniski ir pieejami plašai auditorijai. Savukārt lietotāju vēlme saņemt atgriezenisko saiti komentāru (atsauksmju) formā konfliktē ar izpratni par autonomijas un individuāluma vērtību. *LiveJournal* lietotāji novērtē kontroli, kas viņiem ir pār savu žurnālu, taču ir neapmierināti ar kontroles trūkumu pār citiem žurnāliem.<sup>259</sup> Z. Tufekci, kas analizējusi lietotāju privātuma individuālās nostādnes portālos *Facebook* un *MySpace*, secinājusi, ka saistība starp attieksmi pret tiešsaistes privātumu un informācijas atklāšanu ir maznozīmīga. Pētītā grupa bažas par to, ka viņu publicēto informāciju lasīs auditorija, kam tā nav paredzēta, novērš vai nu izmantojot privātuma uzstādījumus un panākot, ka profils ir aplūkojams tikai noteiktiem cilvēkiem, vai arī lieto segvārdus (*nickname*), taču pašu informāciju, kas publicēta profilā, neierobežo. Tanī pašā laikā ir iespējams konstatēt sakarību: jo vecāks respondents, jo vairāk tas tendēts ierobežot šo informāciju. Tie jaunieši, kuri bažijas par privātuma jautājumiem, visbiežāk sociālos tīklus nemaz neizmanto, savukārt tie, kuri šos portālus izmanto, tur publicē informāciju, nedomājot par to, ka to kādreiz varēs izlasīt attiecību partneris vai darba devējs — lietotājiem pamatā rūp auditorija, kas viņu saturu varētu lasīt pašlaik, nevis kaut kad nākotnē.<sup>260</sup>

Taču tiešsaistes vides dalībnieki šos riskus spēj vadīt. Piemēram, indivīdi tiešsaistē mēdz mērķtiecīgi sniegt nepatiesus datus par sevi, savus datus slēpt, kā arī veidot vairākus profilus, kuros uzturētu kontaktus ar atšķirīgām sociālajām grupām.<sup>261</sup> Kārena Makkalaga (*Karen McCullagh*) secinājusi ka blogotāji, publicējot tīmeklī informāciju par sevi, kopumā ņem vērā publiskuma jautājumus un pārdomā, vai publicējamais nav pārlietu personisks. Autori piedomā, kādu informāciju nevajadzētu publicēt: tādu, pēc kuras varētu identificēt; par savu emociju izpaušanu; attiecībām, tai skaitā seksuālajām attiecībām; strīdiem ar citiem; finanšu informāciju; darbu; veselību; nelikumīgām darbībām; politiskajām pārliecībām un citiem

<sup>259</sup> Kendall, L. "Shout in the wind, and it shouts back."

<sup>260</sup> Tufekci, Z. Can you see me now?

<sup>261</sup> boyd, d. *Taken out of context*.

aspektiem, kas var traucēt komunikācijā ar citiem.<sup>262</sup> Plaši tiek izmantoti arī tehniskie līdzekļi, portāla draugus sadalot „grupās“ un nosakot, kādu saturu rādīt kurai no grupām. Piemēram, Kaspara Vīguļa pētījumā vairāk nekā 70% respondentu, kas portālā *Draugiem.lv* izmanto attēlu galerijas un dienasgrāmatas, atzīst, ka šajās sadaļās ievietotais viņu saturs ir pieejams tikai tiem, kuri ir viņu draugu lokā, tomēr „draugiem“ pievienotos lietotājus sīkākās grupās ar atšķirīgu piekļuves līmeni sadalījuši krietni retāk cilvēku, piemēram, piekļuvi attēlu galerijām šādā veidā kontrolē 17% K. Vīguļa aptaujāto, un, tā kā dienasgrāmatas ierakstu un attēlu galerijas piekļuves tiesību noteikšana ir visefektīvākais sevis izrādīšanas paņēmiens, K. Vīgulis šo rādītāju uzskata par salīdzinoši augstu. Viņš arī secina, ka visaktīvākie sevis izrādīšanas un satura kontroles paņēmieni izmantotāji ir aktīvākie portāla lietotāji.<sup>263</sup> Sonja Livingstone (*Sonia Livingstone*) secinājusi, ka privātuma riski jauniešiem ceļas gan no (1) viņu dažkārt naivās vēlēšanās izrādīt personisku informāciju plašam kontaktu lokam, no kuriem ne visi ir labi pazīstami, gan no tā, ka (2) viņi var būt nepamatoti pārliecināti, ka zina un spēj adekvāti izvērtēt cilvēkus, ar kuriem intīmā informācijā dalās, gan arī viņu mediju prasības (*media literacy*) var nebūt gana augsta, lai spētu adekvāti noregulēt privātuma uzstādījumus. Tomēr viņa norāda, ka šie riski var skart tikai mazu daļu lietotāju, bet daudzi viņas intervētie jaunieši personiskākos jautājumus apspriež, izmantojot citus saziņas kanālus, tai skaitā nepastarpināti ar draugiem.<sup>264</sup> Savukārt *Pew Internet & American Life Project* aptaujā par jauniešu privātumu tiešsaistes sociālo tīklu vietnes secināts, ka vairums respondentu veic pamata darbības, lai aizsargātu sevi pret iespējamām apdraudējumiem — lai arī nevar teikt, ka šādi tiek novērsti visi riski. No jauniešiem, kuriem ir savs profils kādā no tiešsaistes sociālajiem tīkliem, 66% atzīst, ka uzstādījumos ir norādījuši, lai šis profils nebūtu publiski pieejams. No vienas puses, viņi rūpējas, lai svarīgākā privātā informācija paliktu viņu uzticamo draugu lokā, bet, no otras, viņi rada jaunu saturu, ko publicē savos profilos un veido savienojumus ar citiem.<sup>265</sup>

Taču privātuma risku esamība un tas, kā indivīdi šos riskus vada, nenozīmē atteikšanos no privātuma. Tiešsaistes sabiedriskums nepadz privātuma iznīkšanu un tiekšanos uz indivīdu privātās dzīves universālu caurskatāmību. **Privātums nevis izzūd, bet mainās.** Indivīdi joprojām vēlas kontrolēt, kāda informācija par viņiem izplatās un cik redzami un

<sup>262</sup> McCullagh, K. (2008). Blogging: Self presentation and privacy. *Information & Communications Technology Law*, 17(1), 3–23.

<sup>263</sup> Vīgulis, K. (2011). Jauniešu sevis prezentēšana atšķirīgām auditorijām sociālo tīklu portālos: Maģistra darbs. LU SZF Socioloģijas nodaļa. 67. lpp.

<sup>264</sup> Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393–411.

<sup>265</sup> Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Teens, privacy & online social networks. *Pew Internet and American Life Project Report*. Retrieved March 23, 2012, from [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP\\_Teens\\_Privacy\\_SNS\\_Report\\_Final.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf)

atpazīstami viņi ir, tomēr šīs vēlmes saduras arī tīklo mediju lietošanas efektiem, no kuriem viens ir tāds, ka indivīdu kontrole pār sevis publiskoto informāciju mazinās. Tanī pašā laikā tas, ka indivīdu lietotie tīklotie mediji būtiski maina privātuma vidi, nenozīmē, ka indivīdi no privātuma principa ir gatavi atteikties pavisam, uzsver d. boida.<sup>266</sup>

Lai ar šiem izaicinājumiem tiktu galā, indivīdi var izmantot dažādas stratēģijas. Palīdz gan bezsaistes un tiešsaistes vides vismaz simboliska nodalīšana, kas izpaužas, piemēram, pieņemot pseidonīmus vai citā veidā apgrūtinot nesankcionētu savu tiešsaistes aktivitāšu saistīšanu ar savām bezsaistes identitātēm, taču pseidonīms vienlaikus var darboties arī kā indivīda tiešsaistes identitātes enkurs konkrētajā sociālajā vidē, kas citiem ļauj konkrēto indivīdu vieglāk atrast. Cita pieeja ir izmantot tehniskās iespējas, kas tiešsaistes sociālo tīklu portālā ļauj kontrolēt auditorijas klātesamību un/vai sadalīt auditoriju dažādās grupās un nodrošināt katrai grupai atšķirīgu piekļuves līmeni. Lai arī šie ir tehniski līdzekļi, tomēr arī tādā gadījumā informācijas kontrole tiešsaistes attiecībās pamatā tiek panākta, paļaujoties uz cilvēkiem, ar ko indivīds dalās privātajā informācijā, nevis uz pašiem tehniskās kontroles līdzekļiem, jo tiešsaistes attiecību pamats ir dalīšanās informācijā, nevis šīs informācijas slēpšana.

### — Izkliedētā intimitāte: tiešsaistes privātums un atklāšanās

Secinājumi par atklāšanās pozitīvo saistību ar neskaidrības mazināšanu ļauj šo problēmu raudzīties citādi — privātumā informācija un intimitāte ir nevis slēpjami, bet gan izmantojami saziņā ar citiem. Ilustrējot, kā tiešsaistes sociālo tīklu portāls tiek izmantots attiecību veidošanai un uzturēšanai, E. Gidensa idejas esmu attīstījis tālāk. Savā darbā es formulēju un analizēju uz uzticēšanos un pašatklāšanos balstītu attiecību režīmu, kurā indivīdi savā sociālajā tīklā izplata privātu informāciju par sevi. Šajā informācijā indivīds dalās arī ar cilvēkiem, kas nav personīgi pazīstami, un sociāli pozitīvo efektu dēļ indivīdi ir gatavi uzņemt risku, ka šī informācija var izplatīties ārpus viņu kontroles. Šādu attiecību režīmu es dēvēju par „**izkliedēto intimitāti**“. Atbilstoši ar E. Gidensa pieejai jēdziens „intimitāte“ šeit tiek lietots plašākā, ne tikai romantiskā nozīmē — intimitāte nozīmē emociju un darbību atklāšanu, kuras citkārt tiktu slēptas no publikas.<sup>267</sup>

Tradicionāli indivīdi intīmas detaļas ir uzticējuši relatīvi šauram cilvēku lokam, kura pārstāvji ir labi pazīstami un ar savām līdzšinējām darbībām ir pierādījuši savu uzticamību. Cita situācija, kurā pašatklāšanās var notikt, ir saistīta ar „svešinieku vilcienā“ („*stranger on a train*“) — šī parādība paredz, ka indivīdi ir gatavi dziļi atklāties svešiniekiem, ja pastāv

<sup>266</sup> boyd, d. Social network sites as networked publics.

<sup>267</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 138.

liela iespēja, ka tie vairs nekad netiks sastapti.<sup>268</sup> Pašatklāšanās, kas novērojama tiešsaistē, neatbilst nevienai no abām „normālformām“, lai arī tam piemīt elementi, kas raksturīgi kādai no tām.

No vienas puses, tiešsaistes sociālā tīkla lietotāji, ar kuriem indivīds dalās privātajā informācijā, tiek izvēlēti līdzīgā veidā kā cilvēki, ar kuriem indivīdi dalās bezsaistē — tomēr principi, pēc kuriem tas ir darīts, ir atšķirīgi. Izklīdētajā intimitātē lietotājiem nav jābūt pazīstamiem (tādā nozīmē, kā cilvēks par „pazīstamu“ tiek uzskatīts bezsaistē), un viņu uzticamība netiek izsecināta no tradicionālās izpratnes par pazīstamību, zināmību. Liela nozīme ir sociālajai videi, kas formējusies tiešsaistes sociālo tīklu portālā — lietotājiem signalizē par vispārējām normām, no kurām var izdarīt secinājumus arī par to, kā portāla lietotāji attiecas pret citu indivīdu pašatklāšanos. Taču vēl svarīgāki ir situatīvie mehānismi, kas palīdz noteikt konkrētā lietotāja uzticamību no ierobežotā sociālās mijiedarbības apjoma, kāds to starpā varētu būt. Piemēram, *Sviesta cibā* indivīds intīmas detaļas par sevi stāstīt arī tādiem „draugiem“ pievienotiem lietotājiem, ar kuriem tam ir tikai virspusējs kontakts. Šajā gadījumā uzticamības izvērtēšanai nav cita informācijas avota kā vien tiešsaistes kontakti, kas var būt vāji un neregulāri, un informācija, kuru „draugiem“ pievienojamais lietotājs ir publicējis savā tiešsaistes dienasgrāmatā. Tādējādi redzams, ka uzticamība drīzāk tiek *pieņemta*, nekā izsecināta no iepriekšējās pieredzes.

No otras puses, lietotāji, kuri savstarpēji apmainās ar privātu informāciju, nav arī „svešinieki vilcienā“. Viņi, balstoties uz šo privāto informāciju, veido un uztur savienojumus, nevis vienu reizi izkrata sirdi un atvadās. Var teikt, ka vājie savstarpējie savienojumi, kas indivīdiem var būt ar savu tiešsaistes auditoriju, pilda tādu pašu funkciju, kā „saruna ar svešinieku“, jo šo cilvēku mazpazīstamība arī nozīmē samazinātu iespēju, ka šie cilvēki ar iegūto informāciju varētu iesākt kaut ko, kas personisko detaļu stāstītājam varētu kaitēt. Tomēr ir būtiski atzīmēt, ka liela daļa šīs dalīšanās ar privāto informāciju notiek, iesaistot gan personiski pazīstamus (tātad ar ciešākām saitēm saistītus), gan nepazīstamus cilvēkus. Nepazīstamība bezsaistē, kas „svešiniekam vilcienā“ ir galvenais priekšnoteikums, lai varētu stāstīt par sevi privātas detaļas, šajā attiecību veidā nav izšķirošais pašatklāšanās faktors.

Izklīdētajā intimitātē uzticēšanās ir proaktīva parādība, kas ļauj nodibināt un uzturēt kontaktus, nevis reaktīva, izsecināta no iepriekšējas pieredzes ar konkrēto cilvēku. Tomēr skaidru uzticamības kritēriju, kas nodrošinātu līdzīgu pārliecību par to, ka tie, kuri privāto informāciju saņēmuši, rīkosies adekvāti, nav. Šādu kritēriju trūkums, kā arī tiešsaistei raksturīgais augstais neskaidrības līmenis nozīmē, ka izklīdētās intimitātes attiecības

---

<sup>268</sup> Rubin, Z. (1975). Disclosing oneself to a stranger: Reciprocity and its limits. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11(3), 233–260.

nepretendē uz paredzamību. Atkarībā no tā, cik lielus riskus indivīds ir gatavs uzņemt, tas iegūst lielākas vai mazākas iespējas veidot un uzturēt savienojumus ar citiem cilvēkiem. Šādi izpaužas E. Gidensa tēze, ka vēlīnajā modernitātē pašaktualizācija nozīmē līdzsvaru starp iespējām un risku<sup>269</sup>.

Izkliedētā intimitāte nav pretrunā ar privātuma un efektīviem sevis izrādīšanas principiem. Kontrole pār situāciju, kādu indivīdi tiecas nodrošināt bezsaistē neizzūd, bet to raksturojošie procesi transformējas atbilstoši tam, kā indivīdi pielāgojas tīklotās komunikācijas principiem. Ē. Gofmaņa dramaturģiskā koncepcija (sk. 3. nodaļu) skaidro, kā indivīdi sevi izrāda citiem, kā sadarbojas savā starpā un kā nošķir izrādes teritorijas — priekšplānu un aizkulises. Šo pieeju var izmantot arī tiešsaistes komunikācijas pētniecībā, tomēr ir jāņem vērā būtiskās atšķirības no bezsaistes komunikācijas: auditorijas ir vismaz daļēji neredzamas, un ir grūtāk gūt priekšstatu par auditorijas sastāvu un tās reakciju; auditorijā var būt cilvēki, kas bezsaistē pārstāv indivīda sociālā tīkla atšķirīgus segmentus, un tas raisa dilemmu par to, kā indivīdam šādā situācijā izturēties; turklāt problemātiskais privātuma un publiskuma nošķirums palielina risku, ka indivīda privātie ieraksti varētu kļūt publiskāki, nekā iecerēts.<sup>270</sup> Taču tas nenozīmē, ka indivīdi vairs nemēģina gūt priekšstatu par savām auditorijām, turēt sev zināmos dažādu sociālo sfēru pārstāvjus atstatu vai atsakās no privātuma. Tiešsaistes komunikācijā pašatklāšanās nenoliedzami ir saistīta ar privātuma riskiem, bet vienlaikus arī ar komunikatīviem ieguvumiem — iespējām veidot un uzturēt savienojumus ar daudziem cilvēkiem. Mēģinot atgūt kontroles sajūtu pār savām aktivitātēm tiešsaistē, indivīdiem ir pašiem jānosaka sev pieņemamais risku samērs. Tomēr neatkarīgi no pieņemtā risku līmeņa, ar izkliedēto intimitāti saistītā privātuma neskaidrība un neparedzamība ir „jaunā normalitāte“ — tajā normalitātē vairs nesaistās ar paredzamību, ko citkārt nodrošina noslēgtība, bet labākajā gadījumā nozīmē iespējas tikt galā ar samazinātas paredzamības situācijām.

### **4.3. Tīkla sabiedriskums**

Komunikāciju, kas veidojas šādos apstākļos un jo sevišķi skaidri novērojama tiešsaistē, intimitātes pieeja pilnībā skaidrot nevar. Intīma pašatklāšanās nav universāla rīcības stratēģija visos sociālajos kontekstos — indivīdi iesaistās daudzās un daudzveidīgās attiecībās, kas var balstīties uz citiem principiem. Indivīdiem ir ļoti daudz perifēro sociālo saišu, kas tiek veidotas ar cilvēkiem, kuri, piemēram, ir daļa no indivīda ikdienas aktivitātēm, taču kontakti ar viņiem nav intensīvi — tie var būt kaimiņi, darba kolēģi, cilvēki, kas regulāri tiek sastapti vingrotuvē un daudzi citi. Arī šīs saites ir nozīmīgas — tām var būt gan

---

<sup>269</sup> Giddens, A. *Modernity and self-identity*. P. 78.  
boyd, d. Social network sites as networked publics.

funkcijas, kuru nav ciešajām saitēm (informācijas apmaiņa, daudzveidības nodrošināšana), gan arī ar ciešajām saitēm paralēlas funkcijas (pazīšanās sajūtas veidošana, identitātes un sociālo hierarhiju pozīciju definēšana, dažādu atbalsta resursu nodrošināšana).<sup>271</sup> Tāpēc tiešsaistes mijiedarbības raksturošanā intimitātes attiecības ir jāpapildina ar citu attiecību veidu, kas vairāk saistīts ar saišu uzturēšanu, nevis apmaiņu ar personiskas informācijas vienībām.

Šeit noderīgs ir Andreasa Vitela (*Andreas Wittel*) formulētais „tīkla sabiedriskuma“ (*network sociality*) jēdziens. Tīkla sabiedriskums nav attiecināms ekskluzīvi tikai uz tiešsaistes vidi, tas ir saistīts ar individualizācijas procesu izpausmēm un, pēc A. Vitela domām, aizvien biežāk parādās sociālajās aprindās, kuras ir kultūrizglītotas un kurās ir augsts mediju un datorpratības līmenis; šī parādība, kas ir jauna formalizācijas un institucionalizācijas izteiksmē, ir cieši saistīta arī ar sociālo attiecību lietiskošanu.<sup>272</sup> Tīkla sabiedriskums ir pretstats kopienas komunikācijai tādā nozīmē, ka kopiena ir saistīta ar stabilitāti, saskanīgumu, iesaisti (*embeddedness*) un piederību, ir saistīta ar spēcīgām un ilgstoši pastāvošām saitēm, kopēju kolektīva vēsturi vai naratīvu. Turpretim tīkla sabiedriskumā sociālās attiecības ir nevis naratīvas un pieredzē balstītas, bet informacionālas. Tās nav balstītas uz kopēju pieredzi vai kopēju vēsturi, bet primāri uz datu apmaiņu un „iekavētā apgūšanu“ („*catching up*“) — šī parādība vērojama, piemēram, lasot draugu vai paziņu statusa atjauninājumus (*status updates*) vai *Twitter* tvītus, lai tādējādi uzturētu kontaktu. Šādu vietņu centrālais lietojums ir kontaktu uzturēšana, nevis konkrēta vēstījuma nodošana. *Facebook* un *Draugiem.lv* tipa sociālo tīklu portālu komunikācijā priekšplānā ir izvirzīts nevis paša autora radītais saturs — teksts, bet gan lietotāja draugi un saites uz tiem. Sociālo tīklu vietnes galvenā funkcija ir uzturēt saites ar citiem cilvēkiem, un tādā ziņā patstāvīgi vēstījumi, tādi kā dienasgrāmatas ieraksti, nav izšķiroši. Tīkla uzturēšanā svarīgākais ir nevis kaut ko pateikt, bet gan tikai uzturēt saikni.

Tīkla sabiedriskums sastāv no īslaicīgām, pārejošām, bet atkārtotošām sociālajām attiecībām; gaistošiem, bet intensīviem kontaktiem.<sup>273</sup> Tādējādi saziņa starp cilvēkiem aizvien vairāk līdzinās datu apmaiņai, nevis dziļai, patstāvīgai un jēgpilnai sarunai, kas balstīta uz savstarpēju saprašanos. Šie kontakti patstāvīgi ir jāatjauno, jāatsvaidzina un jāizvērtē, tie vairs nav uztverami kā paši par sevi saprotami. Piemēram, tiešsaistē indivīdi var regulāri pārskatīt savu „draugu“ loku, dzēst no „draugu“ saraksta un tā vietā pievienot citus.

---

<sup>271</sup> Fingerman, K. L. (2009). Consequential strangers and peripheral ties: The importance of unimportant relationships. *Journal of Family Theory & Review*, 1(2), 69–86.

<sup>272</sup> Wittel, A. (2001). Toward a network sociality. *Theory Culture & Society*, 18(6), 51–76.

<sup>273</sup> Turpat.

Kopējas pieredzes un naratīva trūkums nozīmē arī izmaiņas uzticēšanās sajūtā. Uzticēšanās var veidoties, balstoties ne tik daudz uz zināšanām par kāda cilvēka raksturu kā uz zināšanām par cilvēka resursiem un viņa pozīcijām. Uzticēšanās šādā gadījumā tiek konstruēta un radīta, nevis reproducēta vai iepriekš dota. Individīdi, kuri pārstāv šādu, uz informācijas, nevis naratīvu apmaiņu orientētu sabiedriskumu, ir pilnībā atkarīgi paši no saviem sociālā kapitāla resursiem.<sup>274</sup>

Šāda komunikācija ir nenaratīva, tā pārsvarā sastāv no atsevišķām, savstarpēji cieši nesaistītām informācijas vienībām — šis princips atbilst Ļeva Manoviča idejai, ka mūsdienās par kultūras izpausmju galveno formu kļūst nevis naratīvi (stāsti), bet gan datubāzes. Naratīvi ir galīgi darbi ar sākumu un beigām, to norisi nosaka un cēloņus un sekas atklāj tā autors. Datubāzes turpretim ir strukturētas datu organizācijas ātrai meklēšana un iegūšanai, izmantojot datoru.<sup>275</sup> Atšķirībā no naratīviem, datubāzes ir sarakstu kolekcijas, tās teorētiski var būt bezgalīgi lielas un atrasties nemitīgās pārmaiņās. Kā raksta Ļ. Manovičs, jaunajos medijos dominē tādi kultūras produkti un objekti, kas nestāsta stāstus; tiem nav sākuma un beigu, tiem nav tādas tematiskas attīstības, kas ļautu to elementus organizēt secībā. Tā vietā tie ir individuālu vienumu kolekcijas, un katram vienumam ir tāds pats svars kā ikvienam citam.<sup>276</sup> Datubāzei nav konteksta. Tā vietā datubāzes vienumi cits ar citu ir saistīti *ad hoc* veidā, atkarībā no tā, kā konkrētajā brīdī to nosaka noteiktas saites vai elementi.

Tīkla sabiedriskums ir saistīts ar fatisko (*phatic*) kultūru — šo jēdzienu Vinsents Millers (*Vincent Miller*) lieto, lai aprakstītu tiešsaistes mediju lietošanas kultūru, kurā aizvien vairāk dominē fatiskā komunikācija. Tā izpaužas tādējādi, ka ieraksti tiek veikti, nevis, lai nodotu kādu vēstījumu, bet gan, lai informētu lasītājus par savām gaitām un viņi varētu uzturēt emocionālu saikni.<sup>277</sup> Fatiskās komunikācijas jēdziena autors Bronislavs Maļinovskis (*Bronisław Malinowski*) to lietoja, lai raksturotu komunikatīvus žestus, kas nepārraida nekādu jēgpilnu komunikāciju vai faktus. Šādas komunikācijas jēga ir sociāla, tā tiek lietota, lai izteiktu sabiedriskumu un uzturētu savienojumus.<sup>278</sup> Fatiskās komunikācijas izpausmes var novērot tādos sociālajos medijos kā *Twitter*, kur lietotāji nereti raksta ikdienišķus paziņojumus par to, ko pašlaik dara, ko plāno sarīt, ko interesantu ir atraduši, kā arī izsaka mirkļa emocijas par kaut ko, sasaucas ar citiem, un nākamajā mirklī iepriekšējais ieraksts ir ne tikai kļuvis mazsvarīgs, bet arī pazudis simtu un tūkstošu citu šādu ierakstu jūrā. *Twitter* funkcija ir savienojuma uzturēšana, un vēstījumos bieži vien nav nekāda patstāvīga, ārpus

---

<sup>274</sup> Turpat.

<sup>275</sup> Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge; London: MIT Press. P. 218.

<sup>276</sup> Turpat. 213. lpp.

<sup>277</sup> Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence*, 14(4), 387–400.

<sup>278</sup> Malinowski, B. (1923). Supplement 1: The problem of meaning in primitive languages. In C. Ogden & I. Richards (eds), *The meaning of meaning* (pp. 296–336). London: Routledge & Keegan Paul.



šaura konteksta saprotama un apmaiņai derīga satura, tomēr par saturu svarīgāka ir savienotības sajūta, kas šādi tiek veidota un uzturēta ar cilvēkiem, kas atrodas ārpus autora ģeogrāfiskās atrašanās vietas.

Sociālo tīklu portālos var saskatīt tīkla sabiedriskuma izpausmes. Profila veidošana, lai gan ir saistīta ar individuālu svarīgu elementu ievietošanu tajā, tomēr būtībā sastāv no draugu, interešu, mācību iestāžu u.c. aktuālo elementu *sarakstu* sērijām. Tie ir marķieri, pēc kuriem indivīdu citi var atrast, meklējot pēc kādiem cilvēkiem vai interesēm. Tipiskos sociālo tīklu portālos svarīgākais saraksts ir „draugu“ saraksts, savukārt „draugu“ izvēle nereti ir saistīta ar principu — jo vairāk, jo labāk. Sociālo tīklu portālu lietotājiem var būt simti un tūkstoši „draugu“, pat ja ar tik lielu cilvēku skaitu viņi pastāvīgas attiecības neuztur. Centrālo mijiedarbības pamatu veido „statusa atjauninājumi“ (*status updates*) un interešu „draugu“ saraksti, kas ļauj bez lielām pūlēm uzturēt kontaktu ar lielu indivīdu skaitu, kā arī nepieciešamības gadījumā viegli iedarbināt iepriekš nodibinātos un ar tehnoloģiskiem līdzekļiem (iekļaušanu „draugu sarakstā“) nostiprinātos savienojumus.

#### **4.4. Nodaļas kopsavilkums**

Izkliedētā intimitāte un tīkla sabiedriskums ir divi atšķirīgi tiešsaistes attiecību režīmi. Vienā gadījumā indivīdi uz tiešsaistes videi raksturīgajām neskaidrībām, grūtībām identificēt kopējus kontekstus, neverbālo mājienu trūkumam un citām iezīmēm reaģē ar atklāšanos, kas komunikatīvos šķēršļus var mazināt. Otrajā gadījumā tiešsaistes saziņas rīki tiek izmantoti attiecību „efektivizēšanai“: mērķis ir kontaktu uzturēšana ar pēc iespējas plašāku sociālā tīkla segmentu, taču uzsvars tiek likts tieši uz savienojumu *uzturēšanu*, nevis apmaiņu ar patstāvīgām informācijas vienībām un emocionālo atbalstu. Katram no tiem ir savi specifiskie lietojumi tiešsaistes komunikācijā, un to adaptācija attiecību uzturēšanā ir atkarīga gan no subkultūras, kas veidojusies konkrētajā tiešsaistes sociālajā vidē, gan arī no pašu indivīdu apsvērumiem, kuru dēļ viņi tiešsaistes mijiedarbībās ar citiem ir iesaistījušies.

## 5. PĒTĪJUMA VIDE, METODES UN ĒTIKAS APSVĒRUMI

Brokastīs šorīt lasījumi no Edinburgas universitātes postgradu prospekta, tagad prātoju, ko labāk: Msc in Slavery and Forced labour studies vai Msc in Childhood studies?  
Tas pirmais rotātu MBA pēctecību, otrs atkal ieliksмо iekšējo panku.

— Barbala, 2011. gada 28. jūnijs

Šajā nodaļā tiek sniegts pētījuma vides apraksts, kurā tiek aplūkota tiešsaistes sociālo tīklu un blogu portālu arhitektūra, raksturotas izmantotās metodes — aptauja, sociālo tīklu analīze, intervijas, novērojums, teksta analīze —, kā arī sniegti ētikas apsvērumi, kas jāņem vērā pētot tiešsaistes privāto komunikāciju.

### 5.1. Pētījuma vide

Pētījums notiek tiešsaistes sociālo tīklu vidē. Šis jēdziens aptver ļoti plašu tiešsaistes mediju paveidu klāstu, kuriem kopējs ir tas, ka lietotāji var veidot profilus, nodibināt savienojumus ar citiem un publicēt savu saturu. Šādi mediji var būt piemēroti gan privātajai, gan publiskajai saziņai, taču pētījuma vajadzībām esmu identificējis komunikācijas platformas, kurās komunikācija noris tieši privātajā vai pusprivātajā telpā<sup>279</sup> — tie ir vispārējā lietojuma un lielākoties Latvijas iedzīvotājus apvienojošais sociālo tīklu portāls *Draugiem.lv*, Latvijas tiešsaistes dienasgrāmatu portāls *Sviesta ciba*<sup>280</sup> un šī portāla starptautiskais analogs *LiveJournal*.<sup>281</sup> Šajos portālos vairums mijiedarbību noris indivīda personiskajā (personiski kontrolētajā) teritorijā, to rosina un regulē indivīds, tā tiek centrēta ap viņu. Indivīdiem ir lielas iespējas pašiem vienpersoniski veidot savu vēstījumu; tam nav jāatbilst kādiem vispārējiem priekšstatiem par publicējamu saturu, indivīdi var brīvāk sevi izpaust un efektīvāk meklēt un piesaistīt sev līdzīgi domājošus cilvēkus.

<sup>279</sup> Ar „pusprivāto” (vai „puspublisko”) telpu es saprotu privātās un publiskās telpas hibrīdu, kas ir raksturīgs privātajai tiešsaistes komunikācijai. Sociālo tīklu portālu profilos un dienasgrāmatās publicētā informācija tehniski var būt publiska (tādā nozīmē, ka ir brīvi pieejama ikvienam interesentam), taču informācijas publicētājs un tās mērķauditorija pret to izturas kā pret neformālu saziņu, kāda ir raksturīga starp draugiem vai paziņām bezsaistē. Taču arī tādā gadījumā šī privātā informācija kļūst „publiskāka”, jo tiek paplašināts indivīdu loks, kam ir pieeja šai informācijai un kas sarunā var iesaistīties.

<sup>280</sup> Latvijā kopš 2011. gada darbojas arī portāls *Grab.lv*, kura dzinējs ir veidots uz *LiveJournal* dzinēja pamata, taču tam ir dažas atšķirības. Promocijas darba pētījuma kontekstā šis portāls nav iekļauts, jo pagaidām uzskatāms par nebūtisku — tas ir salīdzinoši nesen izveidots, tādējādi nav sagaidāms, ka tajā būtu veidojušās un nostiprinājušās lokālas kultūras pazīmes, turklāt šī lietotāju skaits ir neliels (par aktīviem 2012. gada augustā bija uzskatāmi mazāk nekā 30). Turklāt liela daļa no viņiem ir *Sviesta cibas* lietotāji, kas uz turieni „pārcēlušies”, paužot neapmierinātību ar *Sviesta cibas* tehniskās uzturēšanas problēmām.

<sup>281</sup> *LiveJournal* dzinējs ir pieejams bez maksas, un šādu portālu var izveidot ikviens, kuram ir vēlēšanās, piemīt tehniskas zināšanas portāla tehniskajā uzturēšanā un ir pieejami adekvāti vietnes izmitināšanas resursi.

Turpinājumā sniegšu detalizētu pārskatu par abu mediju darbības principiem un arhitektūru.

### 5.1.1. Sociālo tīklu portāli

Sociālo tīklu vietne ir tīmekļa pakalpojums, kas atļauj indivīdiem (1) veidot publiskus vai puspubliskus profilus ierobežotā sistēmā; (2) sastādīt sarakstu ar citiem indivīdiem, ar kuriem lietotājam ir savienojums; (3) aplūkot savus un citu sistēmas lietotāju veidotos savienojumu sarakstus un klejot pa tiem, nonākot citu lietotāju profilos.<sup>282</sup> Šīs vietnes ļauj lietotājiem veidot savus sociālos tīklus tiešsaistē un padarīt tos redzamus citiem. Tādējādi starp indivīdiem var tikt nodibināti savienojumi, kuri ārpus šāda veida sistēmas netiktu izveidoti, vai arī kas ir bijuši slēpti, un pateicoties tiešsaistē identificētiem kopējiem kontekstiem, šādas saites ir aktivizētas.<sup>283</sup> Saziņu ar citiem nodrošina profils, kurā lietotājs ievieto attiecīgā portāla specifikai relevantas ziņas — vārdu vai pseidonīmu, lietotāja attēlu vai avataru, informāciju, kas varētu palīdzēt citiem portāla lietotājiem indivīdu atrast un identificēt, lai izveidotu savienojumu.

Ārpus šiem profiliem, „draugu“, informācijas publicēšanas un atgriezeniskās saites gūšanas principiem tiešsaistes sociālo tīklu portāli var būtiski atšķirties. Tiešsaistes sociālo tīklu portāls ir gan *Twitter*, kas ir gan informācijas izplatīšanas, gan kontaktu uzturēšanas rīks ar nozīmīgu funkciju tiklab privātajā, kā publiskajā komunikācijā, gan *Facebook*, kas pamatā orientēts uz indivīdu privāto savienojumu veidošanu un uzturēšanu, gan *Audimaged*, kuru var izmantot neatkarīgie mūziķi savas daiļrades popularizēšanā un kontaktu uzturēšanā ar faniem un naudas pelnīšanā, gan *43 Things*, kas ir vietne, kuras funkcija ir ļaut lietotājiem uzstādīt mērķus, gan *Proust.com*, kuras ideja ir ļaut lietotājiem pierakstīt savas atmiņas un dalīties ar tām, gan *LinkedIn*, kas paredzēts profesionālo kontaktu veidošanai. Savienojumu veidošanai ar citiem lietotājiem var izmantot arī videomateriālu portālu *YouTube*, jebšu tas plašāk tiek lietots audiovizuālā satura izplatīšanai dažādās platformās. Ideju, kuras ņemtas par pamatu šādu vietņu izstrādē, ir bez skaita, tajās ir dažāda funkcionalitāte un atšķirīga lietotāju pieredze un attiecīgi arī atšķirīgi ir komunikācijas iznākumi.

Viens no šādu vietņu veidiem ir vispārējo interešu sociālo tīklu portāli, kas veidoti nevis ap kādām konkrētām tematiskajām aktivitātēm, bet ap indivīdu pazīšanos, un vēstījumi, kas tur tiek publicēti, pamatā ir paredzēti „draugiem“ pievienotajam lietotāju lokam. Pie vispārējo interešu portāliem ir pieskaitāmi, piemēram, *Draugiem.lv* vai *Facebook*. Taču vispārējo interešu portāli primāri nav iepazīšanās vietnes, un jaunu cilvēku iepazīšana un

---

<sup>282</sup> boyd, d., & Ellison, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship.

<sup>283</sup> Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication, & Society*, 8(2), 125–147.

saziņa ar svešiniekiem var nebūt šo vietņu izmantošanas būtiskākais mērķis: lietotāji lielākoties tajos vēlas uzturēt kontaktus ar indivīdiem, kuri jau ir daļa no viņu paplašinātā sociālā tīkla.<sup>284</sup>

Profilā lietotāji ievada informāciju par sevi — parasti norāda īsto vārdu vai pseidonīmu, pēc kura indivīds ir pietiekami plaši pazīstams, dzīvesvietu, mācību izstādes, kas apmeklētas, darba vietu un citu informāciju. Parasti ir pieejamas speciālas sadaļas dažādas personiskās informācijas publicēšanai un apmaiņai ar to — lietotāja fotogalerijas, dienasgrāmatas un informācijas koplietošanas rīki, starppersonu saziņas rīki, domubiedru grupas, iespēja viens otram atstāt publiskus paziņojumus uz „sienas“ (*wall*) u.tml. Savukārt pievienojot profilam „draugus“, lietotājs izvēlas ar šiem indivīdiem nodibināt kontaktu, kā arī sekot līdzī tā ierakstiem un var šim lietotājam sniegt piekļuvi informācijai, kas publicēta savā profilā un kurai lietotājs var piemērot noteiktus privātuma un informācijas izplatības ierobežošanas apsvērumus.

Tādu portālu kā *Facebook* un *Google+* un arī *Draugiem.lv* veidotāji sagaida, lai lietotāji tur reģistrētos ar saviem īstajiem vārdiem, līdzīgu lietotāju rīcību sagaida. Tanī pašā laikā ir sastopams tāds lietotāju segments, kuri šīm prasībām dažādu iemeslu dēļ nevēlas pakļauties un sociālo tīklu portālus izmanto, lai veidotu jaunas identitātes vai arī konstruētu kādu citu personu profilus. Tanī pašā laikā, kā norāda d. boida, runāt par „īstu“ sevis atveidošanu sociālo tīklu portālos ir problemātiski jebkurā gadījumā — arī tad, ja lietotāji izmanto īstos vārdus un citos veidos pakļaujas konkrētās vietnes noteikumiem, kas vērsti uz reālo identitāšu izmantošanu tiešsaistē.<sup>285</sup> Indivīds, pats veidojot savu profilu un artikulējot savu identitāti, mijiedarbojas ar citiem lietotājiem, lai tiktu noteiktā veidā interpretēts un radītu noteiktus priekšstatus par sevi.

### 5.1.2. *LiveJournal* sistēma

*LiveJournal* ir pēc sociālās tīklošanās principiem veidota tiešsaistes dienasgrāmatu vai blogu platforma, un kā tāda tā ļauj indivīdiem veidot personiskas vietnes, kur tie raksta par sevi un savām aktivitātēm un vienlaikus piesaista indivīdus, kas šādiem ierakstiem vēlas sekot līdzī. Taču, atšķirībā no citām populārajām platformām, piemēram, *Wordpress* un *Blogger*, tajā ir īpaši spēcīgs lietotāju tīklošanās komponents, kā arī ir blogošanas sistēmām

<sup>284</sup> Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends.”

Arī Jolanta Sermā, kura pētījusi *Draugiem.lv* lietojumu vecuma grupā pēc 50 gadiem, secina, ka šis portāls tiek izmantots esošā sociālā tīkla uzturēšanā, it sevišķi apstākļos, kad kādu iemeslu dēļ bezsaistes vidē to efektīvi vairs nav iespējams izdarīt, bet jaunu paziņanos veidošana pētītajai lietotāju grupai neinteresē.

Sermā, J. (2012). Vecāko paaudžu interneta lietotāju (vecuma grupā „50 plus“) interneta sociālā tīkla *Draugiem.lv* lietošanas paradumi: Bakalaura darbs. Valmiera: Vidzemes augstskola, Sociālo zinātņu fakultāte, studiju programma „Mediju studijas un žurnālistika“.

<sup>285</sup> boyd, d. (2007). None of this is real: Identity and participation in Friendster. In J. Karaganis (Ed.), *Structures of Participation* (pp. 132–157). New York: Social Science Research Council.

neraksturīgas informācijas piekļuves kontroles iespējas. *LiveJournal* sistēmas arhitektūras pamatā ir tas, ka vienlīdz svarīga loma ir gan lietotāja ierakstu publicēšanai, gan ērtai sekošanai līdz citu autoru rakstiem. Tādējādi *LiveJournal* ir nevis tikai uz saturu, bet uz lietotāju attiecībām orientēta platforma. Jebšu *LiveJournal* dienasgrāmatu ir iespējams uzturēt tieši tāpat, kā jebkuru citu blogu, šajā sistēmā nereti tieši lietotāju personiskās, ārposportāla attiecības un kontekstu noteiktās reakcijas uz ierakstiem palīdz publicētajam piešķirt jēgu.

Tālāk bij zvēriem Daugavpils rakti? ← Lietotāja izvēlētais dienasgrāmatas nosaukums

20 MOST RECENT ENTRIES

**Date:** 2013-03-23 13:11  
**Subject:** stāsti zem bildēm  
**Security:** Public

Vaiii, cik labs un vecs instagrams: <http://prophotos-ru.livejournal.com/1579140.html>

POST A COMMENT

**Date:** 2013-03-06 20:38  
**Subject:** Interesants moments  
**Security:** Public

Lūk, jums koncepts un stratēģija mājas darbā: pasdevīpos vakarā pārņākt mājā un konstatierēt, ka slēdzene ir atdevusi galus. Telefona batērija nupšlina, kompja arī; ir mašīnas atslēgas. Kas lēcies slēdzenei: nav ideju. Radošumiņš as its best.

upd. viens labums ir, beidzot notrablīttoju, kāpēc no šī laptopa negāja wifi un beidzot tos piešķīlu. tā nu kāpnēs pie sava stairway to heaven sēdu un sērfoju, kā laimām. bet mājā, mājā, man tur garšīgi apelsīni iekšā, mājā, un tas diezpieniņš. un tējiņas visādām gaumēm. un divāniņi, zili tādi. vīns, arī. un mājas tupelītes. kā jums tur iekšā ir, ko?

24 COMMENTS | POST A COMMENT

**Date:** 2013-03-04 18:20  
**Subject:** čaukstēj mani zīda svārkī/ pār istabu pārejoji. modernā trīs-piec-sešcīņa  
**Security:** Public

Iepriekšējā telefonsaruna ir isteni piemērota, lai apvaldot visus sarkasma ponijus (vārdu "zirgs" uz laiku svītrojam) ierakstītu lūk, šādu jautājumu. Par sirdi.

Vai man, diez, vajag pulsometru?  
 Vai drīzāk man vajag bluetooth zemkrūtšu jostu, kas mēra pulsu un atrāda rādījumus aboltāruni?

Vai varbūt tomēr man vajag to pavisam vienkāršo dafeiro pulsometru no ibeja? Dumb, but it works un neko lieku no sevis neprasa/nedod, vai arī tomēr jāuzraksta kāds euro-afroprojekts. Jāuzbaro krājkases rukiš'is, jāatver depozīts un jāatvēzējas kādam superkrutam zobārsta krēslam\* garmina izskatā? Sigmū es vasarā nopirku, tā bija īpaši lika, to precīgi pārdevu tālāk, mums nepasēja bioritmi un kaitināja GUTS, sev teicu – ja nu vēlreiz, tad Suunta, Polāru vai Gārminu, jā.

Kā man būt ar tām pulsa lietām, ko? Tas, ka ir frekvence, kurā cepamie bontisme ne noer nekādā višē nav saistīts ar tehnisko tās darbību, tur citi pāsumi un bēgumi, bet tomēr – man dzīvei vajadzētu mazliet sirdsritma statistikas, jo kam gan lai vēl es ticētu, ja ne rādījumiem nepielūdzamiem?

\* sarunājas divi profesionāli forumu/amatierfotogrāfi.  
 "oooo, zin, ko es vakar nopirku? es nopirku zobārsta krēslu!!!!  
 -balto?"

18 COMMENTS | POST A COMMENT

← Atsauksmju skaits un saite uz komentāru rakstīšanas formu

browse  
 back 20 entries  
 my journal  
 my userinfo  
 my friends  
 my calendar

Lietotāja izvēlēts reprezentējošs attēls (jūzerpikča)

Dienasgrāmatas ieraksti

**4. attēls.** Tiešsaistes dienasgrāmata Sviesta cibā. Portālā ir iespējams izvēlēties starp vairākiem piedāvātiem standarta dizainiem un tos pielāgot, kā arī veidot savus, taču izkārtojuma pamata ideja visos dizainos ir līdzīga. Pēc līdzīga principa ir veidots arī „draugu saraksts“.

*LiveJournal* (un *Sviesta ciba*) ir specifisks tiešsaistes sociālo tīklu portālu paveids. Līdzīgi kā citās šāda veida vietnēs, katram lietotājam ir savs profils, kurā tiek norādīta pamata informācija par sevi — vecumu, atrašanās vietu, pašaprakstu, intereses, mājas lapas adresi, ievietot lietotāja attēlus, kas tiek izmantoti par lietotāju reprezentējošām ikonām. Tāpat ir iespēja pievienot „draugus“ un izplatīt informāciju. Taču, ja vispārējo interešu sociālās tīklošanās portāls darbojas kā jau esošo sociālo attiecību uzturētājs vai latentu saišu

identificētājs un informācija, kas portāla profilā tiek publicēta, ir paredzēta konkrētiem cilvēkiem, tad *LiveJournal* sistēmā lietotājs var izveidot profilu, nepazīstot nevienu no pārējiem lietotājiem un laika gaitā sev iepatikušos lietotājus pievienot un tapt pievienots. Lai arī ir iespējams *LiveJournal* kā sociālo tīklu uzturēšanas līdzekļa lietojums, tomēr, lai tajā sekmīgi darbotos, neviens nav jāpazīst, un tīklu var veidot no nulles. Minimālais, kas lietotājam jāizdara, lai profils būtu pilnībā funkcionāls, ir jāizvēlas lietotāja vārds un „draugi“, un jāpublicē dienasgrāmatas ieraksti. 4. attēlā ir kādas *Sviesta cibas* dienasgrāmatas ekrānuuzņēmums.

„Draugi“ ir tie lietotāji, kuru dienasgrāmatu ierakstus lietotājs vēlas lasīt savā draugu lentā — atsevišķā sadaļā, kur tiek apkopoti visu to lietotāju publicētie teksti, uz kuriem portāla dalībnieks ir pieteicies. „Draugu“ sistēma pati par sevi veido lietotāju savstarpējo attiecību pamatu — piedraugošana (pievienošana profila „draugu“ sarakstam)<sup>286</sup> ir veids, kādā lietotāji nodibina kontaktus vai nodot dažādus citus neverbālus vēstījumus. D. Fono un K. Reinsa-Goldija nošķir septiņas galvenās *LiveJournal* (un tāpat arī *Sviesta cibas*) lietotāju vidū pastāvošās izpratnes par „draudzību“ šajā sistēmā:

- 1) Draudzība kā saturs — lietotāji piedraugo tos lietotājus, kurus ir interesanti lasīt un kuru interneta žurnālos spēj atrast sev lietderīgu informāciju. Tādējādi viņi savas „draugu lentas“ izmanto par informācijas filtriem, un „draugi“ tiem ir satura nodrošinātāji;
- 2) Draudzība kā bezsaistes attiecību stiprinātājs — lietotāji piedraugo tos, ko pazīst „reālajā dzīvē“ un izmanto internetu, lai ar tiem uzturētu attiecības un organizētu savu bezsaistes sociālo dzīvi. Šajā gadījumā tiešsaistes „draudzība“ kopē daļu no bezsaistes vides sociālajiem tīkliem;
- 3) Draudzība kā tiešsaistes kopiena — piedraugoti tiek tie, ar kuriem veidojas tiešsaistes kontakti. Tie, pret kuru piedraugošanu šī stratēģija tiek izmantota, ar saviem

---

<sup>286</sup> Sociālajos medijos citu lietotāju piesaistīšana saviem interešu biedriem, draugiem, vai sekotājiem (pēdējās liktais šai mediju videi raksturīgais vārds „draugi“ var ietvert dažāda satura un intensitātes attiecību formas lietotāju starpā; tām nav jābūt „draudzīgām“ šī jēdziena konvencionālajā nozīmē) ir svarīga mijiedarbības sastāvdaļa. Tāpēc šo portālu diskursos attīstījušies šos procesus apzīmējoši vārdi. *Sviesta cibā* tādi ir „piedraugošana“ (pievienošana draugiem) un „atdraugošana“ (dzēšana no „draugu“ saraksta). *Sviesta cibā* ir specifiski apzīmējumi arī citām darbībām un parādībām. Atbilstoši portāla nosaukumam, lietotāji tiek dēvēti par „cibiņiem“. Angļu valodas vārds „post“ ([dienasgrāmatas] ieraksts) ir kļuvis par „pukstu“ vai „poustu“, atsauksme (komentārs) ir „nopūta“, savukārt „nopūsties“, jeb „izvest nopūtu“ nozīmē ‘rakstīt atsauksmi’. Lietotāji savos žurnālos paši var noteikt, kāds teksts parādīsies pie katra dienasgrāmatas ieraksta uz saites, uz kuras uzspiežot, atvērsies rakstīšanas forma. Noklusējuma versijas — „ir doma“ vai „post a comment“, taču daudzi lietotāji to pielāgo, to nomainot uz kādu citu frāzi: „iečuksti noslēpumu“, „vieta jūsu piezīmēm“, „var draudzīgi piebilst“ „piemetināt?“, „*вперед, за родуны!*“ ir tikai daži no variantiem, ko atbilstoši nosacītam tematiskam sava žurnāla noformējumam izvēlējušies lietotāji.

Ņemot vērā jēdzienu „piedraugošana“ un „atdraugošana“ plašo lietojumu tiešsaistes sociālo tīklu lietotāju vidē, pētījumā tie netiek likti pēdējās. Turpretim jēdziens „draugi“ tiek likts pēdējās, lai to nošķirtu no jēdziena konvencionālās nozīmes.

pie draugotājiem reālajā dzīvē nav pazīstami. Lietotāji sev tīkamos cilvēkus izvēlas pēc specializētajiem „pakalpojumiem“, ko tie viņiem var sniegt, un, ja ar konkrēto cilvēku ir patīkami sazināties, viņš savas funkcijas dēļ tiek pievienots „draugiem“, jebšu nekādu tiešākas saistīšanās plānu abu lietotāju starpā nav. Tas gan nenozīmē, ka tiešsaistes saites nevar veidoties spēcīgas un indivīdiem svarīgas.

- 4) Draudzība kā uzticēšanās — pie draugotie lietotāji var lasīt aizsargātos („tikai draugiem“ paredzētos) ierakstus, līdz ar to viņu iekļaušana „draugu“ sarakstā nozīmē paust uzticību.
- 5) Draudzība kā laipnība — pie draugošana ir atbilde uz pie draugošanu. Ja uz pie draugošanu otrs lietotājs neatbild, to var tulkot kā varas nevienlīdzības izpausmi, savukārt daudzi nedomājot pie draugot tos, kas izvēlējušies ir viņus. Jāpiebilst, ka *Sviesta cibā* pie draugošanu kā laipnības izrādīšanu ierobežo tas, ka bezmaksas konta lietotājam var būt tikai 70 draugu, savukārt maksas pakalpojumi nav pieejami, līdz ar to iespējamo draugu skaits ir limitēts, un lietotājiem ir jāizdara grūtākas izvēles un jāšķiro pie draugošanas vērtie lietotāji no pārējiem.
- 6) Draudzība kā paziņojums — kāda lietotāja pie draugošana pasaka maz, bet tomēr kaut ko par abu lietotāju attiecībām, precīzi nedefinējot, kas tieši ar to ir pateikts. Šo paziņojumu var uztvert gan kā blakusproduktu komunikācijai sistēmā, gan kā mērķtiecīgu komunikatīvu darbību, pasakot ko par otra cilvēka novērtējumu vai statusu.
- 7) Draudzība kā nekas — tikpat labi pie draugošanas procesus var nevadīt nekādi skaidri mērķi un lietotājs var rīkoties bez kādas komunikācijas stratēģijas, vienkārši izklaidējoties, veidojot „draugu“ kolekcijas vai pārbaudot cilvēku reakcijas. Šajā gadījumā pie draugošanai nav tiešas saistības ar abu lietotāju attiecībām.<sup>287</sup>

Pie draugošana ir publiska attiecību artikulācija, „draugu“ saraksts sniedz informāciju par to, kuram lietotājam ar kuriem citiem ir vismaz kāda veida kontakts (ar to gan nepietiek, lai varētu spriest par šo attiecību saturu). „Drauga“ statuss lietotājam dod zināmas priekšrocības, piemēram, tas atļauj lasīt lietotāja „tikai draugiem“ paredzētos ierakstus, tomēr attiecības „draugu“ starpā ir daudzveidīgas — dažkārt pie draugošana un atdraugošana ir vienīgā komunikācija, kas notiek lietotāju starpā, bet citkārt pievienošana „draugiem“ nozīmē viena lietotāja interesi par otru lietotāju un ir daļa no plašākas komunikācijas vai arī tika kontakta uzsākšanas impulss.

---

<sup>287</sup> Fono, D., & Raynes-Goldie, K. (2006). Hyperfriendship and beyond: Friends and social norms on Livejournal. In M. Consalvo & C. Haythornthwaite (Eds.), *Internet research annual: Volume 4 Selected papers from the Association of Internet Researchers Conference* (pp. 91–103). New York: Peter Lang.

Pievienošana „draugiem“ portāla dalībnieku komunikācijā svarīga ir arī tāpēc, ka šajā tiešsaistes dienasgrāmatas autors saviem ierakstiem var norādīt dažādus piekļuves ierobežojumus. Publicējot ierakstu, lietotājam katru reizi ir iespējams izvēlēties starp četriem privātuma līmeņiem. Ieraksti var būt: (1) publiski, kas nozīmē, ka piekļuve tiem netiek aizsargāta ar tehniskiem šķēršļiem, un tiem līdzī var sekot ikviens, kurš vēlas; (2) pieejami „tikai draugiem“<sup>288</sup> — pievienojot kādu lietotāju saviem „draugiem“, indivīds tam automātiski dod iespēju lasīt savus ierobežotas piekļuves ierakstus;<sup>289</sup> (3) noteiktām „draugu“ grupām pieejami ieraksti (lietotājs savus „draugus“ var sadalīt grupās un noteikt, kurus ierakstus kuras grupas pārstāvji varēs lasīt); (4) privātie ieraksti, kurus var lasīt tikai autors pats; šādā veidā ievietoti ieraksti tiešsaistes dienasgrāmatu parada par ko līdzīgu tradicionālajai privātajai dienasgrāmatai, kurā indivīds raksta to, ko nav paredzēts lasīt citiem.

Arī atsauksmju rakstīšana un saņemšana ir veidota, lai veicinātu diskusijas un apmaiņu ar viedokļiem un pieredzēm. *LiveJournal* sistēmā (pēdējos gados šādas iespējas tiek ieviestas arī citās blogu platformās, kā arī ziņu portālu komentāru sistēmās) ir iespējams atbildēt ne tikai uz sākotnējo ierakstu, bet vēltīt komentāru arī par konkrētu atsauksmi. Tādējādi indivīdu saziņas gaitā veidojas tā dēvētie „pavedieni“ (*thread*), kas efektīvi ļauj sekot līdzī sarunai un tam, kurš lietotājs diskutē ar kuru. Ir iespējams skaidri norādīt, kuram lietotājam atbilde tiek adresēta. Saziņas operativitāti un efektivitāti vairo arī tas, ka lietotājiem uzstādījumos ir iespējams norādīt, lai uz e-pastu tiktu atsūtīta ziņa par jaunu atsauksmi pie viņa ierakstiem un kad kāds cits lietotājs atbild uz viņa atsauksmēm (alternatīva ir arī apmeklēt portāla sadaļu, kur tiek apkopotas atsauksmes, ko lietotājam ir rakstījuši citi). Dalībniekiem nav pašiem jāpieskata un regulāri jāmeklē visi dienasgrāmatu ieraksti, pie kuriem tie ir kaut atstājuši atsauksmes.

Nozīmīgs elements, kas veicina lietotāju mijiedarbību, ir „komūnas“ (*community*)<sup>290</sup> — tās ir tematiskās lapas, kas tiek veidotas, lai tur rakstītu par noteiktām tēmām. Šīm lapām, var pievienoties daudzi autori, tādējādi tās atšķiras no parastās *Sviesta cibas* dienasgrāmatas, kuras autors ir viens lietotājs. Atšķirībā no parastajām dienasgrāmatām, komūnas ir kolektīvi papildinātas un izmantotas sadaļas. Viena no populārākajām komūnām ir *Pajautā* — šeit lietotāji var uzdot sevi interesējošus jautājumus, un tie, kas par tiem vēlas izteikties (un kas

<sup>288</sup> Tos dēvē arī par ierakstiem „zem atslēdzīgas (atslēgas)“: par to, ka konkrētais ieraksts ir pieejams „tikai draugiem“, liecina slēdzenes ikona.

<sup>289</sup> Padarot pieejamus savus ierakstus tikai tiem, kuru ierakstiem lietotājs pats seko līdzī, lietotājs var gūt labāku priekšstatu par to, kas ir cilvēki, kuri šo ierakstu izlasīs, lai gan arī tādā gadījumā lietotājiem ne vienmēr ir detalizēta informācija par sevis „piedraugotājiem“ lietotājiem, tai skaitā viņu bezaistes identitātēm.

<sup>290</sup> Jēdziens „community“ apzīmē ‘kopienu’ nevis ‘komūnu’, taču, tā kā promocijas darbā jēdziens „kopienas“ tiek izmantots tiešsaistes grupu apzīmēšanai, lai izvairītos no pārpratumiem, *Sviesta cibas* dienasgrāmatas, kurā var būt vairāki autori, tiek dēvētas par „komūnām“. Šāds tulkojums dominē arī *Sviesta cibas* lietotāju žargonā.



komūnai pievienojušies), uz šiem jautājumiem atbild. Tā ir viena no pašpalīdzības funkcijām, ko ikdienas problēmu risināšanai *Sviesta cibas* lietotājs var izmantot. Cita starp portāla lietotājiem mijiedarbību veicinoša iezīme ir iespēja ir īpašā sadaļā sekot līdzi nesen visiem atjauninātajiem žurnāliem — tas var būt noderīgi, meklējot jaunus lietotājus, kuru ierakstiem sekot līdzi.

*LiveJournal* (un faktiski liela daļa citu uz sociālās tīklošanās pamatiem veidotu pašizpaušmes portālu) sistēma ir veidota tā, lai lietotājus apvienotu portālā ar skaidrām robežām ar standartizētu funkcionalitāti un limitētām iespējām kaut ko sistēmā mainīt vai pielāgot. Tas var sarežģīt šāda portāla profila izmantošanu ārpus portāla (indivīdiem, kuri nelieto portālu, nav iespējas lasīt „tikai draugiem“ paredzētos ierakstus, un arī pati tiešsaistes dienasgrāmata nav parocīgi izmantojama kā patstāvīgs, arī ārpus portāla robežām lietojams blogs), taču atvieglotā sekošana līdzi citu indivīdu ierakstiem vienlaikus stiprina portāla lietotājus kā sociālo grupu.

Tiešsaistes sociālo tīklu portālos notiekošos komunikācijas procesus ir iespējams analizēt ar daudzveidīgām metodēm, taču to izvēlē un adaptācijā ir jāņem vērā arī tiešsaistes videi raksturīgie aspekti.

## **5.2. Pētījuma metodes, datu ieguve un apstrāde**

Promocijas darba pētījumā tiek izmantotas gan kvantitatīvās, gan kvalitatīvās pētniecības metodes; kā arī dati tiek vākti gan tiešsaistes vidē, gan nepastarpinātos kontaktos ar pētījuma dalībniekiem. Turpinājumā sniegšu pārskatu par pētnieciskajām pieejām un metodēm.

### **5.2.1. Datu vākšana tiešsaistē**

Attīstoties komunikācijas iespējām tiešsaistē, aizvien pieaug arī akadēmismu pētījumu skaits, kuros pētīti tiešsaistes procesi, un tāpēc, ņemot vērā tiešsaistes vides īpatnības, nepieciešams izvērtēt sociālo zinātņu pētījumu metožu izmantošanu.

Tiešsaistes mediji nav no plašākiem sociālajiem procesiem izolēta vide, bet gan indivīdu dzīves sastāvdaļa, līdz ar to pētot, kā indivīds lieto internetu, ir iespējams gūt priekšstatu arī par to, kā indivīds uzlūko tiešsaistes notikumu konstrukciju saistībā ar ikdienas dzīvi.<sup>291</sup> Lai gan ir iespējams runāt par tādu parādību kā „tiešsaistes uzvedība“, sociologi sliecas datormediēto komunikāciju un neskaitāmo daudzumu tās iemiesojumu aplūkot kā ikdienas dzīves paplašinājumu.<sup>292</sup> Datormediētā saziņa vairs netiek aplūkota tikai kā alternatīvs saziņas veids; tā saistāma ar jaunas kultūras formācijas rašanos, un šīs pārmaiņa ir

<sup>291</sup> Bowker, N., & Tuffin, K. Using the online medium for discursive research about people with disabilities.

<sup>292</sup> Williams, M. (2007). Avatar watching: Participant observation on graphical online environments. *Qualitative Research*, 7(1), 5–24.

veicinājušas debates, kā šīs jaunās parādības būtu pētāmas un vai tam ir izmantojamas līdz šim pastāvošās metodes. Metjū Viljamss (*Matthew Williams*) uzskata, ka, jebšu datorpastarpinātās komunikācijas vide daudzējādā ziņā atšķiras no bezsaistes vides, tas neliek atteikties no līdzšinējo sociālo zinātņu metožu izmantojuma. Tomēr specifiskie pētniecības kopumi (*populations*), anonīmie informācijas avoti un daudzās pētniecības vietas (*field sites*) nozīmē, ka šīs tradicionālās metodes ir nepieciešams adaptēt izmantošanai tiešsaistes vidē.<sup>293</sup>

Sociālo zinātņu metožu izmantojumu tiešsaistes pētījumiem sarežģīt virkne epistemoloģisku un metodoloģisku jautājumu. Cik pārliecinoši pētnieks spēj rakstīt par pētāmajiem cilvēkiem, ja interneta mijiedarbībai raksturīgā anonimitāte ļauj apšaubīt pētījuma dalībnieku identitāti? Kā virtuālās kopienas dalībnieku novērotājs vada savu identitāti teksta un grafikas (vizuālu materiālu) mediētā vidē un kāda ietekme tam var būt uz datu vākšanu? Kā lai konceptualizē tiešsaistes vides robežas un novēroto cilvēku pieredzes?<sup>294</sup> Šie jautājumi saistībā ar respondentu godīgumu atbildot uz jautājumiem var attiekties arī uz pētījumiem bezsaistē, taču tiešsaistes vide anonimitātes iespējas tikai paplašina, un tam var būt ietekme uz respondenta sniegtajām atbildēm.

Respondentiem tiešsaistē var būt viegli maldināt pētniekus par savu dzimumu, ģeogrāfisko atrašanās vietu, rasi, tādējādi apdraudot ievākto datu ticamību.<sup>295</sup> Šādas problēmas pētniecībā gan nav nekas jauns un nav arī saistāmas ekskluzīvi tikai ar tiešsaistes vidi. Līdzīgi mānīties var arī respondenti, kas atbild uz aptaujas jautājumiem pa telefonu vai aizpilda pa pastu piesūtītu, un aptaujas veicējs nevar būt drošs, vai atbildes ir ierakstījis tas cilvēks, kurš norādīts un cik nopietni tas šim uzdevumam ir pievērsies. Kā raksta Dž. Volters, vēsturiski pētniecībā ir daudz citu jomu, kurās respondentiem ir bijusi iespēja sniegt par sevi nepatiesus datus. „Lai arī šādas anomālijas pastāv un no tām būtu jāizvairās, tās nav galēji bīstamas lielam pētījumam, kurā ir sagaidāms noteikts kļūdas procents, kas ir jāanalizē un jānorāda,“ raksta pētnieks.<sup>296</sup>

Vendija Sīmora (*Wendy Seymour*) norāda arī uz vairākiem šādas pētniecības pozitīvajiem aspektiem: pētnieki, izmantojot informācijas laikmeta sniegtās iespējas lietot elektroniskās pētniecības metodes, var sniegt būtisku ieguldījumu tādas metodoloģijas attīstībā, kas ir ciešāk saistīti ar pētījuma dalībnieku vajadzībām. Informācijas tehnoloģijas ļauj apiet ķermeņa funkciju (*bodily function*) efektus un sniedz iespēju piekļūt cilvēkiem, kas līdz šim

---

<sup>293</sup> Turpat.

<sup>294</sup> Turpat.

<sup>295</sup> Tas tiek darīts arī Frankela un Sianas ziņojumā (4. lpp), sk. arī Waskul, D. & Douglass, M. (1996). Considering the electronic participant: Some polemical observations on the ethics of on-line research. *The Information Society*, 12, 129–139.

<sup>296</sup> Walther, J. (2002). Research ethics in Internet-enabled research: Human subjects issues and methodological myopia. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 205–216

pārstāvēja pētniekiem nerasniedzamus sabiedrības segmentus.<sup>297</sup> Tiešsaistē ir iespējams ne tikai atlasīt pētījuma dalībniekus, bet arī vākt datus, izmantojot gan izmantot tērzēšanas (čata) programmas (*Skype, ICQ, mIRC*), gan sarakstoties e-pastā, gan izveidojot īpašu tīmekļa vietni, kurā diskutēt ar pētījuma dalībniekiem, gan izmantojot citas iespējas. Tiešsaistē ir viegli vākt plaša spektra brīvi pieejamu informāciju, kuras parādīšanās nav pētnieka darbību izraisīta. Fiziskās klātesamības trūkums var pētījuma dalībniekiem tiešsaistē ļaut justies ērtāk, nodrošinot tiem labākas pašizteikšanās iespējas un komunikāciju veicinošu telpu. Dalībnieku atklāšanos un vaļsirdību pati par sevi vairo arī interneta vides sniegtā anonimitātes sajūta.<sup>298</sup> Tas nozīmē, ka tiešsaistē var būt iespējams piekļūt unikālai informācijai, kas citur publiski neparādās. Sjūzena Heringa (*Susan Herring*) gan norāda, ka tiešsaistes saziņā ir mazāka saziņas saskaņotība (*coherence*) un secīgums (*adjacency*), tomēr tas nav izšķirošais faktors komunikācijā un, neskatoties uz to, saziņa internetā ir populāra.<sup>299</sup> Ir iespējams, ka saruna ir haotiska, tai trūkst saskaņotības, un vienlaikus tās dalībniekiem šāds saziņas veids ir pieņemams un saprotams.

Vēl kāda nozīmīga priekšrocība ir tas, ka saziņa tiešsaistē pārsvarā ir tekstuāli — tātad nav nepieciešami papildus resursi, lai komunikācijas aktu pārvērstu analizējamā formā, kā tas būtu, piemēram, atšifrējot intervijas. Pateicoties šim apstāklim, arī samazinās neprecīzas atreferēšanas iespēja, un šis process var notikt arī neatkarīgi no tiešas mijiedarbības ar pētījuma subjektu. Turklāt tas, ka dati ir jau gatava teksta formā, nozīmē, ka fiksētajā dialogā var būt iekļautas arī kontekstuālas detaļas. Teksta dati, piemēram, var iekļaut ziņas par dalībnieku attiecībām ar sociālo situāciju un pētnieku. Atkarībā no formāta, kiberteksts var saturēt arī ar laika atzīmes un citas ar kontekstu saistītas detaļas. Šādi pētīšanai gatavi dati var tikt izmantoti, piemēram, diskursa analīzei, lai pētītu ikdienas, dabisko kontekstu sociālo pieredzi.<sup>300</sup>

Tādējādi var secināt, ka informācijas vākšanas un dalībnieku intervēšanā ir pieņemami izmantot tiešsaistes rīkus, tomēr nav pamata datu vākšanu ierobežot tikai ar tiešsaistes metodēm. Ir jāņem vērā tiešsaistē un bezsaistē veiktas datu vākšanas plusi un mīnusi, un jāizvēlas konkrētajā situācijā atbilstošās metodes.

### 5.2.2. Tiešsaistes aptaujas

Aptauja ir klasiska kvantitatīva metode, lai gūtu respondentu atbildes uz standartizētiem jautājumiem. Anketēšanai tiešsaistē ir virkne priekšrocību, kuru dēļ šī ir viena no pamata

<sup>297</sup> Seymour, W. S. (2001). In the flesh or online? Exploring qualitative research methodologies. *Qualitative Research, 1*(2), 147–168.

<sup>298</sup> Bowker, N., & Tuffin, K. Using the online medium for discursive research about people with disabilities.

<sup>299</sup> Herring, S. (1999). Interactional coherence in CMC. *Journal of Computer-Mediated Communication, 4*(4). Retrieved May 1 2009, from <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue4/herring.html>.

<sup>300</sup> Turpat.

metodēm promocijas darba pētījumā: tās ir ērtākas gan pētniekiem, gan respondentiem. Tiešsaistē rīkotām aptaujām ir potenciāls aizsniegt plašus un daudzveidīgus sabiedrības segmentus, un tas nodrošina par tām interesi no pētniekiem dažādās sfērās.<sup>301</sup> Taču šādām aptaujām arī ir atšķirīgas tehnoloģiskās, demogrāfiskās un atbildēšanas (*response*) iezīmes, kas ietekmē to, kad šāds aptauju veids var tikt lietots un kā tās jālieto un jāprojektē un kā aptaujas jāveic.<sup>302</sup> Tieši aptauju veikšanas tehniskais vieglums var vilināt aizmirst īstenot dažādus priekšnoteikumus, lai panāktu, ka dati ir ticami, vai vismaz apzinātos ar šādi ievāktiem datiem saistītos ierobežojumus.

Viena no tiešsaistes anketēšanas problēmām ir salīdzinoši zemā reprezentativitāte, respondentu aktivitāte un motivācijas trūkums iesaistīties. Ronalds Frickers (*Ronald Fricker*) un Matias Šonlaus (*Matthias Schonlau*), apkopojot pieejamās akadēmiskās publikācijas par tiešsaistes aptauju lietojumu, secina, ka gadījumos, kuros tīmekļa anketas ir vienīgais vai primārais datu vākšanas veids, aizpildīto anketu daudzums nepārsniedz 44%, un ir bijuši pētījumi, kuros aizpildīts ir tikai 8% anketu. Ir pamats domāt, ka šie rādītāji varētu būt arī vēl zemāki, jo pētījumos, kuros ir fiksēta lielāka respondentu atsaucība, aptaujas dalībnieki vai nu jau sākotnēji uzrunāti pa tālruni un piekrituši piedalīties, vai arī bijuši ierobežota, savienotu cilvēku kopuma (piemēram, darba kolektīva) pārstāvji.<sup>303</sup> Gadījumos, kad respondentu aktivitāte ir augsta, izlases kopums ir bijis vai nu relatīvi homogēns, vai arī motivēts piedalīties. Gadījumos, kad aptaujas dalībniekiem bijusi iespēja izvēlēties vai nu anketu aizpildīt internetā, vai saņemt pa pastu, vairumā pētījumos aprakstīts, ka tie izvēlējušies pa pastu sūtīto. Tas varētu būt saistīts ar to, ka ne visi prot rīkoties ar datoru un internetu, savukārt tās aptaujātās grupas, kuras šajā ziņā ir speciālisti, pārliecinoši izvēles aizpildīt anketu internetā. Savukārt gadījumos, kad pētnieks neveic respondentu atlasīšanu, un anketas aizpilda tie, kuri paši to izvēlas, respondentu aktivitāti ir praktiski neiespējami noteikt.

Cilvēki, kuru nevēlētos piedalīties tradicionālā anketēšanā, diez vai vairāk būtu gatavi aizpildīt anketu tiešsaistē.<sup>304</sup> Uz e-pastu sūtītu aptaujas aicinājumu veiksmīgumu mazina lielais surogātpasta daudzums. Pastāv risks, ka sūtījums neizies cauri spama (mēstuļu) filtram, bet, ja tomēr nonāks adresāta iesūtņē, adresāts, ja pētnieks ar to nav iepriekš kontaktējies un vienojies par dalību pētījumā, to var neuzskatīt par uzmanības vērtu. Turklāt

---

<sup>301</sup> Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (1999). Research methodology: Taming the cyber frontier. *Social Science Computer Review*, 14(3), 323–337.

<sup>302</sup> Andrews, D. Nonnecke, B, Preece, J. (2003). Electronic survey methodology: A case study in reaching hard to involve Internet users. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 16(2), 185–210.

<sup>303</sup> Turpat.

<sup>304</sup> Fricker, R. D. Jr., & Schonlau, M. (2002). Advantages and disadvantages of Internet research surveys: Evidence from the literature. *Field Methods*, 14(4). 347–367.

cilvēkiem ir tiesības nesaņemt paziņojumus, kurus tie nav pasūtījuši, un jāņem arī vērā, ka daudziem nav motivācijas tērēt laiku aptaujām, par kurām tie iepriekš nav informēti. Tāpēc, lai nodrošinātu pieņemamu aizpildīto anketu skaitu, vēlams ir sazināties ar respondentiem un saņemt to piekrišanu dalībai pētījumā. Dalībnieku piesaistei pētījumā tiek ieteikts izmantot daudzpakāpju pieeju, vispirms uzrunājot dalībnieku un aicinot to piedalīties aptaujā un ar ievada vēstuli iepazīstinot ar pētījumu un izveidojot ticamības kredītu. Un, ja respondentu piedāvājums ir ieinteresējis, tas tiek lūgts uz e-pastu atbildēt (vai arī atbildēt gadījumā, ja nevēlas piedalīties). Dalībnieku aktivitāti var palielināt arī atgādinājuma e-pasta vēstules.<sup>305</sup> Pastāv prakse arī kombinēt kontaktus ar respondentiem un izmantot arī bezsaistes medijus, piemēram, drukātas vēstules. Respondentu atsaucību lielā mērā nosaka tas, kādā veidā tie tiek uzrunāti un lūgti piedalīties. Lai piesaistītu cilvēkus, kas varētu piedalīties aptaujā, pētnieki atbilstošu pētījuma budžetam iesaka piedāvāt dažādus labumus — tās var būt gan naudas balvas, gan solījums iepazīstināt ar pētījuma rezultātiem.<sup>306</sup>

Gadījumā, ja potenciālie respondenti tiek nevis iepriekš izraudzīti un personiski uzrunāti, aicinot aizpildīt anketu, bet saite uz aptauju vienkārši tiek popularizēta pētnieku interesējošajā tiešsaistes kopienā, aktivitātes jēdziens zaudē jēgu. Šajos gadījumos ir grūti uzzināt, cik cilvēku aptauju redzēja, bet nolēma neaizpildīt. Vienlaikus šī pieeja varētu būt noderīga, lai sasniegtu kādu vēlamu atbilžu daudzumu — to var panākt, pētījuma laikā reklamējot aptauju tīmekļa vietnēs, kurās uzturas iespējamie respondenti, un nodrošinot, ka informācija par pētījumu ir regulāri redzama. Pētnieki gan norāda, ka cilvēki, kuri paši pēc savas iniciatīvas nolēmju piedalīties pētījumā, var savos raksturojumos un viedokļos atšķirties no tiem, kuri nepiedalās. Brīvprātīgajiem dalībniekiem ir raksturīga lielāka ieinteresētība pētāmajā jautājumā, viņu viedokļi ir ekstrēmāki un kraujāki,<sup>307</sup> tiem var būt labākas interneta lietošanas prasmes un tie var būt pieredzējušāki.<sup>308</sup> Šajā gadījumā ir iespējamās problēmas ar datu vispārināšanu, tomēr tiešsaistē reti kad ir pieejams kāds centrāls lietotāju reģistrs, uz kuru pamatojoties, būtu iespējams izveidot izlases kopumu. Dalībnieku atlasē ir iespējams izmantot gan pašizvēles (*self-selection*) pieeju, kurā respondenti, atsaucoties uz tīmekļa lapā publicētu aicinājumu, paši piesakās dalībai, uz iespējamību balstītas (*probability-based*) izvēles metodes, piemēram, iepriekš atlasot pētījuma dalībniekus, kā arī iespējamības modeļus (*probability samples*) no pilnām iedzīvotāju kopuma.

<sup>305</sup> Andrews, D., Nonnecke, B., Preece, J. Electronic survey methodology.

<sup>306</sup> Kaye, B. K., & Johnson, T. J. Research methodology;

Iespēja laimēt loterijā ir divkārt spēcīgāks motivētājs iesaistīties nekā altruisms. Sk.: Andrews, D., Nonnecke, B., & Preece, J. Electronic survey methodology.

<sup>307</sup> Kaye, B. K., & Johnson, T. J. Research methodology.

<sup>308</sup> Andrews, D., Nonnecke, B., & Preece, J. Electronic survey methodology.

Pašizvēles pieeja (tāda ir izmantota arī promocijas darba vajadzībām rīkotajām aptaujā) neparedz izveidot ģenerālam kopumam statistiski atbilstošu izlasi (*sample*) un tāpēc tiek kritizēta par iegūto datu nepietiekamu reprezentativitāti.<sup>309</sup> Varbūtības (*probability*) metodes balstās uz zināšanām par ģenerālo kopumu izlasi (*sampling frame*), un tās ietver informāciju par iesaistīšanas (*recruitment*) procesu, kas ļauj mērīt neatbildēšanas biežumu (*response rate*) un tās avotus (*sources of non-response*). Šādi aptauju veidi vai nu ierobežo izlasi līdz tiem cilvēkiem, kuriem ir piekļuve internetam, šādā veidā definējot pētāmo cilvēku kopumu, vai arī izmanto dažādus pētniecības veidus, lai sasniegtu plašāku sabiedrības daļu. Tomēr tiešsaistes rezultātus vispārināt pret bezsaistes cilvēku kopumu nevar.<sup>310</sup> Taču, lai dati būtu derīgi, tiem ne vienmēr ir jābūt vispārināmiem. Ja pētījuma mērķa kopums (*population*) nav kopējais visu pētāmās jomas pārstāvju skaits, ko tiešsaistes vidē var būt neiespējami identificēt, dati var būt arī indikatīvi, taču pētniekam ir jānorāda šāds rezultātu interpretācijas ierobežojums.

Vismazāk izlaisto atbilžu ir gadījumos, ja tiek rīkota tiešā aptauja — šāds formāts arī ļauj mazināt pārpratumus par jautājumiem un iespējamajiem atbilžu variantiem. Tomēr nepastarpinātā komunikācija var veicināt arī to, ka, salīdzinot ar patstāvīgi aizpildītām anketām, šeit tiek iesniegtas sociāli vēlamas (*socially desirable*) atbildes, it īpaši par sensitīviem jautājumiem. Pa pastu nosūtītas anketas izmaksā dārgāk, tās ir nepilnīgāk aizpildītas un retāk tiek nosūtītas atpakaļ, taču šādu anketu atbildes tiek vērtētas kā godīgākas.<sup>311</sup> Internetā ievietotajās anketās ir iespējams iestrādāt mehānismus, kas neļauj anketu aizpildīt cilvēkiem, kuriem tā nav adresēta (adresātiem var nosūtīt paroli vai personalizētu saiti uz anketu), kā arī pēc IP adresēm un citiem identificējošiem elementiem novērst, ka viens un tas pats cilvēks atbild vairākkārt. Ir iespējas neļaut respondentam neatbildēt uz jautājumiem vai vismaz atgādina respondentam par izlaistiem jautājumiem, tādējādi uzlabojot iesniegto datu kvalitāti. E-pasta anketās šādu iespēju nav. Toties e-pastā veiktās aptaujās uz atvērtiem jautājumiem atbildes ir vienlīdz garas kā pa pastu sūtītās aptaujās, vai arī pat izvērstākas.<sup>312</sup>

Respondentu gatavību izpildīt aptauju būtiski ietekmē potenciālais laika patēriņš. Aizpildītā anketa pēc iesniegšanas gandrīz nekavējoties nonāk pie pētnieka, un, ja aptauja ir veikta internetā, dati uzreiz tiek ievadīti datubāzē. Ja pirms datu apstrādes ar statistikas programmatūru (piemēram, apvienojot vienā datu kopā datus no vairākos portālos rīkotām aptaujām) ir jāveic kādas manipulācijas, tad tam nepieciešamās mazāki resursi nekā datu

---

<sup>309</sup> Turpat.

<sup>310</sup> Turpat.

<sup>311</sup> Fricker, R. D. Jr., & Schonlau, M. Advantages and disadvantages of Internet research surveys.

<sup>312</sup> Turpat.

bāzē datus vai respondentu spriedumus ievadot manuāli. Nosūtot respondentiem informāciju pirms pētījuma, pēc tam piesūtot anketu/saiti uz tīmekļa vietni, kurā tiek veikta aptauja un pēc tam atsūtot atgādinājumu par aptauju, datu vākšanas posms var aizņemt dažas dienas, kas ir krietni ātrāk nekā, ja tas pats būtu jādara uzmantojot pastu.<sup>313</sup> Savukārt arī respondentam aptauju tiešsaistē var būt aizpildīt ērtāk nekā bezsaistē. Nav striktu vadlīniju, kas definētu vai anketa nav pārlietu gara un cik laika respondents ir gatavs tai veltīt. Tomēr anketai ir jābūt pēc iespējas īsākai, ir jāizvērtē, kuri jautājumi ir nebūtiski, un pirms anketas publiskošanas pētniekiem ir jāpārbauda, cik laika ir nepieciešams tās aizpildīšanai.<sup>314</sup>

Kopumā var secināt, ka interneta aptaujām piemīt virkne trūkumu — vislielākie ir zemā respondentu aktivitāte un grūtības iegūt reprezentatīvus datus —, tomēr tā ir ērts veids, kā sasniegt ģeogrāfiski izkliedētus respondentus mērķa grupās, ietaupīt laiku datu apstrādei, mazināt kļūdas (anketu sistēma var nodrošināt to, ka nav iespējams neatbildēt uz jautājumiem) un arī mazināt gaidu spiedienu uz respondentu, tādējādi nodrošinot, ka tas atbild godīgāk. Protams, tam var būt arī pretējs efekts: respondenti, zinot, ka netiek kontrolēti, var atbildēt nenopietni un apzināti nepatiesi.

### 5.2.2.1. Aptaujas norise

*Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietotāji tika uzrunāti personīgi ar lūgumu aizpildīt anketu, kā arī publicēt to savā tīmekļa dienasgrāmatā, kā arī saite uz anketu tika publicēta dažādās ar aptaujām un jautājumiem saistītās šo portālu komūnās. Savukārt man zināmos *Draugiem.lv* lietotājus es lūdzu aizpildīt anketu un nosūtīt to tālāk cilvēkiem, kuri ir viņiem pievienoti „draugiem“. Portālā *Draugiem.lv* tika veikts arī anketas izmēģinājums. Tajā tika nodrošināts, ka respondenti, kuri saņēma lūgumu aizpildīt gatavo anketu, nebija tie paši, kuri piedalījās izmēģinājuma pētījumā: šie dalībnieki aicinājumu aizpildīt īsto anketas gala variantu vairs nesaņēma.

Anketā ir 38 jautājumi, kas lielākoties ir identiski, taču atsevišķās vietās modificēti atbilstoši konkrētā portāla specifikai. Anketa veidota, lai iegūtu datus par respondentiem, to, kā viņi izmanto konkrēto tiešsaistes portālu un kādas attiecības viņiem ir ar citiem portāla dalībniekiem. Respondentam tiek vaicāts, cik ilgi un kādiem mērķiem viņi lieto konkrēto portālu, kādās aktivitātēs tur iesaistās, cik lietotājam ir „draugu“, cik no tiem pazīst bezsaistē, kādas attiecības ir ar šiem „draugiem“, kāds ir ieguvums no dalības portālā, kāda ir sajūta par uzticēšanos, cik daudz portāls tiek izmantots un citi. Anketā iekļauti arī jautājumi par mediju lietojumu saziņai ar dažādām cilvēku grupām, kā arī respondenta sabiedriskuma, laimes sajūtas un apmierinātības ar dzīvi pašnovērtējums. Anketa ir pievienota darba pielikumā.

---

<sup>313</sup> Turpat.

<sup>314</sup> Kaye, B. K., & Johnson, T. J. Research methodology.

Atbilstoši gaidāmajam, respondentu aktivitāte nebija augsta, un spriežot pēc dažu respondentu reakcijām, nācās arī secināt, ka jautājumu skaits varēja būt mazāks. Lielu atsaucību ir iespējams sagaidīt tiešsaistes portālā, kurā pētnieks pats aktīvi darbojas, jo iepriekšpastāvošās saites ar citiem portāla dalībniekiem un ar to saistītā salīdzinoši lielā uzticēšanās un entuziasms veicina respondentu lielāku motivāciju palīdzēt promocijas darba rakstīšanā, gan aizpildot anketu, gan arī labprāt publicējot to savā tiešsaistes dienasgrāmatā un aicinot citus rīkoties līdzīgi. Aptaujas veiksmīgumu *Sviesta cibā* noteica arī tas, ka šī portāla aktīvo lietotāju kodols ir salīdzinoši mazs, lietotāju saites ir ciešākas un ir lielāka savstarpējā pazīstamība, tādējādi pētniekam ir vieglāk sevi uzdot par „savējo” — portāla lietotāju.

Anketu izplatīšanu portālā *Draugiem.lv* atvieglo šīs platformas popularitāte. Šajā portālā profils ir daudziem cilvēkiem, līdz ar to pētniekam viegli ir iespējams vērsties pie saviem draugiem vai paziņām un aicināt aizpildīt anketu, kā arī lūgt to nosūtīt tālāk visiem saviem portāla draugiem (sniega bumbas izlase; *snowball sampling*). Šo procedūru apgrūtina tas, ka šajā portālā dažādas anketas, kā arī ķēdes vēstules un arī negribēti reklāmmateriāli tiek pārsūtīti regulāri. Tas būtiski krietni samazina potenciālo respondentu interesi par aptauju. Arī daudzi studenti *Draugiem.lv* izmanto, lai izplatītu anketas, kas nepieciešamas viņu pētniecisko darbu rakstīšanā. *Sviesta cibā* lūgums aizpildīt anketu par portāla lietošanu bija salīdzinoši neparasts, turklāt portāla lietotājiem arī ir visai liela interese par anketēšanas rezultātiem, turpretim *Draugiem.lv* lietotājiem aptaujas anketa var būt tikai *kārtējā* anketa, un motivācija to izpildīt ir visai zema. Arī vairāki man pazīstamie respondenti, kuriem lūdzu anketu aizpildīt un nosūtīt tālāk, sacīja, ka to dara tikai mūsu pazīšanās dēļ, un citkārt nevēlētos savus portāla draugus apgrūtināt ar līdzīga rakstura sūtījumiem, jo šāda rīcība var tikt uzskatīta par mēstuļošanu un radīt problēmas anketas izplatītāju attiecībās ar saviem tiešsaistes „draugiem”. Portālā *Draugiem.lv* papildus tam tika izmantota arī iespēja izvietot paziņojumu par pētījumu un saiti uz anketu portāla reklāmas tīklā, samaksājot par lietotāju klikšķiem (cena bija 5 santīmi par klikšķi), tomēr bez aizpildītājiem piesolītas kādas atlīdzības šī pieeja nebija efektīva: iegādātie 100 klikšķi tika iztērēti mazāk nekā dienas laikā, taču šādā veidā tika iegūts salīdzinoši maz jaunu respondentu, kas aizpildītu anketu līdz galam.

Vislielākās problēmas anketēšanā man bija ar *LiveJournal* lietotājiem. Atšķirībā no abiem pārējiem portāliem, mana pazīšanās ar *LiveJournal* lietotājiem bija ierobežota: personiski ir zināma tikai viena lietotāja, kas aktīvi darbojas Latvijā dzīvojošo krievvalodīgo lietotāju segmentā. Viņa piekrita saiti uz anketu publicēt populārajā šī segmenta izmantotā jautājumu un palīdzības komūnā *help\_lv* un aizbilst labu vārdu par pētījumu, mudinot citus



iesaistīties. Apjautājoties draugiem un paziņām, izdevās atrast vienu *LiveJournal* lietotāju, kuru pazīst kāda mana paziņa, un kas piekrita savā tiešsaistes žurnālā publicēt saiti uz aptaujas anketu. Tā kā šādā veidā piesaistīt nepieciešamo respondentu skaitu nav iespējams un arī no *LiveJournal* administrācijas neizdevās sagaidīt atbildi par iespējām izvietot portālā apmaksātu reklāmu, izmantoju portāla piedāvāto un iespēju nosūtīt personisku ziņu lietotājam (šo funkciju iespējojuši ir krietni vairāk lietotāju, nekā publiskojuši savu e-pasta adresi). Vispirms, no viena profila „draugu“ saraksta identificējot citus lietotājus un no viņu profiliem vēl citus, es atlasīju tos portāla dalībniekus, kurus piedraugojuši vismaz simts citi lietotāji un kuri pēdējās nedēļas laikā ir atjaunojuši savu dienasgrāmatu. Pēc tam viņiem nosūtīju ziņu, kurā iepazīstināju ar sevi un savu pētījumu un lūdzu publicēt savā tiešsaistes dienasgrāmatā saiti uz anketu. Vairumā gadījumu uzrunātie lietotāji šo ziņu ignorēja, bet lielākā daļa no tiem, kas atbildēja, piekrita iesaistīties un palīdzēt. Daļa no viņiem, izrādot draudzīgu žestu, un pievienoja saviem „draugiem“ manu *LiveJournal* profilu. Taču bija arī tādi, kuri uz šādu mēģinājumu kontaktēties reaģēja agresīvi un uzskatīja, ka mana pieeja, sūtot personiski nepazīstamajiem lietotājiem negribētas vēstules (un, ņemot vērā tīkla pieejā balstīto potenciālo respondentu identificēšanas metodi, daudzi no ziņojumu saņēmējiem bija savstarpēji pazīstami), ir uzskatāma par surogātpasta sūtīšanu. Šādu dažu lietotāju reakcija bija par spīti tam, ka vienam un tam pašam lietotājam netika sūtīts vairāk par vienu vēstuli.

Kopumā mana pieredze ar tiešsaistes anketēšanu liecina, ka tas ir efektīvs un ērts pētāmās grupas pārstāvju viedokļu izpētes līdzeklis, it sevišķi, ja izdodas izmantot „sniega bumbas“ metodi, identificējot potenciālos pētījuma dalībniekus un pēc tam tos aicinot izmantot viņu sociālos tīklus, lai anketu izplatītu tālāk. Bez šādiem kontaktiem vai kāda cita potenciālo respondentu piesaistīšanas līdzekļa (piemēram, piesolot kādu balvu), sagaidāmā respondentu interese par pētījumu ir neliela. Mana pieredze saskan ar iepriekš aprakstītajiem citu pētnieku secinājumiem: anketēšana var būt ērta metode no nepieciešamās mērķauditorijas identificējamības un aizsniedzamības un apstrādes viedokļa, un šāda anketēšana prasa salīdzinoši nelielu finansiālu un laika ieguldījumu, taču ir nepieciešami īpaši pasākumi respondentu aktivitātes veicināšanai un apsvērumi datu validitātes nodrošināšanai.

#### **5.2.2.2. Izlases kopuma raksturojums**

Trīs sociālo tīklu — *Sviesta cibas*, *LiveJournal* un *Draugiem.lv* lietotāju aptauja tika veikta laikposmā no 2010. gada februāra līdz maijam. Kopumā aptaujā piedalījās 298 *Sviesta cibas* lietotāji, 317 *Draugiem.lv* lietotāji un 230 *LiveJournal* lietotāji — kopumā 845 respondenti.

Datu kopā 79 procenti respondentu ir sievietes — dzimumu disproporcijas tendence atbilst *Sviesta cibas* un *LiveJournal* kopējai statistikai, kur attiecīgi 64% un 58% lietotāju ir

sievietes, bet *Draugiem.lv* sieviešu ir 53%.<sup>315</sup> Respondentu vidējais vecums ir 27 gadi (modālā jeb visbiežākā atbilde — 24 gadi), kas aptuveni atbilst vidējam vecumam šajos portālos.<sup>316</sup> Turpinājumā sniegšu detalizētāku pārskatu par respondentiem katrā no portāliem, kurā aptauja notika.

No *Sviesta cibas* lietotājiem 88% respondentu mīt Latvijā, nākamā populārākā valsts ir Lielbritānija, kur dzīvo 3% respondentu. 69% respondentu dzīvo Rīgā, nākamās populārākās atbildes ir „Pierīga“ (10%), „republikas pilsētā Latvijā“ (8%) un „cita pilsēta“ (8%). Vislielākā grupa nekad nav bijuši precējušies un dzīvo vieni (49%). Nākamā lielākā grupa nav precējušies, bet dzīvo kopā (29%). 14% *Sviesta cibas* respondentu ir precējušies un dzīvo kopā ar laulāto draugu. Izglītības ziņā lielākajai lietotāju grupai (35%) ir nepabeigta augstākā (ar to saprotot pabeigtus vismaz divus pilnus studiju gadus), 30% lietotāju ir bakalaura grāds, 15% — maģistra grāds. Vidējā izglītība ir 10% lietotāju. Pilnas slodzes darbu strādā 46% respondentu, studē vai mācās 26%. Vidējais vecums — 25,98 gadi ( $SD^{317} = 5,6$ ).

No *Draugiem.lv* lietotājiem 91% dzīvo Latvijā, 3% Lielbritānijā un 2% Īrijā. 41% dzīvo Rīgā, 16% kādā citā pilsētā, republikas pilsētā Latvijā 13%. 33% *Draugiem.lv* respondentu ir precējušies un dzīvo kopā ar laulāto draugu, 32% nav un nav bijuši precējušies, bet dzīvo kopā ar partneri, vēl 28% respondentu nekad nav bijuši precējušies un dzīvo vieni. Lielākajai lietotāju grupai (31%) ir bakalaura grāds, 23% ir nepabeigta augstākā izglītība, 16% ir maģistra grāds, 13% — vidējā izglītība. Lielākā lietotāju grupa (42%) strādā pilnas slodzes darbu, 23% respondentu mācās vai studē, pusslodzes darbu strādā 9%. Vidējais vecums 27,3 gadi ( $SD = 8,3$ ).

*LiveJournal* respondentu kopā 39% dzīvo ASV, 20% ir Latvijas iedzīvotāji (atšķirībā no abu pārējo portālu respondentiem, šie Latvijas iedzīvotāji lielākoties ir krievvalodīgie), 13% dzīvo Lielbritānijā, 7% ir no Austrālijas, 5% — no Austrālijas. Savas mītnes valsts galvaspilsētā dzīvo 31% respondentu, kādā pilsētā dzīvo 24%, mazpilsētā 14%, piepilsētā 14%. Puse respondentu nekad nav bijuši precējušies un dzīvo vieni paši, 26% nekad nav bijuši precējušies, bet dzīvo kopā ar partneri, 16% ir precējušies un dzīvo kopā ar partneri. Vislielākā grupa lietotāju ir ieguvuši bakalaura grādu (34%), 27% ir nepabeigta augstākā izglītība, 17% ir maģistra grāds, vidusskolas izglītība ir 11%. Pilnas slodzes darbu strādā 35% lietotāju, savukārt 30% ir studenti. Nepilnas slodzes darbs ir 14% lietotāju. Vidējais vecums — 27,83 gadi ( $SD = 9,2$ ).

---

<sup>315</sup> Sk.: *Sviesta ciba* (2011). Statistics. <http://klab.lv/stats.bml>; *LiveJournal* (2011). Statistics. <http://www.livejournal.com/stats.bml> un *Draugiem.lv* (2011). *Draugiem.lv — gada atskaite 2010*. Sk. 2011. 14. apr. <http://www.draugiem.lv/draugiem.lv/news/?p=3828300>

<sup>316</sup> *Sviesta ciba* visvairāk lietotāju ir vecumā no 22 līdz 24 gadiem, *LiveJournal* — 31 gads, nākamā populārākā grupa ir no 20 līdz 23 gadiem; 30% *Draugiem.lv* lietotāju ir vecumā no 18 līdz 25 gadiem.

<sup>317</sup> Šeit un turpmāk standartnovirzes (*standard deviation*) apzīmēšanai tiks izmantots saīsinājums „SD“.

Šie rādītāji parāda vairākas līdzīgas tendences. Lietotāji kopumā ir gados jauni — vidējais vecums ir zem 30 gadiem. Pētījumā izmantotie respondenti lielākoties vai nu strādā, vai mācās, lielākajai daļai no viņiem ir vai nu pabeigta, vai nepabeigta augstākā izglītība. Viņi ir pilsētnieki, un vairums no viņiem dzīvo vai nu savas mītnes valsts galvaspilsētā, vai citās (salīdzinoši) lielās pilsētās. Savukārt atšķirība ir redzama ģimenes stāvoklī — *Sviesta cibā* un *LiveJournal* ir krietni vairāk cilvēku, kuri nav precējušies un kam nav arī kopdzīves ar kādu cilvēku (attieciņi 49% un 50%) nekā *Draugiem.lv* (28%).

Analizēto sociālo tīklu portālu lietotāji ir aktīvi interneta lietotāji. *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietotāji ikdienā visiem mērķiem internetu lieto mazliet vairāk nekā *Draugiem.lv* lietotāji, savukārt privātām vajadzībām izmantotā interneta laiks ir līdzīgs — visu triju portālu respondenti biežāk minētā atbilde ir divas līdz četras stundas dienā. *LiveJournal* respondenti portālam ik dienas velta vidēji mazliet vairāk laika nekā pārējo portālu recenzenti.

Kopumā respondentu demogrāfiskie un interneta lietošanas raksturojumi signalizē par respondentu salīdzinoši lielu līdzību šajos raksturojumos.

### 5.2.3. Tiešsaistes etnogrāfiskā pieeja

Promocijas darbā ir iekļauti etnogrāfiskam pētījumam raksturīgi elementi, no kuriem nozīmīgākie ir līdzdalība pētītajās sociālās mijiedarbības vidēs un datu vākšana lauka apstākļos, — taču pats promocijas darbs netiek veidots kā etnogrāfisks pētījums. Atšķirībā no (tiešsaistes un arī bezsaistes) etnogrāfijas, kas tiecas vispārēji un detalizēti aprakstīt kopienas, grupas vai veselas subkultūras,<sup>318</sup> mani interesē noteiktas, ar indivīdu attiecībām saistītas komunikācijas izpausmes.

Diks Hobss (*Dick Hobbs*) etnogrāfiju raksturoja kā „metodoloģiju kokteili“, kurā iekļautajām metodoloģijām kopējs ir pieņēmums, ka iesaistīšanās personiskos kontaktos ar pētījuma subjektu ir būtiska, lai izprastu noteiktu kultūru vai sociālos apstākļus (*setting*).<sup>319</sup> Vienu no tiešsaistes etnogrāfijas interpretācijām — netnogrāfiju — ir izstrādājis R. Kozinets. Viņš atzīst, ka ir joprojām maz specifisku, konkrētu vadlīniju tiešsaistes kopienu vai kultūru pētniecībā,<sup>320</sup> tomēr pēdējos gados pētnieki šādas vadlīnijas un prakses cenšas izstrādāt. Netnogrāfija pieņem, ka indivīdu tiešsaistes sociālās pieredzes būtiski atšķiras no sociālajām pieredzēm bezsaistē, un arī etnogrāfiska šo pieredžu pētniecība ir citāda. Atšķiras arī tas, kādā veidā pētnieks iekļūst pētāmajā kopienā vai tiešsaistes grupā, lai varētu vākt informāciju. Netnogrāfija palīdz ietaupīt laiku un citus resursus, ko etnogrāfiem

<sup>318</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 55.

<sup>319</sup> Hobbs, D. (2006). Ethnography. In V. Jupp (Ed.), *The Sage dictionary of social research methods* (pp. 101–103). London: Sage Publications.

<sup>320</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 5.

nereti nākas ieguldīt, lai ceļotu uz pētījuma vietām, veidotu pierakstus (tiešsaistē lielākā daļa notiekošās komunikācijas tiek fiksēta neatkarīgi no tā, vai notiek pētījums), iepazīstinātu ar sevi un kopienā iekļautos — tiešsaistē pētnieks kādu laiku citiem neredzot var sekot līdzi komunikācijai, apgūt lokālās normas un paražas, un, kad šī kopienas iepazīšanas fāze noslēgta, var iepazīstināt ar sevi tādā veidā, lai nodrošinātu sev lielāku iespēju tikt pieņemtam.<sup>321</sup> Pati datu vākšana atšķiras ar jaunām iespējām — piemēram, datus var vākt, pētniekam ar savām darbībām neietekmējot komunikatīvās norises, kā arī ir vieglāk piekļūt dažādām sociālajām grupām, kuras ar tradicionālajiem etnogrāfijas līdzekļiem nav iespējams ne aizsniegt, ne adekvāti pētīt. Uz tekstuālu saziņu balstītajā tiešsaistes vidē ir iespējams precīzi un ātri fiksēt lielu datu kopumu pēcākai apstrādei.

Tomēr sociālo grupu pētniecībai tiešsaistes vidē pastāv arī savi ierobežojumi. Šīs iespējas gan ir saistītas arī ar jaunām problēmām — var būt jāpamato šādu, tiešsaistē iegūtu datu ticamība un jēgpilnība. Tāpat arī ne vienmēr ir iespējams tieši pārcelt bezsaistē izstrādātās ētiskās vadlīnijas uz tiešsaistes pētījumiem.<sup>322</sup> Kristīne Haina (*Christine Hine*) raksta, ka tiešsaistes etnogrāfija „ir adekvāta praktiskā uzveduma risināšanai, lai pētītu attiecības mediētā mijiedarbībā, kaut gan metodoloģiski pūristiskā ziņā šāda etnogrāfija nav „īsta“. Tā ir adaptīva metodoloģija, kas „mēģina atbilst pati sev apstākļos, kuros tā darbojas“.<sup>323</sup> Tiešsaistes vidē pētījuma dalībniekiem un etnogrāfiem ir iespēja vienlaikus gan būt, gan nebūt klātesošiem. Šīs vides īpatnības ļauj attiecībām būt gan gaistošām (*fleeting*), gan ilgstošām (*sustained*), un ļauj tās uzturēt dažādos laika un telpas segmentos. Etnogrāfiski valīdas ir visas mijiedarbības formas, ne tikai nemediēti kontakti. Tiešsaistes etnogrāfijas ierobežojumu ietekmi var mazināt, apvienojot tiešsaistes un bezsaistes pētniecības metodes.

R. Kozinetss izšķir *tiešsaistes kopienu pētniecību* un *kopienų pētniecību tiešsaistē*. Ja pirmā parādība attiecas uz tiešsaistes kopienām jeb indivīdu grupām, kuras formējas uz kopēju interešu bāzes un iesaistās aktivitātēs tiešsaistē, tad otrā attiecas uz tiešsaistes rīku lietošanu, lai pētītu kādu parādību, kas nav novērojama ekskluzīvi tiešsaistē, taču tiešsaistes vide ir piemērota un ērta šīs parādības novērošanai un analīzei. Tiešsaistes kopienu pētniecības temats varētu būt, piemēram, jauno dalībnieku integrēšanās process kādā kopienā. Tāpat šajā kategorijā ietilpst pētījumi, kas aplūko valodas, vizuālās komunikācijas vai simbolu lietojumu tiešsaistes mijiedarbībā. Turpretim kopienu pētniecība tiešsaistē būtu, piemēram, *Star Trek* fanu kultūras analīze — tiešsaistes vide dodu iespēju aplūkot šai grupai piederošo cilvēku sociālo mijiedarbību, taču šī grupa ne tuvu nepastāv ekskluzīvi tikai

---

<sup>321</sup> Turpat. 56. lpp.

<sup>322</sup> Turpat. 5. lpp.

<sup>323</sup> Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage Publications. P. 65.

tiešsaistē. Tiešsaistes kopienu pētniecībā netnogrāfija var būt primārā pieeja, turpretim kopienu pētniecībai tiešsaistē netnogrāfijai labāk atbilst sekundāra loma.<sup>324</sup>

Šīs pieejas neveido „īstu“ dihotomiju un var savstarpēji pārklāties. Robežu novilkšanas problēmas starp tām demonstrē arī promocijas darba pētījums. Lai gan darbā lielākā uzmanība tiek pievērsta vienam sociālo tīklu/tiešsaistes dienasgrāmatu portālam *Sviesta ciba*, tomēr kopiena(s), kas šajā portālā veidojas, nepastāv ekskluzīvi tikai tiešsaistē — pateicoties kontaktu veidošanas un uzturēšanas iespējām, ko sniedz portāls, attiecības tiek attīstītas arī citās sociālajās sfērās. Darba mērķis ir izdarīt plašākus secinājumus par tiešsaistes komunikācijas raksturojumiem, tai skaitā ņemot vērā tiešsaistes komunikācijas attiecības ar bezaistes komunikāciju un demonstrējot, kā tiešsaistē nevis tikai attīstās jauni komunikācijas veidi, bet arī krasāk parādās daudzi no bezaistē pastāvošiem komunikācijas raksturojumiem. Tādējādi darbā vienlaikus analizēta gan tiešsaistes kopiena, gan arī (kopienas) komunikācija tiešsaistē.

#### — Dalībnieku novērošana un līdzdalība tiešsaistes kopienā

Kopienas novērošana, pētniekam pašam iesaistoties tās darbībā un pilnvērtīgi līdzdarbojoties tiešsaistes grupas aktivitātēs, ļauj ievākt nozīmīgu daļu datu par kopienas darbību un iepazīt lokālo kultūru no iekšienes. Būtu tuvumā dalībniekiem, kuri ir cieši iesaistīti pētījuma scenārijā, un, ja tas ir iespējams, pašam jābūt kopienas pieredzes dalībniekam, ir arī pētnieciskās ētikas ieteikums.<sup>325</sup>

Līdzdalība pētniekam ļauj pašam pieredzēt un saprast kultūru, kuru tas pētī, nevis tikai paļauties uz to, ko par aktivitātēm kopienā ir sacījuši vai rakstījuši citi dalībnieki. Ja pētnieks pats nedarbojas kopienā, kuru analizē, un caur šādu darbošanos nav iepazīnis citus dalībniekus, viņam trūkst iespējas pārbaudīt savu novērojumu adekvātumu, kā dēļ pastāv risks, ka interpretācija būs balstīta uz minējumiem, virspusēja un kļūdaina. „Bez etnogrāfiskā ieskata netnogrāfija primāri kļūst par kodēšanas uzdevumu,“ raksta R. Kozinets, kurš norāda, ka (n)etnogrāfija paredz nevis datus vienkārši aprakstīt, bet gan personiski izdzīvot to, kas tiek aprakstīts.<sup>326</sup> Nav obligāti iesaistīties pilnīgi visos konkrētās kopienas dalībnieku aktivitāšu veidos, taču vismaz dažos centrālajos iesaistīties ir nepieciešams. Tāpat pētniekam ir paziņo kopienas dalībniekiem par savu klātbūtni un jāinformē, ka viņa aktivitātes ir saistītas ar viņa pētījuma lauka darbu. Tas nav tikai ētiskas, bet praktiskas dabas noteikums. Pretējā gadījumā pastāv liels risks, ka pētnieks kopienā netiks pieņemts kā pilntiesīgs

<sup>324</sup> Kozinets, R. *Netnography*. Pp. 63–64.

<sup>325</sup> Waskul, D., & Douglass, M. Considering the electronic participant.

<sup>326</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 75.

dalībnieks, citi dalībnieki viņam neuzticēsies, ar viņu nesadarbosies, un nebūs iespējams iegūt nepieciešamo informāciju.

Jebšu arī es esmu pētītās tiešsaistes grupas dalībnieks un man ir izveidojušies personiski kontakti ar pētījumā relevanto tiešsaistes saziņas platformu lietotājiem, mani tiešsaistes sociālās mijiedarbības novērojumi ir nenovēršami fragmentāri. Līdzīgi kā etnogrāfija, netnogrāfija ir balstīta kontekstā, lokālās zināšanās par konkrēto un specifisko. Etnogrāfija veido zināšanu kopumu, kas, lai arī ir visaptverošs un salīdzināms, tomēr parasti netiek izmantots, lai piedāvātu universālus vispārinājumus.<sup>327</sup> Tā neizbēgami sniedz daļēju skatījumu, jo holistisks jebkura informanta, atrašanās vietas vai kultūras apraksts nav iespējams.<sup>328</sup> Kā uzsver Stīvens Tailers (*Stephen Tyler*), dzīve pētniecības laukā pati ir fragmentāra, tā nav organizēta ap pazīstamām etnoloģiskām kategorijām, tādām kā radniecība, ekonomija un reliģija. Arī konkrētās pieredzes sevi neparāda kā pārliecinoši marķētas sinekdohas, mikrokosmi vai kopējo veselumu — kulturālu vai teorētisku — alegorijas. „Labākajā gadījumā mums ir jādarbojas ar atsevišķu notikumu (*anecdotes*) indeksikālu kolekciju vai trāpīgiem (*telling*) sīkiem gadījumiem, ar kuriem secināt par lielāko kopumu viņpus eksplīcītas tekstualizācijas,“ norāda S. Tailers. „Nav tā, ka mēs nevarētu redzēt mežu aiz kokiem, bet mums ir radusies sajūta, ka tur, kur koki ir pārlietu tālu viens no otra, meža nav; līdzīgi kā drānas gabali veido pikē audeklu (*quilt*) tikai tad, ka atstatums starp šiem gabaliem ir gana mazi.“<sup>329</sup> Tādējādi viņš noraida pretenzijas pret universālām zināšanām un norāda uz klasifikācijām kā konstrukcijām, kas izmantotas, lai ilustrētu kultūras formācijas.

Dalībnieku novērojums ir visbiežākais šī metodoloģiju apvienojuma elements, taču to var papildināt arī ar citām informācijas gūšanas un analīzes metodēm. Šis pats princips ir attiecināms arī uz netnogrāfiju, kuras pamatā ir metožu brikolāža.<sup>330</sup> Promocijas darbā papildus pētnieka personiskajai līdzdalībai portālā *Sviesta ciba* izmantotas arī citas metodes, kas ir plaši lietotās arī tiešsaistes etnogrāfijas pētījumos: aptauja, intervija, sociālo tīklu analīze, teksta analīze.

#### 5.2.4. Sociālo tīklu analīze

Tiešsaistes sociālo tīklu portālos indivīdu sociālā mijiedarbība notiek tīklotā vidē. To aplūkošanas no tīkla teorētiskās perspektīvas ļauj aplūkot lietotāju savstarpējās attiecības, skaidrot pieejamo resursu atšķirības un raksturot portāla lietojumu kontaktēšanās nolūkiem.

---

<sup>327</sup> Turpat. 59. lpp.

<sup>328</sup> Hine, C. *Virtual ethnography*. P. 65.

<sup>329</sup> Tyler, S. A. (1997). Post-modern ethnography. In K. Gelder and S. Thornton (Eds.), *The subcultures reader* (pp. 254–262). London: Routledge.

<sup>330</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 59.

Viens no sociālo tīklu ievērojamākajiem teorētiķiem B. Wellmans norādīja, ka pasauli veido tīkli, nevis indivīdu grupas un ka noteiktas sistēmas dalībnieku attiecības un pozīcijas krietni veiksmīgāk ir ieskaidrojamas no tīkla perspektīvas, nevis pamatā balstoties uz dalībnieku personisko atribūtu analīzes.<sup>331</sup> Sociālo tīklu analīzes premisa ir, ka tīkli pārstāv reālas struktūras, kuras var ierobežot vai darīt iespējamu sociālo rīcību.<sup>332</sup> Šādā analīzē tiek pētītas attiecības starp mezglpunktiem. Šādā veidā ir iespējams sekot līdzī dažu resursu apmaiņai starp mezglpunktiem un rīcības un attiecību modeļiem, kas šādā apmaiņā parādās. Tiešsaistes sociālajos tīklos indivīdi apmainās un dalās ar tekstuālu, grafisku, vizuālu un audiālu informāciju, ir iespējams sekot līdzī informācijas izplatībai, tai skaitā baumu tālāk nodošanai, padomu un emocionālā atbalsta sniegšanai un tamlīdzīgi.<sup>333</sup> Netnogrāfijā šāda resursu apmaiņa tiek aplūkota kā kultūras un nozīmju nesēji.<sup>334</sup> Šī analīze parāda, ka sociālie tīkli darbojas, izmantojot datormediētus savienojumus. Analīze promocijas darba pētījumā tiek izmantota, lai identificētu pēc savienojumu skaita relevantus lietotājus, kuru aktivitātes ar tematiskās kodēšanas metodi pētīt tālāk.

Tīkla analīzi var aplūkot no egocentriskas un holistiskas perspektīvas. Egocentriskā (personiskā) tīkla analīze pēta konkrēta indivīda savienojumus un mijiedarbību ar tiem. Holistiskā perspektīva turpretim paredz aplūkot tīklu kā vienotu veselumu, kura robežas veido atbilstība noteiktiem kritērijiem.<sup>335</sup> Šīs robežas var veidot, piemēram, vai nu paša tiešsaistes sociālo tīklu portāla robežas, vai arī kādai aktivitātei vai jautājumam veltītas kopienas robežas tiešsaistes sociālo tīklu portāla iekšienē (tas nozīmē, ka ar konkrēto tematiku saistītajās aktivitātēs no visiem portāla dalībniekiem iesaistās tikai daļa — šādas kopienas var būt novērojamas, piemēram, *Draugiem.lv* tematisko diskusiju sadaļās). Holistiskās pieejas mērķis bieži vien ir raksturot tīklu kopumā un pētīt, kāpēc noteikti dalībnieki tīklā ieņem noteiktu vietu un kāpēc viņi iesaistās noteikta veida mijiedarbībā ar citiem. Turpretim egocentriskā tīkla analīze ir salīdzinoša: tā ļauj salīdzināt atšķirības indivīdu tīklu izmēros, formās, kvalitātēs. Kā alternatīva šīm divām pieejām var būt arī tīkla daļējā analīze. Tā ir izmantojama gadījumos, kad sociālais tīkls ir pārlietu liels, lai to varētu jēgpilni interpretēt (kā tas būtu, piemēram, aplūkojot visu *Draugiem.lv* vai *Facebook* lietotāju

---

<sup>331</sup> Wellman, B. (1988). Structural analysis: From method and metaphor to theory and substance. In B. Wellman & S. D. Berkowitz (Eds.), *Social structures: A network approach* (pp. 19-61). Cambridge: Cambridge University Press.

<sup>332</sup> Hogan, B. (2008). Analyzing social networks via the Internet. In N. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds), *The Sage handbook of online research methods*. (pp. 141–160). Los Angeles: Sage Publications.

<sup>333</sup> Haythornthwaite, C., Wellman, B. & Mantel, M. (1995). Work relationships and media use: A social network analysis. *Group Decision and Negotiation*, 4(3), 193–211.

<sup>334</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 50.

<sup>335</sup> Garton, L., Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1). Retrieved June 20, 2012, from <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>

tīklu), un tādējādi, izmantojot sniega bumbas pieeju, var savākt informāciju par tīklu, kurā reāli darbojas kāds indivīds vai kuram pieder kāda tiešsaistes vietne.<sup>336</sup>

Sociālo tīklu vietnēs šādai analīzei nepieciešamos datus — to, ar kuriem lietotājiem konkrētajam indivīdam ir savienojumi — ir iespējams vākt nemijiedarbojoties ar tīkla lietotājiem. Taču informāciju par sociālajiem tīkliem var vākt, izmantojot arī interviju vai aptauju metodi, kuru laikā respondentiem tiek lūgts raksturot, ar kuriem lietotājiem viņiem ir attiecības un kādas tās ir.

### — Sociālā tīkla analīzes norise

Lai varētu salīdzināt tos lietotājus, kuriem savienojumu ir vairāk, ar tiem, kuriem savienojumu ir mazāk, ir nepieciešams iegūt pārskatu par konkrētā sociālā tīkla lietotāju savienojumiem. To var izdarīt, analizējot un vizualizējot sociālo tīklu.<sup>337</sup>

Portāla *Sviesta ciba* lietotāju saistību vienam ar otru (t.i., to, kuri lietotāji kurus pievienojuši „draugiem“) parāda profila informācija, kurā ir norādīts to lietotāju saraksts, kuru dienasgrāmatas konkrētais lietotājs lasa, un to lietotāju saraksts, kuri lasa konkrētā lietotāja dienasgrāmatu. Lietojot īpaši šim nolūkam veidotu zirnekļprogrammu,<sup>338</sup> ir iespējams iegūt pārskatu par to, kuri lietotāji ir kurus lietotājus pievienojuši saviem „draugiem“ un kuri savukārt ir pievienojuši viņus. Šo informāciju var izmantot, lai vizualizētu portāla lietotāju tīklu.

Portāla lietotāju tīkla grafiskajam attēlojumam izmantota tīkla vizualizācijas platforma *Gephi*,<sup>339</sup> ar kuru apstrādāti un grafiski attēloti dati par *Sviesta cibas* lietotāju ienākošajām un izejošajām saitēm (5. attēls). Programmā *Gephi* izmantots spraudnis *OpenOrd*, kura algoritms ir īpaši piemērots lielu tīklu vizualizēšanai,<sup>340</sup> savukārt, lai panāktu, ka mezglpunkti savstarpēji nepārklājas un tādējādi iespējams iegūt priekšstatu par to daudzumu katrā no tīkla segmentiem, izmantots *Noverlap* spraudnis.<sup>341</sup> Ar zirnekļprogrammu *Sviesta cibā* savākti dati par 7526 portāla lietotājiem, kuriem ir 107 599 savstarpēji savienojumi. Tomēr, tā kā, pēc *Sviesta cibas* datubāzes datiem, aktīvo lietotāju skaits ir krietni mazāks (par to liecina arī tas, ka pēdējo 30 dienu laikā savu dienasgrāmatu atjauninājuši ir mazliet vairāk nekā divi tūkstoši

<sup>336</sup> Hogan, B. Analyzing social networks via the Internet.

<sup>337</sup> Sk. arī: Buholes, J. (pieņemts publicēšanai). Kam ir un kam nav: indivīdu savienojumu skaita nevienlīdzība tiešsaistes sociālo tīklu portālā. Grām. D. Oļehovičs (atbild. par izd.), *Daugavpils Universitātes 54. starptautiskās zinātniskās konferences materiāli = Proceedings of the 54th Scientific Conference of Daugavpils University*. Daugavpils: Daugavpils Universitātes akadēmiskais apgāds „Saule“.

<sup>338</sup> Zirnekļprogrammas autors ir programmētājs Pēteris Caune.

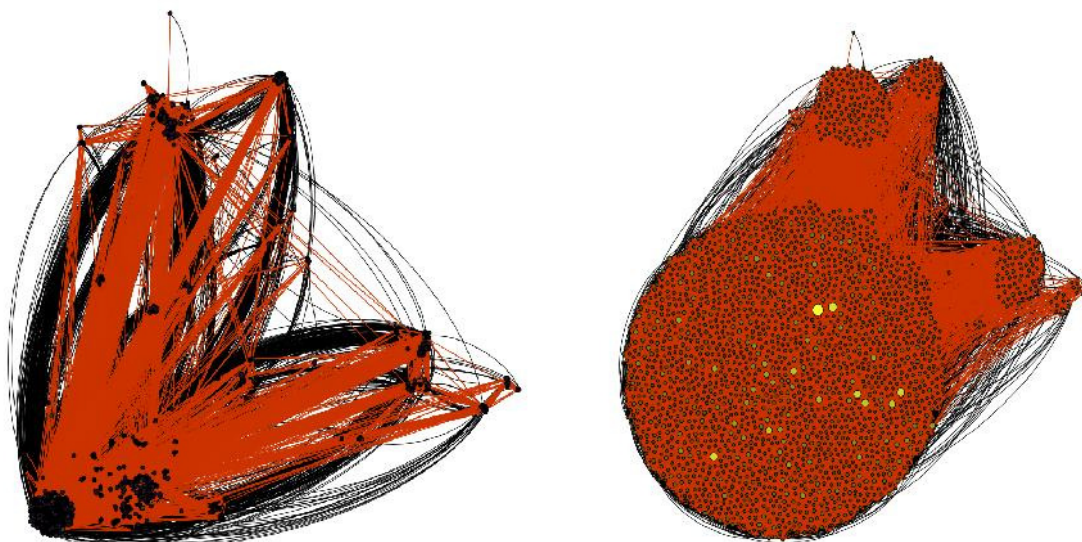
<sup>339</sup> Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009). Gephi: An open source software for exploring and manipulating networks. In *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Retrieved February 28, 2011, from <http://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/154>

<sup>340</sup> Martin, Sh., Brown, W. M., Klavans, R., & Boyack, K. W. (2011). OpenOrd: An open-source toolbox for large graph layout. *Visualization and data analysis (VDA)*, 7868-06.

<sup>341</sup> jacomy (2010). Noverlap plugin. *Gephi*. Retrieved August 14, 2011. <http://gephi.org/plugins/noverlap/>



lietotāju<sup>342</sup>) un, tā kā daudzi lietotāji ir vai nu neaktīvi, vai arī mazaktīvi (t. i., maz iesaistās diskusijās ar citiem, raksta reti, maz pievieno citus lietotājus saviem profiliem un reti tiek pievienoti paši), izmantojot filtru, ir atmetti tie lietotāji, kuriem ir mazāk par desmit ieejošajām saitēm (t. i., viņu dienasgrāmatas lasa mazāk par desmit citiem lietotājiem). Tādējādi vismaz daļēji tiek atsijāti mazaktīvie lietotāji: redzami ir vairs tikai 30% tīkla mezglpunktu (lietotāju) un 70% saišu, bet diagrammas struktūra tas būtiski neietekmē, jo centrālie mezglpunkti saglabājas.



5. attēls. Portāla Sviesta ciba lietotāju tīkls, attēlots divos atšķirīgos veidos.

*Pa labi attēlota diagramma, kāda tiek programmā Gephi tiek ģenerēta ar OpenOrd algoritmu, bet diagrammā pa kreisi šis iznākums ir papildus apstrādāts ar Noverlap algoritmu, lai mazinātu atainoto mezglpunktu savstarpējo pārklāšanos un parādītu to koncentrāciju katrā tīkla segmentā. Jo lielāks un gaišāks (dzeltenāks) mezglpunkts, jo vairāk tam ir ienākošo savienojumu. Sarkanās līnijas parāda abpusējas saites, melnās — vienaspusējas.*

Sviesta cibas sociālā tīkla vizualizācijā (4. attēls) ar sarkanajām līnijām apzīmētas abpusējās saites starp lietotājiem (t.i., lietotāji lasa viens otra dienasgrāmatas), bet ar melnajām — vienaspusējās (viens lietotājs lasa otra dienasgrāmatu, bet lasītais uz to nav atbildējis). Sviesta cibas tīklam ir viens galvenais centrs (kreisajā apakšējā stūrī) un vairāki mazāki centri. Mezglpunktu krāsa un izmērs ir attēlos atbilstoši piesaistīto savienojumu skaitam: jo gaišāks (dzeltenāks) un lielāks ir mezglpunkts, jo vairāk savienojumu. Tā kā šis ir bezmēroga tīkls, tam ir raksturīga nevienmērīga savienojumu izkliede, kas nozīmē, ka neliels mezglpunktu skaits piesaista lielāko skaitu savienojumu. Šī iemesla dēļ ir tikai daži gaišāki un lielāki mezglpunkti.

Pēc Gephi aprēķinātajiem datiem, Sviesta cibā var izšķirt 299 „kopienas“ — šajā gadījumā ar to saprotot lietotāju grupas, kuras var identificēt pēc savstarpējo savienojumu

<sup>342</sup> Sviesta ciba. (n.d.) Statistics. Retrieved July 2, 2011, from <http://klab.lv/stats.bml>

rādītājiem. Tomēr *Sviesta cibas* tīkla modularitāte ir salīdzinoši zema ( $Q = 0,356$ ) — par jēgpilnu rādītāju, kas parāda skaidru kopienu struktūru, parasti tiek uzskatītas vērtības, kas pārsniedz 0,4. Modularitāte ir rādītājs, kas raksturo tīkla dalījumu kopienās — lietotāju grupās, kurām ir savstarpēji ciešas saites, bet vājas savstarpējas saites ar citām grupām. Augsts  $Q$  rādītājs nozīmē, ka tīklā ir iespējams skaidrs dalījums kopienās.<sup>343</sup> No tā var secināt, ka skaidrs dalījums kopienās šajā tīklā nav novērojams, un lietotāju savienotība ir salīdzinoši vienmērīga. Protams, ir jāņem vērā, ka šos aprēķinus nozīmīgā veidā ietekmē tas, ka tie veikti par visiem zirneklprogrammai aizsniedzamajiem, nevis tikai aktīvajiem profiliem.

Programma *Gephi* aprēķina vairākus centralitāšu (*centrality*) rādītājus. Centralitāte ir viens no būtiskākajiem tīkla mērīšanas parametriem. Tā parāda kuri tīkla dalībnieki dažādos griezumos (atkarībā no centralitātes veida) ir visietekmīgākie, redzamākie, svarīgākie. Centralitātes parāda, cik ļoti konkrētais indivīds ir saistīts ar citiem; tās rādītāji raksturo indivīda ietekmi, lielāka centralitāte nozīmē plašāku piekļuvi resursiem un arī lielāku kontroli pār tiem.<sup>344</sup> Svarīgākās<sup>345</sup> centralitātes, ko var izmantot tīkla raksturošanai un ko piedāvā programma, ir trīs:

- 1) Savienojumu centralitāte (*degree centrality*) — tiek aprēķināta atkarībā no tā, cik konkrētajam lietotājam ir savienojumu. Jo vairāk savienojumu, jo augstāks rangs, taču savienojumu daudzums ne vienmēr ir izšķiroši svarīgs, lai varētu raksturot lietotāja vietu tīklā, un svarīga ir arī savienojumu kvalitāte, šajā gadījumā — daudzveidība. Ir būtiski, lai daudzie savienojumi nebūtu tikai ar vienu grupu, kura pati ir savstarpēji savienota, bet gan ar daudzveidīgu grupu pārstāvjiem, tādējādi iegūstot piekļuvi daudzveidīgākai informācijai. Tīklos, kuros saišu virziens ir no svara, kā tas ir arī *Sviesta cibā*, rangs iedala pēc tā, vai saites ved *uz* mezglpunktu (*indegree*) vai *no* mezglpunkta (*outdegree*). Pirmajā gadījumā šis rādītājs parāda mezglpunkta popularitāti, bet otrajā — sabiedriskumu. **Pamatojoties uz šo nošķirumu, arī promocijas darbā ar apzīmējumu „populārs lietotājs“ tiek saprasts tāds lietotājs, kura profilam ir daudz sekotāju.**

---

<sup>343</sup> Holmström, E., Bock, N., & Brännlund, J. (2009). Modularity density of network community divisions. *Physica D*, 238, 1161–1167.

<sup>344</sup> Brass, D. J. (1984). Being in the right place: a structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarterly*, 29(4), 518–539.

<sup>345</sup> Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks: Conceptual clarification. *Social Networks*, 1, 215–239; Otte, E., & Rousseau, R. (2002). Social network analysis: A powerful strategy, also for the information sciences. *Journal of Information Science*, 28(6), 441–453.

- 2) Tuvuma centralitāte (*closeness centrality*) — parāda, cik liels attālums no viena mezglpunkta ir līdz citiem mezglpunktiem. *Sviesta cibā* visaugstākie rādītāji ir lietotājiem, kuru pašu iesaiste tīklā ir salīdzinoši margināla.
- 3) Starpiskuma centralitāte (*betweenness centrality*) — parāda, cik konkrētais mezglpunkts ir svarīgs, lai kāds cits mezglpunkts varētu piekļūt vēl citam mezglpunktam. Tas ir īsāko ceļu skaits starp mezglpunktiem, kuri iet cauri konkrētajam mezglpunktam.

Pētījuma nolūkiem mani interesē tieši savienojumu centralitāte jeb savienojumu skaits, ko citi tīkla dalībnieki ir nodibinājuši ar katru no lietotājiem. Tīkla analīzes dati tiks izmantoti, lai analizētu, ar ko atšķiras „populārie“ lietotāji no mazāk „populārajiem“, tātad aktuālais rādītājs ir ienākošo savienojumu skaits. Šis rādītājs ir būtisks, jo tas, cik lielu sekotāju tīklu viņš ir izveidojis (t. i., cik daudz citu lietotāju šo cilvēku ir pievienojuši saviem „draugiem“ un seko viņa ierakstiem) un cik šis tīkls ir efektīvs (t. i., cik atsaucīgi ir lietotāji, kas šī cilvēka ierakstus lasa; cik intensīvi tie sniedz atgriezenisko saiti uz šiem ierakstiem), nosaka indivīdu sociālo tīklu funkcionalitāti, ietekmē viņu pieeju tīkla resursiem un tādējādi ir saistīts pašu lietotāju sociālajiem panākumiem. Tā kā manis veiktā tīkla analīze nesniedz datus par reālo komunikācijas intensitāti, tad par būtiskāko lietotāja popularitātes un faktiski arī ietekmes rādītāju uzskatu ienākošo saišu skaitu (*indegree*).

Kā redzams 5. attēlā, *Sviesta cibū* raksturo tas, ka pastāv salīdzinoši neliels skaits lietotāju ar lielu savienojumu daudzumu un daudz lietotāju, kuru savienojumu skaits ir mazāks (otrajā diagrammā, kurā mezglpunkti attēloti tādā veidā, ka savstarpēji nepārklājas, visvairāk savienotie lietotāji ir tie, kurus apzīmējušais aplītis ir vislielākais un dzeltenākais). Šāda savienojumu sadalījuma nevienlīdzība ir bezmēroga tīklu (*free-scale network*) pazīme un parādās daudzviet arī ārpus sociālajiem tīkliem (uz atsevišķiem ietekmīgiem centrmezgliem veidotus tīklus var redzēt, gan fiksējot gaisa satiksmes maršrutus, gan kartējot dzīvo organismu proteīnu mijiedarbību, kurā arī ir šis pats princips — dažiem proteīniem ir daudz savienojumu ar citiem proteīniem, turpretim vairumam savienojumi ir tikai daži).<sup>346</sup> Internetā kā tehnoloģiskā tīklā centrālie mezglpunkti ir lielie pakalpojumu sniedzēji *Google*, *Yahoo!* un *Microsoft*, bet tiešsaistes sociālajā tīklā centrālie mezglpunkti ir daži ietekmīgākie, zināmākie lietotāji.<sup>347</sup> Kā skaidro A. L. Borobāši, ir vairāki priekšnoteikumi, kas noteic to, kuri tīkla dalībnieki piesaista vairāk savienojumu.

<sup>346</sup> Barabási, A. L. (2011). Introduction and keynote to A networked self.

<sup>347</sup> Pretstats šādam bezmēroga tīklam ir nejaušais tīkls (*random network*), kurā savienojumi starp mezglpunktiem ir sadalīti līdzīgi. Pēc šāda principa tiek veidots lielceļu tīkls, un tajā katru lielpilsētu, kas ir ceļu krustpunkts, savieno tikai daži lielceļi.

1. Labāk savienotie tīkla dalībnieki parasti ir tie, kuri tīklā ir *ieradušies pirmie* un tādējādi ir ieguvuši handikapu savienojumu veidošanā.
2. Jaunus savienojumu piesaistīt visaktīvākajiem tīkla dalībniekiem, jo ar savu *aktivitāti* (piemēram, jaunu ierakstu publicēšanu, citu ierakstu komentēšanu) viņi vairo savu redzamību.
3. Mezglpunkta redzamību ietekmē un tādējādi jaunu savienojumu veidošanu veicina arī *jau esošo savienojumu skaits*: iespēja, ka lietotājs pamanīs kāda cita lietotāja profilu, ir proporcionāla tam, cik daudz šim pamanāmajam lietotājam ir savienojumu.<sup>348</sup> Tas sasaucas ar kumulācijas principu, kas skaidrots 2.2.1.3. nodaļā saistībā ar interneta komunikācijas iespējamajiem efektiem uz indivīdu sabiedriskumu.
4. Pārvarēt vairāk savienotajiem lietotājiem pieejamo handikapu un nostiprināties ietekmīgās pozīcijās var iegūt tie jaunpienācēji, kuriem ir īpašības, kas tos padara par *piemērotiem* šajā tīklā (*fitness*). Piemērotība tīklam nozīmē spēju piesaistīt saites no nejaušiem kontaktiem.<sup>349</sup>

Daudzās lietotāju ikdienas komunikācijas platformās, tai skaitā *Sviesta cibā*, piemērotību tīklam nodrošina indivīda spējas sniegt izklaidējošu, interesantu vai kādā citā veidā saistošu saturu. Dienasgrāmatu saturs var tikt uztverts kā izklaidējošs neskatoties uz tās ierakstu satura formālo raksturojumu, tai skaitā to, vai dienasgrāmatā tiek dokumentēti priecīgi vai bēdīgi procesi. Izklaidi nodrošina un ziņkārību apmierināt ļauj dažāda žanra ieraksti, savukārt spēja nodrošināt jautrību un izklaidi ir visai pieprasīta īpašība, kas nodrošina informācijas sniedzējam popularitāti un atzīšanu.<sup>350</sup>

Savienojumu skaita nevienlīdzība būtiski ietekmē tīkla dalībnieku (mezglpunktu) attiecības, un šī nevienlīdzība ir jāņem vērā, arī analizējot mijiedarbības, kas notiek sociālajos tīklos. Tas attiecas ne tikai uz tiešsaistes, bet arī bezsaistes vidi, tomēr šajā pētījumā es pievērsos tiešsaistes sociālo tīklu portālu savienojumu skaita analīzei un skaidrojumam.<sup>351</sup>

<sup>348</sup> Barabási, A. L.. Introduction and keynote to A networked self.

<sup>349</sup> Turpat.

<sup>350</sup> Schwarz, O. Who moved my conversation?

<sup>351</sup> Lai arī indivīdu savienojumu skaita rādītājam vienam pašam nav tiešas saistības ar piederību pie elites (ar to saprotot lietotājus, kuriem vietnē ir autoritāte un augsts statuss), tiešsaistes savienojumu nevienlīdzība ir saistīta ar jaunas privilēģēto grupas veidošanos. Daļēji šīs grupas pārstāvji ir tie paši, kurus var uzskatīt par piederīgiem pie sabiedrības kultūras elites, taču tiešsaistē lielāku piekļuvi dažādiem resursiem var būt arī indivīdi, kuriem bezsaistē šādu iespēju ir mazāk.

*Sviesta cibā* satiekas kosmopolītiski noskaņoti indivīdi ar indivīdiem, kuru aktivitātes un identitātes ir lokāli balstītas; sabiedriskie ar noslēgtajiem; Latvijas inteliģences pārstāvji tiek ar pašveidoto tiešsaistes eliti un savstarpēji daļēji pārklājas; studenti sastopas ar biroja darbiniekiem, reklāmas aģentūru mākslinieki ar jaunajiem vecākiem. Lai arī daudzi no lietotājiem izmanto un pielāgo savas bezsaistes identitātes, šo grupu pārstāvju attiecības ietekmē tiešsaistes vide un katra indivīda spēja veidot savienojumus ar citiem un adaptēt komunikācijas vidi savām vajadzībām. Tādējādi šajā lomā un statusu pārdefinēšanas un piemērošanas procesā sociālā nevienlīdzība nevis pazūd, bet parādās jaunos veidos. Jauno elišu pārstāvju iespējas veidot savu

Savienojumu izkļiedes principi bezmēroga sociālajos tīklos paredz, ka ar indivīda aktivitātēm tiešsaistē ir jābūt iespējai vismaz daļēji skaidrot indivīda raksturojumu tīklā attiecībā pret citiem dalībniekiem. Tiem lietotājiem, kuri ir visaktīvākie, ar vislielāko darbības stāžu un kuru aktivitātes vislabāk atbilst tam, ko augstu novērtē citi tīkla dalībnieki, būtu jābūt ar vislielāko savienojumu skaitu. Izkļiedētās intimitātes un tīkla sabiedriskuma attiecību veidi paredz, ka tie indivīdi, kuri spēs izmantot attiecīgi pašatklāšanos vai virspusēju savienojumu uzturēšanu kā komunikācijas stratēģijas, nodibinās visvairāk savienojumu. Citiem vārdiem, ir jābūt iespējai konstatēt atšķirības starp to, kā sociālo tīklu profilu izmanto populārie lietotāji, un to, kā to izmanto mazāk populārie lietotāji. Taču ir jāņem vērā, ka ne visiem sociālo tīklu dalībniekiem ir motīvs ir izveidot pēc iespējas vairāk savienojumu ar citiem. Redzamībai tīklā un informācijas plūsmai no konkrētā lietotāja var būt arī negatīvi efekti, ja šai informācijai nav paredzēts izplatīties ārpus šaura tīkla. Daļa

---

tiešsaistes statusu daļēji nosaka viņu statuss bezsaistē (viņi ir oriģināli domājoši, izglītoti, atsevišķos gadījumos arī publiski zināmi — žurnālisti, rakstnieki vai citu inteligences jomu pārstāvji, bieži vien viņiem raksturīga materiāla patstāvība un arī zināma finansiāla rocība), daļēji izcelsme (vairumā gadījumu viņi ir no Rīgas vai citām Latvijas lielajām pilsētām, vai arī ar tām ir saistīti), bet liela nozīme ir komunikatīvajām prasmēm un sociālajām aktivitātēm tiešsaistē.

Elites veidošanās ziņā ir jaušamas gan līdzības, gan atšķirības ar portālu *LiveJournal*, kura klons *Sviesta ciba* ir. Abu portālu darbības sākumposmā jauni lietotāji varēja reģistrēties tikai, ja ieguva jau esošo lietotāju ielūgumus. *LiveJournal* krievvalodīgā segmenta veidošanās gadījumā šāda prakse nozīmēja, ka ielūgumu sistēmas darbības laikā portālam pievienojās liela daļa Krievijas elites — lielākoties Maskavā un Sanktpēterburgā dzīvojoši, izglītoti, pārtikuši, 20 līdz 30 gadus veci cilvēki, no kuriem daudzi bija arī sabiedriski un kulturāli pazīstami cilvēki — mediju darbinieki, mākslinieki, zinātnieki. Pēc ielūgumu sistēmas atcelšanas elitārajā portālā reģistrējās dažādu citu, mazāk prestižu sabiedrības slāņu pārstāvji. (Dragileva, O. (2009). *The story of Livejournal: How russians started blogging. Master's thesis.* University of Tampere, International School of Social Sciences, Department of Journalism and Mass Communication. P.78 Retrieved February 12, 2012, from <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-20357>) Viņi nonāca vidē, kurā sociālā kārtība jau bija nodibināta, taču jauno lietotāju lielais daudzums nozīmēja arī sociālo attiecību pārdefinēšanu, kas atspoguļojās arī tajā, ka populārāki kļuva citi tiešsaistes dienasgrāmatu autori, kas publicē jaunajai publikai saistošākus — izklaidējošākus, vieglāk uztveramus — ierakstus. Jaunā elite (visvairāk piedraugotie lietotāji) vairs nebija cilvēki, kas pieder intelektuālajai un sociālajai elitei bezsaistē, bet gan tie, kas spēja būt provokatīvāki, ekstrēmāki, intelektuāli piezemētāki. Morālais, ētiskais un komunikatīvais klimats bija mainījies, raksturojot pašu lietotāju stāstījumus par šīm transformācijām, raksta Olga Dragiļeva (Dragileva 2009: 79).

Lai arī daudzi zināmie augsta statusa un publiski zināmie cilvēki *Sviesta cibā* reģistrējās jau neilgi pēc tā darbības sākuma, sākotnēji portāla dalībnieku kopējais raksturojums neatbilda priekšstatiem par publisko eliti. Bez atsevišķiem sabiedrībā zināmiem cilvēkiem tur bija arī daudz skolas vai studiju vecuma jauniešu, kuri portālu izmantoja pašizteiksmei tādos triviālas pašizteiksmes veidos veidos, kuri nevar pretendēt tikt akceptēti un novērtēti ārpus viņu pašu šaurā sociālā tīkla. Ja *LiveJournal* gadījumā pastāv uzskats, ka līdz ar reģistrēšanās ierobežojumu atcelšanu portāls, kāds tas pastāvēja iepriekš, savu darbību izbeidza, jo daļai jauno lietotāju bija krietni zemāki standarti gan tekstuālo prasmju ziņā, gan apsvērumos par to, kas ir publicēšanai piemērots un interesants, gan arī ētisko apsvērumu ziņā (Dragileva 2009: 78–79), tas *Sviesta cibā*, kurā jau no pirmsākumiem darbojās daudzveidīga lietotāju kopiena ar atšķirīgiem standartiem satura radīšanā, brīvās reģistrēšanās izraisītais lūzums lietotāju raksturojumos un portāla lietošanas praksēs bija mazāks. Turklāt, atšķirībā no *LiveJournal*, kas Krievijā joprojām ir populārs, plaši izmantots arī komerciāliem un politiskiem nolūkiem, turklāt daudzi tiešsaistes mediji ir ieviesuši iespēju savus materiālus viegli izplatīt *LiveJournal*, *Sviesta ciba* ir korporatīvi un politiski neangazēta vide, kuras dalībnieki agresīvi izturas pret mēģinājumiem veidot komerciālus lietotāju kontus un portālu izmantot kādu citu, nevis privātu interešu un aktualitāšu artikulācijai. *Sviesta cibā* nav arī reklāmas baneru (to gan nosaka portāla īpašnieka neskaidrā attieksme pret portālu, nevis portāla dalībnieku attieksme pret to, ka īpašnieks ar portālu varētu gribēt pelnīt naudu).

*Sviesta cibas* lietotāju savās portāla aktivitātēs rēķinās ar to, ka šīs aktivitātes arī paliks privātas, bet daudz savienojumu piesaistīšana šādas ieceres apdraud.

### 5.2.5. Teksta analīze un tematiskā kodēšana

Tiešsaistē teksta radīšana un publicēšana ir neatņemama daļa no gandrīz ikviena komunikatīvā notikuma, tāpēc šie teksti var tikt izmantoti kā pamata avots, lai vāktu ziņas par konkrēto tiešsaistes vidē notiekošo sociālo mijiedarbību. Ar teksta analīzi tādējādi ir saistīta jau aprakstītā novērojuma metode, taču šādā veidā ir iespējams iegūt arī vēl cita veida datus par tiešsaistes saziņu.

Analizējot tiešsaistes komunikāciju, būtiski ir iegūt priekšstatu par tekstuālās apmaiņas raksturojumiem pētāmajā vidē. Tas tiek darīts, veidojot tematiskās analīzes pieeju, kas apvieno kontentanalīzes principus un teksta interpretāciju. Kontentanalīze palīdz identificēt un saskaitīt konkrētus rakstītā, runātā vai vizuālā materiāla elementus.<sup>352</sup> Saskaitot tekstā pētāmos elementus, tiek raksturots teksts un reprezentatīvi parādīts tā saturs.<sup>353</sup> Taču šie elementi vispirms ir jāidentificē: kodēšana nenotiek, tikai meklējot un atzīmējot interesējošos atslēgvārdus, bet arī interpretējot tekstu un apzīmējot ar pētnieka paša atlasītiem jēdzieniem. Šādas tematiskās kodēšanas rezultāts ir kvantificējami dati, kas parāda kāda jēdziena, idejas vai cita elementa izplatību tekstā.

Tieši tematiskā kodēšana nereti ir sociālo mediju analīzes pamata aktivitāte. Kodēt var ne tikai pašu sociālās mijiedarbības gaitā radušos tekstu, bet arī informāciju, kas atrodas ārpus pamatteksta un raksturo vidi — kodējami ir vizuālie elementi, muzikālās tēmas, tīmekļa vietnes izskats.<sup>354</sup> Tāpat kodēt ir iespējams „iespaidu“ (*affect*), tādējādi fokusējoties uz jūtām un vajadzībām, kuras izteicis teksta autors un ko ir iespējams fiksēt ne tikai pēc vārdiem un frāzēm, kas saistīti ar emociju izteikšanu, bet arī ar emociju ikonām (*smailijiem*) — vizuāliem elementiem, kas reprezentē emocijas, tāpat var ņemt vērā arī autora norādīto tā brīža mūziku, izmantotos attēlus. Kodēt ir iespējams arī tekstu autora aktivitātes, kas vienkāršākajā formā ietvert jaunu ierakstu publicēšanas dinamikas fiksēšanu, taču šī veida datus ir iespējams papildināt ar saņemto komentāru (atsauksmju), saišu, atsauču (*trackbacks*) un ehotestu (*pingbacks*) skaitu un saturu — šādi var iegūt labāku priekšstatu par reakcijām,

---

<sup>352</sup> Jones, R. A. (1996). *Research methods in the social and behavioral sciences*. Sunderland: Sinauer Associates. P. 122.

<sup>353</sup> Miller, R. L., & Brewer, J. D. (2003). *The A-Z of social research*. London: Sage Publications. P. 43.

<sup>354</sup> Mazur, E. (2010). Collecting data from social networking web sites and blogs. In S. D. Gosling & J. A. Johnson (Eds), *Advanced methods for conducting online behavioral research* (pp. 77–90). Washington, DC: American Psychological Association.

kuras lasītājos ir izraisījis sākotnējais ieraksts. Šādi ir redzama vismaz daļa to indivīdu, kuri konkrētos ierakstus lasa un kuri tādējādi ir sākotnējo ierakstu autora sociālajā tīklā.<sup>355</sup>

Tiešsaistē var būt iespējams meklēt pētnieku interesējošos atslēgas vārdus vai jēdzienus visa portāla robežās. Šāda iespēja atvieglo pētāmo vienumu atlasīšanu, tomēr ne vienmēr sniedz piekļuvi visiem profiliem, kuri pētnieku interesētu: portālu lietotājiem var būt iespēja nodrošināt, ka viņu ieraksti netiek indeksēti interneta meklētājos (piemēram, *Google*), turklāt ierasta prakse ir arī aizsargātu, ierobežotas piekļuves ierakstu publicēšana, kurus analizēt pētniekam ir iespējams, tikai iegūstot lietotāja atļauju to darīt. Tāpēc, līdzīgi kā tradicionālajā kontentanalīzē, ir vēlams veidot izlases kopumu, atlasot profilus pēc pētnieku interesējošajiem parametriem.

Izlases kopuma veidošana ir divpakāpju process. Vispirms ir jāatlasa lietotāju loks, kuru ieraksti tiks analizēti, un pēc tam ir jāatlasa šo lietotāju ieraksti. Lietotājus var atlasīt gan pēc nejaušās izvēles principa (*Sviesta cibā*, piemēram, ir iespēja aplūkot nejauši izvēlēta lietotāja dienasgrāmatu), vai arī pēc noteiktiem, konkrētā pētījuma kontekstā būtiskiem kritērijiem — piemēram, savienojumu skaita ar citiem lietotājiem, dzimuma, vecuma vai piederības kādai sociālajai grupai. Tāpat ir iespējams izmantot sniega bumbas pieeju, identificējot dažus pētījuma kritērijiem atbilstošus lietotājus un pēc tam pētījumā iekļaujot indivīdus, ar kuriem lietotājs mijiedarbojas. Savukārt pirms ierakstu atlasēšanas ir jādefinē kritēriji ierakstu iekļaušanai izlases kopumā — kādā laikposmā tiem jābūt publicētiem, kādam saturam tajos jābūt vai kādam formātam (piemēram, var būt nepieciešams no izlases kopuma izslēgt īsus ierakstus bez patstāvīga satura vai bez teksta).<sup>356</sup>

Satura analīze, kas līdz ar dalībnieku novērošanu un tehniskiem risinājumiem realizētu sociālo tīklu analīzi ir viena no lietotāju uzvedību nemainošajām (*non-reactive*) pētniecības metodēm, tādējādi ir elastīgi adaptējama pētnieka iepriekšdefinēto elementu identificēšanai un raksturošanai. Tanī pašā laikā šī metode var nesniegt pietiekamu kontekstu par novērojamajām mijiedarbībām un tādējādi neļaut tās būtību pilnībā atklāt ārējam novērotājam,<sup>357</sup> tāpēc var būt nepieciešams to papildināt ar citām metodēm, kas ietver arī pētnieka un subjekta saziņu.

#### 5.2.4.1. Teksta analīzes norise

Lai varētu izdarīt secinājumus par tiešsaistes sociālo mijiedarbību, nozīmīgs informācijas avots bija tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti, kas tekstuālā formā sniedz ieskatu gan saziņas formā, gan arī saturā. Šie ieraksti tika izmantoti divējādi. Pirmkārt, šāda saziņa ir pamats, uz

---

<sup>355</sup> Turpat.

<sup>356</sup> Mazur, E. Collecting data from social networking web sites and blogs.

<sup>357</sup> Janetzko, D. (2008). Nonreactive data collection on the Internet. In N. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.), *The Sage handbook of online research methods* (pp. 161–173). Los Angeles: Sage Publications.

kā balstās portāla lietotāju saziņa, līdz ar to sekojot līdzīgai notiekošajam šajās dienasgrāmatās, ir iespējams novērot dalībnieku komunikāciju un gūt ieskatu kopienas darbībā, normu formulēšanas un īstenošanas procesos, apmaiņā ar resursiem un citās darbībās, kuru konstatācija un raksturojums ir būtisks, lai sasniegtu promocijas darba mērķus. Lielu daļu priekšstata par to, kādā veidā sabiedriskuma procesi tiešsaistes sociālo tīklu portālā veidojas, tādējādi esmu guvis sekojot līdzīgai šīm diskusijām un tajās iesaistoties. Līdzdalības gaitā esmu mērķtiecīgi uzkrājis portāla lietotāju ierakstu un izteikumu bāzi, kas ir relevanta pētāmo sociālās mijiedarbības aspektu kontekstā, un šie citāti darbā ilustratīviem un paskaidrošanas mērķiem attiecīgi tiek izmantoti. Otrkārt, tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu analīze ir veikta arī strukturētā veidā — pēc konkrētiem kritērijiem atlasot portāla dalībnieku grupu, ievācot noteiktu skaitu konkrētā laikposmā publicētu ierakstu un analizējot tos, lai iegūtu priekšstatu par šādas sociālās mijiedarbības saturu un citiem raksturojumiem.

Teksta analīzei ir būtiski, lai pētniekam būtu piekļuve ne tikai lietotāja publiskajiem, bet arī tikai draugiem paredzētajiem ierakstiem. Tādējādi gan ētisku apsvērumu (autoram ir tiesības nevēlēties, ka viņa ieraksti tiek izmantoti pētījumā), gan funkcionālu apsvērumu dēļ ir jāvērsas pie ikviena pētījuma subjekta kandidāta, lai iegūtu piekrišanu un piekļuvi ierakstiem, kas pieejami tikai „draugiem“.

Analīzē izmantoto *Sviesta cibas* lietotāju ierakstu citēšanai esmu centies iegūt to autoru atļauju. Tomēr katra izmantotā teikuma citēšanu saskaņot ir problemātiski, tāpēc esmu vadījies pēc principa, ka atļauja ir jāsaņem no citējamā *dienasgrāmatas* ieraksta autora, turpretim *Sviesta cibas* komūnās, kuras lieto un apsaimnieko nevis viens lietotājs, bet daudzi un kas tādējādi ir *publiskāka* telpa, prasības pēc privātuma ir zemākas. Tāpēc komūnās publicētiem tekstiem, kas citēti manā pētījumā, šāda saskaņošana nav veikta. Tāpat arī nav prasīta citēšanas atļauja atsauksmēm, ko citi lietotāji rakstījuši uz dienasgrāmatu ierakstiem, ja pats dienasgrāmatas īpašnieks ir devis atļauju ierakstu citēšanai. Tomēr kopumā šādi nesaskaņotas citēšanas gadījumi ir drīzāk izņēmums, jo iespēju robežās esmu centies sargāt portāla lietotāju privātumu, un vairums no citētajiem portāla dalībniekiem tam ir devuši piekrišanu. Privātuma aizsargāšanas nolūkos nav norādīti arī lietotāju segvārdi. Vienīgie gadījumi, kad šajā pētījumā izmantoti lietotāju segvārdi, ir epigrāfi nodaļu sākumā. To autori sava segvārda izmantošanai šajos gadījumos ir piekrituši.

#### **5.2.4.2. Tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu kodēšana**

Tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu kodēšanas mērķis ir noteikt, ar ko atšķiras lietotāji, kas ir spējuši piesaistīt vairāk sekotājus, no tiem, kuriem sekotāju ir mazāk, līdz ar to sociālo tīklu analīzē svarīgs ir ienākošo savienojumu (*indegree*) rādītājs, kas apzīmē konkrētā



mezglpunkta popularitāti tīklā. **Tādējādi jēdzieni „populārs lietotājs“ un „mazāk populārs lietotājs“ šajā pētījumā tiek lietoti aprakstošā, nevis vērtējošā nozīmē.**

Lai varētu raksturot lietotājus pēc viņu piesaistīto savienojumu skaita, sociālā tīkla analīzes gaitā esmu identificējis un analizējis 18 „populārus“ portāla *Sviesta ciba* lietotājus (tādus, kurus „draugiem“ ir pievienojuši vismaz 150 citi lietotāji) un 18 mazāk populārus lietotājus (kurus „draugiem“ pievienojuši ne vairāk par 60 lietotājiem, taču pusei no šīs atlases kopā iekļautajiem lietotājiem piedraugojušo skaits ir krietni zemāks — 35 lietotāji un mazāk), no kuriem katra dienasgrāmatā ar atpakaļejošu soli no 2010. gada 31. decembra analīzei nokopēti 30 ieraksti.

Abās grupās vīriešu un sieviešu skaits ir vienāds. No lietotājiem, kuru ieraksti ir izmantoti apstrādē, pirms tam esmu saņēmis piekrišanu dalījumam pētījumā. Tā kā vairumam portāla kontu pastāv ierobežojums 70 „piedraugotie“ lietotāji un daudzi no populārākajiem lietotājiem savas kvotas ir izsmēluši, tie nevar „piedraugot“ vēl vienu — pētnieka — kontu šajā portālā. Pastāvīgajiem (portāla darbība sākumposmā izveidotajiem) kontiem šāds ierobežojums ir 200, apmaksātajiem lietotājiem — 1000, tomēr relatīvi sarežģītais ceļš, kā apmaksātā lietotāja statuss ir iegūstams mazina lietotāji motivāciju to iegūt, tāpēc vairumam lietotāju ir iespējas pievienot relatīvi nelielu „draugu“ skaitu. Ierobežotais lietotāju skaits, ko portāla lietotāji var pievienot „draugiem“, bija viens no ierobežojumiem, kas noteica, pie kuriem no sarakstā esošajiem lietotājiem vērsos, lai ar viņiem saskaņotu iespējas iekļaut viņus pētāmo lietotāju sarakstā un piekļūt arī tiem viņu ierakstiem, kas paredzēti tikai „draugiem“ (lietotājiem, kuru ierakstus savās ziņu lentās lasa viņi paši un kuriem ir tādējādi ir piešķirušī tiesības lasīt savus ierobežotai auditorijai paredzētos ierakstus).

Mazāk savienoto (mazāk populāro) lietotāju atlasīšanu savukārt sarežģīja tas, ka šo lietotāju izvēli nosaka ne tikai ienākošo savienojumu skaits un lietotāja sniegtā atļauja savus tekstus izmantot. Daudzi māsavienoto lietotāju konti nereti nav analizēšanas vērti, jo ir neaktīvi — netiek papildināti, netiek lasīti un komentēti, un arī to īpašnieks neiesaistās nekādās mijiedarbībās ar citiem lietotājiem (portāla lietošanas neaktivitāte, kā tiks parādīts šajā analīzē, arī ir viens no savienojumu skaitu nosakošajiem elementiem). Tāpēc mazāk savienoto lietotāju atlasei bija nepieciešams atrast tādus lietotājus, kuri portālu lieto regulāri — veic vismaz trīs ierakstus mēnesī (mani novērojumi par lietotāju aktivitātēm liecina, ka tāda ierakstu regularitāte citkārt ir bijusi pietiekama, lai panāktu/saglabātu arī vairāk nekā simt lasītāju), portālā darbojas vismaz divus gadus, tomēr viņi nav piesaistījuši tik daudz lasītāju kā citi. Vēl viens šķērslis bija tas, ka daudzi lietotāji profilā nenorāda arī savu kontaktinformāciju, kas atvieglotu sazināšanos ar viņiem un ierakstu analizēšanas atļaušanas iegūšanu.

Vairumam no „populāro“ lietotāju grupas ir vairāk nekā 200 lasītāju — savienojumu ziņā viņi ir portāla lietotāju mazākums (no 7526 lietotājiem, kuru savienotības dati izmantoti sociālā tīkla analīzē, 200 lasītāju vai vairāk ir tikai 38 dienasgrāmatām).

Lietotāju sadalīšana divās grupās pēc lasītāju skaita paredzēta, lai varētu raksturot, ar ko atšķiras tie lietotāji, kuru profiliem daudz sekotāju, no tiem, kuri to ir mazāk. Tomēr jāuzsver, ka lietotāju savienojumu daudzums ir nosacīts indivīda komunikatīvo aktivitāšu „veiksmīguma“ indikators. Tādējādi analīzē nav par paša lietotāja komunikatīvajām *prasmēm*, jo tiek pieņemts, ka dienasgrāmatas saturs ne vienmēr šādas indivīda prasmes parāda, un medija mērķis var būt cits. Daļai portāla dalībnieku ir vairāk nekā viens lietotāja vārds un attiecīgi vairāk nekā viena dienasgrāmata — šīs dienasgrāmatas var atšķirties pēc sava satura un pēc sava lasītāju skaita jeb popularitātes. Piesaistīt pēc iespējas vairāk citu lietotāju (savu ierakstu lasītāju) ne vienmēr ir centrālā aktivitāšu stratēģija, proti, liels lasītāju skaits ne vienmēr tiek uzskatīts par ko vēlamu. Lietotāji nereti slēpj un veido papildus identitātes, lai saglabātu tiešsaistes dienasgrāmatas atbrīvojošo potenciālu, ko nodrošina lietotāja anonimitāte un nekavējoši pamanāmu saišu trūkums starp viena un tā paša indivīda vairākām portāla identitātēm. Tādējādi ir iespējams, ka vienam un tam pašam indivīdam ir gan kāda populāra dienasgrāmata un identitāte ar daudziem savienojumiem, gan arī kāda cita ar mazāku savienojumu skaitu. Arī gadījumos, kad indivīdam portālā ir tikai viena identitāte, viņš var vairīties no lielas popularitātes. Tāpēc šajā analīzē fokuss ir likts nevis uz konkrētām *fiziskām personām* kā komunikatoriem, bet gan uz *tiešsaistes identitātēm* un to komunikatīvajiem raksturojumiem kā konkrētas dienasgrāmatas lasītāju skaitu ietekmējošiem aspektiem. Es no tiešsaistes dienasgrāmatas teksta nevaru izdarīt secinājumus par konkrēta indivīda komunikatīvajām prasmēm tiešsaistē, taču, analizējot tīmekļa dienasgrāmatu, varu izdarīt secinājumus par to, kāpēc šāds dienasgrāmatas saturs varētu būt piesaistījis daudz lasītāju, savukārt kāda cita paveida dienasgrāmatās ar atšķirīgu satura un komunikatīvajām norisēm lasītāju ir mazāk.

Kad saskaņā ar sociālā tīkla analīzes rezultātiem bija atlasīti lietotāji, kuru profili atbilst savienotības kritērijiem un nokopēti katra lietotāja 30 ieraksti, tika veikta ierakstu analīze. Šim nolūkam tika izmantota programma *NVivo*,<sup>358</sup> kurā tematiski kodēti izmantotie lietotāju ieraksti — vai nu iezīmējot atslēgvārdus, vai arī interpretējot vēstījumu un to aprakstot ar sevis piešķirtiem jēdzieniem. Kopumā tika izmantoti 66 kodi, kas pēc tam tika apvienoti hierarhiskajos kodos atkarībā no tematiskās piederības kādai no „istabām“, kas raksturotas

---

<sup>358</sup> Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. Los Angeles; London; New Delhi; Singapore: Sage publications.

sadaļā par indivīdu sevis izrādīšanu tiešsaistes portālā (1. tabula) — katra koda piederība kādai no „istabām“ palīdz tematiski kartēt *Sviesta cibā* publicēto saturu. Kodu komplekti, kas izmantoti populāro un mazāk populāro lietotāju ierakstu atzīmēšanai, bija identiski.

**1. tabula.** Portāla *Sviesta ciba* lietotāju dienasgrāmatu ierakstu analīzei izmantotie kodi un to tematiskais sadalījums pa „istabām“ (tematiskajām kategorijām)

Virtuve	Viesistaba	Guļamistaba	Kāpņutelpa	Darbistaba
informatīvi materiāli, saites; mediji; pārdomas par plašākiem sabiedriskiem (nepolitiskiem) procesiem; sociālpolitiski, ekonomiski jautājumi; sporta programmu skatīšanās; viedokļa izteikšana, komentāri	aicinājums palīdzēt vai kā citādi rīkoties; alkohols; apkārtējā vide; atpūta; automašīna; bērni, bērnpopība; ceļošana; cita portāla lietotāja pieminēšana; draugi, kontakti ar viņiem; dzīvesvieta; ēdiens; grāmatas; hobijs; iepirkšanās; izdevušās, labas dzīves konstruēšana; izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs; izklaidējoši materiāli, saites; izteikumi par <i>Sviesta cibu</i> ; joks; kaimiņi; kino, filmas, seriāli, TV pārraides; kolektīvas, sociālas aktivitātes; kultūra, kultūras pasākumi; mājdzīvnieki; miegs, gulēšana; mūzika; nauda; pamanītais, redzētais, pieredzētais; piedāvājums satikties ar lasītājiem; privātās aktivitātes, gaitas; radošie darbi; reliģija; rūpes par sevi, skaistumkopšana; sadzīve; satiksme; smēķēšana; sportošana, aktīvā atpūta; tehnoloģijas, telekomunikācijas; tuvinieki, ģimene, radi; velosipēds	atmiņas; emocijas; fizioloģija; neveiksmes, neizdošanās, grūtības; pārdomas par sevi, savu dzīvi; romantiskas attiecības; pašanalīze; sapņi; sekss; veselība	aptauju ( <i>poll</i> ) ievietošana; citāti bez konteksta; fatiskā komunikācija ( <i>small talk</i> ); jautājums lasītājiem; laikapstākļi; lasītāju uzrunāšana, novēlējumi; mēmes	darbs; datori; mācības, studijas

Ir gadījumi, kuros divi dažādi kodi varētu apzīmēt vienu un to pašu tematisko loku vai viens kods var ietvert citus (velosipēds ⇒ satiksme; kultūras pasākumi ⇒ atpūta; kaimiņi ⇒ dzīvesvieta, bērni ⇒ tuvinieki, ģimene, radi; u.tml.). Tāpat vairums ierakstu būtībā varētu tikt kodēti kā „privātas aktualitātes, gaitas“, ar ko tiek saprastas aktivitātes, kurās autors apraksta sevi dažādās situācijās, kurās netiek minēti nekādas citas darbojošās personas, vai arī „kolektīvas, sociālas aktivitātes“, ar ko tiek atzīmēti ieraksti, kuros autors norāda, ka konkrētajās aktivitātēs ir iesaistīties kopā ar citiem cilvēkiem, kas konkrētāk

identificēti netiek. Tomēr šie plašie kodi ir izmantoti tikai gadījumos, kuros ir bijis problemātiski šos aprakstus klasificēt kā piederīgus konkrētām tēmām vai aktivitātēm. Savukārt, ja konkrētas aktivitātes ir identificējamās (piemēram, stāsts ir par sadzīvi, kultūras pasākumiem, ēdiena gatavošanu, sportošanu vai kādu citu skaidru tēmu, ir norādīta šī tēma, nevis nekonkrētais „aktivitāšu kods“. Esmu centies nodrošināt, lai kodi nedublētos, un katra elementa iezīmēšanai ir izvēlēts tikai viens, vispiemērotākais noteiktas tematikas kods. Tanī pašā laikā viens un tas pats ieraksts vai arī tā daļa var vēstīt par dažādām tēmām, un tādā gadījumā arī tas ir atzīmēts ar vairākiem kodiem.

Uz šo datu pamata var būt problemātiski izdarīt nepārprotamus secinājumus par konkrēto tēmu izplatību, jo lietotāju skaits, kas par kādu tēmu runā, vienā grupā var būt mazāks nekā otrā, turpretim tēmas apspriešanas intensitāte var būt lielāka. Tāpat datu reprezentativitāti, neskatoties uz salīdzinoši lielo analizēto ierakstu skaitu — 1080 — mazina nelielais aplūkoto lietotāju skaits: būtiskas atšķirības tikai viena lietotāja dienasgrāmatas ierakstu tematikā var pamatīgi ietekmēt vispārējo ainu. Šo risku esmu centies mazināt, katrā no grupām atlasot portāla vispārējām lietošanas praksēm atbilstošus lietotājus, kuru ieraksti parādītu portālā novērojamo komunikatīvo pieeju daudzveidību. Tādējādi turpmākos pētījumos šajā virzienā būtu nepieciešams veidot lielāku paraugkopu.

### 5.2.6. Intervijas

Intervija aci pret aci ir uzskatāma par kvalitatīvās pētniecības esenci.<sup>359</sup> Pētnieks un pētāmais atrodas vienā un tanī pašā vietā un laikā, radot tiešumu (*immediacy*), kas ļauj iegūt cilvēciskus, privātus (*sensitive*) datus, kuri parāda abu pušu intereses un mijiedarbību, kas rodas, abiem cilvēkiem satiekoties. Ķermeniskā klātbūtne nozīmē stingru nodošanos (*commitment*), atklātību, labu praksi un iespējamību, ka pētījuma rezultāti būs „īsti“.<sup>360</sup> Taču intervija var notikt arī tiešsaistes vidē. Ir iespējamās situācijas, kad šādam formātam dalībnieki paši dos priekšroku, un, piemēram, šādā sarunas formā jūtas brīvāki un tādējādi var sniegt vairāk ziņu un detalizētāku informāciju.

Dalībnieku iztaujāšana tiešsaistē samazina barjeras, un tā pētījumam var piešķirt arī jaunu dimensiju. Informācijas vākšanas nolūkiem ir pieejams plašs asinhrono vai arī sinhrono saziņas līdzekļu klāsts — sarunas ar informantiem var notikt gan pētītajā tiešsaistes sociālās mijiedarbības vietnē (sociālo tīklu portālā, tiešsaistes forumā, *čata* kanālā), gan ārpus tā, izmantojot e-pastu, *Skype* vai kādu citu saziņas līdzekli, kuram respondenti dod priekšroku. Iespēja izvēlēties ērtu saziņas līdzekli arī var būt viens no iemesliem, kas mazina dalībnieku

---

<sup>359</sup> Seymour, W. S. In the flesh or online?

<sup>360</sup> Turpat.

nevēlēšanos iesaistīties pētījumā. Pētījuma dalībniekiem tiek sniegta lielākas elastības iespējas, jo tie pētījumā var iesaistīties sev ērtā tempā, laikā un vietā — tā ir būtiska atšķirība no nepastarpinātās komunikācijas, ko var raksturot kā uzmācīgu (*intrusive*).<sup>361</sup> Dalībniekiem ir iespējams atbildēt tad, kad tas ir iespējams viņiem, un tas būtiski iespaido pētījuma gaitu. Vienlaikus ir jāņem vērā, ka mediētās intervijas veids būtiski ietekmē saziņas dinamiku starp pētnieku un intervējamo. Tā, V. Sīmoras pētījumā par cilvēkiem ar īpašām vajadzībām un tehnoloģiju lietojumu īsākā intervija ilga 22 dienas, bet garākā — 72 dienas; vidējais ilgums bija 42,6 dienas. Vienlaikus šis piemērs parāda, ka var būt grūtības piesaistīt dalībniekus pētījumam tik ilgu laika posmu, un pastāv iespēja, ka daudzi no viņiem pārtrauks dalību pirms intervija beigšies, savukārt saziņas ierobežojumi starp pētnieku un dalībnieku var traucēt saprast, kas ir par iemeslu klusumam.<sup>362</sup> Turpretim nepastarpināta intervija ilgst krietni īsāku laika periodu, un tiešsaistes intervija prasa ieguldīt laiku gan pētniekam, gan dalībniekam. Pētniekam gan pēc tam vairs nebūs jāatšifrē runātais, un uz tā rēķina laika resursus var atkal ietaupīt. Tanī pašā laikā jāņem vērā, ka dažās pētniecības metodēs, piemēram, diskursa analizē, būtisks ir arī stils, kādā sarunas dalībnieki iesaistās sarunā. Tā kā cilvēki, sazinoties tērzēšanas programmās (piemēram, *Skype*) mēdz lietot īsus, aprautus teikumus, šādi var nebūt iespējams iegūt pilnīgu priekšstatu par to, kā cilvēki runā bezsaistē vai izmantojot citus, izteikšanās veidu mazāk ietekmējošus saziņas kanālus.<sup>363</sup>

Intervija pētniekam parasti ir vienreizēja iespēja iegūt informāciju no sarunas biedra, jebšu tās var tikt izmantotas arī longitudinālos (*longitudinal*) pētījumos. Lai gan ir pamats domāt, ka kvalitatīvus interviju ar analizējamo tiešsaistes platformu dalībniekiem var veikt datorpastarpinātā sarunā, promocijas darba pētījumā esmu izvēlēties veikt pirmām kārtām nepastarpinātās intervijas, taču dodot dalībniekiem iespēju izvēlēties arī citu saziņas veidu. Šādu nostāju noteic tas, ka nepastarpinātās intervijas laikā var iegūt vairāk konteksta par intervējamajiem un tos labāk iepazīt, ir iespējams elastīgāk virzīt sarunu un precizēt atbildes, turklāt rakstiskās intervijas dalībniekiem var arī nebūt motivācijas rakstīt tik garas atbildes, kā tas sniegtu sarunājoties. Turklāt, ņemot vērā tiešsaistes sociālo aktivitāšu ciešo saistību ar bezsaistes aktivitātēm, bezsaistes kontakts starp pētījuma dalībniekiem un pētnieku pētījuma kontekstā ir vēl jo būtiskāks.

### — Interviju norise

Daļēji strukturētās intervijas tika veiktas pētījuma beigās. Šīs metodes mērķis ir gan gūt tiešsaistes portāla dalībnieku pieredzi par jautājumiem, kuri aplūkoti pētījumā, gan, kas vēl

---

<sup>361</sup> Bowker, N., & Tuffin, K. Using the online medium for discursive research about people with disabilities.

<sup>362</sup> Seymour, W. S. In the flesh or online?

<sup>363</sup> Bowker, N., & Tuffin, K. Using the online medium for discursive research about people with disabilities.

svarīgāk, salīdzināt viņu viedokli ar saviem secinājumiem, pie kuriem darba izstrādes gaitā esmu nonācis. Tādējādi intervijas tika rīkotas ne tikai, lai gūtu detalizētākus viedokļus un daudzveidīgākas pieredzes saistībā ar pētījumā aplūkotajiem jautājumiem, bet arī lai pārbaudītu, cik pamatoti ir secinājumi, kurus esmu veidojis, pamatojoties uz savu personisko pieredzi tiešsaistes sociālo tīklu portālā un uz datiem, no kuriem pārējās analīzes fāzēs dati no portāla dalībniekiem ir iegūti tikai pastarpināti.

Intervijas tika rīkotas ar desmit portāla *Sviesta ciba* lietotājiem — pieciem vīriešiem un piecām sievietēm. Esmu centies intervējamos izvēlēties pēc iespējas daudzveidīgākiem raksturojumiem: ir iekļauti gan tādi, kuri ir uzskatāmi ir lielāks savienojumu skaits, gan tādi, kuru dienasgrāmatām lasītāju ir mazāk; arī viņu tiešsaistes aktivitāšu žanrs ir atšķirīgs — daži no viņiem raksta no personiskas un emocionālas pozīcijas, turpretim citu pieeja ir racionālāka, un viņi tiešsaistes apmaiņās vairāk pamatojas uz publisku, nevis privātu informāciju; vēl citi respondenti ir tādi, kuri mēdz izmantot fatiskās kultūras pieeju un spēj izraisīt plašas diskusijas. Tikai viena no desmit intervijām notika rakstiskā formā.

Daļēji strukturēto interviju jautājumi ir pievienoti pielikumā.

### **5.3. Tiešsaistes pētniecības ētikas problēmjautājumi**

Pētījumā tiek analizēti indivīdu privātie dati, kuru nekorekta izmantošana var apdraudēt pētījuma dalībnieku privātumu. Šī iemesla dēļ ir nepieciešams formulēt pētnieciskās ētikas, ņemot vērā gan pētnieka, gan dalībnieku intereses. Kā uzsver Deniss Voskuls (*Dennis Waskul*) un Marks Duglass (*Mark Douglass*), atbildīgas un ētiskas pētniecības centrā ir apņemšanās aizsargāt pētījuma dalībniekus no iespējamā kaitējuma.<sup>364</sup> Tāpēc šajā nodaļā tiek sniegts pārskats par tiešsaistes pētniecības ētikas diskusijām un dilemmām, kā arī formulēti principi, pēc kuriem esmu veicis pētījumu.

Mūsdienu akadēmiskajā pētniecībā pašsaprotamas ir dalībnieku pamattiesības uz piekrišanu dalībai pētījumā, anonimitāti, privātumu, konfidencialitātes aizsardzību un kaitējuma risku minimizēšanu.<sup>365</sup> Lai arī daļu no datormediētās komunikācijas pētniecības

<sup>364</sup> Waskul, D., & Douglass, M. Considering the electronic participant.

<sup>365</sup> Par standartu šīs dalībnieku tiesības ir kļuvušas kopš 1947. gadā pēc nacistu ārstu prāvas izstrādātā Nirnbergas kodeksa pieņemšanas (Sk. U.S. National Institutes of Health, Office of Human Subjects Research (1947). *Nuremberg code*. Retrieved April 10 2009, from <http://ohsr.od.nih.gov/guidelines/nuremberg.html>), kas noteica standartus ārstiem un zinātniekiem, kuri biomedicīniskus eksperimentus, un kļuva par daudzu nākamo ētikas kodeksu pamatu. Cits svarīgs dokuments ir 1979. gadā toreizējā ASV Veselības, izglītības un labklājības departamenta uzdevumā sastādītais tā dēvētais Belmontas ziņojums, kas veltīts medicīnas ētikai, un tā pamata principi ir cieņa pret cilvēkiem; kaitējuma samazinājums un ieguvumu maksimizējums; un taisnīgums ieguvumu un apgrūtinājumu sadalījumā (The National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research (1979). *The Belmont report: Ethical principles and guidelines for the protection of human subjects of research*. Retrieved April 10, 2009, from <http://www.hhs.gov/ohrp/humansubjects/guidance/belmont.html>), gan Pasaules Medicīnu asociācijas Helsinku

ētikas normām var pārņemt no bezsaistes ētikas kodeksiem, tomēr šādas pētniecība rada arī jaunus izaicinājumus, jo grūtāk nosargāt pētījuma subjektu privātumu, konfidencialitāti un anonimitāti. Tā kā interneta pētniecība ir relatīvi jauna disciplīna, vēl joprojām norit debātes arī par dažādiem ētiskajiem aspektiem, ko sarežģī tas, ka datormediētās komunikācijas lauks ir meklējams starp kategorijām dzīvs/nedzīvs, publisks/privāts, publicēts/nepublicēts, teksts/runa, starppersonu/masu komunikācija, identificēts/anonīms.<sup>366</sup> Šīs kategorijas nav vienkāršas dihotomijas — robežas starp tām ir izplūdušas, un šīs neskaidrības dēļ tieši pārcelt bezsaistes pētniecības ētikas nostādnes interneta pētniecībā ir problemātiski.

Ar datu vākšanu un apstrādi saistītos ētiskos problēmjaudājumus promocijas darba pētījumā rada apstākļi, ka pētīti tiek indivīdi (*human subjects*) vai indivīdu teksti, kas ir privāti un kuru neatbilstošs lietojums var radīt kaitējumu pētniecības subjektiem. Aplūkošu četras akadēmiskajā literatūrā biežāk aplūkotās, kas tieši attiecas arī uz promocijas darba pētījumu: (1) dalībnieku piekrišana dalībai pētījumā (*informed consent*), (2) dalībnieku konfidencialitāte, (3) privātums un (4) informēšana par pētījumu (*debriefing*).

### 5.3.1. Dalībnieku tiesības uz privātumu

Pētījuma dalībnieku privātuma problēmjaudājuma pamatā ir tas, ka uz tiešsaistes vidi nav attiecināms konvencionālais privātā un publiskā nošķīrums, saskaņā ar kuru informācija pēc tam, kad tā *publicēta*, parasti ir brīvi izmantojama, savukārt tikai privāta informācija bauda īpašu aizsardzību. Vai pietiek ar informācijas brīvu pieejamību tiešsaistē, lai tā tiktu uzskatīta par „publisku”? Vai pētniekam ir tiesības, nesaskaņojot ar autoru, fiksēt viņa veiktos publiskos ierakstus? Vai autoram, kura ieraksti ir ikvienam aplūkojami, ir jābūt informētam par to, kādiem mērķiem viņa radītais saturs tiek izmantots?

---

deklarācija, kas paredz cieņu pret indivīdu, tā tiesības uz pašnoteikšanos un tiesības uz informētu lēmumu pieņemšanu (The World Medical Association (2008 [1964]). Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. Retrieved April 10, 2009, from <http://www.wma.net/e/policy/b3.htm>).

Tomēr dažādās precīzas pētniecības iestādēs un dažādos reģionos izmantotās normas var atšķirties. Ētikas kodeksi nesniedz skaidras norādes, kā rīkoties dažādās situācijās, tie lielākoties piedāvā vadlīnijas atbilstoši dažādiem ētiskajiem ietvariem. Salīdzinot ASV un Eiropas pieeju, var saskatīt utilitārās un deontoloģiskās ētikas pieejas pretnostatījumu. ASV kodeksu (tai skaitā Belmontas ziņojuma) nostāja liek rēķināt iespējamus zaudējumus un ieguvumus, savukārt Eiropas pieejā (ko parāda, piemēram, Norvēģijas Nacionālās sociālo un humanitāro zinātņu pētniecības ētikas komitejas vadlīnijas — National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities (NESH – Norway) (2001). Guidelines for research ethics in the Social Sciences, law and the Humanities. Retrieved May 1, 2009, from <http://www.etikkom.no/English/NESH/guidelines/>), ja pētījuma dalībniekiem tiks nodarīts kaitējums, to nespēs dzēst arī lielais ieguvums. Eiropas pieejā lielāks svārs tiek likts uz indivīda tiesībām, un pirmām kārtām uz privātuma tiesībām (Ess, C., The AoIR Ethics Working Committee. (2002). *Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*. Retrieved April 1 2009, from <http://aoir.org/reports/ethics.pdf>). Norvēģijas kodeksā, piemēram, ir teikts: „Cilvēka cieņa nozīmē, ka ikvienam no mums ir intereses, ko nevar neievērot neskatoties uz to, ka tas sniegtu plašākas zināšanas vai dotu sabiedrībai kādu citu labumu.“ Šī pieeja ir pretēja utilitārajai, kas lielāka labuma vārdā atļauj neņemt vērā indivīda intereses.

<sup>366</sup> Madge, C. (2007). Developing a geographers' agenda for online research ethics. *Progress in Human Geography*, 31(5), 654–674.

Tiešsaistes komunikācija nav ne privāta, ne publiska — tā ir abējāda, raksta D. Voskuls un M. Duglass, norādot, ka šo jomu robežu saplūšana rada daudz polemikas par ētiku.<sup>367</sup> Vienkāršota *publisks* vs. *privāts* dihotomija nozīmē nošķirumu veidot pēc kibertelpas *pieejamības*, nevis dalībnieku *pieredzes*. Tas, ka dalībnieki sazinās forumā, kas ir pieejams visā pasaulē, nenozīmē, ka viņi darbojas vispasaules forumā, un tiem ir savas gaidas par to, kurš vēstījumu lasīs. Jāņem vērā arī interneta sociālās mijiedarbības grupu specifika, un dažu tēmu kopienas ievainojamākas nekā citas (akadēmisku diskusiju vēstkopa pret personiskas traģēdijas pārdzīvojušu cilvēku forumu; interneta žurnāli, kuru autors sevi identificē pilnībā, raksta par publiskiem jautājumiem pret tīmekļa vietni, kuras autors nevēlas atklāties un raksta par privāto dzīvi), tomēr spriest tikai pēc informācijas nekontrolētās pieejamības nozīmē nerīkoties dalībnieku interesēs. Tiešsaistes sociālās mijiedarbības brīva pieejamība nenovērš privātu kontekstu veidošanos, un šāda pieejamība nav pietiekams iemesls, lai iejauktos citu cilvēku privātumā, šāda pieejamība neatceļ pētnieka pienākumu informēt dalībniekus par pētījumu. Būtiski ir kopienas dalībnieku *uztvertais* privātuma līmenis, nevis *iespējamība* piekļūt kopienas saturam.<sup>368</sup> Tāpēc Klēra Madža (*Clare Madge*) iesaka pētniekiem vadīties pēc tā, vai pētāmais indivīds vai grupa *uzskata* savus tekstus par privātiem vai publiskiem.<sup>369</sup> Līdzīgā kārtā arī Marka Frankela (*Mark Frankel*) un Saņņijas Sianas (*Sanyin Siang*) vadībā ASV Nacionālā veselības institūta un Amerikas Zinātnes attīstības asociācijas seminārā 1999. gadā izstrādātajā ziņojumā par cilvēku pētniecības ētiskajiem un juridiskajiem aspektiem tiešsaistē<sup>370</sup> norādīts, ka indivīdu ieraksti var būt brīvi pieejami tiešsaistē, tomēr, kad autors tos publicē, viņš bieži vien nerēķinās, ka tie tiks reproducēti un analizēti. Ziņojumā tiek norādīts, ka tās dalībnieki savus vēstījumus ir adresējuši *noteiktai auditorijai*. Tiešsaistes ierakstu autori bieži vien pieņem, ka viņu saziņā pastāv zināms privātuma līmenis, kas netiks pārkāpts.<sup>371</sup>

Neskatoties uz šiem viedokļiem, kas uzsver pētnieka pienākumu ņemt vērā pētījuma dalībnieku intereses un gaidas par savu aktivitāšu privātumu, vismaz pašlaik pētnieku vidū nav pārliecinošas vienprātības par to, kas tiešsaistē ir privāts un kas publisks. Ir tiešsaistes ētikas jautājumu analīzei veltītajos darbos var izšķirt trīs pozīcijas. **Pirmā** paredz, ka visus materiālus, kas internetā ir publiski pieejami, pētnieks var izmantot, un viņam savi plāni nav jāpasaka ar pētījuma dalībnieku. Šīs pozīcijas pārstāvji norāda, ka internetā ievietotais saturs

<sup>367</sup> Waskul, D., & Douglass, M. Considering the electronic participant.

<sup>368</sup> Turpat.

<sup>369</sup> Madge, C. Developing a geographers' agenda for online research ethics.

<sup>370</sup> Frankel, M. S., & Siang S. (1999). Ethical and legal aspects of human subjects research on the Internet: *A report of a workshop June 10 – 11, 1999*. Retrieved January 19, 2009, from <http://www.aaas.org/spp/dspp/sfirl/projects/intres/report.pdf>.

<sup>371</sup> Hookway, N. (2008). 'Entering the blogosphere': Some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91–113.



neatšķiras no citās publiskās vidēs ievietota satura un pētīt visiem pieejamu tīmekļa žurnālu ir pētīt tāpat kā jebkuru citu mediju, piemēram, laikraksta publikācijas vai gleznu mākslas galerijā. Džozefs Volters (*Joseph Walther*) uzskata, ka vairāk uzmanības jāvelta, izglītojot publiku par to, ka ieraksti internetā pēcāk var tikt izmantoti citiem mērķiem, nevis jādiskutē, vai pētniecība, izmantojot tiešsaistē iegūtu privātu informāciju, ir pieļaujama.<sup>372</sup> **Otrās** pozīcijas pārstāvji norāda, ka, lai gan, piemēram, tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstiem mēdz nebūt nekādas tehniskas aizsardzības pret nejaušiem lasītājiem, tās tomēr ir rakstītas ar domu, ka šie ieraksti paliks privāti, un līdz ar to pret tām pētniekam atbilstoši jāizturas. Dāgs Elgesēms (*Dag Elgesem*) uzsver, ka pētniekam ir jāciena interneta kopienas dalībnieku gaidas par privātumu. Cilvēki ik dienas lieto dažādus informācijas kanālus un informācijas plūsmai attiecīgi piemēro ierobežojumus. Bezsaistes vidē ierobežojumi darbojas pēc shēmas — jo šaurāka un uzticamāka auditorija, jo mazāk ierobežojumu informācijas plūsmai. Piemēram, cilvēki mājās var brīvi runāt par daudzām tēmām, jo to dzirdēs tikai konkrēti cilvēki un teiktajam nebūs nopietnu sekas, turpretim publiskās vietās citiem pieejamas darītās informācijas plūsmu cilvēki, ja nevēlas tikt dzirdēti, attiecīgi var ierobežot.<sup>373</sup> **Trešās** pozīcijas pārstāvji uzskata, ka jāņem vērā tas, kā pats autors izprot savu dalību tiešsaistes vidēs — ir iespējams, ka šī informācija patiešām tiek publiskota ar domu, ka tā kļūst publiska, taču pētniekam tas ir jāizsecina, nevis jāpieņem. Tāpēc Interneta pētnieku asociācijas (*Association of Internet Researchers*) ētikas vadlīnijās teikts, ka par publiskām interneta telpām, par kurās atrodamās informācijas tālākizmantošanu atļauja pētniecībai nav jāprasa, var uzskatīt tādas, kuru dalībnieki paši ir informēti, ka viņu saziņa nav konfidenciāla un ja pētnieki šo saziņu izmanto, saglabājot dalībnieku anonimitāti un privātumu. Jo lielāks ir konkrētās vides dalībnieku atzītais (*acknowledged*) publiskums, jo mazāks ir pētnieka pienākums aizsargāt privātumu, konfidencialitāti, tiesības uz piekrišanu dalībai pētījumā (*right to informed consent*).<sup>374</sup>

Informācija tiešsaistē nereti tiek aizsargāta, nevis fiziski ierobežojot piekļuvi, bet ar sociāliem līdzekļiem: anonimitāti (tā pasargā no izpaustās informācijas sasaistīšanas ar konkrētu reālās pasaules cilvēku) un gaistošumu (daudz no informācijas ir pieejama tikai īsu laiku un tā var nebūt daļa no lielāka mijiedarbības modeļa). D. Elgesēms norāda, ka tiešsaistes kopienās slēpjami privāta (sensitīva) informācija tiek glabāta arī veidojot savstarpējas uzticēšanās un cieņas klimatu, tas ietver arī informācijas konfidencialitāti. Ja

---

<sup>372</sup> Walther, J. Research ethics in Internet-enabled research.

<sup>373</sup> Elgesem, D. (2002). What is special about the ethical issues in online research? *Ethics and Information Technology*, 4, 195–203.

<sup>374</sup> Ess, C., The AoIR Ethics Working Committee. (2002). *Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*. Retrieved April 1 2009, from <http://aoir.org/reports/ethics.pdf>

kopienas informācija nonāk ārpus kopienas, tas iekšējo klimatu var apdraudēt, jo cilvēki, kas mijiedarbībā ir iesaistījušies, ar tādu varbūtību nav rēķinājušies.<sup>375</sup> Šis ir viens no problemātiskajiem interneta kopienu pētniecības aspektiem. Informācijas gaistošums kā sargājošs elements rada papildus problēmas pētniekiem, jo tā dēļ pētniekam ir grūtāk atrast ziņojumu autoru(s), lai iegūtu to piekrišanu iesaistīšanai pētījumā. Tas gan vienlaikus arī traucē pētniekam dalībniekus informēt par sevi un saviem nolūkiem, jo dalībnieki mainās, publicētie paziņojumi pēc laika var tikt dzēsti vai arī būt grūtāk atrodam.

D. Voskuls un M. Douglass pieeju, kas neņem vērā interneta dalībnieku gaidas par privātumu, dēvē par „barbarisku un acīmredzami neētisku“, jo pētniekiem nav tiesību pārdefinēt situācijas kontekstu savu interešu un mērķu sasniegšanas labad.<sup>376</sup> Taču kopumā viedokļi, kuri informācijas publiskumu vērtē pēc pieejamības, nevis tiešsaistes sociālās mijiedarbības vietņu gaitām, ir mazākumā. Kā teikts Interneta pētnieku asociācijas ētikas rekomendācijās, jo lielāks pētāmās vides publiskums, jo mazāks pētnieka pienākums ir sargāt dalībnieku privātumu.<sup>377</sup>

Promocijas darba pētījumā ar privātumu saistītie problēmjaudājumi risināti tādējādi, ka visi dalībnieki būs informēti, ka viņu ieraksti tiek vākti un analizēti. Tomēr problēmas pētījuma subjektu mijiedarbības analīzē saglabājas, jo interneta sarunās var būt iesaistījušies gan dalībnieki, kas devuši piekrišanu, gan tie, kas piekrišanu devuši nav. Tā kā ir grūti iegūt visu atsauksmju autoru piekrišanu, esmu izvēlējis vidusceļu: atļauja par ierakstu izmantošanu tiek prasīta ierakstu autoriem, bet ne komentāru autoriem, ja uz viņiem esmu atsaucies.

Informācija, kas pētījumā tiek analizēta, atšķiras pēc savas publiskuma pakāpes. Piemēram, *Sviesta cibā* ir visiem interesentiem bez ierobežojumiem pieejamie dienasgrāmatu ieraksti, ir „tikai draugiem“ pieejamie ieraksti, ir kopienās jeb koplietošanai paredzētajās portāla lapās publicētie ieraksti. Lai es drīkstētu izmantot tos brīvi pieejamos un „tikai draugiem“ paredzētos ierakstus, ir nepieciešams iegūt skaidru autora atļauju, turpretim pret kopienās publicēto informāciju es tik stingrus kritērijus neizvirzu, jo šie ieraksti atrodas ārpus lietotāju privātās telpas — dienasgrāmatas. Ierakstu autoram ir nepieciešams sniegt pārlicību, ka šie ieraksti netiks izmantoti citiem mērķiem, nekā autors ir piekritis (piemēram, tie var tikt statistiski apstrādāti, taču dalībnieks var nevēlēties, ka tie tiek izmantoti kā citāti). Esmu centies mazināt pētījuma dalībnieku bažas par anonimitāti un to, kādā veidā viņu dati pēcāk tiks izmantoti un var parādīties ārpus viņu komunikācijas vides,

---

<sup>375</sup> Elgesem, D. What is special about the ethical issues in online research?

<sup>376</sup> Waskul, D., & Douglass, M. Considering the electronic participant.

<sup>377</sup> Ess, C., & The AoIR Ethics Working Committee. *Ethical decision-making and Internet research.*

un nepieciešamības gadījumā esmu vienojies par specifiskiem nosacījumiem, kā šos datus drīkst izmantot.

Izmantoto lietotāju ierakstu (citātu) autori šajā darbā netiek identificēti pēc vārdiem vai pseidonīmiem, ja tie nav devuši tam skaidru piekrišanu. Lai gan „tikai draugiem“ paredzētie ieraksti ir uzskatāmi par sensitīvākiem, tos par citātiem izmantot attiecībā pret dalībnieka privātumu ir drošāk, jo, izmantojot tiešsaistes meklētājus, pēc tiem nav iespējams atrast ieraksta autoru.

### 5.3.2. Dalībnieku iesaistīšana pētījumā un piekrišana

Ievācot ar privāto komunikāciju saistītus indivīdu datus, pētniekam būtu informē par sevi, saviem nolūkiem, pētījuma mērķiem un datu plānoto apstrādi. Interneta pētnieku asociācijas vadlīnijās gan teikts, ka pētījuma dalībnieku informēšana un piekrišanas iegūšana pirms pētniecības sākuma jāiegūst ir „ideālajā“ variantā, tomēr dažos gadījumos pētniecības projekta mērķi laikā var mainīties, var parādīties jauni jautājumi. Tas nozīmē, ka no konteksta atkarīgs ir ne tikai tas, vai pētāmajiem objektiem tiek prasīta atļauja, bet arī kad tā tiek prasīta.<sup>378</sup>

Pirms piekrišanas pētījuma dalībniekam ir jābūt iespējai saņemt informāciju par pētījumu, laiku, ko tiem vajadzēs veltīt dalībai, pētījumā izmantotajām metodēm un to, kādā veidā iegūtie dati tiks izmantoti. Šim paziņojumam ir jābūt rakstītam viegli saprotamā valodā. Jāuzskaita iespējamie fiziskie, ekonomiskie vai psiholoģiskie riski un kas tiks darīts, lai tos novērstu. Negatīvu seku risks nedrīkst būt lielāks par to, ar ko pētījuma dalībnieki rēķinās savās ikdienas aktivitātēs ārpus pētījuma. Ir jāizskaidro arī pētījuma ieguvumi — gan dalībnieku personiskie, gan plašāks sabiedriskais labums. Dalībniekiem arī jāizskaidro, kādas ir viņu iespējas celt iebildes par pētījumu un ka viņi jebkurā brīdī drīkst izstāties.<sup>379</sup>

Pētnieks, kas pētījuma dalībniekus piesaista tiešsaistē un neizmantojot kontaktus bezsaistē, nevar būt pilnīgi drošs par viņu atbilstību pētījumam un ka nenotiek maldināšana, jo tas tiešsaistē ir izdarāms vieglāk nekā nemediēta kontakta laikā. Pētījuma subjekts var sniegt nepatiesus datus par sevi, turklāt ir mazāka iespēja noteikt, vai dalībnieks apzinās iespējamos riskus un darbības, kurās tam būs jāiesaistās.<sup>380</sup> Tomēr arī tiekoties ar respondentu nepastarpināti, ne vienmēr ir iespējams nošķirt pilngadīgus cilvēkus no nepilngadīgiem (tā ir indivīdu grupa, kura būtu jāsaņem īpaši); problemātiski ir pēc izskata noteikt, vai cilvēks, kas iepazīstināts ar pētījuma aprakstu, lietas būtību ir izpratis. Turklāt apzinīgs pētnieks, visticamāk, savā pētījumā neiekļaus materiālus, kas dalībniekiem varētu

---

<sup>378</sup> Turpat.

<sup>379</sup> Madge, C. Developing a geographers' agenda for online research ethics.

<sup>380</sup> Frankel, M. S., Siang S. Ethical and legal aspects of human subjects research on the Internet.

kaitēt — piemēram, tādus, kas nebūtu skatāmi mazgadīgajiem.<sup>381</sup> Pastāv zināma vienprātība, ka visvieglāk ievainojamie ir visvairāk jāaizsargā.<sup>382</sup> Sāra Flikere (*Sarah Flicker*), Deivs Hānss (*Dave Haans*) un Hārvijs Skiners (*Harvey Skinner*) raksta, ka, lai gan jaunieši parasti tiek uzskatīti par vieglāk ievainojamiem nekā pieaugušie un tāpēc ir nepieciešams likt lietā īpašus viņu aizsargāšanas mehānismus, tomēr tas ne vienmēr ir izdarāms. Vairums no jauniešiem tiešsaistē darbojas bez vecāku uzraudzības, līdz ar to vecāku atļaujas prasīšana par viņu bērnu gaitām internetā varētu būt pārlietu sarežģīts šķērslis pētniecībā.<sup>383</sup> Un, tā kā pētījuma gaitā tiek nodrošināta dalībnieku aizsardzība, risks, ko piedalīšanās dalībniekiem var sagādāt, ir minimāls. Pētniekiem labticīgi ir jāpaļaujas, ka pētījuma dalībnieki par sevi sniedz patiesas ziņas.<sup>384</sup>

Standarta prakse, kā iegūt respondenta piekrišanu, ir likt tam piespiest pogu „piekrītu“, vai saņemt piekrišanu elektroniskas sarakstes laikā; par piekrišanu atbildēt uz anketas jautājumiem liecina arī tas, ka, piemēram, pēc anketas ievada un paskaidrojošā teksta respondents ir nospiedis pogu, lai pārietu uz jautājumu sadaļu, un sniedzis atbildes. Pētniekiem nav pamata no respondentiem prasīt parakstītu vienošanos par dalību pētījumā vai likt ar dokumentiem pierādīt savu īsto vecumu un lietpratību konkrētajos jautājumos. It īpaši tas attiecas uz pētījumiem, kas nevar radīt būtisku ļaunumu, jo šādas formalitātes būtiski var mazināt pētījuma dalībnieku vēlēšanos piedalīties pētījumā. K. Medža vienlaikus atzīst, ka dalībnieka pa pastu vai faksu atsūtīts parakstīts piekrišanas dokuments būtu ideāls variants, tomēr praksē tas var izrādīties pārlietu liels apgrūtinājums.<sup>385</sup> V. Sīmora iesaka pētījuma dalībniekiem lūgt ierakstīt ailītē atbildi „Jā“ vai „Nē“, tādējādi darot zināmu savu lēmumu saistībā ar piedalīšanos pētījumā un izpratni par to, un pa e-pastu nosūtīt to atpakaļ pētniekam. Pētnieks to izdrukā, paraksta un noglabā drošībā pie pārējiem pētniecības materiāliem.<sup>386</sup>

K. Medža uzskata, ka privātās un pusprivātās vidēs (e-pasts, slēgtās tērzētavas) dalībnieku piekrišana pētījumam ir obligāta, savukārt atklātās pieejas forumos (intereskopās, *Bulletin Board* forumos) tā ne vienmēr ir nepieciešama.<sup>387</sup> Ir gadījumi, kad pirms pētījuma dalībniekiem netiek atklāta pētījuma daba, jo konkrētie apstākļi ir tādi, ka to atklāšana var mazināt dalībnieku vēlmi iesaistīties un viņu atklāšanos. Par piemēru var minēt Džeka

---

<sup>381</sup> Walther, J. Research ethics in Internet-enabled research.

<sup>382</sup> Ess, C. (2007). Internet research ethics. In A. N. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes & U. D. Reips (eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 487–502). Oxford: Oxford University Press.

<sup>383</sup> Flicker, S., Haans, D., Skinner, H. (2004). Ethical dilemmas in research on Internet communities. *Qualitative Health Research*, 14(2), 124–134.

<sup>384</sup> Turpat.

<sup>385</sup> Madge, C. Developing a geographers' agenda for online research ethics.

<sup>386</sup> Seymour, W. S. In the flesh or online?

<sup>387</sup> Madge, C. Developing a geographers' agenda for online research ethics.

Gleisera (*Jack Glaser*), Džeja Diksita (*Jay Dixit*) un Donalda Grīna (*Donald Green*) pētījumu par rasistu komunikāciju tiešsaistē ar mērķi noskaidrot, kādos apstākļos indivīdi aizstāv vardarbību pret citām etniskajām grupām. Savus pētījuma subjektus par saviem nolūkiem viņi neinformēja, jo uzskatīja, ka identitātes atklāšanas dēļ intervējamie vairātos atklāti paust savus uzskatus. Jeila universitātes ētikas komisija šādu pieeju atbalstīja, jo pētījuma dati tiek ņemti no publiska foruma, bez pētnieku mānīšanās dalībnieki diez vai piekristu atklātu savus uzskatus, turklāt pētījuma subjektu identitāte tiek aizsargāta, un viņi savus uzskatus ir paiduši bez piespiešanas.<sup>388</sup>

Tādējādi var secināt, ka pētnieka neinformēšana par viņa iesaistīšanu pētījumā ir pieļaujama tikai tad, ja tam ir kāds būtisks iemesls. Taču parasti dalībniekiem ir tiesības zināt, ka viņi tiek novēroti, par viņiem tiek vākti dati, kā arī ir tiesības nepiekrīst savai dalībai pētījumā. Šādu pieeju promocijas darba pētījumā iespēju robežās esmu izmantojis arī es. Daudzi portāla *Sviesta ciba* dalībnieki par šāda pētījuma norisi uzzināja, kad tika izplatīta tiešsaistes anketa un publicēti tās sākotnējie rezultāti, un šis sākotnējais solis atviegloja arī pētījuma dalībnieku piesaistīšanu arī turpmākajās pētījuma fāzēs, piemēram, iegūstot viņu atļauju vākt un apstrādāt viņu tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstus.

### 5.3.3. Konfidencialitāte un atgriezeniskās saites sniegšanas iespējas

Līdzīgi kā veicot pētījumus bezsaistē, arī tiešsaistē pētniekam ir jā rūpējas, lai nodrošinātu dalībnieku konfidencialitāti (identitātes neizpaušanu) un par viņiem savākto privāto datu aizsardzību.

Pat gadījumā, ja pētnieks izvēlas kādu publiski pieejamu ierakstu un to publicē savā darbā un nemin autora vārdu vai pseidonīmu, citiem var būt iespējams autoru identificēt, ierakstot citātu tīmekļa meklētājā. Tāpēc pastāv arī viedoklis, ka pētniekam nevajadzētu savā darbā publiskot nekādu informāciju (tai skaitā tekstu citātus), kas varētu atklāt interneta žurnāla autora identitāti,<sup>389</sup> jebšu tas var krietni sarežģīt pētījumu, un tāpēc ne vienmēr tas ir izdarāms. Bažas par iespējamiem privātuma aizskārumiem galvenokārt attiecas uz kvalitatīvajām metodēm, piemēram, diskursa analīzē ir nepieciešams tieši norādīt izmantotos tekstus, lai pamatotu pētnieka spriedumu. Lai saglabātu anonimitāti, daži autori iesaka pārfrāzēt informantu izteikumus, tomēr, izmantojot dažas pētniecības metodes, secinājuma pamatošanai var būt nepieciešami gan oriģinālie teksti, gan pseidonīmi.<sup>390</sup>

Taču kopumā pētnieki parasti cenšas informēt dalībniekus par pētījuma norisi un sargāt viņu identitātes. P. Hodkinsons, pētot gotu kultūru portālā *LiveJournal*, tur bija izveidojis arī

<sup>388</sup> Glaser J., Dixit, J., & Green, D. (2002). Studying hate crime with the Internet: what makes racists advocate racial violence? *Journal of Social Issues*, 58(1), 177–193.

<sup>389</sup> Hookway, N. 'Entering the blogosphere.'

<sup>390</sup> Ess, C. Internet research ethics.

savu profilu. Viņš raksta, ka, „lai gan es centos iesaistīties *LiveJournal* aktivitātēs tik dabiski, cik iespējams, nemēģināju slēpt savas pētniecības intereses un laiku pa laikam uz tām konkrēti norādīju“.<sup>391</sup> Viņš neatklāj pētījuma dalībnieku vārdus (šādi rīkoties ir visai izplatīta prakse) un ir ieguvis citēto autoru piekrišanu viņu tekstu reproducēšanai. Līdzīgi rīkojas arī Farzaneha Moiniana (*Farzaneh Moinian*), kas pētījusi bērnu tiešsaistes dienasgrāmatas un ne tikai ir izvēlējusī informācijas avotiem pseidonīmus, bet arī slēpj pētītā portāla nosaukumu.<sup>392</sup> Viņa gan citē bērnu rakstīto, tomēr, ņemot vērā, ka oriģinālvaloda ir zviedru, un teksti ir tulkoti angļiski, tas, domājams, problēmas sagādāt nevar. Aptaujāto bērnu vecāku atļauja prasīta šajā pētījumā nav.

Etnogrāfiskajā pētījumā par sievietņu forumu un tā dalībnieču pieķeršanos kopienai Bārbara Leja (*Barbara Ley*) noslēgumā pie pateicībām raksta: „Esmu īpaši pateicīga sievietēm no foruma *Coming Up Roses*, kas ļāva man rakstīt par šo tiešsaistes grupu un piedalījās projektā.“ *Coming Up Roses* nav īstais tiešsaistes vietnes nosaukums, bet gan pseidonīms, kas radīts sadarbībā ar vietnes dalībniecēm, arī dalībnieču vārdi ir aizstāti ar pseidonīmiem.<sup>393</sup> Tomēr ir gadījumi, kad pētnieki citē blogu ierakstu autorus un norāda to lietotājavārdus, tā arī skaidri nepasakot, kādi ir bijuši ētiskie apsvērumi. Tā rīkojas, piemēram, Kurts Lindemans (*Kurt Lindeman*), kas pie tīmekļa žurnāla autoru rakstītajiem tekstiem norāda to lietotājavārdus<sup>394</sup> un P. de Lāts, kas citē autorus, kuru teksti rakstīšanas brīdī jau ir bijuši dzēsti.<sup>395</sup> Pētot sociālās tīkšanas servisa *MySpace* lietotāju profilus kā gaumes izrādīšanu, Hugo Liu (*Hugo Liu*) raksta, ka ir automatizēti nokopējis 198 692 publiski pieejamos profilus. Viņš norāda, ka privātuma sargāšanas nolūkos pētījumā nav izmantojis privātos profilus, kurus aplūkot var tikai tad, kad lietotājs ir reģistrējies sistēmā — savukārt pārējos acīmredzot uzskata par publisku informāciju.<sup>396</sup> Arī „lielo“, populāro blogu pētniecībā orientācijas dēļ uz publisko komunikāciju to autoru anonimitātes principi pētījumos netiek tik strikti noteikti, un tajos tiek norādīti autoru vārdi vai pavārdi un tīmekļa vietņu adreses.<sup>397</sup>

Vairumu no kvantitatīvajām metodēm šīs problēmas neskar, un šajā jomā ir daudz metožu, kas ļauj pētīt vēstījumu īpašības, nevis pašus vēstījumus. Tā tas ir, piemēram, ar

<sup>391</sup> Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualization.

<sup>392</sup> Moinian, F. (2006). The construction of identity in the Internet: Oops! I've left my diary open to the world! *Childhood*, 13(1), 49–68.

<sup>393</sup> Ley, B. (2007). Vive les Roses!: The architecture of commitment in an online pregnancy and mothering group. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1388–1408.

<sup>394</sup> Lindemann, K. (2005). Live(s) online: Narrative performance, presence, and community in LiveJournal.com. *Text and Performance Quarterly*, 25(4), 354–371.

<sup>395</sup> De Laat, P. B. Online diaries.

<sup>396</sup> Liu, H. (2008). Social network profiles as taste performances. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 252–275.

<sup>397</sup> Sk., piem., Reese, S., Rutigliano, L., Hyun, K., & Joeng, J. (2007). Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena. *Journalism*, 8(3), 235–261.

kontentanalīzi, tēmu analīzi vai citām metodēm, kas neizpauž vēstījumu autoru identitāti vai necitē pašu vēstījumu fragmentus. Tāpēc daudzos pētījumos, kuros ievākti un analizēti kvantitatīvi dati (piemēram, aptaujās), ētikas jautājumi konkrēti vispār netiek aplūkoti. Viens no izņēmumiem ir Patijas Valkenburgas (*Patti Valkenburg*) un Johena Petera (*Jochen Peter*) pētījums par jauniešu interneta lietošanu un labklājību — rakstā norādīts, ka pirms pusaudžu aptaujas, kas notikusi internetā, iegūta arī viņu vecāku atļauja, kā arī uzskaitīts, kas darīts, lai apliecinātu aptaujas konfidencialitāti, anonimitāti un privātumu.<sup>398</sup> Ja tiek citēto aptaujas dalībnieku rakstītie vēstījumi, kā identifikators var tikt norādīts tikai dzimums un ģeogrāfiskā atrašanās vieta.<sup>399</sup>

Interneta pētnieku asociācijas ētikas vadlīnijās teikts, ka informācijas avotu konfidencialitātes saglabāšana ir atkarīga no pētniecības vides. Ja dalībnieki ir subjekti (tā tas ir tērzētavās, daudzlietotāju spēļu vidēs (*MUD*)), nepieciešamā konfidencialitāte ir lielāka nekā vidēs, kurās dalībnieki ir autori (interneta lapās, tīmekļa žurnālos, lielās *Listserv* vēstkopās).<sup>400</sup> Pastāv iespēja, ka autoriem nebūs svarīgi saglabāt striktu konfidenciali, jo ir ieinteresēti, ka viņu materiāli tiek izplatīti un viņiem tiek piedēvēts autoru gods — cienot viņus, pētniekam uz savu informantu tekstiem ir korekti jāatsaucas. Taču jebkurā gadījumā pirms pētījuma veikšanas pētnieks ar dalībniekiem vienojas par viņu identitātes slēpšanas mehānismiem — tai skaitā par viņu lietotārvārdu aizstāšanu ar citiem segvārdiem, tekstu tiešu necitēšanu.

Līdzīgi kā pētījumos bezsaistē, arī datormediētās komunikācijā pēc tam, kad pētījums ir noslēdzies, dalībniekiem vajadzētu būt iespējai uzzināt par rezultātiem. Tiešsaistes saziņā dalībnieku informēšana var notikt gan e-pasta formā, gan pētījumam veltītā tīmekļa vietnē, kurā var publicēt pētījuma materiālus un aicināt dalībniekus izteikt savu viedokli.<sup>401</sup> Šī pieeja gan dalībniekiem ļauj uzzināt, kādi dati par viņiem ir vākti un kā izmantoti, gan pētniekam ļauj saņemt atgriezenisko saiti un novērst iespējamās kļūdas.

#### **5.3.4. Ētikas vadlīnijas pētniecībai tiešsaistē**

Ētikas apsvērumu analīze parāda, ka galvenajos virzienos par vērtībām un tiesībām ir zināma vienprātība, tomēr ir jautājumi, it sevišķi saistībā ar pētījuma subjektu atļaujas saņemšanu datu izmantošanai, kas ir diskutabli var ir atkarīgi no konkrētā pētījuma konteksta. Ētikas vadlīnijas ir paredzētas, lai aizsargātu pētījuma subjektus, tomēr tās nevar paredzēt visus gadījumus un ir daudz gadījumu, kuros lēmums par ētisku rīcību ir jāpieņem pašam pētniekam.

<sup>398</sup> Valkenburg, P. M., & Jochen, P. Online communication and adolescent well-being.

<sup>399</sup> Viégas, F. Bloggers' expectations of privacy and accountability.

<sup>400</sup> Ess, C., The AoIR Ethics Working Committee. *Ethical decision-making and Internet research.*

<sup>401</sup> Madge, C. Developing a geographers' agenda for online research ethics.

Labo tiešsaistes subjektu pētniecības praksi lielā mērā apkopo Eiropas Viedokļa un tirgvedības izpētes biedrības (*European Society for Opinion and Marketing Research; ESOMAR*) interneta pētniecības ētikas kodeksa nostādnes. Uz promocijas darba izstrādi attiecināmie šī kodeksa principi, kas attiecas gan uz datu vākšanu, gan analīzi, ir šādi:

- 1) dalība pētījumā ir brīvprātīga un dati par respondentu netiek vākti bez viņa ziņas, bet viņam pašam tiek sniegta pilnīga informācija par pētījumu, tai skaitā par laiku, ko viņam tas prasīs;
- 2) pētnieka identitāte ir atklāta, un pētījuma dalībniekiem ir iespējas ar viņu kontaktēties;
- 3) tiek garantēta respondenta anonimitāte
- 4) respondenti tiek informēti par privātuma nostādnēm;
- 5) pētnieks garantē datu drošību un to neizmantošanu kādiem citiem, ar respondentu nesaskaņotiem mērķiem;
- 6) auditorija netiek maldināta par datu ticamību un validitāti (*reliability and validity*), un pētnieks izmanto zinātniski pamatotas atlasas metodes, skaidri norāda izlases kopumu (*sample universe*), pētniecības pieeju, respondentu aktivitāti un skaitļošanas metodi, ja tas ir iespējams; kā arī norāda iespējamās dažādu faktoru dēļ radušos rezultātu ierobežojumu;
- 7) Respondenti nesaņem negribētus e-pastus (*unsolicited e-mail*).<sup>402</sup>

Lai arī ne dalībnieku pieejamības un tiešsaistē publicētās informācijas dažādo uztvertā publiskuma līmeņu atšķirību dēļ vienmēr ir iespējams sekot striktākajiem viedokļiem par pētniecības ētiku, vācot un apstrādājot datus promocijas darba pētījumam, esmu vadījies pēc tā, lai radītu pēc iespējas mazāk negribētu privātuma risku pētījuma dalībniekiem un pret viņiem neizmantotu uzticēšanos, ko viņi man kā pētniekam ir izrādījuši.

---

<sup>402</sup> ESOMAR (n.d.). Conducting market and opinion research using the Internet. *European Society for Opinion and Marketing Research*. Retrieved Jan. 18, 2009, from [http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR\\_Codes&Guideline-Conducting\\_research\\_using\\_Internet.pdf](http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guideline-Conducting_research_using_Internet.pdf)



## 6. TIEŠSAISTES KOPIENU ANALĪZE

ko es gribu? nezinu. laikam neko negribu.  
vasarā liekas, ka nekad nebeigsies vasara, ziemā liekas, ka nekad nebeigsies ziema,  
bērnībā liekas, ka bērnība nekad nebeigsies, liekas, ka visu mūžu spēlēšos ar lellēm,  
attiecīgi jaunībā liekas, ka nekad nebeigsies jaunība, bet pusmūžā dies viņ' zin', kas  
liekas, pusmūžā neko vairs nevar saprast. nez, kad sāk domāt, ka vairs jau nekas  
daudz nav atlicis.  
šobrīd neko negribas. ko vēl nesen gribēju, vairs negribu, jo negribu to, kas nav  
mans.

— *Putnupr, 2011. gada 28. decembris*

Jēdziens „sociālo tīklu portāls“ apzīmē noteikta veida tīmekļa vietnes (komunikācijas infrastruktūru), kurās var darboties tiešsaistes kopienas, turpretim tiešsaistes kopienas ir sociālās grupas, kuras var identificēt pēc noteiktiem to aktivitāšu raksturojumiem, nevis specifiskiem medijiem, kurus to dalībnieki izmanto saziņā (sk. 1.1.2. nodaļu). Šajā nodaļā tiek aplūkotas tiešsaistes kopienu veidošanās iespējas pētījumā iekļautajos sociālo tīklu portālos un tiek analizēts, kāda mijiedarbība starp lietotājiem notiek.

Tiešsaistes kopienu analīze sastāv no divām daļām. Pirmajā daļā, pamatojoties uz iespējošanas (*affordances*) pieeju un izmantojot kvantitatīvos datus, tiek izvērtēts *Sviesta cibā*, *Draugiem.lv* un *LiveJournal* tiešsaistes lietojums, lai noteiktu, cik ļoti šiem portāliem raksturīgās lietotāju sociālās aktivitātes liecina par tiešsaistes kopienu veidošanos tajos. Otrajā daļā, pamatojoties uz pirmajā daļā iegūtajiem rezultātiem, no šiem portāliem tiek identificēts viens — *Sviesta ciba* —, kurā ir lielas iespējas tiešsaistes kopienai veidoties. Izmantojot novērojumus par portāla lietojumu un pašu tā dalībnieku tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstus, tiek analizēta šinī portālā pastāvošā tiešsaistes kopiena un raksturotas konverģences kultūras izpausmes. Šos apsekojumu papildina arī intervēto *Sviesta cibas* dalībnieku viedokļi par sociālo mijiedarbību kopienā.

### 6.1. Tiešsaistes sociālo tīklu portāli kā tiešsaistes kopienu vietnes

Saskaņā ar M. Pārksa pieeju, lai tiešsaistes sociālo tīklu portālā varētu veidoties kopiena, lietotājiem ir jāveido savi profili un tie regulāri jāizmanto; šie profili ir jāpersonalizē (jāpielāgo atbilstoši savām vajadzībām, jāievada dati par sevi), kā arī jāveido sociālie kontakti un jāreaģē uz citu lietotāju vēstījumiem. Sociālo tīklu portālu izvērtējumā viņš aplūko tādas aspektus kā dalības iespējas, personiskās izpausmes iespējas un savienojumu veidošanas iespējas,<sup>403</sup> un šādu struktūru, papildinātu ar respondentu vērtējumiem par portāla

<sup>403</sup> Parks, M. Social network sites as virtual communities.

lietošanu, par pamatu ņemšu arī es, lai izvērtētu, kāds potenciāls ir tajos veidoties tiešsaistes kopienām. Personiskā izteikšanās un savienojumu veidošana ilustrē individualitātes un kolektivitātes elementus tiešsaistē, tādējādi tie ir nozīmīgi arī konverģences kultūras izpaušmju analīzei.

### 6.1.1. Dalības iespējas

Dalības iespējas var saprast kā dalības pieejamību plašam indivīdu lokam, iesaistīšanās nesarežģītību un ilgstamību.

Visos trijos portālos — *Sviesta cibā*, *Draugiem.lv* un *LiveJournal* nav būtisku šķēršļu, kas jāpārvar, lai lietotājs varētu reģistrēties sistēmā un to lietot. Reģistrējoties tiek prasīta minimāla informācija — vārds un uzvārds (*Sviesta cibas* un *LiveJournal* gadījumā — pseidonīms vai vārds), dzimums (*Sviesta cibā* un *LiveJournal* dzimumu var nenorādīt), e-pasta adrese, dzimšanas datums (*Sviesta cibā* un *LiveJournal* to var nenorādīt). Citus datus par sevi — lietotāja attēlus, intereses, pašaprakstus var ievadīt pēc reģistrācijas.

*Sviesta cibas* darbības laikā ir izveidoti 36 758 lietotāju konti, no tiem kaut reizi atjaunināti ir 25 250, taču par aktīviem uzskatāmi 2004.<sup>404</sup> Ievērojamā starpība starp reģistrēto un regulāri izmantoto kontu skaitu nevar būt jēgpilns rādītājs lietotāju aktivitātei, jo ir likumsakarīgi, ka portāla pastāvēšanas gados kopš 2002. dienasgrāmatas rakstīt izmēģinājuši un pārtraukuši daudzi lietotāji. Būtiskais rādītājs ir komunikācijas intensitāte pašlaik un tas, kādās mijiedarbībās iesaistās tie aptuveni divi tūkstoši lietotāju, kuri portālu izmanto nosacīti regulāri. Salīdzinājumā ar pārējām aplūkotajām vietnēm *Sviesta ciba* ir neliels portāls, ko var izskaidrot ar portāla specifiku. Portāla tehniskā risinājuma „vecmodīgums“ un tiešsaistes dienasgrāmatu (blogu) kā pašizteikšanās formas izešana no modes līdz ar vispārējo interešu „moderno“, faktiskajai kultūrai vairāk atbilstošo mediju — *Draugiem.lv*, *Twitter*, *Facebook* popularitātes pieaugumu šā gadu tūkstoša pirmās desmitgades vidū<sup>405</sup> ir daži no apstākļiem, kas noteikuši ka *Sviesta cibā* ir palikuši

<sup>404</sup> *Sviesta cibas* statistika: <http://klab.lv/stats.bml>. 2012. gada 28. jūlija dati.

<sup>405</sup> Latvijā nav nostiprinājusies spēcīga blogu vai cita veida alternatīvo, neformālo mediju kultūra. Blogošana Latvijas tiešsaistes vidē popularitāti iemantoja salīdzinoši lēnām, un par plaši atpazītu aktivitāti tā kļuva tikai ap 2006. gadu, kad portāls *v-Diena* kļuva pirmo lielo mediju, kas sāka piedāvāt arī dažādu ekspertu un politiķu blogus, un savu blogošanas platformu izveidoja arī *Nozare.lv*. Šai parādībai ienākot publiskajā telpā, blogi, kas agrāk bija tikai lielākoties tikai šaura, tehnoloģiski zinoša un tehnoloģijās ieinteresēt sabiedrības segmenta aktivitāte, kļuva populāri. Manāmi vairāk kvalitatīva satura Latvijas tiešsaistes vidē līdz ar blogošanas plašāku pazīstamību tomēr neparādījās, tie pārsvarā bija privāti mediji ar stāstiem par indivīda aktualitātēm, nevis par kādiem publiskiem jautājumiem vai kādu citu sfēru, kurā autors varētu būt eksperts. Arī masu mediju tiešsaistes platformu blogu sadaļas bija visai neveiksmīgas, jo tajās trūka atraktīva, aktuāla satura, un autori (politiķi, eksperti, žurnālisti) nemācēja izmantot šo mediju atbilstoši tā stiprajām pusēm (iespēja veidot neformālāku izteikšanās stilu, izmantot multimedijus, uzturēt dialogu ar auditoriju). Pirms blogošanas kļuva nobrieda par nopietnas, publiskas informācijas apkopošanas un viedokļu paušanas jomu, „mode“ beidzās, jo tā vietā nāca sociālie mediji, kas vēl labāk spēja apmierināt funkcijas, kuras pirms tam daudziem pildīja aktivitātes blogošanas platformās.

motivētākie lietotāji, kurus tur piesaista citu lietotāju ieraksti un kontaktēšanās ar viņiem tieši tādā formātā, kādu paredz portāla uzbūve, un pārējie apstākļi ir sekundāri. Kāds lietotājs *Sviesta cibas* atšķirību no citiem sociālajiem tīkliem raksturo šādi:

Šo te vietni no pārējām purniņgrāmatām [domāts *Facebook* — J.B.] atšķir tas, ka cilvēki (vismaz +/- vērā ņemamā lietotāju daļa) viedo kontaktus ne uz "es viņu pazinu pamatskolā", ne uz "awwww, smuka jūzerbildīte", ne uz "gribu iepazīties" pamatiem, nē. Te ir tāds negaidīts kritērijs, kā "vai man ir interesanti lasīt konkrēto lietotāju", tātad lai sagaidītu kaut kādu sekotāju plūsmu ir jānodrošina interesants(!), lasāms saturs. (*Autors 1*)

*LiveJournal* darbības principi ir identiski *Sviesta cibai*. Šis portāls ir starptautisks, tādējādi tam ir iespēja iegūt plašāku lietotāju loku. Lielākie portāla segmenti ir Krievijā, kur *LiveJournal* ir nozīmīga politiskās izteikšanās platforma, un ASV. Portāla darbības laikā kopš 1999. gada tajā ir bijuši izveidoti vairāk nekā 38 miljoni lietotāju kontu (2012. gada dati), tomēr no tiem kaut reizi atjaunināti tiek apmēram puse (19 928 297), un vēl mazāk ir aktīvo — 1 750 877.<sup>406</sup> Lai arī *LiveJournal* lietotāju ir ievērojami vairāk nekā *Sviesta cibā*, tomēr portāls lietotāju skaita ziņā, salīdzinot ar pasaulē populārākajiem sociālajiem medijiem, kuru lietotāju skaits mērāms simtos miljonu, nav uzskatāms par lielu. Ir pamats uzskatīt, ka, līdzīgi kā *Sviesta cibas* gadījumā, arī *LiveJournal* ir kļuvis par nišas vietni, kamēr lielākās lietotāju masas labprātāk izvēlas citas, „modernākas“ platformas.

*Draugiem.lv* ir vienīgais portāls, kurā darbojas ielūgumu sistēma, kas nozīmē, ka reģistrēties var tikai tie, kurus vietnē ir ielūdzis kāds tur jau esošais lietotājs. Parasti šāda iespēja tiek izmantota šāda veida vietņu darbības sākumposmā — ierobežojot reģistrēšanos, ir iespējams testēt sistēmas darbību un novērst dažādas tehniskas problēmas pirms portāls tiek atvērts neierobežotai reģistrācijai. Tomēr *Draugiem.lv* popularitātei šāds pastāvīgs reģistrēšanās ierobežojums netraucē: šis portāls ir viens no retajiem Eiropā, kas savā mītnes valstī ir populārāks nekā pasaulē visplašāk lietotā šāda veida vietne *Facebook*.<sup>407</sup> Un, tā kā portāls ir tik populārs, potenciālajam dalībniekam nav grūti atrast kādu jau esošu vietnes lietotāju un palūgt ielūgumu. Šāda shēma ilustrē arī sociālo tīklu plašumu un indivīdu savstarpējo saistību: ikviens, kurš portālā reģistrējies, to ir varējis izdarīt tikai tāpēc, ka viņam ir pazīšanās ar citiem portāla lietotājiem. Turklāt nelieli reģistrēšanās šķēršļi palīdz ierobežot dažādus huligānisma veidus; tam varētu arī būt ietekme uz lietotāju rīcības

---

Uz maniem un citu speciālistu novērojumiem balstīti secinājumi par blogošanas neaktualitāti Latvijas tiešsaistes mediju vidē lasāmi arī: Juzefovičs, J. (2011). *Mapping digital media: Latvia*. Open Society Foundations. P. 42. Sk. 2012. g. 12. aug. <http://www.soros.org/reports/mapping-digital-media-latvia>

<sup>406</sup> Livejournal.com statistika: <http://www.livejournal.com/stats.bml>. 2012. gada 21. jūlija dati. <http://www.livejournal.com/stats.bml>

<sup>407</sup> Linsell, K. (2011, Nov 8). Facebook wins competition of clones as Europeans seek global network: Tech. *Bloomberg*. Retrieved April 14, 2012, <http://www.bloomberg.com/news/2011-11-07/facebook-wins-competition-of-clones-as-europeans-seek-global-network-tech.html>

virzīšanu vēlamā virzienā arī citos veidos. Pēc Latvijas Interneta asociācijas datiem, 2012. gadā augustā *Draugiem.lv* bija reģistrējušies 1 255 772 lietotāji no Latvijas,<sup>408</sup> kas ir 61% no valsts iedzīvotāju skaita.<sup>409</sup> (Latvijā, pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, internetu regulāri lieto 66% iedzīvotāju,<sup>410</sup> tādējādi var uzskatīt, ka no šīs iedzīvotāju grupas *Draugiem.lv* lietotāji ir 92%.) Visi trīs portāli darbojas vairākus gadus (jaunākais no tiem — *Draugiem.lv* — izveidots 2004. gadā), un, neskatoties uz epizodiskām tehniskām problēmām (tas it sevišķi sakāms par *Sviesta cibu*, kuras īpašnieki pakalpojuma attīstīšanai lielu uzmanību nepievērš), tie ir stabili, un nav pamata domāt, ka tie varētu tuvākajā laikā pārtraukt darboties. Šāds priekšstats par stabilitāti arī palīdz piesaistīt lietotājus, kurus pakalpojuma iespējamais īslaicīgums varētu atturēt no daudz enerģijas un resursu ieguldīšanas aktivitātēs portālā.

Kopumā var secināt, ka lietošanai visatvērtākie portāli ir *Sviesta ciba* un *LiveJournal*, tomēr to lietošanas izplatības salīdzinājums valstu vai citu lietotāju segmentu robežās parāda, ka visvieglāk lietotājus piesaista tieši *Draugiem.lv*. Tas ir skaidrojams ar aktivitātēm, kurās iesaistīties katrā no portāliem ir iespēja. *Draugiem.lv* šādu aktivitāšu ir krietni vairāk nekā pārējiem portāliem: ir iespējams ievietot fotoalbumus un tos komentēt, rakstīt privātas vēstules, publicēt dienasgrāmatu ierakstus, apmainīties ar dāvanām, spēlēt spēles un darīt daudz ko citu. Lai gan 7. nodaļā, kur analizēts tiešsaistes sociālais kapitāls, tiks norādīts, ka reālās sociālās un pašizteikšanās aktivitātes, kurās lietotāji iesaistās, dienasgrāmatu portālos ir daudzveidīgākas, tomēr iespējamo darbību ziņā, kas indivīdam ir pieejamas, *Draugiem.lv* var tikt uzskatīts pievilcīgāku tiešsaistes aktivitāšu vietni.

### 6.1.2. Personiskās izpaušanās iespējas

Vairums sociālo tīklu portālu ir piemēroti gan savienojumu veidošanai, bet arī pašizpaušmei. Par pašizpaušmi liecina, piemēram, sava profila izskata pielāgošana un personiskas informācijas, piemēram, attēla ievietošana. Lietotājiem ir zināmas iespējas izmainīt gan savas dienasgrāmatas vizuālo izklājumu. *Sviesta cibā* noklusējuma dizains ir viens no nepopulārākajiem, un vairums lietotāju dienasgrāmatas izskatu ir apzināti nomainījuši pret citiem piedāvātajiem standarta dizainiem un pielāgojuši krāsu paleti. Gan *Sviesta cibā*, gan *LiveJournal* ir iespēja arī plašāk modificēt tiešsaistes dienasgrāmatas izskatu, tomēr tas ir visai sarežģīti un prasa specifiskas zināšanas, tāpēc lielākā daļa lietotāju šādas pārveides neveic. *Draugiem.lv* lietotājiem ir pieejami dažādi standarta dizaini (t. s.

<sup>408</sup> Draugiem.lv pārstāvju sniegtā informācija e-pasta sarakstē, 2012. gada 14. augusts.

<sup>409</sup> Centrālā statistikas pārvalde (2012). 2011. gada tautas skaitīšana — Galvenie rādītāji. Sk. 2012. g. 14. aug. <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/2011gada-tautas-skaitisana-galvenie-raditaji-33608.html>.

<sup>410</sup> Centrālā statistikas pārvalde (2012). Informācijas tehnoloģijas — Galvenie rādītāji. Sk. 2012. g. 14. aug. <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/informacijas-tehnologijas-galvenie-raditaji-30332.html>

„ādiņas), no kā izvēlēties un tādējādi pielāgot savu profilu. Plašāk par pašizpaušmju iespējām tiešsaistes sociālo tīklu profilā sk. 8.1.1. nodaļu.

Novērojumi liecina, ka lielākā daļa *Draugiem.lv* lietotāju ir ievietojuši profila attēlu, ko M. Pārkss portāla *MySpace* apskatā interpretējis kā lietotāja individualitātes un komunikatīvās pieejamības izpaušmi. *LiveJournal* un *Sviesta cibas* lietotāji augstāk vērtē anonimitāti/pseidonimitāti un reti kad citiem atklāj, piemēram, savu izskatu, toties lielāks uzsvars tiek likts uz pašatklāšanos tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstos (sk. 9.5.1 nodaļu).

## 2. tabula. Portālu lietošanas veidi

(Summētas atbildes „bieži“ un „dažreiz“)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
Rakstu par savas dzīves notikumiem	85%	18%	86%
Rakstu par saviem pārdzīvojumiem, izjūtām, emocijām	83%	14%	82%
Spēlēju lomu spēles, pieņemot jaunas identitātes	11%	7%	7%
Publicēju savu jaunradi (stāstus, dzeju, fotogrāfijas, utt.)	31%	47%	65%
Publicēju pārdomas par plašākiem procesiem (politiku, ekonomiku)	41%	8%	43%
Publicēju recenzijas vai pārdomas par nesen redzēto, dzirdēto, lasīto	58%	8%	68%
Pierakstu interesantu informāciju (saites, attēlus, citātus)	65%	36%	70%
Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu reālajā dzīvē	71%	98%	65%
Izmantoju, lai paplašinātu savu draugu un paziņu loku; atrastu cilvēkus, ar ko iepazīties reālajā dzīvē	35%	31%	52%

Ziņas par lietotāju pašizpaušmi var gūt, salīdzinot trīs portālu lietotāju aptaujas datus par to, kādām personiskās izteiksmes aktivitātēm šie portāli tiek izmantoti. Lietotāju aptaujas dati (2. tabula) rāda, ka tiešsaistes dienasgrāmatu portālu lietošana ir daudzveidīgāka nekā *Draugiem.lv* lietošana. *Draugiem.lv* ir viena aktivitāte, kurā „bieži“ vai „dažreiz“ iesaistās absolūtais vairums (98% lietotāju) — saziņa ar pazīstamiem cilvēkiem, un ir vēl viena aktivitāte, kurā „bieži“ vai „dažreiz“ iesaistās tuvu pusei (47%) lietotāju — savas jaunrades publicēšana. Turpretim gan *Sviesta cibas*, gan *LiveJournal* respondenti ir norādījuši, ka, neskatoties uz to, ka šajos portālos tehnisko iespēju dažādām aktivitātēm ir krietni mazāk nekā *Draugiem.lv*, portāli tiek izmantoti daudzveidīgāk — aktivitāšu, kurās „bieži“ vai

„dažreiz“ ir iesaistījusies vairāk nekā puse respondentu ir vairāk. Abu dienasgrāmatu portālu respondenti šīs vietnes plaši izmanto personiskai pašizteiksmei: raksta par savas dzīves notikumiem; raksta par saviem pārdzīvojumiem, izjūtām, emocijām; publicē recenzijas vai pārdomas par nesen redzēto, dzirdēto, lasīto; pieraksta interesantu informāciju, turklāt arī šajos portālos ir augsts rādītājs kontaktu uzturēšanai ar pazīstamiem cilvēkiem. *LiveJournal* augsti ir arī jaunrades publicēšanas un pazīstamo cilvēku loka paplašināšanas lietojumu rādītāji.

*Sviesta cibas* un *LiveJournal* respondentu norādītie portālu lietojuma rādītāji, kas ir augstāki nekā *Draugiem.lv* respondentu atbilžu rādītāji, parāda, ka kopumā tiešsaistes dienasgrāmatu portāli tiek uzskatīti par piemērotākiem pašizteiksmei. Lai arī lietotājiem dažādas tehniskas iespējas pašizteiksmei, tas nenozīmē, ka tās attiecīgi tiek izmantotas. Ja neskaita daiļrades publicēšanu, *Draugiem.lv* respondenti šajā portālā pašizteiksmes funkciju kopumā nesaskata.

### 6.1.3. Savienojumu veidošanas iespējas

Daudzos tiešsaistes sociālo tīklu portālos savienojumus var veidot, izmantojot daudzveidīgus rīkus: var pievienot cits citu „draugiem“, sūtīt tiešos ziņojumus, kas ir analogi e-pastam. Var veidot lietotāju grupas, lai mijiedarbotos tikai ar šo grupu pārstāvjiem, gan izveidot pasākumu vai notikumu paziņojumus, kas informē par šiem pasākumiem un ļauj atzīmēties tiem, kuri plāno tos apmeklēt. Var komentēt lietotāju dienasgrāmatu ierakstus un albumus, spēlēt kolektīvas spēles, apmainīties ar dāvanām un cits citu „pabakstīt“ (*poke*), utt. Katram sociālo tīklu portālam ir atšķirīgas tehniskās iespējas, kā arī atšķiras faktiskais šo iespēju lietojums. Tomēr gandrīz visos šāda veida portālos visredzamākie un attiecību veidošanas/uzturēšanas ziņā potenciāli funkcionālākie savienojumu veidi ir tie, kas tiek izveidoti citam citu „piedraugojot“ atstājot atsauksmes.

Atsauksmju (komentāru) rakstīšana ir pašsaprotama tiešsaistes sociālās mijiedarbības pazīme, taču nozīmīga komunikatīva funkcija ir arī pašai „piedraugošanai“ — var tikt saistīta ar neverbālu vēstījumu nodošanu. Šis vēstījums var ietvert atzinību par saistošiem ierakstiem vai zīmi par pieņemšanu, tā var būt arī atbilde uz piedraugošanu, iezīmēt bezsaistes vidē jau pastāvošus kontaktus un nest citus vēstījumus.<sup>411</sup>

Būtiski ir uzsvērt savienojumu veidošanas atšķirības analizētajos portālos. *Sviesta cibā* un *LiveJournal* ir iespējami vienpusēji savienojumi, kas nozīmē, ka savienojums var darboties gadījumā, ka lietotājs kādu ir piedraugojis, bet piedraugotais nav atbildējis ar to pašu. Šādā gadījumā piedraugojušais var sekot līdzī vismaz publiski pieejamajiem otra lietotāja

---

<sup>411</sup> Fono, D., & Raynes-Goldie, K. Hyperfriendship and beyond.

ierakstiem un uz tiem reaģēt. Turpretim *Draugiem.lv* savienojumi ir iespējami tikai gadījumā, ja „draugos“ aicinātais lietotājs uzaicinājumu ir apstiprinājis: šādā gadījumā lietotāji parādās viens otra „draugos“ un var sekot līdz viens otra sniegtajai informācijai. Tikai abpusējo savienojumu atļaušana veicina līdzīgākas lietotāju attiecības, turpretim vienpusējo savienojumu iespējamība palielina lietotāju iespējas veidot plašāku sociālo tīklu. Abpusējo savienojumu veicināšanu tādējādi var interpretēt kā attiecību veicināšanu, vienpusējo — informācijas gūšanas iespēju paplašināšanu.

**3. tabula.** „*Draugiem*“ pievienoto lietotāju skaits un iegūtā atgriezeniskā saite

(Vidējie aritmētiskie rādītāji)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
Cik citu portāla lietotāju esi pievienojis (-usi) saviem „draugiem“?	48	197	100
Cik ierakstu vienā nedēļā Tu publicē savā profilā?	5	x	4
Apmēram cik atsauksmju vai kādu citu vēstījumu esi saņēmis (-usi) portālā pēdējās nedēļas laikā?	9	14	22

**1. piezīme:** Portāla *Draugiem.lv* respondentiem netika uzdots jautājums par nedēļā publicēto ierakstu skaitu

**2. piezīme:** Respondentu atbildes pārkodētas, izmantojot atbilžu variantā sniegtā intervāla vidējo vērtību. Piemēram, atbilde „1 līdz 5“ pārkodēta par 3, bet „10 līdz 20“ — par 15. Lielākā, pēdējā atbilde (piemēram, „51 un vairāk“) pārkodēta, izmantojot pusi no nākamā soļa, kāds izriet no iepriekšējā atbildes soļa. Tādējādi, ja iepriekšējais solis ir „41 līdz 50“ un pēdējā atbilde ir „51 un vairāk“, tad pēdējā atbilde pārkodēta par 55

**3. piezīme:** Tabulā atainotā vērtība ir pārkodēto vērtību vidējais aritmētiskais rādītājs

Turpinājumā aplūkošu trīs portālu respondentu atbildes saistībā ar „draugiem“ pievienoto lietotāju skaitu, nedēļā publicēto ierakstu skaitu un saņemto atsauksmju skaitu. Kā redzams 3. tabulā, pastāv nozīmīgas atšķirības savienojumu veidošanā un uzturēšanā šajos portālos. Jau iepriekšējā sadaļā tika noskaidrots, ka *Draugiem.lv* visvairāk tiek izmantots tieši esošo pazišanos uzturēšanā, taču mazākā mērā nekā abi pārējie portāli — jaunu pazišanos veidošanā. Dati par savienojumu daudzumu parāda, ka šī portāla lietotājiem „draugu“ ir krietni vairāk nekā abos pārējos portālos. Tomēr šis skaitlis apzīmē tikai tehnisku savienojumu esamību — tas ir skaitlis, kuru lietotājs var uzzināt, paraugoties savā profilā. Savukārt reāli funkcionējošo savienojumu skaits, visticamāk, ir mazāks. Par reāli funkcionējošiem savienojumiem liecina tas, ka ar tiem indivīdam patiešām notiek saziņa. To ilūstrē atgriezeniskā saite — tas, cik atsauksmju vai cita veida vēstījumu indivīds noteiktā

laikposmā saņem. Salīdzinot proporcijas starp saņemtajām atsauksmēm un „draugu“ sarakstu, ir redzams, ka esošie savienojumi intensīvāk tiek izmantoti tieši dienasgrāmatu portālos. ***Draugiem.lv* respondentiem, lai iegūtu vienu atsauksmi nedēļā, nepieciešami vidēji 14 „draugi“, *Sviesta cibas* respondentiem 5,3, bet *LiveJournal* — 4,5.** Taču visos portālos ir statistiski nozīmīga korelācija starp pievienoto „draugu“ skaitu un saņemto atsauksmju skaitu (*Sviesta ciba*:  $r_s = 0,4$ ,  $p \leq 0,01$ ; *Draugiem.lv*:  $r_s = 0,35$ ,  $p \leq 0,01$ ; *LiveJournal*:  $r_s = 0,48$ ,  $p \leq 0,01$ ).<sup>412</sup> Tādējādi, jebšu pievienoto „draugu“ skaits ir saistīts ar tiešsaistes sociālo mijiedarbību, tomēr šīs mijiedarbības apjomi portālos var krietni atšķirties, un tiešsaistes dienasgrāmatu portāli tādējādi var tikt uzskatīti par tādiem, kuros ir lielāka iespēja konstatēt tiešsaistes kopienas pazīmes.

#### **6.1.4. Ieguvumi un zaudējumi no tiešsaistes aktivitātēm**

M. Pārks pētījumā par *MySpace* secina, ka gan aktivitātes, gan personiskās izteikšanās, gan savienojumu ziņā šī sociālo tīklu portāla lietotāji demonstrē visai zemu aktivitāti.<sup>413</sup> Citi pētījumi par šo portālu, piemēram, Stīva Džounsa (*Steve Jones*), Sāras Millermaieres (*Sarah Millermaier*), Marianas Gojas-Martinesas (*Mariana Goya-Martinez*) un Džesikas Šūleres (*Jessica Schuler*) veiktais, parāda, ka portāla lietotāji plaši to izmanto personisko identitāšu un attiecību veidošanai tiešsaistē.<sup>414</sup> Pētniekiem, kuri saistībā ar šādu portālu lietojumu ir nonākuši pie optimistiskākiem secinājumiem nekā viņš, M. Pārks pārmet, ka tie datus ir aplūkojuši tendenciozi, jo pievērsušies tikai aktīvākajai lietotāju grupai, novārtā atstājot kopējo ainu. Manuprāt, nav tik svarīgi, cik liela reģistrēto portāla lietotāju daļa iesaistās kopienas veidošanas aktivitātēs. Likumsakarīgi, ka daļa lietotāju ir reģistrējušies ziņkārības pēc, vai arī dažādu iemeslu dēļ ir zaudējuši interesi par portālā notiekošo, tāpēc lietotāju kontu skaits un izmantošanas formālie rādītāji nevar būt par pamatu, lai izdarītu secinājumus par portāla sociālo potenciālu. Nozīmīgāk ir analizēt, kādi ir iesaistīšanās iznākumi tiem, sociālo tīklu portālā ir iesaistījušies kopienās un kādā veidā šajās kopienās sabiedriskums tiek konstruēts un uzturēts. Ir jāpievēršas nevis sociālo tīklu portālu raksturojumam pēc aktīvo lietotāju proporcijas skaita, bet gan jānoskaidro, kas ir indivīdi, kuri saliedētās kopienās spēj iesaistīties, ko viņi no tā iegūst un ko zaudē. Tāpēc pēdējā kvantitatīvo datu analīzes sadaļā salīdzināšu trīs portālu respondentu viedokli par ieguvumiem un zaudējumiem no savām aktivitātēm šajos portālos.

<sup>412</sup> Tā kā dati neatbilst normālas izkļedes (*normal distribution*) parametriem, korelāciju analīzei visos promocijas darba aprēķinos izmantots Spīrmana korelācijas koeficients  $r_s$ .

<sup>413</sup> Parks, M. Social network sites as virtual communities.

<sup>414</sup> Jones, S., Millermaier, S., Goya-Martinez, M., & Schuler, J. (2008). Whose space is MySpace? A content analysis of MySpace profiles. *First Monday*, 13(9). Retrieved April 18, 2011, from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2202/2024>.



**4. tabula.** Respondentu uztvertie portāla lietošanas ieguvumi un zaudējumi  
(Summētas atbildes „ļoti nozīmīgi“ un „diezgan nozīmīgi“)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
Iepazīti jauni cilvēki, ar ko kontaktēties reālajā dzīvē	67%	40%	53%
Iepazīti jauni cilvēki, ar ko kontaktēties tiešsaistē	79%	36%	93%
Uzturētas un attīstītas jau esošas pazīšanās	72%	97%	64%
Gūts emocionāls atbalsts	57%	38%	75%
Sniegts emocionāls atbalsts	48%	39%	73%
Gūts materiāls atbalsts	4%	3%	5%
Sniegts materiāls atbalsts	3%	5%	8%
Rastas atbildes uz saviem jautājumiem	64%	51%	76%
Uzzināta jauna, saistoša informācija	94%	75%	90%
Iespēja pierakstīt sev svarīgos notikumus pēcākai lietošanai	82%	41%	79%
Iespēja dalīties savās emocijās	82%	37%	82%
Var diskutēt par publiskiem jautājumiem/notikumiem	76	39%	77%
Iespēja paust savu viedokli	84%	44%	87%
Palīdz pašrealizēties	79%	32%	80%
Izniekots laiks	46%	60%	57%
Radušās, draudējušas rasties problēmas attiecībās	18%	13%	15%
Radušās, draudējušas rasties problēmas darbā vai mācībās	9%	10%	12%
Pasliktinājusies psiholoģiskā labsajūta	10%	8%	4%

Tiešsaistes dienasgrāmatu un *Draugiem.lv* respondentu atbildes būtiski atšķiras arī šajā ziņā. Kā redzams 4. tabulā, daudzos gadījumos respondentu vērtējumi par noteiktajiem ieguvumiem un zaudējumiem ir diametrāli pretēji. Vismaz puse *Sviesta cibas* un *LiveJournal* respondentu par „ļoti nozīmīgiem“ vai „diezgan nozīmīgiem“ atzinuši jaunu bezsaistes un tiešsaistes pazīšanos veidošanu, emocionālā atbalsta gūšanu, savas dzīves notikumu pierakstīšanu, dalīšanos emocijās, diskusijas par publiskiem jautājumiem vai notikumiem, iespēju paust savu viedokli, bet nevienu no šiem aspektiem *Draugiem.lv* par tik būtisku neuzskata. Trīs portālu respondentiem domas sakrīt tikai par trīs aspektiem, kurus par „ļoti nozīmīgiem“ vai „diezgan nozīmīgiem“ ir atzinuši vismaz 50% respondentu: tie ir jau esošo

pazīšanos uzturēšana, atbilžu rašana uz saviem jautājumiem un jaunas, saistošas informācijas uzzināšana. Turklāt arī šajos gadījumos dienasgrāmatu portālu respondentu viedokļi tiecas būt savstarpēji līdzīgāki.

Šis atbilžu modelis, kurā dienasgrāmatu portālu atbilžu tendences ir savstarpēji līdzīgas un atšķiras no *Draugiem.lv*, nav tik labi redzams lietotājiem vērtējot portāla lietošanas negatīvajos aspektus. Laika izniekošana ir vienīgais negatīvais aspekts, kuru 50% vai tuvu tam par nozīmīgiem novērtējuši visu trīs portālu dalībnieki, bet šeit līdzīgāks rezultāts ir *LiveJournal* un *Draugiem.lv* respondentiem. Pārējie minētie negatīvie aspekti tiek uzskatīti par krietni nebūtiskākiem. Psiholoģiskās pašsajūtas pasliktināšanos kā „ļoti nozīmīgu“ vai „diezgan nozīmīgu“ aspektu izjutušo skaits ir līdzīgāks *Draugiem.lv* un *Sviesta cibas* respondentu atbildēs.

*Sviesta cibas* dalībnieku interviju rezultāti parāda līdzīgas tendences kā kvantitatīvie dati. Tikai daži intervētie norādīja uz sociālo tīklu portāla lietošanas negatīvajiem aspektiem, un tie paši bija saistīti ar laika resursiem, kurus šīs tiešsaistes aktivitātes paņem (1). Citi respondenti vairākkārt norādīja uz attiecību (2) uzturēšanas, veidošanas, kā arī (3) pašizteikšanās un diskutēšanas iespējām.

- (1) Vari darba laikā atvērt *Cibu*, paskatīties, kas tur notiek, ātri ierakstīt savu sakāmo un aiziet atkal strādāt. Protams, darba ražīgumu tas neviņo nekādā veidā. Man drausmīgi nepatīk, cik daudz laika es tur pavadu. Un tas varētu vienā brīdī būt moments, kāpēc es no turienes varētu pazust — jo nevaru atļauties. Laika ziņā tas ir pārāk dārgi, un tagad jau pārāk mazs ir ieguvums, ko es no turienes dabūju ārā. (*Dalībnieks J*)
- (2) Kādreiz es dzīvoju Lietuvā, draudzene dzīvoja Ņujorkā, un vajadzēja vietu, kur viena otrai un kopējiem draugiem varējām pastāstīt, kā mums iet. (*Dalībniece D*)
- (3) *Cibā* ir cilvēki, kuru vidū es varu justies kā savējais. Te ir cilvēki, kuri patiešām grib diskutēt par kaut ko vai pastāstīt citiem kaut ko, vai piesaistīt citu cilvēku uzmanību kaut kādai lietai, vai inteliģenti sarunāties. Te ir tas, kā pietrūkst daudz kur citur interneta sociālajos tīklos, kur cilvēki bieži vien tikai pārsūta viens otram bildītes ar zvēriņiem vai uzrakstiem, taču nesarunājas tā, pa īstam. (*Dalībniece A*)

Kopumā dati liecina, ka šajos portālos atšķiras indivīdiem pieejamais rīku un iespēju klāsts, kas ļauj iesaistīties dažādās aktivitātēs, tomēr tehnisko iespēju esamība nenozīmē, ka tās tiks izmantotas. Dažādo profila pielāgošanas, galeriju veidošanas, spēļu spēlēšanas, dāvanu apmaiņas un citu laika pavadīšanas iespējas vairumu *Draugiem.lv* respondentu nav mudinājusi vairāk mijiedarboties ar citiem cilvēkiem un pašizpausties. Portāls *Draugiem.lv* pamatā tiek izmantots jau esošo pazišanos uzturēšanai, un lietotāji negribīgi iziet ārpus savu jau pastāvošo savienojumu loka, lai veidotu jaunus kontaktus, kas balstīti uz kopējām

interesēm, nevis bezsaistes sociālajiem tīkliem. Turpretim tiešsaistes dienasgrāmatu portāli, par spīti salīdzinoši ierobežotajam aktivitāšu klāstam un, *Sviesta cibas* gadījumā, arī ierobežotajam „draugu“ lokam, ko vairums lietotāju var piesaistīt savam profilam, ir raksturīgs krasi atšķirīgs līdzdalības, personiskās izpaušanās un savienojumu veidošanas un uzturēšanas modelis. Šeit jau esošie savienojumi ir mazāk svarīgs priekšnoteikums veiksmīgai darbībai portālā, jo kontakti tiek veidoti nevis uz pastāvošo vai latentu saišu pamata, bet gan uz informācijas apmaiņas pamata. Līdz ar to jāsecina, ka tieši šie portāli ir labāk piemēroti, lai tajos veidotos tiešsaistes kopienas. Tāpēc turpinājumā esmu izvēlējis vienu no tiem — *Sviesta cibu* —, lai ar kvalitatīvajām metodēm aplūkotu tiešsaistes kopienas izpausmes.

## **6.2. Portāla *Sviesta ciba* kā tiešsaistes kopienas analīze**

Šajā sadaļā tiks analizēts, kādā veidā portālā *Sviesta ciba* darbojas tiešsaistes kopiena. Šāds novērojums ir svarīgs, jo tas parāda noteiktu savstarpējo saišu, normu un uzticēšanās līmeni, kas savukārt liecina, ka šādas kopienas dalībniekiem ir pieeja sociālajam kapitālam — sociālais kapitāls atvieglo savienojumu veidošanu un sociālo mijiedarbību.

Analīzes strukturēšanai izmantošu iepriekš minēto M. Pārksa uzskaitījumu, kurā viņš identificē piecas tiešsaistes kopienas pazīmes (identificēšanās ar kopieni, spēja uz kolektīvu rīcību; kopēji rituāli; lietotāju noteiktu mijiedarbības modeļu esamība; dalībnieku savstarpējie kontakti un pieķeršanās),<sup>415</sup> kā arī tiešsaistes un bezsaistes pārklāšanos un konverģences kultūras izpausmes.

*Sviesta cibā* veidojas daudzveidīgi pašizpaušmju un attiecību modeļi, tādējādi ir sarežģīti šo kopienu ievietot kādā vienā no R. Kozinetsa izstrādātās diagrammas laukiem (sk. 1.1.1. nodaļu). Tomēr šī nav specifiskām tēmām un aktivitātēm veltīta vietne, tādējādi šī nav ne gīku, ne veidotāju kopiena. *Sviesta cibas* lietotāju attiecības var būt saistītas gan ar vājjajām, gan ciešajām saitēm un apmierināt indivīdu vēlmi gan pēc informācijas, gan emocionālā atbalsta, gan izklaides un pašizpaušmes. Tādējādi atkarībā no tā, kādas aktivitātes un vajadzības ir centrālas noteiktam šī tīkla segmentam, *Sviesta cibai*, atbilstoši R. Kozinetsa aprakstītajiem kritērijiem, piemīt gan dreifētāju, gan sasaistošās kopienas pazīmes.

### **6.2.1. *Sviesta ciba* kā iedomāta kopiena**

Kopienas raksturo grupas dalībnieku kopējs priekšstats par piederību noteiktajai grupai un līdzīgas interpretācijas par sociālo realitāti, pat ja tās dalībniekiem nav fiziskas saskarsmes pieredzes ar citiem kopienai piederīgajiem.

---

<sup>415</sup> Parks, M. Social network sites as virtual communities.

Tehniski *Sviesta ciba* ir sistēma ar skaidri nosakāmām robežām, tomēr ne visi lietotāji arī sistēmas iekšienē ir līdzīgi savienoti, portālā izveidotie sociālie tīkli ne vienmēr savstarpēji pārklājas un lietotāju grupas var darboties nošķirti viena no otras. Atšķirīgi ir arī pašu lietotāju uzskati par savas kopienas lielumu un to, vai tā vispār ir kopiena. Līdz ar to, lai arī promocijas darbā citkārt esmu *Sviesta cibu* raksturojis kā tiešsaistes kopienu, tā nav vienota lietotāju grupa, bet gan par noteikta lietotāju kodola iedomātu sociālu grupu (vai pat grupām), kurā pastāv noteiktas normas, kolektīva identitāte un pašorganizēšanās un autonomijas gars. Šī sociālā grupa ir lielāka par katra atsevišķā *Sviesta cibas* lietotāja „draugu“ sarakstu, taču mazāka par visu aktīvo portāla lietotāju skaitu.

Portāla lietotāji iztēlojas *Sviesta cibu* kā atsevišķu sociālu grupu, kopienu. Visskaidrāk redzamais elements, kas ietver priekšstatu par piederību grupai, ir lietotais pašapzīmējums „cibiņš“.<sup>416</sup> Šis apzīmējums tiek plaši lietots gan lietotāju kopuma nosaukšanai, gan arī lai iezīmētu atšķirību no citām tiešsaistes diskusiju telpām, piemēram, tviteri vai blogiem. Lietotāji šo vietni iztēlo kā kaut ko gan tehniski, gan sociāli atšķirīgu no citiem, daudz populārākajiem pašizteiksmes portāliem, un dažkārt arī *Sviesta cibas* tehniskie ierobežojumi, lietojamības trūkumi un dizaina pieticīgums sarunās tiek konstruēts kā arī pašas portālā veidojušās subkultūras simboliski nošķirēji no citiem sociālo tīklu portāliem. Lietotāji apzinās, ka pēc formāliem rādītājiem (iespējām, tehniskā atbalsta) portāls nav konkurētspējīgs ar citiem līdzīgiem, tomēr viņi šādus apstākļus ir pieņēmuši, un tie netiek uzskatīti par būtiskiem traucēkļiem.

Par kopienas izpratni liecina portāla dalībnieku izteikumi intervijās, ka lietotājus vieno piederība gan noteiktām ģeogrāfiskām, gan sociāli demogrāfiskajām, gan intelektuālajām sabiedrības grupām.

- (1) Cibiņu auditorija ir intelektuāli stipri augstāka nekā citās blogosfērās, kuras es esmu atkodusi. Šeit es savā draugu kopā var savākt auditoriju, kam ir fokusēts, ļoti koncentrēts, varbūt ne vienmēr precīzs, bet toties pietiekoši specifisks un selektēts viedoklis par noteiktiem jautājumiem. Ārkārtīgi interesants skatījums uz politiku, ekonomiku vai attiecībām — vienalga, uz ko. (*Dalībniece I*)
- (2) *Cibā* cilvēki ir visādi, tur var būt pilns arī ar visādiem sīkiem skuķīšiem vai citiem, kas raksta muļķības, bet tie, kas ir manā lokā, tie man ir ļoti interesanti. Tāda elite un slepenā brālība, kurā es arī esmu. (*Dalībniece A*)
- (3) Cibiņiem ir kopēja vieta internetā — līdzīgi kā būtu kādas Rīgas priekšpilsētas kvartāla iedzīvotāji, kuru dzīvo viens otram tuvu, viņi komunicē savā starpā, un šajā kvartālā viņi dzīvo tāpēc, ka viņiem ir konkrēts ienākumu līmenis, vienots zināšanu līmenis vai kaut kas tamlīdzīgs, kas viņus satuvina viņus sociālā ziņā. Protams, tur ir arī atšķirīgu cilvēku segments, bet pats pamats ir plus mīnus viendabīgs.

---

<sup>416</sup> Pašidentifikācijas jēdziens „cibiņš“ veidots no portāla nosaukuma, tam nav tiešas semantiskas saistības ar Jāņa Poruka stāsta „Kauja pie Knipskas“ varoni Cibiņu.

Nosacīti viendabīgs, jo *Cibā* var satikt un apmainīt viedokļus ar cilvēkiem, kuriem ir atšķirīga dzīves pieredze, atšķirīgi darbības lauki — un tomēr viņiem ir kaut kāds kopējs pamats. No *Draugiem.lv* viņi atšķiras ar to pašu, ar ko atšķiras daudzdzīvokļu māja Purvciemā un šāda privātmāju rajona. (*Dalībnieks F*)

Turklāt portāls arī var veicināt sociālo robežu pārvarēšanu *Sviesta cibā* pārstāvēto grupu robežās:

Ciba nojauc barjeras starp vecumiem un dažādiem sabiedrības slāņiem. Ciba man ir ļāvusi iepazīties ar [portāla dalībniekiem, kas ir sabiedrībā zināmi cilvēki], un pret viņiem, ja nebūtu Cibas, man būtu daudz lielāka pietāte mēģinot iepazīties. Cibā mēs esam vienā līmenī, mēs varam sarunāties vienā līmenī, atpazīstot viens otru pēc lietotājavārda. Ir bijuši arī gadījumi, kad esmu kādā pasākumā, kur atrodas arī [portāla lietotājs, pazīstams rakstnieks], un visu vakaru staigāju turp un atpakaļ, domājot, vai iet pie viņa iepazīties vai nē. Pēc tam par to ierakstīju cibā, un [portāla lietotājs, rakstnieks] atbildēja, ka tev vajadzēja vienkārši nākt klāt un iepazīties. Tad es sapratu, ka cilvēks nav tik ļoti neiecejams, kā reizēm var šķist dzīvē. (*Dalībniece A*)

Dažkārt uzskats par portāla dalībniekiem kā atsevišķu sabiedrisku grupu portāla ierakstos parādās tiešā veidā, piemēram, kādam lietotājam šo sociālo grupu nodēvējot par „draudzīgo *Cibas* kopienu“ vai arī to raksturojot kā „daudz maz pārskatāmu sabiedrību“, kas nozīmē, ka darbošanās šajā portālā pati par sevi ir indikators, kas no citiem portāla lietotājiem var izraisīt noteikta veida attieksmi. Taču biežāk iedomātā grupa ir izpaužas netieši, kad tiek runāts par kādu iespējamu kopēju darbību (pat ja šādas runas par nepieciešamu kolektīvu organizēšanos kādām bezsaistes aktivitātēm paliek tikai apspriešanas līmenī). Piemēram, pa laikam tiek iztirzāts jautājums par nepieciešamību atpirkt portālu no tā pašreizējiem īpašniekiem, kuri nepievērš pienācīgu uzmanību sistēmas uzturēšanai kārtībā un attīstīšanai. Šis, portāla darbībai izšķirīgi svarīgais jautājums lielā mērā ir saistošs visiem *Sviesta cibas* lietotājiem, un diskusijas par to, ko vajadzētu darīt, lielā mērā notiek šīs iedomātās kopienas vārdā. Jautājums „Atpērkam *Cibu*?“ (kas nozīmē ideju kopīgi savākt naudu un portālu iegūt pašu lietotāju īpašumā) ietver kādus „mēs“ — portāla lietotājus —, kas to varētu darīt.

*Sviesta cibas* lietotāju loka relatīvā ierobežotība un atšķirība no citiem sociālajiem tīkliem ir viens no nosacījumiem, kopienas formulēšanā un uzturēšanā. Tādējādi redzams, ka *Sviesta ciba* kā pašizteiksmes un saziņas platforma, no vienas puses, lietotājiem sniedz iespējas šajā kultūrtelpā pārdefinēt sevi veidos, ko mazāk ietekmē ārēji apstākļi, bet, no otras puses, šīs aktivitātes ir saistītas ar jaunu ierobežojumu labprātīgu uzņemšanos kā daļu no indivīda dzīves projekta veidošanas un mēģinājumiem sasniegt savus mērķus. Tiesisaistes attiecību iespējamā trausluma dēļ šie ierobežojumi lielākoties tiek uztverti kā elastīgi, no kuriem, ja ir vēlēšanās, var arī atteikties.

*Sviesta cibas* lietotāji portālu tiesas šo portālu iztēloties nevis tikai komunikācijas rīka, bet arī subkultūras kategorijās. Portāla sociālās mijiedarbības pamats ir dažādu iemeslu dēļ saistošs citu lietotāju radīts saturs, kas nodrošina sociālo „valūtu“ attiecību uzturēšanai (ja arī šīs attiecības ir tikai cita lietotāja „piedraugošana“ un lasīšana). Sociālie ieguvumi, ko portāls sniedz — attiecību veidošana un uzturēšana, informācija, izklaide —, ir pietiekami lieli, lai lietotāji turpinātu šo pakalpojumu lietot neskatoties uz to, ka *Sviesta cibas* īpašnieks SIA „Inbokss“ portāla attīstīšanai lielu vērtību nepievērš, un portālā valda neapmierinātība ar portāla īpašnieku darbību (portāla dzinējs uz jaunākām versijām atjaunots netiek, tāpēc *Sviesta cibā* tehnoloģisko iespēju ir ievērojami mazāk nekā *LiveJournal*, turklāt vairumam lietotāju ir arī ierobežots skaits „draugu“, ko sistēma ļauj pievienot).

Kāds lietotājs vienā no saviem ierakstiem sniedzis šādu ironisku *Sviesta cibas* raksturojumu:

- cibā vienmēr var uzzināt, kad ir jāpārgriež pulkstenis. par to jums pateiks un uzrakstīs visi. mudaks būsī, ja nepārgriezīsi.
- cibā vienmēr var uzzināt, ka valdība ir debīla. par to raksta 283407 lietotāji. ja kāds nesaprata, ierodas [portāla dalībnieks] un paskaidro, kāpēc tieši valdība ir debīla.
- priecē vienīgi tas, ka spriežot pēc jautājumiem pajautā komūnā arī visi pārējie nav īpaši gudri.
- komūnā "muzons" mēs varam uzzināt daudz ko jaunu par pašmāju un ārzemju estrādi. katrs sevi cienošs klab elvē lietotājs tagad zin grupas "coil" diskogrāfiju no galvas.
- cibā ir savāds fenomens - pa nakti dzer tikai jūzeris [portāla lietotāja vārds], bet pohas no rīta ir visiem
- cibā var apmeklēt radioaktīvo budistu akmens dārzu. šādu projektu rakstveidā ir izveidojis lietotājs [portāla lietotāja vārds]
- šajā servisā var uzzināt, ka pasaulē pastāv nopietni un apgaroti cilvēki - šāda pārsteidzoša informācija parādījās, kad komentāros uzradās biedri no satori.lv, tipa, [portāla lietotāju vārds]. žēl, ka nepriecēja pārāk ilgi, bija forši.
- sociālajā ārprātā klab.lv ir iespējams izdzīvot vismaz piecas dažādas stadijas attiecībās "es un lolkaķi". piecas apelsīnu sēkliņas, pieci gadalaiki, pieci teicamnieki.
- šajā jaunumu pērļu vācelē mūsu rokās tiek ieliktas visas guntara rača, andra ērgļa un laura reinika primātās dzīves kolīzijas.
- te nekad nav garlaicīgi, jo pat absolūtā miera vakuumā viena cibas jūzere pamanās ievilkot otram ar rokassomiņu pa acīm, pēc kā sākas gāganu kari un eksplozija tirgus laukumā. (*Autors 2*)

*Sviesta ciba* ir no pārējās sociālo mediju vides relatīvi nodalīta vide, savas dienasgrāmatas lietotāji salīdzinoši reti dēvē par „blogiem“. Tas ir saistāms ar to, ka *Sviesta cibā* spilgtāk nekā citos sociālo tīklu vai blogošanas portālos ir vērojama lietotāju kā sociālas grupas koherence, turklāt dienasgrāmatas rakstīšana *Sviesta cibā* ir vērsta tikpat uz pašizteikšanos, kā uz savienojumu veidošanu. Kāds lietotājs atšķirību aprakstījis šādi:

Cības spēks ir ne jau rakstīšana, bet gan lasīšana - tā draugu lentas sociālā fiška, kas garantē tev lasītājus. Jo "blogot" bez lasītājiem ir pats vienkāršākais uz pasaules. Ne jau blogošanas serviss ir ciba, bet gan diskusijas un forums (tas ir, uzmanība nevis rakstīšanai, bet gan lasīšanai un sarunām). (*Autors 3*)

Arī tas vien, ka salīdzinoši bieži lietotāju ierakstos ir atrodamas refleksijas par portālu, liecina par to, ka šī vietne un tajā notiekošās parādības tiek iedomātas kā kaut kas indivīda pieredzē nozīmīgs, un darbošanās portālā tādējādi ne tikai jēgpilna aktivitāte, bet arī tāda aktivitāte, kuras jēgu daudzi lietotāji vēlas definēt priekš sevis.

Lai arī starp „cibošanu“ un blogošanu tehniskajā ziņā būtiskas atšķirības nav, pastāv atšķirības referentajās grupās: blogotāji raksta visiem, kuri dažādu iemeslu dēļ viņu ierakstu varētu izlasīt, turpretim *cibotāji* pārsvarā orientējas tikai un vienīgi uz portālu, un arī portāla iekšienē regulē, kuriem cilvēkiem būs piekļuve viņu publicētajam saturam. Pat ja *Sviesta cības* lietotājs neizmanto nekādus tehniskus rīkus, kas ierobežotu piekļuvi viņa publicētajam saturam, šis saturs ārpus portāla nonāk salīdzinoši reti. Lietotāji nav ieinteresēti kļūt par daļu no plašākas publiskās telpas, viņu aktivitātes var definēt *pret* šo plašāko telpu, nevis kā daļu *no* tās. *Sviesta ciba* ir alternatīva komunikācijas platforma, kur dalībnieki var runāt par saviem priekšniekiem, studenti par pasniedzējiem, draugi par citiem draugiem, bērni par vecākiem. Norobežotība no citām vidēm lietotājiem nodrošina brīvību šo portālu izmantot kā brīvu telpu personiskai pašizteiksmei un ikdienā saistošo institucionālo ierobežojumu mazināšanai, tāpēc, lietotājs, piemēram, var publicēt savas domas par kādu jautājumu, un šo ierakstu padarīt lasāmu tikai draugiem, tādējādi mazinot iespēju, ka ar to iepazīsies arī cilvēki, par kuriem ir runa, piemēram:

Pēdējā laikā uz radagabalu komentāriem mana reakcija ir vai nu pilnīgs ignore, vai arī "nemāci mani dzīvot un es neteikšu, kur tev jāiet". Šamie manāmi pārsteigti, ka neiesaistos spēlītēs, visai interesanti vērot.) (*Autore 4*)

Tomēr lietotājiem arī nākas apzināties, ka viņu izteikšanās brīvība laika gaitā samazinās. Neskatoties uz to, ka portālā vairums lietotāju darbojas ar segvārdiem, laika gaitā apzināti vai neapzināti viņiem mēdz „nodot“ savas īstās identitātes, un lietotāji zina daudzu citu lietotāju īstos vārdus, pat ja nav viņus bezsaistē satikuši.

Fak, sāku lasīt savu veco cības žurnālu- nu tā ka neatrauties.

Toreiz atklātības, tiešu un stingru tekstu bija vairāk.

Un bija forši būt pavisam anonīmam. (*Autors 5*)

Pārdomas par anonimitātes neesamību vai zudumu vairākkārt parādījās arī intervijās ar portāla lietotājiem.

- (1) Sākumā bija anonimitātes ilūzija, ka neviens tevi nezina. Figū — zina konkrēti, kas aiz konkrētā nika, tādas ziņas jau starp cibiņiem izplatās. Nav tā, ka es negribēju būt anonīms. Es gribēju, bet sapratu, ka tas nedarbojas. (*Dalībnieks J*)
- (2) Principā jau mani var atpazīt. Tiklīdz saprot, ka mans profilneims varētu nebūt tikai profilneims bet saistīties ar kādiem manis lietotiem objektiem. Es rēķinos ar to, ka mani var atšifrēt, bet vienlaikus to arī ne pārāk mēģinu afišēt. Ja sanāk lietot svešu datoru pie radniekiem, piemēram, māmiņas portatīvo šad tad aizbraucot ciemos, es mēģinu patīrīt ārā savas pēdas. Bet es apbrīnoju cilvēkus, kuri spēj būt publiski. (*Dalībnieks H*)

Dažkārt par pieņemamu risinājumu negribētas atpazīstamības problēmai lietotājs atzīst sava konta izdzēšanu, pēc tam izveidojot jaunu identitāti un atsākot rakstīt ar citu vārdu. Bet citi respondenti ir norādījuši, ka apzinās savu neanonimitāti un identitāšu nenoslēpjamību gan portāla lietotāju lokā, gan ārpus tā, un attiecīgi tam ierobežo savu atklāšanos.

- (1) Rakstot *Cibā* es rēķinos, ka tas var izplatīties arī kaut kur tālāk. Arī dzīvē man ir princips — ja es kaut ko esmu pateikusi vienam cilvēkam, tad tas vairs nav noslēpums, un es to varu pateikt arī desmit, simts un tūkstoš citiem cilvēkiem. Ja es negribu, lai to kāds uzzina, es to nestāstu nevienam un rakstu tikai savā privātajā dienasgrāmatā. (*Dalībniece A*)
- (2) Pēdējā laikā es esmu sākusi ļoti filtrēt ierakstus, un man šķiet, ka man publiski pieejamo ierakstu tagad ir krietni mazāk nekā agrāk, un publiski pieejamie noteikti ir daudz neitrālāki. (*Dalībniece D*)
- (3) Mana identitāte man uzliek diezgan lielu stresu un pašcenzūru. Aptuveni 70 procentus ierakstu es rakstu tikai sev bez domas publicēt. Savam žurnālam pieeju ar redaktora piegājienu. (*Dalībniece C*)

Tas parāda, ka tiešsaistes dienasgrāmatas rakstītāju attiecības ar auditoriju ne vienmēr darbojas princips „jo vairāk lasītāju, jo labāk“. Svarīgāka par lielu lasītāju skaitu (kas nozīmē arī lielāka atsauksmju skaita apsolījumu) var būt publiska nemanāmība (ja ne anonimitāte) un iespēja uzturēt vidi, kurā indivīds var atklāties, nebaidoties par publiskuma sekām. (Izteikšanās brīvībai ir arī otrs virziens — tas, kura uzdevums ir nevis pasargāt no pašatklāšanās sekām, bet gan novērst saziņas ierobežojumus un piedāvāt sabiedrību situācijā, kurā citkārt pastāvētu dažādi — materiāli vai ģeogrāfiski — ierobežojumi, lai varētu kontaktēties ar citiem cilvēkiem.)

### 6.2.2. Kolektīva rīcība

Par kolektīvu rīcību liecina tādi pašorganizēšanās faktori kolektīvas darbības un uzvedības normu uzturēšana. Šī ir joma, kurā viskrasāk izpaužas individualitātes un kolektivitātes konflikts. Indivīdi portālu izmanto, lai apmierinātu savas vajadzības, tomēr tas nereti ir pretrunā ar citu lietotāju ērtībām vai uzskatiem par to, kā indivīdam būtu jārīkojas situācijās, kurās viņa rīcība ietekmē citus.



### 6.2.2.1. Kolektīvas darbības

Eksplīcīti aicinājumi uz kolektīvu rīcību kopējam labumam (tādas kā iesaistīšanās politiskās akcijās, talkās, līdzekļu ziedošana) ir salīdzinoši reta parādība, taču ikdienas dzīves līmenī un privātu interešu jomā portālā pašorganizēšanās ir novērojama. Portālā darbojas vairākas komūnas, kurās ir iespējams piedāvāt pārdošanai dažādas lietas, gan komūna, kurā ierakstīt jebkāda veida vajadzību — meklēt saimniekus suņiem vai kaķiem, interesēties par iespējām īrēt dzīvokli vai istabu, arī informēt par sev nozagtām lietām. Sastopami arī neparastāki lūgumi, piemēram, piešķirt putuplastu vai dēļus, aizdot grāmatas vai lodāmuru (ar aizdošanas lūgumu saistītais netiešais apsoliņš paņemto lieto pēc tam atdot atpakaļ liecina par uzticēšanās atmosfēru), atsūtīt kādas dziesmas failu uz e-pastu un tamlīdzīgi. Lasītāji nereti vai nu izlīdz paši, vai arī ir gatavi dalīties informācijā par to, kur vērsties problēmas risināšanā vai arī sola paaieresēties pie citiem, kuri varētu palīdzēt. Gan lūgumi palīdzēt, gan palīdzības piedāvājumi ir viens no mehānismiem, kā tiek veicināta lietotāju savstarpējo saišu veidošana — tas palīdz attīstīt uzticēšanās sajūtu, turklāt palīdzības sniegšana nozīmē tiesības citkārt sagaidīt palīdzību no citiem.

Reakcija uz palīdzības un informācijas lūgumiem ir nepārprotami atbalstoša, kas liecina par solidaritātes un uzticēšanās pastāvēšanu, ja tiek ievēroti gan formulētie, gan bieži vien arī nerakstītie noteikumi par lūguma samērīgumu vai noformējumu. Ja priekšstati par to, ko drīkst un nedrīkst piedāvāt vai prasīt tiek pārkāpti, tad lasītāji (ne tikai moderatori) par to signalizē gan ar aizrādījumu, gan ironisku vai arī naidīgu attieksmi. Nerakstītie noteikumi par vēlamu uzvedību portālā pastāv, taču to izpratnes atšķiras, un tas ir viens no lokālu konfliktu cēloņiem.

Nerakstītie noteikumi un normas tiešsaistes vidē vairāk nekā bezsaistē ir plūstoši, saistīti ar neskaidrībām piemērošanas brīdī, un tos var būt nepieciešams regulāri un situatīvi pārdefinēt. Taču tas, ka *Sviesta cibā* bez ārējas moderācijas un ar ierobežotiem tehniskiem līdzekļiem kopējais diskusiju līmenis ir visai augsts, liecina, ka pastāv noteikti vispārpieņemti uzvedības modeļi, jebšu tie nav precīzi definēti. Tanī pašā laikā lietotāju atšķirīgie uzskati par savām tiesībām un pienākumiem pret citiem, par savas un citu lietotāju brīvības robežām var būt par pamatu nesaskaņām. Turklāt atšķiras arī tas, cik ļoti citi dalībnieki ir gatavi iesaistīties, lai apkarotu sev netīkamas parādības. Vienas un tās pašas nekonstruktīvās darbības noteiktai lietotāju grupai var nešķist traucējošas, lai arī ne atbalstāmas, turpretim citi uz tām var asi reaģēt.

Personiskās izpausmes brīvības priekšstatu dēļ lietotāji var noraidīt sev adresētus aizrādījumus un pārmetumus dažādos jautājumos — tai skaitā valodas lietojumā, ētiskajos apsvērumos vai spriedumu loģikā, jo *Sviesta cibas* kā privātas vai pusprivātas telpas statuss

viņu acīs nozīmē arī apsolījumu iegūt telpu, kurā indivīds ir noteicējs, kur viņam ir „taisnība“ un kur viņš var neievērot virkni noteikumu, kas saistoši būtu bezsaistes sociālajās attiecībās. Tanī pašā laikā tieši tiešsaistes aktivitāšu publiskuma un privātuma robeža ir viens no jautājumiem, par kuriem portāla dalībniekiem ir atšķirīgi viedokļi. Interviju dalībnieki ir dalījušies pieredzē par gadījumiem, kad viņu uztvertās privātuma normas tiek pārkāptas vai ka viņi šādas potenciālas situācijas uzskatītu par pārkāpumu.

- (1) Es nesen aiz atslēdziņas ierakstīju vienu visai šauru, sievieškārtas lietotājam paredzētu ierakstu, par savām attiecībām ar sportu un atlikušajām divām problēmzonām, un prasīju, kāda citām ir pieredze par to risināšanu. [...] Tēma beidzās, visas draudzīgi parēcām, bet pēc trijām nedēļām viena no lietotājām, kura tajā diskusijā iesaistījās, pie kāda cita mana ieraksta, kurš turklāt bija publisks, labu domādama, ierakstīja apmēram šādu komentāru: čau, vai tev joprojām ir raksturīgi resni augšstilbi? Sekoja stāsts par viņas jauno atradumu, kaut kādu tur vakuuma trenāžieri. Es diezgan apvainojos, jo likās, ka varēja taču atrast to mūsu slēgto ierakstiņu vai uzrakstīt e-pastu, jo viņa mani zina dzīvē, bet viņa šo jautājumu risina pie publiskā ieraksta. (*Dalībniece D*)
- (2) Ir bijis tā, ka es kaut ko *Cibā* ierakstu, un tas tiek oficiāli citēts ar manu vārdu. Sarunas, kuras mēs paši uzskatījām par pilnīgi anonīmām, tiek citētas kaut kādos blogos. Mana anonimitāte pilnīgi pazuda — viens puisis vienkārši izdomāja, ka pateiks, kas es esmu, un savās diskusijās izvirzīja pretenzijas, atsaucoties uz manu *Cibas* ierakstu. Ne kāds prasīja, neko — vienkārši ņēma un darīja. (*Dalībnieks J*)
- (3) Ja kāds uz maniem ierakstiem linko ārpus *Cibas* — nē, tā nevar. Kas rakstīts *Cibā*, paliek *Cibā*. mani galīgi nesaista sociālo tīklu pārklāšanās gadījumi, tie grauj *Cibas* kā kaut kādas noslēgtas kopas tēlu. Ir bijis, kad kāds no draugiem ārpuscības diskusijās norāda, ka „tu toreiz *Cibā* rakstīji tā“ — kamōn, tas nav jāpiemin feisbukā. (*Dalībnieks H*)

Normu izpratnes konflikts spilgti izpaudās epizodē, kurā kāda portāla lietotāja paziņoja, ka ir vērsusies policijā par citas portāla lietotājas izteikumiem, 2011. gada nogalē izplatot baumas par *Swedbank* finanšu problēmām. Lai arī bija šādas rīcības atbalstītāji, par notikušo lietotāja saņēma daudz kritikas. Iemesls šādam sašutumam bija ne tikai interpretācijas par to, ka šāda ziņošana ir uzskatāma nevis par pilsonisku aktivitāti bet ziņu pienesanu/cilvēka nodošanu kā izrēķināšanās formu, bet arī tas, ka šādi rīkojies viens kopienas dalībnieks pret citu. Kā vienā no saviem ierakstiem to raksturoja kāds portāla lietotājs,

te nav aizvainojums par ziņošanas - neziņošanas faktu kā tādu. Te ir aizvainojums par "ģimenes lietu". Tā teikt, mēs te cibiņā kā brālīši un māsiņas, a vot viens cūka sarainais to aiznesa tautiņās. (*Autors 6*)

Cits lietotājs savukārt norādīja uz priekšstatu par *Sviesta cibu* kā drīzāk privātas, nevis publiskas komunikācijas telpu, kurā lietotājiem ir jābūt iespējai izturēties brīvāk un sacīt to, kas varētu sagādāt juridiskas vai morālas problēmas publiskā telpā:

Ja man jāizvēlas, kuras no divām kategorijām aizstāvēt vairāk - tiesības sociālajos tīklos (ne medijos, kuru darbību regulē [mediju] likumi un ētikas kodeksi) plāpāt glupības vai kādas pamatoti ne pārāk mīļētas privātfirmas [Swedbank] reputācija, tad es izvēlos pirmo. (*Autore 7*)

Šādas plašas diskusijas, kuru laikā tiek vērtētas noteiktas parādības vai lietotāju rīcības, demonstrē arī portāla lietotāju kā sociālas grupas pastāvēšanu. Viņu iesaistīšanos strīda risināšanā nosaka ne tikai personiskā vēlme izteikt viedokli, bet arī ietekmēt publikas uzskatus, un, kolektīvi iesaistoties diskusijā par aktuālo jautājumu, lietotāji konkrētajā brīdī arī definē un pamato savas attieksmes un apsvērumus. Šīm diskusijām nav jānoslēdzas ar lietotāju vienošanos, to funkcija ir veicināt lietotāju savstarpējo mijiedarbību un apliecināt to spēju pašorganizēties.

#### **6.2.2.2. Tehniskie līdzekļi kārtības uzturēšanai**

Tas, ka iesaistīšanās sliekšnis virtuālajās kopienās ir zems, kā arī tiešsaistes mainīgā daba nozīmē, ka sociālās kārtības uzturēšana pastāvīgi ir apgrūtināta, un citiem dalībniekiem nākas saskarties ar kaitnieciskiem indivīdiem, norāda Feliša Vu Suna (*Felicia Wu Song*).<sup>417</sup> Taču šādās vietnēs darbojas arī dažādi pārvaldības vai ir attīstījušies pašpārvaldības un pašorganizācijas mehānismi, kas pret šādām praksēm ļauj vērsties. *Sviesta ciba* darbojas bez ārējas, centralizētas moderācijas, taču tajā saglabājas relatīvi augsta saziņas kultūra, un kopumā nav novērojams daudz tiešsaistes huligānisma izpausmju.

Pamata līmenī šādu aizsardzību pret nevēlamām citu lietotāju aktivitātēm nodrošina pati *LiveJournal* sistēmas arhitektūra un tanī iestrādātās tehniskās iespējas. Portālā ir iespējams arī aizliegt noteiktiem lietotājiem komentēt rakstus, var ieslēgt IP adresu reģistrēšanu, tādējādi palielinot iespējas gūt informāciju par lietotājiem, kuru raksta atsauksmes. Būtisks aizsardzības līdzeklis ir arī dažādu piekļuves līmeņu noteikšana: raksti var būt gan publiski, gan pieejami piedraugotajiem, savukārt piedraugotos lietotājus var tālāk sadalīt grupās un noteikt, kura grupa varēs lasīt noteiktus ierakstus. Tehniskās iespējas tādējādi sniedz būtiskus resursus, lai ierobežotu iespējamās negatīvas sekas, kas varētu celties no publiskās dienasgrāmatas rakstīšanas: informāciju izlasa cilvēki, kam tā nav paredzēta; ar noteiktiem lietotājiem veidojas konflikts vai arī viņu rakstītās atsauksmes vienkārši ir netīkamas.

Tomēr šie tehniskie līdzekļi, salīdzinot ar tiem, kuri darbojas daudzos citos uz sociālās tīklošanas principiem veidotos portālos, ir visai primitīvi, un to piemērošana (piemēram, lietotāja bloķēšana no kādas komūnas vai dienasgrāmatas) nereti tiek uzskatīta par radikālu, naidīgu soli, kas savukārt izraisa vēl lielāku pretreakciju. *Sviesta cibā* nav tādiem uz lietotāju

---

<sup>417</sup> Song, F. W. (2009). *Virtual communities: Bowling alone, online together*. New York: Peter Lang Publishing. P. 52.

radītā satura balstītiem portāliem kā *Slashdot* vai *Reddit* raksturīgo lietotāju reitingu un viņu devuma vērtēšanas sistēmu, kas ir plaši izplatīts veids, kā atalgot un sniegt lielākas iespējas tiem lietotājiem, kuru pienesums kopienai ir pozitīvs, un marginalizēt tos, kuriem šāda pienesuma nav. Tādējādi svarīgāki par tehniskajām iespējām ir sociālie faktori, kuri nodrošina normu ievērošanu — lietotāja līdzšinējā uzvedība un labas attiecības ar citiem lietotājiem. Savukārt tas, ka portāla lietotāju attiecības ir relatīvi draudzīgas un citus lietotājus traucējošu ekscesu ir maz, liecina, ka šāda, pašiem lietotājiem līdzdarbojoties izdodas uzturēt kārtību. Tanī pašā laikā intervētie dalībnieki nereti atzīst, ka striktu noteikumu portālā nav.

- (1) Ciba ir pietiekami liberāla, un striktu, vispārpieņemtu normu ir diezgan maz. (*Dalībnieks F*)
- (2) Ciba ir protovalsts, mazs modelis ar sabiedrību, kas regulē sevi pati ar dažiem nerakstītiem likumiem. Sīkāki nodarījumi un neadekvāta uzvedība Cibas sabiedrībai šķiet mazbūtiska, ar saviem piekritējiem/noliedzējiem/lielu daļu vienaldzīgo. (*Dalībniece C*)
- (3) Vēlamā uzvedība pastāv, un cilvēki mēdz kļūt sarūgtināti, ja tā netiek ievērota. Piemēram, nerakstīts likums ir necītēt neko, ko kāds ir uzrakstījis zem atslēdzības vai slēgtajās komūnās. Tāpat neprivetstuvjutsja pilnīgi atklāts spams un flūds. Ja cilvēki sāks drukāt pilnīgākās muļķības, lai kādam mēģinātu traucēt, tas jau visi sāk brēkt, ka šito vajag izbanot, un tamlīdzīgi. Lai gan šādās situācijās daži tāpat uzskatīs, ka tādas izdarības ir normālas. Norma nenozīmē, ka no tās nav nekādu atkāpju, bet gan to, ka lielākā daļa par to ir vienojušies. (*Dalībnieks G*)

Katra lietotāja pseidonīms un profils/dienasgrāmata ir viņa vizītkarte turpmākajām aktivitātēm — tā var nodrošināt konkrētā lietotāja saziņas un pašizpaušmes tendenču raksturojumu, sniegt informāciju par lietotāja popularitāti, arī par reģistrēšanās laiku. Lai arī jaunu profilu izveidot nav grūti, tomēr arī šāds neliels apgrūtinājums daudzos gadījumos attur iespējamus tiešsaistes huligānus, kuri varētu traucēt citiem. Vairāku lietotāja vārdu reģistrēšana un dažādu identitāšu uzturēšana ir izplatīta, taču šādu identitātes slēpšanas vai mainīšanas mērķis parasti nav antisociālas rīcības izpaušme: lietotāji, kuriem portāls nodrošina būtisku saziņas funkciju, nav ieinteresēti tā vides degradēšanā. Lietotāja vārds nozīmē lietotāja identitāti, un lietotājs ir ieinteresēts rīkoties tā, lai viņa identitātei būtu laba reputācija. Lietotāja reputāciju veido gan ieraksti dienasgrāmatā (tas ir ilgtermiņa projekts, un ir praktiski neiespējami īsā laikā publicēt daudz ierakstu, kas atstātu vajadzīgo iespaidu par lietotāju), gan arī profila informācija, tai skaitā piedraugojušo lietotāju saraksts, kas parāda, kuri lietotāji šim indivīdam ar piedraugošanu ir izteikuši atzinību vai novērtējumu.

### **6.2.2.3. Uzvedības normu uzturēšanas sociālie līdzekļi**

*Sviesta ciba* ir salīdzinoši neliela tiešsaistes kopiena, un tam vajadzētu atvieglot normu definēšanu un uzturēšanu. Portāla vislabāk savienotie dalībniekiem nereti ir kopējas

pazīšanās, kopēji sociālie konteksti, kas turpina darboties arī tiešsaistē, un ir pamats, noteiktu nozīmju un izpratņu veidošanai. Tomēr tas, ka lielākā nozīme kārtības uzturēšanā šajā kopienā ir tieši sociālajiem, nevis tehniskajiem līdzekļiem, var būt izaicinājums kolektīva spējai vienoties par kopējām normām un tās uzturēt.

Normu uzturēšanu spēkā ilustrē kolektīva spēja vienoties kopējai rīcībai pret indivīdiem, kuri normas pārkāpj. Piemēram, gadījumā, kad kāds lietotājs, kurš parasti nedemonstrē psihiskas problēmas, stāstīja par savu depresiju un lūdza pateikt viņam kaut ko labu, daži lasītāji pret šādu negaidītu atklāšanos reaģēja neticīgi (dodot vai nu maz derīgus padomus, vai arī vaicājot, vai viņš „netroļļo“), taču vairums rakstīja labi domātus padomus, atbalstošus vārdus un dalījās savā pieredzē depresijas ārstēšanā — un, kad kāds mēģināja pateikt ko cinisku vai šajā situācijā nekorektu, citi vērsās pret viņu ar indīgām piezīmēm.

Vēl kāds piemērs: kāds portāla lietotājs savā dienasgrāmatā bija aprakstījis gadījumu, kā lielveikalā nozadzis kādu preci, nedemonstrējot nekādus sirdsapziņas pārmetumus. Cits lietotājs, kurš pieder pie populāro lietotāju grupas, savā dienasgrāmatā publicēja saiti uz šo ierakstu, un pēc tās daži portāla dalībnieki izteica šādu kritizējošus komentārus. Savukārt, kad lietotājs, kurš bija aprakstījis savu zādzību, pēcāk komūnā *Pajautā* lūdza atsaukties cilvēkus, kas ārzemēs uz dažām dienām varētu dot pajumti, daži portāla dalībnieki atgādināja par ierakstu, kurā šis lietotājs aprakstījis sevis pastrādāto zādzību un norādīja uz lūdzēja reputācijas problēmām, kuru dēļ ar viņu nevēlas sadarboties.

Normas un sociālās attiecības tiešsaistes portālā pastāvīgi tiek pārdefinētas mēģinot rast par tām rast vienošanos, lai arī izpratnes par normas kā uzvedības ierobežošanas veidu mēdz būt viens no konfliktu avotiem. To lielā mērā noteic arī *Sviesta cibas* kā uz pseidonimitāti tendētas telpas īpašības. Taču liela nozīme šajās vienošanās grūtībās ir tam, ka portāls netiek centrāli administrēts, ārēji noteiktu un uzturētu normu ir maz, savukārt izpratne par nerakstītajām normām dalībniekiem ne vienmēr sakrīt — it īpaši gadījumos, kad notiek mēģinājumi šīs normas verbalizēt vai mainīt.

Ir bijuši mēģinājumi ieviest kaut kādas jaunas normas, kā tas bija, piemēram, komūnā *Pajautā*, kur regulāri izskan norādes, ka to vajadzēja rakstīt tur, šo — tur, bet šo te tu vispār vari rakstīt savā *Cībā*. Un tas savukārt nav tik vispārpieņemts, tāpēc arī izraisa protestus. *Ciba* sastāv no dažādām mazām grupiņām, un, ja tu gribi nākt mūsu grupiņā, spēlējies pēc mūsu noteikumiem. Un netiek pieņemts, ka tu nezini noteikumus, jo „visi“ šeit zina noteikumus. Ja tu māki tos uzminēt un attiecīgi uzvesties, okej, bet ja tu sāc ļečīt bez mūsu nerakstītajiem noteikumiem un prasīt: „A kur tas ir rakstīts?“ — viņam atbild: „Kā — kur rakstīts? Visi taču to zina!“ (*Dalībnieks G*)

Lielāka ietekme normu definēšanā un sankciju nodrošināšanā ir tiem lietotājiem, kuri pretendē uz augstāku statusu (par ko var liecināt arī viņu savienojumu skaits). Spilgti to var

redzēt uzvedības normu pārkāpumos komūnās — *Sviesta cibas* vietnēs, kuras tiek veidotas pēc tematiska principa, kurās parasti raksta vairāk nekā viens lietotājs. Šī iemesla dēļ tās tādējādi ir publiskākas un tur notiekošais nav tikai viena autora darīšana. Šajās komūnās viens vai vairāki lietotāji ir moderatori, kuriem ir pieejami tehniski līdzekļi komūnas darbības vadīšanai (arī noteikumus vai uzvedības normas pārkāpušu lietotāju bloķēšanai), taču sociālā moderācijā, vārdiski vēršoties pret normu pārkāpējiem, var iesaistīties arī citi lietotāji. Vēršanās pret normu nezinātājiem vai pārkāpējiem arī ir veids, kā veidot lietotājiem sajūtu par konkrēto komūnu kā vidi, kura ir puslīdz paredzama, kā arī iezīmēt sociālās grupas robežas un identificēt „savējos“ un grupai nepiederošos. Moderatori, kuriem ir lielākas iespējas iejaukties, vienlaikus arī iegūst īpašas lomas un statusus, kas citus mudina pret viņiem liek izturēties noteiktā veidā. Arī tas ir veids, kā nodrošināt kārtību un paredzamību komūnā, tādējādi veicinot kolektīvo interešu realizāciju, pat ja tās var nonākt pretrunā ar indivīda interesēm.

Bez ārējiem saistošiem uzvedības noteikumiem normu definēšanas mēģinājumi var parādīties arī nesaskaņās par šķietami margināliem jautājumiem, piemēram, par tehniskiem portāla lietošanas aspektiem, kas mēdz izvērsties plašās diskusijās vairāku lietotāju dienasgrāmatās. Šāds jautājums ir bijis, piemēram, saistībā ar *lj-cut* lietošanu — šī ir ieraksta noformēšanas komanda, kas izmantojama gadījumā, ja dalībnieks ir uzrakstījis garu ierakstu vai arī publicējis daudzus vai lielus fotoattēlus. Ar šo komandu tiek panākts, ka lietotāju draugojušo „draugu“ sarakstos šie apjomīgie ieraksti sākotnēji neparādās pilnībā, un, lai tiem piekļūtu, ir jāseko hipersaitei. Šādā veidā tiek nodrošināts, ka lietotāju „draugu lentas“ nekļūst neērti garas un grūti pārskatāmas. Strīdā par to, vai *lj-cut* lietot noteiktos gadījumos ir pienākums, saduras viedokļi, ka, no vienas puses, ir jādomā par lasītāju ērtībām, bet, no otras puses, tiešsaistes dienasgrāmata ir indivīda personisko izpausmju vieta, un viņam nav jāizdabā citu lietotāju vēlmēm, pat ja šie lietotāji ir viņa lasītāji.

Cits piemērs ir portāla komūnas. Tām ir administratori, kuru pienākums ir nodrošināt kārtību, un ir arī noteikumi, par kuru neievērošanu administratori lietotājus var sodīt, atņemot tiesības komūnā publicēties. Tā kā komūnas ir „publiskākas“ vietnes nekā privātās dienasgrāmatas, uz lietotājiem, kas tajās raksta, var attiekties stingrākas prasības pēc adekvātas uzvedības, un tie, kas pret normu pārkāpējiem vēršas, var nebūt tikai administratori, bet arī citi lietotāji, kuriem kārtības uzturēšana vai normu ievērošana rūp. Piemēram, ja komūnā „darbs“ kāds portāla lietotājs gramatiski nepareizā valodā piedāvā tulkotāja pakalpojumus, citi komūnas dalībnieki, it sevišķi tulkošanas nozares pārstāvji, var norādīt uz pakalpojuma piedāvātāja nekompetenci jomā, kuru viņš sakās pārzinām, tādējādi mazinot viņa iespējas kāroto darba piedāvājumu saņemt. Šādi izpaužas arī tiešsaistes grupu

hierarhiskās attiecības, kurās augstāku statusu ieguvušie zemāka statusa lietotājiem „ierāda viņu vietu“. Līdzīgā kārtā lietotāji, kuri ir ietekmīgi un ar lielu lasītāju skaitu, var vērsties pret tiem, kuri komūnās neievēro vispārpieņemtus rakstības pamatlikumus, piemēram, raksta visu tekstu ar lielajiem burtiem. (Lai arī ir iespējama situācija, ka arī privātajā dienasgrāmatā pie publicēta ieraksta kāds lasītājs norādīs uz, piemēram, stilistisku kļūdu, tomēr dienasgrāmatā lietotāja tiesības rakstīt jebko un vienalga kā ir krietni plašākas nekā komūnās, kurās raksta vairāki lietotāji un kuras tādējādi ir „publiskāka“ telpa un kurās plašāk tiek pieprasīts cienīt lasītājus un tīmekļa etiķetes prasības.) Turklāt strīdi par publisko komūnu izmantošanas noteikumiem lasīšanas ērtībai (garu tekstu noformēšanas kārtība, lielo burtu lietojums) spēj izraisīt arī diskusijas ne tikai „pārkāpuma“ vietā, bet tās var būt tik pamanāmas, ka šie jautājumi pēc tam tiek apspriesti arī lietotāju dienasgrāmatās, parādās arī esošo kārtību un tās uzturētājiem (moderatoriem) protestējoši izteikumi.

Kā norāda L. Kendalla, šeit nav runa tikai par mazas grupas paš aizsargāšanās stratēģijām, bet gan par plašāku, ārpus tiešsaistes vides pastāvošo sociālo struktūru izpausmēm.<sup>418</sup> Tie, kuriem ir autoritāte tiešsaistes vidū, nereti bauda arī salīdzinoši augstu sociāli ekonomisko statusu bezsaistē, un personiskās īpašības un sociāli ekonomiskais statuss (spēja būt materiāli patstāvīgam, zināma vecuma posma sasniegšana), kas viņiem nodrošina resursus bezsaistē, vismaz daļēji palīdz gūt panākumus un ietekmi arī tiešsaistē. Tāpēc arī kolektīva vērsanos pret nosacīti zema statusa lietotāju, kurš, piedāvājot savus pakalpojumus, nav radījis priekšstatu par sava darba kvalitāti, kāds cits augstā statusa grupai nepiederоs lietotājs, protestējot pret hegemoniskajām attiecībām, raksturoja šādi: „es savukārt meklēju darbu, kur man 30+ gadīgi snobi nepi\*tu prātu.“

Lietotāju hierarhijas problemātika izpaužas arī gadījumos, ja kādi lietotāji protestē pret noteiktas komūnas administratoru rīcību un noraida viņu autoritāti un viņiem piešķirtos (viņu iegūtos) tehniskos līdzekļu lietošanas pamatotību, dzēšot, pēc administratoru uzskata, neatbilstošus citu lietotāju ierakstus komūnā vai arī vispār bloķētu konkrētu lietotāju iespējas komūnā publicēties. Šāds konflikts regulāri novērojams vispopulārākajā komūnā *Pajautā*. Daļa *Sviesta cibas* lietotāju uzskata, ka nesēn administrācijas tiesības ieguvušie neadekvāti izmanto savu varu un vēlas komūnu pārmērīgi kontrolēt. Šāda izjūta par neadekvāti stingru kontroli izraisa atsevišķu lietotāju provokatīvu rīcību un huligānismu. Viņi veido jaunus lietotāju kontus, no kuriem komūnā publicē apzināti muļķīgus jautājumus, apzināti nekonstruktīvi atbild uz citu lietotāju jautājumiem, kā arī paši savās dienasgrāmatās raksta nicinošus un ķengājošus ierakstus par komūnas administratoriem. Viņi noraida administratoru autoritāti un tiesības noteikt, kādi jautājumi un atbildes komūnai neatbilst, un

---

<sup>418</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 138.

atbalsta viedokli, ka ir nepieciešama pēc iespējas mazāka iejaukšanās tajā, kā lietotāji komūnu lieto.

Vairums citu *Sviesta cibas* lietotāju, raksta ar pseidonīmu un izmanto pieejamās identitātes slēpšanas iespējas. Tiesības uz pseidonimitāti ir viena no normām, kuru vairums lietotāju respektē un neapšaubā. Daudziem lietotājiem ir zināms par šīm personām, tomēr vismaz portāla iekšienēs komunikācijā darbojas princips „neprasi un nestāsti“: tiesības uz anonimitāti tiek cienītas un kāda lietotāja saukšana vārdā un uzvārdā, ja viņš pats to nevēlas, ir normas pārkāpums. Arī bezsaistes sarunās lietotāji viens otru mēdz dēvēt lietotāja vārdos, tādējādi norādot, ka tiešsaistes identitātes spēj pastāvēt arī savas rašanās sākotnējā konteksta, un tās kļūst arī par daļu no indivīda bezsaistes dzīves identitātes. Nošķirums starp tiešsaistes un bezsaistes identitātēm netiek veidots.

Ar kārtības uzturēšanu saistītajos procesos zīmīga parādība ir arī tā dēvētā *trollēšana* vai *trollēšana*. Ar šo jēdzienu tiešsaistes žargonā tiek apzīmētas darbības, kas vērstas uz provokatīvo viedokļu uzturēšanu, strīdu uzkurināšanu vai arī saistīta ar tādas informācijas publicēšanu, kas neattiecas uz tēmu. Trollēšanas kā huligānisma paveida mērķis var būt apzināti, dažkārt slēptā formā dezorganizēt diskusiju, kaitināt citus dalībniekus. Tas tiek darīts ar mērķi izklaidēties, un paredzēts, ka noteiktam lietotāju segmentam šīs aktivitātes būs izklaidējošas. Savukārt citiem segmentiem trollēšana var ļoti traucēt un provocēt pret šādiem lietotājiem vērsties ar visiem pieejamajiem līdzekļiem; tanī pašā laikā daudz ir tādu lietotāju, kuri, lai gan trollēšanu neatbalsta, tai arī lielu uzmanību nepievērš. Kāds intervijas dalībnieks stāsta:

Man pret troļļiem ir patīkams sentiments, jo tas ir kolosāli, ka cilvēki spēj pacelties ārpus kādiem rāmjiem, un tas ir veids, kā paši cilvēki var pamanīt, ka šie rāmji pastāv, un tas pa laikam palīdz pārdomāt robežas. Cita lieta ir par nosacītu uzmācību, brutālu spamu, kas publicē tādus ierakstu apjomus, ka tas traucē, un frendlistes kļūst nelasāmas. (*Dalībnieks H*)

Mēģinājumi definēt un uzturēt normas, kā arī pretestība šiem mēģinājumiem ir viens no aspektiem, kas apliecina, ka privātajā komunikācijā, kas tiek risināta publiskajā telpā, publiskā telpa vairs nav saistīta ar kolektīviem lēmumiem. Kā raksta U. Beks un E. Beka-Gernsheima, runa ir nevis par solidaritāti un pienākumiem, bet gan par konfliktējošu līdzāspastāvēšanu.<sup>419</sup> Sabiedrības kopāturēšanās individualizētās sabiedrībās (šī ideja attiecas arī uz tiešsaisti) ir iespējama, ja mēs apzināti izmantojam esošo situāciju un mēģinām radīt jaunas, politiski atvērtas, radošas saistību un saistīšanās (*bond and alliance*) formas.<sup>420</sup>

<sup>419</sup> Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. *Individualization*. P. 26.

<sup>420</sup> Turpat, 18. lpp.



Integrācijai ir jātiek realizētai sabiedrības iekšienē ar pastāvošajiem uzskatiem, nevis, institucionālajā līmenī.

*Sviesta cibā* kā sociālā grupā savstarpēja lietotāju savienotība un kolektīvā identitāte pastāv. Taču vietnes lietotāji nav vienots kolektīvs. Portālā viņi katrs realizē savas intereses, nevis kādas definētas kolektīvas intereses; viņi aizstāv individuālo, nevis kolektīvo labumu. Nav arī vienota uzskata, ka vietnē, kurā viens no pamatprincipiem ir iespēja ikvienam brīvi izteikties, vispār būtu nepieciešams realizēt kādus kontroles mehānismus. Vidē, kurā lietotāji savus sociālos tīklus veido ap sevi un var piesaistīt piesaista sev tīkamus vai citādā veidā saistošus indivīdus, šāda sistēma var darboties, tomēr brīžos, kad lietotāji satiekas portāla koplietošanas „telpās“, konflikti ir neizbēgami. Taču nav arī vispārēja atbalsta tam, ka šādi konflikti būtu apkarojami, jo arī tiem ir sava komunikatīvā, pašizteikšanās un izklaides funkcija. Konflikti, asas diskusijas un to atbalsis citu lietotāju aktivitātēs tādējādi var nevis dezintegrēt kopienu, bet gan veicināt tās vispārējo saliedētību.

### 6.2.3. Ritualizēta komunikācija

Ir divi aspekti, kas parāda komunikācijas rituālus portālā. Pirmais ir novērojams valodas lietojumā — daudzu *Sviesta cibas* lietotāju izteiksmes formās ir kopēji lingvistiskie elementi. Otrais ir *mēmes* — šis jēdziens apzīmē kultūras artefaktu izplatīšanos atdarināšanas ceļā: darbībās, kurās pēc tam, kad tās ir izdarījuši viens vai daži lietotāji, nereti iesaistās arī daudzi citi. Mēmes ir kultūras vienības, kas pāriet no cilvēka uz cilvēku (vai no cilvēku grupām uz cilvēku grupām) kopēšanas vai imitācijas ceļā. Jēdziena autors evolucionārās bioloģijas pētnieks Ričards Dokinss (*Richard Dawkins*), kurš 1976. gadā publicētajā grāmatā *Selfish Gene* norādīja, ka kultūras pārnese (*transmission*) ir analoga ģenētiskajai pārnesei, un arī kultūras pārnesei var būt raksturīgas evolūcijas formas. Gēni replicējas, un mēmes ir šīs pašas parādības analogs kultūrā<sup>421</sup> — arī tās pašpavairojas un ir pakļautas mutācijām. Līdzīgi kā dabiskajā atlasē, dažas mēmes ir izdzīvošanā un pašreplikācijā veiksmīgākas nekā citas, un, līdzīgi kā ar bioloģiskajiem gēniem, veiksmīgas mēmes raksturo ilgmūžība, auglība (*fecundity*) un precīza kopēšana (*copying-fidelity*), kas samazina kļūdu veidošanās iespēju replicēšanās procesā — lai arī dažkārt gan gēni, gan mēmes demonstrē izcilu īstermiņa veiksmīgumu, ātri izplatoties, taču saglabājoties tikai īslaicīgi.<sup>422</sup> Mēmes var būt, piemēram, melodijas, modes, bieži atkārtotas frāzes. Tiešsaistes vide vairāk nekā jebkurš cits medijs ir

<sup>421</sup> Lai arī, no angļu valodas pārnesot vārdu „*meme*“, tas būtu atveidojams kā „*mīms*“ vai „*mīme*“, tomēr R. Dokinss, definējot jēdzienu, atzīmēja, ka to ir veidojis pēc līdzības ar vārdu „*gene*“. Attiecīgi es pieņemu, ka šis jēdziens arī latviešu valodā būtu jāpārnes tā, lai līdzinātos vārdam „*gēns*“. Pēc šādas analogijas, korekta atveide būtu „*mēms*“, bet, lai izvairītos no heteronīma veidošanās, vārdu „*meme*“ labāk ir atveidot kā „*mēme*“.

<sup>422</sup> Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press. Pp. 189–201.

piemērots mēmju plašai izplatīšanai.<sup>423</sup> Tiešsaistes kopienā mēmes palīdz iesaistīt portāla lietotājus kolektīvās aktivitātēs, kā arī nodrošina noteiktu informācijas vienību, tai skaitā lokālās kultūras elementu izplatību un atpazīstamību.

### 6.2.3.1. Valodas lietojums

Tiešsaistes privātās saziņas vietnēm raksturīgā valodas normu vājināšanās veicina spēles ar valodu, humoristisku pieeju, un šādi elementi veidojas ne tikai neformālā saziņā, bet arī, piemēram, akadēmiskās diskusijās. Humoristiskas diskusiju un valodas spēles, kas piemīt salīdzinoši maz saskaņotajai datormediētajai komunikācijas videi ir viens no lielākajiem lietotāju piesaistītājiem. Cits elements, kas piesaista, ir iespēja vienlaikus iesaistīties vairākās sarunās un kontaktēties ar dažādiem cilvēkiem, pašiem pieņemot dažādas lomas sarunās — kā raksta S. Heringa, „stimulācijas maksimizēšana mazina garlaicības iespējas“.<sup>424</sup> *Sviesta cibas* lietotāju tekstos ir daudz žargona, daudz angļu un arī krievu valodas vārdu un frāžu; pastāvošā sociālā konvencija paredz toleranti izturēties pret lamuvārdu un vienkāršrunas lietojumu. Ir iespējami okazicionālismi, apzināti nepareizi lietoti vārdi, lielo sākuma burtu nelietošana vai atipiska lietošana un citi lokāli valodas normu pārdefinējumi. Un, jebšu šāds nevērīgs vai dažkārt radošs valodas lietojums var izraisīt citu lietotāju nepatiku un būt pamats konfliktiem, taču tam nav tiešas negatīvas ietekmes uz vēstījuma uztveramību, ja lasītājs ir šīs runas kopienas (*speech community*)<sup>425</sup> dalībnieks. Savienojumu veidošanā veiksmīgie *Sviesta cibas* lietotāji valodu izmanto prasmīgi; viņu valodas lietojumu nosaka nevis gramatikas un stilistikas normu nezināšana vai ignorēšana, bet gan valodas piemērošana savām vajadzībām.

Taču, lai varētu runāt par savrupas kultūras pastāvēšanu, ir nepieciešams identificēt kopējas nozīmes, parādās vai nu tikai tiešsaistē, vai arī lielākoties tiešsaistē, norāda Roberts Kozinets. Tipiski šādi kultūras elementi ir emociju ikonas jeb *smailiji*, piemēram, „ :) “, dažādi saīsinājumi, piemēram, „LOL“ vai „OMG“ vai vārdi, kuriem jēga ir tikai tiešsaistes kontekstā, piemēram, „piedraugot“ vai „troļļot“. Šo kultūrizpausmju ziņā procesi, kas notiek

---

<sup>423</sup> Shifman, L., & Thelwall, M. (2009). Assessing global diffusion with web memetics: The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), 2567–2576; Bauchhage, C. (2011). Insights into Internet memes. In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: AAAI Press. Retrieved December 10, 2011, from <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2757>

<sup>424</sup> Herring, S. Interactional coherence in CMC.

<sup>425</sup> Sociolongvistikas klasiķis Viljams Labovs runas kopienas raksturoja kā runātāju kopumu, kam ir kopējas valodas interpretācijas normas, un tās parādās lingvistisko mainīgo lielumu — sociālās stratifikācijas, stila pārbīžu (*style shifting*) un subjektīvo izvērtējumu — lietojumā. Šī lietojumu heterogenitāte parasti veido unificētu strukturālu bāzi: pamatā esošā frāžu struktūra, gramatiskās kategorijas un fonēmu inventārs un šī inventāra izplatība vārdu krājumā. Sk.: Labov, W. (1989). Exact description of the speech community: Short *a* in Philadelphia. In R. W. Fasold & D. Schiffrin (Eds.), *Language change and variation* (pp. 1–57). Amsterdam: John Benjamins Publishing.

tiešsaistē, nav būtiski atšķirīgi no tiem, kas notiek citās sfērās, kur cilvēki rada, piesavinās un kolektīvi pārinterpretē dažādus kultūras elementus.<sup>426</sup>

Par lokālu, atsevišķās lietotāju grupās izstrādājušos izturēšanās normu klātbūtni liecina arī žargons, kura lietojums iezīmē piederību noteiktai pieredzei un noteiktas informācijas pārzināšanu. Šī žargona vārdnīcā ietilpst gan starptautiski vārdi vai to pārveidojumi, piemēram, „interneti“,<sup>427</sup> gan vietēji darinājumi, piemēram, draugu lenta (frendliste; *friend-list*) bieži vien tiek rakstīta kā „freidliste“, apzināti lietojot apzīmējumu, kas, domājams, sākotnēji radies („freidiskas“) pārrakstīšanās dēļ. Ir sastopami arī no krievvalodīgās tiešsaistes vides pārņemtas mēmes, piemēram, izplatot kādu paziņojumu vai sludinājumu kāda cita cilvēka vārdā, kā paskaidrojoša frāze tiek norādīta „mopēds nav mans“.<sup>428</sup> Citkārt apzināti nepareizi tiek rakstīti vārdi (piemēram, „aukstā māgsla“), kā arī plaši izmantots lielo sākumburtu lietojums, lai ar ironiju vai ironijas aizsegā slēptām emocijām uzsvērtu kādus vārdus vai frāzi (izcēlumi mani).<sup>429</sup>

Augšstāvā rezidē kāda **Uzlēcošā Zvaigzne** [...], bez visa parastā augsštāvu kaimiņu repertuāra: spiedzballītēm trešdienu vakaros, ziloņpastaigām augu diennakti, **Zvaigzne** šad tad izkopj savas vokālās mākslas īpaši neaicināta. (*Autore 8*)

Vēl kāds no portālā salīdzinoši plaši zināmiem kodiem ir „pokemoni“ — portāla darbības sākumposmā aktīva bija mazgadīgu lietotāju grupa, kuri savu dienasgrāmatu vizuālajos noformējums lietoja spilgtas, lasīšanu apgrūtiniošas krāsas, savukārt ierakstos izmantoja nekonvencionālu rakstības stilu, haotiski mainot lielo un mazo burtu lietojumu arī viena vārda robežās, burta „v“ vietā lietojot „w“, „s“ vietā — „z“, un, ja vārds beidzas ar „s“, tā vietā raksta vairākus „z“ (šāda rakstība ir novērojama arī tīmekļa dienasgrāmatās un vietnēs ārpus *Sviesta cibas*). Šādu lietotāju ieraksti nereti bija infantili un emocionāli. Lai cīnītos pret šo subkultūru, 2003. gadā portāla īpašnieks to kontus dzēsa. Vēlāk līdzīgas sankcijas vairs neparādījās, bet šādi lietotāji, ja arī turpināja portālā rakstīt dienasgrāmatas, marginalizējās. Tomēr tiešsaistes folklorā šis lietotāju tips ir palicis, un frāze „es eju grieZzt weenaAZZZzz“ (vai kādā no citām variācijām) tiek lietota, lai ar pašironiju izteiktu sašutumu un demonstrētu

<sup>426</sup> Kozinets, R. *Netnography*. P. 12.

<sup>427</sup> Mēme „interneti“ (angl. *internets*) ir t.s. „bušisms“ — bijušā ASV prezidenta Džordža Buša pārteikšanās. Dž. Bušs vārdu „interneti“ lietoja 2000. gadā prezidenta amata kandidātu debašu laikā ar Alu Goru. (Sk. <http://www.debates.org/?page=october-17-2000-debate-transcript> — Retrieved February 14, 2010). Vārds „interneti“ drīz vien kļuva par humora nozīmē lietotu vārdu, kas apzīmēja runātāja sliktu zināšanu līmeni par internetu vai tehnoloģijām kopumā. Humoristisko nozīmi tam piešķir apzināta šīs nepareizās formas lietošana.

<sup>428</sup> Mēme „моторолер не мой“ radās 2006. gada nogalē Ukrainas motociklu un motobraukšanas forumā [moto.kiev.ua](http://moto.kiev.ua), kur kāds lietotājs ievietoja sludinājumu, ka pārdot motociklu, taču, kad citi viņam uzdeva precizējošus jautājumus, viņš atbildēja: „Моторолер не мой!!! Я просто разместил ОБЪЯВУ!“ Atbilde lietotājus tā uzjautrināja, ka viņi sāka dažādi apspēlēt šo frāzi, un drīz to sāka lietot arī ārpus foruma. Sk. 2012. g. 9. apr. <http://lurkmore.to/Мотороллер>

<sup>429</sup> Šī vārdu izcelšanas tradīcija ir atsauce uz Alana Aleksandra Milna „Vinnijā Pūkā“ sastopamajām rakstu valodas īpatnībām.

pārspīlētu reakciju uz kaut ko. Frāze ir atsauce uz stereotipu, ka pusaudžiem ir tieksme spert radikālus soļus situācijās, kas, no pieaugušā skatu punkta raugoties, tiktu uzskatītas par nenopietnām.

Vēl kāda parādība ir arī citātu autoru norādīšana ar (c) vai ©, ja ierakstā vai komentētā tiek izmantoti citāti vai pat tikai to parafrāzes. Tas var tikt darīts arī gadījumā, ja nav zināms, kurš ir šī citāta autors, piemēram:

pamain attieksm :))

(c) kāds no plašā interneta ārēm

Šīs konstrukcijas lietojums arī parasti ir vai nu humoristisks, vai ironisks, vai arī tā vienkārši ir atzinības izrādīšana autoram, bieži vien tieši *Sviesta cibas* lietotājam, par trāpīgu frāzi, piemēram, ierakstot: „te ir par maz pašcieņas un par daudz kompleksu uz kvadrātmetru" (c) [autors]“. Kvadrātiekvu vietā parasti tiek ierakstīts lietotāja pseidonīms, kuram tiek pierakstīta šī apgalvojuma autorība. Ja aiz (c) netiek rakstīts nekas, tas norāda, ka rakstītājs frāzi neuzdod par savējo.

Šīs un citas valodas lietojuma formas ir izplatījušās un atsevišķās lietotāju grupās pieņemtas, veidojoties kopienu subkulturai. Lai arī aplūkotie valodas lietojumi paši par sevi nav uzskatāmi par normu izpausmi, tie tomēr parāda uzvedības kodu difūziju un palīdz iezīmēt lietotāja piederību noteiktai kopienai, jo demonstrē piekļuvi informācijai, kuru dala citi kopienas dalībnieki.

### 6.2.3.2. MAS (mēmes)

*Sviesta cibā* lokālu, plaši apspriestu aktualitāšu vai pēkšņu popularitāti guvuši aktivitāšu apzīmēšanai tiek izmantota abreviatūra „MAS“, kuras atšifrējums ir „melno apakšbikšu sindroms“. Jēdziens cēlies no kāda lietotāja ieraksta 2006. gadā, kad lietotājs pavēstīja, ka jebkas, kas tiek ierakstīts viņa žurnālā, var portālā izsaukt vētru un arī tāds nenozīmīgs paziņojums, ka tam atvilktnē ir trīs pāri melnas apakšveļas, portālā sāktos pamatīgas diskusijas, kas nekavējoties novirzītos no temata, un turpinātos arī citu lietotāju žurnālos. Šis ieraksts nudien izsauca plašu reakciju, un arī turpmāk gadījumos, kad parādās kāda parasti prozaiska aktualitāte, kuru apspriež daudzi lietotāji, vai tiek atklāta kāda aktivitāte, kurā iesaistās daudzi lietotāji, tas tiek dēvēts par MAS.

MAS ir mēmju — ideju, simbolu vai prakšu pārnese imitācijas ceļā — paveids. Daži no *Sviesta cibas* mēmju jeb MAS piemēriem ir kolektīvas akcijas: gada noslēgumos personisko „gada apskatu“ rakstīšana, testu aizpildīšana un dalīšanās rezultātos, reģistrēšanās portālā *ask.fm*, kas ļauj saņemt no citiem anonīmus jautājumus; dalās kopējās atmiņās — piemēram, par Barikāžu laiku vai bērnību; publicē par sevi plaši nezināmus faktus, vai arī aizpilda

personības testus. Kā raksta kāds portāla lietotājs, dažkārt šī parādība ir visaptveroša, un kaut kādā veidā ar konkrētā brīža aktivitāti ir saistīti arī tie lietotāji, kuri ar to nevēlas būt saistīti:

Man patīk, ka vienmēr, kad cibā panesās MAS diena, tad kā likums frendliste ir pilna ar burtiskiem MAS izpildījumiem, kā arī protestantiem un individuālistiem, kuriem nepatīk peldēšana pa straumi un kuri tad iecibo kaut kādu variāciju par tēmu vai arī noliegumu, ka viņi jau nu tādā MAS nepiedalīsies.  
(Autors 12)

Līdzīgu viedokli plašākā kontekstā izteica arī viena no interviju dalībniecēm:

Man šķiet, ka *Cibā* ir diezgan daudzas tādas personības, kuri vienmēr ir opozīcijā, vienmēr visu noraidīt. Lai kas arī notiktu, tāds cilvēks vienmēr būs pretis. Man tas liekas labi, jo tas *Cibu* uztur dzīvu. Tur nav iespējas iestigt paredzamībā. Taču ļoti bieži arī man tāda uzvedība ir kaitinoša — kad pilnīgi bez kaut kāda loģiska pamata tiek vienkārši iebilsts iebilšanas pēc. Bet tā ir arī laba lieta, un, kad tās vairs nebūs, *Ciba* var arī nomirt dabiskā nāvē. Šāda opozīcija nodrošina neparedzamību. Un pat situācijās, kurās šķiet, ka tur jau nu tiešām nevar rasties kašķis, tas piepeši izceļas prātam neaptveramā, dīvainā veidā. Ja tajos ierakstos, kurus lasu, nebūtu šī negaidītības momenta un nebūtu iespējas, ka tur izvērtīsies dzīva diskusija, tad būtu garlaicīgāk, vienmuļāk. Bet, paldies Dievam, šādi kašķi nenotiek pārāk ilgi, citādi būtu kaut kā nervozi lasīt to visu. (*Dalībniece A*)

Tādējādi ir redzams, kā šajā vietnē vienlaikus var parādīties divas pretējas tendences: uz sociālo integrāciju vērsta iesaistīšanās kolektīvās akcijās un uz nepiekrišanu, opozīciju un apšaubīšanu vērsta.

MAS ilustrē informācijas izplatīšanos portāla robežās, kā arī iezīmē lietotāju grupēšanos — šajās akcijās lietotāji biežāk iesaistās, imitējot savu „draugu“ rīcību. Iesaistīšanās šādās akcijās ir viens no sabiedriskošanās, izklaidēšanās un arī pašatklāšanās veidiem, kas veicina portāla lietotāju saliedēšanos vai arī vienkārši nodrošina iemeslu aktivitātēm, par kurām var sagaidīt, ka tās izraisīs atgriezenisko saiti. Tādējādi, lai arī manā shēmā mēmju teritorija ir kāpņutelpā, ārpus indivīda privātās telpas, līdzīgi kā fatiskā komunikācija (spēja iesaistīties dialogiskā apmaiņā, piemēram, par laikapstākļiem vai citām acīmredzamām parādībām vai norisēm), arī mēmes ilustrē lietotāja sociālās prasmes, spēju un vēlēšanos iesaistīties kolektīvās aktivitātēs ar citiem kopienas dalībniekiem.

#### **6.2.4. Lietotāju mijiedarbības modeļi**

Portāla *Sviesta ciba*, tāpat kā vairuma citu sociālo tīklu vietņu pamatā ir apmaiņa ir sociālā mijiedarbība un ar to saistītā apmaiņa ar dažādiem resursiem. Tādējādi viena no šāda sociālā tīkla/kopienas funkcijām ir dažāda veida atbalsta resursu nodrošināšana lietotājiem. Lietotāji savus tiešsaistes tīklus un attiecības ar citiem indivīdiem veido atbilstoši savām vajadzībām un saviem priekšstatiem par šādu rīku lietojumu, un šo lietojumu iznākumi var

būt daudzveidīgi. Tomēr portālā ir iespējams saskatīt vairākas centrālas lietojuma tendences, kas parāda, ka portāls tiek izmantots dažāda veida palīdzības un atbalsta gūšanā.

#### 6.2.4.1. Atbilžu un informācijas saņemšana

Aprakstot savas ikdienas dzīves gaitas, grūtības un neskaidrības, ir iespējams, ka to izlasīs kāds, kurš konkrētajā jautājumā ir zinošs un var sniegt informatīvu atbalstu. Šāda veida ieraksti ne vienmēr ir eksplicītā padoma lūguma formā; ir iespējams, ka vienkārši tiek izklāstīta situācija, un lasītāji dalās savā pieredzē par līdzīgām situācijām. Kā vispārēja norma darbojas savstarpējs atbalsts, kas liecina, ka šajā tīklā ir iestrādājušies daudzpusēji izdevīgas rīcības un solidaritātes principi. Šādas sadarbības rezultāts ir daudzveidīgas informācijas vide, kas papildina citus informācijas kanālus:

(1) Cilvēki atnāk, uzraksta kaut ko un tu to lasi kā par brīvu pieejamu mākslas vai publicistikas produktu.

Tā ir primārā atrakcija *Cibai* — tas, ka tu vari nokļūt pie materiāliem, kas var radīt zināmu estētisku baudījumu. Vai tikpat labi arī intelektuālu, ja kāds kaut ko labi ir uzrakstījis, izanalizējis, nodefinējis. (*Dalībnieks J*)

(2) *Cibu* par vērtīgu vietni padara arī tas, ka tur ir labs citu lietotāju veidots saturs. Mūsdienās ir problēma, ka mediju ir daudz, bet satura maz, un *Cibā*, kur var izvēlēties, kam sekot, ko lasīt un ko pašai darīt, saturs ir, un viņš ir ļoti dažāds. *Draugiem.lv* turpretim šajā ziņā ir drausmīga mistkaste, un arī tas, ka tur cilvēki darbojas ar īstajiem vārdiem, nozīmē, ka tur nav iespējams tas, kas *Cibā*. (*Dalībniece D*)

Lietotājiem, kuriem ir lieli un efektīvi sociālie tīkli, tie nodrošina ātru un salīdzinoši uzticamu informatīvā atbalsta resursu par dažādiem sadzīviskiem, praktiskiem jautājumiem. Pie saviem lasītājiem var vērsties ar dažādiem jautājumiem: kur nopirkt? kur meklēt? ko nozīmē [...] kā izdarīt [...]?

**Autore 13:** Bet to jauno triku ar sociālajiem nodokļiem es nesapratu. Tjipa, ja darbadevējs ir iešņaucis nāsī manu sociālo nodokli, tad man tas jāmaksā pašai - no savas kabatas? Tjipa, gribi strādāt - proties piemaksāt? Tādā garā spriežot, uzmācas jautājums: un ja nodoklis nebūts samaksāts, tad sodīs darbadevēju, vai mani (labi, labi, zinot mūsējos, kas nepievils, sodīs droši vien visus)?

**Lasītājs 1:** Man šķiet, ka tas ir stāsts par to, ka ar likumu nodokļu nomaksas pienākumu pārceļ no darbadevēja uz darbaņēmēju, taču precīzāku infu man vēl nav izdevies atrast. Ja man taisnība, tad "Labrīt, Latvija" to šorīt nokomunicēja reti idiotiskā formā.

**Lasītājs 2.** neko viņš nav iešņācis.

darba algā (bruto) parasti tiek ierēķināts arī sociālais nodoklis, ko uzņēmējs maksā valstij, lai darbiniekam būtu sociālās garantijas.

tagad darbadevējs, lai samazinātu izmaksas uz darbinieku, piedāvā tiem kļūt pašnodarbinātiem vai ko tādu - tādējādi darbiniekam pašam jāmaksā par savām sociālajām garantijām. vai jāizvēlas - maksāt par tām vai ne.

ja nodoklis nebūs samaksās, sodīs tevi.

**Ieraksta autores atbilde lasītājam 2:** Nu, ziņās neko neteica par piedāvāšanu - ziņās teica, ka darbiekam pašam jāiet uz VSAA, un jāceko, vai par viņu tiek maksāts vai ne (!!! - a nodokļu

polīciju atļaidīsim, vai?). Tjīpa, darbadevējs var maksāt nodokli, bet var arī ieņņaukt nāsī un izlikties nekā nezīnam.

**Lasītāja 2 atbilde ieraksta autorei:** ā. nu tad soda darbadevēju, protams.

Iespējas saņemt atbildes nosaka gan savstarpēji pozitīvās attīeksmes, kas pastāv lietotāja un viņa „draugu“ attīecībās, gan tas, ka dalīšanās informācijā ir viegls kontaktēšanās veids: ja atbilde ir zināma, nav nepīecīesams ieguldīt daudz laika, lai uzrakstītu atbildi. Turklāt dalīšanās informācijā un zināšanu demonstrēšana var paaugstināt lietotāja statusu citu acīs.

Praktisku jautājumu risīnāšanai *Svista cibā* plaši tiek izmantota komūna *Pajautā*, kurai līdzi seko daudz lietotāju, un tas palielina iespējas iegūt atbildes uz saviem jautājumiem. Komūnas sekotāju skaits īpaši svarīgs ir tiem lietotājiem, kuru dienasgrāmatām lasītāju ir salīdzīnoši maz. Tomēr *Pajautā* atbildes biežāk ir gūt uz vienkāršākiem un praktiskākiem jautājumiem — par tādiem var uzskatīt, piemēram jautājumu, ko darīt, ja pīrkstā iekēries makšķeres āķis vai, ja no printera kasetes līst ārā tinte. Tomēr ir jautājumi, kas prasa lielāku iedziļīnāšanos vai radošu pieeju, vai arī ir specifiski, piemēram, lūgums sacerēt novēlējumus jaunajam pārim pēc kāzām vai lūgums pēc konsultācijas, rakstot referātu ekonomikā, šajā komūnā var nebūt iespējams saņemt atbildes, jo ne saistībā ar visām specifiskajām vajadzībām un situācijām atradīsies zinātāji un padomdevēji. Arī intervījās respondenti ir norādījuši uz šāda informācijas ieguves veida efektivitāti:

*Cibā* tu vari reizē satīkties ar ļoti daudziem cilvēkiem, ar kuriem tu dzīvē fiziski nevarētu. Iedomājies komūnu *Pajautā* dzīvē. Tu nevaru sasaukt tūkstoš cilvēkus un paprasīt viņiem: „Klausies, kur lai nopērk šīto?“ Praktiskās lietas, ko tu dzīvē pajautātu vienam cilvēkam vai daži, *Cibā* var paprasīt lielai auditorījai uzreiz. (*Dalībniece B*)

Līdzīgā kārtā abpusējās (pīedāvātāju un saņēmēju) interesēs darbojas arī virkne citu komūnu, piemēram, *Pa lēto*, kur var pīedāvāt lētas un parasti lietotas, vairs nevajadzīgas lietas, vai *Par velti*, kur portāla lietotāji pīedāvā citiem atdot sev nederīgās lietas bez maksas. Līels un efektīvs personiskais tīkls (lietotāji, kas lasa konkrētā indivīda tiešsaistes dienasgrāmatu) portālā mazīna nepīecīesamību izmantot šīs atsevišķās komūnas, turklāt ir lielāka iespēja, ka konkrētā indivīda dienasgrāmatas lasītājus ar ieraksta autoru saista kādas, kaut vājas emociionālās saites, līdz ar to viņi vairāk mēģīnās palīdzēt nekā garāmgājēji komūnās. Taču specializētās komūnas pulcē noteiktās aktivitātēs un tēmās ieīnteresētus lietotājus, un lielai daļai portāla dalībnieku tieši tur ir reālākās izredzes saņemt kāroto informāciju vai cita veida resursus.

#### 6.2.4.2. Atbalsts

Interneta dienasgrāmata, kurai ir daudz lasītāju, tās autoram nodrošina kontaktu ar daudziem indivīdiem, ar kuriem mijiedarboties un kas tiešā vai netiešā veidā var sniegt emocionālu, informatīvu vai materiālu atbalstu. Šī saziņa nereti ietver arī pašatklāšanos un paredz savstarpējas uzticēšanās izrādīšanu. Autors var rakstīt par savām un savu tuvinieku problēmām, grūtībām, centieniem un arī panākumiem, un lasītāji autoram izteiks atbalstu, apsveiks ar panākumiem, sniegs padomu vai dalīsies savā pieredzē.

Kāda no respondentēm portāla lietotājus kā emocionālā atbalsta avotu raksturo šādi:

Man vienmēr dzīvē ir bijusi vēlme atrast sev šādu sabiedrību, šādu loku, kurā es justos kā savējais. *Ciba* priekš manis tāda ir, un es tiešām zinu, ka šie ir tie cilvēki, kuri mani atbalstīs, es tur varu iet un ierakstīt, ka man šodien iet slikti, un lielākajā daļā gadījumu, un lielākajā gadījumā cilvēki ierakstīs kādu labu vārdu — un man ļoti daudz nozīmē, jo man ir ļoti maz īstu draugu, un 80 procenti no viņiem ir aizbraukuši uz ārzemēm. Ja ir slikti, viņus nemaz nevar tik vienkārši satikt, un tādā ziņā *Ciba* tiešām ir liels atbalsts. Tā apliecina, ka ir pasaulē man līdzīgie, ka nav tā, ka apkārt ir tikai naidīgi, bet arī atbalstoši, tādi, ar kuriem tu runā vienā līmenī — gan humora ziņā, gan domu, gan interešu ziņā.  
(*Dalībniece A*)

Turklāt emocionālais atbalsts ne vienmēr izpaužas tik krasā formā kā mierinājuma un palīdzības sniegšana sarežģītās dzīves situācijās:

Tāpat kā jebkuras cilvēciskas attiecības, ja viņas ir pozitīvi vērstas, nav naidīgas, tu iegūsti kaut kādu emocionālu gandarījumu, tāpat kā IRLā,<sup>430</sup> arī internetā. (*Dalībnieks E*)

Tāpēc lietotāja, kura savā dienasgrāmatā ir aprakstījusi šādu pieredzi —

Eh, omamma aizvesta uz Stradiņiem ar sirds ritma traucējumiem, kārtējo reizi ilgi slēpusi, ka ir veselības problēmas, no sērijas "ko nu es cilvēkus traucēšu"... Jātur visi iespējamie īkšķi... (*Autore 4*)

— saņem atsauksmes, kurās lasītāji izsaka atbalstu. „Es ar pieturēšu. Turās!“ raksta kāds lasītājs. „Piesienam īkšķus!“ raksta kāds cits, bet vēl kāds dalās pieredzē: „Šis laikam veciem cilvēkiem raksturīgi. Mana ome tieši tāta pat - kad sākās galvas reiboņi, nevienam neteica, tikai kad pamanījām ledusskapja durvīs buktes, sākām domāt, ka kaut kas nav riktīgi. Un nebija arī...“ Ņemot vērā, ka liela daļa lietotāju viens otru zina bezsaistē, ir pamats domāt, ka šīs atsauksmes bieži vien ir ne mazāk patiesas nekā, ja būtu izteiktas saziņā aci pret aci. Tanī pašā tiešsaistes vidē šādus uzmundrinājumus izteikt ir vieglāk arī kādam, kurš dienasgrāmatas autoru nepazīst un ir tikai nejaušības pēc izlasījis kādu ierakstu, kur vēstīts par bēdām. Šāda saziņa var būt vienreizēja, neuzliek nekādus turpmākus pienākumus un nav saistīta arī ar gaidām par turpinājumu. Palīdzību un atbalstu cits citam sniedz tie, kuri to

<sup>430</sup> IRL, in real life (angļu val.) — „reālajā dzīvē“ jeb bezsaistē.



konkrētajā brīdī var un vēlas, savukārt darbošanās tīklotā komunikācijas vidē un vairāk kontaktu piesaistīšana nodrošina to, ka tiek palielināta iespēja, ka nepieciešamības gadījumā lūgumu pēc palīdzības vai atbalsta izlasīs kāds, kurš var un vēlas iesaistīties. Tam piekrīt arī respondenti, kuri portālu šāda atbalsta gūšanai izmanto:

Man kā ekstravertam cilvēkam sirds kratīšana jau vispār pārdzīvojumos ir svarīga — izstāstīt, kas ar viņu notiek. Un ir starpība, vai viņš paraud uz pleca vienam draugam, vai paraud uz pleca 133 draugiem. Kāds no tiem 133 noteikti būs klāt tad, kad vajadzēs. (*Dalībniece B*)

Līdzīgā kārtā interviju dalībnieki ir atzinuši, ka portāla lietotāji, tai skaitā personīgi nepazīstami cilvēki, viņiem ir snieguši arī cita veida atbalstu:

Dzīve ar mani izspēlēja tādu joku, es nokļuvu grūtībās, un *Ciba* bija pirmā vieta un arī galvenā vieta, kur guvu emocionālo atbalstu, kā arī, nevar noliegt, kritiskā brīdī tur man palīdzēja arī materiāli — viņu vidū vairāki tikai *Cibā* zināmi cilvēki. Pēc tam ar viņiem iepazīnos arī reālajā dzīvē. (*Dalībniece D*)

Lai arī portāla lietojumi ir daudzveidīgi un nebūt ne visi intervētie portāla dalībnieki atzina, ka portāls viņiem pilda nozīmīgu emocionālā un materiālā atbalsta funkciju, lietotāju vidū pastāv pozitīvs priekšstats par *Sviesta cibas* apvienoto indivīdu kā atbalstošu un emocionālā un materiālā ziņā izpalīdzēt gatavu sociālu grupu. Kā raksta kāda portāla lietotāja, „ciba dzirda, baro, apģērbj un izģērbj“. Kāda cits raksturojums skan šādi: „Paldies cibiņiem, ka tie ir daudz ātrāki, izpalīdzīgāki, draudzīgāki un precīzāki par jebkuru 1188 operatoru.“

*Sviesta ciba* lietotāji pārsvarā lūdz palīdzību paši sev, piemēram, aicinot atsaukties tos, kas var palīdzēt ar autotransportu pārvācoties, bet ir arī gadījumi, kad indivīds aicina iesaistīties kādās citu cilvēku rīkotās labdarības akcijās, piemēram, ziedot grāmatas — šādas situācijas gan ir retākas. Turklāt, atšķirībā no aicinājumiem palīdzēt indivīdam, aicinājumi iesaistīties plašākās labdarības akcijās var tikt uztverti agresīvāk, un, piemēram, reiz, sastopoties ar aicinājumu ziedot grāmatas, kurā ir atrodami arī vēlamo grāmatu saraksti, auditorija bija visai kritiska, piemēram, norādot, cik lielu vietu šajos sarakstos ieņem lubu vai populārā literatūra, vai arī raksta, ka šādi aicinājumi „kaut kā neiedvesmo, zinot, ka bibliotēkas ik pa laikam lielas grāmatu čupas met ārā“.

Lai lasītāju atsauksmes tiktu uztvertas kā atbalstošas un no sirds domātas, kā arī, lai lasītāji vēlētos šādas atsauksmes rakstīt, ir nepieciešama kopēja lietotāju pieredze, vismaz ierobežota līmeņa kopēju normu un priekšstatu pastāvēšana. Solidaritāte novērojama arī situācijās, kurās tikai formāla piederība *Sviesta cibai* dažkārt jau tiek uzskatīta par uzticēšanos rosinošu faktoru. Piemēram, ir sastopami šādi portāla lietotāja rīcības

pašskaidrojumi: „[...] interesējos šeit, tomēr vairāk vai mazāk pazīstama sabiedrība.“ „Pazīstamība“ šajā gadījumā primāri nozīmē tikai darbošanos vienā un tanī pašā tiešsaistes vidē, bez pretenzijām uz ciešu kontaktu.

Emocionālais atbalsts, kas ir novērojams tīmekļa dienasgrāmatas autora un lasītāja attiecībās, nenozīmē, ka datormediētā šāda veida komunikācija var darboties autonomi no bezsaistes komunikācijas un apmierināt visas indivīda komunikatīvās vajadzības.

Šausmīgākais ir tas, ka briesmīgi gribas virtuāli paplāpāt, bet skaidrs, ka nekas labs no tā tāpat nesanāks: ja rakstīšu ko negatīvu, nolamās par ņergu un čīkstuli, kas tikai uzprasās uz žēlošanu, bet ja pukstēšu ko pozitīvu, tad nodēvēs par pilnīgu stubeni, kas vienkārši vispār neko nesaprot.

Es saprotu, ka ar mani ir grūti, ar mani tiešām ir grūti, es nestrīdos, bet ticiet man, ar jums, jāatzīst, ar nav sevišķi viegli. (*Autore 13*)

Vēl pie citiem lietotāju mijiedarbības modeļiem ir pieskaitāms arī tas, ka lietotāji nereti cits citu apsveic dzimšanas dienā, pat ja apsveicamos nepazīst personīgi. Portāls lietotājiem sūta atgādinājumus par citu dalībnieku dzimšanas dienām, ka lietotāji uz šāda veida informāciju ir parakstījušies. Arī, ja konkrētais dalībnieks savā tās dienas ierakstā nerunā par dzimšanas dienu, viņš komentāru veidā nereti saņem sveicienu. Šajā piemērā redzams, ka sistēmas arhitektūrā iestrādāto sabiedriskuma veicināšanas elementu lietotāji ir pieņēmuši un iekļāvuši savās kontaktu uzturēšanas praksēs.

### **6.2.5. Kopienas dalībnieku savstarpējās saites**

Daudziem portāla lietotājiem portāls ir rīks, lai uzturētu kontaktu gan ar cilvēkiem, kas ir pazīstami bezsaistē, gan ar cilvēkiem, kuri ir zināmi tikai tiešsaistē. Tādējādi nozīmīgai daļai *Sviesta cibas* lietotāju ir veidojušies cieši kontakti ar citiem lietotājiem. Viņu „draugu lentas“ nereti veido divas savstarpēji pārklājošas grupas — tie lietotāji, kuru ierakstus ir interesanti lasīt, un tie, kas ir draugi, paziņas vai citādā veidā pazīstami un ar kuriem, izmantojot portālu, tiek uzturēts kontakts. Turklāt tiešsaistē ir lielas iespējas atlasīt cilvēkus, ar kuriem vēlas kontaktu uzturēt:

- (1) *Cibā* es varu izveidot savu sociālo tīklu. Reālajā dzīvē es savu tīklu varu tikai koriģēt. (*Dalībniece D*)
- (2) Pašorganizācija *Cibā* notiek caur frendlisti. Tu piesaisti vai nepiesaisti domubiedrus, un tie, kas tev galīgi nepiekrīt, pieļauju, ka vienubrīd tu viņiem apnīc ar saviem tekstiem, un viņi aiziet prom. (*Dalībnieks E*)

Lietotāju saziņa ilustrē arī šāda veida komunikācijas lūrēšanas (*voyeuristic*) dabu: portālā darbojas indivīdi, par kuru dzīvi citiem ir zināms daudz personisku ziņu, turklāt šīs zināšanas ir ieguvuši arī tādi lietotāji, kuri ar viņiem nekad nav personiski runājuši. Šie indivīdi var būt uzturējuši aktīvus kontaktus ar vairākiem desmitiem lietotāju, tomēr to cilvēku skaits, kas ir

vienkārši ieinteresēti kāda indivīda personiskajā „realitātes šovā“, ir krietni vairāk. Tiešsaistes saruna starp dienasgrāmatas ierakstu autoru un lasītājiem tādējādi ir kas vairāk nekā privāta saruna starp dažiem cilvēkiem, pat ja tajā aktīvi iesaistās tikai daži. Un daudzi portāla lietotāji arī neslēpj, ka iespēja ielūkoties citu cilvēku dzīvēs ir viens no portāla lietošanas vilinājumiem un ka vienlīdz svarīga portāla funkcija ir gan izklaide, gan arī personisko savienojumu veidošana un uzturēšana. Kā izteicās kāds no intervētajiem,

Viņi [ierakstu lasītāji] taču te nāk pēc tās sulīgās, lipīgās, neķītrās privātās dzīves, pēc tavām seksuālajām un estētiskajām preferencēm. (*Dalībnieks J*)

Ir viegli nojaušami ārpus portāla eksistējošie lietotāju savstarpējie kontakti — to, ka šādas attiecības pastāv, mēdz parādīt lietotāju ieraksti, kuros vēstīts par kopējām gaitām ar kādu no lietotājiem (uz konkrēto lietotāju atsaucoties, tiek izmantots viņa portālā lietotais pseidonīms), kā arī gadījumi, kad indivīdi viens otra dienasgrāmatas mēdz izmantot kā personiskas saziņas vietu un nesaistīti ar kādu konkrētu ierakstu norunāt kādas tikšanās, organizēt kopējus pasākumus vai citas aktivitātes:

atgādinājumiņšmiņšmiņš:

rīt manas dzimšanas dienas žūrfikss<sup>431</sup> mājas svētibā.

iesildītāji - efterklang, uzstājas uz kinosienas 19:00 (*Autore 11*)

Konkrētais ieraksts — aicinājums uz dzimšanas dienas svinībām ar norādi, kur un cikos — ir izlasāms visiem interesentiem, un šāds interneta dienasgrāmatas lietojums saziņai parāda ne tikai to, ka interneta saziņa tiek izmantota sakaru uzturēšanai ar jau zināmiem cilvēkiem, bet arī parāda vēlmi sastapt jaunus cilvēkus un bezsaistes attiecību tīklu paplašināt. Šādi aicinājumi šādu funkciju nereti arī pilda. Vairāki intervētie ir stāstījuši par gadījumiem, kad apmeklējuši citu lietotāju rīkotus pasākumus vai arī pasākumus, kuros arī ir sastopami portāla lietotāji, un tur viens ar otru iepazīnušies.

Lielākoties ar citiem cibiņiem iepazīstos ballītēs, kuras rīko kādi, kas man jau ir pazīstami, un tad jau iepazīst daudz citu cibiņu, uzzini, ka šitas ir tas, šitas — tas. Taču ir arī gadījumi, kad kāds savā *Cibā* uzraksta „Nāciet visi pie manis“, un es aizeju, pat ja viņu nepazīstu. Piemēram, pirms diviem gadiem es braucu svinēt Jāņus pie [portāla dalībnieka], kas visu *Cibu* aicināja braukt pie sevis uz Jāņiem. Es viņu iepriekš vispār nepazinu, nelasīju, bet ieraudzīju aicinājumu, man nebija, kur svinēt Jāņus, un es aizbraucu. Tāpat ir bijušas situācijas, kurās es pati kaut kur gribu aiziet, un ierakstu: davai, nāciet kāds ar mani. Tā es iepazīnos ar [portāla dalībnieku], ar ko jau sen biju gribējusi iepazīties — uz kaut kādu izstādi tā kopā aizgājām. (*Dalībniece A*)

---

<sup>431</sup> Jēdziens aizgūts no grāmatas „Nezinītis uz Mēness“: „Laiņi lūdzam ierasties pie mums uz žūrfiksu. Tiks salauzti divpadsmit atzvelteņi, četri plīša dīvēni, divējas klavieres, izvelkamais galds un izdauzīti visi logi. (..) Lūdzam ierasties bez nokavēšanās!“ Sk.: Rudaks, U. (2001, 4. maijs). Nekaitiniet žūrfiksu! *Diena*. Sk. 2012. g. 19. jūl. <http://www.diena.lv/arhivs/nekaitiniet-zurfiksu-11014255>

Taču citkārt *Sviesta ciba* kā saziņas tīkls tiek izmantota, lai publiskotu kādu informāciju, kura ir pieejama tikai „draugu“ grupai (šajā kategorijā acīmredzami ietilpst gan cilvēki, kuri ir pazīstami reālajā dzīvē, gan tie, kuri ir tikai piedraugoti) — piemēram, kāds ieraksts, kas pilda paziņojuma funkciju, sākas ar šādiem vārdiem:

Draugiem un tuviem paziņām (kā lai atšķir vienu no otra?)

Man diemžēl nav visu jūsu email adreses, sūtītu epastu. (*Autors 5*)

Dažkārt portāla lietotāji dažkārt rīko bezsaistes tīklošanās pasākumus, kas var būt gan kopīga vīna dzeršana, gan iešana uz kino, gan pikniks parkā un citas aktivitātes, kurās tiek radīti vai izvēlēti sociālie apstākļi, kas var veicināt indivīdu iesaistīšanos. Aicinājumi uz šādiem pasākumiem, kur pazīšanās reālajā dzīvē nav ierašanās priekšnoteikums, parasti izskan no atsevišķiem populāriem (daudzu piedraugotājiem) lietotājiem, tādējādi viņi tīklā izmanto savu ietekmīgā mezglpunkta statusu, jo savieno daudzus lietotājus, kuriem citkārt citu saišu nebūtu. Lai arī ir sagaidāms, ka šādus piedāvājumus visdrīzāk pieņems tie, kuriem ar konkrēto lietotāju jau pastāv zināms kontakts, dienasgrāmatā šāda veida uzsaukums būtībā nozīmē aicinājumu atsaukties ikvienam, kurš šo lasa un vēlas pievienoties. Pēc šādiem pasākumiem portāla dienasgrāmatās nereti parādās ieraksti, kuros autors vai nu pateicas tiem, kuri ir atnākuši, vai arī pavēsta citiem par to, ka šāds pasākums ir apmeklēts. Tādējādi indivīdi iezīmē savu piederību lietotāju grupai, kuru vieno ciešas saites, kas tiek veidotas un uzturētas šādos bezsaistes sabiedriskošanās pasākumos.

Sazināšanās portālā iepazīšanos veicina arī ārpus saviesīgiem pasākumiem — kontakti veidojas arī kā blakusefekts tam, ka lietotāji iesaistās savstarpējās palīdzēšanas aktivitātēs:

Sāc draudzēties *Cibā*, konstatē, ka jums ir kopējas intereses, kopēji mērķi, tad no viņa panesas tāds elementārs jautājums: „A tev nav šitāda grāmata?“ Ir, nu. Un tālāk skaidrs viss. Iepazīstamies, kopīgi risinot kaut kādas vajadzības. (*Dalībnieks J*)

Ārpus portāla esošās attiecības parādās arī gadījumos, kuros atsauksmēs pie kāda ieraksta saruna norisinās par citiem jautājumiem, nekā ir minēts aprakstā — indivīdi var apmainīties ar iespaidiem par konkrētu pieredzi, runāt par savstarpēji svarīgiem jautājumiem, apvaicāties viens par otra aktualitātēm — piemēram, darbu, veselību, sociāliem pasākumiem, ja lietotājs nav izmantojis portālu, lai savu tīklu informētu par personiskajiem, draugus un paziņas interesējošiem jautājumiem, kuri viņam personīgi vai tiešsaistē pazīstamos cilvēkus interesē.

Tomēr šādu piemēru, kad komentēšanas iespēja tiek izmantota ar sākotnējo vēstījumu (konkrēto ierakstu) nesaistītām sarunām vai arī kad tīmekļa dienasgrāmata tiek izmantota privātu pasākumu rīkošanai, nav daudz. Gadījumi, kad dienasgrāmatā tiek publicēti, piemēram, attēli no ceļojuma, kas arī pilda draugu un paziņu informēšanas funkciju par

lietotāja redzēto un piedzīvoto, ir tipiskāks lietojums, tomēr šajā gadījumā tā ir vienlīdz gan draugu un paziņu informēšana, gan arī tādas informācijas publiskošana, kas varētu būt interesanta arī personīgi nepazīstamiem lasītājiem.

Tanī pašā laikā bezsaistes un tiešsaistes sociālo tīklu pārklāšanās un šīs pārklāšanās komunicēšana ir spilgtākā izpausme tam, ko H. Dženkinss dēvē par pārmediju stāstniecību (*transmedia storytelling*). Šo jēdzienu viņš izmanto, lai raksturotu parādību, ka patērētājam, kas vēlas pilnībā uztvert konkrēto fikcionālo darbu un tā norises vidi (pasauli), ir jāvāc šī stāsta gabaliņi pa dažādiem mediju kanāliem. Informācija, ko sniedz katrs no atšķirīgajiem mediju kanāliem, ir atšķirīga, tā ir tikai daļa no kopējā attēla vai kopējā stāsta, kuru iespējams izveidot. Katra atsevišķā medija saturs var būt pašpietiekams, tāpēc patērētājiem ir iespējams sekot līdzī un kā jēgpilnu informāciju nolasīt arī tikai daļu no kopējās mozaīkas, tomēr vismotivētākajiem patērētājiem, lai gūtu pilnīgu pieredzi, ir jāizmanto dažādas mediju platformas, kā arī jāsadarbojas ar citiem patērētājiem vēstījumu meklēšanā un dekodēšanā.<sup>432</sup>

Šāda pārmediju stāstniecība *Sviesta cibas* lietotāju mijiedarbībā izpaužas vairākos veidos. Pirmkārt, ir portāla diskusijās tiek likta kopā citos medijos atrodamā informācija vai arī lietotāju atšķirīgās pieredzes, tādējādi tiek paplašināts kopējais pieredzes lauks un interpretāciju daudzveidība. Otrkārt, lietotāji spēj sekot līdzī vairākām sociālās mijiedarbības izpausmēm dažādās vietās: diskusijas, kas notiek vienā dienasgrāmatā vai komūnā, var izmantot, lai iegūtu informāciju, kas var noderēt citā sociālās mijiedarbības segmentā. Piemēram, kāda no intervijas dalībniece *D* to, ka visvairāk jaunu sekotāju (viņu piedraugojušo lietotāju) uzrodas pēc asajām diskusijām, viņa interpretēja kā atzīnību par viņas panākumiem šajā vārdu apmaiņā — citiem vārdiem, citi strīdus dalībnieki vai sekotāji šai diskusijai acīmredzot vēlas iegūt pēc iespējas vairāk informācijas par spilgtākajiem dalībniekiem, lai tādējādi iegūtu pilnīgāku priekšstatu par notiekošo.

Trešais, dažādo komunikācijas kanālu lietošana ir novērojama ne tikai apmaiņā ar fragmentēto saturu un izteikumiem portāla robežās, bet arī lietotāju savstarpējās attiecībās, kas var būt gan tiešsaistes, gan bezsaistes attiecības. Atkarībā no tā, cik daudz konteksta par noteiktu portāla lietotāju cits dalībnieks zina, lietotāja rīcība var tikt nolasīta un atkodēta ar dažādām nozīmēm. Šos papildus interpretāciju līmeņus ilustrē intervijas dalībnieka *J* stāstītais par konfliktu ar kādu portāla lietotāju, kura identitāte ir plaši zināma un par kuru ir zināms, ka viņš ir sadarbojies ar kādu no Latvijas politiskajām partijām. Kad lietotājs pirms parlamenta vēlēšanām savā tīmekļa dienasgrāmatā izteica skepsi par nepieciešamību balsot, šis viņa ieraksts tika nolasīts kontekstā ar šī lietotāja iepriekšējām aktivitātēm un viņa iespējamo atbildību par konkrētās partijas toreizējiem panākumiem un kļūdaino politiku.

---

<sup>432</sup> Jenkins, H. *Convergence culture*. Pp. 95–96.

Tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti nereti signalizē par lietotāju ārpusportāla attiecībām lietotāju starpā, tomēr pieklūt šiem attiecību tīkliem un cilvēkiem, kas ir pazīstami tiešsaistē, pilnībā ir iespējams, tikai pašam šajos bezaistes tīklos personiski iesaistoties. Bezaistes sarunas savukārt mēdz būt bagātīgs informācijas avots par citiem portāla dalībniekiem — lietotājiem, kas viens otru pazīst vai vismaz zina tiešsaistē, nereti interesē ziņas par citu lietotāju bezaistes identitātēm, attiecībām, piedzīvojumiem un daudz ko citu, kas portāla ierakstos publicēts netiek. Tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti un tiešsaistes sarunas var veidot nozīmīgu pamatu bezaistes sarunām, savukārt šajās sarunās portāla lietotāji var būt plašāku un privātāku informāciju par citiem lietotājiem. Līdzīgi kā pārmediju stāstniecībā, arī šeit katrs informācijas kanāls tiek izmantots atbilstoši tām aktivitātēm, kurām tas ir vislabāk piemērots: tiešsaistes dienasgrāmatas ieraksti ir ērta forma, lai nodotu informāciju, nodrošinātu sociālo klātbūtni un konstruētu savu identitāti, taču portāla lietotāji tiešsaistē viens otru aprunāt nemēdz, jo šādas aktivitātes ir viegli atklājamas pašiem aprunātajiem. Apmaiņa ar informāciju par citiem pazīstamajiem lietotājiem ir piemērota bezaistes sarunām, kuru norisi veicina lietotāja paša publicētā un sociālajai grupai viegli pieejamā informācija, kas nodrošinājusi citu cilvēku interesi par sevi.

### **6.3. Secinājumi**

Novērojumi par tiešsaistes sociālo mijiedarbību parāda, ka ir nepieciešams diskutēt nevis par to, cik šāda mijiedarbība ir „īsta“, bet gan tas, *kā* indivīdi tiešsaistē ir izveidojuši jēgpilnas sociālās attiecības ar citiem.

Tiešsaistes sociālo tīklu portāli var būt piemēroti, lai tajos veidotos tiešsaistes kopienas — sociālās grupas, kas apvienojas uz noteiktu aktivitāšu vai interešu pamata un kurām ir kopēja identitāte. Tomēr aktivitāšu daudzveidība, kurās indivīdi šajās vietnēs iesaistās, nenosaka paša portāla lietošanas daudzveidību sociālo aktivitāšu ziņā. Dati par analizētām vietnēm parāda fundamentālu atšķirību to lietojumā. Neskatoties uz lietotājiem pieejamajām plašajām pašizteikšanās un savienojumu uzturēšanas iespējām, *Draugiem.lv* nav vērsts uz tādas informācijas koplietošanu sociālajā tīklā, kas varētu būt saistoša arī indivīdiem ārpus konkrētā lietotāja sociālā tīkla, tāpēc tas pamatā tiek izmantots jau esošo savienojumu uzturēšanai un nostiprināšanai. Turpretim dienasgrāmatu portāli *Sviesta ciba* un *LiveJournal* ir centrēti ap informācijas apmaiņu, kas notiek publicējot ierakstus, un šie portāli tiek plašāk izmantoti saziņai ar citiem lietotājiem, ne tikai tiem, kuri ir personiski pazīstami bezaistē. Tāpat arī dienasgrāmatu portāli biežāk tiek izmantoti lietotāju diskusijām un personiskām pašizpaušmēm. Lai gan *Sviesta ciba* un *LiveJournal* nav iepazīšanās portāli, tiem ar šāda veida vietnēm ir kopīgs tas, ka to lietotāji ir orientēti uz jaunu savienojumu un pazīšanos

veidošanu: publicētā informācija ir apmaiņai noderīga „prece“, ar kuru var piesaistīt citu lietotāju uzmanību. Savukārt arī citi lietotāji pārējo dalībnieku dienasgrāmatās meklē saistošus elementus — šajā gadījumā saturiskās vienības —, kas mudinātu izveidot savienojumu. Šāda orientācija uz izpaušanos un saziņu ar cilvēkiem, kuriem nav jāatbilst pazīstamības kritērijiem, veicina jaunu kontaktu attīstīšanos un sabiedriskuma veidošanos, kura pamatā ir kopējas intereses un aktualitātes, nevis kopēji fiziskie vai šauri sociālie konteksti (piemēram, radniecības vai draudzības saites). Turklāt šāda pieeja daudziem dienasgrāmatu portālu lietotājiem joprojām ļauj to izmantot, lai uzturētu jau esošās attiecības, kas ir centrālais lietojums arī *Draugiem.lv*. Šī iemesla dēļ tieši *Sviesta ciba* no analizētajiem portāliem tika izraudzīta tiešsaistes kopienas kvalitatīvajai analīzei.

Portāla *Sviesta ciba* analīze ir parādījusi, ka tajā ir izveidojusies kopēja zināšanu bāze, kas balstīta valodas (tai skaitā žargona) lietojumā, rituālā komunikācijā, savstarpējā dažāda veida atbalsta sniegšanā un kolektīvas rīcības mēģinājumos, piemērojot atšķirīgus un dažkārt savstarpēji konfliktējošus priekšstatus par uzvedības normām un pieļaujamajām vai vēlamajām varas attiecībām. Šī ir pašpalīdzības kopiena, kurā indivīdi pašorganizējas, pārdala savā rīcībā esošos dažāda veida resursus un tos rada. Portālā pastāv kolektīva identitāte, kas izpaužas lietotāju solidaritātē, izplatītā pašapziņumā „cibiņi“ un arī sevis kā atsevišķas sociālas grupas uztverē. *Sviesta cibas* tīkls nereti ir cieši iekļauts indivīdu ikdienas dzīves sociālajās aktivitātēs — tas tiek izmantots gan jau esošo paziņšanos uzturēšanai un saziņas atvieglošanai ar šiem cilvēkiem, gan arī jaunu kontaktu veidošanai. Lai gan indivīdu aktivitātes tiešsaistes kopienā kopumā ir saistītas ar dažādiem sociāliem ieguvumiem, arī respondenti atzīst, ka tām ir arī negatīvi aspekti. No tiem par nozīmīgāko tiek uzskatīts laika zudums, ko var interpretēt kā uzskatu, ka laiku, kas pavadīts tiešsaistē, būtu iespējams izmantot lietderīgāk. Tanī pašā laikā neviens no vērtētajiem negatīvajiem aspektiem netiek uzskatīts par tik nozīmīgu, ka aizēnotu ieguvumus.

Lai arī tiešsaistes komunikācija var notikt arī, ja dalībniekiem nav kopējas fiziskas vides, tomēr tiešsaistes kopienu dalībniekiem ir regulāri bezsaistes kontakti, un viņu iespējas tikties vienam ar otru ir būtisks priekšnoteikums starppersonu saišu veidošanās gaitā. Tiešsaistes un bezsaistes vides pārklāšanās nodrošina papildus savstarpējās saites, kas atvieglo indivīdu komunikāciju gan tiešsaistē, gan bezsaistē. Šiem secinājumiem atbilst E. Gidensa redzējums par privātās sfēras demokratizāciju, kas raksturo tīrās attiecības un kur darbojas tas pats pamata princips, kas politiskajā demokrātijā: nav tiesību bez pienākumiem, savukārt tiesības un pienākumi ir konvencionāli jēdzieni un var tikt pārskatīti.<sup>433</sup>

---

<sup>433</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 191.

Šādi daudzveidīgi lietotāju tiešsaistes un bezsaistes kontakti sniedz labumu arī visai tiešsaistes kopienai, jo tiek palielinātas dalībnieku koordinētas rīcības iespējas, un to efektu izjūt arī tie lietotāji, kuri kuru iesaiste šajos attiecību tīklos ir vājāka. Jo intensīvāki kontakti ir indivīdiem, jo daudzveidīgākus medijus viņi izmanto,<sup>434</sup> un tādā gadījumā *Sviesta ciba* saglabājas kā nozīmīgs mezgls, caur kuru tiek maršrutēti indivīdu savienojumi. Lai gan bez portāla pastāv arī citi saziņas kanāli, kas šos savienojumus ļautu uzturēt, tomēr lietotāji par ērtu un efektīvu saziņas vidi atzinuši tieši *Sviesta cibu*. Saziņa šādā formātā sniedz iespēju iesaistīties attiecībās, pār kuru formas un satura veidošanos indivīdiem ir lielāka kontrole nekā apstākļos, kad indivīdus citu ar citu saista dažādi citi kopēji sociālie vai fiziskie konteksti.

Tiešsaistes kontaktos ir iespējams samazināt laika un fiziskās distances radītos ierobežojumus, tomēr šāds no fiziskajiem kontaktiem atrauts attiecību modelis pētītajā tiešsaistes kopienā nav nedz vienīgais, nedz arī dominējošais. Daudzi tiešsaistē veidotie savienojumi pēcāk turpinās bezsaistē, bet citkārt bezsaistes savienojumi tiek papildināti ar tiešsaistes savienojumiem. Portāla lietotāji veido kopējas aktivitātes vietnes lietotājiem, un tajās var iesaistīties arī tie, kuri ar šo aktivitāšu autoriem nav personiski pazīstami. Sociālie, emocionālie un informatīvie ieguvumi no portāla lietošanas ieguvumi ir saistīti arī ar bezsaistes pazīšanas izveidošanu vai uzturēšanu. Tas ir skaidrojams ar to, ka lieli ieguvēji no tiešsaistes komunikācijas ir vislabāk savienotie un aktīvie indivīdi, kuri ir tendēti savus sociālos tīklus paplašināt un uzturēt. Daudzi lietotāji strikti nenošķir bezsaistes un tiešsaistes sociālos tīklus un izmanto savā rīcībā esošos līdzekļus, lai attiecības veidotu un uzturētu.

B. Vellmans mūsdienu indivīdu attiecību skaidrošanai izmanto „tīklotā individuālisma” jēdzienu. Ar to tiek aprakstīts tāds sabiedrības organizācijas modelis, kurā indivīdiem ir vāji strukturētas saites, un tās nav telpiski ierobežotas. Tādējādi ir novērojama pāreja no tīkliem, kuru pamatā ir grupas, uz tīkliem, kuru pamatā ir indivīds:

Šis ir indivīdu un viņu tīklu, nevis grupu laiks. Datoratbalstīto sociālo tīklu izplatība sekmē pārmaiņas „tīkla kapitālā”: kā cilvēki kontaktējas, mijiedarbojas, iegūst resursus viens no otra. Plaši aptverošā kolektivitāte, auklēšana (*nurturing*) un kontrolēšana kļūst par fragmentētu, izraibinātu un personalizētu sociālo tīklu. Anonimitāte, iespējas un neskaidrība ir likums.<sup>435</sup>

Tīklotajā individuālistā cilvēki, sazinoties cits ar citu, var sašaurināt tos identitātes aspektus, kuri tiem interesē; vairs nav nepieciešams cilvēkiem mijiedarboties citam ar citu kā kolektīvu veselumu, bet gan ar noteiktu indivīda lomu. Kontakti tādējādi var veidoties gan starp personām, gan starp personu lomām dažādos sociālajos tīklos, dažādās vidēs. Tīkli un

<sup>434</sup> Haythornthwaite, C. Social networks and Internet connectivity effects.

<sup>435</sup> Wellman, B. Little boxes, glocalization, and networked individualism.



attiecības, starp kuriem indivīdi pārslēdzas, var atšķirties pēc viņu ieguldījums katrā no tiem — vienos viņi var būt aktīvi līdzdalībnieki, bet citos — arī klusējošie un nemanāmie līdzī sekotāji.

Šo modeli ilustrē *Sviesta cibas* lietotāju saziņas raksturojumi. *Sviesta cibu* gan var raksturot kā kopienu — tātad sociālu grupu —, taču tanī pašā laikā tā ir tikai viena no dažādām un atšķirīgām komunikatīvajām grupām. Identitātes, kuras lietotāji portālā attīsta un uztur, daudzos gadījumos neaprobežojas tikai ar tiešsaistes komunikāciju, tās tiek uzturētas arī ārpus portāla sociālajās attiecībās — piemēram, lietotāji viens otru portāla segvārdos mēdz dēvēt arī ārpus portāla. Tanī pašā laikā šī tiešsaistes grupa ir tikai kā viens no indivīda sociālo savienojumu atskaites punktiem. Indivīdu grupas, kas veidojas *Sviesta cibā*, ir amorfas, plūstošas, un faktiski tās ir tikai blakusparādība indivīdu privāto savienojumu veidošanai. *Sviesta ciba* tādējādi arī uztur kopējo sociālo kontekstu, kas veidojas indivīdiem satiekoties, mijiedarbojoties un pašorganizējoties tiešsaistes portālā.

Kā norāda Dž. Fērnbaka, mūsdienu sabiedrībā ir „nedrošs līdzsvars“ starp indivīdu vēlmi būt vieniem un baudīt individuālās brīvības, un vēlmi rast atbalstošu intimitāti ar citiem. Sociālā mijiedarbība tiešsaistē šo „nedrošu līdzsvaru“ var palīdzēt uzturēt, taču pašu pretrunu neatrisina.<sup>436</sup> Tiešsaiste ir elastīga vide sociālo attiecību veidošanai un uzturēšanai, tanī pašā laikā starppersonu attiecības, kas ir šādu kopienu pamatā un kam var nebūt raksturīgas ciešas saites un kuru dalībniekiem nav raksturīga dziļa nodošanās (*commitment*) kopienai, ir individualitātes un kolektivitātes vēlmju apvienojums. *Sviesta cibai* kā sociālajai grupai nav kopēju darbības mērķu vai tēmu, ap kurām centrētos tās dalībnieku aktivitātes, un kolektivitāte portālā veidojas, sastopoties individuālajiem portāla lietotāju mērķiem. Šādas saziņas vides entropiju palīdz mazināt iespēja pārvaldīt savus sociālos tīklus, piesaistot lietotājus, kuri ir tīkami un ar kuriem saista kopējas vērtības un intereses, un izslēdzot tos, kas nav vēlami. Tāpat sociālo grupu apvieno daudzveidīgās saites, kas ir kopienas dalībniekiem — tai skaitā ārpusportāla pazišanās. Indivīdi šādā veidā portālā spēj apvienoties grupās, kurās iegūstot labumu sev, lietotāji var sniegt labumu arī citiem. Šī vide viņiem vienlaikus nodrošina iespēju gan paust savu citādību (*otherness*) gan arī nodrošināt kopību (*togetherness*)<sup>437</sup> ar citiem.

Kopienā, kas veidojusies *Sviesta cibā*, var saskatīt H. Dženkinsa aprakstītās konverģences kultūras kā fanu/sekotāju kultūras izpausmes. Jebšu H. Dženkinsa aprakstītajās

---

<sup>436</sup> Fernback, J. Beyond the diluted community concept.

<sup>437</sup> Ir svarīgi uzsvērt kopības un kopienas nošķirumu. Ar kopienu tiek saprasta sociāla grupa ar relatīvi skaidrām robežām, kuras dalībnieki savā starpā mijiedarbojas, kuriem ir sava pašidentitāte un rituāli un spēja uz kolektīvām aktivitātēm. Kopība turpretim attiecas uz sociālajā grupā pastāvoša sabiedriskuma raksturojumu — noteikta līmeņa tuvības sajūtu un spēju uz citu, arī nepazīstamu indivīdu pieņemšanu.

kopienās daudzos gadījumos mijiedarbība notiek ap informatīvajām vienībām (tādējādi tās, pēc R. Kozinetsa tipoloģijas (sk. 1.1.1. nodaļu), vairāk atbilst *gīku* un veidotāju kopienām), tomēr kopējas daudzas prasmes un iemaņas, kas kopienu dalībniekiem var būt svarīgas, lai varētu veiksmīgi iesaistīties kontaktos ar citiem. *Sviesta cibas* lietotājiem noder spēja meklēt un apstrādāt informāciju, kas var būt publicēta ne tikai dažādu lietotāju dienasgrāmatās, bet var cirkulēt lietotāju saziņā arī ārpus portāla. Lietotājiem ir jāmāk tīklotajā vidē uzturēt attiecības ar citiem indivīdiem. Lietotājiem ir nepieciešama sadarbība centienos atbilstoši saviem vērtību priekšstatiem definēt un uzturēt sociālās normas, kuras citi nemitīgi apšaubā un noraida. Ir nepieciešams piedāvāt jaunu informāciju un pārinterpretēt jau esošo — gan no publiskās informācijas telpas ienākušo, gan lokālajā informatīvajā telpā radīto. Svarīgs ir prasmīgs valodas lietojums, tai skaitā lokālajai kultūrai raksturīgo valodas kodu izmantošana, tādējādi apstiprinot piederību kopienai. Savukārt daļu no konfliktiem, kas kopienā veidojas, var interpretēt kā lomu spēles, apzināti provokatīvu darbību un situācijas saasināšanu ar mērķi demonstrēt vai pārdefinēt attiecības, izteikt attieksmi, vai arī šādi rīkoties vienkārši tāpēc, ka tiešsaistē tā ir iespējams. Nevienā no trim portāliem, kuros notika lietotāju aptauja, respondenti jaunu identitāšu „piemērīšanu“ un uzdošanos par kādiem citiem nav norādījuši regulāri izmantotu tiešsaistes aktivitāti, kas savukārt apliecina, ka šo portālu primārā funkcija ir saistīta ar indivīdu „īsto“, indivīdam jau esošo identitāšu papildināšanu un atbalstu „īstajās“ dzīvēs. Un, pat ja tiešsaistes aktivitātes ne vienmēr ir uzskatāmas par bezsaistes aktivitāšu tiešu paplašinājumu, starp šīm abām sfērām nepastāv stingri novelkams nošķīrums. Var teikt, ka intensīva iesaistīšanās tiešsaistes kopienā, spēja tajā veidot savienojumus un piekļūt dažādiem resursiem liecina ne tikai par indivīda sabiedriskumu, bet arī par mediju pratību, ar to saprotot spēju efektīvi izmantot medijus.

Atvieglota savienojumu veidošana un uzturēšana tiešsaistē nenozīmē lielāku vienlīdzību. Arī tiešsaistes vidē pastāv hierarhijas. Tās var tikt pārceltas gan no bezsaistes hierarhijām — aspekti, kas indivīdam ļauj nodibināt savienojumus bezsaistē, var palīdzēt to izdarīt arī tiešsaistē —, bet citkārt savu sociālo konkurētspēju var uzlabot indivīdi, kuriem šādas iespējas bezsaistē ir mazākas. Atšķirībā no bezsaistes vides, tiešsaistē mazāka nozīme var būt cilvēka vietai demogrāfiskajā vai sociālajā struktūrā, viņa izcelsmei, statusam, jo šīs pazīmes ir grūtāk pamanāmas. Taču jāuzsver, ka nevienlīdzības struktūru sabiedrībā uztur ne tikai vizuāli novērojams indivīda statuss vai piederība demogrāfiskām vai sociālām grupām, bet arī viņa rīcība, manieres, izteikšanās stils, gaume. Šie var raksturojumi var tikt izpausti arī tad, ja vizuāla kontakta cilvēkiem nav, līdz ar to indivīda piederību noteiktām sociālajām vai demogrāfiskajām grupām tiešsaistē var gan izsecināt, gan arī konstruēt. Taču vienlaikus tiešsaistes saziņas vide var sniegt lielākas iespējas sastapties un iepazīties ar indivīdu

citādību, tādējādi arī veicinot viņu pieņemšanu. Tādējādi, neskatoties uz to, ka hierarhijas tiešsaistē pastāv, šādās sociālajās telpās vairāk nekā citur indivīda vietu sociālajā hierarhijā un viņa iespējas noteic nevis viņa piederība noteiktām sociālajām vai demogrāfiskajām grupām, bet gan viņa paša pūliņi un panākumi sevi izrādot un mijiedarbojoties ar citiem.

## 7. SOCIĀLAIS KAPITĀLS TIEŠSAISTES SOCIĀLO TĪKLU PORTĀLOS

Es lieliski saprotu, kā var iztikt bez sekretārēm, apkopējām un pat bez priekšniekiem un klientiem, bet nevaru iedomāties kā var iztikt bez kāda, kurš manā vietā lamātos par bloķētiem IMEI kodiem pilnībā apmaksātiem mobilajiem, skaidrotos par katridžu uzpildīšanas niansēm, restartētu rūterus, zinātu kodus mājas lapām, pateiktu, ka man ir vajadzīgs kompjs ar HDMI izeju utt.

— *Planeeta*, 2012. gada 20. augusts

Sociālais kapitāls ir resurss, kas atvieglo indivīdu kontaktu veidošanu un uzturēšanu un veicina apmaiņu ar dažādiem resursiem. Tiešsaistes sociālo tīklu portāli, kuros indivīdi veido savstarpējus savienojumus un veido vai uztur attiecības, veido vidi, kas arī var atvieglot kontaktēšanos un veicināt resursu apmaiņu. Šajā nodaļā tiks izvērtētas sociālā kapitāla izpausmes pētījumā iekļautajās vietnēs.

Līdz šim veiktajos pētījumos par sociālā kapitāla izpausmēm sociālo tīklu portālos secinājumi parasti izdarīti, izmantojot datus par vienu atsevišķu portālu — visbiežāk *Facebook* un pirms tam *MySpace*. Tomēr secinājumus par šo portālu lietojumu nevar attiecināt uz plašākiem sabiedriskošanās procesiem tiešsaistē, jo sociālo tīklu portālu arhitektūras, iespēju un piesaistīto lietotāju atšķirību dēļ ir problemātiski visus šos portālus apvienot vienā grupā.<sup>438</sup> Tāpēc šajā sadaļā analizē tiek izmantoti dati no tiešsaistes aptaujas, kuru aizpildījuši trīs sociālo tīklu portālu — *Sviesta cibas*, *Draugiem.lv* un *LiveJournal* respondenti, kā arī *Sviesta cibas* dalībnieku interviju rezultāti. Tas ļauj datus salīdzināt.

### 7.1. Sociālo tīklu portālu lietojums

Vispirms tiks sniegts vispārējs analizēto sociālo tīklu lietojumu salīdzinājums tajos notiekošo tiešsaistes sabiedrisko aktivitāšu kontekstā. Portāla *Sviesta ciba* interviju respondenti savas aktivitātes parasti raksturo vispārīgi vai arī norāda uz atsevišķām sev būtiskākajām iespējām: gan (1) vispārēju sabiedriskošanās, gan (2) kontaktu uzturēšanu ar noteiktu personu loku, gan (3) pašanalīzi, gan (4) izklaides un informācijas gūšanu, kas var arī pārklāties ar vispārējo sabiedriskošanās.

(1) *Ciba* ir *community*, tusiņš, ballīte. Tas ir viss tas pats, kas dzīvē, tikai ērtāk. (*Dalībniece B*)

(2) *Cibā* ir iespēja kontaktus uzturēt, lasot citus/pati rakstot par savu dzīvi. Par cibiņiem, ko varbūt pat neesmu satikusi, zinu vairāk nekā par bijušajiem skolasbiedriem, jo *Ciba* ir daudz efektīvāks medijs par telefonu vai klasiskajiem soctīkliem. (*Dalībniece C*)

<sup>438</sup> Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2011). From dabblers to omnivores. A typology of social network site usage. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 146–168). New York: Routledge.

(3) *Ciba* ir mēģinājums nodarboties ar pašdiagnotiku. Cilvēks mēģina uz sevi paskatīties caur citu acīm vai caur savu pierakstu acīm mēģina redzēt tur kaut ko priekš sevis būtisku. Tas ir ārkārtīgi konstruktīvs process. (*Dalībnieks J*)

(4) *Cibā* izklaidējos, gūstu informāciju, diezgan bieži tā ir ļoti nozīmīga, lai varētu izprast atšķirīgu cilvēku domāšanas virzienus un lai varētu saprast cilvēkus. Varētu teikt, ka trenējos retorikā. (*Dalībnieks F*)

Trīs portālu lietotāju aptaujas rezultāti turpretim sniedz datus par plašākām lietojuma variācijām.

### 5. tabula Portālu lietojums

(Pirmais rādītājs ir atbilžu vidējais aritmētiskais rādītājs, kur maksimālā vērtība ir 1, bet iekavās standartnovirzes rādītājs)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezsaistē	0,67 (0,31)	0,92 (0,18)	0,62 (0,35)
Veidoju jaunas pazišanās bezsaistē	0,41 (0,32)	0,35 (0,34)	0,53 (0,32)
Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	0,32 (0,29)	0,48 (0,33)	0,37 (0,33)
Saviesīgi kontaktējos tiešsaistē	0,65 (0,30)	0,72 (0,28)	0,80 (0,25)
Sniedzu padomus vai informāciju	0,65 (0,22)	0,61 (0,29)	0,72 (0,23)
Saņemu padomus vai informāciju	0,65 (0,23)	0,63 (0,29)	0,70 (0,23)
Sniedzu emocionālu atbalstu	0,57 (0,27)	0,57 (0,30)	0,73 (0,27)
Saņemu emocionālu atbalstu	0,54 (0,29)	0,50 (0,31)	0,69 (0,30)
Sniedzu materiālu atbalstu	0,12 (0,20)	0,11 (0,21)	0,17 (0,25)
Saņemu materiālu atbalstu	0,07 (0,17)	0,03 (0,13)	0,09 (0,19)

**Piezīme.** Tabulā sniegtie aprēķini veikti, pārkodējot ar atbildēm „bieži“, „dažreiz“, „reti“, „nekad“ respondentu novērtētos apgalvojumus tā, ka „bieži“ = 1, „dažreiz“ = 0,66, „reti“ = 0,33 un „nekad“ = 0, savukārt atbilde „grūti pateikt“ atzīmēta kā izlaistais mainīgais (*missing variable*). Tādējādi pēc vērtības izlaišanas intervāli starp atbildēm ir izlīdzināti, un atbildes tiek sniegtas skalā no 0 līdz 1.

Pētījuma vajadzībām par lietojumiem, kuri analizētajos portālos ir ļoti izplatīti, tiek atzīti tie, kuru vidējie rādītāji respondentu atbildēs ir vismaz 0,5. Kā redzams 5. tabulā, no deviņiem aplūkotajiem lietojumiem tādi ir seši: sazināšanās ar cilvēkiem, kas ir pazīstami bezsaistē, saviesīga kontaktēšanās (socializēšanās), padomu vai informācijas sniegšana,

padomu vai informācijas saņemšana, emocionālā atbalsta sniegšana un emocionālā atbalsta saņemšana.

Aplūkojot visu trīs portālu kontekstā, visaugstākie rādītāji ir tieši saziņai ar pazīstamiem cilvēkiem, taču emocionālā un informatīvā atbalsta sniegšana un saviesīga kontaktēšanās tiešsaistē ir tikai mazliet mazāk populārāks lietojums. Atšķirībā no portāla *Draugiem.lv*, kura lietošanā ir iespējams identificēt vienu galveno lietojumu — kontaktu uzturēšanu ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem, pārējiem portāliem nav šāda viena lietojuma, kas būtu būtiski biežāk izmantots nekā citi. Tanī pašā laikā ir redzams, ka materiālā atbalsta sniegšana un saņemšana reti izmantots lietojums.

Aktivitātes sociālo tīklu portālos likumsakarīgi ir saistītas ar intensīvu interneta lietošanu. No *Sviesta cibas* respondentiem 41% vidēji dienā internetu izmanto piecas līdz astoņas stundas. Nākamās lielākās grupas ir tie, kas internetu lieto divas līdz četras stundas (33%) un deviņas līdz 13 stundas (22%). Privātām aktivitātēm respondenti dienā internetu izmanto divas līdz četras stundas (59%), piecas līdz astoņas stundas izmanto 23% respondentu, bet līdz vienai stundai — 11%. Savukārt *Sviesta cibā* dienā vairāk nekā puse lietotāju pavada līdz vienai stundai (55%), 32% portālā pavada divas līdz četras stundas.

No *Draugiem.lv* respondentiem lielākā grupa internetu dienā izmanto divas līdz četras stundas (45%), otra lielākā grupa (33%) internetu izmanto piecas līdz astoņas stundas, 12% izmanto deviņas līdz 13 stundas. Privātām vajadzībām vairāk nekā puse respondentu internetu dienā izmanto divas līdz četras stundas, vēl 27% šādām vajadzībām internetu lieto līdz vienai stundai, 14% — piecas līdz astoņas stundas. Portālā dienā lielākā grupa pavada līdz vienai stundai (41%), 32% divas līdz četras stundas, vēl 15% šo vietni apmeklē retāk nekā reizi dienā.

Lielākā *LiveJournal* lietotāju Internetu ikdienā izmanto piecas līdz astoņas stundas (47%), 28% internetu izmanto divas līdz četras stundas, vēl 20% internetu lieto deviņas līdz 13 stundas. Lielākā lietotāju grupa privātām aktivitātēm internetu izmanto divas līdz četras stundas dienā (52%), 30% lietotāju šādiem nolūkiem internetu izmanto piecas līdz astoņas stundas, bet 11% šādām aktivitātēm velta mazāk nekā stundu dienā. Lielākā *LiveJournal* respondentu grupa (47%) portālā ik dienas pavada divas līdz četras stundas. Līdz vienai stundai portālā pavada 37%, piecas līdz astoņas stundas aktivitātēm portālā velta 9% lietotāju.

Šie dati signalizē par to, ka šie portāli ir cieši iekļauti indivīdu ikdienas komunikācijas paradumos un tiek plaši izmantoti saziņai ar citiem. Tāpat ir redzams, ka sociālās aktivitātes tiešsaistes sociālo tīklu portālos ir daudzveidīgas: lietotāji tos izmanto, lai kontaktētos ar

citiem un apmainītos ar dažādiem resursiem neatkarīgi no portāla arhitektūras un no nacionālās piederības.

## 7.2. Sociālā kapitāla elementi

Saskaņā ar R. Putnama pieeju, sociālo kapitālu veido normas, uzticēšanās un sociālie tīkli, kas visi kopā veicina indivīdu koordināciju un sadarbību kopējam labumam.<sup>439</sup> Šī jēdziena operacionalizāciju esmu izmantojis arī savā kvantitatīvo datu analīzē.<sup>440</sup> Turpinājumā aprakstīšu katru no tiem. Šie aspekti daļēji pārklājas ar tiem, kuri aplūkoti 6. nodaļā par tiešsaistes kopienām, tādējādi jau veiktā kvalitatīvā interpretācija papildina šajā sadaļā sniegtos, pamatā uz kvantitatīviem datiem balstīto analīzi.

### 7.2.1. Uzticēšanās un atbalsts

Uzticēšanās veidojas, kad indivīds sagaida, ka citi rīkosies viņa interesēs arī tādā gadījumā, ja viņiem ir iespēja rīkoties pretēji. Uzticēšanās palīdz sociālā kapitāla veidošanā, jo ļauj indivīdiem, kuri apmainās ar resursiem, iesaistīties darbībās, kuras bez uzticēšanās sajūtas būtu riskantas. Šīs darbības var būt saistītas arī ar kolektīvām aktivitātēm. Uzticēšanās sajūta arī sniedz fonu, pret kuru interpretēt citu indivīdu rīcību: informācijai, ko sniedz uzticami avoti, indivīds pievērsīs vairāk uzmanības un palīdzība, ko sniedz uzticami cilvēki, izraisīs lielāku emocionālā atbalsta sajūtu.<sup>441</sup>

**6. tabula.** *Uzticēšanās un atklāšanās citiem portāla lietotājiem*  
(Summēti atbilžu „pilnībā piekrītu“ vai „daļēji piekrītu“ rādītāji, %)

	Jūtu, ka varu portāla draugiem uzticēties	Portālā esmu par sevi rakstījis (-usi) to, ko lasītāji neuzzinātu no citiem avotiem	Es varu pastāstīt portāla draugiem personiskas ziņas par sevi
Sviesta ciba	58%	50%	75%
Draugiem.lv	55%	35%	25%
LiveJournal	78%	67%	80%

Uzticēšanās un pašatklāšanās rādītāji ir apkopoti 6. tabulā. Šie dati liek domāt, ka kopumā uzticēšanās rādītāji šajos portālos ir visai augsti, taču *Draugiem.lv* respondentu atbildes atšķiras no abu pārējo portālu atbildēm, signalizējot par atšķirīgu šī portāla

<sup>439</sup> Putnam, R. D. *Making democracy work*. P. 167.

<sup>440</sup> Sk. arī: Buholcs, J. (2012). Sociālā kapitāla un attiecību hibrīdformas tiešsaistes kopienā. Grām. I. Briksē (red.), *POP: Komunikācija, identitātes, kultūra* (93.–108. lpp). Rīga: LU SPPI.

<sup>441</sup> Resnick, P. *Beyond bowling together*.

lietojumu. Būtiska atšķirība ir saistībā ar apgalvojumu „Es varu pastāstīt portāla draugiem personiskas ziņas par sevi“, kam piekrīt lielākā daļa *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietotāju, turpretim *Draugiem.lv* lietotāji plaši personisku informāciju par sevi šajā portālā acīmredzot ievieto salīdzinoši reti. Līdzīgā kārtā arī *Draugiem.lv* respondenti krietni retāk nekā abu pārējo portālu lietotāji portālā publicē ziņas, kuras tie nevarētu lasīt citiem. Tādējādi *Draugiem.lv* kā intīmas pašatklāšanās vietnes loma acīmredzot ir krietni zemāka nekā abos pārējos portālos. Šī atšķirība varētu būt skaidrojama ar to, ka *Draugiem.lv* biežāk nekā abi pārējie portāli tiek lietots, lai kontaktētos ar cilvēkiem, kuri ir pazīstami bezsaistē, un informācija, kura netiek stāstīta bezsaistes draugiem, likumsakarīgi netiek ievietota arī šajā portālā, kur bezsaistes draugi to varētu izlasīt.

Sociālo tīklu portāls var būt vide, kurā veidojas uzticēšanās, tomēr uzticēšanās sajūta var nebūt vispārīzplatīta parādība portālā — dažās vidēs respondenti to izjūt vairāk, citās mazāk, un arī pašu lietotāju atšķirīgās pieejas portāla lietojumiem un viņu pašu personību aspekti nosaka to, ka ir grūti runāt par uzticēšanās tendencēm dažādos portālos. Tādējādi *Sviesta cibas* lietotāju attieksmes pret citiem lietotājiem var būt radikāli atšķirīgas:

Virtuālajā vidē ir daudz vieglāk maskēties. Maskēties ne jau vārda, uzvārda slēpšanas, bet savas dzīves izpratnes, savu emociju un tā tālāk ziņā. Tāpēc nevaru es uzticēties cilvēkam, kuru pazīstu tikai virtuāli. Vajag satikt, pasēdēt pretī, paklausīties. (*Dalībnieks E*)

Principā *Cibā* uzticos visiem, ja vien nav īpašs iemesls neuzticēties vai aizdomas, ka dažas tēmas tiks uztvertas sensitīvāk kāda acīs. (*Dalībniece C*)

Tomēr, pat ja uzticēšanās un pašatklāšanās līmeņos pastāv būtiska daudzveidība, no tā vien nevar izdarīt secinājumus, ka vienā vietnē sociālais kapitāls ir retāk sastopams nekā citā. Taču var teikt, ka salīdzinoši augstā līmeņa pašatklāšanās un uzticēšanās iespējas, kas ir *Sviesta cibas* un *LiveJournal* respondentiem, ļauj secināt, ka tie lietotāji, kuri vairāk uzticas citiem, arī šos portālus intensīvāk izmanto par nozīmīgiem dažāda atbalsta apmaiņas un intensīvas saziņas rīkiem (sk. 9.3. nodaļu).

### 7.2.2. Sociālie tīkli

Sociālo tīklu portāli ļauj cilvēkiem uzturēt kontaktus ar lielāku cilvēku skaitu,<sup>442</sup> jo saziņas un informācijas apmaiņas procesu starp indivīdiem ir vienkāršots, un tas vieglāk ļauj veidot vājās saites. Tiešsaistes saziņas rīkus saziņai izmanto arī indivīdi, kurus saista ciešas saites. Ciešu saišu uzturēšana ir saistīta ar mediju daudzveidību (*multiplexity*), kas nozīmē, ka indivīdi sazinās intensīvi izmantojot dažādus medijus, un, jo vairāk viņi izmanto vienu

<sup>442</sup> Donath, J., & boyd, d. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71–82.



mediju, jo vairāk izmanto arī citus.<sup>443</sup> Šī iemesla dēļ ciešās attiecības un sasaistošo sociālo kapitālu viena atsevišķa sociālo tīklu portāla robežās ir grūtāk fiksēt.

### 7.2.2.1. Sociālo tīklu portālos uzturēto kontaktu daudzveidība

Sociālos tīklus raksturo tas, cik daudz kontaktu indivīdam ir, kādi ir šie kontakti un cik efektīvi tos var izmantot. Tas attiecas gan uz kontaktiem, kuri pastāv tikai tiešsaistē, gan arī uz bezaistes kontaktiem, kuru uzturēšanai tiek lietots tiešsaistes portāls. Tiešsaistes sociālo tīklu lietotāji ir attīstījuši daudzveidīgus sociālos tīklus, un portālu izmanto, lai veidotu jaunus kontaktus un attīstītu pazīšanās gan bezaistē, gan tiešsaistē, kā arī lai uzturētu jau esošās attiecības un nodotu informāciju draugu, paziņu un cita veida pazīstamo cilvēkus grupām. Lietotāji savus tiešsaistes „draugus“ nereti pazīst bezaistē, tomēr kā intervijās atzina *Sviesta cibas* dalībnieki, proporcija starp bezaistes un tikai tiešsaistes attiecībām ir ļoti dažāda:

- (1) Oflaina kontakti protams, prevalē. Ar lielāko daļu savas frendlistes esmu pazīstama un vai nu kādreiz saskrienos kopīgos pasākumos, vai arī dažos gadījumos satiekamies līdzīgi kā normālās oflaina draudzībās, bet vēl arī ir tādi jūzeri, kas dzīvo ļoti tuvu, tādēļ tur abu tipu komunikācijas ļoti pārklājas (kāds iekomentē man pie kāda ieraksta „atnāc iedzert“, es pārslēdzos uz oflaina komunikāciju (telefons, aiziešana ciemos, iedzeršana), atnāku mājās, ierakstu „cik labi iedzēru pie [portāla dalībnieka]“, viņa atbild „wii!“). (*Dalībniece C*)
- (2) Apmēram viena piektā daļa no frendlistes ir pazīstama dzīvē. Bet no viņiem ļoti daudzus cilvēkus es zināju, vēl pirms viņi bija cibā. Iepazīties ar citiem cilvēkiem Cibā man īpaši bieži nav sanācis. Ar kādiem trīs cilvēkiem esmu tā iepazīties. Arī uz pasākumiem, kurus rīkoju un uz kuriem aicinu cibiņus, pārsvarā atbrauc tie, kuri jau ir zināmi. (*Dalībnieks G*)

Tiešsaistes komunikācijas rīku nozīmi raksturo sakarība starp tādiem rādītājiem kā „draugiem“ pievienoto lietotāju kopējais skaits, bezaistē pazīstamo „draugiem“ pievienoto lietotāju skaits un sociālo portālu lietojumu veidi: bezaistes un tiešsaistes pazīšanos veidošanai, sadarbošanos kāda uzdevuma izpildi, saviesīgu kontaktēšanos, informatīvā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, emocionāla atbalsta sniegšanu un saņemšanu, materiāla atbalsta sniegšanu un saņemšanu. Respondentiem anketā ar atbildēm „bieži“, „dažreiz“, „reti“ un „nekad“ bija jānovērtē, cik bieži viņi portālu izmanto norādītajiem mērķiem.

Visos portālos ir vidēji ciešas vai ciešas pozitīvas statistiski nozīmīgas korelācijas starp portālā pievienoto „draugu“ skaitu un personīgi pazīstamo draugu skaitu (7. tabula). Tas nozīmē, ka sociālo tīklu portāla lietošana ir nozīmīgi saistīta ar bezaistes komunikāciju. Plašiem tiešsaistes kontaktiem ir pozitīva un statistiski nozīmīga korelācija ar bezaistes kontaktiem.

---

<sup>443</sup> Haythornthwaite, C. Social networks and Internet connectivity effects.

Aprēķini par daudzajām sakarību pozīcijām starp portāla „draugiem“ un portāla lietojumu liecina, ka šie portāli plaši tiek izmantoti sociālās tīklošanās nolūkos — gan lai aizsniegtu cilvēkus, kuri ir pazīstami bezsaistē, gan arī lai kontaktētos ar citiem tiešsaistē. Jo vairāk lietotāju indivīds ir pievienojis saviem „draugiem“, jo lielāka varbūtība, ka viņš portālu izmantos daudzveidīgiem tīklošanās nolūkiem.

**7. tabula.** Tiešsaistes un bezsaistes sociālo kontaktu korelācija ar portāla lietojuma veidiem  
(Spīrmana korelācijas koeficients)

	Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīsti bezsaistē	Veidoju jaunas paziņas bezsaistē	Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	Saviesīgi kontaktējos	Sniedzu padomus vai informāciju	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu	Cik portāla „draugu“ Tu pazīsti bezsaistē?
Cik <i>Sviesta cības</i> lietotājus Tu esi pievienojis (-usi) saviem „draugiem“?	,253**	,278**	,166**	,383**	,198**	,242**	,154*	,198**	,175**	,060	,508**
Cik <i>Sviesta cības</i> „draugu“ Tu pazīsti bezsaistē?	,537**	,307**	,286**	,436**	,266**	,247**	,163**	,172**	,243**	,190**	
Cik <i>Draugiem.lv</i> lietotājus Tu esi pievienojis (-usi) saviem „draugiem“?	,180**	,024	,284**	,162**	,205**	,164**	,127*	,169*	,102	,129*	,929**
Cik <i>Draugiem.lv</i> „draugu“ Tu pazīsti bezsaistē?	,196**	-,033	,293**	,178**	,216**	,171**	,114	,152*	,085	,091	
Cik <i>LiveJournal</i> lietotājus Tu esi pievienojis (-usi) saviem „draugiem“?	,363**	,441**	,343**	,307**	,137*	,106	,174*	,173*	,273*	,276**	,569**
Cik <i>LiveJournal</i> „draugu“ Tu pazīsti bezsaistē?	,685**	,435**	,243**	,160*	,056	,028	,002	,049	,262*	,206**	

\*\* . Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\* . Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Statistiski nozīmīga pozitīva korelācija starp „draugiem“ pievienoto citu lietotāju skaitu, kā arī „draugiem“ pievienoto pazīstamo cilvēku skaitu ir daudziem portāla lietojuma veidiem. Vietnes lietojumam, lai „sazinātos ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem“, lai „sadarbotos kāda uzdevuma izpildē“ un lai „saviesīgi kontaktētos“, korelācija visos aplūkotajos portālos ir gan ar pievienoto „draugu“ skaitu, gan ar bezsaistē pazīstamo

„draugu“ skaitu. Savukārt tikai portāla „draugiem“ pievienotajam lietotāju skaitam statistiski nozīmīga korelācija visos portālos ir ar emocionālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, kā arī informatīvā atbalsta sniegšanu. Turklāt vairumā gadījumu korelācijas starp portāla lietojumu un pievienoto pazīstamo cilvēku skaitu ir ciešākas nekā starp draugiem pievienoto visu lietotāju skaitu, kas nozīmē, ka tie indivīdi, kuri izmanto portālu, lai paplašinātu un uzturētu savus bezsaistes sociālos tīklus, biežāk izmanto portālu sniegtos sociālos, emocionālos un informācijas apmaiņas resursus.

Zīmīgi, ka portālā *Draugiem.lv*, kas visbiežāk tiek izmantots kontaktiem ar sev pazīstamiem cilvēkiem, respondentu atbildes neparāda vairāk vai ciešākas korelācijas ar portāla lietojumiem nekā pārējo vietņu respondenti. Tas varētu liecināt, ka *Draugiem.lv* lietotājiem minētās komunikatīvās aktivitātes ir mazāk svarīgas vai arī vienkārši mazāk tiek izmantotas, savukārt *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietošana tādējādi varētu būt uzskatāma par daudzveidīgāku un vērstu uz iesaistīšanos komunikācijā ar daudzveidīgāku aprindu lietotājiem. Lai šo apgalvojumu pārbaudītu, nepieciešams izmērīt, kāda veida attiecības ar citiem lietotājiem ir katra portāla respondentam un kāda ir šo attiecību saistība ar portāla lietojumiem.

Saskaņā ar M. Granovetera ciešo un vājo saišu koncepciju,<sup>444</sup> tuvas draudzības un draudzības attiecības var tikt uzskatītas par ciešām saitēm, savukārt paziņu un darba attiecības atbilst vājajām saitēm. Abi no šiem saišu veidiem nodrošina noteikta veida sociālo mijiedarbību: vājās saites palīdz piekļūt jaunai informācijai un iepazīt jaunas idejas, turpretim ciešās saites ir saistītas ar lielāku noslēgtību no pārējā sociuma, toties nodrošina atbalstu un solidaritāti grupas iekšienē. Lai analizētu, kādas cieš un vājās saites ir apskatītajos portālos, tika veikta korelāciju analīze ar starp tiem portāla lietojuma mainīgajiem, kas izmantotas iepriekšējā solī (kas attēlots 7. tabulā), un dažādajiem attiecību veidiem, kādi lietotājiem ir ar saviem portāla „draugiem“.

Ar mērītajiem sociāliem portāla lietojumiem visciešāk ir saistītas neformālās attiecības (tuva draudzība, draudzība, paziņu attiecības), nevis darba attiecības, tomēr arī neformālo attiecību korelācijas portālos būtiski atšķiras. Korelāciju starp portāla lietojumiem un piesaistīto „draugu“ attiecību statusiem vismazāk ir un tās ir visvājākās *Draugiem.lv* respondentiem.

---

<sup>444</sup> Granovetter, M. The strength of weak ties.

**8.a tabula.** Portāla Sviesta ciba aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem  
(Spīrmana korelācijas koeficients)

	Tuva draudzība	Draudzība	Paziņas	Darba attiecības
Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezsaitē	,377**	,400**	,421**	,110
Veidoju jaunas pazīšanās bezsaitē	,213**	,239**	,351**	,237**
Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	,230**	,231**	,306**	,183**
Saviesīgi kontaktējos	,193**	,265**	,402**	,145*
Sniedzu padomus vai informāciju	,228**	,293**	,254**	,179**
Saņemu padomus vai informāciju	,199**	,243**	,236**	,158**
Sniedzu emocionālu atbalstu	,290**	,265**	,230**	,039
Saņemu emocionālu atbalstu	,230**	,232**	,265**	,076
Sniedzu materiālu atbalstu	,120*	,200**	,278**	,122*
Saņemu materiālu atbalstu	,126*	,159**	,137*	,117*

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

**8.b tabula.** Portāla Draugiem.lv aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem  
(Spīrmana korelācijas koeficients)

	Tuva draudzība	Draudzība	Paziņas	Darba attiecības
Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezsaitē	,128*	,070	,193**	,007
Veidoju jaunas pazīšanās bezsaitē	,082	,031	-,006	-,055
Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	,173**	,125*	,181**	,129*
Saviesīgi kontaktējos	,074	,112	,129*	,104
Sniedzu padomus vai informāciju	,085	,079	,116*	,026
Saņemu padomus vai informāciju	,107	,067	,102	,020
Sniedzu emocionālu atbalstu	,157**	,067	,064	,082
Saņemu emocionālu atbalstu	,147*	,064	,079	,021
Sniedzu materiālu atbalstu	-,036	,033	,032	,027
Saņemu materiālu atbalstu	,005	,014	-,030	,054

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

**8.c tabula.** Portāla LiveJournal aktivitāšu veidu korelācija ar dažādiem pazīšanās/attiecību veidiem  
(Spīrmana korelācijas koeficients)

	Tuva draudzība	Draudzība	Paziņas	Darba attiecības
Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezsaistē	,446**	,447**	,278**	,226**
Veidoju jaunas pazīšanās bezsaistē	,455**	,486**	,398**	,024
Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	,336**	,305**	,360**	,117
Saviesīgi kontaktējos	,148*	,339**	,374**	,018
Sniedzu padomus vai informāciju	,121	,227**	,231**	-,018
Saņemu padomus vai informāciju	,116	,168*	,119	,008
Sniedzu emocionālu atbalstu	,161*	,325**	,221**	-,012
Saņemu emocionālu atbalstu	,242**	,338**	,270**	-,042
Sniedzu materiālu atbalstu	,206**	,224**	,195**	,096
Saņemu materiālu atbalstu	,242**	,269**	,178**	,046

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Identificējot tās korelācijas, kas konstatējamas **visos trīs** portālos respondentu portālos, var secināt, ka **tuvas draudzības** attiecības ir saistītas ar emocionālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, sadarbību kāda uzdevuma izpildē un kontaktēšanos ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem. **Draudzības** attiecībām korelācija ir ar sadarbību kāda uzdevuma izpildē, **paziņu** attiecības ir saistītas ar bezsaistē pazīstamu cilvēku iesaistīšanu saziņā, sadarbību kāda uzdevuma izpildē, saviesīgu kontaktēšanu un informācijas vai padomu sniegšanu. **Darba** attiecībām ir korelācija ar sadarbību kāda uzdevuma izpildē. (8. a, 8. b, 8. c tabula).

Šāds izklāsts sniedz tikai ierobežotu apstiprinājumu M. Granovetera modelim, saskaņā ar kuru tuvas draudzības vai draudzības attiecībām būtu jābūt saistītām ar emocionālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, bet paziņu attiecībām — ar informācijas apmaiņu. Respondenti, kuriem tuvas draudzības attiecības ir ar lielāku lietotāju skaitu, biežāk sniedz un saņem emocionālo atbalstu. Draugiem.lv un LiveJournal respondentu atbildēs tuvas draudzības attiecībām nav statistiski nozīmīgas korelācijas ar informācijas sniegšanu un saņemšanu.

Taču paziņu attiecību gadījumā statistiski nozīmīgas korelācijas tikai ar informācijas sniegšanu, nevis saņemšanu. Arī apskatot katru portālu atsevišķi, redzams, ka, piemēram, *Sviesta cibā* paziņu attiecībām ciešāka saistība ir nevis ar informācijas apmaiņu, bet ar saviesīgu kontaktēšanos un sazināšanos ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem, tas pats attiecas arī uz tuvas draudzības un draudzības attiecībām. *LiveJournal* tuvas draudzības un

draudzības attiecībām visciešākās korelācijas ir ar sazināšanos ar pazīstamiem cilvēkiem un jaunu bezsaistes attiecību veidošanu, paziņu attiecībām ar saviesīgu kontaktēšanos un sadarbību kāda uzdevuma izpildē. Visos analizētajos portālos ar emocionālo atbalstu biežāk apmainās lietotāji, kuriem portālā ir vairāk tuvu draugu. *Sviesta cibā* un *LiveJournal* pastāv korelācija arī starp apmaiņu ar emocionālu atbalstu un portālā esošo paziņu un draugu skaitu — savukārt *Draugiem.lv* tas nav raksturīgi.

Indivīdu tiešsaistes attiecības precīzāk mērīt ir traucējuši lingvistiski šķēršļi. Tiešsaistes attiecības maina vai paplašina izpratni par to, ko nozīmē „draudzība“. Problēma nav citu lietotāju pievienošana savam profilam (aktivitāte, kas nereti tiek saistīta ar vārdu „draudzība“, kas likts pēdiņās), bet gan ar pašu attiecību saturu, kas tiešsaistē veidojas un kas atšķiras no bezsaistes attiecībām. Ir pamats domāt, ka tiešsaistē veidojas starppersonu attiecību formas, kas ir analogas un alternatīvas tradicionālajai izpratnei par draudzības un paziņu attiecībām, taču respondenti tās neidentificē atbilstoši šiem vārdiem, tos attiecinot primāri tikai uz bezsaistes attiecībām, kas atbilst tradicionālajiem priekšstatiem par draudzību un paziņām. Anketēšanā ir problemātiski fiksēt šādas iespējamās attiecību izpratņu atšķirības: to identificēšanai un definēšanai ir jāizmanto citas pētījumu metodes.

Sociālo tīklu portāli ir iekļauti lietotāju ikdienas saziņas kanālos. Lietotāji, kuriem „draugu“ vidū ir daudz draugu un paziņu, izmanto portālu, gan lai ar viņiem uzturētu attiecības, gan lai veidotu jaunas pazīšanās, apmainītos ar informāciju un emocionālo atbalstu, kā arī iegūtu pieeju citiem resursiem. Vienlaikus šie portāli ir piemērs arī tam, kā dažādas sociālās jomas tiešsaistē zaudē bezsaistei raksturīgo norobežotību: vienā un tanī pašā komunikatīvajā telpā nonāk atšķirīgi sociālā tīkla segmenti un aģenti — dažādi draugu paziņu, kolēģu loki.<sup>445</sup> Analizētie portāli apvieno indivīdus, kurus saista ne tikai neformālas, bet arī darba attiecības (kas atsevišķos gadījumos arī var būt neformālas, piemēram, ja pastāv draudzība starp kolēģiem). Tiešsaistes sociālie tīkli tādējādi darbojas kā vide, kur saskarsme notiek arī starp cilvēkiem, kuriem citkārt saites būtu vai nu vājas, vai arī tās būtu latentas.

#### **7.2.2.2. Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskuma saistība**

Vairāki intervētie portāla *Sviesta ciba* dalībnieki norādīja, ka indivīdu uzvedība tiešsaistes un bezsaistes vidēs var ļoti būtiski atšķirties, tanī pašā laikā viņi tiecas nepiekrīst, ka no indivīda tiešsaistes aktivitātēm var izdarīt skaidrus secinājumus par indivīda sociālajām spējām bezsaistē.

- (1) Indivīda iespējas tīmeklī noteic spēja ģenerēt saturu, viennozīmīgi. Ir pietiekami daudz piemēru, kad cilvēks rada brīnišķīgus tekstus ar saliktiem sakārtotiem teikumiem, bet realitātē viņš vienā flaneļa kreklā sēž kaut kur stūrī un nav spējīgs teikumu pāršļaut pār lūpu. (*Dalībniece D*)

---

<sup>445</sup> boyd, d. Social network sites as networked publics.

- (2) Ir cilvēki, kuri ir absolūti izcili dzīvē, un ir neciešami *Cībā*. Un otrādi. Bija viens cibiņš, kurš rakstīja par visādām specifiskām lietām, par savu darbu, un mums ar viņu bija lielisks kontakts *Cībā*. Es esmu viņa klients divus gadus, viņš manam uzņēmumam piegādā biznesa dāvanas, bet es secināju, ka dzīvē viņš ir neciešams. Man nav ar viņu kontakta, un sapratu, ka arī nevajag ar viņu mēģināt ar viņu veidot kaut kādas attiecības. Ir tēmas, kuras varam forši izrunāt *Cībā*, bet nevajag mēģināt to pārnest uz dzīvi. Bet tā es neizdarītu tiešus secinājumus starp personību reālajā dzīvē un *Cībā*. (Dalībniece I)
- (3) Ir lietotāji, kuri dzīvē, man šķiet, ir daudz mazāk komunikabli kā viņi tur internetā ir. Taču es arī nedomāju, ka var sagaidīt, ja cilvēks ir nekomunikabls reālajā dzīvē, tad virtuālajā dzīvē viņš būs ļoti sabiedriska. Tas nav tik viennozīmīgi. Taču droši vien ir gadījumi, ka tieši internetā cilvēks pa īstam spēj izpausties, un parādās viņa īstā personība. (Dalībniece A)

Tiešsaistes un bezsaistes saistību ļauj izprast arī kvantitatīvie dati.

**9. tabula.** *Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskums analizētajos portālos*

(Summētas atbildes „pilnībā piekrītu“ vai „daļēji piekrītu“, %)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
„Man ir daudz draugu“	41%	66%	55%
„Man patīk uzturēties sabiedrībā“	55%	81%	65%
„Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli“	28%	65%	23%
„Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem“	37%	43%	68%
„Man ir viegli paust emocijas“	49%	58%	60%

Portālu lietotāju aptaujā indivīdu sabiedriskums tika mērīts, lūdzot respondentiem skalā „Pilnībā piekrītu“, „daļēji piekrītu“, „grūti pateikt“, „daļēji nepiekrītu“, „nepiekrītu“ novērtēt apgalvojumus: „Man ir daudz draugu“, „Man patīk uzturēties sabiedrībā“, „Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli“, „Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem“ un „Man ir viegli paust emocijas“. Pirmie trīs apgalvojumi raksturo bezsaistes sabiedriskumu, ceturtais — uz tiešsaistes sabiedriskumu. Apgalvojumu „Man ir viegli paust emocijas“ nav iespējams klasificēt kādam vienam komunikācijas veidam.

*Draugiem.lv* respondenti biežāk nekā pārējo portālu lietotāji atzīmējuši, ka „dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli“ un „man patīk uzturēties sabiedrībā“, bet *LiveJournal* biežāk kā citos portālos atzīmēts mainīgais „Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem“. Šie dati liecina, ka kopumā *Draugiem.lv* un *LiveJournal* respondenti ir salīdzinoši sabiedriskāki par *Sviesta cibas* respondentiem. Lai gan atsevišķās pozīcijās *Sviesta cibas* atbildēs ir iespējams saskatīt līdzīgas tendences ar *LiveJournal* respondentu

atbildēm (piemēram, saistībā ar apgalvojumu „Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli“), šie dati rāda, ka *Sviesta cibas* lietotāji jūtas individuālistiskāki, vientuļāki, intravertāki, un vairumā gadījumu *Draugiem.lv* lietotāji ir *Sviesta cibas* lietotāju pretstats.

**10. tabula.** *Tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskuma saistība*

(Spīrmana korelāciju koeficients)

		Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli	Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem	Man ir viegli paust emocijas
Sviesta ciba	Man ir daudz draugu	,564**	,285**	,347**
	Man patīk uzturēties sabiedrībā	,520**	,294**	,393**
	Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli		,126	,190**
	Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem			,444**
Draugiem.lv	Man ir daudz draugu	,519**	,344**	,351**
	Man patīk uzturēties sabiedrībā	,498**	,331**	,424**
	Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli		,276**	,332**
	Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem			,415**
LiveJournal	Man ir daudz draugu	,480**	,217**	,366**
	Man patīk uzturēties sabiedrībā	,483**	,247**	,455**
	Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli		,189*	,274**
	Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem			,321**

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Detalizētāk tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskumu ilustrē 10. tabulas dati. Kopumā lietotāju pašvērtējumā dažādie sabiedriskuma aspekti ir korelē cits ar citu: tie, kuru



sabiedriskums un ekstraversija izpaužas vienā jomā, visticamāk, izpaudīsies arī citā. *Draugiem.lv* un *LiveJournal* visiem mainīgajiem ir statistiski nozīmīgas korelācijas, bet portāla *Sviesta ciba* datos statistiski nozīmīgas sakarības nav tikai starp mainīgajiem „portālā daudz kontaktējas ar citiem” un „dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli”. Visos trijos portālos vidēji augsti korelācijas koeficienti ir starp mainīgajiem „Man patīk uzturēties sabiedrībā” un „Man ir daudz draugu”, kā arī starp „Man patīk uzturēties sabiedrībā” un „Dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli”.

Kopumā var secināt, ka pastāv statistiski nozīmīga saistība starp tiešsaistes un bezsaistes sabiedriskumu. Lietotāji, kuriem ir daudz draugu, patīk uzturēties sabiedrībā, un kuri vieglāk spēj paust savas emocijas arī portālā biežāk kontaktējas ar citiem cilvēkiem. Tanī pašā laikā ir jānorāda, ka pastāv korelāciju koeficientu atšķirības starp dažādiem mainīgajiem lielumiem dažādos portālos, un daudzos gadījumos korelācijas ir vērtējamās kā vājas (piemēram, starp apgalvojumiem „Man patīk uzturēties sabiedrībā” un „Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem”). Tas vedina domāt, piekļuve tiešsaistes resursiem ir iespējama ne tikai sabiedriski aktīvajiem lietotājiem.

Visbeidzot, dati ļauj arī izvērtēt, ko paši respondenti domā par tiešsaistes mediju lietojuma ietekmi uz viņu kontaktiem ar citiem cilvēkiem bezsaistē.

**11. tabula.** Respondentu uzskati par interneta lietojuma un sabiedriskuma saistību (%)

(Norādīts, cik liela daļa katra portāla respondentu piekrīt apgalvojumam)

	Kontakti ar jau zināmiem cilvēkiem kļūst intensīvāki	Kontaktu ar jau zināmiem cilvēkiem paliek mazāk	Interneta lietojums to neietekmē
Sviesta ciba	40%	12%	47%
Draugiem.lv	40%	8%	52%
LiveJournal	32%	13%	56%

**Piezīme:** Portāla respondentu izvēlēto atbilžu procentuālā summa skaitļu noapaļošanas dēļ var nebūt 100%.

Kā redzams 11. tabulā, visu trīs apskatīto portālu respondentiem ir līdzīgi viedokļi: modālā atbilde ir, ka interneta lietojums sabiedriskumu neietekmē. Nedaudz mazāk ir to lietotāju, kuri uzskata, ka, pateicoties internetam, kontakti kļūst intensīvāki. Salīdzinoši maz ir to lietotāju (8 — 13%), kuri uzskata, ka interneta dēļ kontakti ar zināmiem cilvēkiem samazinās. Atbilžu visai augstā vienprātība (līdzīgais viedokļu sadalījums dažādos portālos) parāda, ka nav nozīmīga atbalsta viedoklim par vispārēju interneta lietošanas ietekmi uz

indivīdu jau esošo komunikāciju, vai arī indivīdi novērtē interneta sniegtās iespējas sava sabiedriskuma vai savu sociālo tīklu stiprināšanai.

### 7.2.3. Normas

Normu veidošanos nosaka tas, ka cilvēki kādu sociālu rīcību atzīst par vēlamu un vedina arī citus pieņemt šādas rīcības principus, tādējādi nodrošinot, ka šie rīcības noteikumi atražojas. Šādā veidā tiek formulētas un uzturētas gaidas par sagaidāmu un adekvātu rīcību. Normas regulē cilvēku savstarpējās attiecības, un mudina grupas dalībniekus iesaistīties kolektīvā rīcībā.<sup>446</sup> Savukārt, ja sabiedrībā (vai sociālajā grupā) valda aizdomīgums un atsvešinātība, tas nozīmē, ka normas neveidojas vai nedarbojas; šāda vide veicina saistību nepildīšanu, egoismu un citus iznākumus, kuri ir pretrunā ar kolektīva interesēm.<sup>447</sup>

R. Putnams par svarīgākajām ar sociālo kapitālu saistītajām normām uzskata savstarpējību. Ir vidu veidu savstarpējības: līdzsvarotā (konkrētā) un vispārinātā (ģeneralizētā). Līdzsvaroto savstarpējību raksturo vienlaicīga apmaiņa ar vienādas vērtības resursiem, piemēram, apmaiņšanos ar svētku dāvanām. Turpretim vispārināto savstarpējību raksturo ilgstošas (*continuing*) attiecības, kurās resursu sniegšana un saņemšana konkrētā laikposmā nav vienādota. Piemēram, atbalsta sniegšana nenozīmē, ka atbalsts konkrētajā brīdī ir arī jāsniedz pretim. Tanī pašā laikā vispārinātās savstarpējības attiecības ir saistītas ar savstarpējām gaidām, ka par pakalpojumu tiks atlīdzināts nākotnē. Draudzība gandrīz vienmēr ietver vispārinātās savstarpējības elementus.<sup>448</sup>

Šāda, draudzībai raksturīga izpratne par dažādu resursu apmaiņas ģeneralizētu savstarpējību intervēto *Sviesta cibas* lietotāju atbildēs ir plaši sastopama. Lietotāji, kuri paši citiem dalībniekiem sniedz atbalstu, uzskata, ka arī viņiem pašiem vajadzības gadījumā šī kopiena palīdzēs:

Ja es uzrakstītu, ka mans vīrietis mani ir izdzinis no mājas ārā, viennozīmīgi zinu, ka noteikti pieteiktos kādi pāris cibiņi, kas pateiktu: 'davam, brauc pie manis, es tevi izguldīšu. (*Dalībniece I*)

Pārsvārā es rakstu, lai turpinātu uzturēt priekšstatu par profilu kā dzīvu un sevi kā noteiktām lietām sekojošu. Tas nav tāpēc, ka es baidītos zaudēt lasītājus, drīzāk tas man šķiet vienkārši godīgi — es iesaistos un kaut ko no citiem gūstu, man arī ir jādod pretī. (*Dalībnieks H*)

Intervijas dalībnieki arī uzsvēra, ka portālu neuztver par „palīdzības kopu” un atbalstu, ko citiem sniedz, nesaista ar apzinātām investīcijām savās iespējās sagaidīt līdzīgu laipnību.

<sup>446</sup> Putnam, R. D. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect*, 4(13), 35–42.

<sup>447</sup> Radnitz, S., Wheatley, J., & Zürcher, C. (2009). The origins of social capital: Evidence from a survey of Post-Soviet Central Asia. *Comparative Political Studies*, 42(6), 707–732.

<sup>448</sup> Putnam, R. D. *Making democracy work*. P. 172.

Atbalsts ir neatņemama portāla lietošanas pamata prakšu sastāvdaļa — tas attiecas gan uz atbalsta sniegšanu, gan saņemšanu.

„Palīdzēšana *Cibā*“ nenozīmē neko līdzīgu anonīmo alkoholiķu grupīnai vai žēlsirdīgo samariešu klubam, *Cibā* tu to tā īsti neuztver, ka, lūk, es tagad kādam šausmīgi palīdzu. Tur cilvēki vienkārši izsaka savu viedokli vai uzmundrina un tamlīdzīgi. Tas sanāk dabiski un neoļ pēc uzticības tālruņa. Tas ir nepiespiesti un pašsaprotami. Kāds kaut ko uzraksta un kāds cits to pakomentē. Savukārt lietas, par ko var uzrakstīt, ir ļoti plašas. Vienubrīd viens raksta par to, kā viņam dārziņā puķes aug, un cilvēki padalās ar savu pieredzi puķu kopšanā, un otrā brīdī tas pats cilvēks stāsta par savām briesmīgajām attiecībām ar vecākiem, un cilvēki padalās ar savu pieredzi ar briesmīgajām attiecībām ar vecākiem. Nav sajūtas, ka tas būtu kaut kas ļoti neparasts. Pat ja pats notikums ir visnotaļ ekstraordinārs, tas, ka par to tiek rakstīts un saņemti komentāri, tāds nav, tas ir ikdienišķi. Ja es gribētu zvanīt uz psiholoģiskās palīdzības tālruni, tas gan būtu neparasti, man būtu jāmēģina sevi pielauzt, bet *Ciba* — tas jau ir iestrādājies, tu to visu laiku esi darījis. Pārslēdzoties no topika „ko es šodien ēdu brokastīs“ uz topiku „ak, Dievs, pizģec, mi vse umrjom“, nav jāpārkāpj tik daudz kaut kam pāri. (*Dalībnieks G*)

Šāda vide, kuru raksturo lietotāju sajūta par portāla dalībniekiem kā „drošības tīklu“ viņu dzīvē, atbilst Dž. Kolmana sociālā kapitāla skaidrojumā izmantotajai parādzīmju līdzībai: indivīds, izdarot citam pakalpojumu, iegūst „parādzīmi“, un, ja parādzīme ir „likvīda“, viņam ir iespējas arī pašam no citiem saņemt pakalpojumus.<sup>449</sup>

### **12.a tabula.** *Resursu apmaiņas savstarpējība portālā Sviesta ciba*

(*Spīrmana korelācijas koeficients*)

	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu
Sniedzu padomus vai informāciju	,690**	,394**	,323**	,275**	,231**
Saņemu padomus vai informāciju		,467**	,457**	,278**	,257**
Sniedzu emocionālu atbalstu			,828**	,237**	,163**
Saņemu emocionālu atbalstu				,171**	,128*
Sniedzu materiālu atbalstu					,593**

**Piezīme:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

<sup>449</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

**12.b tabula. Resursu apmaiņas savstarpējība portālā Draugiem.lv***(Spīrmana korelācijas koeficients)*

	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu
Sniedzu padomus vai informāciju	,720**	,550**	,490**	,169**	,238**
Saņemu padomus vai informāciju		,544**	,552**	,201**	,186**
Sniedzu emocionālu atbalstu			,841**	,194**	,190**
Saņemu emocionālu atbalstu				,210**	,220**
Sniedzu materiālu atbalstu					,488**

**Piezīme.** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).**12.c tabula. Resursu apmaiņas savstarpējība portālā LiveJournal***(Spīrmana korelācijas koeficients)*

	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu
Sniedzu padomus vai informāciju	,658**	,506**	,365**	,187**	,133
Saņemu padomus vai informāciju		,442**	,494**	,204**	,140*
Sniedzu emocionālu atbalstu			,802**	,270**	,251**
Saņemu emocionālu atbalstu				,211**	,225**
Sniedzu materiālu atbalstu					,620**

**Piezīme:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietotāju aptaujā tika iekļautas trīs savstarpējas apmaiņas pozīcijas, kas var liecināt par sniegšanas un ņemšanas normām: informācijas sniegšana un saņemšana, emocionālā atbalsta sniegšana un saņemšana, materiālā atbalsta sniegšana un saņemšana. Šo rādītāju līdzīgums vai arī sniegšanas rādītāju dominēšana pār saņemšanas rādītājiem varētu ilustrēt portāla lietotāju uzskatus, vai portālā tiek nodrošināta uz savstarpējību balstīta resursu apmaiņa.

Kā redzams no korelāciju koeficientiem analizēto portālu respondentu atbildēs (12. a, 12. b, 12. c tabula), minētos resursu apmaiņas pārus raksturo statistiski nozīmīgas ciešas un vidēji ciešas korelācijas. Tas nozīmē, ka pakalpojuma saņemšana ir saistīta ar pakalpojuma sniegšanu. Visciešākā šāda veida korelācija visos portālos ir emocionālā atbalsta sniegšanai un saņemšanai, taču nozīmīga saistība ir arī starp informatīvā atbalsta (padomu) sniegšanu un saņemšanu un arī materiālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu. Turklāt statistiski nozīmīgas korelācijas vairumā gadījumu ir konstatējamas arī ārpus viena noteikta atbalsta veida sniegšanas un saņemšanas pāriem — izņēmums ir tikai *LiveJournal*, kura respondentu atbildēs nav korelācijas starp padomu sniegšanu un materiālā atbalsta saņemšanu. Tie, kas sniedz jebkāda veida atbalstu, arī jebkāda cita veida resursus saņem, tādējādi var secināt, ka šo sociālo tīklu portālu raksturo dažādu resursu savstarpējas apmaiņas normas: tie, kuri saņem viena veida atbalstu, saņem arī cita veida atbalstu, kā arī, visticamāk, dažāda veida atbalstu arī sniedz. Tāpat arī tie, kas dažāda veida atbalstu sniedz, to arī saņem atpakaļ.

**13. tabula.** *Apmaiņa ar informācijas, emocionālajiem un materiālajiem resursiem*

*(Vidējie rādītāji (maksimālā vērtība ir 1), iekavās standartnovirze)*

	Sniedzu padomus vai informāciju	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu
Sviesta ciba	0,65 (0,22)	0,65 (0,23)	0,57 (0,27)	0,54 (0,29)	0,12 (0,20)	0,07 (0,17)
Draugiem.lv	0,61 (0,29)	0,63 (0,29)	0,57 (0,30)	0,50 (0,31)	0,11 (0,21)	0,03 (0,13)
LiveJournal	0,72 (0,23)	0,70 (0,23)	0,73 (0,27)	0,69 (0,30)	0,17 (0,25)	0,09 (0,19)

**Piezīme.** *Tabulā sniegtie aprēķini veikti, pārkodējot ar atbildēm „bieži“, „dažreiz“, „reti“, „nekad“ respondentu novērtētos apgalvojumus tā, ka „bieži“ = 1, „dažreiz“ = 0,66, „reti“ = 0,33 un „nekad“ = 0, savukārt atbilde „grūti pateikt“ atzīmēta kā izlaistais mainīgais (missing variable). Tādējādi pēc vērtības izlaidšanas intervāli starp atbildēm ir izlīdzināti, un atbildes tiek sniegtas skalā no 0 līdz 1.*

Arī 13. tabulā apkopotie aprēķini liecina, ka atbalsta sniegšanas un saņemšanas rādītāji apskatītajos portālos ir salīdzinoši līdzīgi. Visos portālos visbiežāk sniegts un saņemts tiek informatīvais un mazliet retāk arī emocionālais atbalsts, savukārt materiālais atbalsts ir krietni retāks resurss. Tāpat arī vairumā pozīciju (izņemot informatīvā atbalsta apmaiņu *Sviesta cibā* un *Draugiem.lv*) respondenti norādījuši, ka atbalstu sniedz mazliet biežāk nekā saņem. Šie dati var signalizēt gan par altruisma garu tiešsaistes sociālajos tīklos, gan arī par subjektīvu sajūtu, ka lietotāji nesaņem savam ieguldījumam atbilstošu atbalstu. Pirmais skaidrojums nozīmētu, ka pastāvošās savstarpējības normas lietotājiem palīdzības sniegšanu liek uzskatīt par būtiskāku aspektu nekā saņemšanu atpakaļ, turpretim otrs — ka lietotāji

nejūt, ka došanas un sniegšanas attiecības ir godīgas. Tas, ka sociālo tīklu portālos notiek ilgstoša sociālā mijiedarbība, liecina par labu pirmajai interpretācijai, jo gadījumā, ja lietotāji uzskatītu, ka šī sociālā sistēma nav godīga, tā nebūtu arī ilgtspējīga.

#### 7.2.4. Apmierinātība ar dzīvi

Respondentu apmierinātības ar dzīvi pašnovērtējums neietilpst R. Patnama piedāvātajā sociālā kapitāla operacionalizācijas modelī, tomēr šis mērījums var būt piemērots indikators, lai raksturotu konkrētās sociālās sistēmas lietotāju noskaņojumu un tādējādi nodrošina papildus dimensiju, lai varētu interpretēt datus par portāla lietojumu. Arī iepriekšējos pētījumos ir konstatēta sociālā kapitāla pozitīva saistība ar subjektīvo labklājību un apmierinātību ar dzīvi;<sup>450</sup> kā arī ir konstatēta arī saistība starp *Facebook* lietošanas intensitāti un apmierinātību ar dzīvi.<sup>451</sup>

Respondentiem bija jāatbild uz jautājumu „Kopumā cik apmierināts (-a) Tu esi ar savu dzīvi?“, izvēloties vienu no pieciem atbilžu variantiem: „Ļoti apmierināts (-a)“, „diezgan apmierināts (-a)“, „ne apmierināts (-a), ne neapmierināts (-a)“, „ne pārāk apmierināts (-a)“, „nepavisam neesmu apmierināts (-a)“. Dati tāda, ka aptaujātie portālu lietotāji savu dzīvi kopumā vērtē pozitīvi. Ar dzīvi ļoti apmierināti vai apmierināti ir 71% *Sviesta cibas* lietotāju, 79% *Draugiem.lv* lietotāju un 63% *LiveJournal* lietotāju.

Apmierinātības ar dzīvi analīzei tika veikta korelāciju analīze starp apmierinājuma ar dzīvi pašnovērtējumiem un jau iepriekšējos aprēķinos izmantotiem portāla lietojumu raksturojošajiem mainīgiem lielumiem: (1) uzticēšanās un pašatklāšanās indeksu;<sup>452</sup> (2) sazināšanos ar bezsaistē jau pazīstamiem cilvēkiem; (3) jaunu pazīšanos veidošanu; (4) sadarbību kāda uzdevuma izpildē vai idejas realizācijā; (5) saviesīgu kontaktēšanos; (6) padomus sniegšanu un (7) saņemšanu; (8) emocionālā atbalsta sniegšanu un (9) saņemšanu; (10) materiālā atbalstu sniegšanu un (11) saņemšanu.

Aprēķini liecina, ka starp portāla lietojumiem un apmierinātību ar dzīvi statistiski nozīmīgas korelācijas vairumā gadījumu nav — pastāv tikai dažas statistiski nozīmīgas korelācijas un arī tās tikai atsevišķiem portāliem. *Sviesta cibā* ar dzīves apmierinātību negatīvi korelē emocionālā atbalsta sniegšana, bet *Draugiem.lv* — sazināšanās ar bezsaistē

<sup>450</sup> Elgar, F., Davis, C., Wohl, M., Trites, S., Zelenski, J., & Martin, M. (2011). Social capital, health and life satisfaction in 50 countries. *Health & Place, 17*(5), 1044–1053.

<sup>451</sup> Valenzuela, S., Park, N., & Kee, F. K. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 875–901.

<sup>452</sup> Uzticēšanās un atklāšanās indekss ir veidots, saskaitot kopā trīs ar uzticēšanos un pašatklāšanos saistīto apgalvojumu atbildes: „Jūtu, ka varu saviem portāla „draugiem“ uzticēties“, „Varu pastāstīt viņiem personiskas ziņas par sevi“ un „Esmu par sevi rakstījis (-usi) to, ko lasītāji neuzzinātu no citiem avotiem“. Indekss plašāk aprakstīts 9.3. nodaļā.

pazīstamiem cilvēkiem, taču kopējā tendence rāda, ka nav vispārēju sakarību, kas parādītos visos trīs portālos (14. tabula).

Šie rezultāti ir pretēji gaidītajam, jo līdzšinējie pētījumi ir devuši pamatu uzskatīt, ka tiešsaistes aktivitātes, kas saistītas ar sociālā kapitāla veidošanu, uzlabo arī dzīves kvalitāti. Varētu šķist, ka šie dati liecina par tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietošanas negatīvo ietekmi uz apmierinātību ar dzīvi vai pozitīvas ietekmes trūkumu uz to.

**14. tabula.** Apmierinātības ar dzīvi un tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietojuma rādītāju korelācijas (Spīrmana korelācijas koeficients)

	Uzticēšanās indekss	Sazinās ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezaistē	Veidoju jaunas pazišanās bezaistē	Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	Saviesīgi kontaktējos	Sniedzu padomus vai informāciju	Saņemu padomus vai informāciju	Sniedzu emocionālu atbalstu	Saņemu emocionālu atbalstu	Sniedzu materiālu atbalstu	Saņemu materiālu atbalstu
Kopumā cik apmierināts											
(-a) Tu esi ar savu dzīvi? <i>(Sviesta ciba)</i>	,056	-,069	-,061	-,089	-,063	-,065	-,066	-,154*	-,115	-,047	,054
Kopumā cik apmierināts											
(-a) Tu esi ar savu dzīvi? <i>(Draugiem.lv)</i>	-,045	-,099	,107	-,112	-,092	-,044	,025	,021	,042	,031	,037
Kopumā cik apmierināts											
(-a) Tu esi ar savu dzīvi? <i>(LiveJournal)</i>	,040	-,133*	-,053	,001	-,045	-,003	,060	-,033	-,016	-,033	-,007

**Piezīme:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Taču ir jāņem vērā, ka no promocijas darba vajadzībām ievāktajiem datiem nav iespējams izdarīt secinājumus par kauzalitāti — par to, kā ir mainījusies lietotāju apmierinātība ar dzīvi portāla lietošanas laikā un kāda ir tieši portāla lietošanas ietekme uz to. Tā vietā ir iespējams konstatēt, ka portālus dažādām sociālajām aktivitātēm izmanto gan tie lietotāji, kas ar dzīvi ir apmierināti, gan arī tie, kuri savu apmierinātību dzīvi novērtējuši zemāk. Šis secinājums liecina, ka tiešsaistes komunikācijas resursiem var piekļūt cilvēki ar atšķirīgiem psiholoģiskiem pašnovērtējumiem.

## 7.6. Secinājumi

Sociālais kapitāls ir resurss, ko indivīdi var iegūt sociālajās attiecībās un mijiedarbībās ar citiem. Šis resurss var izpausties kā emocionālais atbalsts, piekļuve svarīgai informācijai vai jaunām idejām, kontaktu uzturēšana un efektīvizēšana ar citiem, atvieglotas iespējas mobilizēties kolektīvai rīcībai un tās koordinēšanai, normu uzturēšana un cita veida sociāli vēlamas uzvedības veicināšana grupā.

Kvantitatīvo datu analīze ir parādījusi, ka pastāv nozīmīgas atšķirības dažādo sociālo tīklu portālu izmantojumā. *Draugiem.lv* primārais lietojums ir bezsaistē esošo pazīšanas uzturēšanai, un šis portāls tādējādi darbojas kā papildus kanāls saziņai ar jau zināmiem cilvēkiem. Turpretim tiešsaistes dienasgrāmatu portālu lietojums ir daudzveidīgāks; daudzveidīgākas ir tur notiekošās lietotāju attiecības, biežāka ir arī jaunu pazīšanas, tai skaitā ekskluzīvi tiešsaistes kontaktu izveidošana un uzturēšana. Arī citi pētnieki ir norādījuši, ka sociālās tīklošanās vietnes arhitektūrai ir ietekme uz uzvedības normām, un tā var ietekmēt noteiktu veidu sociālo mijiedarbību veidošanos.<sup>453</sup> Portāla arhitektūras faktors ir nozīmīgs arī manā analīzē — tas, uz kādiem pamatprincipiem ir veidots katrs no portāliem, noteic to, kādām aktivitātēm un praksēm konkrētā vietne ir vislabāk piemērota. *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietotāju prakses, šos portālus izmantojot ne tikai esošo attiecību uzturēšanai, bet arī jaunu, tai skaitā tiešsaistes attiecību veidošanai var būt viens no skaidrojumiem, kāpēc uzticēšanās līmenis šajos portālos ir augstāks nekā *Draugiem.lv*. *Sviesta cibas* un arī *LiveJournal* lietotāju orientācija uz mijiedarbošanos ar lietotājiem, no kuriem daudzi var nebūt personīgi pazīstami, varētu būtiski ietekmēt to, kādas attieksmes un priekšstati, tai skaitā par uzticēšanos, lietotāju starpā veidojas.

Taču indivīda iesaistīšanās kādā tīklā pati par sevi nenozīmē, ka ir sagaidāmi noteikti ar tīklošanos saistīti efekti. Kā norādīts 5.2.5. nodaļā, sociālie tīkli ir bezmēroga tīkli, un tiem ir raksturīga savienojumu skaita nevienlīdzīga izkliede: nelielam skaitam mezglpunktu ir lielākais skaits savienojumu. Līdz ar to lietotājiem ir arī nevienāda pieeja tīkla resursiem. Pieejamais sociālā kapitāls portāla lietotājiem ir atkarīgs no piesaistīto sekotāju skaita un no šo sekotāju gatavības reaģēt vai iesaistīties, taču šie lielumi katra portāla lietotājiem var būtiski atšķirties. Tāpēc šajā datu analīzē mans mērķis bija nevis konstatēt, **vai** sociālais kapitāls portālos pastāv, bet gan apzināt lietotāju aktivitāšu un raksturojumu saistību ar dažādām portāla lietošanas praksēm, lai izdarītu secinājumus par to, **kuri lietotāji** visvairāk iegūst no portāla lietošanas.

---

<sup>453</sup> Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1&2), 199–220.



Aplūkotajās vietnēs notiekošo sociālo mijiedarbību raksturo dažādi sociālā kapitāla elementi. Lietotāji veido un uztur attiecību tīklus, kas palīdz sekot līdzi gan reālajā dzīvē pazīstamu, gan tikai tiešsaistē zināmu lietotāju gaitām. Tāpat relatīvi augsti rādītāji ir apmaiņai ar emocionālo un informācijas atbalstu. Visos portālos ir novērojams augsts savstarpējības normu līmenis, tiešsaistes dienasgrāmatu portālos ir salīdzinoši augsts pašatklāšanās un uzticēšanās līmenis.

Bezsaistes un tiešsaistes komunikācijas attiecības raksturojošos datus ir iespējams interpretēt dažādi. No vienas puses, rezultāti nepārprotami liecina, ka tiešsaistes komunikācija ir saistīta ar bezsaistes komunikāciju. Visos trīs portālos ir ciešas vai vidēji ciešas korelācijas starp „draugiem“ pievienoto lietotāju skaitu un personīgi pazīstamo lietotāju skaitu, kas nozīmē, bezsaistes un tiešsaistes komunikācija nepastāv atrauti viena no otras, tiešsaistes sociālo tīklu portāls ir tikai vēl viena komunikācijas vide, un indivīdi, sazinoties ar citiem, „klejo“ dažādos mediju kanālos. Tāpat arī dati liecina, ka arī bezsaistē pazīstamu cilvēku grupas — visbiežāk ar viņiem saista draudzības attiecības — sociālo tīklu portālu izmanto par saziņas kanālu. No otras puses, tiešsaistes saziņas rīki nodrošina iespēju indivīdiem iesaistīties arī tāda veida attiecībās, kuras notiek tikai tiešsaistē. Indivīdiem ir iespējas izmantot tīmekli, lai veidotu tikai tiešsaistes kontaktus, un var pieļaut, ka tiešsaistē panākumus savienojumu nodibināšanā var gūt arī cilvēki, kuri bezsaistē nav sabiedriski vai kuri nav iesaistīti plašos bezsaistes sociālajos tīklos. Par to liecina, piemēram, korelācijas starp atsevišķiem portāla lietojumiem un pievienoto draugu skaitu/bezsaistes draugu skaitu. Ne visu portālu datus emocionālā atbalsta sniegšana un saņemšana korelē ar bezsaistē pazīstamo „draugu“ skaitu, bet visos tai korelācija ir ar profilam piesaistīto lietotāju („draugu“) skaitu. Portālam *Draugiem.lv*, kas biežāk nekā abi pārējie analizētie portāli tiek izmantots bezsaistes pazīšanas uzturēšanai, starp „draugu“ daudzumu un portāla sociālajiem lietojumiem ir salīdzinoši mazāk statistiski nozīmīgu korelāciju un tās ir vājākas nekā abiem pārējiem. Kopumā šie novērojumi ir pretrunā ar to pētnieku viedokli, kuri uzskata, ka tiešsaistes saziņa varētu būt saistīta ar lietotāju sociālo prasmju trūkumu.<sup>454</sup> Mani dati liecina, ka vai nu šādas sakarības nav, vai arī tiešsaistes saziņa ir saistīta ar bezsaistes saziņu.

Iegūtie secinājumi papildina akadēmisko diskusiju par tiešsaistes un bezsaistes komunikācijas attiecībām un interneta sociālajiem efektiem, konkrētāk, par to, kāda ir tiešsaistes saziņas līdzekļu lietošanas ietekme uz indivīda sabiedriskumu, kontaktiem ar citiem cilvēkiem (sk. 2.2.1. nodaļu). Tiešsaistes komunikācijas rezultātus nevar analizēt no determiniska skatupunkta. Interneta vai, kā šajā gadījumā, noteiktu interneta komunikācijas

---

<sup>454</sup> Ledbetter, A. M. (2009). Measuring online communication attitude: Instrument development and validation. *Communication Monographs*, 76(4), 463–486; Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic Internet use. *Journal of Communication*, 55(4), 721–736.

rīku lietošana pati par sevi neļauj izdarīt secinājumus par to, kurā — sabiedriskuma vai izolācijas — virzienā transformēsies indivīda komunikatīvie raksturojumi. Lai varētu konstatēt iespējamu interneta lietošanas ietekmi uz indivīdu izolāciju vai sabiedriskumu, ir nepieciešami longitudināli pētījumi. Taču ir pamats piekrist to pētnieku secinājumiem, kuri uzskata, ka dažādie interneta lietošanas iznākumi ir saistīti ar lietotāju individuālajām atšķirībām sociālo resursu pieejamībā un indivīdu izvēlēm tajā, kā viņi internetu lieto.<sup>455</sup>

Tiešsaistes aptaujas datu korelāciju analīzes rezultāti atbalsta pieņēmumu, ka sociālo tīklu portālos indivīdu komunikatīvās īpašības reproducējas: bezsaistē sabiedriskie cilvēki biežāk ir sabiedriski arī tiešsaistē. Taču vienlaikus tie darbojas kā sociālās kompensācijas instrumenti, jo tiešsaistes sociālajiem resursiem piekļuve ir plašam lietotāju lokam neatkarīgi no viņu bezsaistes sabiedriskuma, apmierinātības ar dzīvi, portāla „draugiem“, piesaistīto pazīstamo cilvēku skaita, un daudz nozīmīgāki mainīgie lielumi, kas saistīti ar piekļuvi resursiem, ir lietotāju tiešsaistes aktivitātes, ierakstu publicēšanas biežums un saņemtā atgriezeniskā saite. Šis secinājums atbalsta pētnieku iepriekš izteikto viedokli, ka tiešsaistes sociālo tīklu portāli var nodrošināt ērtāku vidi, kurā ar citiem mijiedarboties var, piemēram, kautrīgi cilvēki,<sup>456</sup> un nav pretrunā arī novērojumiem, ka kautrīgākie indivīdi, lai gan pavada salīdzinoši vairāk laika sociālo tīklu portālā, tomēr viņiem tur ir mazāk „draugu“.<sup>457</sup>

Portāls var darboties kā komunikācijas mezglpunkts, indivīdu sociālo kontaktu paplašinātājs un atvieglotājs, un tā lietošanas iznākumi, visticamāk, ir atkarīgi no tā, kādā veidā, cik daudz un ar kādiem panākumiem konkrētā vietne tiek izmantota sociālo tīklu veidošanā un uzturēšanā. Tādējādi pamatots ir Z. Tufekci viedoklis, ka interneta efektu hipotēzes neņem vērā lietotāju motivāciju un atšķirīgās aktivitātes un ka lielākas iespējas gūt sociālus labumus no tiešsaistes komunikācijas ir tiem, kuri paši mērķtiecīgi šādus iznākumus mēģina sasniegt.<sup>458</sup>

Viena no tiešsaistes saziņas ietekmēm uz indivīdu komunikāciju ir iesaistīšanās „izmaksu“ (*transaction costs*) jeb sliekšņa samazināšanās: jaunus starppersonu savienojumus tiešsaistē veidot ir krietni vieglāk nekā bezsaistē.<sup>459</sup> Pazeminātais iesaistīšanās sliekšnis arī nozīmē, ka jebkāda veida reakciju uz cita lietotāja aktivitātēm sniegt ir vieglāk, tanī pašā laikā tiešsaistes sociālo tīklu portāla lietotājiem ir mazāk gaidu un mazāk iepriekšdefinētu

<sup>455</sup> Bessière, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. Effects of Internet use and social resources on changes in depression.

<sup>456</sup> Baker, L. R., & Oswald, D. L. (2010). Shyness and online social networking services. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(7), 873–889.

<sup>457</sup> Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 337–340.

<sup>458</sup> Tufekci, Z. Grooming, gossip, Facebook and Myspace.

<sup>459</sup> Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era. *of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593 – 628. Retrieved April 12, 2011, from <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>

pienākumu vienam pret otru. Tādējādi ir gūts apstiprinājums L. Kendallas idejai par divējādajām tiešsaistes komunikācijas ietekmēm uz indivīdu saziņu: no vienas puses, ir ierobežots to darbību loks, ko indivīdi var veikt, izmantojot tikai tiešsaistes līdzekļus, no otras tas pazemina indivīdu gaidas vienam no otra, tādējādi mazinot spriedzi, kas var veidoties, ja viena indivīda vēlme pēc atbalsta ir lielāka nekā cita indivīda vēlme iesaistīties.<sup>460</sup>

Taču šie apstākļi pieļauj daudzveidīgu apmaiņu starp indivīdiem. Tiešsaistē komunikācija veidojas situatīvi: saziņā iesaistās tie, kuri konkrētajā brīdī to vēlas un var, nevis tie, kuriem attiecību statuss to uzliek par pienākumu. Tādējādi šī sociālās mijiedarbības forma līdzināt E. Gidensa aprakstītajām „tīrajām attiecībām“. Tās ir no kādiem ārēji definētiem ierobežojumiem atbrīvotas attiecības un tiek uzturētas pašu attiecību sniegto labumu dēļ, un, kad kāda no iesaistītajām pusēm šajās attiecībās vairs negūst apmierinājumu, attiecības tiek izbeigtas.<sup>461</sup> Tiešsaistes saziņā nav grūti pateikt kādu labu vārdu grūtībās nonākušam cilvēkam, ja tas neuzliek nekādus turpmākus pienākumus, un palīdzēt citiem var situācijās, kad indivīds pats to vēlas, nevis, kad to prasa saistības.

Analizētajai tiešsaistes komunikācijai tiešsaistes sociālajos tīklos arī ir raksturīgs augsts savstarpējības līmenis: indivīdi, kuri atbalstu vai palīdzību saņem, to arī sniedz. Tas liecina par sadarbības līdzsvara uzturēšanu un to, ka respondenti atzīst: par kādam portāla dalībniekam izdarītu pakalpojumu viņi kādā citā veidā no citiem lietotājiem saņems atpakaļ. Šādi izpaužas Dž. Kolmana aprakstītais „likvīdo parādzīmju“ princips, kas paredz, ka indivīdi citiem sniegs pakalpojumus, ja zinās, ka viņiem ir iespēja vēlāk sagaidīt līdzīgu laipnību.

### **7.6.1. Savienojošais un sasaistošais sociālais kapitāls**

Saskaņā ar M. Granovetera modeli, emocionālās apmaiņas iespējamas dara ciešo saišu esamība, bet informācijas apmaiņu, jaunas informācijas gūšanu — vājās saites. Analizētie dati turpretim liecina, ka ciešo un vājo saišu sniegto resursu sadalījums tiešsaistes komunikācijā ir kompleksāks — emocionālā un informācijas atbalsta sniegšana vairumā gadījumu nav saistīta ar to, kāda veida attiecības indivīdiem ir ar citiem portāla lietotājiem. Tas nozīmē, ka arī tie, kuriem portālā nav daudz tuvu draugu, spēj saņemt emocionālo atbalstu, un arī tie, kuriem portālā nav daudz paziņu, spēj saņemt informācijas atbalstu.

Ciešo un vājo saišu saplūdums nozīmē arī grūtības tiešsaistes sociālo kapitālu raksturot kā sasaistošu vai savienojosu. Saskaņā ar R. Patnama pieeju, sasaistošais sociālais kapitāls veidojas uz ciešo saišu un homogenitātes principa, to raksturo grupas iekšējā solidaritāte un

<sup>460</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 165.

<sup>461</sup> Giddens, A. *The Transformation of intimacy*. P. 58.

grupai nepiederošo izslēgšana. Savukārt savienojošais sociālais kapitāls veidojas uz vājajām saitēm, kas veidojas starp heterogēnajām grupām un nodrošina vairāk sabiedrības grupām iesaistīšanās un iekļaušanās iespējas.<sup>462</sup> Cilvēkiem, kuru starpā ir ciešas saites, raksturīga intensīva komunikācija, kas notiek pa daudzveidīgiem komunikācijas kanāliem.<sup>463</sup> Līdz ar to pētot vienu komunikācijas vidi — tiešsaistes sociālo tīklu portālu —, nav iespējams izdarīt secinājumus par to vai to lietojums ir daļa no respondentu daudzveidīgās un intensīvās komunikācijas ar kādu cilvēku vai cilvēku grupu. Ja tiešsaistes sociālo tīklu portāli tiek izmantoti sasaistošā sociālā kapitāla veidošanā, tie vieni paši diez vai ir izšķiroši svarīgi šāda kapitāla veidošanās procesā, jo ir tikai viens no saziņas kanāliem, kas starp cieši saistītiem indivīdiem, tiek lietots. Tanī pašā laikā šāda veida portāls, atvieglojot indivīdiem informācijas meklēšanu vienam par otru, var darboties kā katalizācijas vide bezsaistes attiecībām,<sup>464</sup> un indivīdi var lietot sociālo tīklu portālu, lai uzturētu attiecības, kas bez šāda atbalsta būtu tikai gaistoši un īslaicīgi kontakti.<sup>465</sup> Kādā intervijā šie komunikācijas veicināšanas procesi tika raksturoti šādi:

Man friendlistē ir arī cilvēki, ar kuriem ir ciešs kontakts tiešsaistē un vājš kontakts bezsaistē. *Ciba* atvieglo saziņu ar visiem šiem cilvēkiem. Satiekoties kādos dārza svētkos ar tiem, kurus viens otru lasām, varam turpināt sarunas, kuras pirms tam ir risinātas *Cibā*, var turpināt iesākto teikumu. (*Dalībniece D*)

Sociālo tīklu portālus lietotāji nereti izmanto, lai kontaktētos ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem, un tas parāda, ka šie portāli ir tikai viens no vairākiem komunikācijas kanāliem, kas šiem cilvēkiem ir pieejams. Visos portālos pastāv korelācija gan starp bezsaistē pazīstamo pievienoto „draugu“ skaitu un sazināšanos ar bezsaistē pazīstamajiem cilvēkiem. Tanī pašā laikā tas, cik daudz šādu pazīstamo cilvēku portālā ir, ne visos gadījumos ir saistīts arī piekļuvi citiem sociālajiem resursiem, ko šie portāli piedāvā. Tas, ko indivīdi no portālu lietošanas iegūst, ir saistīts ar krietni plašākiem aspektiem, nevis tikai ar pašu portālu lietošanas faktu.

Kvantitatīvie dati liecina, ka tie indivīdi, kuri ir attīstījuši sev funkcionālus sociālos tīklus, tajos gūst dažāda veida atbalstu. Saites, kas veidojas tiešsaistē un kurām var nebūt turpinājuma vai paplašinājuma bezsaistē, neatkarīgi no sava satura ir gaistošas un neparedzamas. Kāda indivīda klātbūtne tīklā un vienreizēja kontaktēšanās ar viņu nenozīmē, ka viņš būs turpat būs sastopams arī nākotnē. Taču profilu sistēma, pastāvīgi pseidonīmi vai īstie vārdi un reputācija, ko lietotāji veido pamatojoties uz savām iepriekšējām gaitām, darbojas kā enkurs, kas mazina identitāšu un kontaktu gaisīgumu. Tanī pašā laikā šādas

<sup>462</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. Pp. 22–24.

<sup>463</sup> Haythornthwaite, C. Social networks and Internet connectivity effects.

<sup>464</sup> Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. Connection strategies.

<sup>465</sup> Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook “Friends.”

trauslas saites nodrošina indivīdiem daudzveidīgākus un plašākus kontaktus, un komunikācijas neprognozējamību un nepastāvīgumu kompensē tas, ka lielā sociālajā tīklā ir lielas iespējas, ka atradīsies kādi lietotāji, kuri konkrētajā brīdī vēlēsies atsaukties un iesaistīties. Turklāt arī šādas komunikācijas saturs nav iepriekšdefinēts. Arī trauslās saites un tuvu draudzību neesamība nenozīmē, ka indivīds neiesaistās emocionālās apmaiņās, un paziņu trūkums nenozīmē, ka indivīds neiegūst jaunu informāciju. Uz sasaistošā un savienojošā sociālā kapitāla nodalījuma nosacītību tiešsaistes vidē norāda arī dažādo resursu sniegšanas un saņemšanas saistība — sasaistošajam sociālajam kapitālam raksturīgās attiecības mijas ar savienojošajam sociālajam kapitālam raksturīgajām.

Sociālā kapitāla formas, kurām lietotāji piekļūst, lielā mērā var noteikt attiecības, kuras portāla dalībniekiem ilgstošā laikposmā ir izveidojušās, attīstījušās un tiek uzturētas tiešsaistes sociālo tīklu portālos. Ņemot vērā, ka dominējošais *Draugiem.lv* lietojums ir jau esošo attiecību uzturēšana, turpretim *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietotāji ir vairāk orientēti uz jaunu savienojumu veidošanu, varētu pieņemt, ka pirmajā gadījumā portāla lietošanā lielāks ir tieši sasaistošā sociālā kapitāla efekts, turpretim otrajā — savienojošā. Taču kvalitatīvie dati parāda, ka attiecību uzturēšana un tiešsaistes un bezsaistes saišu kombinēšana raksturo krietni kompleksākus procesus. Vairāki intervētie *Sviesta cibas* lietotāji ir norādījuši uz daudzveidīgajiem un arī sarežģītajiem sociālajiem savienojumiem, kas veidojas tiešsaistes sociālo tīklu portālā. Kāda dalībniiece portālā izveidojušos sabiedriskumu intervijas laikā raksturoja šādi:

*Cībā* mēs neesam vienkārši kaut kā randomā kopā gadījušies cilvēki. Kaut kādā brīdī tā, protams, ir bijis, bet tas līmenis ir pāraugts. Kādā *Cibas* diskusijā par šo tēmu viena lietotāja reiz rakstīja, un es viņai piekrītu, ka *Cibas* lietotāji nereti viens otram ir brāļi, māsas, vīri, sievas, bijušie mīļākie, draugi, draudzenes... Dažreiz tas pat var šķist nepatīkami, ka tādas saites starp lietotājiem pastāv, bet tas tad arī, man šķiet, noteic to, kā šie cilvēki viens pret otru izturas. Tas, ka mēs tur esam tik ilgu laiku un ka tādas attiecības pastāv, man šķiet, nozīmē, ka mēs viens otru kaut kādā veidā novērtējam kā interesantus un interesantus cilvēkus. (*Dalībniiece A*)

Daļai lietotāju portāls apvieno kopējo draugu loku, savukārt šis kopējo draugu loks var veidot viņu (arī bezsaistes) sociālās dzīves kodolu, tāpēc no tā nav ne viegli, ne arī vēlēšanās aiziet. Tanī pašā laikā cilvēkiem, kuru attiecības ir kļuvušas sliktas, ir grūti arī vienam otra sabiedrībā kopējos *Sviesta cibas* lietotāju rīkotajos pasākumos. **Šāds esošo, bijušo vai transformējošos attiecību statuss var būt par pamatu, lai veidotos sasaistošais sociālais kapitāls.** Esošās un bijušās attiecības portāla lietotāju rīcību un iespējas ietekmē arī pēc šo attiecību izbeigšanās vai pārveidošanās bezsaistē. Šāda kontaktu turpinātība indivīdam var

nozīmēt lielākas savienojumu veidošanas iespējas, jo viņš portālā ir „zināms“, taču tā var arī tiešā vai netiešā veidā atturēt viņu no kādas informācijas publicēšanas, vai kādu savienojumu attīstīšanas vai pārtraukšanas, vai kādas citas rīcības. Lietotāji savu pieredzi ir izklāstījuši šādi:

- (1) Ar bijušo draugu vispirms iepazīnāties *Cibā*, tad IRLā, bijām kopā IRLā un *Cibā*, attiecības beidzās un vienojāmies, ka IRLā netiekamies, nesazināmies, bet palika neatrisināts jautājums, kā dzīvot *Cibā*. Jo, lai arī atfrendojām viens otru, mūsu draugu aprindas ļoti pārklājas, un ar daudziem arī IRLa kontakts. Rezultātā esmu kādu laiku spiesta izvairīties no cibiņu IRLa pasākumiem, kurus varētu apmeklēt arī viņš, kā arī ir neskaidrs *Cibas* statuss: vai un kā viņu tagad komentēt? Man ir zināma nodalīšanas sajūta starp *Cibu* un IRL: lai arī esam vienojušies par IRLa nogriešanu, manās acīs tas neattiecas uz *Cibu*, jo mūsu kontakts mums tur — kā intelektuāla vai humoristiska vārdu pārmaiņa — ir kaut kas suverēns, kas stāv ārpus visiem tiem apnicīgajiem IRLa atribūtiem kā sekss, salauztas sirdis utt. (*Dalībniece C*)
- (2) Ir tādi konflikti, ko mēs atrisinām produktīvi, saglabājot kaut kādas attiecības vai vismaz šādu attiecību iespēju, un tādi, kas beidzas ar attiecību saraušanu. Ja cilvēkam ir pietiekami liela brīvība un viņš var saraut attiecības ar kādu, viņš to dara. Taču starp tiem, kas ir saistīti savā starpā arī ārpus *Cibas*, var jau to banu uzlikt, bet rīt aiziesi uz darbu, un tas feiss tev būs priekšā. Baigais bans, ja? (*Smejas.*) Sociālās vides pagarinājumi, kas ietiecas *Cibā* un tiecas no tās ārā, attiecību saraušana reizēm var sanākt pārāk dārga. (*Dalībnieks J*)

Iepriekšminētie lietotāju izteikumu ilustrē attiecību turpinātību un kontaktu saglabāšanos; to, ka pašreizējās lietotāju attiecības portāla iekšienē nereti noteic ilga iepriekšējo kontaktu vēsture un procesi, kuri veidojas arī lielos bezsaistes kolektīvos. Tādējādi *Sviesta ciba* un citi līdzīgi portāli var būt ilgtermiņa attiecību uzturēšanas vide, un saites ne vienmēr ir mainīgas, trauslas un neprognozējamas. Lai arī „draugu“ sarakstu mainīt tehniski ir vienkārši, tomēr portāls kā vienota, ierobežota sfēra nosaka zināmus ierobežojumus kontaktu mainīšanai un vienlaikus arī nodrošina zināmu sociālā loka stabilitāti.

Ar sociālo tīklu saplūšanu var saskarties cilvēki arī ārpus tiešsaistes sociālajiem tīkliem — šī problēma nav unikāla tiešsaistes videi. Tomēr tiešsaistes vide šādas situācijas var padarīt vēl problemātiskākas, jo tiešsaistes sociālais tīkls šajā gadījumā ir vēl papildus sfēra, ko cilvēki, kuri viens otru nevēlas redzēt, tomēr ir spiesti dalīt: pat ja viņi paši viens otru izmet no „draugu“ saraksta, viņu vārdi parādās diskusijās ar kopējiem draugiem, kuri abiem ir „draugu sarakstos“. Tiešsaistes vidē tādējādi turpina satīties indivīdi, kuru bezsaistes aktivitātes vairs nav cieši saistītas. Indivīdi, kas bezsaistē var darboties vienā un tanī pašā sociālajā vidē un tomēr vairumā gadījumu viens no otra izvairīties, vidē, kas balstīta uz tekstuālo saziņu un kopējiem draugiem, nenovēršami turpina būt redzami viens otram. Redzamas ir viņu pašu aktivitātes, redzamas ir viņu sociālo tīklu un aktivitāšu pārklāšanās.

Šo problēmu nevar atrisināt tikai, nomainot sociālo tīklu. Konfliktējošo indivīda aktivitāšu pašierobežošana vai identitātes (pseudonīma) maiņa šādu risinājumu nesniedz, jo tādējādi sociālais tīkls tiek padarīts mazfunkcionālāks. Tīkls pilda savu funkciju, ja nodrošina vietu indivīda pašizteiksmei, apmaiņai ar dažāda veida resursiem un atvieglo kontaktus ar citiem dalībniekiem. Šīs funkcijas ir svarīgas, tāpēc indivīdi nereti labprātāk upurē daļu privātuma un diskretuma (komunikācija tiek fiksēta tekstuālā formā un saglabājas arī pēc mijiedarbības beigām, ļaujot tai līdzi sekot lielākam lietotāju skaitam), nevis pašu tīklu un tā sniegtās iespējas.

### **7.6.1. Sociālā kapitāla hibrīdformas**

Šādi pretrunīgi un neizšķiroši dati un novērojumi parāda nepieciešamību precīzāk raksturot sociālajā kapitālā balstītās attiecības, kas tiešsaistē veidojas. Tās es dēvēju par „sociālā kapitāla hibrīdformām“, jo tām ir gan savienojošā, gan sasaistošā sociālā kapitāla pazīmes. Datormediētā komunikācija ļauj veidot un uzturēt plašu saišu spektru — no vājām līdz ciešām, gan nodrošinot piekļuvi informācijai, gan sniedzot emocionālu atbalstu, tomēr tiešsaistes attiecību saturu un raksturojumu vairs nenosaka vājo vai ciešo saišu tips. Ciešās saites, par kurām liecina portāla intensīva lietošana kontaktēšanās ar citiem portāla lietotājiem, šajās sociālā kapitāla formās nozīmē plašāku piekļuvi dažādiem resursiem, ko tīkls piedāvā, un vājās saites savukārt nozīmē retāku komunikāciju ar citiem un šaurāku sociālo tīklu, tomēr neatkarīgi no tā abos lietojuma veidos indivīdiem ir iespējams apmainīties gan ar informatīvo, gan emocionālo atbalstu.

Nošķiruma izirums starp sociālā kapitāla veidiem var būt skaidrojams ar to, ka tiešsaistes vide veicina lielāku pašatklāšanos (sk. 4.1.1. nodaļu), un indivīdi viens otram par sevi mēdz stāstīt to, ko nestāstītu pat tuviem draugiem. Tas, ka tiešsaistē saziņa nereti notiek starp cilvēkiem, kuri viens par otru zina maz vai nezina nemaz, ir viens no šādas atklāšanās veicinātājiem.<sup>466</sup> Atklāšanās ir viens no sociālās mijiedarbības veicinātājiem un palīdz veidot kontaktus un atrast kopējus kontekstus, un tādā neskaidrībām un nenoteiktībām pilnā vidē kā tiešsaiste tā var būt efektīvs komunikācijas veicinātājs. Šādos apstākļos veidojas attiecības, kuras ir ciešu un vāju saišu hibrīds, kuru darbības loģika šķietami konfliktē ar bezsaistes sociālo attiecību loģiku. Personiskā informācija, ar kuru indivīdi tiešsaistē apmainās, bezsaistē lielākoties cirkulē tikai ļoti šauros, rūpīgi atlasītu un pārbaudītu sociālo attiecību lokos, taču iemesls, kāpēc šī informācija tiek izpausta tiešsaistē, ir tieši pretējs: informācijas saņēmējs nepieder pie šaurā cilvēku loka, un uz šo informāciju nereaģēs tā, kā reaģētu tie, ar kuriem indivīdu saista ciešās saites. Tas, ka starp indivīdiem, kuri, iespējams, sazinās tikai

---

<sup>466</sup> Park, N., Jin, B., Jin, S. A. (2011). Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1974–1983.

tiešsaistē, nav ciešu saišu, nenozīmē nevēlēšanos un nespēju sniegt emocionālo atbalstu, kas tradicionāli tiek saistīts tieši ar ciešajām saitēm. Emocionālo atbalstu tiešsaistē efektīvi var sniegt arī svešinieki.



## 8. „DZĪVOKLIS“ SVIESTA CIBA

Īsa relaksācijas industrijas hronoloģija.

Maija pirmajās dienās pavasari nomainīja vējš, lietus, arktiskas temperatūras un tamlīdzīgi armagedoni, ko picērija atzīmēja, svinīgi atklājot āra galdiņus. Šodien uz zemes atgriezies miers, siltums un saule, ko picērija atzīmē, novācot āra galdiņus un tā vietā uzslieņot stalažas kaut kādas.

— *Vistu zaglis, 2011. gada 6. maijs*

Tiešsaistes attiecības sociālo tīklu portālos tiek veidotas, izmantojot lietotāju profilus un apmainoties ar tajos publicēto saturu. Lietotāja profils ir indivīda reprezentācija tiešsaistē un padara iespējamu mijiedarbību „draugu“ tīklos, kā arī nodrošina piekļuvi pārējām portālā pieejamajām funkcijām. Tiešsaistes sociālie tīkli indivīdam ļauj veidot savienojumus tuvējos un attālos ģimenes locekļu, draugu un paziņu lokos, ar kuriem lietotājam var būt dažādas attiecības. Lai mijiedarbība notiktu, lielākoties uz tekstu balstītajā tiešsaistes vidē indivīdam ir nepieciešams aktīvi piedalīties savas tiešsaistes personas konstruēšanā un sociālās mijiedarbības procesā to demonstrēt citiem. Tāpēc indivīdu sociālo mijiedarbību ir lietderīgi pētīt, analizējot lietotāju profilus un tajos publicētās informācijas tematiku, pašatklāšanos un privātumu.

Iepriekš pētnieki tiešsaistes neformālo pusprivāto komunikāciju dažkārt ir salīdzinājuši ar sarunām bārā.<sup>467</sup> To var interpretēt kā atsauci uz Jirgena Hābermasa (*Jürgen Habermas*) skaidrojumu par publiskās sfēras veidošanās: kā vietas, kur veidojās publiskās pilsoņu diskusijas, viņš minēja arī salonus un kafijas namus.<sup>468</sup> Taču bāra metafora nav piemērota *Sviesta cibas* pētniecībai. Šinī portālā saziņa drīzāk notiek privātā vai pusprivātā — pašu lietotāju kontrolētā, no publiskās komunikācijas jomas nošķirtā — telpā, tāpēc šajā portālā notiekošo saziņu precīzāk var skaidrot, izmantot dzīvokļa metaforu. Portāla arhitektūra paredz, ka ikvienam lietotājam ir sava personiskā telpa, kas sastāv no profila un tiešsaistes dienasgrāmatas. Šos lietotāja kontrolē esošos elementus tas veido saskaņā ar saviem estētiskajiem un saturiskajiem ieskatiem. Lietotāji no saviem „kaimiņiem“ var atlasīt

<sup>467</sup> „Lai gan nereti interneta diskusijas diskusiju lapās un citur tiek pielīdzinātas Hābermasa publiskajai sfērai, tuvāk patiesībai būtu šos ziņojumus interpretēt kā „apkaimes bāru“. Tāpat kā jebkura cita krogus tipa diskusija, arī šīs ir spontānas, tās reizumis satur dažas atskārsmes (*insights*) un argumentus un reizumis nepatīkamas (*obnoxious*) piebildes,“ raksta Melisa Vola. Sk.: Wall, M. (2005). ‘Blogs of war’: Weblogs as news. *Journalism*, 6(2): 153–172.

Arī Lori Kendalla etnogrāfiskajā pētījumā par tiešsaistes vidi *BlueSky* izmantojusi tieši šo analogiju. (Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*). Līdzīga terminoloģija ir sastopama Šellejas Korelas etnogrāfiskajā pētījumā par lesbiešu tiešsaistes forumu, tomēr šajā gadījumā šādu skatījumu ir noteicis tas, kā diskusiju forumu ir konstruējušas pašas tā dalībnieces, forumam dodot nosaukumu „*Lesbian Cafe*“. Correl, Sh. (1995). The ethnography of an electronic bar: The Lesbian Cafe. *Journal of Contemporary Ethnography*, 24(3), 270–298.

<sup>468</sup> Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press. P. 32.

„draugu“, ar kuriem uzturēt kontaktus, un arī paši var regulēt, cik plaši ar citiem iesaistās mijiedarbībā. Atbilstoši saviem apsvērumiem, lietotājs saziņu var novirzīt vēlamajam atklāšanās vai publiskuma līmenim atbilstošā dzīvokļa telpā — priekšnamā, virtuvē, viesistabā, darba kabinetā vai guļamistabā. Savukārt kāpņutelpa ir teritorija ārpus istabām, tā savieno dzīvokļus, kontrole pār tur notiekošo indivīdiem ir mazāk svarīga, taču tur notiekošā saziņa arī ir visvirspusējākā. Attiecības starp portāla dalībniekiem ir iespējams veidot pēc tāda paša principa kā ar dzīvokļa viesiem: netīkamos, neinteresantos un/vai nevēlamos indivīdus var nelaist savā telpā, tomēr nejaušu saskriešanos kāpņutelpā vai pat iespraukšanos neaicinātam kādā no istabām ne vienmēr var novērst, un arī konfliktu un nesaprašanos iespējas tādējādi saglabājas.

### **8.1. Dzīvokļa metafora**

Manis lietotā dzīvokļa metafora skaidro Ē. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas elementu priekšplāna un aizkulišu attiecības, kā arī lomas, kurās indivīdi sevi izrāda citiem atkarībā no tā, kurā no „istabām“ notiek sociālā mijiedarbība.<sup>469</sup> Tas, cik tālu viesis, apmeklētājs, draugs tiek dzīvoklī ielaists, nosaka arī robežas starp priekšplānu un aizkulisēm. Tiem, kam nav piekļuves slēgtajām telpām — piemēram, visintīmākās pašatklāšanās telpai guļamistabai —, šīs telpas ir aizkulises, bet citiem — priekšplāns. Aizkulišu teritorijas lielums tādējādi ir atkarīgs no lasītāja statusa attiecībā pret ierakstu autoru. Dažos gadījumos viss, ko indivīds portālā raksta, ir pieejams visiem un tādā gadījumā aizkulises ir tikai tā informācija, ko ierakstu autors par sevi portālā nesniedz vispār (piemēram, daļa no viņa izpausmēm bezsaistes vidē), bet citos gadījumos papildus ziņām, ko lietotājs pieejamas nedara nevienam, aizkulises ir arī tā informācija, kas ir pieejama tikai dažiem, atlasītiem portāla lietotājiem. Izmantojot „draugu“ dalīšanu grupās un pirms ierakstu publicēšanas nolemjot, kuriem lietotājiem informācija tiks publiskota, vai arī izmantojot vienkāršu dihotomiju — ieraksti „tikai draugiem“ un publiski pieejami ieraksti — lietotājam ir iespējams noteikt priekšplāna un aizkulišu robežas. Šādi izveidotajās aizkulisēs var izvairīties no lietotājiem, kuru viedokļus par kādu jautājumu lietotājs nevēlas dzirdēt vai arī kurus par savu viedokli nevēlas informēt. Tāpat šādā ierobežotā auditorijā var rīkot izrādes izmēģinājumu, lai redzētu, kā uz kādu priekšnesumu reaģē šaura auditorija un izdarītu secinājumus par plašākas, mazāk precīzi atlasītas plašākas auditorijas iespējamo reakciju. Aizkulises tiešsaistes sociālo tīklu

---

<sup>469</sup> Izmantotās E. Gofmaņa pieejas nozīme empīrisku datu interpretācijā ir divējāda. No vienas puses, tā ir teorētiskais ietvars, kas ļauj interpretēt indivīdu aktivitātes tiešsaistes sociālo tīklu portālā. No otras puses, šī analīze tiek veikta ar nolūku pārliecināties par Ē. Gofmaņa pieejas lietderīgumu tiešsaistes komunikācijas skaidrošanā. Ē. Gofmaņa pieejas lietošanas mērķis nav skaidrot indivīdu sevis izrādīšanas un iespaida vadības stratēģijas, kurām Ē. Gofmanis ir veltījis daudz uzmanības, bet gan, aplūkot viņu sociālo mijiedarbību no izrādes telpu, komandu sadarbības un indivīda stigmatizācijas un tās pārvarēšanas pozīcijām.

portālā tādējādi var uztvert arī kā telpu, kas var palīdzēt izvairīties no konfliktiem: indivīdam ir iespēja paust savu viedokli, tomēr ne tik plaši, lai par to uzzinātu nepiekrītošie.

Taču ir jāņem vērā arī tiešsaistes un bezsaistes attiecības, kas nozīmē, ka tiešsaistes telpa var būt aizkulisēs, kurā gatavoties mijiedarbībai ar dažādām personām bezsaistē. Citos gadījumos aizkulisēs var būt lietotāju kontakti bezsaistē, jo tiem citi portāla lietotāji, kuri bezsaistes kontaktos neiesaistās, nespēj izsekot līdzi, bet var tikai pamanīt, kā tiešsaistes priekšplānā tiek izspēlētas bezsaistē sagatavotās izrādes. Šādas situācijas veidojas, piemēram, saistībā ar *Sviesta cibas* lietotāju rīkotiem bezsaistes pasākumiem, kuros tiek ielūgti viņu „draugi“ (no kuriem daudzi arī ir draugi šī vārda konvencionālajā nozīmē). Pēc šādiem pasākumiem citi par tiem nereti raksta vai sniedz atsauksmes, tādā veidā iezīmējot, kurā izrādes teritorijā viņi atrodas — aizkulišu vai priekšplāna.

Bezsaistes un tiešsaistes iespējamā vai notiekošā saskare var radīt sarežģījumus, ja tiešsaistē tiek publiskota informācija, kas stigmatizācijas risku dēļ citkārt no plašākas publikas tiek slēpta — personiskās problēmas un traģēdijas, attiecību, tai skaitā romantisko un seksuālo attiecību stāsti, patiesā attieksme par dažādiem cilvēkiem, ar kuriem indivīds ikdienā un, iespējams, pašā portālā, saskaras, neapmierinātība ar darbu un daudz kas cits. Problēmas var sagādāt tiešsaistei raksturīgā auditoriju neredzamība un dažādo sociālo kontekstu iespējamā pārklāšanās, par ko esmu rakstījis 3.3. nodaļā: kas izrādē vienai auditorijai tiek rādīts kā priekšplāns, citai auditorijai var tikt turēts aizkulisēs. Indivīds katram no šīm auditorijām rāda citādu informāciju un tādējādi arī vismaz mazliet atšķirīgu priekšstatu par sevi. Savukārt kontekstu sabrukuma gadījumā daļai no auditorijas var būt iespēja ieskatīties aizkulisēs jeb tajā, kādu izrādi šis indivīds vada vai gatavo citiem. Šo problēmu raisa tas, ka loma, ko indivīds ir pieņēmis sociālo tīklu profilā, var viegli tikt salīdzināta ar lomām, kādu indivīds ieņem citās dzīves sfērās.<sup>470</sup> Izrāde tiešsaistes sociālo tīklu portālā no daudzu auditoriju dalībnieku perspektīvas var būt aizkulisēs, un indivīdam savas tiešsaistes aktivitātes, kurās citiem atklāti tiek stāstītas privātas ziņas, no citām auditorijām ir jāslēpj, jo tas var izraisīt nepatīkšanas vai apkaunojumu. Tā, piemēram, priekšnieks sava padotā profilā var uzzināt viņa patiesās domas par darba apstākļiem, draugs var uzzināt, kādās pārdomās par attiecībām ar saviem tiešsaistes „draugiem“ dalās viņa draudzene, vecāki var uzzināt par izrādēm, kādas par viņiem tiešsaistes vietnē uzved bērni.

2012. gada sākumā šo kontekstu saskriešanos demonstrēja kāds Tomijs Džordans no Ziemeļkarolīnas, kurš, atklājis, ka viņa 15 gadus vecā meita Hanna savā *Facebook* profilā sūdzas par vecāku prasībām palīdzēt mājas solī un izrāda viņiem necieņu, izveidoja videomateriālu, kurā atbildēja meitai un sašāva viņas datoru un klipu ievietoja *YouTube*, kur

---

<sup>470</sup> Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. The taste for privacy.

to īsā laikā noskatījās vairāki desmiti miljoni skatītāju.<sup>471</sup> Tādējādi teritorija, kas no vecāku perspektīvas bija aizkulises, bet no viņas pašas perspektīvas, viena no priekšplāniem, tika iekļauta tēva skatuves teritorijā kā dekorācija.

Šādi riski ir arī daudziem citiem sociālo tīklu portālu lietotājiem, kuri tajos atklāj savas domas un jūtas, ko vēlas slēpt no noteiktām auditorijām. *Sviesta cibā* papildus riska faktors ir tas, ka informācija, ko lietotāji publisko un ar ko apmainās, nereti ir vēl atklātāka nekā tipiski sociālo tīklu portālos — to kompensē pseidonīmu kultūra. Daudzi lietotāji portālu izmanto vai nu lai mijiedarbotos tikai ar konkrētām auditorijām (piemēram, sev pazīstamu cilvēku grupu un/vai lietotājiem, kuri nav pazīstami bezsaistē). Lietotāji pseidonīmus izmanto kā vienu no līdzekļiem, kas ierobežotu citu iespējas viņus identificēt vai atrast pēc īstā vārda. Tāpēc kāda lietotāja vienā no saviem ierakstiem norāda:

Mani pārāk daudz cilvēki ir atkoduši, tāpēc nākas ierakstus likt aiz atslēgas, jo nav vēlmes, ka visa pasaule uzzinātu manus nerātņos piedzīvojumus un nerātņās fantāzijas, jo cilvēki vnk ir tik ļoti aizspriedumaini un kādi vēl tur nē. (*Autors 27*)

Šī paša iemesla dēļ arī vairāki portāla dalībnieki, kas deva atļauju promocijas darba pētījumā izmantot savas tiešsaistes dienasgrāmatas saturu, lūdza necitēt ar darbu saistītos ierakstus. Šie ieraksti bieži vien tehniski ir brīvi pieejami, tomēr to autori nevēlas tos popularizēt vēl vairāk un ārpus portāla. Šī ir tikai viena no izpausmēm tam, ka, par spīti šķietamajam šādas privātās komunikācijas publiskumam, tās dalībnieki saglabā gaidas, ka pret šīs saziņas artefaktiem — ierakstiem un atsauksmēm — citi izturēsies kā pret privātiem, nevis publiskiem tekstiem.

Lietotāju gaidas par noteiktu *Sviesta cibū* kā saziņas telpas privātuma līmeni parādās gan naidīgumā pret tiem, kas šo diskusiju vietni mēģina izmantot merkantiliem mērķiem — piemēram, veido tur komerciālus kontus ar nolūku reklamēt kādas preces lietotājiem. Šis privātums publiskumā, nošķirtība no masu mediju publiskuma tiek augsti novērtēts, jo nodrošina lietotājiem lielāku rīcības brīvību. Šāda situācija nodrošina, ka indivīdi šajā telpā varēs uzvesties līdzīgi kā privātajos kontaktos bezsaistē, kur nav aizliegts atražot stereotipus, nicīgi izteikties par savas nepatikas objektiem vai subjektiem, un neizaicina politisko nekorektumu, kas parādās, piemēram, valodas lietojumā. Dažādu publiskajā runā nepieņemamu, bet neformālā saziņā plaši lietotu apzīmējumu izmantošana portāla dienasgrāmatu ierakstos, visticamāk, neizraisīs nekādas iebildes vai pārmetumus. Tam būt vairāki iemesli. Tie, kuri šos apzīmējumus lasīs, paši pēc līdzīgi interešu, uzskatu un gaumes

---

<sup>471</sup> Netburn, D. (Feb 11, 2012). Dad puts bullets into teen's laptop; parents worldwide applaud. *Los Angeles Times*. Retrieved April 6, 2012, from <http://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-dad-puts-bullet-in-teens-laptop-20120210,0,7989379.story>

principa ir izvēlējušies sev saistošos tekstu autorus, un ir iespēja, ka viņi, līdzīgi kā rakstītājs, neuzskatīs par nepieciešamu ievērot publiskajai komunikācijai raksturīgo politisko korektumu. Tāpat iespējams, ka citi lasītāji respektēs šādas izteiksmes autora tiesības savā privātajā dienasgrāmatā bez pašcenzūras rakstīt visu, ko vēlas.

Turpmākajās sešās apakšnodalās tiks aplūkota katra no dzīvokļa metaforas „istabām“, kuras apraksts un kurām raksturīgās aktivitātes ilustrē kādu no *Sviesta cibas* dalībnieku tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu tēmām un ar šādiem ierakstiem saistītas sociālās mijiedarbības.

### 8.1.1. Priekšnams

Priekšnams ir telpa, līdz kurai var tikt ikviens lietotājs, gūstot pamata priekšstatu par to, kāds ir konkrētais dzīvoklis, taču tikai no dzīvokļa saimnieka ir atkarīgs, vai viesis tiks laists tālāk un kurā telpā tas drīkstēs ienākt. Priekšnams sniedz pamata informāciju par lietotāju un tas, kāda informācija tajā norādīta, var ietekmēt iespaidu kādu lietotājs atstāj uz sevi.

Priekšnamu veido katra lietotāja profila informācija, kas ir pieejama visiem interesentiem — tā satur ziņas par to, kurus lietotājus šis lietotājs ir pievienojis „draugiem“ un kuri ir „piedraugojuši“ viņu; profilā var norādīt lietotāja intereses, pēc kurām savukārt ir iespējams meklēt tos lietotājus, kuru norādītās intereses ir tādas pašas; atrašanās vietu, ja ir vēlēšanās, arī pašaprakstu, e-pasta adresi, tīmekļa vietas adresi, dzimšanas datumu. Profilā var redzēt arī indivīda ikonas jeb „jūzerpikčās“ (*user pictures*), kas tiek izmantotas vizuālai identifikācijai un ierakstu vai papildus vēstījuma piešķiršanai, publicējot ierakstus vai rakstot komentārus. Vidē, kurā fizisko ķermeņu nav, ikonas un attēlus lietotāji nolasa kā „īstus“. Šāds traktējums stiprina tradicionālo izpratni par ķermeni, pat ja tā vietā ir specifiskas tehnoloģiskas iezīmes.<sup>472</sup> Netiek sagaidīts, ka šie pašapraksti atklās patiesus datus par lietotāju, bet gan viņa radošumu sevis aprakstīšanā, tomēr tos var izmantot, lai ērti sameklētu citus lietotājus, kas savā profilā norādījuši līdzīgus datus.

Tiešsaistes sociālo tīklu profils vai dienasgrāmatu portālā ir centrālais sevis izrādīšanas elements. Šīs telpas atrodas pilnā viņu pārvaldībā, un tās var izmantot, lai par sevi sniegtu tādu informāciju, kādu indivīds vēlas, lai citi uzzina. Dažādu portālu arhitektūrā ir izstrādāti atšķirīgi veidi, kādu informāciju un kādā veidā lietotājs par sevi var citiem izrādīt. „Klasiskajos“ vispārējo interešu sociālo portālos, piemēram, *Draugiem.lv* vai *Facebook* ir vairākas ailītes, kur ir iespējams norādīt sīkas ziņas par sevi — dzimšanas datus, dzimto vietu un uzturēšanās vietu, izglītības periodus un apmeklētās skolas, darbavietas, attiecību statusu un daudz ko citu. *Sviesta cibā* arī ir iespējams profilā norādīt informāciju par sevi, tai skaitā

---

<sup>472</sup> Lindemann, K. Live(s) online.

dzimšanas gadu, atrašanās vietu un intereses, tomēr šajā portālā šie dati kā patiesas informācijas avots varētu būt mazāk svarīgi, un to funkcija ir drīzāk savu vērtību un gaumes demonstrācija. Piemēram, ir apšaubāms, vai tiešām 28 portāla lietotāji uzturas Afganistānā, 31 Zimbabvē un 30 — Antarktīkā. Plaši interpretējamu informāciju par lietotāju sniedz arī norādītās „intereses“. Piecas populārākās ir mūzika, grāmatas, draugi, jūra un kino, taču pašizpaušmju daudzveidīgumu ilustrē tas, ka ir vairāk nekā simts lietotāji, kas par interesēm ir norādījuši kādu no šādiem jēdzieniem: „nāve“, „asinis“, „sāpes“, „dvēsele“, „depresija“, „kedas“. Šie jēdzieni ne vienmēr ir jāsaprot burtiski, bet plašā nozīmē un kontekstuāli — piemēram, saistībā ar piederību noteiktām subkultūrām vai ar konotācijām, kas šiem jēdzieniem varētu būt radušies *Sviesta cibas* robežās. Līdzīgi plaši var interpretēt profila ailēs „žurnāla nosaukums“ un „žurnāla apakšnosaukums“ ierakstīto: lietotāji tur var norādīt savas dienasgrāmatas virsrakstu un apakšvirsrakstu; dažkārt šeit tiek norādītas frāzes, kas vispārīgi apraksta dienasgrāmatas tematiku, taču bieži vien tur tiek izvēlēti atjautīgi, dziļdomīgi, ironiski nosaukumi vai kultūrcitāti („skepse un infantilitāte“, „zaļā buržuāzija“, „Tālab bij zvēriem Daugaviņas rakti?“ — sk. 4. attēlu); tie var mainīties atkarībā no autora noskaņojuma vai aktualitātēm. Attāls analogs varētu būt *Draugiem.lv* profila aile pašaprakstam, kurā lietotāji ieraksta informāciju par sevi, kas viņiem šķiet parādāma citiem — un daži lietotāji šos ierakstus maina bieži, atbilstoši noskaņojumam.<sup>473</sup>

Lietotāja patības un gaumes izpaušanas līdzeklis ir arī tehnisko līdzekļu izmantošana, lai veidoto sava profila vizuālo atveidu.<sup>474</sup> Būtiski mainīt savas vietnes dizainu *Sviesta cibā* ir iespējams tikai tehnoloģiski zinošiem lietotājiem, kādu ir mazākums, un lielākā daļa citu lietotāju arī neizrāda lielu interesi par šādām sarežģītām darbībām. Taču lietotāji labprāt izmanto iespējas izvēlēties starp vairākiem standarta izkārtojumiem, norāda sev tīkamās krāsas, daži arī izvēlas lapas fona attēlus. Pūļu ieguldīšana savas vietnes izskaistināšanā galvenokārt ir paša lietotāja estētisko interešu apmierināšana, jo lielākā daļa lietotāju sevi interesējošo citu lietotāju dienasgrāmatas lasa paši savās „draugu lentās“, ar sevis izvēlētajiem izkārtojumiem un krāsām, un citu lietotāju dienasgrāmatas apmeklē tikai gadījumā, ja vēlas atstāt atsaukumi vai arī klejo pa portālu, meklējot iepriekš nepamanītus lietotājus. Turklāt daudzu lietotāju dienasgrāmatās atsauksmju rakstīšanas un lasīšanas režīmā tiek rādīts cits, vienkāršs izkārtojums ar melniem burtiem uz balta fona, tādējādi individuālie dizaina pielāgojumi, kas redzami, aplūkojot kāda lietotāja dienasgrāmatu tā kopumā, var būt vēl mazāk pamanāmi.

<sup>473</sup> Dancis, E. (2005). *Jauniešu patības komunikācija interneta portālā www.draugiem.lv: Bakalaura darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas studiju nodaļa. 32. lpp.

<sup>474</sup> boyd, d. Why youth ♥ social network sites.

Par to, ka profila apmeklētājs netiek laists tālāk par priekšnamu, var liecināt arī dienasgrāmatas ieraksti. To (1) var nebūt vispār, proti, dienasgrāmatas apmeklētājs redz tikai tukšu lapu un ierobežotu profila informāciju; (2) ierakstos var tikt uzsvērts, ka šī ir privāta telpa, kur neaicinātajiem ieeja ir aizliegta un ierakstus var lasīt tikai tie, kuri ir pievienoti draugiem (dažkārt tiek publicēti aicinājumi „pieteikties“ komentāros, lai pretendētu uz piekļuvi pusprivātajiem ierakstiem); (3) tie var saturēt norādes par to, kā interpretēt vietnē atrodamo informāciju („Te nav nekā ko redzēt, ejiet tālāk“; „šī ir mana privātā dienasgrāmata, rakstu, ko gribu“) un (4) var būt vai arī tāda veida ieraksti, kas nav jēgpilna komunikācija — tas izpaužas, piemēram, kā aprautu frāžu („stulbi man“, „it's soo sick“), neeksistējošu vārdu bez konvencionālas nozīmes vai bezsakarīgu tekstu publicēšana. Tie var liecināt par pirmajiem mēģinājumiem rakstīt tiešsaistes dienasgrāmatu, tā arī neiesaistoties šajās aktivitātēs, vai arī vienkārši tehnisku sistēmas darbības pārbaudi. Kontinuumā „vēlme sazināties“ — „vēlme izpausties“ šis ir radikālākais izpaušanās gadījums, kur izteikšanās ir atdalīta no jēgas komunikācijas.

Dažos gadījumos priekšnams ir paredzēts, lai „pieklauvētu“ jeb dienasgrāmatas autoram izteiktu savu vēlmi tikt ielaistam tālāk dzīvoklī, t.i., lasīt citus, slēptos ierakstus, ja tādi ir, bet citos gadījumos tālāka ceļa nav vispār, un tīmekļa dienasgrāmatas funkcionalitāte šajā līmenī ir beigusies. Citiem vārdiem, dažkārt piekļuves ierobežošana līdz priekšnamam ir filtrs, lai palīdzētu lietotājam ievākt informāciju par tuvumā esošajiem indivīdiem un izmantot šo informāciju mijiedarbībā ar viņiem,<sup>475</sup> bet citkārt no lietotāja puses vēlmes pēc savienojumu veidošanas un saziņas ar citiem indivīdiem nemaz nav.

*Draugiem.lv* darbojas arī „ādiņu“ sistēma — lietotāji var izvēlēties starp daudzām piedāvātajām dizaina sagatavēm. *Facebook* lietotāji var izvēlēties lielos attēlus, kas tiek novietoti profila augšpusē (*cover photo*). D. boida norāda, ka profila būvēšana ir kas līdzīgs iniciācijas rituālam,<sup>476</sup> tomēr dažādos profilos šī „iniciācijas norma“ var izpausties dažādi: citkārt tā ir profila informācijas aizpildīšana, citkārt arī sarežģīto vizuālo efektu izmantošana, bet citkārt iniciācija ir saistīta lielākoties tikai ar savienojumu nodibināšanu un spēju panākt akceptāciju (pieņemšanu) noteiktajā sociālā tīkla segmentā.

Sevis izrādīšanas elements var būt arī lietotāja ikonas (lietotāja attēli, *jūzerpikčas*), kuras tiek norādītas pie dienasgrāmatas ierakstiem un komentāriem un var darboties gan kā noteiktā lietotāja vizuālā identitāte, gan arī kā konkrētā brīža noskaņojuma izpausme, gan kā tematikas apzīmētājs. Šie attēli lietotājam var būt vairāki, un publicējot jaunus ierakstus vai

---

<sup>475</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 13. lpp.

<sup>476</sup> boyd, d. Why youth ♥ social network sites.

komentējot citu rakstīto var lietot dažādas ikonas. Tās nosacīti aizstāj tādiem sociālo tīklu portāliem kā *Draugiem.lv* raksturīgās profila fotogrāfijas, tiek izmantotas, lai demonstrētu konkrētā lietotāja intereses un identitāti. Kā norāda Egils Dancis, *Draugiem.lv* attēlu ievietošanai var būt konkrēta komunikatīva funkcija, piemēram, pūsis publicē fotogrāfijas, kurās redzama viņa draudzene, tādējādi gan rādot, kā savu meiteni lutina, gan arī citām meitenēm nododot vēstījumu, lai viņam ir attiecības.<sup>477</sup> *Draugiem.lv* profila attēlu un attēlu galeriju komunikatīvais vēstījums ir daudzveidīgāks un konkrētāks nekā *Sviesta cibas* ikonas, kas reti sniedz informāciju par lietotāja ārējo izskatu, bet taču var sniegt priekšstatu par viņa humora izjūtu, uzskatiem, vērtībām, gaumi. Šie attēli var būt atkodējami, saprotami tikai konkrēto lietotāju iepazīstot tuvāk.

### 8.1.2. Virtuvs

Postpadomju kultūrtelpā virtuvs saistās vai nu ar inteliģences sarunu vietu, kur var uzticamu cilvēku lokā var sacīt to, kam nav paredzēts iziet ārpus telpas, vai arī sarunu telpu, kurā teiktajam („virtuves sarunām“) nav pretenziju kaut ko mainīt tajā, par ko tiek runāts. Tā ir domu apmaiņa domu apmaiņas pēc. *Sviesta ciba* nav politiskā aktīvisma vietne, šeit neformējas sabiedriskas kustības sociāli politisku pārmaiņu veicināšanai, reālās dzīves protestiem vai cita veida kolektīvai rīcībai. Ir gan bijušas diskusijas par to, ka „vajadzētu darīt“ (piemēram, saistībā ar pilsoniskām vai politiskām aktivitātēm), tomēr šajos gadījumos *Sviesta ciba* ir izmantota tikai domu apmaiņai. *Sviesta cibas* stūrakmeņi ir attiecības, informācija un attieksme; šis portāls nav rīcības koordinācijas platforma. Ir bijuši tikai atsevišķi gadījumi, kad portāls ir izmantots ārpusportāla aktivitāšu koordinācijai: 2003. gadā, mazāk nekā gadu pēc portāla izveides, lietotāju grupa („pokemoni“), kuras izteiksmes stilu toreizējais vietnes administrators uzskatīja par neadekvātu un tādēļ vēlējās ierobežot viņu aktivitātes portālā, pie Vecrīgas „Makdonalda“ sanāca uz „piketu“ pret viņu kontu dzēšanu. Savukārt 2007. gadā kāda lietotāja vāca ziedojumus preses izdevumu abonēšanai veco ļaužu pansionātos — savākti tika aptuveni 300 latu. Tomēr uzskatu un attieksmju daudzveidību ilustrē tas, ka arī šī ziedojumu vākšana netika universāli uzskatīta par cēlu akciju, un vairāki lietotāji izteica kritiku par izvēlēto izdevumu, piemēram, dzeltenās preses, izvēli.

Virtuvs ir vieta dažādu nacionālu vai globālu notikumu vai norišu pārspriešanai un demonstrē *Sviesta cibas* kā ziņu un citas informācijas filtra funkciju:

*Ciba* nozīmē arī kaleidoskopiskas informācijas iegūvi, gan literatūras lasīšanu, gan analītiskas info iegūvi — es principā nelasu ziņas, bet lasu cibiņu analīzi, komentārus par procesiem. To prese, mediji man nesniedz vai nesniedz man ērtā, interesantā vai pieņemamā formā. (*Dalībniece C*)

<sup>477</sup> Dancis, E. *Jauniešu patības komunikācija interneta portālā www.draugiem.lv*. 35. – 36. lpp.



*Sviesta cibas* lietotāji interpretē un pārinterpretē gan masu medijos izskanējušās ziņas, gan piedāvātas savas nostājas, gan arī jauna, ziņu medijos neizskanējusi vai maz ievērota informācija. Portāls var darboties gan kā ātrās apziņošanas sistēma, ierakstot vienkārši saiti uz kādu ziņu, vai arī saiti kopā ar ziņas pārpublicējumu (vai pārpublicētiem fragmentiem). Vislielākā interese ir par lokāliem notikumiem, tomēr ir lietotāji, kas regulāri interesējas arī par starptautiskajām norisēm, tehnoloģiju un datoru jomas, zinātnes jaunumiem un citām tēmām, informējot par jaunumiem arī citus lasītājus.

Nacionālie un globālie jautājumi ir tematiskais loks, kurā lietotāji var sevi veidot par viedokļu līderiem. Runājot par publiski aktuāliem jautājumiem, viņi piedāvā jaunas interpretācijas un perspektīvas, kā arī un citur neizskanējušus faktus, kā arī pauž attieksmi, kas mēdz būt radikālāka nekā vidēji diskusijā, vai arī izmanto publiskos notikumus savu uzskatu ilustrēšanai un pamatošanai.

ASV, Lielbritānijas, Kanādas, Francijas un Itālijas bruņotie spēki sākuši uzbrukumu Lībijai. Protams, tur katram savi apsvērumi, un neba man par to spriest. [...] Bet nu tīri propagandas līmenī uz Kadafi dzirnavām ūdens šalts - Rietumu sātans nāk palīgā dumpiniekiem, tātad dumpinieki ir Rietumu sabiedrotie, tb piektā kolonna utt. Attiecīgi, nu var aicināt pulcēties zem karogiem nevis lai apspiestu austrumu cilšu šeiha dumpi, bet gan pretoties svešzemnieku invāzijai. Tā kudi cēlāks mērķis. Interesanti, kā tas viss pavērsīsies? (*Autors 14*)

Publisko notikumu interpretēšana un viedokļa paušana arī ir veids, kā demonstrēt savas zināšanas un iegūt zināmu autoritāti, lai arī skaidrā attieksmes paušana vai ideoloģisko nostādņu (piemēram, nacionālisma, kreisuma) demonstrēšana nozīmē, ka viņi iegūst gan sava darba un rosīšanās atbalstītājus, gan kritiķus. Tādējādi atzīšana, ko lietotāji ar šādām aktivitātēm iegūst, nav vispārēja, savukārt diskusijas par dažādi interpretējamajiem jautājumiem viedokļu atšķirības un subjektīvo patiku vai nepatiku var vēl vairāk saasināt. Arī pats atzinīgā novērtējuma fakts var nebūt publiski redzams: ne visi ieraksti, kuri lasītājiem ir patikuši, saņem lasītāju atsauksmes un eksplīcītu novērtējumu. To, kā auditorija, kas vismaz daļēji ir neredzama, uz šo uzstāšanos ir reaģējusi, dienasgrāmatas autors pilnībā var nezināt.

Lietotāji izmanto *Sviesta cibu*, lai dalītos atrastā vai savā rīcībā esošā publiskas dabas informācijā, kas viņiem pašiem šķiet ievērības cienīga. Šādi ieraksti var gan viedokļa izteikšana, gan tikai fakta paziņošana, gan arī informācija saistībā ar problēmjautājumu, kurā var būt dažādas nostājas, un tādējādi šādi ieraksti var izraisīt plašas diskusijas. Piemēram, norādot saiti uz ziņu, ka organizācija *WikiLeaks* ir publicējusi ASV valsts drošībai svarīgo objektu sarakstu, lietotājs vaicā:

Incanti, ja tagad kāds idiņš uzspers gaisā insulīna rūpnīcu Dānijā, WikiLeaks'a fani turpinās to saukt par demokrātijas triumfa gājieni? ;] (*Autors 15*)

Globālo mediju dienaskārtībā esošie notikumi *Sviesta cibā*, līdzīgi kā citos Latvijas medijos, plašu ievērību gan gūst tikai izņēmuma kārtā. Taču publiskajām nacionālā līmeņa aktualitātēm uzmanību lietotāji pievērš regulāri, un tie tiek plaši apspriesti gan paši notikumi, gan ar tiem saistītie problēmjautājumi: piemēram, pēc tam, kad ziņās bija izskanējis, ka 2011. gada 19. februārī kinoteātra seansa laikā nošauts skatītājs, vairākās dienasgrāmatās izvērtās diskusijas par to, cik pamatoti ir atļaut cilvēkiem nēsāt ieročus.

Bez informācijas nodošanas šai saziņas formai portāla lietotāju socializācijā būtiska ir arī informatīvās izklaides funkcija, kas parādās, epizodēs, kas tiek apspriestas gan neparastas, interesantas vai vienkārši muļķīgas medijos publicētas ziņas, piemēram:

lai arī visa ziņa ir ģeniāla, šo man gribētos izdalīt kā atsevišķu notikumu:

"Kā vēsta Krievijas prese, naktī uz 10.decembri kādā Tomskas apgabala ciematā 64 gadus veca sieviete, viņas 42 gadus vecais dēls, 49 gadus vecais dzīvesbiedrs un viņa 42 gadus vecais radnieks četratā izdzēra vienu litru neatšķaidīta spirta, uzkožot sniegu." (*Autors 18*)

Pamatā izmantoti tiek latviešu valodā rakstošie ziņu portāli, no kuriem tiek ņemtas ar vietējiem notikumiem saistītas aktualitātes, kā arī Krievijas un angļiski runājošo valstu mediji. Komentārs par tēmu, uz kuru autors atsaucas, var būt gan viens retorisks teikums, gan arī garš viedokļraksts. Pastāv arī žanrs, kurā autora attieksme eksplicīti pausta nemaz netiek, par šo attieksmi netieši liecina vien portālu ziņu virsrakstu vai tajos publicēto ziņu rindkopu pārpublicēšana, kurām saistošumu vai papildus dimensiju ļauj saskatīt konteksta trūkums, teikumu izraušana no konteksta vai arī pamanītās kļūdas mediju darbā.

LETA. Reklāmas asociācija pauž satraukumu par sabiedrības veselības pamatnostādņēm 2011.-2017.gadam

Vai:

MANGO. Pusaudzis, kurš demonstrē izsmalcinātību ēdienu izvēlē, visticamāk, pieaudzis kļūs par geju

Vai:

kašjauns.lv: Policijas izsaukumi tiks iedalīti trīs kategorijās – būtiskos un nebūtiskos.

Šajā informācijas vidē plaši cirkulē arī *dzeltenās* vai citādi nenopietnas ziņas. Tās vairumā gadījumu tiek pasniegtas un uztvertas ar ironiju vai sarkasmu, ievietojot tās ziņu parodijas kategorijā, taču šis ir veids, kurā daļa lietotāju bulvārpreses saturu ir gatavi patērēt: izmantojot atribūtus, kas apliecina, ka šāda informācija netiek uztverta nopietni, sekošana līdz šādas tematikas informācijai kļūst sociāli pieņemamāka.

Šādi ieraksti ir parodija par tiešsaistes informācijas telpu, tas ir mediju absurda šovs, un darbojas kā izklaide un arī atjautības uzdevumi lasītājiem: teikumos, kuri bieži vien ir vai nu izrauti no konteksta, vai arī vienkārši mulķīgi un uzkrītoši mazsvarīgi, lasītāji paši var piedāvāt interpretācijas un meklēt vēstījums.

Ironizēšana par ziņām ir tikai viena no izpausmēm tam, kā tiešsaistes kopienas dalībnieki pārinterpretē populārās kultūras produktus un rada jaunus. 2008. gada nogalē telekompānijas LNT ziņās tika rādīts sižets par *Sviesta cibas* lietotāju „Veidenbaumu“, kurš bija publicējis vardarbīgus zīmējumus.<sup>478</sup> Žurnālisti, garīgās veselības speciālisti un policijas darbinieki šajā jaunradē saskatīja potenciālu saistītu ar reālās dzīves vardarbību, tomēr *Sviesta cibas* lietotāji šīs aktivitātes uztvēra portāla lokālās kultūras kontekstā un apzinājās, ka pamata runāt par draudiem sabiedrībai visticamāk, nav. Arī citi portāla dalībnieki mēdz publicēt nekonvencionālu jaunradi, tās mērķis ir nevis pretendēt uz plašu publikas atzinību, bet dekonstruēt kanonus un izaicināt populārās kultūras šablonus vai gluži vienkārši izmantot iespējas publicēt materiālus, kas patīk pašam autoram un viņa domubiedriem, jo ir zināms, ka šāda jaunrade tradicionālajiem medijiem nebūtu saistoša.

Šādi lietotāji pilda „triksteru“ funkciju. Literatūras studijās triksters ir antropomorfs tēls, kas apveltīts ar radošām spējām un sniedz palīdzību, nepakļaujas pastāvošajām normām un priekšstatiem par adekvātu uzvedību.<sup>479</sup> Arī šie lietotāji izmanto tiešsaistes vides atbrīvojošo potenciālu, lai noraidītu konvencionālās gaidas par publicējamu saturu un veidotu jaunu daiļrades estētiku, kas izsmej tradicionālo estētiku, ziņu vērtību priekšstatus un satura uztveres modeļus.

Šīs subkultūras materiāli tiek veidoti, sapludinot no dažādām informācijas un interpretīvajām telpām ņemtus elementus, taču tie parasti paliek tikai *Sviesta cibas* iekšienē. Portāla lietotāji, kuri šos autorus ir zinājuši vairākus gadus, var labāk saprast jaunrades kontekstu un vēstījumu, turpretim autsaideriem tā var nebūt uztverama, kā to parāda „Veidenbauma“ piemērs. Tādējādi triksteri, kuri savos darbos izmanto plašākas populārās kultūras elementus, tomēr darbojas tikai *Sviesta cibas* virtuvē, kur ir pieļaujamas uzvedības vaļības, nevis ārpus dzīvokļa, kur jāsaskaras ar plašākas publikas reakcijām, kādas parādījās piemērā ar „Veidenbaumu“. Triksteri par triksteriem šādā formā var būt tikai portālā, ārpus šīs vietnes, bet tās konteksta, viņiem var būt sarežģīti izrādīt sevi un savu lomu tā, lai publika to uztvertu adekvāti.

---

<sup>478</sup> Delfi. (28. okt., 2008). Policija meklē internetā izvietotu vardarbīgu karikatūru autoru. *Delfi*. Sk. 2010. g. 21. okt. <http://www.delfi.lv/a/22266467>. LNT sižets — <http://youtu.be/-5dZHCXdII>

<sup>479</sup> Babcock-Abrahams, B. (1975). “A tolerated margin of mess”: The trickster and his tales reconsidered. *Journal of the Folklore Institute*, 11(3), 147–186.

Virtuve ir maskulīnākā no *Sviesta cibas* dzīvokļa telpām. Publisku (piemēram, ziņās stāstītu) jautājumu apspriešanā, radošos huligānismos un citās ar publiskās informācijas pārinterpretēšanu saistītās jomās vīrieši dominē. Sieviešu kārtas lietotāju dienasgrāmatās šīm tēmām lielākoties ir tikai margināla nozīme.

### 8.1.3. Darbistaba

Ieraksti par profesionālajām aktivitātēm un interesēm ir gan veids, kā lietotāji no citiem var iegūt profesionāla rakstura informāciju, bet arī komunicē savas profesionālās identitātes, un *Sviesta ciba* tādējādi ir vide, kura šādas identitātes formulēšanu atbalsta. Šos ierakstus var interpretēt ne tikai kā apmaiņu ar informāciju, bet arī kā savu darba aktivitāšu dokumentēšanu, kas var notikt paralēli pašu darba uzdevumu veikšanai. Pie „darba“ tematikas esmu pieskaitījis arī ierakstus, kas attiecas uz mācībām un studijām, jo studijas un darbs nozīmīgi ietekmē cilvēku ikdienas gaitas, laika patēriņu un izaicinājumus, ar kuriem indivīds saskaras.

Lietotājs savas aktivitātes tādējādi pārvērš par ko līdzīgu sportam vai skatuves mākslām, kuru norises formu nosaka skatītāju klātbūtne. Tas ļauj uzlabot šo, nereti nepatīkamo aktivitāšu uztveri, jo savās aktivitātēs iesaistot „skatītājus“, indivīds, iesaistot savās aktivitātēs citus, sīku, citiem šķietami maznozīmīgu un neinteresantu darbu veicēja statusu var nomainīt uz augstāku — veiksmīga kļūdu meklētāja un svarīgu sistēmu uzturētāja — statusu. Populāra profesionālās ekspertīzes komunicēšanas joma ir datortehnoloģijas: lietotāji raksta gan par aktualitātēm drošības un tehnoloģiju attīstībā, gan arī par savām privātajām gaitām, risinot tehniskus sarežģījumus.

Es neteikšu, kurš vakar, trublšūtodams [*troubleshooting* (angļu val.) — ierīču vai sistēmu bojājumu identificēšanas tehnika — J. B.] vienu problēmu, vienā cnf failā atkomentēja rindiņu, aiz kuras seko *Beware, it's a perfomance killer!*, aizmirsa viņu nokomentēt un šodien visu dienu brīnījās, kādēļ dažas lietas ir iesprūdušas. No otras puses, labā ziņa ir tā, ka vismaz šovakar atradu. (*Autors 15*)

Profesionālo prasmju un zināšanu demonstrēšana un citu arī citu savas nozares pārstāvju autoritātes izaicināšana, kā arī palīdzības sniegšana citiem lietotājiem var atmaksāties arī praktiski: efektīvi pārliecinot par savām prasmēm, cibiņam tās būtu mazāk jāpierāda gadījumā, ja kāds no šīs kopienas piedāvā darbu. Līdzīgā kārtā veiksmīga savu personisko īpašību izrādīšana tiešsaistē var veicināt citu lietotāju interesi un stimulēt attiecību veidošanos bezsaistē.

Pozitīvs paštēls, tiek veidots ar prasmīgu valodas lietojumu un attieksmi. Rakstot par savām ikdienas problēmām humoristiski vai ironiski, indivīds var gan saglabāt pašcieņu saspringtās situācijās, gan paņirgāties par klientiem un priekšniecību. Šis ir viens no

gadījumam, kad *Sviesta ciba* parādās kā no daļas ierobežojumu atbrīvojoša telpa, kur var pateikt vairāk nekā bezsaistes vidē, pārinterpretēt notikušo un gūt apstiprinājumu sava redzējuma pamatotībai.

Acīmredzot ģeometrijā kā nozarē ir daudz kas gājis milzu soļiem uz priekšu, kopš mana necilā persona skolā mācījies, un klāt Eiklīdam un Lobačevskim nācis vēl kas kardināli jauns. Tāpēc pazemīgi pieņemu kritiku par savu nesaprašanu un neprofesionalitāti, jo maketēšanas procesā pildot rīkojumu "objektu šaurāku", nebiju sapratis ekonomikas un vadības zinātņu, tb mārketingā diplomētas un vadošas speciālistes vēlmes un sapratis, ka "biju domājusi **šaurāk pa vertikāli**, nevis horizontāli!!!". Tā es nekad nesapelnīšu šaurākajai automašīnai, tb hammeram. (*Autors 14*)

Lai arī ieraksti, kuros lietotāji vēsta par savu pasūtītāju un darba devēju stulbumu un nekompetenci, un saviem centieniem ar to tikt galā, var būt gan „paslēpti“ un tikai „draugiem“ pieejami, gan arī publiski lasāmi visiem, to autoriem ir raksturīga rūpēšanās, lai šie teksti pārāk netiktu popularizēti un to autorība saistīta ar viņiem. Vairāki lietotāji man ir atzinuši, ka, šai informācijai nākot ausīs darba devējiem, viņiem varētu rasties problēmas. Tādējādi portāla lietojums norāda uz skatuves un aizkulišu nodalījumu. Saturs un forma, kādā *Sviesta ciba* tiek runāts par dažādiem jautājumiem, tai skaitā par darbu, var nozīmīgi atšķirties no tā, kā indivīdi sazinās ar aprakstīto situāciju tiešajiem partneriem citās sociālajās vidēs. Tiešsaiste nav tikai bezsaistes videi *paralēla* vide, tā var būt arī bezsaistes aktivitātes *papildinoša* vide, tādējādi ir problemātiski attiecināt aizkulišu un priekšplāna teritorijas uz pašu mediju neatkarīgi no mērķiem, kuriem tas tiek lietots. Piemēram, no darba devēja viedokļa raugoties, tiešsaistes sociālo tīklu portāls ar viņam nezināmo vai nepieejamo saturu var būt aizkulises, kurās lietotājs sagatavojas kontaktam ar šo cilvēku. Turpretim no tiešsaistes auditorijas viedokļa lietotāja bezsaistes gaitas ir tai nepieejamās aizkulises, un savai tiešsaistes auditorijai lietotājs sniedz speciāli sagatavotu vēstījumu, kurā konstruē savu pozitīvo paštēlu vai arī atļaujas izteikt savas patiesās domas:

- (1) Man friendlistē ir pietiekami daudz cilvēku, kuri mani garantēti saprot un ar kuriem es varu par to parunāt par lietām, kas saistītas ar darbu. Izsūdzēt bēdas par visiem pacientiem [klientiem] idiotiem, ko tur atkal kāds ir satulkojis ne tā. Tas ir kas tāds, ko nevajadzētu šiem sūdīgo tulkojumu autoriem šādā formā uzzināt. Tā kritika, ko viņi saņem no veidā, kādā viņiem profesionāli ir paredzēts, ir radikāli atšķirīga no tās, ko es ierakstu *Cibā*. *Cibā* es ierakstu to, ko domāju, un pacientiem nevajadzētu redzēt, kāda šī kritika izskatās īstajā dzīvē. Bet tā es nevienu vārdā nesaucu. (*Dalībniece B*)
- (2) *Ciba* ir vieta manai pašizpaušmei, kur es varu atļauties publicēt to, ko nevaru atļauties publicēt ar savu īsto vārdu. Mans [īstais] vārds ir mans zīmols, un ir lietas, kuras es nevaru ar to publiski apspriest tādā veidā, kādā to daru *Cibā* — piemēram, reklāmas aģentūru darbu vai vēl kaut ko no manas nozares. Līdz ar to *Ciba* man ir pašizpaušmes un personīgo domu vieta, tas ir mans bločiņš, un tur es rakstu par tēmām, kuras man ir svarīgas dzīvē. (*Dalībniece D*)

Pie darbistabas komunikācijas pārstāvjiem var pieskaitīt arī lietotājus, kuru profesionālā vai akadēmiskā darbība vai aizraušanās viņiem sniedz specifiskas zināšanas kādā jomā, mēdz *Sviesta cibu* izmantot, lai rakstītu par jomu, kurā viņi ir speciālisti. Atšķirībā no lietotājiem, kuri raksta par savām problēmām, nedienām, pārratumiem darbā, šie lietotāji dalās informācijā, viņi, „eksperti“, publicē populārzinātniskus skaidrojumus, turklāt tā nav viedokļa komunikācija; specifisko zināšanu dēļ viņi netiek apstrīdēti. Tīro attiecību kontekstā viņi atbilst autoritātēm, kas nozīmē specializāciju: viens indivīds ir attīstījis tādas spējas, kādu citam nav. Tādējādi šajā kontekstā par autoritāti nevar runāt tā, kādā nozīmē, kā autoritāte parādās bērna — vecāku attiecībās.<sup>480</sup> „Eksperti“ stāsta to, ko citi, kas atrodas ārpus viņu specialitātes, nezina. Viņi skaidro, informē par pētījumiem zinātnē — ir sastopami lietotāji, kuri specializējas gan humanitārajās, gan eksaktajās, gan sociālajās zinātnēs — vai par pašu uzzināto un aktivitātēm kādā citā savā jomā: studijās, darbā vai vaļaspriekā.

Plaši izplatītas nodarbošanās ir datorgrafika/dizains, programmēšana un datorsistēmu uzturēšana vai kādi citi ar datoriem saistīti darbi; tulkošana un citi darbi ar valodu vai tekstu, reklāmā, kā arī apkalpojošā sfērā, tomēr šajā gadījumā norāžu par konkrētām darba aktivitātēm ir retāk. Visai bieži šie cilvēki savās nozarēs ir ārštata darbinieki. Lietotāji parasti ir vecāki par 20 un jaunāki par 40 gadiem, ar ģimeni un bērniem vai bez.

Mazāk populāro lietotāju grupā ir vairāk studentu, viņu vidējais vecums ir mazāks, vairāk gadījumos nepieciešams vecāku atbalsts. Atšķirībā no ekonomiski aktīvajiem un pašnodarbinātajiem, zemas specializācijas darbus veicošie (pārdevēji, apkalpojošā sfērā strādājošie), viņu profesionālās nodarbes neizmanto sava tēla konstruēšanai — par savu darbu un savām prasmēm viņi neraksta. Tā vietā drīzāk ir sagaidāmi ieraksti par saspringto ekonomisko situāciju, pārbaudījumiem studijās vai nepatiku pret darbu.

Darbistaba ir izpausme darba, privātās dzīves un izklaides saplūšanai *Sviesta ciba* vidē. Portāla ierakstus var publicēt darba laikā un ārpus darba laika, ierakstos var stāstīt par darba gaitām, problēmām un panākumiem tajā, taču šie ieraksti lasīti un interpretēti tiks dažādās vietās — lasītāji ar tiem iepazīsies un uz tiem reaģēs gan paši savās darba vietās, gan ārpus darba. Šajā informācijas vidē nav nodalījuma starp darba sfēru un ārpusdarba sfēru.

#### **8.1.4. Viesistaba**

Viesistaba ir pietiekami „pieklājīga“ telpa, lai tajā varētu aicināt citus cilvēkus; tajā runātais arī ir pietiekami „nekaitīgs“, lai būtu jāvairās no kādām plašākām sekām. Savukārt pats sarunu process ir pietiekami viegls un neprasa īpašas pūles, toties veicina sabiedriskumu un neformālu kontaktu dibināšanu.

---

<sup>480</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 191.

Viesistabā tiek pārrunātas ikdienas gaitas, arī bez mēģinājumiem reflektēt par emocijām vai ar šiem ierakstiem iesaistīt sarunās citus, gan informējot lasītājus par noteikta laika centieniem un rezultātiem, nereti veidojot pozitīvu priekšstatu par indivīda aktivitātēm un gaitām.

Izmantoju dažas brīvās rīta stundas, un sanāca skaistuma kopšanas un veļas diena - tiku galā ar matiem, spalvām, nagiem un ragiem, izlietnē ar ziepēm izmazgāju pāris ikdienā vajadzīgus apģērba gabalus un izklāju uz radiatora žāvēties. Rītdienai bija plānota sporta diena, tak manis sagūglētie klubi "logu" sarakstā ielikuši tieši laikā starp manu pēdējo darbiņu un lidmašīnu. Pameklēšu vēl, bet vispār izskatās, ka būs presītes viesnīcā uz tepiķa un dokumentu kārtošanas diena. Arī labi. (*Autore 17*)

Vai:

Pasākums bija lielisks, šitiek labi izlēkājies es sen nebiju. Laikam būs divas tulznas uz kājām, taču cerams, ka nedēļas laikā - līdz kantora pasākumam - tās sadzīs :D

Un īpašs paldies diviem cibiņiem (no kuriem viens gan nav aktīvs). Ceru, ka jūsu tālākā tusēšana būs tikpat laba :))

Rīt programmā sniega šķūrēšana. Lēkāšana mūzikas ritmā ir labāk :D (*Autors 15*)

Taču šīs istabas specifika nebūt nav saistīta tikai ar pozitīvu sevis izrādīšanu. Viesistabas sarunas par dzīvi bieži vien ir saistītas ar dažāda veida cilvēcisko attiecību problemātiku. Tās nestāsta par konkrētā lietotāja personisko pieredzi, taču ilustrē problēmsituācijas, ar kurām indivīds varētu būt saskāries savā draugu vai paziņu lokā, vai arī mediju telpā.

Šodien gāju no savas mājas līdz vecāku mājai un domāju. Sākumā par to, cik atšķirīgi šķiras vīrieši un sievietes. Ka vīrieši vienkārši pamet un aiziet, bet sievietes ne tikai pamet, bet arī vēl cenšas iznīcināt pavisam: pierādīt, ka pamestais ir pēdējais dērglis, kas neko citu nav pelnījis, ka dzīve ar viņu ir pēdīgā elle un viņu vispār neviens nekad nemīlēs. (*Autore 13*)

Šīm pārdomām var nebūt nav konkrētu, skaidru secinājumu, tās var būt izteiktas arī jautājuma formā un lasītāju iesaistīšanās sarunā var piedāvāt citādas perspektīvas un citādus secinājumus vai arī savu personisko pieredzi. Šādi ieraksti top gan tāpēc, ka šī informācija ir svarīga autoram pašam, gan arī tāpēc, ka ir arī dalīšanās savās ikdienišķajās aktivitātēs ar citiem un identitātes veidošanas un sevis izrādīšanas līdzeklis. Pat ja ieraksta uzdevums nav izraisīt atgriezenisko saiti, tad kontakta uzturēšana, ļaujot citiem lasīt par savām privātajām gaitām, ir un paliek apzināta vai neapzināta funkcija. Fotografijas no ceļojumiem, savu gaitu un aktualitāšu apraksti (mājokļa iegāde, došanās slēpot uz ārzemēm, informēšana par savu mantisko/ekonomisko stāvokli, savu privāto attiecību konstruēšana), dalīšanās priekos un bēdās veido priekšstatu par konkrētā cibiņa dzīves vērienu, kas indivīdam var likt izskatīties gan apskaužamam, gan arī izraisīt žēlumu vai līdzjūtību.

Šādi ieraksti mudina lasītājus dalīties savās savā pieredzē par konkrēto tēmu, un dažkārt sarunas var aizvirzīties tālu ierakstā skartās tēmas. Piemēram, publicēta e-pasta vēstules, kas rakstīta svešvalodā, var izraisīt lasītāju refleksijas nevis par publicētās vēstules saturu vai publicēšanas kontekstu, bet gan par valodu zināšanām un valodu apguves specifiku. Dažkārt pašiem dalībniekiem ir grūti prognozēt, turpretim citi

Man gribētos, lai mani ieraksti izraisītu kādu dzīvāku interesi. Daži ieraksti, kas ir pat rakstīti ar šādu nolūku, pat biežāk neizraisa interesi nekā izraisa. Un tad man ir jādomā, vai tas ir tāpēc, ka mani nelasa tik daudzi, cik gribētos, vai arī tas ir kaut kas tekstā, un neizraisa vēlmi komentēt. (*Dalībnieks H*)

Tu jau apmēram redzi, kādas ir tēmas, uz kurām, piemēram, meitenes patoloģiski reaģē un pēc tam turpina attīstīt pie sevis [savās dienasgrāmatās]. (*Dalībniece I*)

*Sviesta cibu* var izmantot kādu ilglaicīgu pasākumu, centienu, mēģinājumu dokumentēšanai. Piemēram, aprakstot savas gaitas uz maratona noskriešanu, meklējot darbu vai dzīvesvietu un apmeklējot darba intervijas, nodarbojoties ar sportu un cenšoties sevi uzturēt formā. Šādiem „ilgtermiņa projektu“ vai pēc kādām citām pazīmēm līdzīgiem ierakstiem var piešķirt atsevišķu marķieri, pēc kura visus vienas tēmas ierakstus var atrast. Vēl viesistabā cibiņi apspriež redzētās filmas un iecienītos seriālus, dažādus atgadījumus vai novērojumus, dalās atmiņās, apspriež veselības un personiskā sporta jautājumus. Šis sarunu veids var būt arī izklaidējošs, un citus lietotājus piesaista dažādu apspriežamu ideju, trāpīgu novērojumu piedāvāšana vai arī personisku emociju fiksēšana — bieži vien ar aizsargājoši pašironisku attieksmi, piemēram:

ja jau esmu tik kolosāla, kāpēc mani neviens nemīl? (*Autore 9*)

Diskusija attīstās, ja aprakstīta tiek kāda pietiekami ikdienišķa aktivitāte vai parādība, kas ietilpst arī citu lasītāju dzīves pieredzē.

Nē, bet tiešām, kas notiek ar pārtikas cenām? Tās taču atkal ir kāpušas. Lētais liesais biezpiens, ko vienmēr pirku, pēdējā reizē vēl maksāja 0,99 par pus kilo, bet vakar jau 1,15. Treknais biezpiens vispār maksā Ls 0,9 par 200 gramiem. Saldētie dārzeņi maksā turpat pie lata. Un tā tālāk, un tā joprojām. Jebkurš sūds, pardon mon france, tagad maksā vismaz latu. Man sāk likties, ka drīz būs lētāk ēst zelta stieņus. (*Autore 13*)

#### **Atsauksmes:**

1. nu mani teiksim vakar "pārsteidza nesagatavotu" kartupeļi 0,92 kilo
2. jā, es ar pamanīju, ka sviesta paciņa no 0,95 pārlēkusi līdz 1,15, kaut kā stulbi.
3. Jā, kad man kāds pajautā, piemēram, kādu eļļu es pārku, es atbildu, ka to, kurai tajā brīdī ir atlaides.
4. precīzi :))



5. Aha. Es sāku kļūt par nūģi-mājsaimnieci, kurai pēc darba un pašas un bērnu treniņiem vēl nav slinkums apskriet trejus vietējos veikalus, lai vienā atrastu leišu sviestu uz atlaidēm (LVL 0,76 180 g, kas sastāda patīkamos LVL 4,22 per kilō). Vienu dien, kad šitās cenas bij svaigi kāpušas, pie piena stendiem varēja novērot bariņu samulsušu pilsoņu, kuri nevarēja vienoties ar sevi, vai jāpērk piens par LVL 0,75 litrā.

5.1. lūk, lūk, tas par tiem pilsoņiem - tas ir akurāt par mani. viendien stāvēju viss tāds ohujējis pie piena stenda, beigās aizgāju mājās bešā.

Šie ieraksti mēdz būt īsi, informatīvi, neizvērsties plašāku detaļu uzskaitīšanā vai analizēšanā, to atstājot vēlākiem ierakstiem, vai plašākām apcerēm nenododoties vispār. Atsauksmju saņemšanu mēdz veicināt situācijas dramatizēšana, norādes uz problēmām un nepatīkšanām, emociju iekļaušana.

Viesistaba līdz ar darbistabu ir telpas, kas vislabāk piemērotas lietotāju tēla komunikācijai un ļauj parādīt cibiņa ikdienas dzīvi, ikdienas rūpju un aktivitāšu loku, ejamās gaitas, tie parāda viņa materiālo rocību un dzīves vērienu un demonstrē cibiņu identitātes un lomas — mājsaimnieces, ceļotāji, augsta vai zema statusa jomu darbinieki, studenti.

Ieraksti par ceļojumiem vai kādu citu pieredzi, kura, visticamāk, nav ikdienišķa vairumam lasītāju, izmanto labas dzīves atribūtus. Līdzīga funkcija ir arī tādām aprakstītām aktivitātēm, kuras saistās ar augsta statusa patērniecības izpausmēm.

šodien pirkto apūlijas vīnu eirovīna kioskā dominashoppingā un pamanīju, pār pin ievades ierīci raugoties, čačas pudeli, tb, krūku. šādi tādi gruzīniski ķiņķēziņi bija izrakstīti uz etiķetes malām, bet centrā tā latviski - Čača. Neesmu nekad dzēris, atzīšos. Interesanti būtu nogaršot, bet bažas vai garšos un vai tāda ir kaut mazliet tas, kas rakstīts uz etiķetes. (*Autors 10*)

Labās dzīves atribūtu izmantošana tomēr nenožīmē, ka dzīves, kuras *Sviesta cibas* lietotāji apraksta, allaž tiek mēģināts parādīt kā „labas“. Neskatoties uz statusu un savienotības līmeni, portāls nereti tiek lietots pārdzīvojumu, vilšanos, sāpju, neapmierinātības, nomāktības izpaušanai; portālu kā atklāšanās telpu daļa cibiņu lieto terapeitiskos nolūkos, dažādu problēmu vai negāciju izklāsti ir regulāra parādība, no tās lietotāji, it sevišķi sievietes, nevairās. Taču, ja arī šīs dzīvju konstrukcijas nav ideālas, tās gandrīz vienmēr ir funkcionālas, proti, šie ieraksti demonstrē, kā indivīds mēģina tikt galā ar savām sadzīviskajām problēmām un situācijām, kurās nonācis. Viesistabas sarunas sniedz ieskatu arī tajā, kas portāla lietotājam pieder, kur viņš dzīvo, kur iepērkas, ko lieto, kādu ēdienu mājās gatavo, kā arī vēsta, ka indivīds lasa daiļliteratūru, ir sastopami regulāri. Tie var konstruēt tēlu ar noteiktiem priekšstatiem par lietotāja finansiālo rocību un arī gaumi, kas parādās patērniecības lēmumos.

Neraugoties uz pseidonīmo komunikāciju un augsti vērtēto privātumu, mani novērojumi un interviju rezultāti ļauj izdarīt pieņēmumu, ka liela daļa portāla lietotāju nenošķir savu tiešsaistes un bezsaistes identitāti, tanī pašā laikā viņi pieskaņojas sociālajiem apstākļiem, kādus tos uztver — tai skaitā portālam kā privātajai telpai vai kā telpai, kurā nepieciešama piesardzība izsakoties.

- (1) Savu *Cibas* lietotāju neesmu veidojusi kā atsevišķu tēlu, tā esmu es, bet tas tēls atšķiras no tā, kuru es rādu publiski, tas vairāk līdzinās tam, kādu citi mani pazīst personiski. (*Dalībniece D*)
- (2) *Cibā* plus mīnus esmu apmēram tāds pats, kā reālajā dzīvē. Ja es izsaku kādam dzēlīgu komentāru vai ko tamlīdzīgu, vai izsmeju, es tieši tāpat rīkojos arī reālajā dzīvē, nešķirojot cilvēkus pēc sociālās piederības vai ieņemamā amata. (*Dalībnieks F*)
- (3) Es nemēģinu *Cibā* taisīt tēlu, kas būtu baigi radikāli atšķirīgs no tā, kāds esmu oflainā, bet es visu laiku piedomāju to, ko rakstu, ko drīkstu un ko nedrīkstu stāstīt. (*Dalībnieks G*)

Tādējādi tiešsaistes komunikācijas kā izrādes aspektos var vilkt paralēles ar bezsaistes komunikāciju: indivīds atrodas auditorijas priekšā un izturas tā, lai sevi parādītu noteiktā veidā. Viesistabas kā indivīda sociālās funkcionalitātes demonstrācija nozīmē, ka šī telpa vistiešāk saistāma ar lietotāja paštēla konstruēšanu un komunicēšanu. Sociālo tīklu portāla profilā var ievietot stratēģiski atlasītus fotoattēlus, kuros indivīds izskatās vislabāk, ir redzams kopā ar atpazīstamiem, augsta statusa cilvēkiem, tiek uzsvērti arī citi elementi, kas apliecina indivīda pievilcību un statusu.

Šī izrāde nav pilnīga bez citu lietotāju līdzdalības, kuri ar savām darbībām apliecina konstruētās situācijas patiesumu. Šādas darbības var būt, piemēram, komentāri publicētajiem albumiem, kuros situācija prasa izteikt pozitīvus un glaimojošus vērtējumus. Tāpat komandu darbība vērojama lasītāju publicētajās atsauksmēs pie dienasgrāmatu ierakstiem, kurās tiek apliecināts, ka uz ierakstu tiek reaģēts atbilstoši ieraksta saturam: tiek justs līdzī, tiek atzinīgi novērtēts viņa ieguldījums informācijas vākšanā, tiek pausts atbalsts vai arī lasītājs ierakstu papildina vai nu ar savu pieredzi un informāciju, vai savām idejām. Dienasgrāmatu ieraksti dažkārt tiek konstruēti tā, lai netieši aicinātu lasītājus izteikt atbalstu noteiktajai pozīcijai. Piemēram, izklāstot kāda portāla iekšienē vai arī ārpus portāla notikuša konflikta vai incidenta norisi no savas perspektīvas, indivīds var sagaidīt, ka tie, kas viņu lasa, izrādīs zināmu solidaritāti un ja ne atklāti nostāsies viņa pusē, tad vismaz pret viņu uzskatiem izturēsies ar sapratni. Stāstot par šādiem gadījumiem, dienasgrāmatas autors pie lasītājiem vēršas kā pie domubiedriem vai tādiem, no kuriem liela daļa varētu akceptēt autora versiju par notikušo un autora pozitīvo lomu.

vīlēju es vienā mierā pa velociņu, pretī slāj kungs, es dzindzinu zvaniņu, lai kungs pārvācas uz savu gājēju daļu, un ko dara kungs? brīdī, kad es viņu apbraucu, ķer man pie sejas.

es vispār nesaprotu, kā man izdevās savaldīties un neiekraut viņam pa purnu. jo es neaizbrāzos tālāk, es nokāpu no riteņa un nodzinu viņu no veloceļaņa.

šausmīgi dusmīga esmu joprojām. pieaugušam cilvēkam taču vajadzētu zināt, kādas sekas ir, saskaroties ar ātrumā braucošu velosipēdistu. (*Autore 11*)

Tiešsaistes dienasgrāmata, ieņemot vietu priekšplāna un aizkulišu teritoriju sadalījuma shēmā, pilda indivīda sociālā tīkla segmentēšanas funkcijas. Kontaktējoties ar to publikas daļu, no kuras būtu sagaidāms atbalsts indivīdam, un izslēdzot to daļu, kas varētu pret indivīdu būt noskaņota kritiski, indivīds var iegūt atbalstu, saglabāt pozitīvu paštēlu un stiprināt pārliecību par savas rīcības adekvātumu. Uz gaidām, ka auditorija pieskaņosies ieraksta autora netieši paustajai vēlmei uzturēt sev noteiktu tēlu, norādīja arī kāds intervijas dalībnieks:

*Cibā* ir interesants performatīvais aspekts. To parāda arī „draugi“, auditorija, kas ir lietotāju paši izvēlēti, un šai auditorijai viņi grib prezentēties kā konkrēti tēli. Cik reiz tā nav bijis, kad saprotu — kāds mani ir atdraugojis, jo es viņam visu šovu jaucu. Nāku un prasu visādas lietas, bet viņš: „Nu, bāc, nu, ko tu te lien, es taču te pavisam par kaut ko citu, tev tur tā politika, politika!“ (*smejas*). Laika gaitā notiek izkristalizēšanās, kurā lietotājs saprot: ar šito [portāla dalībnieku] man galīgi nesaskan — viņš nāk pie manis un raksta visādas lietas, kas mani uztrauc, a es te gribēju dabūt mieru un harmoniju. (*Dalībnieks J*)

Tas, ka tiešsaistes dalībnieki mēdz iesaistīties šādās abpusēji apstiprinošās mijiedarbībās, neizslēdz konfliktu iespējamību. Konflikti nav nekas neparasts, taču tie ir interpretējami kā daļa no komunikatīvām aktivitātēm vai arī kā aktivitātes bez apzinātām situācijas definīcijām. Šādos konfliktos mijiedarbības dalībnieki, nekontrolējot izrādi un nepiemērojot nekādas definīcijas vai piemērojot nepareizas definīcijas, riskē zaudēt seju. Līdzīgi kā Ē. Gofmaņa aprakstītajās ikdienas dzīves situācijās, arī tiešsaistē ir iespējamās situācijas, kurās aktieri kāda notikumu pavērsiena dēļ tiek diskreditēti, un ir sagaidāms, ka izrādes dalībnieki jutīsies neērti, apjukusi un apkaunoti, turpretim citi klātesošie var būt noskaņoti naidīgi.<sup>481</sup>

Citu lietotāju atsauksmēm un reakcijām ir nozīmīga loma ne tikai indivīda pozīcijas nostiprināšanā un sava paštēla subjektīvā stiprināšanā, bet arī tajā, kā indivīda tēls tiek izrādīts citiem. Ē. Gofmanis atzīmēja, ka skatītāji izšķir tos iespaida vadības elementus, pār kuriem indivīdam ir liela kontrole (piemēram, runātais), un tos, pār kuriem kontrole ir mazāka (piemēram, neverbālā komunikācija), un, ja šie elementi nebūs saskaņoti, sliksies drīzāk ticēt informācijai, ko sniedz mazāk kontrolējamie elementi.<sup>482</sup> Kā norāda Dž. Volters, Brendons van der Heide (*Brandon van der Heide*), Lorīna Hamela (*Lauren Hamel*) un Hilarija Šulmane (*Hillary Shulman*), šis princips ir konstatējams arī tiešsaistē: sociālo tīklu

<sup>481</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 21. lpp.

<sup>482</sup> Turpat. 17. – 18. lpp.

portāla profilu apmeklētāji savus spriedumus par konkrētā profila īpašnieku lielā mērā balsta informācijā, ar kuru profila īpašniekam nav tik lielas iespējas manipulēt kā ar pašaprakstu un paša ierakstiem.<sup>483</sup>

Būtiski, ka pat gadījumā, ja kāds no komandas biedriem sabotē izrādi un neiesaistās kopējos centienos veidot pozitīvu priekšstatu, viņš joprojām paliek komandas biedrs. Ar cilvēku, kas šādi rīkojas, var „nedraudzēties“, taču krietni grūtāk ir panākt, ka viņš arī aiziet no komandas un no situācijas. Piemēram, meiteni, kas viesībās izturas pārlietu vaļīgi un tādējādi apdraud pārējo meiteņu uzturēto situācijas definīciju, citas meitenes ignorēs, tomēr viņām būs jārēķinās ar šādas sabotieres klātbūtni un jāspēlē izrāde atbilstoši situācijai. Līdzīgā kārtā darbinieki naidīgi izturēsies pret kolēģi „izlēcēju“, kurš pārsniedz normas un tādējādi rada pārējiem diskomfortu. Cilvēki, kuri ir vienojušies kopējai darbībai, var izveidot savu saskaņotu neformālu grupu, turpretim izrādes komandas biedrus šādi atlasīt ne vienmēr ir iespējams.<sup>484</sup> Tādējādi komanda ir cilvēku kopums, ko kura pamatā ir nevis kāda sociālā struktūra vai sociālā organizācija, bet gan mijiedarbības, kas uztur konkrēto situācijas definīciju.<sup>485</sup>

Naidīgas, nepiekrītošas reakcijas no profilam pievienoto „draugu“ puses šajās tiešsaistes vidēs ir salīdzinoši reta parādība, taču tomēr eksistē. Parādības reto izplatību noteic ne tikai tas, ka konkrētā profila īpašniekam ir lielas iespējas atlasīt cilvēkus, kam šai informācijai ir piekļuve un ātri nevēlamo informāciju dzēst, — bet arī sociālajām normām, kas paredz, ka portālā pievienotajiem „draugi“ ir aicināti iesaistīties situācijas definīciju apstiprinošā mijiedarbībā. Taču tas neizslēdz iespēju, ka tiešsaistes dienasgrāmatas ierakstus nejauši pamana vai tīšām lasa arī tieši neaicinātas personas. Ja vien lietotājs plaši neizmanto iespēju ierakstus publicēt pieejamus tikai „draugiem“ — lietotājiem, kuri ir izpelnījušies uzticību —, pastāv risks sastapties arī ar noraidošām reakcijām.

Dienasgrāmatas autora un lasītāju spēle parāda auditorijas un aktieru lomu plūstošo sadalījumu: tie, kas tiešsaistes sociālo tīklu profilā spēlē izrādi atbilstoši konkrētā indivīda sevis izrādīšanas iecerei, sākotnēji paši ir bijuši skatītāji, tad no skatītājiem pārtapuši par komandas dalībniekiem un pēc tam ar savu piemēru aicina par komandas dalībniekiem kļūt arī citus skatītājus.

---

<sup>483</sup> Walther, J. B., Heide, B. V. D., Hamel, L. M., & Shulman, H. C. (2009). Self-generated versus other-generated statements and impressions in computer-mediated communication: A test of warranting theory using Facebook. *Communication Research*, 36(2), 229–253.

<sup>484</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 73. – 74. lpp.

<sup>485</sup> Turpat. 88. lpp.

### 8.1.5. Guļamistaba

Guļamistaba ir intīmākā no dzīvokļa telpām, un personiskās atklāšanās līmenis tur ir visaugstākais, tādējādi šeit visspilgtāk parādās stigmatu atklāšanas un ar to saistītās spriedzes vadības izpausmes. Guļamistabās indivīdi runā par attiecībām, veselības vai psiholoģiskām problēmām, personiskām traģēdijām un arī laimes brīžiem. Gluži tāpat kā bezsaistes vidē cilvēkiem ir tendence vākt informāciju par indivīdiem, kuri nonākuši viņu tuvumā un izmantot visu viņu rīcībā esošo informāciju par šo indivīdu,<sup>486</sup> arī *Sviesta cibas* dalībnieki mēģina gūt priekšstatu par to, kas viņus lasa un cik ļoti katrai no viņu lasītāju grupām var uzticēties. Tiešsaistes vidē šādas ziņas iegūt var būt sarežģītāk nekā bezsaistē, jo, lai arī interaktivitātes iespējas ļauj iegūt ziņas par daļu savu lasītāju, tomēr ir iespējami slēptie lasītāji, kuri saziņā neiesaistās. Šādu slēpšanās iespēju dēļ tiešsaistes grupas ir salīdzinoši neaizsargātas pret nepiederošajiem,<sup>487</sup> taču *Sviesta cibā* pastāv tehniski līdzekļi, kā šādus scenārijus mazināt. Portāla lietotājiem ir iespēja savus draugus sadalīt grupās un tādējādi kontrolēt, kurš draugs var lasīt kurus ierakstus. Tādējādi, piemēram, „meiteņu sarunas“ ir iespējams risināt noteiktā grupā (piemēram, sievietēm tur var būt iekļautas tādas tēmas kā sekss, kontracepcija, mēnešreizes, arī attiecības), bet plašākai auditorijai paredzētas un mazāk sensitīvas tēmas var atklāt un pārspriest ar plašākas grupas pārstāvjiem.

Pārdzīvojumu, izjūtu un problēmu stāstiem raksturīga emocionāla atklāšanās, kas ir saistīta ar uzticēšanās izrādīšanu. Šajos ierakstos autori atklāj savas sajūtas, emocijas un secinājumus par to.

Un tad, kad beidzot pienāk Konflikts, kas liek vienai pusei apšaubīt otras puses Jūtas un otrai pusei tapt dziļi Aizvainotam, man nemitīgi nākas cīnīties ar vēlmi, kamēr viņš ir darbā, saorganizēt kraviniekus, dažu stundu laikā izvākt savas mantas un atstāt atslēgu pastkastītē. Un tas, ka es apzinos, cik tas būtu jēli patētiski un zemisks sitiens zem jostasvietas, tāda izcili lēta manipulācija par tēmu "Redz, cik esmu viegli zaudējama, ja nemīlē mani pietiekami", šo vēlēšanos necik nemaina. Un kā lai sevi par to nenicinu - izrādās, attiecību risināšanas ziņā esmu iestrēgusi turpat, kur biju pirms diviem un četriem gadiem, kad šādi manipulēju vīrieti, kas savukārt tikpat dramatiski manipulēja ar mani, un no šī bērnodārza acīmredzot necik neesmu izaugusi, stulbais, mizerablais bērns. (*Autore 19*)

Būtiska ir dalīšanās emocijās — gan pozitīvajās, gan negatīvajās. Šāda veida ieraksti, un arī kopumā pašatklāšanās vairāk ir raksturīga sievietēm, izmantojot pieejamos sociālos resursus dažādu neskaidru jautājumu vai problemātisku situāciju apspriešanai vai pašterapijai. Vīrieši savā guļamistabā citus ielaiž krietni retāk. Tomēr arī sievietes savas ikdienas bažas un personiskās problēmas mēģina pārdefinēt — dažkārt tas tiek darīt ar humoru —, lai saglabātu pozitīvu paštēlu. Viena no šādām tehnikām ir personisku

<sup>486</sup> Turpat. 13 lpp.

<sup>487</sup> Kendall, L. *Hanging out in the virtual pub*. P. 126

apvainojumu apzīmēšana ar pastāvīgi aktuālas problēmas — piemēram, liekā svara — nosaukumu. Mēme „Mani par resnu nosauca!“, ko lietotājas sievietes dažkārt humoristiskā nozīmē mēdz lietot, lai uzspēlētā sašutumā paziņotu, ka jūtas aizskartas par kādu kritiku vai vienkārši izteikumu, parāda ārējā izskata etalonu ietekmi — lai arī, lieko svaru apzīmējošas frāzes lietojot pārnestā nozīmē, tiek mēģināts par šo problēmu pasmieties.

*Sviesta cibas* lietotāji ir atklāti rakstījuši par tādām personiskām traģēdijām un problēmām kā neveiksmīgas attiecības, pašu vai tuvinieku saslimšanas, depresija un citiem savu dzīvi dziļi ietekmējošiem problēmaspektiem. Lai šāda kopiena, kur pašatklāšanās ir nozīmīgs dalības un aktivitāšu elements, varētu funkcionēt un lai atklāšanās pildītu savu saliedējošo (*bonding*) funkciju, ir nepieciešama attiecīga veida, iedrošinoša un atklāšanos uzturoša mijiedarbība — citu indivīdu reakcija uz publiskoto. Nepietiek, ja indivīdi tiešsaistē publicē par sevi personiskas ziņas. Šāda pašatklāšanās ir iespējama tikai tad, ka indivīdi zina, ka, šādi rīkojoties, ir iespēja panākt sevis akceptāciju (pieņemšanu). Tiešsaistē iespējas gūt priekšstatu par akceptēšanu vairo tas, ka indivīds var kontrolēt savu komunikācijas telpu un ka ir iespējams mazināt negatīvas reakcijas riskus. Kāds no intervētajiem dalībniekiem šos atklāšanās un uzklaušanās procesus skaidro šādi:

*Ciba* ir „nabagā cilvēka psihoterapeits“. Pats esmu piedalījies privātās sarunās, kur cilvēks runā, ka viņiem neiet tā un neiet šitā, un pārējie mēģina viņam mēģina pateikt kaut ko nozīmīgu — un tas arī reizēm iznāk. Normālas attiecības, kurās cilvēks vispirms paskaidro savu problēmu, otrs mēģina to problēmu saprast. Un, ja atrod kaut kādu kopsaucēju, tad viens tā procesa laikā dod otram tiesības spriest par sevi. Komentēšanas un „draugu“ būšana faktiski ir jautājums: kam es ļaušu par sevi izrunāties. Es tagad parādīšos kaut kāds tāds, un es gribu zināt, es gribu kontrolēt to, cik un kas uz mani atsauksies un kā viņi to darīs. (*Dalībnieks J*)

Ē. Goffmanis, gan norāda, ka nereti šāda pieņemšana stigmatizētajam indivīdam tiek piedāvāta ar nosacījumiem un ka tā būtībā ir tikai taktiska „normālo“ cilvēku rīcība. Šādas pieņemšanas nosacījums ir tas, ka stigmatizētie indivīdi normāliem indivīdiem neliek pārkāpt līniju, aiz kuras pieņemšana kļūst pārlietu grūta. „Normālie“ cilvēki sagaida, ka stigmatizētie indivīdi pārlietu nemēģinās pārbaudīt šīs pieņemšanas robežas, kā arī šo pieņemšanu neizmantos par pamatu turpmākām prasībām.<sup>488</sup> Taču tiešsaistes intīmās pašatklāšanās telpai, kuru kontrolē indivīds, ir spēcīgas pretenzijas darboties kā tādai telpai, kurā pieņemšana tiecas uz stādu stāvokli, kurā pieņemšanas priekšnoteikumu ir mazāk. Komunikācijas formāts, kurā indivīds atklājas cilvēkiem, kuriem uzticas un no kuriem tieši vai netieši sagaida atbalstu, nozīmē arī tādu situācijas interpretāciju, kurā no citiem var tikt sagaidīts, ka viņi pieņemšanu izrādīs.

---

<sup>488</sup> Goffman, E. *Stigma*. P. 146.

Iesaistoties sarunā ar indivīdu, kurš ir atklājis savas ievainojamības, nevērtējot un apstiprinot viņu turpmāku iederību, ir iespējams remdēt viņa atsvešinātību.<sup>489</sup> Lai gan *Sviesta cibā* kā centralizēti neadministrētā kopienā sociāla mijiedarbība nevar tikt no malas virzīta uz pieņemšanu un nevērtēšanu un šādi nevar tikt mazināta iespējamā kritika un stigmatizēšana, tomēr uz atklāšanos balstīto mijiedarbību iespējamu dara portāla vides pašregulācija. Indivīdi raksta par savu dzīvi un, saņemot pozitīvu atgriezenisko saiti (vai vismaz nesaņemot negatīvu atgriezenisko saiti), turpina rakstīt. Savukārt auditorija turpina lasīt, izmantojot pašidentificēšanos ar citiem tiešsaistes kopienas dalībniekiem lai dekodētu šos vēstījumus un notiekošo atklāšanos caur personiskās pieredzes prizmu. Veiksmīgas mijiedarbības veidošanās gadījumā indivīdu atsvešinātība mazinās, jo komunikācijā ir apstiprināts viņu adekvātums; ka viņš ir līdzīgs savai auditorijai vai ka tiek saprasts un pieņemts. Tieši vai netieši tiek pateikts, ka indivīds nav viens vai vismaz, ka netiek noraidīts. Sociālās mijiedarbības rezultātā tiek apstiprināts, ka noteiktajai situācijai vai faktam, ko indivīds tiešsaistē atklāj, nevajadzētu būt stigmatizējošam — vai vismaz ka ir iespējama arī tāda atklāšanās saistībā ar konkrēto situāciju vai faktu, kas stigmatizāciju neizraisa.

Stāstot personiskas lietas par sevi, ietaupu uz terapeita rēķina, kā arī iegūstu ļoti daudzpusīgu reakciju. Terapeits piedāvātu tikai savu skatījumu, es dabūju desmitiem ļoti atšķirīgu redzespunktu, kas ļoti palīdz. Daudziem dēmoniem tas palīdz tikt pāri. Mani tumšie traipi – pašnāvības tieksme, ārstēšanās trakonamā, arī aborts, piemēram – ir sabiedrības tabu, par ko nedrīkst publiski runāt, ir jāveicina veiksminieka tēls. Caur *Cibu*, kur darbojas salīdzinoši ļoti progresīva un liberāla sabiedrības daļa un mani pieņem un nenosoda, es apgūstu drosmi, kas nepieciešama, lai runātu par šīm lietām arī ārpus *Cibas*, un caur mani šo drosmi mācās arī citi cilvēki, un sabiedrība mainās uz augšu maķenīt ātrāk nekā ja nebūtu *Cibas*. (*Dalībniece C*)

Tie paši procesi, kas saistīti ar personisku ziņas publicēšanu tiešsaistē, ļauj skaidrot arī to, kādā veidā auditorija šos indivīdu ziņojumus lasa. Arī lasītājiem ir savi atsvešinošie noslēpumi, no kuru atklāšanas viņi vairās stigmatizācijas risku dēļ. Viņi, citu atklāšanās un ar to saistītās pieņemšanas iespēju pārbaudes iedrošināti, var atklāt arī savas pieredzes, taču var arī tikai turpināt lasīt citu autoru pašatklājošos ierakstus — vērot, kā notiek spriedzes vadība pēc stigmatas atklāšanas un salīdzināt to ar citām situācijām, kurās stigma tiek slēpta un tāpēc jāvada informācija, lai šādu situāciju arī turpmāk saglabātu.<sup>490</sup> Ierakstu auditorijai ir iespējas šīs norises nolasīt caur personisku prizmu, proti, to, kā pašatklājas citi, viņi var salīdzināt paši ar saviem apsvērumiem un savu pieredzi. Savukārt ierakstu autors, daloties bēdās vai

<sup>489</sup> Wood, N., & Ward, S. Stigma, secrets and the human condition.

Sk. arī: McKay, H. G., Glasgow, R. E., Feil, E. G. Boles S. M., & Barrera M. Jr. (2002). Internet-based diabetes self-management and support: Initial outcomes from the diabetes network project. *Rehabilitation Psychology*, 47(1), 31–48.

<sup>490</sup> Goffman, E. *Stigma*. Pp. 125–156.

pesimistiskos secinājumos, no lasītājiem ir iespējams saņemt uzmundrinošas atsauksmes vai komentārus, kuros lasītāji apliecina līdzīgu pieredzi, līdzīgas problēmas un dažkārt piedāvā arī risinājumus. Protams, šāds atbalsts nav universāls, un ne vienmēr var atrisināt problēmas.

Ja virtuve bija tipiski maskulīna telpa, tad guļamistabā biežāk „uzturas“ sievietes — viņām vairāk nekā vīriešiem ir raksturīgi runāt par fizioloģiskiem aspektiem, ģimenes dzīvi, mīlestības jautājumiem un seksu. Par šīm tēmām neraksta arī daudzas sievietes, kuru dienasgrāmatas tika iekļautas analīzē, tomēr no tiem lietotājiem, kuri raksta, vairums ir tieši sievietes. Dažkārt šo intīmo aspektu apspriešanai lietotāji izveido atsevišķas dienasgrāmatas, tādējādi šo saturu nošķirot no cita veida satura, kas publiskošanai ir konvencionālāks un tādējādi tiek novērsts konflikts starp dažādām tēmām, kas varētu parādīties gadījumā, ja tās indivīds apvienotu vienā dienasgrāmatā.

### **8.1.6. Kāpņutelpa**

Kāpņutelpa ir teritorija saturiski maznozīmīgām sarunām — paziņām garāmejojot vai sasaucoties ar citu dzīvokļu iemītniekiem, kuri arī ir uz brīdi iznākuši kāpņutelpa. Tā ir piemērota faktiskajai komunikācijai, kontakta uzturēšanai, ātrai informatīvu vienību apmaiņai. Šādi ieraksti jēgu iegūst tikai plašākā kontekstā, nevis kā atsevišķas, patstāvīgas satura vienības, un atbilst iepriekš aprakstītajam fatiskās komunikācijas tipam.

Nupat pa TV1000 Premium bija sviestainākā filma, kādu gadījies redzēt - Gentelemen Broncos. Nu moins... (*Autors 20*)

Blogu vai tiešsaistes dienasgrāmatu portālā notiekošos komunikatīvos procesus pilnībā nevar izskaidrot, dienasgrāmatu ierakstus aplūkojot kā patstāvīgus, atsevišķus vēstījumus. Ja lietotāju popularitāti primāri noteiktu tikai viņu pašu ieraksti savās dienasgrāmatas, rakstīšanas prasme un komunikācija ar tiem, kuri viņu dienasgrāmatas lasa, būtu sagaidāms, ka populārāko lietotāju tīmekļa žurnālos ir daudz personisku vai saistošu, labā valodā rakstītu publikāciju. Tomēr populārāko lietotāju dienasgrāmatas šādiem kritērijiem ne vienmēr atbilst. Tajās ierakstu var būt maz, tie var būt arī bezpersoniski vai ar šo personu nesaistītam cilvēkam neko neizsakoši. Tādējādi redzams, ka būtiska nozīme tajā, vai indivīdam izdodas nodibināt kontaktu un piesaistīt citus savam tīklam, ir ne tikai patstāvīgu satura vienību publicēšanai, bet dialogiskai komunikācijai, kura palīdz nodibināt, uzturēt un arī demonstrēt saites un savienojumus. Tā ir „fatiskās kultūras“ izpausme — šādu apzīmējumu V. Millers izmanto, lai raksturotu pieeju, kurā komunikācija ir atkāpusies no uz patstāvīgu tekstu balstītas komunikācijas. Fatiskā kultūra veidojas, pateicoties jauno mediju objektiem — blogiem, sociālo tīklu portālu profiliem un mikroblokiem — un no tiem izrietošajām



praksēm, kas individualizācijas, tīkla sabiedriskuma un tehnoloģisko iespēju kontekstā saistītas ar visuresošu komunikāciju un „savienotu klātbūtni“ („*connected presence*“).<sup>491</sup> Tā kā fatiskajā komunikācijā tiek nodoti sociāli, ne informacionāli vēstījumi, fatiskie dienasgrāmatu ieraksti, pat ja skar personiskas tēmas, nav uzskatāmi par „guļamistabas sarunām“, jo nav vērsti uz pašanalīzi, nepretendē uz eksistenciālu atbilžu gūšanu un arī atbilžu rakstītājiem neprasa nopietni iedziļināties jautājumā un žēlot vai atbalstīt izteikuma autori, lai arī lasītāju reakcijas ir vai nu dalīšanās pieredzē, vai arī mierinošas atbildes. Kāpņutelpā cilvēki neatklājas, kāpņutelpā arī par emocionāliem jautājumiem sarunas notiek tikai sarunu pēc. Kāds intervijas dalībnieks vienu no dienasgrāmatas ierakstiem kā sarunu raisītājiem skaidroja šādi:

Jebkurš komentārs, kurš tiek atstāts [pie personiska ieraksta], ir iespēja novērst uzmanību uz kaut ko citu. Līdz ar to palīdzēt pārvarēt emocionālo stāvokli. Tāpēc komentāri noder nevis, lai parunātu par [manis aprakstīto] problēmu, ko esmu aprakstījis, bet, lai parunātu par kaut ko citu. (*Dalībnieks F*)

Lietotāji ir norādījuši arī uz *Sviesta cibas* izklaidējošo funkciju viņu dzīvē, un iespēja iesaistīties sarunās bez kādas konkrētas tēmas un uz citu rakstīto reaģēt radoši un atjautīgi vajadzību var apmierināt. Īss novērojums gan par apkārtējo pasauli, gan par personiskām sajūtām, joks vai kāds interesants atradums internetā var būt efektīvs stimulants, lai komentāros sāktos domu apmaiņa. Šī saziņas forma var būt sarunas veicināšanas veids un izraisīt daudz komentāru: mazā piepūle, kas nepieciešama šādu ierakstu radīšanai, zināmā mērā raisa to, ka arī reaģēt uz šiem ierakstiem ir vienkārši, bez pienākuma izmantot jaunus argumentus un aizstāvēt savus uzskatus, kā tas ir aktīvākajās diskusijās par problēmjautājumiem. ta

ak jā — ja nu kāds nezināja, tad līdz pilnmēnesim atlikušas nepilnas 10h ;) (*Autors 21*)

Vai:

derdz, ka kolēģis bungo pa galdu. nevaru izturēt, bet aizrādīt kauns. (*Autore 9*)

Šādi vienkārši, sadzīviski izteikumi ir viens no sociālā kontakta veidošanas ceļiem. Līdzīgi kā fatiskā komunikācija ikdienas dzīves kontaktos, kad indivīdi apmainās ar pieklājībām un apspriež, piemēram, acīmredzamas parādības vai sarunas dalībnieku kopēju pieredzi, arī tiešsaistē šādi ieraksti var būt sociālas komunikācijas veids, turklāt tie savu funkciju pilda arī tad, ka uz tiem netiek saņemta neviena atsauksme.

Tiešsaistes dienasgrāmata var būt arī saziņas līdzeklis gandrīz vai reālajā laikā: pārdzīvojumi tiek pierakstīti laikā, kad tie tiek piedzīvoti, un arī lasītāju reakcija, ja tāda tiek izraisīta, ir saņemama drīz pēc tam.

---

<sup>491</sup> Miller, V. New media, networking and phatic culture.

Man pamazām iestājas panika. Visi galdauti, kas ir mājās, ir a) pārāk īsi, b) neglīti, c) netīri (šitas mani pilnīgi satricē. Nu, kā vispār iespējams ielikt atvilktnē netīru galdautu?)

Iespējams, man derētu ieraut kādu glāzi - tīri nerviem. (*Autore 13*)

Šādi ieraksti ir lakoniski un skar ikdienišķas parādības un nodarbes — ko redzēju; kas patika; ko par to domāju; kas ienāca prātā. Lai arī šī fatiskā komunikācija ietver maz faktuālas informācijas, tā nav bezjēdzīga. Tās jēga ir atzinības, intimitātes un sabiedriskuma izteikšana — šie elementi ir nepieciešami kopienas piederības veidošanai. Fatiskie vēstījumi pārraida vairāk informācijas, nekā rāda to saturs, kura bieži vien nav, vismaz ne patstāvīga satura nozīmē. Ja blogošanas kultūrā svarīgākais ir saturs, tad fatiskajā kultūrā svarīgākā uz sakaru uzturēšana, un ikdienišķie statusa atjauninājumi šo funkciju veic. Sakaru uzturēšanai jēgpilna saruna nav nepieciešama, turklāt fatiskā komunikācija ir arī laika ietaupīšanas veids: lietotājs pats nosaka savu vēstījumu un to, cik daudz laika šim kontaktam veltīs.

Radikālākā formā šī tipa ieraksti līdzinās plašai fragmentētu, īsu ierakstu straumei: lietotājs apkārtējos informē par visu, kas ievēribas cienīgs notiek apkārt, pieraksta kādus atmiņu uzplaiksnījumus vai vienkārši frāzes, kas ienākušas prātā. Šādā dienasgrāmatā darbība notiek šeit un tagad: tajā tiek publicētas idejas, kas ienākušas prātā ir pašlaik, redzētais, kas vēl nav aizmirsies, domas, kas ir aktuālas pašlaik, bet aktualitāti zaudēs jo drīz.

ar mani atkal online ir kajjas (*Autors 22*)

Vai:

Man interesē, kur ir pazudušas manas bikses. Žakete ir, bikses nav.

Kā tagad būt? (*Autors 12*)

Vai:

Ē, vai kādam nav ieteikumi, kā šodien teleportēties, lai nebūtu ārā jāsalst?:/ (*Autore 4*)

Šī pieeja atgādina „realitātes šovu“ — lietotājs citiem ļauj sekot savām aktuālajām gaitām, domām un centieniem, taču publiskoti šķiet virspusīgi, šķietami nenozīmīgi fakti, kas sniedz priekšstatu par rakstītāju, taču ne vairāk kā televīzijas realitātes spēlē.

Tamlīdzīgi ieraksti labi ilustrē ikdienas dzīves aktivitātes — mazās, pasaulīgās un cilvēciskās nodarbes un aktualitātes, kādas ir ikvienam, tomēr tiešsaistes kopienā par panākumiem personīgā sociālā tīkla veidošanā liecina tas, ka šis ikvienam pieejamais situāciju un nodarbju klāsts tiek pasniegts tā, lai būtu pievilcīgs citiem un veicinātu sarunas un pieredzes apmaiņu. Gluži tāpat, kā bezsaistē spēja uzturēt *nieksarunas* (*small talk*) liecina par sociālām prasmēm, arī tiešsaistē spējas uz šādu sociālu principu bāzes sarunā un domu

apmaiņā iesaistīt citus nodrošina pozitīvu sociālo klimatu un palīdz uzturēt un veidot savstarpējos kontaktus.

Fatiskās komunikācijas kā izteikšanās veida popularitāte ilustrē, ka cibiņi nereti tiek cienīti un iesaistīti citu lietotāju tīklos ne tikai viņu radītā satura dēļ, bet arī kontakta, attiecību veidošanās dēļ, jo līdz ar saistošu publicētu informāciju sociālā kapitāla veidošanā svarīgs ir arī sabiedriskuma faktors. Ierakstu autors tiek pievienots draugiem gan tāpēc, ka ir jau iepriekš pazīstams reālajā dzīvē, gan arī tāpēc, ka ir izveidojis kontaktus tiešsaistē, ir draudzīgs pret citiem vai kādā citā veidā izpelnās atzinību, kas tiek izteikta, šo indivīdu pievienojot draugiem. Fatiskā komunikācija nav pretrunā ar tīro attiecību principiem; fatiskā komunikācija ir attiecību „efektivizēšanas“ un „optimizēšanas“ risinājums, kas ļauj ieguldīt pēc iespējas mazāk resursu kontakta uzturēšanā, bet tas neizslēdz tādu attiecību definīciju, kas ir saistīta ar labuma gūšanu no pašām attiecībām un to atbrīvošanu no ārējiem priekšnoteikumiem un ierobežojumiem.

## **8.2. Starpdzīvokļu aktivitātes**

*Sviesta cibā* nereti parādās jautājumi un tēmas, ko vienlaikus apspriež vairāki lietotāji. Šīs tēmas var būt saistītas ne tikai ar masu saziņas līdzekļos vēstītiem nacionāla vai globāla mēroga notikumiem, bet arī ar portāla līmeņa aktualitātēm, kuras nereti ir saistītas ar ikdienas dzīves aspektu, prozaisku jautājumu apspriešanu, kam ir socializēšanās un izklaides funkcija. Starpdzīvokļu aktivitātes parāda, kā *Sviesta cibas* lietotāji mēģina vienoties par kopējām situācijas izpratnēm.

Kā rakstīja Ē. Gofmanis, izrādes laikā indivīds — vai, ja runa ir par kolektīvu izrādi, indivīdu grupa — atrodies citu priekšā, ar savām darbībām izsaka situācijas definīciju. Sociālās mijiedarbības gaitā citi, reaģējot uz indivīdiem un viņu izraisītajai rīcībai, arī paši projicēs savu situācijas definīciju, tādējādi piedaloties vienādas situācijas izpratnes formulēšanā.<sup>492</sup> Tas nenozīmē, ka pretrunu vai nesaskaņu nav un ka klātesošie atklāti izpauž savas domas un jūtas — lai sabiedrība varētu darboties, ideāla saskaņa nav nepieciešama. Tomēr sabiedrības funkcionēšanai ir svarīgi, lai katrs sociālās mijiedarbības dalībnieks apspiestu savas dziļākās jūtas un ar savu rīcību atbalstītu tādu situācijas definīciju, kādu, pēc viņa domām, citi varētu uzskatīt vismaz par pieņemamu. Katram sociālās mijiedarbības dalībniekam ir jābūt iespējai ietekmēt noteikumus tajos aspektos, kas viņam ir svarīgi, un par to viņš ir gatavs piekāpties jautājumos, kas nav tik nozīmīgi.<sup>493</sup> Tā nav vienošanās par pastāvīgu situācijas interpretāciju, bet gan par to, kura indivīda apgalvojumi

---

<sup>492</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 19. lpp.

<sup>493</sup> Turpat. 19. lpp.

kurās situācijās tiks īslaicīgi respektēti. Šādas nerakstītas normas nodrošina vienlaikus gan kolektīva, gan indivīdu interešu apmierināšanu.

### 8.2.1. Provokācijas

Portāla lietotāji apzināti vai arī neapzināti mēdz publicēt ierakstus, kas izraisa asas diskusijas. Šādas diskusijas var izraisīt, piemēram, pārspriedumi satiksmes dalībniekiem, it īpaši velosipēdistiem, vai par vīriešu un sieviešu lomām, kā, piemēram, šajā ierakstā:

es te, lūk, nesen aizdomājos par šādu jautājumu  
ka vīrieši faktiski jebkurā jomā ir krutāki par sievietēm  
ne jau tikai fizioloģija, kas ļauj no zemes izrakt trīsreiz vairāk minerālu  
nu vai tupa fiziskā pārākuma dēļ

džeki arī šahu spēlē labāk, volstrītas ciparus bīda džeki, glezno džeki, džeki raksta grāmatas, džeki  
filmē filmas

džeki, džeki, džeki, džeki, džeki

pat pašā elementārākajā, ko mēs saprotam no mūsu pirmssākumu mītiem - ka džeks nometī mamutu  
un viņa sieviete to gatavo

tad pat mūsdienu kulināros šovus televīzijā vada džeki pastāstot, kā ir kļovāk uzcept omleti

kāda ir sievietes loma visā tajā?

tipa, iedvesmot

tā ir

bet kā kāmis un priede šajā jautājumā var uzskatīt sevi par līdzvērtīgiem, es ne īpaši saprotu (*Autors 2*)

Provokācijas būtība ir negaidītībā un kontrastā pret apkārtējo kontekstu. Tās var būt nejaušas, jo ne vienmēr sākotnējā ieraksta autors var paredzēt, ka viņa ieraksts izpelnīsies daudz atsauksmju un izraisīs plašu domu apmaiņu, taču citkārt provokācijas ir arī apzināts mēģinājums izraisīt diskusiju vai konfliktu un tādējādi izklaidēties. Kādas plašas diskusijas un konflikta iniciators pēcāk par notikušo stāstīja šādi:

Man bija atlicis mazliet laika līdz vilciena atiešanai, ar vilcienu jābrauc divas stundas, un es zināju, ka tajā laikā man nebūs, ko darīt [tāpēc uzrakstīju attiecīgo ierakstu]. Tas, ka mana provokācija izraisīja tik plaša mēroga cepšanos, nebija tik ļoti plānots, bet tā tas mēdz gadīties. Varēja gadīties arī pilnīgi otrādi. Tas nevarēja palikt pilnīgi bez uzmanības, bet tas, ka tas izvērtās tā, vairāk bija apstākļu sakritība. [...] Viena no lietām, kam *Ciba* lieliski noder, ir iespēja paust savu viedokli jautājumos, ar kuriem jo īpaši ikdienā saskarties nesanāk, nav, kam viņus paust, nav iespējas plaši pozicionēties. Tā ir viena no *Cibas* pamata funkcijām. (*Dalībnieks F*)

Šādām provokācijām ir potenciāls attīstīties arī ārpus konkrētās tīmekļa dienasgrāmatas, kur tās izraisa netipiski lielu komentāru skaitu. Citi lietotāji var šo pašu tēmu izklāstīt savās dienasgrāmatās, pārņemot daļu diskusiju „karstuma“. Gan šīs provokācijas, gan arī citas plaši

apspriestās tēmas, par kurām diskusijas no vienas dienasgrāmatas nonāk citās, arī var kļūt par MAS. Pēc kādas diskusijas, kas izvērtās vairākās *Sviesta cibas* dienasgrāmatās, piefiksēju šādu tiešsaistes sarunu starp lietotājiem:

**Autore 8:** nekad nelielaisties diskusijās siskusijās par naudu, tās apjoma adekvātumu iekš cibas.

**Autore 11:** tāpat kā par gaļēšanu, bērnu audzināšanu un pārējām slidenajām tēmām.

**Autors 23:** man tas šķiet esam temats, par kuru diskusija principā nav iespējama, taču mazliet ietrollēt gan var. tikai jāpatur prātā (vēlreiz), ka tā nemaz nav diskusija.

Tanī pašā laikā jāsecina, ka diskusijas *Sviesta cibā* salīdzinoši reti nonāk līdz līmenim, kurā pārsvaru gūst savstarpēji apvainojumi vai kādi citi neproduktīvi elementi. Arī huligānisms, komentāros rakstot neadekvātus un neatbilstošus vēstījumus, vairumā gadījumu nav būtiska problēma. Daļēji tas ir saistīts ar to, ka portāla lietotāju identitāte ir piesaistīta lietotāja vārdam, lai arī daļai lietotāju ir vairāk nekā viena identitāte portālā. Arī starp daļu lietotāju izveidojušās normas un uzticēšanās sajūta nodrošina to, ka ir vieglāk cīnīties pret citu lietotāju huligānismu. Lai arī portāla diskusijās netrūkst kaislību un verbālu uzbrukumu, tomēr gan sociālie, gan tehnoloģiskie mehānismi nodrošina iespējas, kā pret nevēlamām komunikācijas izpausmēm cīnīties.

### 8.2.2. Diskusijas un konflikti tiešsaistē

Provokāciju izraisītās diskusijas, kas raksturīgas *Sviesta cibai*, ir tikai neliela daļa no portāla diskusijām. Provokācijas piesaista daudz lietotāju un daudz atsauksmju, tādējādi piedāvājot ieskatu ekstrēmās viedokļu apmaiņas izpausmēs. Tomēr ne visi tiešsaistes dienasgrāmatu ieraksti, kas piesaistījuši daudz atsauksmju un izraisījuši diskusiju, ir pieskaitāmi „provokāciju“ žanram. Mēdz veidoties arī pilnīgi nopietni veidojušās diskusijas, kuras izraisa tiešsaistes konfliktus — tai skaitā tādus, kuriem ir ietekme arī lietotāju bezsaistes attiecībām.

Sociālo tīklu portālu lietotāju tīkli ir egocentriski. Tajos viņi iekļauj portāla dalībniekus, kas viņiem šķiet saistoši vai ar kuriem viņiem ir pozitīvas attiecības, un izslēdz tos, kuru klātbūtne viņus neapmierina.

- (1) Dzīvē bieži vien darba vai kādās citās situācijās tu esi kopā ar cilvēkiem, ar kuriem ir sanācis — viņi var patikt un var nepatikt. Turpretim *Cibā* ir patiešām brīnišķīga iespēja, ka pats vari izvēlēties cilvēkus sev apkārt. (*Dalībniece A*)
- (2) Ārpus frendlistes ietvariem sakarīgas diskusijas neveidojas bieži. Ārpus frendlistes laikam ir tas „svešās sētas“ princips, tajā „svešajā sētā“ nesatiekas cilvēki, kuriem ir patīkami parunāties un ar kuriem visu vakaru var nosēdēt zem ozola pie ugunsкура ar atspirdzinošiem dzērieniem. Visdrīzāk tādi cilvēki jau iepriekš ir savstarpēji pievilkušies tik ļoti, ka vismaz viens no viņiem lasa otru. Tā ir frendlistes tuvības

pakāpe. Bet ja tev vienkārši nav interesanti ar tiem cilvēkiem runāt, jo viņi tevi neinteresē tik ļoti, lai tu viņus turētu savā frendlistē — tas samazina vēlmi ar viņiem iesaistīties diskusijā. (*Dalībniece B*)

- (3) Man ir zināms uzskatu kopums, kas veidojies lasot noteikta veida, konkrētu literatūru. Un man ir interesanti runāt ar cilvēkiem, kas lasījuši aptuveni to pašu. Mēs esam lietas kursā un mums nav jānodarbojas ar tā saukto vikipēdijas tipa diskursu, kur tev citiem jāstāsta: iepazīsties, kas šis ir par jēdzienu, kas tas par jēdzienu, pagūglē un tad nāc parunāt! Man pārējie *Cibas* čomi arī augstskolā strādā, un šis [jēdzienu skaidrošanas] līmenis mums sen vairs nav interesants. Nesen diezgan rupji vienam puisim piedraudēju ar banu, jo mēs kaut ko runājām par ētiku un egoismu, un viņš iecirtās uz to, ka „Bet tā tak ir!” Nu, *shut the fuck up*, aizej, izlasi kaut ko, un tad nāc runāt! Man interese parādās brīdī, kurā kāds ir izlasījis kaut ko jaunu, nevis citiem skaidrot pamatjēdzienus. (*Dalībnieks J*)

Šāda situācija varētu nozīmēt, ka indivīdiem ir iespēja veidot sev tīkamu un uz saskaņu vērstu saziņas vidi. Kass Sansteins (*Cass Sunstein*) ir norādījis uz tendenci, ka mūsdienu komunikācijas tehnoloģijas palielina cilvēku iespējas izvēlēties, ko viņi vēlas lasīt, redzēt, dzirdēt, un tādējādi reālāka kļūst vīzija par informatīvo izolāciju, ka indivīdi varētu patērēt medijus, pilnībā izvairoties no jebkādas saskares ar viedokļiem, kuriem indivīds nepiekrīt un ar tēmām, kas nešķiet saistošas, tai skaitā no vispārējās intereses medijiem. Tas varētu radīt risku, ka grupu atšķirību padziļināsies, vairošies sabiedrības fragmentācija un ekstrēmisma līmenis. K. Sansteins uzsver, ka izteiksmes brīvības un heterogēnas demokrātiskas sabiedrības pastāvēšanā ir svarīgi, ka (1) indivīdi saskaras ar materiāliem, kurus viņi iepriekš nav izvēlējušies, lai tādējādi iegūtu jaunus skatu punktus; un ka (2) pastāv pieredzes lauks, kas ir kopējs vairumam pilsoņu — šāda kopēja pieredze darbojas kā „sociāla līme” (*social glue*).<sup>494</sup> Savukārt Millers Makfersons (*Miller McPherson*), Linna Smīta-Lavona (*Lynn Smith-Lovin*) un Džeimss Kuks (*James Cook*) norāda uz homofīlijas lielo ietekmi uz indivīdu sociālo saišu veidošanu. Homofīlijas princips paredz, ka indivīdu personiskie tīkli ir tendēti būt homogēni, un cilvēkus, ar kuriem indivīdam ir tuvas attiecības, vieno noteikti sociodemogrāfiski, uzvedības un cita veida raksturojumi.<sup>495</sup> Tanī pašā laikā līdz empīriskie novērojumi par tiešsaistes diskusijām liecina, ka lietotājiem ir gan tendence vairāk mijiedarboties ar viedokļiem, kuriem tie piekrīt, tomēr lietotāji arī aktīvi iesaistās sarunās ar saviem oponentiem.<sup>496</sup> Novērojumi par tīklotajām mediju vidēm gan liecina, ka šāds scenārijs ir pārspilējums: par spīti tam, ka lietotāji izvēlas sev saistošos lietotājus, kuru ierakstiem sekot, kā arī tos, kurus bloķēt („izbanot” jeb neļaut savā dienasgrāmatā rakstīt komentārus), tomēr pilnībā no nepatīkamiem viedokļiem un lietotājiem izvairīties nav

<sup>494</sup> Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press. Pp. 8–9.

<sup>495</sup> McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415–444.

<sup>496</sup> Yardi, S., & boyd, d. (2010). Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 316–327.

iespējams: daudziem lietotājiem, kuri savstarpēji nesaprotas, ir kopēji „draugi“, turklāt pati komunikācijas vide ir relatīvi ierobežota, lietotājiem ir kopējas tiešsaistes aktivitātes kopienās — ārpus savām privātajām dienasgrāmatām. Šajās kolektīvajās telpās no uzskatu atšķirībām un personisko simpātiju un antipātiju sadursmēm lietotāji nespēj izvairīties — it sevišķi, ja runa ir par varas attiecībām, kuras kopienās realizē administratori un kuras daļu lietotāju neapmierina. Kāds šādas kopienas pārvaldītājs intervijā stāstīja:

Administrējot [kādu kopienu], nonācu saskarē ar ļaužu grupu, kura pie manis jau iepriekš bija izbanota. Bet man ir vēlme kārtību uzturēt, citādāk es jau uzreiz būtu atteicies vai arī nebūtu iesprindzis uz aktīvām darbībām. Pirms tam man bija izdevies izvairīties no kontakta ar ļoti lielu grupu no *Cibas*. Tas ir dabiski — ja nelasi visu *Cibas* ierakstu listi, tad nenokļūsti kontaktā ar daudziem. Un daļa no *Cibas* lietotājiem, ar kuriem es nebiju pazīstams, man tagad raisa diezgan lielas antipātijas, teiksim tā. (*Dalībnieks E*)

Saskaņā ar Ē. Gofmaņa pieeju, izrādot sevi citiem, indivīds ar savu uzvedību centīsies izteikt sabiedrībā vispārpieņemtās vērtības. Šādā veidā indivīds šīs vērtības apstiprina un atjaunina.<sup>497</sup> Tiešsaistes vidē šī vērtību un normu apstiprināšana ir sarežģītāka, jo individualizētās komunikatīvajās vidēs esošās normas var būtiski atšķirties no „sabiedrībā vispārpieņemtajām vērtībām“, turklāt indivīdiem var būt grūti vienoties par kopējām normām vai pat nepieciešamību pēc tādām. *Sviesta cibas* koplietošanas telpās indivīdi mēģina vienoties par atbilstošu uzvedību, kas ir vairuma lietotāju interesēs, savukārt privātajās telpās, piemēram, tiešsaistes dienasgrāmatās, indivīdi var paust dažādus uzskatus un dažādus rīcības modeļus un ignorēt citu dalībnieku pretenzijas uz jebkādu regulāciju. „Katrs savā *Cibā* var rakstīt, ko un kā vēlas,“ — tā šo nostāju raksturojusi kāda lietotāja. Tomēr tiešsaistes dienasgrāmatas vai sociālo tīklu portālu profili ir daļa no plašākas komunikatīvas sistēmas, un indivīda darbības viņa šķietami privātajā telpā var ietekmēt arī citu lietotāju ērtības, bet viņi varētu sagaidīt savu interešu ievērošanu. Indivīda aktivitātes var būt redzamas dažādām, uzskatu, vērtību un normu ziņā atšķirīgām publikām. Daļu šo publiku intereses var sadurties ar dienasgrāmatas autora interesēm. Auditorija var sagaidīt, lai autors rīkotos atbilstoši tās gaidām un priekšstatiem par normām (kuras tiešsaistes grupu gadījumā arī var būt krietni atšķirīgas no „vispārpieņemtajām normām“, bieži vien tās ir salīdzinoši brīvas), turpretim autors uzskatīs, ka viņam ir tiesības veidot izrādi atbilstoši tikai saviem personiskajiem priekšstatiem. Daļai publiku konkrētā indivīda izrādes var nešķist saistošas, adekvātas vai pat ticamas (indivīdi, kuri pārkāpj pastāvošās normas, dažās publikās var tikt atzīti par „troļļiem“ jeb huligāniem, kuru mērķis ir ar nolūku pārkāpt uzvedības normas un izraisīt konfliktus), un

---

<sup>497</sup> Gofmanis, Ē. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. 39. lpp.

no viņu redzēšanas izvairīties nav iespējams — turpretim citi šīs darbības var uzteikt, un tās viņiem var šķist pievilcīgas.

Asākajās diskusijās ir novērojama viedokļu polarizēšanās — lietotāji grupējas pēc atbalsta noteiktai pozīcijai vai uzskatam, kas diskusijā tiek formulēti vai aizstāvēti. Šīs diskusijas mēdz būt gan racionālas, gan emocionālas, tanī pašā laikā specifiskā komunikācijas vide, kuru var kontrolēt pats viedokļa paudējs, kurš piesaista noteiktu auditoriju un kura paša darbības ir noteikta saziņas stila un noteiktas ideoloģijas izpausmes. Līdz ar to indivīda nostāšanās kāda konflikta dalībnieka pusē vai atbalstu kādai pozīcijai noteic ne tikai viņa nostāja konkrētajā jautājumā, bet arī „komandas darbs“ — sadarbošanās ar to lietotāju loku, kuri indivīdam ir simpātiski, ar kuriem viņš vēlas identificēties vai kuru atbalstīšana kādu citu iemeslu dēļ stratēģisks lēmums. Tādējādi redzams, ka iespēja ignorēt auditorijas viedokļus un pretendēt uz savas tiešsaistes telpas autonomiju nenovērš konfliktus — nozīmīga daļa lietotāju no konfliktiem nevis vairās, bet labprāt tajos iesaistās. Šādu sadursmju pamatā var būt gan ne tikai līdzās pastāvošas dažādas konfliktējošas normas, bet arī lietotāju grupēšanās uz personiskas patikas vai nepatikas pamata.

Konflikti rodas, kas saduras grupas — simpātijas pret antipātijām. Atnāk kāds, kurš ir stiprākā alkohola reibumā un labākā noskaņojumā, satiekas ar kādu, kurš arī ir alkohola reibumā, bet sliktā garastāvoklī, un tad ir tāpat kā lauku kultūras namā, kad viens ierodas un skatās, ar ko lai sakaujas. Viņš jau sākumā atnāk ar mērķi sakauties, nevis izdejoties ar meitenēm. Un pretī būs kāds tāds pats, un viņi sakausies, šie divi grupējumi. (*Dalībniece I*)

Tiešsaistes konfliktu izpausmju krasumu nosaka vairāki apstākļi, kas citkārt ietekmē arī indivīdu pašatklāšanos un citas viņu aktivitātes. Tiešsaistes vide atvieglo saziņu, līdz ar to indivīdiem ir vieglāk izteikt savu viedokli situācijā, kurā tas citkārt nevēlētos ieguldīt pūles, lai izteiktu savas domas. Nozīmīga ir arī pseidonimitāte. Lai gan daļa diskusiju dalībnieku viens otru zina vai nu pēc vārdiem, vai arī pazīst citās vidēs, segvārdu lietošanai ir atbrīvojošs efekts uz cilvēku saziņu. Kāda intervijas dalībniece atzīst:

No citiem sociāliem tas anonimitātes līmenis tomēr atšķiras, un tas nodrošina to, ka var asāk palekties. Feisbukos tādas diskusijas neredzētu, kad cilvēki ar saviem vārdiem, uzvārdiem, friendlistēm, kurās ir radi, kolēģi, priekšniecība, tāda veida saites, darītu ko tādu. Tur viņi to neatļautos. (*Dalībniece B*)

Vēl kāds nozīmīgs aspekts ir portāla dalībnieku atšķirīgā izpratne par šāda saziņas veida nopietnību: dažiem diskusijas un strīdi ir (1) joks vai vismaz (2) mazāk nopietna, nozīmīga saziņas forma nekā nepastarpināta komunikācija, turpretim citi viens otram nodotos vēstījumus (3) nešķiro pēc saziņas kanāliem, kādi ir izmantoti, un tiešsaistes aizskārumi ir vienlīdz nopietni kā aizskārumi bezsaistē.



- (1) Kad uz mani kāds sakliedz *Cibā*, es to nopietni neuztveru. *Ciba* nav spējīga man izraisīt klaji negatīvas emocijas. (*Dalībnieks F*)
- (2) Manā listē ir vismaz divi savstarpēji naidnieki, bet ar katru no viņiem atsevišķi man nav problēmu sazināties. *Ciba* jau vispār nav vērsta uz kašķiem. Ja man gribas atviegloties, es drīzāk aizeju un kaut ko ierakstu *Delfu* komentāros. Ja man ir vajadzīgs kādam pateikt kaut ko iznīcinošu, es to, visticamāk darīšu kaut kur citur. [...] Virtuālo šitstormu laikā es vienkārši aizveru interneta pārlūku. Virtuālās mīlas un naidus nelasu par kaut ko vairāk kā tikai virtuālajām mīlām un naidiem. (*Dalībniece D*)
- (3) Jautājums, kurai no kašķa pusēm tas konflikts vairāk nozīmē. Man jau liekas, ka reti kad tas ir vienlīdzīgi; ka abām pusēm tas jautājums, par kuru lauž šķēpus, ir vienlīdz svarīgs — varbūt kādam tas ir tikai vingrinājums retorikā. Un aiz kuriem striķīšiem ir parauts — vai tas ir kaut kas tāds, kas ilgstoši var izraisīt kādu nepatiku, vai arī tā vienkārši ir kaut kāda huiņa. Piemēram, [portāla dalībniece] vairs nav mana draudzene. Kādreiz bija, tagad vairs nav. Viņa vienā brīdī pārvērtās par trolli. Es ar viņu vairs nesveicinos uz ielas. Taču tur nav tikai *Cibas* faktors, tas ir saistīts vēl ar vairākām citām lietām, ir iesaistīti citi cilvēki. Bet ir situācijas, kad vispirms salecās *Cibā*, un tad dzīvē, un arī otrādi. (*Dalībniece B*)

Politiski nekorekta izteiksme publiskajā komunikācijā izraisītu skandālu. Turpretim *Sviesta ciba* kā privātā vai pusprivātā vidē var tikt apspriesti bez ievērojamas pretreakcijas, un šādas politiski nekorektas formas vai satura vienīgas vairumā gadījumu arī netiek rakstītas ar apzinātu mērķi provocēt. Tiešsaistei raksturīgā kopienu fragmentācija un relatīvi šaurie, pašu lietotāju atlasītie tīkli, no kuriem var izslēgt ārā sev netīkamu viedokļu paudējus, veicina arī atomāru komunikāciju un mazina kopienās pastāvošo vērtību un ideoloģiju atkarību no plašākā sabiedrībā eksistējošām izpratnēm par adekvātām publiskām aktivitātēm. Tas nosaka ne tikai brīvāku izteikšanās stilu un valodas lietojumu, bet arī ļauj veidoties telpai, kur izteikt viedokļus, kuri citkārt publiskajā telpā (lielajos medijos) nebūtu iespējami. Turpretim pusprivātā komunikācija un relatīvi šaurās lietotāju kopienas nodrošina telpu, kur cilvēki var apmainīties ar saviem aizspriedumiem un gūt tiem apstiprinājumu. Noteiktas sabiedrības vai etniskās grupas dēvēt tādos vārdos, kādos paši vēlas un izteikt savu nepatiku pret tām, formēt savas, no publiski izskanošā viedokļa atšķirīgas attieksmes pret notikumiem un tajā iesaistīto personu rīcību. Pretrunīgi vērtējamu parādību skaršana plašas diskusijas var izraisīt, tomēr tas lielā mērā ir atkarīgs ne tikai no tā, cik diskutabla šī tēma ir publiskās komunikācijas līmenī, bet lielā mērā no tā, cik dažādās domās par to ir konkrētās dienasgrāmatas lasītāji.

### **8.3. Secinājumi par indivīdu sevis izrādīšanu tiešsaistē**

Uz dzīvokļa metaforu balstītā portāla *Sviesta ciba* analīze ir parādījusi, cik daudzveidīgās gradācijās lietotāji komunikatīvi novelk robežas starp privāto un publisko informāciju, un kā

tie pārvalda informācijas telpu, kurā darbojas un kuras veidošanā paši aktīvi iesaistās. Šādi ir aplūkoti dažādas indivīdu privātās saziņas izpausmes, sākot no fatiskās komunikācijas, kas ir virspusēja, uz sarunas izraisīšanu un uzturēšanu vērsta mijiedarbības forma, un turpinot ar publiskas informācijas apspriešanu atbilstoši privātas neformālās komunikācijas stilam, saviesīgu ikdienas privāto un sociālo aktivitāšu apspriešanu un beidzot ar intīmu pašatklāšanos, savā dienasgrāmatā rakstot ziņas, kas bezsaistē reti kad parādās ārpus relatīvi šauriem cilvēku lokiem, kurus saista ciešas attiecības. (Šos komunikācijas veidus aptver divi tiešsaistes attiecību režīmi — izklaidētā intimitāte un tīkla sabiedriskums, sk. 9. nodaļu.) Atbilstoši šai daudzveidībai, indivīdi sevi konstruē gan kā kompetentus kādas tēmas pārzinātājus vai prasmju pārvaldītājus, gan kā veiksmīgas un interesantas vai, tieši otrādi, neizteismīgas un problemātiskas dzīves dzīvotājus, gan atklāj savas stigmas un, šādi atklājoties, pretendē saņemt pieņemšanu un mazināt spriedzi attiecībās ar savu sociālo vidi.

Sociālo tīklu portālos, tiešsaistes dienasgrāmatu vietnēs un citu tīklotu mediēto telpu lietotāju rīcībā ir novērojama daudzveidīga izpratne par privātuma un publiskuma robežām un to, kāda privātā informācija ir jāsargā. Ir lietotāji, kuri publicē daudz privātu ziņu par sevi, un ir tādi, kuru dienasgrāmatu saturs ir formālāks, ar ikdienišķākiem ierakstiem. Ir lietotāji, kuri rūpīgi sargā sevis publiskoto informāciju tā, ka pie „draugiem“ nepiederošajiem ir grūti no šādas dienasgrāmatas iegūt kādu pamata informāciju par šo lietotāju, un ir tādi, kuri piekļuvi privātai un arī intīmai informācijai nodrošina relatīvi brīvi, ļaujoties uz sociālo konvenciju, ka tiks respektēta šo publiskoto ziņu piederība privātajai komunikācijai un tās netiks izplatīta ārpus portāla. Informācijas kontrole notiek, gan izmantojot tehniskos līdzekļus auditoriju dalīšanai grupās, kurām katrai ir citāds piekļuves līmenis, gan arī sociāli, konstruējot savu tiešsaistes identitāti; slēpjot detaļas, kas nepiederošajiem varētu atklāt tiešsaistes tēla bezsaistes identitāti; veidojot ierakstus, kuri ir saprotami tikai kontekstuāli un kuru vēstījums nepiederošajiem tādējādi nav pieejams; un izvēloties „draugus“, no kuru sadarbības, lojalitātes visvairāk ir atkarīga indivīda spēja kontrolēt informācijas izplatību.

Sevi izrādīt indivīdi var, konstruējot paštēlu, kas atbilst paša indivīda priekšstatiem par tiešsaistes sociālo tīklu portāla funkciju. Šis priekšstats ne vienmēr ir idealizēts, kā arī ne vienmēr tas ir apzināti virzīts, lai citi tam piešķirtu kādus noteiktus raksturojumus. Tā kā tiešsaistes asinhronajā komunikācijā indivīdiem ir lielas iespējas pārraudzīt ar sevi saistītās informācijas plūsmas, ir vieglāk sevi idealizēt un noklusēt detaļas, ko pats indivīds atzīst par nepievilcīgām. Taču tīmeklis ir piemērots arī pilnīgi pretējām aktivitātēm. Indivīdi var vieglāk atbrīvoties no šīm gaidām un rādīt sevi rādu, kā redz paši, vai arī šķietami sociāli nepievilcīgā, nelaimīgā gaismā parādīt savu situāciju, savas problēmas un emocijas. Tēli, kas bezsaistē riskētu tikt stigmatizēti, izrādīti tiešsaistē atbilstošos apstākļos, ar izmantotiem

noteiktiem aizsardzības mehānismiem, par spīti savam deviantumam, var iegūt līdzāspastāvēšanas tiesības un iemantot savas auditorijas sapratni un atbalstu. Tiešsaistes kopienās aktivitātes un identitātes, kas plašākā sabiedrībā tiktu interpretētas kā neadekvātas, var pulcēt ap sevi tādu auditoriju, kuras dalībniekiem tās ir pieņemamas.

### 8.3.1. Ē. Gofmaņa pieejas izvērtējums

Portāla *Sviesta cibas* tiešsaistes dienasgrāmatu izvērtējumam esmu izmantojis Ē. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas adaptāciju, kurā indivīda sevis izrādīšanas skaidrojumā iekļauta arī teorētiskās atziņas par stigmatizāciju un tās pārvarēšanu. Šāda pieeja uz dažāda līmeņa pašatklāšanos orientētā tiešsaistes vidē kopumā ir attaisnojusies: kombinējot šīs abas pieejas, ir iespējams skaidrot gan to, kāpēc indivīdi konstruē priekšstatus par „labo dzīvi“, gan arī to, kāpēc atklājas citiem un stāsta par savām grūtībām un nepilnībām.

Indivīdu spēju iesaistīties sarunā un sevi saistoši (ar to saprotot ne tikai pozitīvu pievilcību, bet arī tādu, par kuru indivīdi cits citu parasti neapskauž) parādīt nosaka tas, kādā veidā viņš savas zināšanas, domas vai pieredzes spēj nodot, lai tas būtu pievilcīgi un piesaistoši citiem. Nododamās informācijas objektīvā nozīmība vai citi atribūti, kas to padara pievilcīgu auditorijas acīs, ir sekundāri svarīgi; lai gūtu panākumus savienojumu veidošanā, svarīgāka ir indivīda spēja šo informāciju pārvērst par pievilcīgu — saistošu, interesantu, dramatisku, arī traģisku. Indivīds tādējādi var prasmīgi konstruēt priekšstatu par tādu dzīvi, kuras notikumiem citi vēlas sekot līdzi, pat ja bez indivīda kontrolētās mediācijas viņa dzīve nebūt nav saistoša. Un otrādi — saistoša dzīve, ja indivīds to nespēj pievilcīgi pasniegt, nevar tikt uztverta par pievilcīgu apstākļos, kad tikai indivīds pats nosaka, ko un kā citi par viņu uzzina. Ir iespējams, ka daļa šo privāto stāstu neatbilst vai tikai daļēji atbilst realitātei — lasītājiem to patiesumu pārbaudīt var būt visai grūti, it sevišķi, ja viņu attiecības ar publiskoto ierakstu autoru tiek uzturētas tikai epizodiskos tiešsaistes kontaktos. Tomēr, kā norāda Nāmans Vuds (*Naaman Wood*) un Sjūzena Varda (*Susan Ward*), šāda situācija, kurā autentiskumu nav iespējams atšķirt no simulācijas, komunikācijas procesus var būtiski neietekmēt: atsvešinātības universālās dabas dēļ noslēpumam nav jābūt patiesam, lai citi to uztvertu par patiesu un attiecīgi to interpretētu.<sup>498</sup>

Tiešsaistes izrāžu „vērtības“ ir patiesums, atklātums, izklaidētspēja, privātums, spēja tās pasniegt dramaturģiski efektīgi un saistoši — gan saturiskā, gan valodiskā nozīmē. Tas atgādina, ka ne visa tiešsaistes pašatklāšanās ir saistīta ar stigmatizācijas pārvarēšanu un sapratni. Lietotāji šādiem ierakstiem var vēlēties sekot līdzi arī, lai tikai apmierinātu ziņkārību un ieskatītos tajos citu cilvēku dzīves segmentos, kas parasti ir slēpti — taču, ja

---

<sup>498</sup> Wood, N., & Ward, S. Stigma, secrets and the human condition.

motivācija ir ziņkārības apmierināšana, tās efekts reti kad būs atklātā indivīda pieņemšana un atbalsts stigmatas mazināšanā. Šīs tematikas un formas privātie stāstu popularitāte nav tikai tiešsaistei raksturīga parādība; šo žanru veiksmīgi izmanto arī dzeltenā prese, tas ir populārs mutvārdu privātās saziņas elements. Tomēr tiešsaistē indivīdiem ir lielāka iespēja piesaistīt sev tādu auditoriju, kas tieši viņu stāstu dažādu iemeslu dēļ novērtēs un vēlēšies tam sekot līdz. Līdz ar to arī ir iespēja parādīties daudzveidīgām izpratnēm par to, kāds saturs ir uzskatāms par izklaidējošu, piesaistošu, dramaturģisku.

Kā jau tika norādīts 3.3.4. nodaļā, problemātiskākais Ē. Gofmaņa pieejas aspekts ir priekšplāna un aizkulišu nodalījums. Šī koncepcija labi izmantojama ir bezsaistes aktivitāšu analīzē, taču to nav iespējams bez papildinājumiem vai pielāgojumiem pārnest uz tiešsaistes vidi. Lai tas būtu izdarāms, ir nepieciešams definēt, kā tiešsaiste tiek interpretēta: kā bezsaistei paralēla vide, kurā var tikt atdarinātas bezsaistes attiecības un konstruētas jaunas, vai arī kā bezsaistes paplašinājums jeb vēl viena joma, kurā iesaistīties kontaktos ar bezsaistē zināmiem cilvēkiem. Katrā no šiem gadījumiem aizkulišu un priekšplāna robežas atrodas citur. Ja tiešsaisti aplūko kā atsevišķu, nošķirtu komunikācijas jomu, aizkulišu teritorijas veidojas dažādajās informācijas pieejas telpās, ko lietotāji tur veido, noteiktu informāciju darot pieejamu tikai ierobežotam lasītāju skaitam vai ar noteiktu lasītāju loku gatavojoties izrādēm, kas pēcāk tiek uzvestas citiem. Savukārt, ja tiešsaisti aplūko kā bezsaistes jomas paplašinājumu, aizkulises var būt par tiešsaistes dienasgrāmata, kur indivīds runā par savām bezsaistes aktivitātēm un gatavojas izrādēm tur, vai arī aizkulises var būt bezsaiste, kur notiek daļai lietotāju neredzamas aktivitātes, kas savukārt izraisa noteikta veida uzvedumus tiešsaistē. Bez šāda paskaidrojuma aizkulišu un priekšplāna pieejas piemērošanai tiešsaistes sociālās mijiedarbības analīzei ir bezjēdzīga, jo tādā gadījumā šie jēdzieni ir pārāk daudznozīmīgi un pārāk plaši interpretējami.

Priekšplāni un aizkulises mainās atkarībā no situācijām un atkarībā no tā, kādos sociālos kontekstos indivīdi darbojas. Savā maģistra darbā Kaspars Vīgulis rakstīja, ka vairumā pētījumu, kuros tiešsaistes sociālā mijiedarbība interpretēta, par pamatu ņemot Ē. Gofmaņa idejas, tiešsaistes sociālo tīklu portāla profils tiek aplūkots kā nedalīts, vesels priekšplāns un nav apskatītas indivīdu iespējas sevi atšķirīgi parādīt dažādām auditorijām.<sup>499</sup> Šī iemesla dēļ indivīdu pašatklāšanās auditoriju neredzamības un sociālo kontekstu sabrukuma apstākļos var tikt kļūdaini raksturota kā atteikšanās no privātuma, bet šādi komunikācijas apstākļi — kā šķērslis efektīvai saziņai. Atšķirībā no bezsaistes, indivīdam tiešsaistē nenoliedzami ir sarežģītāk zināt, kas viņa aktivitātēm seko līdz, kā uz to reaģē, kā arī ir grūtāk kontrolēt, lai vienu un to pašu viņa izrādi tiešsaistē nevērotu tie, kas bezsaistē viņu redz atšķirīgās lomās.

---

<sup>499</sup> Vīgulis, K.. Jauniešu sevis prezentēšana atšķirīgām auditorijām sociālo tīklu portālos. 70. lpp.

Tādējādi pašatklāšanās tiešsaistē var būt saistīta ar atšķirīgiem riskiem nekā pašatklāšanās bezsaistē. Taču lietotāji šos ierobežojumus neuztver kā nemaināmus, viņi tiem pielāgojas. Tāpēc vienā un tanī pašā profilā vai tiešsaistes dienasgrāmatā lietotāji spēj sevi izrādīt selektīvi un gūt vismaz ierobežotu sajūtu par to, kas ir viņu auditorija un kā tā reaģē. Tas ir iespējams, ja profilu aplūko nevis kā fiksētu teritoriju ar noteikumiem, kuri ir vienādi visiem skatītājiem, bet gan kā teritoriju, kas ir elastīgi maināma un pielāgojama un kurā atbilstoši projicējamajai situācijas definīcijai indivīds var izvietot dažādas dekorācijas un izmantot dažādus fasādes elementus. K. Vīguļa 2011. gadā veiktie novērojumi, ka vairāk nekā 70% respondentu izmanto iespēju padarīt savas attēlu galerijas vai dienasgrāmatu ierakstus privātus, saskan arī ar rezultātiem, kas iegūti ASV Pjū pētniecības centra *Internet & American Life Project* 2006. gadā rīkotā aptaujā par jauniešu privātumu tiešsaistes sociālo tīklu vietnēs — 66% respondentu, kuriem ir tiešsaistes sociālo tīklu profils, atbildējuši, ka ir ierobežojusi publisko piekļuvi savam.<sup>500</sup> Arī *Sviesta cibas* lietotāji aktīvi izmanto iespējas veidot ierakstus, kas paredzēti tikai „draugiem“ vai arī noteiktām draugu grupām. Tādu lietotāju, kas šīs iespējas neizmanto, ir mazākums, turklāt viņu ierakstos intimitātes līmenis parasti ir zemāks nekā tiem, kuriem raksturīga lielāka pašatklāšanās.

Lietotājiem nav jāpieņem, ka viņu tiešsaistes dienasgrāmatas būtu drīzāk publiskas, nekā privātas telpas. Viņi tās vai nu ar tehniskiem, gan sociāliem līdzekļiem konstruē atbilstoši savām privātajām iecerēm, tai skaitā tādā veidā, lai tajās varētu saglabāt līdzīgu rīcības brīvību, kāda viņiem ir savās bezsaistes privātajās telpās. Taču vienlaikus lietotāji arī pārdefinē izpratnes par to, kas ir publisks un privāts; kāda informācija ir stāstāma citiem un kāda nav izpaužama; privātu un intīmu detaļu izpaušana viņiem palīdz psiholoģiski, ļauj veidot kontaktu citiem, nodrošināt sapratni un veicināt līdzīgu atklāšanos no citiem.

### **8.3.2. Stigmatizācija un tās pārvarēšana**

Stigmas procesu pārtraukt visefektīvāk ir iespējams, mainot varas struktūras vai arī pārliecības, uzskata Brūss Links (*Bruce Link*) un Džo Felans (*Jo Phelan*).<sup>501</sup> *Sviesta cibas* dalībnieku piesaistītā auditorija var būt demonstrēt šādas no bezsaistes sociālās vides atšķirīgas struktūras un pārliecības, un tas indivīdiem ļauj atklātāk izrādīt sevi un savas ievainojamības. Stigma ir indivīda statusu un iespējas pazeminošs atribūts, taču tiešsaistes kopienas, kurās ir attīstīta pašatklāšanās kultūra, šāda pašatklāšanās un savu ievainojamību parādīšana turpretim ir saistīta ar indivīda arī ar identitātes vērtības paaugstināšanu. *Sviesta cībā* stigmā izrādīšana neizraisa tādu atklāti negatīvu reakciju, kāda būtu sagaidāma, neslēpjot potenciālās viņus stigmatizējošās īpašības bezsaistē — indivīdam vismaz ir lielākas

<sup>500</sup> Lenhart, A., & Madden, M. Teens, privacy & online social networks.

<sup>501</sup> Link, B. G. & Phelan, J. C. Conceptualizing stigma.

iespējas šādas noraidošas reakcijas ignorēt. Individīdi var izvēlēties atklāt par sevi personiskas ziņas, jo negatīva vērtējuma un indivīda pašreizējā statusa apdraudējuma, mazināšanās risks ir salīdzinoši zems.<sup>502</sup> Šādu relatīvi droša vide tiešsaistē ir iespējama kā anonimitātes/pseidonimitātes, auditorijas loku ierobežošanas, tiešsaistes kopienas iespējamo tolerances normu attīstīšanās kombinācija. Nodrošinot šādu atklāšanās vidi, tiešsaistes kopiena dalībniekiem sniedz lielāku brīvību, kas panākama, parādot savas ievainojamības citiem.

Tiešsaistē ir arī krietni vieglāk visa veida stigmatas slēpt, tomēr pašatklāšanās funkcija ir nevis šīs stigmatas slēpt, bet gan panākt sociālo akceptāciju. Tiešsaistes dienasgrāmatu analīze parāda, ka tieši rakstura stigmatas ir tās, kuras indivīdi visbiežāk apspriež un saistībā ar kurām lietotāji bieži vien saņem akceptēšanu. Lietotāji ir rakstījuši par savām personiskajām problēmām, nepilnībām, nevarēšanām, nepiemērotībām. Akceptāciju *Sviesta cibā* gūst, piemēram, homoseksuāli orientēti cilvēki. Spriežot pēc redzamāko šīs orientācijas pārstāvju aktivitātēm, viņi savu orientāciju nesaista ar stigmatu, šo savas identitātes daļu komunicē atklāti un vairumā gadījumu ar naidīgām reakcijām nesaskaras. Jāpiebilst, ka šādi novērojumi ir nepilnīgi, jo ir iespējams, ka atklāti homoseksuālie lietotāji arī bezsaistē spēj būt atklāti šajā jautājumā un sociālajās sfērās, kurās darbojas šajā jautājumā ar nepieņemšanu nesaskaras.

Portāla darbības sākumposmā savukārt bija gadījumi, kas homoseksuāli lietotāji no citiem nievājošas atsauksmes saņēma. Tas, ka pēdējā laikā šāda veida naidīguma izpausmes ir mazinājušās, drīzāk liecina par tolerances pieaugumu *Sviesta cibas* lietotāju pārstāvētajā sabiedrības segmentā, nevis, ka pati tiešsaistes vide būtu mazinājusi neiecietības problēmu. Tomēr nav noliedzams, ka dažādas seksuālās vai dzimtes identitātes pārstāvošiem lietotājiem darbojoties vienā un tanī pašā informācijas telpā, viņi var apmainīties ar informāciju un viedokļiem un gūt tuvu ieskatu par cilvēku dažādību. Tas šāda informētība ir priekšnoteikums, lai tiktu veicināta citādības akceptācija.

Atklāšanās cilvēkiem ļauj veidot savienojumus un mazināt viņu atsvešinātības, izolācijas sajūtu. Sarunas var nebūt vērstas tieši uz aprakstīto konkrēto problēmsituāciju risināšanu; lasītāji dažās situācijās var spēt sniegt lielāku palīdzību, citās mazāk, un dažkārt ieraksti, par spīti to nopietnajam saturam, var neizraisīt nekādu reakciju. Atbalsts, ko tiešsaistes kopienā indivīdi gūst, nereti nav prognozējams, jo atbalstu sniegt portāla dalībniekiem cits citam nav pienākums, tas tiek darīts, ja to darīt ir iespējams un vēlēšanās. Nozīme ir savienojumu daudzumam: jo vairāk savienojumu, jo lielāka iespēja, ka uz ierakstu tiks saņemta

---

<sup>502</sup> Yang, L. H., Kleinman, A., Link, B. G., Phelan, J. C., Lee, S., & Good, B. (2007). Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory. *Social Science & Medicine*, 64, 1524–1535.

atgriezeniskā saite. Lielāks sociālais tīkls vienlaikus nozīmē arī lielāku auditorijas nepārskatāmību, lielāku risku saņemt nevēlamas atsauksmes. Tomēr svarīgāk par tādu atbilžu saņemšanu, kas palīdzētu tikt galā ar konkrētajām aprakstītajām situācijām, ir saņemt atbildes, kuras indivīdam apliecina, ka viņš netiek negatīvi vērtēts un tiek akceptēts. Svarīgāk par instrumentālu palīdzību ir saņemt šādu akceptāciju, emocionālu atbalstu un sapratni — apstākļi, kuros sava stigma nav jāslēpj un kurā ir iespējama iekļaušanās (*inclusion*) kopienā.

Iespējas ierobežot stigmatizāciju vairo gan tas, ka par savu citādību ir iespējams pastāstīt veidā, kas neatbilst stereotiskajiem pieņēmumiem, gan tas, ka ir iespējams piesaistīt domubiedrus, kuriem ir līdzīgas problēmas. Daloties šajās problēmās indivīdi var apjaust, ka līdzīgas likstas nodarbina arī citus, un mācīties, kā citi ar tām tiek galā vai arī kā tās akceptē, Piemērs ir diētas un svara problēmas, ko *Sviesta cibas* lietotāji (parasti — sievietes) mēdz apspriest. Vīrieši šādas problēmas, ja vispār skar, parasti pārdefinē, padarot tās par nebūtiskām vai par tām ironizējot. Taču šo parādību var aplūkot arī plašāk — tiešsaistes kopiena ir atbrīvojoša vieta, kur var pateikt to, ko citur neuzdrīkstētos. Kāds lietotājs savā ierakstā to ir raksturojis šādi:

Es tikko piefiksēju, ka es reti kur varu atļauties dzīvē izklausīties pēc idiota. Except here. (*Autors 24*)

Šāda atbrīvošanās lielā mērā ir iespējama tādēļ, ka tā citus cilvēkus piesaista, taču, tāpat kā citās vidēs var būt problēmas sevi no deviantās puses izrādīt, par sociāli nepieņemamu var tikt uzskatīts arī šādas citu cilvēku pašizpaušmes normalizēt, attaisnot vai vienkārši pievērst tām uzmanību. Tiešsaistes vide tādējādi atbrīvo ne tikai tos, kuri par sevi atklāj to, ko citur neuzdrīkstētos, bet arī tos, kuriem šādas cilvēciskās izpaušmes interesē.

Kopumā var secināt, ka situācijas tiešsaistes kopienas, kad indivīdi var iegūt reālu akceptāciju un sajūst piederību, atšķiras no „fantomās akceptācijas“ situācijām (*phantom acceptance*), ar ko Ē. Goffmanis saprot tādu stigmatizētā indivīda pieņemšanu, ko izraisa pazīmes, ka stigmatizētais indivīds ir pielāgojies dzīvei staro normālajiem un seko sabiedrības gaidām, saskaņā ar kurām indivīds demonstrē, ka grūtības, kas viņam uzkratas, nav smagas un ka tās viņu nav padarījušas atšķirīgu no pārējiem.<sup>503</sup> Citiem vārdiem, fantomā akceptācija izpaužas, kad indivīds izturas pret sevis nosacījuma (*conditional*) pieņemšanu tā, it kā tā būtu beznosacījuma pieņemšana. Indivīds pats labi apzinās atšķirību starp nosacījuma un beznosacījuma akceptāciju, turpretim šo pieņemšanas veidu atšķirību robežas tiešsaistes vidē ir krietni grūtāk nosakāmas. Akceptācijas vietā indivīds tikpat labi var saņemt arī

---

<sup>503</sup> Goffman, E. *Stigma*. P. 147.

pieņemšanas atdarināšanu (*emulation*), parodiju par atdarināšanu vai atdarināšanas atbalsi,<sup>504</sup> tanī pašā laikā arī šie rezultāti palīdz pildīt tieši to pašu lomu akceptējošo, iekļaujošo, atsvešinātību mazinošo, ja vien indivīds savas komunikācijas iznākumu tādā veidā interpretē.

Daļa *Sviesta cibas* dalībnieku atzīst, ka pašizteiksmes iespējai ir dažādi pozitīvi aspekti: rakstot indivīds pats reflektē par noteikto tēmu, kā arī saņem atgriezenisko saiti un nereti iegūst emocionālo atbalstu. Portālā veidojas apstākļi, kuros indivīdi dalās savos dzīves stāstos, savās problēmās un meklē tiem risinājumus vai vismaz mierinājumus, nereti arī atsakoties no nepieciešamības konstruēt savu tēlu labāku, nekā indivīds to redz pats. Savas dzīves problēmu un sarežģījumu risināšanas stratēģija tādējādi ir atklāšanās, nevis noslēgšanās, un uzticēšanās, nevis aizdomīgums.

---

<sup>504</sup> Wood, N., & Ward, S. Stigma, secrets and the human condition.



## 9. TIEŠSAISTES ATTIECĪBU REŽĪMI

[..] Dumji kaut kā. Taču ne tik traki kā tam mongoļu puikam, kurš kādā tur 1956. gadā izdomājis un uzmeikojis no koka un kamieļādām divriteni. Viss ails šim piekrāmējis pārtikas kuli un nosūtījis uz pasaules lielāko pilsētu Ulanbatoru, lai viņš savu izgudrojumu dara zināmu atklātībā un nes progresu cilvēcei. Tuvojoties Ulanbatorai un ieraugot lidmašīnu, šamo ķēris kultūršoks.

— *Indulgence, 2010. gada 30. novembris*

Indivīdi tiešsaistē var iesaistīties uz atšķirīgiem pamatiem balstītās attiecībās. Promocijas darbā tiek aplūkoti divi atšķirīgi komunikācijas režīmi: izklaidētā intimitāte un tīkla sabiedriskums, un šī nodaļa ir veltīta šo attiecību režīmu empīriskai pārbaudei un izpausmju demonstrācijai tiešsaistes sociālajā mijiedarbībā. Režīma jēdziens ietver kāda mērķa sasniegšanai ieviestu noteikumu vai pasākumu sistēmu,<sup>505</sup> tādējādi ar attiecību režīma jēdziens šeit tiek lietots uz atšķirīgiem principiem veidotu tiešsaistes attiecību nošķiršanai, lai tādējādi katru no šiem režīmiem ar tā īpatnībām un lietojumiem būtu iespējams analizēt atsevišķi.

Tas tiek darīts, gan izmantojot kvantitatīvos datus no tiešsaistes aptaujas, gan arī analizējot *Sviesta cibas* dienasgrāmatu ierakstus, lai demonstrētu, kā tajos izpaužas intimitāte. Indivīdu pašatklāšanās skaidrojumam 4.2. nodaļā tika formulēta E. Gidensa tīro attiecību koncepcijā sakņotais „izklaidētās intimitātes“ attiecību režīms. Tā papildina 4.3 nodaļā aprakstīto tīkla sabiedriskumu, kas ir balstīts nevis personiskā atklātībā un apmaiņā ar intīmu informāciju, bet gan sociālajā, fatiskajā komunikācijā, patstāvīgu vēstījumu vietā apmaiņu balstot uz savienojumu atjaunināšanu. Izmantojot statistikas datus, tiek pētītas sakarības starp dažādiem komunikācijas režīmiem un portāla lietojumiem un analizēti ar abiem izvērtējamajiem jēdzieniem saistītie raksturojošie pamata aspekti — atklāšanās/uzticēšanās un fatiskā komunikācija, kuras funkcija ir apmainīties ar informāciju un uzturēt kontaktus.

Nodaļā vispirms, balstoties uz interviju rezultātiem, raksturotas tiešsaistes attiecības, kā tās saprot portāla *Sviesta ciba* lietotāji. Pēc tam sniegti uz šī portāla lietotāju tīkla analīzes pamata (5.2.5. nodaļa) atlasīto tiešsaistes dienasgrāmatu 1080 ierakstu izpētes rezultāti, kas sniedz pārskatu par tēmām, kuras šajās dienasgrāmatās tiek publicētas. Šie dati ļauj izdarīt secinājumus par indivīdu pašatklāšanās un intimitātes līmeņiem, publiskuma un privātuma attiecībām tekstuālajā tiešsaistes komunikācijā, kā arī demonstrē, vai komunikācijas raksturojumos pastāv būtiskas atšķirības starp lietotājiem ar atšķirīgu savienojumu skaitu.

<sup>505</sup> Baldunčiks, J. *Svešvārdu vārdnīca*.

Proti, kā pašatklāšanās, kas, saskaņā ar teorētiskajiem priekšstatiem, palīdz mazināt neskaidrības un veicina sociālo mijiedarbību, ir saistīta ar to, cik daudz savienojumus *Sviesta cibas* lietotāji ir izveidojuši.

## **9.1. Tiešsaistes attiecību raksturojumi Sviesta cibā**

Tiešsaistes komunikācija no bezsaistes komunikācijas var atšķirties vairākos aspektos. Tiešsaistē ir atšķirīgi indivīdu priekšstati par viņu auditorijām un to, kādus sociālos kontekstus tās pārstāv; tiešsaistes īpatnības ir iespējams izmantot arī, lai atvieglotu un efektīvizētu saziņu ar tādiem cilvēku lokiem, kas bezsaistē šādi nebūtu aizsniedzami. Lietotāji var būt tendēti uz lielāku pašatklāšanos, turklāt tēmas, uz kuru pamata notiek sociālā mijiedarbība, atšķiras no tām, kuras līdzīgos apstākļos tiktu apspriestas bezsaistē. Šīs atšķirības komunikācijas raksturojumos arī nozīmē, ka tiešsaistē un bezsaistē veidotās attiecības var būt nozīmīgi atšķirīgas. Par šādu attiecību īpatnībām un daudzveidīgām izpratnēm liecina arī interviju dalībnieku pieredze.

### **9.1.1. Priekšstata gūšana par auditoriju**

Tā kā vismaz daļa no lietotāju tiešsaistes publikas nav personiski pazīstami, tiešsaistes sociālās vides dalībniekiem ir nepieciešams gūt priekšstatu par savas auditoriju un no šīm ziņām izsecināt savu vēlamu uzvedību, iespējamās pašatklāšanās līmeni, iespējamo auditorijas reakciju uz indivīda aktivitātēm. Bezsaistes kontakti un bezsaistes identitāšu zināšana lietotājiem šādu priekšstatu gūšanu atvieglo, turklāt informācija par bezsaistes identitātēm izplatās krietni tālāk par to cilvēku loku, kuriem šādas nepastarpinātas pazīšanas ir: ziņas par lietotājiem neformālo kontaktu ceļā nereti tiek nodotas tālāk, un tādējādi arī cilvēki, kuri viens otru nekad nav sastapuši bezsaistē, var zināt viens otru pēc īstā vārda.

Var teikt, ka nupat jau lielāko daļu no [„draugu“] listes pazīstu arī dzīvē. Gandrīz simtprocentīgi no tiem, kuri lasa mani, es zinu vārdus un uzvārdus vai vienkārši zinu, kas tie par cilvēkiem. Tāpēc, lai kā arī man patīk šī anonimitāte, mani interesē noskaidrot, kas ir šis cilvēks dzīvē, un ar dažādu metožu palīdzību es viņus parasti šausmīgi ātri atkožu: vai nu kaut kā noskaidroju pati, vai paprasu [sabiedriski aktīvai portāla dalībniecei, kuram ir pazīšanās ar daudziem citiem lietotājiem]. (*Dalībniece D*)

Taču šādas no citiem iegūtas zināšanas par interesējošajiem lietotājiem nav vienīgās, uz kā indivīdi balstās, lai gūtu priekšstatu par citiem lietotājiem, tai skaitā viņu reakcijām un arī to, vai viņiem var uzticēties. Ilgstoši darbojoties portālā un vērojot viens otru, viņi arī tikai no savstarpējās datormediētās saziņas un pašu lietotāju par sevi atklātās personiskās informācijas var izdarīt spriedumus par konkrētā cilvēka personību. Turklāt vismaz daļa *Sviesta cibas* lietotāju, darbojoties uz induktīvu spriedumu pamata, gūst salīdzinoši plašu

priekšstatu par konkrēto lietotāju, kā arī gūst pārlicību, ka viņu spriedumi par konkrēto lietotāju savā ziņā līdzinās viņa „iepazīšanai“.

- (1) Nav jau tā, ka dzīvē nepazīstamie *Cibas* lietotāji ir pilnīgi nepazīstami. Runāt ar viņiem nav tā kā uzsākt sarunu uz ielas ar nepazīstamu cilvēku — kaut ko jau par *Cibas* lietotāju tu zini, kaut kāds priekšstats par šo jūzeri tev ir. Ja vien tas nav kaut kāds jaunais, par kuru priekšstata nav, jo nav nekā, kas šo priekšstatu būtu radījis. (*Dalībniece B*)
- (2) Bieži vien ilgstoši lasot cilvēka *Cibu*, izveidojas pat labāks priekšstats par kādu cilvēku, nekā cilvēku pazīstot dzīvē. Tu jau redzi, ka, jums ar viņu ir, piemēram, kopēja referenču telpa, tiek izmantoti kopēji kultūrcitāti. Man arī pašos privātākajos lietotāju sarakstos ir tādi, kurus es dabā nepazīstu, bet, pietiekoši ilgi viņus lasot, man ir radies priekšstats, ka viņiem var ticēt. (*Dalībniece D*)

Tiešsaistē pazīstamiem lietotājiem iepazīstoties bezsaistē ir iespēja pārlicināties par savu novērojumu adekvātumu. Šī pieredze intervētajiem lietotājiem ir atšķirīga: daļa ir secinājuši, ka viņu priekšstati lielākoties ar redzēto kopumā sakrīt, citi turpretim atklāj, ka par lietotājiem tiešsaistē ir guvuši citādu priekšstatu nekā bezsaistē. Taču neatkarīgi no katras konkrētās „realitātes pārbaudes“ rezultātiem, šāda tiešsaistes un bezsaistes priekšstatu salīdzināšana var tikt uztverta arī kā sava veida „treniņi“ secinājumu izdarīšanā citam par citu, balstoties lielākoties vai tikai tiešsaistes informācijā.

- (1) Par ārpus *Cibas* nepazīstamajiem ir tā, ka es jau iedomājos to tēlu, kuru cibiņš par sevi uzbūvē ar saviem ierakstiem. Un man bieži vien ir bijis liels pārsteigums, ka cilvēks dzīvē ir ļoti atšķirīgs no tā, kāds viņš ir internetā. Ir tikai daži tādi, kuri dzīvē ir ļoti līdzīgi tam, kādu viņi sevi pasniedz *Cibā*. (*Dalībniece A*)
- (2) Es nezinu visus frendlistē pēc vārda, bet tomēr ir tāda sajūta par pazīšanos, ir kaut kas, ar ko katru cibiņu identificēt. [...] Ja lasi to, ko viņš sarakstījis, un dari to bieži un ilgi, kaut ko par viņu uzzini, tev rodas zināms priekšstats. Tajos ļoti retajos gadījumos, kad esmu satapis kādu, ko iepriekš neesmu zinājis oflainā, parasti ir tā, ka priekšstats, kas savulaik izveidojies, lielā mērā ir pareizs. Oflainā tu pamani vēl visādas lietas, kas nāk klāt. *Cibā* jau ir tikai teksts. Bet man ļoti patīk *Cibā* sastopamais pārmetums, ka „tu lasi ar nepareizu intonāciju“. Protams, ka tekstu katrs var lasīt personalizēti, piešķirt tam kaut kādu intonāciju. Un tieši to laikam tikai no teksta ir visgrūtāk nojaust. Lai gan man regulāri tomēr izdodas jau iepriekš, tikai no teksta nojaust, ar kādu intonāciju tas cilvēks varētu runāt — tā pa 70 procentiem novērtējums ir bijis atbilstošs. (*Dalībnieks G*)

Intervētie ir norādījuši arī uz to, ka neverbālās informācijas trūkums var gan atvieglot, gan arī traucēt priekšstata gūšanu un saziņu ar citiem. No vienas puses, nezinot otra cilvēka vecumu, sociālo stāvokli, izskatu un citus atribūtus, veidojas egalitārāka vide, jo šie atšķirības definējošie atribūti nav izšķiroši svarīgi. No otras puses, tieši uz šiem atribūtiem cilvēki mēdz balstīt savus spriedumus par to, vai vispār vēlas ar konkrēto cilvēku kontaktēties — vai viņš varētu būt simpātisks, patīkams. Taču kā saziņu veicinošu faktoru

vairāki intervētie ir atzinuši to, ka sarunas notiek rakstiskā formā, kas ļauj gan precīzāk formulēt savas idejas, gan arī atgriezties pie notikušām sarunām un izmantot tajās paustos izteikumus aktuālajā mijiedarbībā.

### 9.1.2. Pašatklāšanās tiešsaistē un tās nozīme

Tādā privātās tiešsaistes komunikācijas kopienā kā *Sviesta ciba* ir raksturīga salīdzinoši augsta pašatklāšanās. Tomēr nozīme, ko interviju dalībnieki tai piešķir tiešsaistes komunikācijā, nozīmīgi atšķiras. Mani novērojumi un arī interviju laikā izskanējušās atziņas ļauj secināt, ka indivīdi, kuriem portāls ir nozīmīgs emocionālā atbalsta avots, attiecības ar citiem vietnes lietotājiem ir veidojuši tā, lai šī viņiem būtu telpa, kurā viņi ir atbrīvoti no ierobežojumiem, ar kuriem saskaras citkārt. Šāds portāla lietojums vairāk ir raksturīgs sievietēm.

(1) Es ar internetā savu niku atļaujos vairāk nekā ar savu īsto vārdu — varu būt vājāka, šaubīgāka, dusmīgāka... Jo dzīvē es sevi ļoti cenšos savākt, un masku noņemu tikai ļoti kritiskos brīžos.  
(*Dalībniece D*)

(2) Cibā var izpaust, ko citur nevarētu, plus tā ir iespēja acumirkļi iegūt nepieciešamo iejūtīgo cilvēka kontaktu. (*Dalībniece C*)

Taču ir arī pretējs viedoklis — portālā nekāda citur neizskanējusi informācija izteikta netiek, un lietotāji pašatklāšanos un uzticēšanos pamatā saista ar bezsaistē balstītām un ciešām attiecībām (1). Šī uzskata pārstāvjiem parasti ir salīdzinoši mazāk emocionālas piesaistes ar saviem tiešsaistes „draugiem“, un portāls biežāk tiek izmantots tādiem mērķiem, kas ir nav saistīti ar intīmu pašatklāšanos — informācijas apmaiņai, izklaidei, diskusijām par jautājumiem, kuri nav dziļi privāti (2). Šādus uzskatus biežāk izteica vīrieši.

(1) Man reizēm patīk parakāties par sevi, psihoanalītiķis amatieris esmu. Un šīs rakāšanās rezultāts ir viena no tēmām, kurās es varu dalīties ar *Cibas* tuvāko cilvēku loku. Bet to es šiem cilvēkiem arī dzīvē pastāstītu. Lai stāstītu *Cibā* lietas, kuras es nestāstītu nekur citur, vajadzētu veidot atsevišķu, anonīmu kontu. Bet nav arī vēlēšanās. Tad jau labāk iet pie psihoterapeita, ja ir tāda vajadzība to stāstīt.  
(*Dalībnieks E*)

(2) Es par ļoti daudzām [personiskām] lietām nerakstu. *Ciba* ir *Ciba*, tur ir jāreķinās ar to, ka tur ir vieglāk pamanīt to, kas tu esi, nekā anonīmos Delfu komentāros. Ja es gribētu stāstīt kaut kādas šausmīgākās atklāsmes, kuras gribētu, lai cilvēki zina, bet lai nezina, ka tās esmu rakstījis tieši es — kādu insaidera info, piemēram —, es to diez vai ļoti plaši publicētu *Cibā*, drīzāk jau anonīmajos *Delfu* komentāros.  
(*Dalībnieks G*)

Šie novērojumi sasaucas ar iepriekš veiktu pētījumu rezultātiem. Piemēram, kādā tiešsaistes interešu kopā (*newsgroup*) veiktas aptaujas rezultāti liecina, ka tie indivīdi, kuri tiešsaistē vairāk atklāj savu „patieso“, iekšējo patību, biežāk nekā citi tiešsaistē veido ciešas

attiecības, kā arī tās tālāk attīsta bezsaistē.<sup>506</sup> Tādējādi, lai gan tiešsaistes dienasgrāmata *Sviesa cibā* ir privātu sarunu telpa, tomēr tas, kādas sarunas un ar kādiem indivīdiem tajā tiks risinātas, var būtiski atšķirties. To nosaka ne tikai katra lietotāja aktuālās vajadzības, kuras viņš realizē portālā, bet arī izpratne par pieejamo anonimitātes līmeni un ar to saistīto atbrīvojošo sajūtu, un auditorijas klātesamības ietekmēm.

### 9.1.3. Privātums un anonimitāte

Indivīdu interese par savu auditoriju ar mērķi gūt priekšstatu par to un uzzināt citu lietotāju bezsaistes identitātes ir saistīta arī ar pretēju procesu. Lietotāji apzinās anonimitātes un pseidonimitātes trauslumu. Tāpēc viņi vai nu ir jāpieņem, ka anonimitāte nepastāv un ar šādu apziņu portālā darbojas, vai arī izmanto dažādas taktikas, lai sevi paradītu mazāk atpazīstamus. Intervētie lietotāji var gan (1) veidot jaunas, atsevišķas identitātes (izveidot jaunus kontus ar citiem lietotājevārdiem), lai iesaistītos aktivitātēs, kuras citkārt var konfliktēt ar „pamata“ identitāti, gan (2) izmantot tehniskās iespējas auditorijas sašaurināšanai un pārskatīšanai (publicē ierakstus „zem atslēgas“), bet daļa arī (3) samierinās ar sava pseidonīma „atšifrējamību“. Jāuzsver, ka daļa no portāla lietotājiem īpaši neslēpj savus īstos vārdus, bet vienlaikus *Sviesta cibas* pseidonīmu kultūra paredz, ka lietotāji reti kad tiek uzrunāti īstajā vārdā, un, lai noskaidrotu citu dalībnieku identitātes, ir nepieciešams šajā kopienā vispirms iekļauties.

(1) Esmu izveidojusi *Cibā* arī vairākas citas identitātes, viena no tām tika radīta speciāli ar domu rakstīt visu bez pašcenzūras, tāds žurnāls, kur varu būt brīva no saistības ar [savu pamata identitāti]; šim nolūkam arī vēlējos jaukt pēdas, lai kāds nejaušs lasītājs nesuslēgtu, tādēļ izgudroju un rūpīgi ievēroju vairākus atšķirīgus rakstības principus, kādi nav [pamata identitātei], atšķirīgu piegājieni, kā komentēt, kā arī izteicos vīriešu, nevis sieviešu dzimtē. [...] Man *Cibā* ir arī bijuši vairāki konti: kots, kurā rakstu par iemīlēšanos (lai nepiesārņotu [pamata identitātes dienasgrāmatu] ar tādām banalitātēm), kots, kurā rakstu recenzijas, kots jautājumiem, kas ir pārāk stulbi priekš [manas pamata identitātes], kots, kurā rakstīju *specifically* par [bijušo draugu, ar ko bija traģiskas attiecības], kā arī vēl viens kots konkrētai inkognito interakcijai ar *Cibu*. Kāpēc visas šīs izpausmes nevarētu likt zem viena žurnāla: lai vēlme izpausties (dažādajos veidos) netraucētu vēlmei komunicēt un uzturēt [pamata identitātes] draudzības. (Dalībniece C)

(2) Man ir lietotāju grupas, kas paredzētas, lai mani nelasītu īstās dzīves draugi, ar kuriem man ir kontakti ikdienā. Viņiem es stāstu ko savādāku nekā pazīstamajiem, visbiežāk ko personisku, par ko nejustos komfortabli zinot, ka to varētu būt lasījis kaut kas no IRLa draugiem. Pilnīgas pārliecības, ka šajās grupās neiegadās kāds, kurš mani patiesībā pazīst, man nav, bet tas man arī īsti nav uztraucis. (Dalībnieks H)

---

<sup>506</sup> McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9–31.

(3) Ar savu īsto identitāti [īsto vārdu] *Cibā* neizmējos, bet arī to neslēpju. Nevienam pazīstamajam neesmu teikusi, ka rakstu dienasgrāmatu, bet ja kāds mans klients, ar kuru strādāju vairākus gadus, vai mana māsa vai mans brālis manu *Cibu* ieraudzītu, viņi viennozīmīgi uzreiz mani atšifrētu — gan pēc stila, gan notikumu hronoloģijas. Man arī ir aizdomas par vienu sadarbības partneri, kas atrodas visai augstā amatā, ka viņa mani lasa. Sarunas mums ar viņu parasti aiziet tik precīzi pēc manas *Cibas* atslēgas vārdiem, ka ir divas iespējas: vai nu mēs domājam ārkārtīgi līdzīgi, vai viņa seko līdzi. (*Dalībniece I*)

Ir lietotāji, kuriem privātuma jautājumi portālā publiskotās privātās informācijas kontekstā nav būtiski. Viņi vai nu uzskata, ka (1) viņu aktivitātes portālā nav tik intīmas, lai būtu īpaši slēpjamas (tai skaitā gadījumos, ja tās konvencionāli varētu uzskatīt par ļoti personiskām), vai (2) sava atklātībā nesaskata apdraudējumu, vai arī (3) portālā darbojas ar apziņu, ka, neskatoties uz jebkādiem piesardzības pasākumiem visa viņu informācija vai nu ir publiska, vai arī var par tādu kļūt.

(1) Es turklāt jau arī nerakstu tik daudz tādu lietu, kas man varētu nenormālākās nepatikšanas sagādāt, ja kāds, kam nevajag, to uzzinātu. Ja uzrakstu *Cibā*, ka esmu izšķīries, nu, kāda tur ir jēga to slēpt, kāds sliktums man ir no tā, ka to kāds dabū zināt? To rakstīju „zem atslēgas“, jo tas tomēr ir diezgan personiski un to negribas kliegt pa visu pasauli, bet tas arī nav nekas tāds, par ko būtu ļoti jāuztraucas, ja kāds par to padzirdētu. (*Dalībnieks G*)

(2) Izvēle par to, kuram sniegt piekļuvi ierakstiem „aiz atslēgas“ man pilnīgi nav atstrādāta. Friendlistē ir tie, kurus es gribu lasīt, es tos neaplūkoju kā jūzerus, kuriem es uzticēšu savu personīgo informāciju. Ar to, ka es viņus gribu lasīt, viņi izpelnās to, ka viņi redz manus ierakstus. (*Dalībniece B*)

(3) Man ir princips nublicēt *Cibā* neko tādu, ko negribētu izlasīt kā virsrakstu ar savu fotogrāfiju „Vakara Ziņās“. Līdz ar to par liekot iekšā zematslēgas ierakstus, kuru man ir maz un tie paši tādi ir tikai tāpēc, ka izklausās nepabeigti un man tajā brīdī nav bijis kapacitātes mesties un aizstāvēt savu viedokli, es rēķinos ar to, ka *Cibā* viss ir publisks. (*Dalībniece I*)

Šie novērojumi liecina, ka, lai gan indivīdi savos izteikumos mēdz būt brīvāki nekā bezaistē, šāda rīcība ir viņu apzināta izvēle, nevis nezināšana, neaizdomāšanās par privātumu. Lietotāji, publicējot ierakstus, labi apzinās, ka, neskatoties uz dažādiem drošības mehānismiem, pastāv šādas informācijas tālākizplatīšanās riski. Viņi vai nu tos pieņem kā neizbēgamus un ir gatavi risināt negatīvās sekas, ja tādas varētu gadīties, vai arī jau preventīvi mēģina riskus mazināt — abos gadījumos lietotāja izpratne par šo jautājumu tieši atspoguļojas viņa rīcībā, savus ierakstus publicējot vai nublicējot un ieviešot vai neieviešot dažādus drošības pasākumus.

#### **9.1.4. Citu lietotāju uzticamības izsecināšana**

Neredzot sociālās mijiedarbības partnerus un nespējot par viņiem ievākt informāciju bezaistei raksturīgos veidos, indivīdiem ir jāattīsta jaunas stratēģijas, kā panākt priekšstatu

par savstarpēju pazīstamību un pēc kādām pazīmēm izsecināt, vai kādam lietotājam var uzticēties.

Nozīmīgs uzticēšanās sajūtas radīšanā ir savstarpīgums: lietotājs par uzticamu tiek uzskatīts gadījumā, ja uz atklāšanos ir atbildējis ar atklāšanos. Lietotāji arī (1) apzinās, ka šādi viņi viens par otru iegūst informāciju, kas var tikt uzskatīta par kompromitējošu, un (2) turpināta apmaiņa ir priekšnoteikums, lai atklāšanās tiktu saglabāta.

(1) Ja nepazīstams cilvēks simpātiski komentē, neskatoties uz to, ka pats pie sevis neko neraksta vai arī raksta kaut ko ļoti mazbūtisku, neintīmu, ir ļoti maza iespēja, ka es viņu piefrendošu un dalīšos. Tāpat ja cilvēks pārtraucis rakstīt un aktīvi parādīties *Cibā*, es viņu drauglistē neturēšu – ir jābūt uzticības apmaiņai, to nevar vienkārši dāvināt. (*Dalībniece C*)

(2) Rakstīt *Cibā* to, ko varbūt negribētos pilnīgi visiem paziņot, es rakstu „zem atslēdziņas“. Tas zināmā mērā nozīmē uzticēties cilvēkiem, kurus dzīvē nekad neesmu sastapis. Taču es jau viņus pašus arī lasu, un viņi arī ir sarakstījuši visādas lietas par sevi. Tas ir *mutually assured destruction*, kas liek neizpaust tālāk informāciju vienam par otru. (*Dalībnieks G*)

Taču citi lietotāji uzticamību izvērtē, par pamatu ņemot bezsaistes kontaktus, tādējādi izmantojot bezsaistei raksturīgos citu cilvēku izvērtēšanas kritērijus. Šādi lietotāji uzskata, ka par patiesi „pazīstamu“ un uzticamu nevar tikt atzīts neviens, ar kuru nav izveidojies pietiekami ciešs kontakts bezsaistē, tādējādi tiešsaistes uzticēšanās tiek veidota atbilstoši vispārpieņemtajiem bezsaistes uzticēšanās principiem.

Es laikam esmu konservatīvs, bet ar tiem, kurus es nepazīstu, es dalos ar daudz mazāk personiskas informācijas nekā ar tiem kurus pazīstu personīgi. Man ir vairākas frendu grupas un tajās ir jūtams princips — jo labāk es pazīstu cilvēku reālajā dzīvē, jo vairāk personiskas informācijas es viņam varu izpaust. (*Dalībnieks E*)

Stratēģijas, kuras indivīdi izmanto uzticamo lietotāju identifikācijai un auditorijas uzraudzīšanai, ir atšķirīgas, tomēr tiešsaistes privātā saziņa nereti ir saistīta arī ar šīs informācijas izplatīšanos ārpus lietotāju iztēlotās tuvākās auditorijas. Gandrīz neviens no interviju dalībniekiem nebija saskāries ar situāciju, ka aiz iecerētā adresātu loka izplatās tikai ierobežotam lietotāju skaitam paredzētie ieraksti („aiz atslēgas“), turpretim situācijas, kad neprognozētā veidā tiek izmantota publiskā viņu dienasgrāmatu informācija, atgadās biežāk.

(1) Man nav tiešu pierādījumu, ka tas nāk no manas *Cibas*, bet esmu saskārusies ar to, ka informācija no *Cibas* aiziet tālāk. Ir bijis gadījums, kad ieeju valsts iestādē, redzu cilvēku, kurš sēž ar muguru pret mani un viņam vaļā *Ciba* un lasa manu dienasgrāmatu. Kad mēs sasveicinājāmies, tā meitene *Cibu* ļoti fiksi aiztaisīja ciet, nezinu, vai viņa saprata, ka lasa tieši mani. Jautri, protams, bet nekas vairāk. (*Dalībniece I*)

- (2) Tā kā mana profesionālā dzīve aizrit tādā mazā lokā, man ir svarīgi zināt, kas ir tie cilvēki, kuri lasa manus ierakstus, it īpaši tos, kas ir „aiz atslēgas“. Es esmu piesardzīga, jo ir bijušas situācijas, kur mani, tas ir manu dienasgrāmatu publiski citē, tiesa, gan, nezinot, ka tā esmu es — lai gan esmu bijusi pārliecināta, ka neviens no viņiem jau mani nelasa. Šī iemesla dēļ man ir izveidotas dažādas lietotāju grupas, kurām es atsevišķi nosaku, kurus manus ierakstus tajās ievietotie varēs lasīt — tā es varu rakstīt par tievēšanu un adresēt šos ierakstus meitenēm, varu publicēt dažām puīšu grupām pieejamus ierakstus, ar profesionālo darbību saistītus ierakstus, un tā tālāk. (*Dalībniece D*)

Šādos gadījumos lietotāji vai nu ir pieņēmuši to kā savu tiešsaistes aktivitāšu blakusparādību, vai arī ierobežojusi piekļuvi savai informācijai. Abi risinājumi liecina, ka lietotāji apzinās neskaidro robežu starp privāto un publisko informāciju un to, ka viņu pašu ziņā ir formulēt sev pieņemamu riska vadības pieeju.

### 9.1.5. Izpratne par tiešsaistes komunikāciju kā attiecību formu

Neskatoties uz kompleksajiem mehānismiem, kā dalībnieki izvērtē citus lietotājus, un uz intensīvajām un nereti arī emocionālajām apmaiņām, kas notiek arī starp lietotājiem, kuri kontaktējas tikai tiešsaistē, kopumā intervētajiem bija grūtības šādas mijiedarbības formas raksturot bezsaistes attiecību kategorijās — tai skaitā raksturot izmantojot jēdzienu „attiecības“. Intervētie portāla dalībnieki mēģināja šo kontaktu raksturošanai piemērot arī bezsaistes pazīšanos raksturojošus jēdzienus, taču atzina, ka šis jēdzieniskais aparāts šim lietojumam ir nepilnīgs.

- (1) Vai man ar viņiem [citiem portāla dalībniekiem] ir kaut kādas attiecības? Es pat nejūtu tur kaut kādas jūtas vai attiecības. Nezinu. Ir cilvēki, kurus esmu pamanījusi un kuriem tiešām sekoju līdzī kā personībām, bet vai tas definētu mūsu attiecību statusu? Diez vai, jo tāpēc, ka ja viņi mani nodraugotu nost, es diez vai būtu pārsteigta. Ja viņš vairs neraksta par to, kas man ir interesanti un es vairs nerakstu tā, kā interesanti ir viņam, tas nozīmē, ka... Drīzāk tā ir žurnāla abonēšanas metode. Attiecības man šķiet ir tad, kad ir abpusējas saistības. Šajā gadījumā tādu nav. Ja nu vienīgi gadījuma sakari. (*Dalībniece I*)
- (2) Ja attiecības parasti ir ar draugiem un paziņām, tad nevienā no šīm kategorijām es *Cibas* „draugus“ nevaru attiecināt. Tāpēc vienkāršāk ir radīt trešo grupu — cibiņi. Neko no viņiem negaidu, bet tanī pašā laikā gaidu. Gaidu, lai viņi rakstītu tā, kā dēļ esmu izvēlējies viņus piefrendot. (*Dalībnieks H*)
- (3) Draugu listē ir cilvēki, pret kuriem es jūtu simpātijas — viņi varētu tikt nosaukti par labiem sarunu biedriem un virtuāliem draugiem. Ir cilvēki, kas ir interesanti kā autori vai diskusiju biedri. Ir cilvēki, kas ļauj regulāri apjēgt, ka ir pietiekoši daudz savādāku cilvēku nekā esmu es un cilvēki manu tuvāko draugu vai kolēģu lokā. Tas tā ātrumā pasakāms, bet tā par to būtu ļoti jādomā, lai atbildētu. (*Dalībnieks F*)

Šie respondentu sniegtie komunikācijas raksturojumi nenožīmē, ka tiešsaistes sociālās mijiedarbības kontekstā nav iespējams runāt par attiecībām. Arī citkārt pētījumi ir parādījuši,



ka savus tiešsaistes un bezaistes attiecību partnerus indivīdi vērtē atšķirīgi. Piemēram, Dariusa Čaņa (*Darius Chan*) un Granda Čena (*Grand Cheng*) pētījumā indivīdi savas bezaistes draudzības raksturoja kā savstarpēji atkarīgākas, dziļākas, saistītas ar lielāku saprati un nodošanos nekā tiešsaistes attiecības — lai gan laika gaitā šo abu draudzības veidu atšķirības tiecas mazināties.<sup>507</sup> Tādējādi *Sviesta cibas* respondentu atbildes parāda, ka, raksturojot tiešsaistes sociālo mijiedarbību, ir nepieciešams izstrādāt jaunus jēdzienus un attīstīt jaunas izpratnes par starppersonu komunikāciju. „Attiecību režīma“ jēdziens ne tikai palīdz nošķirt gan tiešsaistes attiecības no bezaistes attiecībām, bet arī ļauj aplūkot uz dažāda veida mijiedarbību (pašatklāšanos, fatisko komunikāciju) balstītas tiešsaistes attiecības.

Neskatoties uz jēdzienisku neskaidrību, no respondentu izteikumiem ir iespējams gūt priekšstatu par attiecībām, kādas viņiem veidojas ar citiem tiešsaistē. Šīs attiecības ir trauslas un, ja ir vēlēšanās, var tikt izbeigtas jebkurā laikā (minētie „gadījuma sakari“), tās ir situatīvas un atbrīvotas no kādām ārēji noteiktām gaidām vai pienākumiem. Portāla lietotāji ar citiem var sazināties tad, kad to vēlas viņi un ar tiem, kuri konkrētajā brīdī un par konkrēto jautājumu vēlas rakstīt. Šādā veidā, lai cik ciešas vai vājas saites dažādus lietotājus saistītu, ir iespējama apmaiņa ar dažādiem resursiem — gan informāciju, gan emocionālo atbalstu, gan materiālo palīdzību, tādējādi gan papildinot, gan dažkārt arī aizstājot bezaistes saziņu.

(1) *Ciba* ir ātrs un vienlaikus neprasošs un neuzmācīgs veids, kā saņemt psiholoģisku „noglaudīšanu“. [..]

Piemēram, vakarnakt četros ierakstīju ļoti intīmu ierakstu, kuru pēc divdesmit minūtēm noprivātoju, par ko jau biju brīdinājusi ierakstā, bet tajās divdesmit minūtēs komentāros komunicēju ar trim dažādiem cilvēkiem, jo rēķinājos, ka vairāki noteikti būs nomodā un kaut ko pateiks, nav pat svarīgi, ko — viņi ar mani nopietni, iejūtīgi, cilvēcīgi komunicēs, un es nejutīšos izolēta no pasaules. Pieņemu, ka dažreiz tā instinktīvi daru, kad jūtu, ka tuvojas kāds sakāpināts nervu stāvoklis, izgāžu to ierakstā *Cibā* un cilvēku komunikācija — vairāk pats fakts, ne tik daudz tās saturs, kaut tas arī, protams, nav nesvarīgs — mani nomierina un savāc. (*Dalībniece C*)

(2) Man kā cilvēkam, kuram nepatīk vazāties pa krogiem un klubiem un kuram aktivitātes loks ir diezgan šaurs — darbs, māja, darbs, māja; darbā dators, mājā dators —, tas, ko *Ciba* ir devusi, ir cilvēku loks, ar kuriem parunāt. Vienkārši papļāpāt vai par kaut ko nopietnu papļāpāt; uzticēties vairāk vai uzticēties mazāk, bet ir cilvēku loks, ar kuru komunicēt tad, kad man sagribas. (*Dalībnieks E*)

Ir lietotāji, kuri atzīst, ka ir bezaistē nesatikti lietotāji, ar kuriem viņus vieno ciešas saites. Turklāt šāds tiešsaistes saziņas režīms nereti arī stiprina saites arī starp indivīdiem, ar kuriem kontakts tiek uzturēts arī bezaistē, jo tiešsaistē viņi var viens par otru uzzināt to, ko

---

<sup>507</sup> Chan, D. K. S., & Cheng, G. H. L. (2004). A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 305–320.

nebūtu stāstījuši bezsaistē. Tas, kādi indivīdi tiešsaistē atklājas, dažkārt ir bijis pārsteigums arī tiem, kuri viņus vispirms ir iepazīnuši bezsaistē, un kontaktus turpinājuši tiešsaistē.

[Kādu no savām draudzenēm, kas darbojas *Sviesta cībā*,] šeit ieraudzīju savādākā veidā, nekā zināju viņu dzīvē — par spīti tam, ka es viņu iepriekš pazinu jau tik ilgu laiku. Mūsu attiecības bija tādas noslēgtas, apmēram tā, ka aizej pie viņas ciemos un prasi: „Nu, kā tev iet?“ Un atbild: „Labi.“ Tā viņa neko nepasaka, tā es par viņu daudz ko neuzzinu. Es nemāku labi klausīties, tāpēc no viņas nemācēju neko tādu izvilkt ārā. Savukārt *Cībā* viņa beidzot pauda savas domas un viedokļus, par kuriem es iepriekš nezināju. *Ciba* varbūt piešķir vēl kaut kādu līmeni attiecībām ar tiem, kuri jau ir draugi reālajā dzīvē. Varbūt tas liek vairāk komunicēt — es tomēr ikvienā skatos *Cibu* un uzzinu, kas notiek, taču es ikdienā viņiem nepiezvanu vai netiekos. (*Dalībniece A*)

Bet citkārt tiešsaistes sociālo tīklu portāls ir tikai vēl viena saziņas platforma, kura noteiktos apstākļos ir ērtāka nekā citi saziņas kanāli, taču tiek izmantota jau citās sociālajās vidēs sāktu diskusiju turpināšanā, vai arī sarunas turpinās bezsaistē pēc tam, kad ir sāktas tiešsaistē.

- (1) Bieži vien sarunas par kādu tēmu sākas darbavietā, tad tu atnāc un ieraksti par to *Cībā*, saruna turpinās *Cībā*, un ir skaidrs, ka tur piedalās precīzi tie paši cilvēki. (*Dalībnieks J*)
- (2) *Ciba* darbojas tīri kā informatīvs rīks, arī, lai uzzinātu, kā pazīstamajiem cilvēkiem iet. Tas tomēr ir smags darbs — braukāt uz tikšanās reizēm, tusēt ar visiem. Bez *Cibas* ir mazāk regulāri zinātu, kā paziņām un draugiem klājas. (*Dalībnieks F*)

Tādējādi šīs attiecības lielā mērā atbilst „tīro attiecību“ izpratnei, tajās ir samazināta starppersonu spriedze un gaidas, tās indivīdiem ļauj nodibināt tāda veida un satura savienojumus, kādi viņiem pašiem ir svarīgi. Turklāt tiešsaistes attiecības var būt arī efektīvs bezsaistes pazīšanas uzturēšanas veids.

## **9.2. Tiešsaistes dienasgrāmatu analīzes rezultāti**

Analizējot ierakstu publicēšanas raksturojumus, datus no lietotāju profiliem (ierakstu publicēšanas biežums, lietotāja aktivitāšu ilgums portālā) un ierakstu tematiku, tiek pārbaudīts, kā atšķiras labāk savienotie lietotāji un mazāk savienotajiem, un kādi ir portāla izklaidētās intimitātes un tīkla sabiedriskuma raksturojumi *Sviesta ciba* lietotāju komunikācijā.

Tomēr savienojumu skaitu var būt noteikuši arī daudzi citi, šādā analīzes formātā nefiksējami iemesli. Lietotāju savienojumu rādītāji portālā mainās relatīvi lēnām, un pašreizējā ierakstu dinamika pētāmajā laika periodā var neatspoguļot lasītāju attieksmi pret indivīda publicēto saturu īstermiņā. Lietotājs var būt rakstījis lasītājus piesaistošus stāstus pirms kāda laika, taču lasītāji ir saglabājušies, pat ja ierakstu stils un skaits ir mainījies un pašreizējos apstākļos tik lielu sekotāju skaitu neļautu piesaistīt. Tāpat nozīmīga ir pati teksta

kvalitāte, kuru ar manis izvēlēto pētniecības metodi novērtēt nav iespējams: populāro lietotāju grupā ir vairāki autori, kuru savienojumu veidošanas panākumu pamatā acīmredzami ir nevis viņu vēstījuma saturs un tematiskā ievirze, bet gan prasmīgs darbs ar valodu, spēja rakstīt izklaidējoši, saistoši, arī tēlaini. Sociālajā tīklā augsti novērtētie izklaidējošie apraksti un uzmanību piesaistošās cilvēciskās kaislības var būt saistītas ar dažādu saturu un tematiku; tajos būtiski svarīga ir arī pasniegšanas forma.

Jāņem vērā arī tas, ka daļai indivīdu liels sekotāju skaits ir nevis tāpēc, ka viņu publicētais saturs piesaista daudz lasītāju, bet tāpēc, ka lasītāji ir personīgi pazīstami ar rakstītāju, un viņu šajā dienasgrāmatā vēlas nevis lasīt saistošas patstāvīgas satura vienības, bet gan uzzināt, kā sokas personīgi pazīstamam cilvēkam. Esmu centies identificēt šāda veida autorus un tos analizē neieklā, tomēr autora un viņa lasītāju pazīstamība kā popularitātes faktors arī pašlaik nav izslēdzama, un neiespējamība to novērst ir uzskatāma par vienu no šīs analīzes ierobežojumiem.

### **9.1.1. Ar ierakstu publicēšanu saistītie rādītāji**

Kā norādīts iepriekš, savienojumu skaita sadalījumu tīklā noteic lietotāja aktivitāte (piemēram, cik daudz ierakstu tiek publicēts noteiktā laika sprīdī), darbības ilgums tīklā (piemēram, cik ilgs laiks ir pagājis kopš reģistrēšanās portālā), jau esošo savienojumu skaits un lietotāja piemērotība tīklam<sup>508</sup> (citu lietotāju handikapu, ko tie guvuši, portālā ierodoties pirmie, jaunpienācējam ir iespējams mazināt, ja indivīds savā profilā publicē informāciju, kas ir saistoša daudziem). Izmantojot kvantitatīvos datus par publicētajiem ierakstiem, ir iespējams izvērtēt populāro un mazāk populāro lietotāju atbilstību dažiem no šiem rādītājiem.

Izlasē iekļautie mazāk populārie lietotāji portālā kopš reģistrēšanās līdz 2010. gada 31. decembrim ir pavadījuši vidēji 2121 dienas ( $SD = 880$ ), bet modālā atbilde (šāds rādītājs ir 44% gadījumu) rāda, ka biežākais gads, kad lietotāji portālā ir reģistrējušies, ir 2003. gads. Šiem lietotājiem, lai uzrakstītu turpmākajā analizē izmantotos 30 dienasgrāmatas ierakstus, bija nepieciešams vidēji 105 dienas ( $SD = 90$ ).

Izlasē iekļautie populārie lietotāji portālā kopš reģistrēšanās līdz 2010. gada 31. decembrim ir pavadījuši vidēji 2356 dienas ( $SD = 553$ ). Profila informācijā biežāk norādītie reģistrācijas gadi ir 2005. (28%), 2003. (22%), 2002. un 2004. gads (abos pēdējos pa 17%). Kā redzams, populāro lietotāju izkliede pa reģistrācijas gadiem ir lielāka, toties arī vidējais portālā pavadītais laiks ir lielāks un standartnovirze ir mazāka.

---

<sup>508</sup> Barabási, A. L. Introduction and keynote to A networked self.

Populārajiem lietotājiem, lai uzrakstītu analīzei atlasītos 30 ierakstus pēc kārtas, bija nepieciešamas vidēji 67 dienas ( $SD = 89$ ). Tādējādi ierakstu intensitāte noteiktā laikposmā populārajiem lietotājiem ir krietni lielāka nekā mazāk populārajiem.

Šie dati parāda, ka savienotākie lietotāji portālu izmanto aktīvāk, un arī dati par dienu skaitu kopš reģistrēšanās liecina, ka labākās pozīcijās ir tie lietotāji, kuru stāžs vietnē ir lielāks. Modālās atbildes gan šiem rezultātiem piešķir neskaidrību, jo dati parāda, ka lietotāju, kas portālā reģistrējušies 2003. gadā, drīz pēc portāla izveidošanas (tas notika 2002. gada jūlijā) starp mazāk populārajiem ir vairāk nekā starp populārajiem.

Turpinājumā tiks izvērtētas lietotāju savienotības atšķirības, izmantojot satura analīzi.

### 9.1.2. Dienasgrāmatās aplūkotās tēmas un to sadalījums

Sākotnēji veicu „istabu“ krostabulāciju pret lietotāja popularitātes mainīgajiem lielumiem. 15. tabulā skaitļi ilustrē, cik lietotājiem (no 18 katrā grupā) tekstos ir kodi, kas atbilst kādai no istabām. Piemēram, 14 no 18 populārajiem lietotājiem ierakstos ir kodi, ar kuriem atzīmēti „darbistabas“ tematikas ieraksti, bet starp mazāk populārajiem šādu lietotāju ir 13. Iekavās ir norādīts gadījumu skaits, cik reizes katrai no lietotāju grupām kāds kods, kas saistīts ar noteiktu „istabu“, ir izmantots, ieskaitot atkārtotas koda lietošanas. Tādējādi ir iespējams salīdzināt gan to, cik plaši kāda tematika ir pārstāvēta portālā (t. i., cik daudz lietotāju šādas tematikas ierakstus publicē), gan arī cik bieži šādas tematikas ieraksti parādās.

Kā redzams tabulā, 15. tabulā, biežāk diskutētās ir „viesistabas“ jeb sabiedriskošanās tēmas, kuras ir skāruši visu analizēto dienasgrāmatu autori abās grupās. Otra biežāk apspriestā tēma ir „guļamistabas“ ieraksti jeb ieraksti, kas satur intīmas pašatklāšanās elementus. Abās grupās 17 no 18 lietotājiem ir vismaz viens ieraksts, kas skar šādas tēmas, kas **apliecina arī intīmo tēmu plašo izplatību** — tomēr mazāk populārie lietotāji šīs tēmas ir apsprieduši biežāk. Nākamā biežākā kategorija ir „kāpņutelpa“ jeb fatiskā komunikācija. Lietotāju skaits, kas iesaistījies šādas tematikas ierakstu publicēšanā, abās grupās ir vienāds (17), taču populārie lietotāji šos kodus ir lietojusi mazliet intensīvāk nekā mazāk populārie. Nākamā biežāk skarā tēma ir „virtuves“ jeb publiskās komunikācijas jautājumi. Tos apsprieduši vairāk populāro lietotāju grupas dalībnieku, taču intensīvāks šīs tēmas izmantojums ir mazāk populāro lietotāju ierakstos. Beidzamā kategorija ir ar „darbistaba“ jeb ar darbu saistītie jautājumi. Šo tēmu apspriedis vienlīdz liels lietotāju skaits abās grupās, taču mazāk populārie lietotāji to ir apsprieduši intensīvāk.

Tādējādi secināms, ka dominējošās *Sviesta cibā* apspriestās tēmas ir saistītas ar privātās sarunās risināmām (taču ne intīmām) tēmām. Var teikt, ka daudzās tēmās atšķirības starp lietotājiem ar lielu ienākošo savienojumu skaitu un mazāk savienotajiem lietotājiem nav būtiskas. Par pamatu ņemot lietotāju skaitu, kas konkrēto tēmu ir skāruši, lielākās atšķirības

ir virtuves un darbistabas tēmās, kas nozīmē, ka šīs ir vairāk raksturīgas labāk savienotajiem lietotājiem. Savukārt, raugoties uz kodu lietojuma daudzuma procentu atšķirībām, vislielākā atšķirība ir viesistabas tēmās, kas tādā gadījumā drīzāk uzskatāma par mazāk populārajiem lietotājiem raksturīgu tēmu (starpība 4 procentpunkti), un kāpņutelpas tēmas, kas biežāk ir populāro lietotāju tēma (starpība 7 procentpunkti). Tomēr, kā jau minēju, atšķirības šādā skatījumā ir salīdzinoši nelielas, tāpēc ir nepieciešams detalizētāk iepazīties ar konkrētajiem katras grupas ierakstu kodēšanā biežāk izmantotajiem kodiem. Tas tiek darīts, īpaši pievēršoties diviem virzieniem, kuri, saskaņā ar promocijas darbā izklāstītajām teorētiskajām nostādnēm, parāda divus atšķirīgus tiešsaistes privātās komunikācijas režīmus. Guļamistabas jeb intīmās pašatklāšanās tematika komunikācija nepieciešama izklaidētās intimitātes skaidrošanai, un kāpņutelpa jeb sociālā komunikācija, kas nepieciešama tīkla sabiedriskuma izvērtēšanai.

**15. tabula.** Populāro un mazāk populāro lietotāju dienasgrāmatu ierakstu tematiskās kategorijas

*Ailē „Kodu izmantojušo lietotāju daudzums“ apzīmēts lietotāju daudzums (no 18), kuru dienasgrāmatas ierakstos kaut reizi minēta šāda tēma, bet “koda lietošanas intensitāte” apzīmē tēmas lietošanas biežumu — cik reizes tā ir minēta šīs grupas ierakstos.*

		Viesistaba	Guļamistaba	Kāpņutelpa	Virtuve	Darbistaba	Kopā
Populārie	Kodu izmantojušo lietotāju daudzums	18	17	17	17	14	83
	Koda lietošanas intensitāte	(548) 56%	(156) 16%	(116) 12%	(81) 8%	(78) 8%	(979)
Mazāk populārie	Kodu izmantojušo lietotāju daudzums	18	17	17	14	13	79
	Koda lietošanas intensitāte	(597) 60%	(181) 18%	(50) 5%	(108) 11%	(71) 7%	(1007)

**Piezīme:** „Kodu izmantojušo lietotāju daudzuma“ ailes maksimālā vērtība var būt 18. „Koda lietošanas intensitāte“ ir izteikta gan skaitliski, gan procentuāli, parādot, cik lielu daļu no kopējā izmantoto kodu daudzuma šī tēma aizņem.

16. tabulā attēloti abu grupu 20 biežāk lietotie kodi, kā arī norādīts, kurai no vispārējām tēmām („istabām“) tie atbilst. Divi biežākie kodi — „pamanītais, redzētais, pieredzētais“, kā arī „privātās aktivitātes, gaitas“ — abām grupām ir ar līdzīgiem rādītājiem: maz atšķirību ir gan to izmantojuma plašumā (lietotāju skaitā, kuriem ir ieraksti ar šādu tematiku), gan arī lietojuma intensitātē. Tas varētu būt skaidrojams ar šo kodu plašumu un nekonkrētību, tomēr šāds kods man ir bijis vienīgais veids, kā apzīmēt ierakstu tipu, kuros nav citu elementu, kas tematiski būtu fiksējami un regulāri atkārtotos.

**16. tabula.** Populārāko un mazāk populāro lietotāju dienasgrāmatu ierakstos visbiežāk lietotie kodi.

Tabulas ailē „Avoti“ norādīts lietotāju skaits (no 18), kuru tekstos šāds kods ir lietots, savukārt „norādes“ apzīmē skaitu, cik reizes konkrētais kods šīs grupas tekstos ir izmantots. Ailīte „Nr.“ apzīmē konkrētā koda vietu rangū sarakstā, kas aprēķināts pēc tā, cik daudz norāžu tekstos ir bijis uz konkrēto kodu: jo biežāk kods izmantots, jo augstāka vieta ranga sarakstā.

Nr.	Mazāk populārie	Avoti	Norādes	Populārie	Avoti	Norādes
1	<b>pamanītais, redzētais, piedzīvotais</b> (viesistaba)	16	64	<b>privātās aktivitātes, gaitas</b> (viesistaba)	16	69
2	<b>privātās aktivitātes, gaitas</b> (viesistaba)	16	62	<b>pamanītais, redzētais, piedzīvotais</b> (viesistaba)	16	66
3	kolektīvas, sociālas aktivitātes (viesistaba)	14	48	<b>darbs</b> (darbistaba)	12	57
4	<b>darbs</b> (darbistaba)	11	43	<b>emocijas</b> (guļamistaba)	13	49
5	neveiksmes, neizdošanās, grūtības (guļamistaba)	11	40	jautājums (kāpņutelpa)	15	33
6	<b>pārdomas par sevi, savu dzīvi</b> (guļamistaba)	15	36	cita portāla lietotāja pieminēšana (viesistaba)	13	31
7	alkohols (viesistaba)	15	35	<b>sociālpolitiski, ekonomiski jautājumi</b> (virtuve)	10	31
8	izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs (viesistaba)	15	35	kino, filmas, seriāli, TV pārraides (viesistaba)	14	29
9	<b>informatīvi materiāli, saites</b> (virtuve)	9	34	<b>izklaidējoši materiāli, saites</b> (viesistaba)	11	26
10	<b>emocijas</b> (guļamistaba)	13	28	laikapstākļi (kāpņutelpa)	12	26
11	<b>sociālpolitiski, ekonomiski jautājumi</b> (virtuve)	7	28	<b>pārdomas par sevi, savu dzīvi</b> (guļamistaba)	10	25
12	<b>sadzīve</b> (viesistaba)	13	28	<b>ēdiens</b> (viesistaba)	11	24
13	<b>tuvinieki, ģimene, radi</b> (viesistaba)	10	27	<b>veselība</b> (guļamistaba)	10	24
14	pārdomas par plašākiem sabiedriskiem (nepolitiskiem) procesiem (virtuve)	9	26	<b>informatīvi materiāli, saites</b> (virtuve)	10	22
15	<b>ēdiens</b> (viesistaba)	11	22	mēmes (kāpņutelpa)	13	21
16	atpūta (viesistaba)	9	20	<b>tuvinieki, ģimene, radi</b> (viesistaba)	10	21
17	<b>veselība</b> (guļamistaba)	9	20	<b>sadzīve</b> (viesistaba)	9	20
18	mūzika (viesistaba)	9	20	fatiskā komunikācija ( <i>small talk</i> ) (kāpņutelpa)	8	20
19	romantiskas attiecības (guļamistaba)	6	19	mājdzīvnieki (viesistaba)	7	18
20	<b>izklaidējoši materiāli, saites</b> (viesistaba)	10	19	izteikumi par cibu (viesistaba)	11	18
Kāpņutelpa	0			4		
Virtuve	3			2		
Darbistaba	1			1		
Viesistaba	11			10		
Guļamistaba	5			3		
<b>Kopā:</b>		<b>229</b>	<b>654</b>		<b>231</b>	<b>630</b>

**Piezīme:** Tabulā ar treknrakstu ir iezīmēti tie kodi, kuri 20 populārāko kodu sarakstā kopēji ir gan populārajiem, gan mazāk populārajiem lietotājiem

Ar kodu „pamanītais, redzētais, pieredzētais“ atzīmēts, piemēram, šāds ieraksts:

Gandrīz blakus mājām bijušā veloveikala, kuru novēra Diždimba, vietā kādu laiku bija lupatubode, bet tagad iekārtojies šmigas veicis. Savukārt trambuļa pietura "Rīgas drēbnieks" nu ir "Lido atpūtas centrs". (*Autors 15*)

Turpretim ar kodu „privātās aktivitātes, gaitas“ atzīmēts, piemēram, šāds ieraksts:

Es dzīvoju tumsas pilsētā...

No rīta pamostos - tumšs. Eju uz darbu. Sēžu savā pagrabā/bunkurā. Vakarā izeju ārā - tumšs. Eju uz mājām. Tumsa un precīzi maršruti, kas atkārtojas. Ne pa labi, ne pa kreisi. Tumsa.

Bet man patīk. (*Autore 16*)

Pārējo kodu lietojuma biežumā ir vērā ņemamas atšķirības. Astoņi no 20 aplūkotajiem biežāk lietotajiem kodiem ir tādi, kas ir tikai vienā — populāro vai mazāk populāro — lietotāju tekstu analizēšanā visbiežāk lietoto kodu grupā. Salīdzinot kodus, kas parādās vienas grupas biežāko kodu tabulā un neparādās otrā, redzams, ka bieži izmantoti mazāk populāro grupas kodi, kas neparādās populāro grupas sarakstā, ir „kolektīvas, sociālas aktivitātes“, „neveiksmes, neizdošanās, grūtības“, „alkohols“, „izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs“, „pārdomas par plašākiem sabiedriskiem (nepolitiskiem) procesiem“, „atpūta“, „mūzika“, „romantiskās attiecības“.

Populāro lietotāju ierakstos bieži izmantotie kodi, kuru nav biežāk izmantoto mazāk populāro lietotāju biežāk lietoto kodu sarakstā, ir „jautājums“ (jautājuma uzdošana lasītājiem), „cita portāla lietotāja pieminēšana“, „kino, filmas, seriāli, TV pārraides“, „laikapstākļi“, „mēmes (MAS)“, „fatiskā komunikācija (*small talk*)“, „mājdzīvnieki“, „izteikumi par portālu“.

16. tabulas apakšējā daļā sniegts arī kopsavilkums par „istabām“, kurām aplūkoti biežāk lietotie kodi ir piederīgi. Lielākā atšķirība starp abām lietotāju grupām ir tāda, ka populāro lietotāju ieraksti tematiski ir mazliet daudzveidīgāki, jo ietver arī sociālās komunikācijas — „kāpņutelpas“ — tematiku, kam mazāk populāro grupā savukārt nav neviena ieraksta. Saskaitot kopā lietotājus, kuru tekstos ir kāds no kodiem (ailīte „avoti), redzams, ka populāro lietotāju ierakstu kodēšanā izmantots mazliet vairāk kodu (231 pret 299). Arī tas parāda, ka populāro lietotāju ieraksti ir bijuši daudzveidīgāki, jo tajos atrodama satura atzīmēšanai bijis nepieciešams plašāks kodu spektrs. Mazāk populāro lietotāju grupas pārstāvju tekstu analīzei turpretim ir izmantots lielāks kodu skaits (attiecīgi 654 pret 630), kas savukārt liecina par lielāku *intensitāti* (biežumu), ar kādu tiek aplūkotas skartās tēmas (jāuzsver, ka analizēto ierakstu skaits abās grupās ir identisks).

### 9.1.3. Ierakstu tematikas salīdzinājums pa dzimumiem

Vēl viens veids, kā aplūkot tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu tematiskās atšķirības un izdarīt secinājumus par elementiem, kuri varētu ietekmēt savienojumu skaitu, un to, kā tie ir saistīti ar indivīda tiešsaistes komunikācijas režīmu, ir salīdzināt dienasgrāmatu ierakstus, ko rakstījuši vīrieši un sievietes.

Salīdzināt abus dzimumus lietotāju savienojumu veidošanas ziņā var, izzinot, cik daudz katra dzimuma lietotāju ir visa portāla populārāko lietotāju sarakstā. Taču, kā jau norādīts, lietotāji, kuri ir iekļauti dienasgrāmatu analīzē, ir izvēlēti ne tikai pēc savas popularitātes, bet arī pēc tā, vai pētniekam ir iespēja piekļūt viņu ierakstiem — vai viņi piekrīt savu dienasgrāmatu ierakstu izmantošanai pētījumā. Tāpat jāizvērtē, vai ir pamats uzskatīt, ka viņu dienasgrāmatas ir iekļaujamas izlases kopumā, jo ir iespējami gadījumi, kad savienojumu skaitu, visticamāk, nosaka citas viņu aktivitātes (piemēram, dienasgrāmatu tiek izmantota tikai un vienīgi, lai uzturētu kontaktu ar pazīstamiem cilvēkiem, un personiski nepazīstamos šāds saturs nepiesaistītu). Taču, ja mērķis ir izvērtēt vislabāk savienoto lietotāju sarakstu pa dzimumiem, daudzi no šiem ierobežojumiem atkrīt, un šādus datus ļauj iegūt sociālo tīklu analīzes sniegtā statistika. 36 (skaitlis izvēlēts atbilstoši tam, ka ierakstu analīzē iekļauto dienasgrāmatu skaits ir 36) visvairāk savienoto lietotāju sarakstā 17 ir vīrieši, kas nozīmē, ka savienojumu ziņā starp vīriešu un sieviešu kārtas lietotājiem nav būtiskas atšķirības.

#### 17. tabula. Vīriešu un sieviešu lietotāju dienasgrāmatu ierakstu tematiskās kategorijas

Ailē „Kodu izmantojušo lietotāju daudzums“ apzīmēts lietotāju daudzums (no 18), kuru dienasgrāmatas ierakstos kaut reizi minēta šāda tēma, bet “koda lietošanas intensitāte” apzīmē tēmas lietošanas biežumu — cik reizes tā ir minēta šīs grupas ierakstos.

		Viesistaba	Guļamistaba	Kāpņutelpa	Virtuve	Darbistaba	Kopā
Vīrieši (populārie + mazāk populārie)	Kodu izmantojušo lietotāju daudzums	18	16	17	17	13	
	Koda lietošanas intensitāte	(505) 56%	(119) 13%	(85) 9%	(129) 14%	(59) 7%	897
Sievietes (populārie + mazāk populārie)	Kodu izmantojušo lietotāju daudzums	18	17	17	14	14	
	Koda lietošanas intensitāte	(640) 59%	(218) 20%	(81) 7%	(60) 6%	(90) 8%	1089

**Piezīme:** Koda lietošanas intensitātes rādītājs ir izteikts arī procentos, kas parāda, cik lielu daļu no kopējā izmantoto kodu daudzuma šī tēma aizņem.

Turpinot tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu analīzi, 17. tabulā salīdzināti vīriešu un sieviešu dzimtes lietotāji pēc tā, cik daudz viņu ieraksti ir atzīmēti ar kādai no „istabām“



(kategorijām) atbilstošajiem kodiem. Populārāko kategoriju ranžējums, salīdzinājumā ar iepriekšējo analīzes posmu, būtiski nemainās. Līdzīgi kā populāro un mazāk populāro lietotāju salīdzinājumā, arī šeit kategorija, kas ir pieminēta visbiežāk un ko ir pieminējuši visi lietotāji, kuru ieraksti analizēti, ir „viesistaba“. Nākamā biežākā kategorija ir „guļamistaba“, „kāpņutelpa“, „virtuve“, savukārt „darbistaba“ ir retāk pieminētā.

Aplūkojot vīriešu un sieviešu kārtas lietotāju ierakstu kodu biežumu, var secināt, ka „maskulīnās“ jomas ir „virtuve“ un „kāpņutelpa“ — tās ir vienīgās tēmas, par kurām vīrieši ir rakstījuši krietni biežāk nekā sievietes. Pārējās tēmās ar lielāku vai mazāku pārsvaru dominē sievietes. Tādējādi var redzēt, ka kopējās tendencēs tie atbilst tradicionālajām dzimtes lomām: vīrieši biežāk nekā sievietes runā par sociālpolitiskiem, ekonomiskiem jautājumiem, publicē informatīvus materiālus un saites, savukārt sievietes biežāk apspriež „guļamistabas“ tematikas jautājumus un biežāk saviesīgi sarunājas. Vislielākās kodu lietošanas biežuma procentuālās atšķirības arī ir rodamas tieši šajās jomās: starpība „guļamistabas“ tēmu lietojumā starp sievietēm un vīriešiem ir 7 procentpunkti, bet „virtuves“ tēmu lietojumā — astoņi procentpunkti.

Arī „darbistabas“ jomā sievietes ir aktīvākas nekā vīrieši. Tas skaidrojams ar to, ka kodi, kas izmantoti darba tematikas fiksēšanai, nenošķir dažādus darba kontekstus, savukārt darbs kā ikdienas aktivitāte mūsu sabiedrībā nav uzskatāma par kādai dzimtei raksturīgu aktivitāti. „Darbistabas“ kodi ir izmantoti katru reizi, kad indivīds savos tekstos ir pieminējis darbu, mācības vai studijas, savukārt tas, kā tiek komunicēta strādāšana, pārstāvētās sfēras un profesionālā kompetence šādi netiek fiksēta. Novērojumi par pašu ierakstu saturu savukārt liecina, ka tieši vīriešiem ir raksturīga pozitīvas paštēla veidošana, stāstot par situācijām, kuras saistītas ar darbu. Proti, viņi biežāk stāsta, ko dara, ar kādiem izaicinājumiem saskaras un kādus panākumus guvuši. Sievietēm turpretim ir vairāk raksturīgs runāt par darbu no attieksmju un izjūtu pozīcijām, retāk runājot par pašiem darba pienākumiem vai darba procesu. Piemēram:

Šodien vēl viena 9 stundu darba diena, bet šodien būs arī tā diena, kurā es teikšu, ka nē, man vajag brīvdienas, es netieku galā ne ar sevi, ne ar skolu, un vispār stresam neesmu paredzēta. (*Autore 25*)

Vai:

šodien pēdējā diena of the slavery. un pie tam pat ne vēlāis rīts, bet midday :)vakarā fridge party, jāmēģina nepieņemt galīgās lupatās un jāuzvedas pieklājīgi :D pārmaiņas pēc braukšu uz darbu ar busu, nevis velo un vilkšu savus ierasti īsos svārciņus. esmu nogurusi no biksēm vien. pat nezināju, ka tik ļoti var pietrūkt svārki :D

ko esmu zaudējusi mēnesi strādājot 14h dienā? izskatās, ka pāris kg, sociālo dzīvi un dzeršanas līmeni. (*Autore 26*)

**18. tabula.** Vīriešu un sieviešu dienasgrāmatu ierakstos visbiežāk lietotie kodi

Tabulā ar „avotiem” apzīmēts lietotāju skaits (no 18), kuru tekstos šāds kods ir lietots, savukārt „norādes” apzīmē skaitu, cik reizes konkrētais kods šīs grupas tekstos ir izmantots. Ailīte „Nr.” apzīmē konkrētā koda vietu rangs sarakstā, kas aprēķināts pēc tā, cik daudz norāžu tekstos ir bijis uz konkrēto kodu: jo biežāk kods izmantots, jo augstāka vieta ranga sarakstā.

Nr.	Sievietes	Avoti	Norādes	Nr.	Vīrieši	Avoti	Norādes
1	<b>pamanītais, redzētais, pieredzētais</b> (viesistaba)	17	74	1	<b>privātās aktivitātes, gaitas</b> (viesistaba)	15	76
2	<b>darbs</b> (darbistaba)	12	57	2	<b>pamanītais, redzētais, pieredzētais</b> (viesistaba)	16	56
3	<b>privātās aktivitātes, gaitas</b> (viesistaba)	17	55	3	sociālpolitiski, ekonomiski jautājumi (virtuve)	12	52
4	<b>emocijas</b> (guļamistaba)	16	53	4	<b>darbs</b> (darbistaba)	11	43
5	<b>kolektīvas, sociālas aktivitātes</b> (viesistaba)	12	43	5	informatīvi materiāli, saites (virtuve)	11	41
6	<b>pārdomas par sevi, savu dzīvi</b> (guļamistaba)	14	36	6	cita portāla lietotāja pieminēšana (viesistaba)	9	25
7	ēdiens (viesistaba)	13	35	7	<b>izklaidējoši materiāli, saites</b> (viesistaba)	12	25
8	<b>neveiksmes, neizdošanās, grūtības</b> (guļamistaba)	13	35	8	<b>pārdomas par sevi, savu dzīvi</b> (guļamistaba)	11	25
9	tuvinieki, ģimene, radi (viesistaba)	12	35	9	<b>emocijas</b> (guļamistaba)	10	24
10	<b>sadzīve</b> (viesistaba)	14	32	10	<b>kolektīvas, sociālas aktivitātes</b> (viesistaba)	12	23
11	<b>alkohols</b> (viesistaba)	14	30	11	mūzika (viesistaba)	10	23
12	<b>kino, filmas, seriāli, TV pārraides</b> (viesistaba)	13	28	12	<b>neveiksmes, neizdošanās, grūtības</b> (guļamistaba)	6	23
13	<b>veselība</b> (guļamistaba)	12	27	13	<b>jautājums</b> (kāpņutelpa)	12	22
14	romantiskās attiecības (guļamistaba)	10	26	14	<b>izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs</b> (viesistaba)	9	22
15	mācības, studijas (darbistaba)	7	23	15	<b>kino, filmas, seriāli, TV pārraides</b> (viesistaba)	12	20
16	izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs (viesistaba)	12	23	16	fatiskā komunikācija ( <i>small talk</i> ) (kāpņutelpa)	9	18
17	<b>laikapstākļi</b> (kāpņutelpa)	10	22	17	<b>laikapstākļi</b> (kāpņutelpa)	10	17
18	<b>pārdomas par plašākiem sabiedriskiem (nepolitiskiem) procesiem</b> (virtuve)	6	21	18	<b>veselība</b> (guļamistaba)	7	17
19	<b>jautājums</b> (kāpņutelpa)	9	20	19	<b>sadzīve</b> (viesistaba)	8	16
20	<b>izklaidējoši materiāli, saites</b> (viesistaba)	9	20	20	<b>alkohols</b> (viesistaba)	10	15
	Kāpņutelpa	2				3	
	Virtuve	1				2	
	Darbistaba	2				1	
	Viesistaba	10				10	
	Guļamistaba	5				4	
	<b>Kopā:</b>	<b>242</b>	<b>695</b>			<b>212</b>	<b>583</b>

Aplūkojot, kuri kodi biežāk lietotie vīriešu un sieviešu dienasgrāmatās, redzamas būtiskas atšķirības (18. tabula). Katrā no 20 populārāko kodu sarakstiem ir pieci kodi, kas abām grupām nepārklājas.

Tikai sievietēm aktuālās tēmas tādējādi ir „ēdiens“, „tuvinieki, ģimene, radi“, „romantiskās attiecības“, „mācības, studijas“, un „izdošanās, problēmu atrisināšana, pozitīvs“. Turpretim tikai vīriešiem biežāk pieminētās tēmas ir „sociālpolitiski, ekonomiski jautājumi“, „informatīvi materiāli, saites“, „cita portāla lietotāja pieminēšana“, „mūzika“, un „fatiskā komunikācija (*small talk*)“. Tādējādi vismaz šajā ziņā līdzības starp vīriešu un sieviešu kārtas lietotāju tekstiem ir lielākas nekā starp populāro un mazāk populāro lietotāju tekstiem, kur bija astoņi kodi no 20, kas abām grupām nepārklājas.

Arī biežāk lietoto kodu detalizētais skatījums apstiprina sliekšanos uz tradicionālajām dzimtes lomām: sievietēm mazliet vairāk ir „guļamistabas“ ierakstu, turpretim vīriešiem mazliet vairāk ir „virtuves“ un „kāpņutelpas“ ierakstu. Tas varētu liecināt par tendenci uz iesaistīšanos sociālajā komunikācijā pašas saziņas pēc, taču vairoties sniegt kādu patstāvīgi interpretējamu personisku informāciju par sevi. Citiem vārdiem, tas var liecināt par vēlmi izteikties un veidot kontaktus, taču mazāku atklāšanos citiem un mazāk ieguldītām pūlēm saziņā (patstāvīgas, komificējamās informācijas vienības radīšana prasa vairāk pūļu nekā fatiskā komunikācija). Cita portāla lietotāja pieminēšana, kas vairāk raksturīga vīriešiem, lasītājiem signalizē par iesaistītību portāla kopienā un iespējamu personīgu pazīšanos ar citiem lietotājiem. Vīriešu lietotāju tekstos ir izmantots krietni mazāk kodu (897) nekā sieviešu lietotāju ierakstos (1089).

Tādējādi šie novērojumi lielā mērā saskan arī citu pētnieku secinājumiem par vīriešu un sieviešu komunikatīvajām atšķirībām tiešsaistē. Sāra Pedersena (*Sarah Pedersen*) un Kerolaina Makafi (*Caroline Macafee*) secinājušas, ka vīrieši ir vairāk vērsti uz informācijas apmaiņu un viedokļiem, bet sievietes — uz sociālajiem aspektiem.<sup>509</sup> Viņas ar aptaujāto vīriešu un sieviešu blogotāju atšķirībām skaidroja, kāpēc vīrieši ir redzamāki (*high profile*) nekā sievietes, bet šādā izteiksmē tas uz *Sviesta cibu* neattiecas. Taču ir jāuzsver, ka dati vienlaikus arī parāda vīriešu un sieviešu tiešsaistes paštēlu dažādību, jo arī vīriešu ierakstos ir sastopamas tādas tēmas kā „emocijas“, turpretim sievietes daudz raksta par darbu. Tādēļ redzams, ka, neskatoties uz tendenci, ka kopumā rezultāti rāda lietotāju atbilstību tradicionālajām dzimtes normām savās pašizpaušmēs, tiešsaistes vide sniedz iespēju arī uzturēt un attīstīt atšķirīgus paštēlus.

---

<sup>509</sup> Pedersen, S., & Macafee, C. (2007). Gender differences in British blogging. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1472–1492.

Nozīmīgas atšķirības vīriešu un sieviešu jauniešu tiešsaistes komunikācijā, kas lielā mērā saskan ar tradicionālajiem vīriešu un sieviešu stereotipiem.<sup>510</sup> Lai gan varētu sagaidīt, ka tieši tiešsaistē, kur indivīdiem ir lielākas iespējas „uzmērīt“ dažādas identitātes un atbrīvoties no citu viņu pārstāvēto sfēru normām un noteikumiem, dzimšu (*gender*) atšķirības varētu izpausties mazāk tradicionālos veidos,<sup>511</sup> mani dati šo pieņēmumu neapstiprina.

### 9.3. Izklīdētās intimitātes izpausmju statistisks izvērtējums

Izklīdētā intimitātes izvērtējumam būtiski ir noskaidrot sociālo tīklu portālu pašatklāšanās līmeni, kā arī skaidrot to kontekstā ar komunikācijas iznākumiem — portāla sociālajiem lietojumiem, kā arī savienojumu veidošanu ar citiem lietotājiem. Šādi ir iespējams izvērtēt pašatklāšanās un uzticēšanās nozīmi tiešsaistes komunikācijā.

#### 9.3.1. Uzticēšanās un pašatklāšanās indekss

Promocijas pētījuma aptaujā lietotāju pašatklāšanās un uzticēšanās mērījumiem tika izmantotas atbildes uz trīs jautājumiem: „Jūtu, ka varu saviem portāla „draugiem“ uzticēties“; „Varu pastāstīt viņiem personiskas ziņas par sevi“, un „Esmu par sevi rakstījis (-usi) to, ko lasītāji neuzzinātu no citiem avotiem“. Respondentiem šie trīs spriedumi bija jānovērtē ar atbildēm „pilnībā piekrītu“, „piekrītu“, „grūti pateikt“, „daļēji nepiekrītu“, „pilnībā nepiekrītu“. Detalizēti kvantitatīvie uzticēšanās rādītāji ir apkopoti 7. nodaļā par sociālo kapitālu. Šie mērījumi tika adaptēti no Bendžamina Detenbera (*Benjamin Detenber*), Mindawati Vidžajas (*Mindawati Wijaya*) un Hui Ji Goha (*Hui Yi Goh*) pētījumā par blogošanu un pašatklāšanos izmantotajiem jautājumiem, kuri skāra tiešsaistes draudzību un uzticēšanās jomu.<sup>512</sup>

Summējot vidējās atbildes uz šiem trim apgalvojumiem (tas darīts, izmantojot *SPSS* funkciju „*compute variable*“), tika izveidots **uzticēšanās un atklāšanās indekss**, kas parāda katra pētītā portāla atbilžu vidējo aritmētisko vērtību. Indekss ir mērījums, kurā ir apkopoti vairāki mainīgie lielumi — šādi ir iespējams operēt ar visiem iegūtajiem datiem, vienkāršojot aprēķinus. Vērtības indeksa četrus punktu skalā var svārstīties no 0 līdz 3.<sup>513</sup> Šis indekss

<sup>510</sup> Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2011). Gender, communication, and self-presentation in teen chatrooms revisited: Have patterns changed? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 39–59.

<sup>511</sup> Deivida Hafakera (*David Huffaker*) un Sandras Kalvertes (*Sandra Calvert*) secinājumi gan ir pretēji: viņu pētījumā par jauniešu tiešsaistes identitātēm un valodas lietojumu secināts, ka šī interneta lietotāju paaudze kļūst androgēnāka. Sk.: Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2). Retrieved December 30, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>

<sup>512</sup> Detenber, B., Wijaya, M., & Goh, H. Y. (2008).  *Blogging and online friendships: The role of self-disclosure and perceived reciprocity*. Paper presented at the 58th Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, Canada, May 22 – 26, 2008. Retrieved December 29, 2009, from [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/2/3/2/5/5/p232554\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/3/2/5/5/p232554_index.html)

<sup>513</sup> Lai varētu salīdzināt dažāda garuma skalu vidējos aritmētiskos un lai varētu no vairākiem mainīgajiem lielumiem izveidot vienotu indeksu, sākotnējās skalas vērtības tika pārkodētas intervālā no 0 līdz 1 (1 = pilnībā

parāda, ka *Draugiem.lv* rezultāts (1,44) ir krietni zemāks nekā *Sviesta cibas* (1,95) un *LiveJournal* rezultāts (2,22).

### 9.3.2. Uzticēšanās un pašatklāšanās rādītāji

Tā kā mērījumu atšķirību dēļ šos datus ir problemātiski salīdzināt ar citu aptauju datiem, rādītājus izvērtēt var tikai kontekstuāli. Tas, ka *Draugiem.lv* rādītājs ir krietni zemāks nekā abiem pārējiem portāliem, var būt saistīts ar tā lietojumu, kas atšķiras no *Sviesta cibas* un *LiveJournal* lietojuma. Ja to noteiktu lietotāju skaita apjoms un daudzveidība, *LiveJournal*, kas apvieno lietotājus no dažādām pasaules valstīm, rādītājam vajadzētu būt zemākam. Tanī pašā laikā ir jāatzīmē, ka divos portālos uzticēšanās un atklāšanās rādītājs pārsniedz vismaz pusi no iespējamajiem rādītājiem (t.i., ir lielāks par 1,5), bet *Draugiem.lv* tas ir tuvs pusei. Tas nozīmē, ka, neskatoties uz uzticēšanās un atklāšanās atšķirībām, indekss kopumā nav zems.

Intimitātes nozīmi veiksmīgā komunikatīvajā darbībā līdzīgā kārtā var izvērtēt, arī analizējot korelācijas mainīgajiem lielumiem, kas raksturo portālu lietojumu sociālām aktivitātēm. Respondentiem ar atbildēm „ļoti nozīmīgi“, „diezgan nozīmīgi“, „ne pārāk nozīmīgi“ un „nenozīmīgi“ bija jānovērtē šādi apgalvojumi par portāla izmantošanu: (1) „sazinās ar bezsaistē jau pazīstamiem cilvēkiem“; (2) „veidoju jaunas pazīšanās“; (3) „sadarbojos kāda uzdevuma izpildē vai idejas realizācijā“; (4) „saviesīgi kontaktējos“; (5) „sniedzu padomus“ un (6) „saņemu padomus“; (7) „sniedzu emocionālo atbalstu“ un (8) „saņemu emocionālo atbalstu“; (9) „sniedzu materiālo atbalstu“ un (10) „saņemu materiālo atbalstu“.

Kā redzams 19. tabulā, tam, cik ļoti respondents uzticas citiem portāla lietotājiem, ir statistiski nozīmīga pozitīva korelācija ar vismaz kādu no sociālajām aktivitātēm, kurās respondenti kādā no portāliem iesaistās. Izņēmums ir materiālā atbalsta saņemšanas mainīgajam, kuram nav statistiski nozīmīgas korelācijas. Arī šajos aprēķinos *Draugiem.lv* respondentiem korelāciju ir vairāk pozīcijās nekā pārējos portālos, tomēr, atšķirībā no iepriekšējās tabulas, šeit *LiveJournal* respondentu atbildēs korelāciju ir krietni mazāk nekā *Sviesta cibas* respondentu atbildēs, kas parāda, ka arī līdzīgas sistēmas portālos respondentu viedoklis par uzticēšanos un pašatklāšanos var būtiski atšķirties. Tikai *Sviesta cibas* respondentu atbildēs parādās saistība starp kontaktēšanos ar bezsaistē pazīstamiem cilvēkiem un uzticēšanos/pašatklāšanos. Šādas korelācijas nav arī *Draugiem.lv*, kas biežāk nekā abi pārējie varētu tikt izmantots, lai uzturētu kontaktus tieši ar jau pazīstamiem cilvēkiem.

---

piekrītu, 0,66 = daļēji piekrītu, 0,33 = daļēji nepiekrītu, 0 = nepiekrītu, bet atbilde „grūti pateikt“ tika kodētā kā trūkstošā vērtība (*missing value*).

**19. tabula.** Uzticēšanās indeksa un portāla lietošanas sociālo aktivitāšu korelācijas  
(Spīrmana korelācijas koeficients)

	Uzticēšanās indeksa: Sviesta ciba	Uzticēšanās indeksa: Draugiem.lv	Uzticēšanās indeksa: LiveJournal
Sazinos ar cilvēkiem, kurus pazīstu bezsaistē	,208**	,133	,004
Veidoju jaunas pazīšanās bezsaistē	,136	,193*	,076
Sadarbojos kāda uzdevuma izpildē	,206*	,141	,062
Saviesīgi kontaktējos	,162*	,204*	,144
Sniedzu padomus vai informāciju	,127	,311**	,052
Saņemu padomus vai informāciju	,166*	,312**	,104
Sniedzu emocionālu atbalstu	,311**	,286**	,415**
Saņemu emocionālu atbalstu	,308**	,420**	,445**
Sniedzu materiālu atbalstu	,057	,222**	,027
Saņemu materiālu atbalstu	,120	,135	,100

**Piezīme:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Visos trijos portālos statistiski nozīmīga korelācija uzticēšanās un pašatklāšanās indeksam ir ar emocionālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, kas, spriežot arī pēc korelāciju ciešuma, ir uzskatāmi par būtiskākajiem mainīgajiem lielumiem, kas saistīti ar pašatklāšanos un uzturēšanos: **tie, kuri spēj vairāk atklāties un uzticēties, vairāk spēj arī iesaistīties emocionālās apmaiņās.** Sociālā kapitāla aprēķini (sk. 7. nodaļu) parādīja, ka emocionālā apmaiņa nav pats populārākais šo portālu lietošanas veids, taču tas, ka tieši šim lietojumam ar uzticēšanos un pašatklāšanos ir visciešākās korelācijas un tās konstatējamās visos trīs portālos, pasvīturo uzticēšanās un pašatklāšanās nozīmi tiešsaistes komunikācijā.

Turpinājumā tiek izvērtēta uzticēšanās saistība ar respondentu sabiedriskumu un komunikācijas intensitāti portālā. Komunikācijas intensitāte tiek mērīta, liekot respondentiem norādīt, cik daudz citu lietotāju viņi ir pievienojuši portāla „draugiem“, aptuveni cik ierakstu publicē nedēļā un aptuveni cik atsauksmju vai cita veida atgriezeniskās saites vienību saņēmuši nedēļas laikā. Savukārt sabiedriskums tiek mērīts, izmantojot atbildes uz apgalvojumiem „Man ir daudz draugu“, „man patīk uzturēties sabiedrībā“, „portālā daudz kontaktējos ar citiem lietotājiem“ un „man ir viegli paust emocijas“: šie apgalvojumi respondentiem bija jānovērtē ar atbildēm „pilnībā piekrītu“, „daļēji piekrītu“, „grūti pateikt“, „daļēji nepiekrītu“ un „nepiekrītu“. Šie indikatori aptver gan sabiedriskumu bezsaistē (pirmie divi), gan tiešsaistē (apgalvojums „Portālā daudz kontaktējos ar citiem lietotājiem“).

Kā redzams 20. tabulā, tie indivīdi, kas ir vairāk spējīgi uz pašatklāšanos un uzturēšanos, vairāk kontaktējas ar citiem, tādējādi var secināt, ka pašatklāšanās ir nozīmīgs tiešsaistes komunikāciju veicinošs elements. Uzticēšanās indeksam vismaz kādā no apskatītajiem portāliem ir statistiski nozīmīga korelācija ar vismaz vienu no aktivitātēm, izņemot ar bezsaistē pazīstamo draugu skaitu. Tas liek domāt, ka tiešsaistes uzticēšanās un pašatklāšanās lielākoties ir saistīti ar aktivitātēm, kurās indivīds iesaistās tieši tiešsaistē.

Arī dažādu pazīšanas veidiem (tuvai draudzībai, draudzībai, paziņu, darba attiecībām) nav saistības ar pašatklāšanos un uzticēšanos (tuvai draudzībai un draudzībai statistiski nozīmīga korelācija ir tikai *LiveJournal* respondentu atbildēm) — tas nozīmē, ka uzticēšanās un pašatklāšanās veidojas situatīvi, konkrētajā tiešsaistes komunikācijas telpā, un indivīda raksturojumiem citās sfērās (pazīstamo cilvēku skaitam, kas iesaistījušies portālā) var nebūt būtiskas saistības ar to, vai indivīds attīsta tiešsaistes komunikācijā būtiskās īpašības. Lai gan, saskaņā ar tiešsaistes sociālo kapitālo raksturojošo elementu aprēķiniem, ir pamats teikt, ka bezsaistes un tiešsaistes sabiedriskums ir saistīti (sk. 7.2.2.2. nodaļu), tomēr **tiešsaistes resursi ir pieejami plašam indivīdu lokam, arī tiem, kuri nav sabiedriski vai kuriem nav plašu bezsaistes sociālo tīklu.**

20. tabulā apkopotie aprēķini liecina, ka *Draugiem.lv* lietotāju pašatklāšanās un uzticēšanās indeksam ir visvairāk korelāciju ar portāla lietojumiem. Ņemot vērā, ka kopumā uzticēšanās un pašatklāšanās līmenis šajā portālā ir zemāks, domājams, ka tie lietotāji, kuriem ir raksturīga šāda komunikācija, vēl krasāk atšķiras no citiem lietotājiem arī citos portāla lietojumos un resursos, kurus portālā iegūst. Tas, ka *Draugiem.lv* ir vienīgais portāls, kurā korelācijas starp uzticēšanos/pašatklāšanos ir bezsaistes sabiedriskuma mainīgajiem lielumiem („Man ir daudz draugu“ un „Patīk uzturēties sabiedrībā“) vēlreiz apliecina, ka šinī portālā tiešsaistes un bezsaistes videi ir vairāk saskarsmes punktu nekā abos pārējos portālos.

Dati par *Sviesta cibu* un *LiveJournal* turpretim liecina, ka šajos portālos uzticēšanās un pašatklāšanās veidošanās mehānismi ir vairāk saistīti tieši ar aktivitātēm tiešsaistē un konkrētajā portālā, tādējādi šajos portālos indivīdiem ir lielākas iespējas veidot attiecības, kas vai nu notiek tikai tiešsaistē, vai arī ir tiešsaistes aktivitātēs balstītas. Vecumam ar uzticēšanos un pašatklāšanos korelācija ir tikai portālā *Sviesta ciba*, turklāt tā ir negatīva, kas liek apšaubīt, vai pastāv kāda vispārēja tendence šajā raksturojumā. Korelāciju nav arī portāla lietošanas ilgumam.

Lai par uzticēšanās un pašatklāšanās saistību ar dažādām aktivitātēm varētu izdarīt secinājumus, kas vairāk pretendē uz relatīvu vispārināmību, būtiski ir aplūkot tās pozīcijas, kurās korelācija ar pašatklāšanos un uzticēšanos ir visiem trim aplūkotajiem portāliem. Tās ir

nedēļā saņemto atsauksmju skaits un piekrišana apgalvojumam „Portālā daudz kontaktējos ar citiem“.

**20. tabula.** *Uzticēšanās indeksa korelācijas ar sabiedriskuma, atgriezeniskās saites un portāla attiecību rādītājiem*

*(Spīrmana korelācijas koeficients)*

	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>Sviesta ciba</b>	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>Draugiem.lv</b>	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>LiveJournal</b>
„Draugiem“ pievienoto lietotāju skaits	,040	,180*	,061
Ierakstu skaits nedēļā	,328**		,227**
Nedēļā saņemto atsauksmju skaits	,229**	,285**	,160*
Bezsaistē pazīstamo portāla draugu skaits	,044	,153	-,001
Piekrīt apgalvojumam „Man ir daudz draugu“	,066	,173*	,059
Piekrīt apgalvojumam „Patīk uzturēties sabiedrībā“	,125	,190*	,068
Piekrīt apgalvojumam „Portālā daudz kontaktējos ar citiem“	,284**	,461**	,375**
Piekrīt apgalvojumam „Man ir viegli paust emocijas“	,169*	,328**	,133
Vecums	-,172*	-,087	-,068
Portāla lietošanas ilgums	-,112	-,059	,138
Lietotāju skaits, ar kuriem saista tuvu draudzību	,142	,148	,208**
Lietotāju skaits, ar kuriem saista draudzību	,047	,105	,312**
Lietotāju skaits, ar kuriem saista paziņu attiecības	,027	,077	,119
Lietotāju skaits, ar kuriem saista darba attiecības	-,023	-,094	-,066

**1. piezīme:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

**2. piezīme:** *Nedēļā profilā publicēto ierakstu skaits portāla Draugiem.lv lietotājiem paredzētajā anketā netika mērīts.*

Anketēšanā netika ievākti *Draugiem.lv* lietotāju dati par portālā veikto ierakstu skaitu nedēļā, jo šīs platformas specifika paredz, ka ieraksti portāla dienasgrāmatā mazāk nekā privātā lietotāju sarakste ir lietotāju mijiedarbības pamats, tāpēc šajā aspektā *Draugiem.lv*



nav salīdzināms ar abiem pārējiem portāliem. Pārējos portālos turpretim abos redzams, ka ierakstu skaits nedēļā ir saistīts ar pašatklāšanos un uzticēšanos. Kopumā šie korelāciju aprēķini rāda, ka **uzticēšanās un pašatklāšanās ir saistīti ar aktīvu komunikāciju**: tie, kuri atklājas un uzticas, ir tie paši, kuri daudz kontaktējas ar citiem lietotājiem un saņem no viņiem daudz reakciju.

Izkliedētās intimitātes teorētiskajā aprakstā tika pieļauts, ka lielāka atklāšanās ir saistīta ar lielāku savienojumu skaitu. 20. tabulā atainotie aprēķini par dažādiem pazīšanās veidiem arī ļauj pieņemt, ka nepastāv vispārēja sakarība starp dažāda veida savienojumu skaitu un uzticēšanos/pašatklāšanos. Šis pieļāvums tika pārbaudīts tālāk, korelējot uzticēšanās/pašatklāšanās indeksu ar „draugu“ skaitu portālā.

**21. tabula.** *Uzticēšanās/pašatklāšanās indeksa un portāla „draugu“ skaita korelācijas*

*(Spīrmana korelācijas koeficients)*

	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>Sviesta ciba</b>	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>Draugiem.lv</b>	Uzticēšanās un atklāšanās indekss: <b>LiveJournal</b>
Portāla „draugu“ skaits	,040	,180*	,061

**Piezīme:** \*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Kā redzams 21. tabulā, vienīgais portāls, kurā redzama sakarība starp uzticēšanos/pašatklāšanos un „draugu“ skaitu, ir *Draugiem.lv*, taču, tā kā tā nav redzama citos portālos, nav pamata uzskatīt, ka šis rādītājs būtu attiecināms plašāk. Tas nozīmē, ka vismaz kvantitatīvie dati neapstiprina, ka lietotāji ar vairāk savienojumiem būtu vairāk tendēti atklāties.

Saistību starp lietotāju savienojumu daudzumu un pašatklāšanās līmeni neapstiprināja arī tiešsaistes dienasgrāmatu analīze. Izkliedētās intimitātes izplatības konstatācijai būtiski ir „guļamistabas“ kategorijā apvienotie kodi, kas saistīti ar tēmām, kas ir uzskatāmi par personiskām, intīmām un slēpjāmām no plašākas publikas. Salīdzinot dienasgrāmatu ierakstos intīmas pašatklāšanās kodu biežumu, redzams, ka intīmās pašizpaušme abās lietotāju grupās ir otra biežākā kategorija, tomēr mazāk populārās grupas ierakstos šādu kodu ir vairāk (15. tabula). Lai analizētu pašatklāšanās atšķirības starp labāk savienotajiem un mazāk savienotajiem lietotājiem, ir nepieciešams aplūkot, kādas ar šo kategoriju saistītās tēmas abās grupās ir iekļautas 20 populārāko kodu sarakstā (16. tabula).

Lai arī „emociju“ kods biežāk lietots labāk savienoto lietotāju grupas pārstāvju ierakstos, mazāk populārie lietotāji tomēr kopumā mazliet biežāk runā par intīmiem, personiskiem

jautājumiem — neveiksmēm, neizdošanos, grūtībām, publicē pārdomas par sevi, savu dzīvi, romantiskajām attiecībām. Turklāt neveiksmes un neizdošanās, kā arī romantiskās attiecības ir tēmas, kuras populāro lietotāju biežāk lietoto kodu sarakstā nav sastopamas vispār. Viņiem ar intimitāti saistīto kodu šajā tabulā ir pieci, turpretim vairāk savienotajiem — trīs. Tādējādi var teikt, ka lietotājiem, kurus saviem „draugiem“ pievienojis salīdzinoši neliels portāla lietotāju skaits, ir vairāk raksturīga izklaidētā intimitāte nekā vairāk savienotajiem.

Dati par uzticēšanos un pašatklāšanos rāda, ka uzticēšanās portālā ir raksturīga ne tikai tiem, kuri paši pēc dabas ir sabiedriski un ar plašu bezsaistes draugu loku. Uzticēšanās pirmām kārtām ir saistīta tieši ar indivīda tiešsaistes aktivitātēm un tiešsaistes resursu apmaiņu (lai arī tiešsaistes sabiedriskumam, kā parādīts 7.2.2.2. nodaļā, ir saistība ar bezsaistes sabiedriskumu), tādējādi var secināt, ka aktivitātes portālā indivīdiem nodrošina plašas uz uzticēšanos un emocionālu apmaiņu balstītas komunikācijas iespējas, kas ir pieejamas arī tiem indivīdiem, kuri nav ļoti sabiedriski bezsaistē.

Tanī pašā dati neparāda sakarību starp indivīda tiešsaistes savienojumu skaitu un uzticēšanās/pašatklāšanās līmeni. No vienas puses, tas nozīmē, ka indivīda savienojumu skaits viens pats neļauj skaidrot indivīda uzvedību tiešsaistē, bet, no otras, tas arī parāda, ka, neskatoties uz risku, ko rada atklāšanās neredzamai auditorijai un problēmas kontrolēt, kas notiek ar tiešsaistē publiskotajiem vēstījumiem, pašatklāšanās un uzticēšanās citiem tiešsaistes komunikācijai ir raksturīga kā kopēja parādība. **Lietotāji, kuri atklājas, tiešsaistes sociālajā tīklā spēj arī piekļūt arī svarīgiem resursiem, taču tas nenozīmē, ka viņi vienlīdz aktīvi veido savienojumus ar citiem.**

#### ***9.4. Tīkla sabiedriskuma izpausmju statistisks izvērtējums***

Tīkla sabiedriskums ir otrais no promocijas darbā aplūkotojā tiešsaistes attiecību režīmiem. Šīs parādības teorētiskos principus ir iespējams pārbaudīt, salīdzinot, kādiem mērķiem tiek lietoti sociālo tīklu portāli. Tīkla sabiedriskuma jēdziens paredz, ka daudzi indivīdi varētu izmantot tiešsaistes saziņas rīkus, lai ar pēc iespējas mazākām pūlēm uzturētu pēc iespējas vairāk savienojumu. Tas nozīmē, ka pamata apmaiņas elements nav vis pašatklāšanās kā izklaidētās intimitātes gadījumā, un arī ne patstāvīgas, ārpus autora un viņa sociālā tīkla atkodējamās informācijas vienības, bet gan tāds saturs, kurš izraisa atgriezenisko saiti un uztur komunikāciju.

Vispirms tiks noskaidrots, ar kādām cilvēku grupām respondenti visbiežāk sazinās, izmantojot dažādus medijus un kāda vieta viņu saziņas līdzekļu klāstā ir analizētajiem sociālo tīklu portāliem. Respondentiem tika uzdots jautājums, kādus medijus viņi izmanto, lai

sazinātos ar dažādām sev pazīstamo cilvēku grupām. Skalā „visbiežāk“, „regulāri“, „dažreiz“, „reti“, „nekad vai gandrīz nekad“ viņiem bija jānovērtē saziņas biežums, izmantojot šādus medijus vai komunikācijas kanālus: nepastarpinātā, tiešā komunikācija, e-pasts, tālrunis, čata programmas, sociālie mediji (atskaitot konkrēto mediju, kura lietotāji tiek aptaujāti) un konkrētais sociālo tīklu portāls (*Sviesta ciba*, *Draugiem.lv* vai *LiveJournal*). Lai gan dotais personu grupu saraksts, ar kuriem komunikācija respondentiem bija jānovērtē, ne tuvu nav pilnīgs un visaptverošs, tomēr šie dati sniedz ieskatu dažādu mediju vai komunikācijas kanālu lietojuma intensitātē ar dažādiem cilvēkiem.

Kā parādīts 22. tabulā, no trijām aplūkotajām cilvēku grupām — ģimenes locekļiem, bezsaistes draugiem un personām, par kurām respondentiem ir romantiska interese — tieši draugi ir tie, ar kuriem sazinoties tiešsaistes sociālo tīklu mediji tiek izmantoti visai bieži. Īpaši labi šī parādība ir redzama *Draugiem.lv* gadījumā, kur portāls saziņai ar draugiem tiek lietots tikai mazliet retāk nekā nepastarpināta saziņa ar viņiem. Zīmīgi, ka portāla *Draugiem.lv* respondenti vēl biežāk nepastarpinātu saziņu kontaktos ar draugiem izmanto tālruni.

## 22. tabula. Izmantotie saziņas līdzekļi ar citiem cilvēkiem

(Vidējais aritmētiskais. Iekavās — standartnovirze. Skala: 1 = visbiežāk, 5 = nekad vai gandrīz nekad)

		Tiešs kontakts	E-pasts	Tālrunis	Čata programmas	Sociālie mediji	Aptaujas portāls (Sviesta ciba/Draugiem.lv/LiveJournal)
Saziņa ar ģimenes locekļiem	Sviesta ciba	1,95 (1,109)	3,72 (1,098)	1,97 (,872)	3,48 (1,374)	3,80 (1,146)	4,67 (,705)
	Draugiem.lv	1,79 (,993)	3,79 (1,070)	1,77 (,793)	3,43 (1,400)	4,61 (,798)	3,19 (1,181)
	LiveJournal	2,44 (1,384)	3,27 (1,158)	2,47 (1,154)	3,91 (1,362)	3,73 (1,315)	4,54 (,951)
Saziņa ar bezsaistes draugiem	Sviesta ciba	1,95 (,837)	2,99 (1,136)	2,22 (,949)	2,44 (1,244)	2,54 (1,231)	3,18 (1,215)
	Draugiem.lv	2,02 (,877)	3,24 (1,150)	1,98 (,866)	2,99 (1,373)	4,12 (1,204)	2,15 (,878)
	LiveJournal	2,21 (1,003)	2,89 (1,183)	2,67 (1,119)	2,83 (1,469)	2,46 (1,446)	2,71 (1,413)
Saziņa ar cilvēkiem, ar kuriem respondentam ir romantiska interese	Sviesta ciba	1,73 (1,000)	3,35 (1,268)	2,33 (1,146)	2,83 (1,420)	3,17 (1,345)	4,04 (1,187)
	Draugiem.lv	1,75 (1,206)	3,75 (1,275)	2,11 (1,192)	3,34 (1,492)	4,45 (1,007)	3,15 (1,386)
	LiveJournal	1,87 (1,335)	3,43 (1,292)	2,66 (1,360)	3,49 (1,546)	3,61 (1,464)	4,11 (1,275)

Arī *LiveJournal* lietotāji arī salīdzinoši bieži portālu izmanto, lai sazinātos ar draugiem, un vēl mazliet biežāk tiek izmantoti citi sociālie mediji, nevis pats *LiveJournal*. Šāda tendence ir arī datos par *Sviesta cibū*, kur citi sociālie mediji saziņai ar draugiem tiek izmantoti biežāk nekā pats portāls, tomēr šeit portāla lietojums kontaktiem ar draugiem ir viszemākais, un atšķirība ar nemediētajiem kontaktiem vislielākā. Turklāt arī citus sociālos medijus kā saziņas līdzekļus ar draugiem *Sviesta cibas* respondenti izmanto retāk nekā abu pārējo portālu lietotāji. Tas var liecināt vai nu par to, ka ir vēl kādas citas, anketēšanā nefiksētas bezaistē pazīstamo cilvēku grupas, ar kuriem sazinoties portāls tiek izmantots, vai arī lielāks akcents portāla lietojumā ir uz bezaistē nepazīstamiem cilvēkiem. Ticamāks ir otrais variants.

Kopumā šie dati liecina, ka visbiežāk izmantotais komunikācijas režīms ar šiem emocionāli svarīgajiem un tuvajiem cilvēkiem ir nepastarpināta komunikācija, taču **sociālo tīklu portāli papildina indivīdu lietoto komunikācijas rīku klāstu**, kas tiek izmantoti, lai sazinātos ar dažādām cilvēku grupām, it īpaši draugiem. Tas apliecina, ka šie portāli var tikt izmantoti gan bezaistē eksistējošu pazīšanos uzturēšanā, taču, visticamāk, ir arī specifiski, tikai tiešsaistei raksturīgi lietojumi, kur šie portāli tiek izmantoti biežāk nekā citi komunikācijas rīki.

Nākamais solis ir noskaidrot, kā portāla lietojums saziņai ar cilvēkiem ir saistīts ar citiem portāla lietojumiem. Iesākumā tika iegūti deskriptīvie dati par to, kāda mērķa vadīti, respondenti sākuši izmantot portālu. Šīs atbildes parāda, kādi ir respondentu uzskati par portāla lietojuma iespējām.

23. tabulā apkopotie dati liecina, ka *Draugiem.lv* ir visaugstākais rādītājs portāla lietojumā „Uzturēt kontaktus ar draugiem un ģimeni“, kamēr absolūtajā vairumā citu lietojumu tā rezultāts ir zemāks nekā abiem pārējiem portāliem. No 17 mērītajiem mainīgajiem lielumiem izņēmums ir vēl tikai „Dalīties ar citiem praktiskās zināšanās vai prasmēs“, „Pelnīt naudu“ un „Sniegt materiālu atbalstu“, kas visu trīs portālu respondentiem ir relatīvi reti lietojumi. Pārējiem diviem portāliem tik krasas vienas centrālās funkcijas nav, kas nozīmē, ka tie tiek izmantoti daudzveidīgāk. Kontaktu uzturēšana ar ģimeni un draugiem cilvēkiem ir biežs, taču ne populārākais tiešsaistes dienasgrāmatu portālu lietojums — lielāks akcents tiek likts uz pašizpaušmi, savu domu izteikšanu, savas dzīves aprakstīšanu. Tas liecina, ka tieši *Draugiem.lv* lietotājiem varētu būt vislielākais potenciāls uz tīkla sabiedriskumu balstītu attiecību attīstīšanā ar citiem, kurpretim *Sviesta cibā* un *LiveJournal* ir lielākas iespējas attīstīties uz pašatklāšanos balstītām attiecībām.

### 23. tabula. Mērķi, sākot darboties portālā

(Summētas atbildes „Ļoti nozīmīgs iemesls“ un „Diezgan nozīmīgs iemesls“, %)

	Sviesta ciba	Draugiem.lv	LiveJournal
Dokumentēt savu personisko dzīvi	66%	10%	70%
Izpaust sevi radoši	59%	13%	77%
Ietekmēt citu uzskatus	17%	6%	17%
Motivēt citus cilvēkus uz rīcību	17%	11%	15%
Dalīties ar citiem praktiskās zināšanās vai prasmēs	29%	30%	28%
Iegūt vai iepazīt jaunu paziņu loku	44%	33%	66%
Izklaidēties	72%	59%	87%
Apspriest problēmas ar citiem	52%	32%	57%
Uzturēt kontaktus ar draugiem un ģimeni	29%	92%	44%
Pelnīt naudu	2%	2%	1%
Uzglabāt informāciju	61%	31%	50%
Izklāstīt savas domas	83%	28%	80%
Gūt emocionālu atbalstu	29%	19%	38%
Sniegt emocionālu atbalstu	21%	19%	35%
Gūt materiālu atbalstu	3%	0,6%	4%
Sniegt materiālu atbalstu	1%	1,3%	1%
Iegūt atbildes uz saviem jautājumiem	47%	42%	39%

Lai pārbaudītu šo pieņēmumu, tiek veikta korelāciju analīze starp portāla lietojumu kontaktu uzturēšanai ar draugiem un ģimeni un visiem pārējiem 16 portāla lietošanas mērķiem, kuri respondentiem bija jānovērtē. Kā redzams 24. tabulā, *Draugiem.lv* starp portāla lietojumu, lai uzturētu kontaktus ar ģimeni un draugiem, un pārējiem portāla lietošanas mērķiem ir krietni mazāk korelāciju nekā abos pārējos portālos.

Lietojumi, kuros sakarība būtu novērojama visos trijos portālos, ir tikai trīs no 16 — jaunu paziņu loku iegūšana, emocionālā atbalsta sniegšana, un atbilžu gūšana uz saviem jautājumiem. Vēl *Draugiem.lv* korelācijas ir ar izklaidēšanos, informācijas uzglabāšanu un savu domu izklāstīšanu (tātad kopumā ir 6 korelācijas no 16, kamēr *Sviesta cibai* ir 14 no 16 un *LiveJournal* — 9 no 16), kas arī ir saistāmi ar kontaktu uzturēšanas funkciju. Sabiedriskošanās aktivitātei būtisks komponents ir izklaide un apmaiņa ar domām, savukārt informācijas uzglabāšanā ietilpst arī portāla sniegtās tehniskās funkcijas, kas saistītas ar indivīda kontaktu organizēšanu vieglai piekļuvei. Tādējādi var secināt, ka portāla *Draugiem.lv* komunikācijā ir saskatāmas tīkla sabiedriskuma izpausmes. Tā lietojumā

uzsvars ir likts tieši uz kontaktu un attiecību uzturēšanas funkcionalitāti, un citi portāla lietojumi, kas vairāk saistāmi ar patstāvīgu informācijas vienību apmaiņu un jēgpilnu mijiedarbību ar citiem (individuāla domu izteikšana, dalīšanās zināšanās un prasmēs, citu cilvēku ietekmēšana, motivēšana uz rīcību, problēmu apspriešana (diskutēšana) u.tml.) ir sekundāri.

**24. tabula.** Korelācijas starp portāla lietošanu, lai uzturētu kontaktus ar draugiem un ģimeni un citiem portāla lietošanas mērķiem

(Spīrmana korelāciju koeficients)

	Dokumentēt savu personisko dzīvi	Izpaust sevi radoši	Ietekmēt citu uzskatus	Motivēt citus uz rīcību	Dalīties ar citiem praktiskās zināšanās vai prasmēs iegūt vai iepazīt jaunu paziņu loku	Izklaidēties	Apspriet problēmas ar citiem	Pelnīt naudu	Uzglabāt informāciju	Izklāstīt savas domas	Gūt emocionālu atbalstu	Sniegt emocionālu atbalstu	Gūt materiālu atbalstu	Sniegt materiālu atbalstu	Iegūt atbildes uz saviem jautājumiem	
<b>LiveJournal</b>	,187**	-,045	,210**	,210**	,271**	,173*	-,041	,202**	-,010	,061	,020	,327**	,332**	,062	,098	,171*
<b>Draugiem.lv</b>	,000	-,052	,012	,078	,095	,127*	,289**	,055	-,072	,126*	,120*	,116	,151*	-,021	,026	,190**
<b>Sviesta cība</b>	,074	,112	,257**	,220**	,288**	,407**	,282**	,311**	,138*	,163*	,150*	,342**	,413**	,185**	,190**	,377**

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

Lai noskaidrotu, kā savienojumu skaits ir saistīts ar portāla lietošanas mērķiem, tika veikta vēl viena korelāciju analīze. Saskaņā ar tīkla sabiedriskuma principiem, tam raksturīgā komunikācija ir paredzēta, lai pēc iespējas vieglāk un efektīvāk uzturētu kontaktu ar pēc iespējas vairāk cilvēkiem. Tādējādi var pieņemt, ka vietnēs, kurās šāds attiecību režīms ir sastopams, lietotāji, kuriem ir visvairāk savienojumu, šim režīmam raksturīgos

komunikācijas principus ir visefektīvāk izkopoši. Lielam savienojumu skaitam vajadzētu būt saistītam ar dažādām aktivitātēm tīklā.

**25. tabula.** „Draugiem“ pievienoto lietotāju skaita saistība ar dažādiem portāla lietošanas mērķiem (Spīrmana korelāciju koeficients)

	Dokumentēt savu personisko dzīvi	Izpaust sevi radoši	Ietekmēt citu uzskatus	Motivēt citus cilvēkus uz rīcību	Dalīties ar citiem praktiskās zināšanās vai prasmēs	Iegūt vai iepazīt jaunu paziņu loku	Izklaidēties	Apspriest problēmas ar citiem	Uzturēt kontaktu ar draugiem un ģimeni	Pelnīt naudu	Uzglabāt informāciju	Izklāstīt savas domas	Gūt emocionālu atbalstu	Sniegt emocionālu atbalstu	Gūt materiālu atbalstu	Sniegt materiālu atbalstu	Iegūt atbildes uz saviem jautājumiem
Sviesta ciba	-,059	,088	,161**	,110	,064	,249**	,199**	,135*	,148*	-,045	-,054	,023	,105	,122	-,016	,038	,010
Draugiem.lv	,105	,184**	,227**	,194**	,121*	,068	,228**	,183**	,141*	,141*	,186**	,216**	,067	,047	,185**	,148*	,006
LiveJournal	,134	,065	,197**	,159*	,055	,175*	,011	,097	,178**	,188**	,065	,053	,160*	,166*	,201**	,134*	-,071

**Piezīmes:** \*\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,01$  līmenī (divpusēja).

\*. Korelācija ir statistiski nozīmīga  $p \leq 0,05$  līmenī (divpusēja).

25. tabulā parādīts, ka pastāv sakarības starp savienojumu skaitu portālā un tā lietošanas mērķiem. Divas pozīcijas, kurās korelācijas ir visu trīs portālu respondentu atbildēs, ir „Ietekmēt citu uzskatus“ un „Uzturēt kontaktu ar draugiem un ģimeni“. Kopumā sakarību starp savienojumu skaitu un lietošanas mērķiem portālam *Draugiem.lv* ir krietni vairāk nekā pārējiem diviem portāliem. *Draugiem.lv* statistiski nozīmīgas korelācijas ir 12 no 17 pozīcijām, turpretim *Sviesta cibai* piecās no 17 un *LiveJournal* — septiņās no 17. Tas ir vēl viens iemesls pieņemt, ka *Draugiem.lv* lietotājiem ir vairāk raksturīgs tīkla sabiedriskums, jo tieši šajā portālā savienojumu skaits ir visvairāk saistīts ar dažādām aktivitātēm tīklā.

Šie secinājumi ļauj pieņemt, ka *Draugiem.lv* vidē lielākas iespējas veidoties tīkla sabiedriskuma attiecībām, turpretim dienasgrāmatu portālos ir novērojama daudzveidīgāka sociālās mijiedarbība — tajos ir plaši var būt sastopamas gan izklaidētās intimitātes, gan tīkla sabiedriskuma izpausmes.

*Sviesta cibas* dienasgrāmatu ierakstu analīzes datus par tīkla sabiedriskumu liecina „kāpņutelpas“ kategorijā apkopoto kodu izplatība. Ar šiem kodiem tiek apzīmētas lietotāju aktivitātes, kas nav saistītas ar ievērojamu atklāšanos vai dalīšanos personiskā informācijā. Ar „kāpņutelpas“ kodiem ir apzīmētas tēmas, kuru funkcija ir uzturēt savienojumus ar pēc iespējas vairāk cilvēkiem, ieguldot pēc iespējas mazāk pūļu. Šiem ierakstiem jēgu piešķir to

izsauktā mijiedarbība, bet tie paši par sevi var nebūt patstāvīgas informācijas vienības. Kā parādīja tiešsaistes dienasgrāmatu analīze (9.1.1. nodaļa, 15. tabula), portālā *Sviesta ciba* šie kodi tiek lietoti retāk nekā ar intimitāti saistītie kodi, taču labāk savienoto lietotāju ierakstos šie kodi ir lietoti biežāk. Jāuzsver, ka šis attiecību paveids var būt sastopams abu veidu portālos. Šie aprēķini, kas balstīti uz kodu biežākajiem lietojumiem, tikai netieši ļauj izdarīt secinājumus par dažādu portālu dalībnieku potenciālu iesaistīties uz fatisko kultūru vai pašatklāšanas balstītas attiecību režīmos.

Lai arī pamatā lietotāju ierakstu analīze ir notikusi, tekstus kodējot tematiski un neapskatot to dziļākās nozīmēs, tomēr „kāpņutelpas“ grupa no citām „istabām“ atšķiras ar to, ka tajā apvienotie kodi raksturo ne tikai ierakstus kā satura vienības, bet arī signalizē par plašākām indivīda sociālās dzīves norisēm, piemēram, aktīvu iesaistīšanos kontaktos un sociālajā mijiedarbībā ar citiem gan tiešsaistē, gan bezsaistē. Elementi, kas pilda šādu funkciju, ir, piemēram, mēmes (visskaidrāk parādās kā iesaistīšanās „MAS“ aktivitātēs, sk. 6.2.3.2. nodaļu). Tāpat par sabiedriskumu liecina jautājumu uzdošana lasītājiem, vēršanās pie viņiem ar novēlējumiem vai uzrunām, aicinājumi ar viņiem satīties (it sevišķi gadījumos, kad aicinājums acīmredzami ir paredzēts visiem potenciāli ieinteresētajiem interesentiem, arī tiem, kas ar autoru vēl nav pazīstami bezsaistē). Kods, kas nepieder pie „kāpņutelpas“, taču arī liecina par sociālo savienojumu demonstrēšanu, ir „cita portāla lietotāja pieminēšana“ savos ierakstos — to var interpretēt gan kā norādi uz bezsaistes vidē pastāvošu pazīšanos ar konkrēto lietotāju, gan arī kā atzinību pieminētajam lietotājam.<sup>514</sup> Arī šis kods ir atrodams populāro lietotāju ierakstu biežāk izmanto kodu tabulā, bet mazāk populāro lietotāju ierakstu kodu sarakstā šī koda nav.

20 biežāk lietoto kodu sarakstā (16. tabula) redzams, ka populāro lietotāju grupai kopumā ir četri „kāpņutelpas“ kodi, turpretim mazāk populāro grupai — neviens. Tas liecina par lielāku fatiskās kultūras klātbūtni populāro lietotāju ierakstos. Ierakstu tematika ir parādījusi, ka lietotājiem, kuru profiliem līdzī seko mazāk cilvēku, pašiem ir mazāks kontakts ar tiešsaistes portāla aktualitātēm (kas izpaužas, piemēram, kā iesaistīšanās MAS akcijās), un viņi paši savus tiešsaistes sociālos tīklus neizmanto, lai piekļūtu informatīvajiem resursiem un iesaistītos cita veida sociālajā mijiedarbībā ar auditoriju. Ir pamats uzskatīt, ka funkcija, kuru pilda tīkla sabiedriskums, šai lietotāju grupai sociālo tīklu portālā ir mazāk svarīga nekā labāk savienotajai grupai.

---

<sup>514</sup> Šāda veida tekstu analīzē pētniekam nereti ir jāsaprotas ar konteksta trūkumu, kas apgrūtina tekstu nozīmju nolasīšanu, tomēr esmu centies pēc iespējas precīzāk šādu ierakstu nozīmi nolasīt un atspoguļot kodējumā.



## 9.5. Secinājumi

Tiešsaistes sociālo tīklu profili kā mediji ir saistīti ar indivīda vēlmi veidot un uzturēt kontaktus, izteikt savas emocijas, stāstīt savus stāstus, personisko pieredzi un pārdzīvojumus; izteikt viedokļus. Tie labi iederas mūsdienu sabiedrību raksturojošajā individualizācijā, kur attiecības un saites ir regulāri jāatjauno un neizbēgamā (*compulsive*) intimitāte ir kļuvusi par vienu no būtiskākajiem līdzekļiem izsaistes pārvarēšanai un sociālo saišu rekonstruēšanai.<sup>515</sup> Spriedumi par tiešsaistes sociālo mijiedarbību kā tīrajām attiecībām parādās arī portāla dalībnieku refleksijās par portāla sabiedriskuma aspektiem. Piemēram, kāda lietotāja attiecības *Sviesta cibā* savas dienasgrāmatas ierakstā apraksta šādi (izcēlums mans):

tikai tas, ka cibā tas apstākļi, kā tu izveido savu sociālo grupu, ir tieši indivīdu intelekta/humora izjūtas u.c. personības iezīmju, nevis ārējo apstākļu dēļ (kopīgi pabeigta skola, patlaban kopīgs darbs u.c.), kas parasti nosaka to, ar ko mēs ikdienā tusējam. cibiņus kopā tusēt **nenosaka šie ārējie apstākļi, bet savā ziņā "tīrākas" simpātijas pret otra personību.** (*Autore 19*)

Blogošana (šeit: arī tiešsaistes dienasgrāmatas rakstīšana) ir saistīta ar izpratni par informāciju kā precī (*commodity*), ko izmantot apmaiņai, lai varētu veidot un uzturēt attiecības, norāda V. Millers.<sup>516</sup> Līdzīgu viedokli ir izteicis arī P. de Lāts, kurš tiešsaistes dienasgrāmatu autoru publicētās pašrefleksijas interpretē kā „ieejas biļeti“ kopienā, savukārt kopienas sniegtā atgriezeniskā saite var sniegt indivīdam nepieciešamo dažāda veida atbalstu.<sup>517</sup>

Ar tiešsaistes dienasgrāmatu rakstīšanu, blogošanu un informācijas izplatīšanu saistītos tiešsaistes aktivitāšu paveidos — vienalga, vai runa ir par privātiem, politikas, tehnoloģiju vai ziņu blogiem —, radīto, apkopoto vai pārinterpretēto „preču“ apmaiņa notiek pēc tīro attiecību loģikas, proti, apmaiņas pamatā ir dialogs. Šāda apmaiņa veido retinātas (*tenuous*), individuāli orientētas pašdefinētas kopienas vai tīklus, kas pastāv ap kopējām interesēm un šo interešu dialogisku apmaiņu.<sup>518</sup> Domas, idejas, notikumus un emocijas pārvēršot tekstā, indivīds tās objektificē, tādējādi iegūstot iespēju ar sevi un savu dzīvi saistīto radīt un izplatīt kā paralēlu darbību citām savām ikdienas dzīves aktivitātēm, kā arī akumulēt savā profilā tīmeklī. Sociālo tīklu portālos veidojas arī lokālās „slavenības“, aktualitātes, cirkulē privāta informācija par citiem lietotājiem, viņu gaitām, attiecībām, veismēm un neveismēm, kam ir pievilcīgi sekot līdzī no attāluma un ar prerogatīvu šo informācijas kanālu izslēgt tad, kad tas kļūst apnicīgs. Šis medijs piedāvā allaž mainīgus un nekad nebeidzamus realitātes šovus par citu cilvēku dzīvi, kas tiek uzvesti ar mainīgu iepriekšiestudēšanas un

<sup>515</sup> Miller, V. New media, networking and phatic culture.

<sup>516</sup> Turpat.

<sup>517</sup> De Laat, P. B. Online diaries.

<sup>518</sup> Miller, V. New media, networking and phatic culture.

iepriekšgatavošanās pakāpi. Tekstā kopā saplūst izklaide ar kontaktu uzturēšanu un atklāšanos; izklaides, kontaktēšanās, patērēšanas un intimitātes sfēras tādējādi pārklājas. Tie lietotāji, kuri labāk spēj radīt augsti novērtētas informatīvās „preces“, var veiksmīgāk darboties šajā vidē.

Tomēr var pieņemt, ka nosacītais sadalījums lietotājos ar lielu savienojumu skaitu, un lietotājos, kuriem savienojumu mazāk, ne vienmēr izriet no pašu indivīdu atšķirībām ierakstu satura, aktivitātēm vai kādiem citiem identificējamiem un klasificējamiem mikrolīmeņa komunikatīvajiem raksturojumiem. Kā jau iepriekš norādīts, savienojumu skaita nevienlīdzība ir viens no bezmēroga tīklu raksturīgajām iezīmēm. To nosaka paša šī tīklu veida raksturojumi, un, pat ja kāda komunikatīvā tīkla dalībnieku aktivitātes būtu vēl līdzīgākas nekā *Sviesta cibas* lietotājiem, arī tas vēl nenozīmētu savienojumu skaita vienlīdzīgāku izkliedi. Savienojumi tiek veidoti kumulatīvi laika gaitā un, lai arī lietotājiem savu „draugu“ saraksts dažādu iemeslu dēļ var būt regulāri jāpārskata, visus sistēmas lietotājus konkrētais indivīds nevar pārredzēt un tāpēc arī turpmāk visvairāk jaunu savienojumu iegūš tie, kuriem jau ir daudz savienojumu, jo viņi ir visredzamākie.

Tanī pašā laikā *Sviesta cibas* lietotāju aktivitātēs ir iespējams identificēt dažādas komunikatīvās darbības atšķirības, kas varētu ietekmēt savienojumu skaita atšķirības. Tas izriet no tā, ka vismaz daļēji indivīda savienojumu skaitu tīklā ietekmē tas, cik piemēroties spējīgs konkrētās tīklotās sistēmas apstākļiem indivīds ir un vai viņa aktivitātes un sniegums atbilst tam, kas konkrētajā sistēmā ir pieprasīti. Lietotāja profilā fiksējamo savienojumu skaits ir rezultāts tam, vai indivīds ar saviem dienasgrāmatas ierakstiem un atsauksmēm citu lietotāju ierakstiem ir spējis nodibināt kontaktu, kā arī tam, ka *Sviesta ciba* tiek izmantota, lai uzturētu saikni ar kādu bezsaistē pazīstamu cilvēku. Tādējādi savienojumi var būt indivīda iesaistīšanās, mijiedarbības līmeņa, citiem sniegtās informācijas un citu resursu konkurētspējas indikators. Kā parāda datu analīze, ietekme savienojumu veidošanā var būt lietotāju aktivitātei — labāk savienotie publicē vairāk ierakstu. Šis novērojums saskan ar sociālā kapitāla aprēķinu datiem kas parādīja, ka aktīvākiem lietotājiem ir lielākās iespējas nodibināt kontaktus ar citiem un piekļūt dažādiem resursiem tīklā (sk. 7. nodaļu).

Šinī nodaļā tika izvērtēta divu attiecību režīmu klātbūtne tiešsaistes sociālo tīklu portālu komunikācijā — tīkla sabiedriskums un izklaidētā intimitāte. Iegūtie empīriskie dati lielākoties apstiprina šos teorētiskos pieņēmumus.

### **9.5.1. Secinājumi par izklaidēto intimitāti**

Datu analīze rāda, ka analizētajos tiešsaistes dienasgrāmatu portālos izklaidētajai intimitātei ir lielākas iespējas attīstīties, jo tieši šo vietņu lietotājiem ir salīdzinoši visaugstākais uzticēšanās līmenis, un arī tiešsaistes dienasgrāmatu analīze parāda, ka

tiešsaistes dienasgrāmatu portāla *Sviesta ciba* lietotāji plaši publicē personisku informāciju: privātus stāstus, novērojumus, atziņas, piedzīvojumus. Šādu rīcību var interpretēt kā veidu, kādā neskaidrības apstākļos indivīdi veido attiecības ar citiem kopienas dalībniekiem: pašatklāšanās un uzticēšanās palīdz attiecību veidošanā. Tas paskaidro kvantitatīvo datu rezultātus, kas parādīja: visos trīs portālos tie lietotāji, kuri vairāk atklājas un uzticas citiem, biežāk nekā pārējie iesaistās emocionālās apmaiņās un arī citās sociālās portāla aktivitātēs. Lai gan ir pamats uzskatīt, ka tie indivīdi, kuri vairāk atklājas tiešsaistē, šo savu iezīmi var izmantot komunikācijas veicināšanai ar citiem indivīdiem, ne kvalitatīvie, ne kvantitatīvie dati neparādīja skaidru saistību starp indivīda tiešsaistes savienojumu skaitu un uzticēšanās/pašatklāšanās līmeni. Taču šādā, nekauzālā formā konstatētā sakarība vai tās trūkums nav pretrunā izklaidētās intimitātes principiem.

No vienas puses, personiskās atklāšanās ieraksti varētu būt klasificējami kā tādi, kas vairo lietotāju „piemērotību“ tīklam, jo tiem piemīt augstāks „lietiskojamības“ potenciāls, padarot tos piemērotus, lai iesaistītos informacionālajās apmaiņās tīklā. Personiskās pašatklāšanās ieraksti piesaista daudz uzmanības, un citiem lietotājiem tādus patīk lasīt. Iemesli šādai patikai ir dažādi: gan patiesa personiska interese un jušana līdzī, gan arī cilvēciska ziņkārība, kas parāda, ka motivācija sekot līdzī citu indivīdu intīmajām pašatklāsmēm līdzinās tai, kas cilvēkus mudina iegādāties dzeltenās preses žurnālus. Atklāšanos citiem var interpretēt arī kā vienu no stratēģijām, kā mazināt neskaidrību un veicināt saziņu: indivīdi ir vairāk tendēti atklāties tiem, kuri paši ir atklātāki.<sup>519</sup> Tādējādi tas, ka visatklātākie lietotāji pārstāv mazāk populāro lietotāju grupu, šķiet runājam pretī izklaidētās intimitātes principiem, jo šos novērojumus ir iespējams traktēt tādējādi, ka atklātākie lietotāji nespēj piesaistīt vairāk savienojumu nekā mazāk atklātie.

No otras puses, ne visiem portāla lietotājiem mērķis ir izveidot pēc iespējas plašākus tīklus. Daļa lietotāju īpaši slēpjas no uzmanības, pa laikam pat izdzēš savas dienasgrāmatas un atgriežas ar citu identitāti, publicē savus ierakstus tā, ka tie ir pieejami tikai šaurai lasītāju grupai un vēl citos veidos izvairās no negribētas uzmanības. Personisko ierakstu publicēšana tādējādi var būt saistīta arī ar lielāku privātuma kontroli: jo mazāks lasītāju pulks, jo vairāk indivīds uzdrošinās atklāties. Izvēloties drošību pār labumiem, ko var sniegt plašs lietotāja profilam piesaistīto lietotāju pulks, lietotājs var tiekties saglabāt tiešsaistes dienasgrāmatas atbrīvojošo potenciālu: portāls saglabājas kā telpa, kur var izpausties tā, kā indivīdam citās sociālajās vidēs dažādu iemeslu dēļ nav iespējams.

Tiešsaistes savienojumu skaitu nosaka dažādu faktoru mijiedarbība. Lai arī aktīvākajiem un atklātākajiem lietotājiem ir potenciāls izveidot visplašākos sociālos tīklus, tomēr

---

<sup>519</sup> Collins, N. L., & Miller, L. C. Self-disclosure and liking.

savienojumu veidošana ir saistīta ne tikai ar ieguvumiem, ko sniedz iespējas apmainīties ar informatīvajiem, emocionālajiem un citiem resursiem, bet arī riskiem. Individu motivācijas iesaistīties tiešsaistes sociālo tīklu portālā var būt ļoti dažādas, un liels savienojumu skaits ne vienmēr tiek uzskatīts par kaut ko vēlamu. Tādējādi, savienojumu skaita nevienlīdzība ne vienmēr ir uzskatāma par tīklošanās negatīvu efektu. Nereti tā ir pašu lietotāju radīts un pieņemts blakusefekts tam, kā viņi izmanto tiešsaistes sociālo tīklu — šajā lietojumā var būt par savienojumu skaitu vēl svarīgāki aspekti. Šis aspekts ir jāņem vērā, analizējot tiešsaistes sociālos tīklus.

### **9.5.2. Secinājumi par tīkla sabiedriskumu**

Kvantitatīvo datu analīze rāda, ka tīkla sabiedriskums, kas individu attiecību pamatā izvirza nevis apmaiņu ar patstāvīgām informācijas vienībām un emocionālajām apmaiņām, bet gan savienojumu efektivizētu uzturēšanu, atbilst portāla *Draugiem.lv* lietojuma principiem. Šī portāla lietošanas galvenais mērķis ir kontaktu uzturēšana, savukārt citi iespējamie lietojumi, kas līdzās savienojuma uzturēšanai paredz arī ieguldīt pūles jauna satura veidošanā, viedokļu formulēšanā, citu individu iesaistīšanā un ietekmēšanā, u. tml., ir sekundāri. Uz „statusa atjauninājumu“ un fatisko komunikāciju balstītais attiecību režīms spēj pildīt kontaktu uzturēšanas funkciju, un lietotājiem var nebūt nepieciešams savus portāla „draugus“ iesaistīt daudzveidīgākās aktivitātēs, kādas vairāk ir raksturīgas vietnēm *Sviesta ciba* un *LiveJournal*.

Taču jānorāda uz sakarīgu, ka, jo vairāk lietotājus *Draugiem.lv* lietotāji ir pievienojuši saviem „draugiem“, jo lielāka iespēja, ka viņiem ir daudzveidīgāki portāla lietošanas mērķi — citiem vārdiem, viņi plašāk izmantos portāla sniegtās iespējas. *Sviesta cibā* un *LiveJournal* šāda prakse ir novērojama retāk. Tas savukārt atgādina, ka tīkla sabiedriskums nebūt nav vienīgais attiecību režīms *Draugiem.lv*, un tajā ir iespējamas arī uz citiem principiem veidotas attiecības.

Promocijas darbā netika pētīta tekstuālā komunikācija portālā *Draugiem.lv*, un ir jāuzsver, ka pilnīgākai šajā portālā esošo attiecību raksturošanai ar promocijas darba izstrādes gaitā savāktajiem datiem nepietiek. Taču *Sviesta cibas* tiešsaistes dienasgrāmatu analīze parāda, ka tīkla sabiedriskuma izpausmes ir novērojamas arī tur. Dati liecina, ka tie lietotāji, kuriem ir vairāk savienojumu, ir tendēti izmantot tādu komunikācijas pieeju, kas vērsta uz citu lietotāju iesaistīšanu sarunā un atgriezeniskās saites izraisīšanu. Tādējādi tīkla sabiedriskuma gadījumā gan kvantitatīvie, gan kvalitatīvie dati ir parādījuši saistību starp lielu savienojumu daudzumu un noteiktām komunikācijas praksēm, kuru jēga ir skaidrojama tieši ar nepieciešamību šādus savienojumus nodibināt un uzturēt.

Tādējādi esmu parādījis, ka tiešsaistes saziņā pastāv abi attiecību režīmi, un šis novērojums demonstrē daudzveidību, kāda ir iespējama tiešsaistes attiecībās. Jaunās tiešsaistes komunikācijas prakses neizspiež tradicionālās komunikācijas prakses, kas attīstījušās bezsaistē. Šīs jaunās prakses padara iespējamās daudzveidīgākas indivīdu komunikācijas izvēles, un atkarībā no pieņemtajiem lēmumiem ir iespējams sasniegt atšķirīgus rezultātus.

Arī Z. Papaharisi norādījusi, ka tīklotie mediji noteiktā attīstības fāzē var izmainīt iepriekšējos indivīdu ieradumus, tomēr ar laiku medijs tiek iekļauts jaunajās rutīnās, un iekļaušana ikdienas dzīves lietojumā lielā mērā arī atjauno paša indivīda kontroli pār savu komunikatīvo sfēru. Tādējādi jaunie mediji sniedz pienesumu, nevis iznīcina sociālās un cita veida rutīnas. Sabiedriskuma individuālās sfēras šādā veidā var netikt uzlabotas vai ierobežotas, taču tās tiek reformētas.<sup>520</sup> Tiešsaistes komunikācijā vairs nedarbojas daudzi no tradicionālajiem priekšstatiem par publiskumu un privātumu un pašatklāšanos, taču paplašinot un pārveidojot šo jēdzienu līdzšinējās nozīmes atbilstoši pastāvošajām komunikācijas praksēm, ir iespējams konstatēt, kā indivīdi, adaptējot saziņas rīkus savām vajadzībām un iesaistot tos savā mediju patēriņā,<sup>521</sup> apgūst veidus, kā veicināt un atvieglot saziņu ar citiem.

Tīkla sabiedriskumu A. Vitels turpretim saskatīja nevis kā tiešsaistes, bet arī bezsaistes komunikācijas veidu,<sup>522</sup> tomēr arī tas pašlaik visplašāk parādās tieši datormediētajā saziņā.<sup>523</sup> Tomēr šie nav tehnoloģiski, bet gan sociāli pavērsieni komunikācijā. Izklaidētās intimitātes pieeja, izmantojot privāto informāciju kā apmaiņas līdzekli, lai varētu veidot savienojumus ar citiem, būtiski atšķiras no tās, kas parasti ir novērojama bezsaistē. Indivīdi apgūst, kā stāstīt par sevi citiem un uzzina daudz par citu cilvēku dzīvē un ar laikmetam raksturīgajām sociālajām neskaidrībām, nenoteiktībām un atrautību mēģina tikt galā, nevis noslēdzoties, bet atklājoties. Savukārt tīkla sabiedriskuma pieņemšana ir indivīdu atbilde uz mūsdienām raksturīgo informācijas pārbagātību un cilvēku sociālo attiecību mainīgumu. Uzturot un atjauninot savienojumus sociālajā tīklā, indivīdi nodrošina, ka viņiem nepieciešamības gadījumā būs pieejami savienojumi, kas ļaus iesaistīties arī jēgpilnākā, intīmākā apmaiņā.

---

<sup>520</sup> Papacharissi, Z. Conclusion: A networked self.

<sup>521</sup> Buholcs, J. (2011). Sociālo tīklu portāli indivīdu mediju patēriņā. Grām. I. Brikše (red.), *Nacionālā identitāte un komunikācija: Pasaules latviešu zinātnieku kongresa ziņojumu krājums* (31. – 37. lpp). Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts. Sk. 2012. g. 29. okt. <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/1/896>

<sup>522</sup> Wittel, A. Toward a network sociality.

<sup>523</sup> Miller, V. New media, networking and phatic culture.

### 9.5.3. Privātais publiskums

Indivīdu komunikācijas analīze parāda jaunās vai atjauninātās funkcijas, kādas komunikācijā ir privātajai informācijai. Privātās informācijas nonākšana publiskajā telpā ir saistāma gan ar izkļēdēto intimitāti, gan tīkla sabiedriskumu. Abi attiecību režīmi var būt saistīti ar atšķirīgas privātuma pakāpes personiskās informācijas pārraidīšanu pusprivātajā vai publiskajā telpā (lai gan tīkla sabiedriskumam intīmas pašatklāšanās elements nav raksturīgs). Tā ir informācija, kas tradicionāli ir cirkulējusi tikai relatīvi šaurās aprindās vai arī indivīdi šādas tēmas ir vairījušies apspriest vispār, taču tagad ir pieejama krietni plašāk. Spilgti šādas informācijas piemēri, ar kuru dalās *Sviesta cibas* lietotāji, ir gan seksuālas, intīmas un veselības (gan ķermeņa, gan garīgās veselības) tematikas jautājumi, gan arī prozaiski ar sadzīvi un ikdienas gaitām saistīti kas ir daudzu indivīdu pieredzes laukā, tomēr bezsaistē tos nereti nav pieņemts apspriest, it īpaši ar cilvēkiem, kuri nav personiski pazīstami. To, ka šāda privātās informācijas izplatīšanas loģika arī tīkla sabiedriskuma izpausmē pārkāpj tradicionālo izpratni par publiskošanai derīgu informāciju, parāda arī klišejskais ironiskais raksturojums, ka tā ir vietne, kur cilvēki raksta „par to, ko ēduši brokastīs“. Šādu privātuma un publiskuma apvienojumu, tendenci, kas vērsta uz privātās informācijas publiskošanu, angļu valodā apzīmē ar jēdzienu *publicity* — tas veidots no vārdiem *public* un *privacy*.<sup>524</sup>

Ja iepriekš šāda informācija baumu, nostāstu vai citādā veidā „noplūda“ no sākotnējā informācijas aprites loka, tad tipiskos gadījumos tāda informācijas aprite parasti nebija sankcionēta, un tās aprite notika pēc „klusu telefonu“ principa. Tas nozīmē, ka, turklāt pārstāstot informāciju, tā tiek mainīta un vairs neatbilst sākotnējai versijai. Turklāt šī informācija tiek nošķirta no tās avota, tādējādi avots nevar to paskaidrot, koriģēt vai kā citādi ietekmēt tās formu un saturu. Turpretim tiešsaistes komunikācijā privātā informācija ar cilvēkiem, kas atrodas ārpus savu uzticamību apliecinājušu personu loka, tiek koplietota biežāk. Tas nenozīmē, ka indivīdi ir gatavi atteikties no privātuma — lielai daļai šīs publicējamās informācijas tiek piemēroti vai tehniski un/vai sociāli ierobežošanas līdzekļi. Tomēr šie procesi nozīmē, ka mainās izpratne par to, kāda informācija būtu sargājama, kā arī mainās veidi, kādos indivīdi savas privātās informācijas apriti kontrolē.

Neskatoties uz to, ka liela daļa no *Sviesta cibas* diskusijām ir publiskas vai pusprivātas tādā ziņā, ka tehniski ir salīdzinoši viegli pieejamas, kopumā tās ir vērtējamās no privātās, nevis publiskās komunikācijas skatu punkta. Vienalga, vai runa ir par politiski ekonomisko notikumu apspriešanu, dalīšanos mediju saturā, sadzīviskām diskusijām vai intīmas

<sup>524</sup> MacDougall, R. Identity, electronic ethos, and blogs.

Sk.: arī Boyd, S. (2009). Secrecy, privacy, publicity. *Stowe Boyd*. Retrieved July 27, 2012, from <http://stoweboyd.com/post/765122581/secrecy-privacy-publicity>

pašatklāšanās izpausmēm, šī saziņa pēc saviem raksturojumiem līdzinās privātām sarunām; šis formāts to simboliski nošķir no ārējās, publiskās telpas, pat šis saturs publiskajā telpā ir viegli uztverams un nepastāv ierobežojumi tās tālākai izplatībai. Tādējādi komunikatīvā darbība, kuras saturs ir drīzāk privāts nekā publisks, ir saistīta ar privātas informācijas ienešanu publiskākā telpā un ar lielākas auditorijas nodrošināšanu viedokļiem, pieredzēm un emocijām, par kurām tradicionāli tiek stāstīts relatīvi šaurās cilvēku grupās. Šī informācija ne tikai ir vieglāk pieejama publiski, tā ir arī mazāk gaistoša; to ir vieglāk atrast un tai ir vieglāk piekļūt arī pēc tam, kas komunikatīvā darbība, kuras rezultātā informācija ir fiksēta, jau ir beigusies. Turpretim mutiskajā komunikācijā liela daļa informācijas, ar kuru indivīdi apmainās, netiek fiksēta citādi kā vien atmiņā (jāuzsver, ka arī liela daļa mediētās starppersonu komunikācijas — piemēram, e-pasti, telefona sarunas un īsziņas — cirkulē šaurās, apzināti ierobežotās sociālās grupās ar konkrētiem adresātiem). Tiešsaistes komunikācijā, kas tiek ilustrēts ar *Sviesta cibas* piemēru, konkrētu adresātu bieži vien nav, un arī līmenis, kādā lietotāji cenšas ierobežot savas privātas informācijas izplatīšanos, ir atšķirīgs. Tādējādi privātas informācijas ienākšana publiskajā telpā — pat ja tā nav masu mediju telpa — ir viens no šīs komunikācijas iznākumiem.

Z. Baumans pesimistiski ir norādījis, ka mūsdienās publisko telpu piepilda indivīdu raizes un rūpes, un indivīdi ir pasludinājuši sevi par vienīgajiem likumīgajiem iemītniekiem un no publiskās runas ir izspieduši visu citu. „Publisko“ ir kolonizējis „privātais“, „sabiedrības intereses“ ir reducētas līdz ziņkārībai par publisko personu privāto dzīvi, un publiskās dzīves māksla ir reducēta līdz privātu jautājumu publiskai izrādīšanai un publiskai privātu jūtu izklāstīšanai — jo intīmāk, jo labāk.<sup>525</sup> Indivīdam uz publiskās skatuves liek kāpt ne jau kopēja labuma meklējumi, bet gan bezcerīga „tīklošanās“ nepieciešamība. Dalītas intimitātes palīdz veidot kopienas, tomēr kopienas, kas tiek radītas šādā veidā, ir trauslas un īslaicīgas kā izkaisītas un klejojošas emocijas, kļūdaini pārslēdzoties no viena mērķa uz otru un klejojot aizvien nebeidzamos drošības paradīzes meklējumos. Tas ir dalītu bažu, baiļu vai naida kopienas, taču katrā gadījumā tās pulcējas ap centriem, kur indivīdi glabā savas vientuļās, individuālās bailes.<sup>526</sup> Mūsdienu bailes, bažas un pārestības ir risināmas vienatnē, norāda Z. Baumans.<sup>527</sup> Taču lielāka publiskuma piešķiršana to risināšanu var atvieglot.

Sociālo tīklu portālā mijiedarbojoties ar citiem, indivīds risina savas problēmas un iesaistās sev svarīgās aktivitātēs — gūst apmierinājumu, atbalstu, informāciju. Lai arī notiekos apstākļos *Sviesta cibas* lietotāji spēj apvienoties kolektīvām darbībām, pati saziņa, kas portālā notiek, pamatā ir individuālistiska. Sociālo tīklu portālos izveidojušos sociālo

<sup>525</sup> Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press. P. 37.

<sup>526</sup> Turpat.

<sup>527</sup> Turpat. 148. lpp.

grupu (piemēram, virtuālo kopienu) pastāvēšanas pamatā ir individuāli, nevis kolektīvi mērķi. Tas, ka šīs grupas pastāv, nozīmē, ka līdzās indivīdu interešu apmierināšanai tiek radīts arī kolektīvs labums. Tāpat kā kopiena sabruktu, ja netiek apmierinātas kolektīva intereses, tā sabruks arī gadījumā, ja ieguldījumi kolektīva labumā pārsniegtu indivīda gūtos labumus. Kā norāda U. Beks un E. Beka-Gernsheima, augsti individualizētas sabiedrības kopā var sasaistīt tikai tādā gadījumā, ja ir precīza izpratne par šo situāciju un ja ir iespējams cilvēkus veiksmīgi mobilizēt un motivēt izaicinājumiem, kuri ir viņu dzīves centrā.<sup>528</sup> Tomēr aprakstītajās tiešsaistes attiecībās, kuru centrā ir indivīds un kurās indivīds iesaistās primāri tieši savu interešu realizēšanai, kolektīva intereses, visdrīzāk, veidojas kā blakusefekts indivīda aktivitātēm. Tas sasaucas ar Dž. Kolmana rakstīto, ka sociālā kapitāla veidošanās vai mazināšanās parasti ir citu aktivitāšu blakusefekts.<sup>529</sup> Taču Dž. Kolmana interpretācijā kolektīvais labums ir atkarīgs no tā, vai indivīdi uzņemsies noteiktas lomas, kas nāk par labu plašākai sociālajai grupai, turpretim tiešsaistes sabiedriskumā kolektīva intereses necieš no tā, ka indivīdi par kolektīva interesēm nerūpējas mērķtiecīgi.

Z. Baumans rakstīja, ka kolektīva problēmu risināšana nozīmētu individuālu rūpju saplūšanu un sablīvēšanu (kondensāciju) kopējās interesēs un pēc tam kopējā darbībā. Tomēr šāds uzdevums ir grūts, jo visbiežāk izplatītās indivīdu problēmas mūsdienās nav apvienojamas kādās kopējās plūsmās. Šīs indivīdu problēmas viena otru var nostumt sāņus, taču ne veidot kādu vienotu veselumu. Likstas gan var būt līdzīgas, tomēr kolektivitāte neveido sinerģiju šo problēmu risinājumā, un to risināšana vieglāka arī nekļūst. Ir sarežģījumi, kuru risināšanā ir iespējams pārņemt citu cilvēku pieredzi, bet tas, ko no citu cilvēku kompānijas iespējams uzzināt, ir, ka ikviena cilvēka dzīve ir pilna risku, kam stāties pretim un ar ko cīnīties vienatnē, un kā katram pašam cīnīties ar savu nelabojamo vientulību.<sup>530</sup> Z. Baumans ir pesimistisks par indivīdu spēju uz kopēju rīcību kopējo problēmu risināšanā un indivīdu nošķirtības mazināšanā. Taču promocijas darbā aplūkotā grupu komunikācija parāda, ka šie kolektivitātes procesi ne tikai mainās, un indivīdi spēj šīs pārmaiņas arī izmantot savā labā, veidojot uz atšķirīgiem principiem balstītus sociālās grupas. Tiešsaistē indivīdi ciešāk saskaras ar citu indivīdu citādību (*otherness*), atšķirību. Indivīdu sociālās mijiedarbības analīze *Sviesta cibā* un arī citos pētījumā iekļautajos portālos parāda, ka tiešsaistē indivīdi, apvienojoties uz privāto komunikāciju balstītās grupās, gūst piekļuvi sociālajiem resursiem, taču vienlaikus viņu aktivitātes sniedz labumu arī citiem, un šādi apstākļi, kas vienlaikus sniedz gan pašizteikšanās, gan saziņas veidošanas iespējas ir viņu kopības (*togetherness*) pamats. Šādu grupu darbības pamatā ir iespēja pietuvināti, intīmi

<sup>528</sup> Beck, U., Beck-Gernsheim, E. *Individualization*. P. 18.

<sup>529</sup> Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital.

<sup>530</sup> Bauman, Z. *Liquid modernity*. Pp. 35–36.



sekot līdzī citu cilvēku dzīvē un problēmām, kurās dalās citi indivīdi, kas šādu publiskumu ir uzņēmušies, un brīvprātīgi, pēc *ad hoc* principa piedalīties sociālajā mijiedarbībā uz šādas privātas informācijas pamata. Tādējādi šāds publiskums nodrošina papildus resursus savu individuālo dzīves izaicinājumu risināšanai.

Taču šīs privātās tematikas publiskās apspriešanas nav diskusijas J. Hābermāsa publiskās sfēras izpratnē. Kļūstot *publiskāka*, šī komunikācija tomēr nekļūst par publisko komunikāciju, tā netiek vairāk vērsta uz kolektīva interešu formulēšanu un izpildi. Tāpēc *Sviesta cibā* sabiedriski politiskās aktivitātes, kas iziet ārpus lietotāju tiešās ieinteresētības un viņu pašu problēmu risināšanas, ir maz izplatītas. Indivīdi, piemēram diskutē par politiku, bet tas netiek darīts ar mērķi panākt kādas pārmaiņas sabiedrības līmenī. Indivīdi raksta par sadzīvi un savām ikdienas gaitām, taču tas netiek darīts, lai uzlabotu sabiedrības dzīves kvalitāti. Indivīdi raksta par savām personiskākajām jūtām, domām un problēmām, taču šādi viņi tās risina sev, nevis rīkojas savu saistību dēļ ar citiem.

## GALVENIE SECINĀJUMI

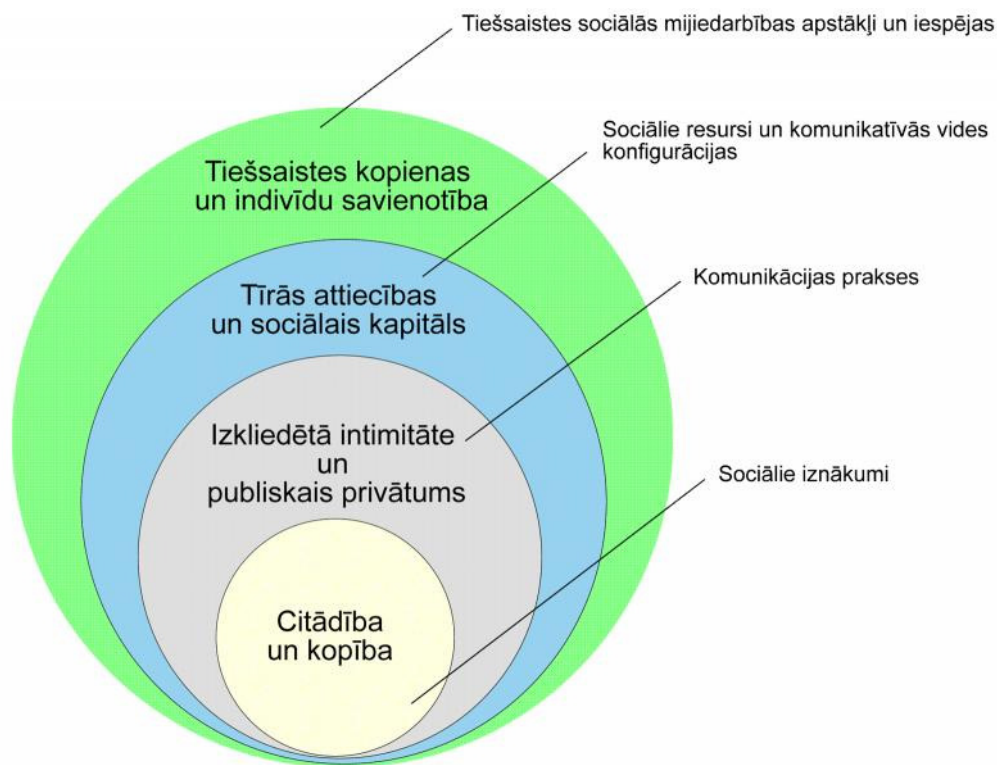
Vai jums ir gadījies redzēt sapnī internetu? Es esmu pamanījis, kā aizvien biežāk tas ienāk sapņos un parasti sagādā nepatīkamus brīžus. Pēdējais bija tāds - es kaut kādā abstraktā darbavietā satieku savu draudzeni, kas ir nervoza un neadekvāti uzvedas, no viņas sarunas ar kādu kolēģi es saprotu, ka viņai ir kaut kas noticis, kaut kas tāds, kas ir patiešām būtisks, man šķiet, ka tas ir saistīts ar problēmām ģimenē, visdrīzāk, viņa ir atklājusi, ka vīrs viņu krāpis. Es kaut ko jautāju un no viņas atbildes secinu, ka visi, kas patiešām ir viņas draugi, to jau zina, es ar skubu metos ielogoties draugiem.lv, lai paskatītos tur, un reāli NEVARU ielogoties! Kaut kas neveras vaļā, man jūk burti, es nevaru atcerēties paroli, vārdu sakot, es kādu pusstundu aizvien niknāks mēģinu paveikt pašu vienkāršāko mūsdienu ikdienas procedūru un pārliecinos par savu pilnīgu impotenci šajā jautājumā. Teju vai aukstiem sviedriem noplūdis, pamostos un steidzos atvērt draugus IN REAL LIFE. Protams, tur nekā tāda nav. Bet tagad es nevaru atvērt tviteri.

— *Dienasgrāmata, 2011. gada 15. maijs*

Līdz šim pasaulē un Latvijā tiešsaistes mediju pētniecībā liela uzmanība veltīta publiskajai komunikācijai, bet par indivīda privāto tiešsaistes aktivitāšu intensīvāka interese ir parādījusies relatīvi nesen. Promocijas darba novitāte ir privātās komunikācijas analīze sociālo tīklu portālos. Šāds pētījuma fokuss ir svarīgs tāpēc, ka ikdienas dzīves komunikācija ir vispopulārākais šo portālu lietojums. Šāda veida analīze ļauj iegūt jaunu perspektīvu par indivīdu saziņu un izprast tiešsaistes komunikācijas līdzekļu nozīmi mūsdienu sociālajās attiecībās. Pamatojoties uz datu analīzi ir izstrādātas četras galvenās secinājumu grupas: tiešsaistes kopienas un indivīdu savienotība; „tīrās attiecības“ un sociālais kapitāls; „izklīdētā intimitāte“ un publiskais privātums un citādība un kopība. Nodaļas beigās ir sniegts arī pārskats par pētījuma metodoloģiju, metodēm un pētniecisko novitāti.

Šīs secinājumu grupas var kategorizēt pa līmeņiem (6. attēls). Šādā veidā sagrupēti, tie raksturo analizēto tiešsaistes sociālo mijiedarbību no vispārīga uz specifiskāku līmeni. „Tiešsaistes kopienas un indivīdu savienotība“ ir pamata līmenis; tajā ietvertie indivīdu savienotību, pašizteiksmi un kontroli pār savu sociālo tīklu nodrošinošie elementi, kas ir plaši izplatīti dažādās tiešsaistes sociālajās vidēs, lielā mērā ir iespējami, pateicoties to uzbūvei un tehniskajām iespējām. „Tīrās attiecības un sociālais kapitāls“ ir resursu un komunikācijas konfigurāciju līmenis, kas aptver saziņu veicinošos resursus un attiecību principus, kuri noteiktās tiešsaistes sociālajās grupās var veidoties, taču tie nav iepriekšdoti un grupas dalībniekiem pašiem sociālajā mijiedarbībā ir jārada. „Izklīdētā intimitāte un publiskais privātums“ ir komunikācijas prakšu līmenis, kas ietver konkrētas darbības un indivīdu īpašības — piemēram, atklāšanos, uzticēšanos — noteiktā tiešsaistes attiecību režīmā. Visbeidzot, „citādība un kopība“ ir sociālo iznākumu līmenis, kas apraksta tiešsaistes

sabiedriskumu, kurā indivīdi iesaistās, lai īstenotu savas privātās intereses, taču, to darot, viņi vienlaikus sniedz palīdzību arī citiem.



#### **6. attēls.** Promocijas darba galveno secinājumu līmeņi

Galveno secinājumu attēla līdzības ar teorētisko ietvaru ilustrējošo attēlu (1. attēls) un atšķirības no tā parāda promocijas darba pienesumu, gan izvērtējot un kombinējot jau esošos jēdzienus un teorijas, gan aprakstot un pārbaudot jaunus jēdzienus un tiešsaistes komunikācijas aspektus.

### **10.1. Tiešsaistes kopienas un indivīdu savienotība**

Tiešsaistes sociālo tīklu portālos var veidoties tiešsaistes kopienas, tomēr kopienu esamību nevar izsecināt pēc tā, cik daudzveidīgi ir portāla arhitektūrā iestrādātajie pašizteikšanās un savienojumu veidošanas mehānismi; to ir iespējams konstatēt tikai iepazīstoties šo konkrēto vietņu lietojumu. Daudzveidīgas portālā *iespējamās* aktivitātes nenozīmē, ka pats portāls arī tiks izmantots daudzveidīgām sociālajām aktivitātēm. Vietnes, kuras darbojas kā bezsaistē jau pastāvošo saišu dublētājas un uzturētājas, var nebūt vērstas uz jaunu savienojumu veidošanu ārpus jau esošajiem savienojumiem, kā tas ir redzams *Draugiem.lv* piemērā. Aktivitātes, kuras šādā portālā lietotājiem ir pieejamas, var neveicināt jaunu kontaktu veidošanos ar personīgi nepazīstamiem indivīdiem. Turpretim tās vietnes, kuru darbības pamatā ir dalīšanās informācijā ar indivīdu loku, kas nav atlasīts balstoties uz

pastāvošajiem bezsaistes savienojumiem, ir saistītas ar tādu sociālo mijiedarbību, kuras pamatā ir kopējas intereses, un tās plašāk tiek izmantotas jaunu bezsaistes un tiešsaistes pazīšanas veidošanā.

Tiešsaistes kopienas tiešsaistes sociālo tīklu portālos ir H. Dženkinsa analizētās konverģences kultūras<sup>531</sup> izpausmes. Saskaņā ar šo perspektīvu, tiešsaistes kopienā informācija plūst starp dažādām mediju platformām, un lietotāji tajās meklē un sadarbojoties kombinē sev saistošo saturu. Lai šādā režīmā notiekošu komunikāciju varētu adekvāti aplūkot, tiešsaistes sociālo tīklu portāls ir jāaplūko kā indivīdu saziņas maršrutētājs, taču paralēli šādu portālu izmantošanai indivīdiem ir arī citi kontaktu veidi. Lielākās iespējas piekļūt tīklotajiem resursiem ir vislabāk savienotajiem un saziņā aktīvākajiem indivīdiem, kuri pastāvīgi uztur un/vai paplašina savu sociālo tīklu.

Promocijas darbā konstatēts, ka sociālajiem tiešsaistes medijiem ir nozīmīga loma indivīdu saziņas tīklu veidošanā un uzturēšanā un pašizteikšanās nodrošināšanā. Lietotāji tos var izmantot, lai vairotu savu savienotību, kontroli pār personīgo komunikācijas vidi un savstarpēja atbalsta un pašizteiksmes iespējas.

### **1) Indivīdu savienotība:**

- ❖ tīklotu mediju lietojumi, piemēram, dalīšanās informācijā un iespēja uz šādu informāciju reaģēt, var veicināt indivīdu jaunu sociālo saišu veidošanu uz kopēju interešu, nevis tikai uz kopējas ģeogrāfijas vai radniecības pamata;
- ❖ tāpat šādi portāli atvieglo savienojumu uzturēšanu ar jau pazīstamiem cilvēkiem, jo ļauj mazināt dažādu bezsaistē pastāvošu saziņas šķēršļu — fiziskā attāluma un laika — ietekmi.

### **2) Komunikācijas kontrole:**

- ❖ tiešsaistes vide indivīdus var daļēji atbrīvot no bezsaistes videi raksturīgiem fiziskiem, sociāliem un citiem ierobežojumiem, ar ko tie saskaras bezsaistē; tiek novērsti šķēršļi savienojumu veidošanai ar citiem indivīdiem un pašizteiksmei;
- ❖ indivīdi tiešsaistē var iesaistīties attiecībās, pār kuru formu un saturu viņiem ir lielāka kontrole; viņiem ir vairāk iespēju atlasīt sava sociālā tīkla dalībniekus, ar kuriem viņi vēlas mijiedarboties, un ierobežot kontaktus ar tiem, ar kuriem komunicēt nevēlas;
- ❖ ir paplašināts pieejamo attiecību veidu klāsts: iespējamās ir ne tikai stabilas (rigidas), bet arī plūstošas (gaistošas) attiecības, kuras ir viegli uzsākt un viegli pārtraukt;

---

<sup>531</sup> Jenkins, H. *Convergence culture*. Pp. 2–3.

- ❖ indivīdiem ir lielāka kontrole pār to, cik ļoti iesaistīties saziņā ar konkrētā komunikācijas tīkla dalībniekiem. Indivīdi var mijiedarboties uz to identitāšu aspektu un specializēto lomu pamata, kurās viņi ir personiski ieinteresēti, un veidot grupas uz kopēju aktivitāšu un interešu pamata.

### **3) Savstarpēja atbalsta un pašizteiksmes iespējas:**

- ❖ tiešsaistes kopienas dalībnieki apmainās ar daudzveidīgu publisku un privātu informāciju un to kolektīvi pārinterpretē;
- ❖ viņi var apmainīties ar emocionālo atbalstu;
- ❖ tiešsaistes sociālo tīklu portālā var veidoties telpas indivīdu personiskai pašizpaušmei un pašrealizācijai; tur notiek jaunrade, tiek izpaustas attieksmes, dokumentēti dzīves notikumi;
- ❖ pašizpaužoties lietotāji gūst atgriezenisko saiti; indivīda citiem sniegtajai informācijai ir apmaiņas vērtība; šādi apmainoties tiek veicināta turpmāka saziņa;
- ❖ darbojoties grupā, indivīdi pašorganizējas, rada un pārdala savus resursus.

Pētījumā iekļauto portālu lietotāji atzīst, ka sociālo tīklu portālu lietošanai ir arī negatīvi aspekti, no kuriem visbiežāk minētais ir laika izniekošana. Tomēr kopumā viņi pozitīvi vērtē tiešsaistes aktivitāšu nozīmi viņu sociālajā dzīvē.

#### **Kopumā var secināt, ka:**

- ❖ tiešsaistes kopienu jēdziens tiešsaistes sociālās mijiedarbības analīzē, neskatoties uz izmaiņām tiešsaistes mediju vidē, joprojām ir aktuāls, tomēr visiem tiešsaistes sociālo tīklu portāliem nepiemīt līdzvērtīgs tiešsaistes kopienu veidošanās potenciāls;
- ❖ tiešsaistes vidēs neveidojas viens dominējošs indivīdu sociālās mijiedarbības veids: attiecības var būt orientētas uz bezsaistē pastāvošo saišu dublēšanu un uzturēšanu, bet indivīdi arī veidot jaunas, tiešsaistē balstītas attiecības, kā arī kombinēt dažādus savus sociālos tīklus.

## ***10.2. Tīrās attiecības un sociālais kapitāls***

Tiešsaistes portālos var veidoties sociālās grupas, ko raksturo kopēja identitāte, solidaritāte, uzticēšanās, kas tādējādi veicina lietotāju iesaistīšanos kontaktos ar citiem lietotājiem, gatavību izdarīt viņiem pakalpojumus un iespēju saņemt tos atpakaļ. Šo iemeslu dēļ analizētie portāli ieņem nozīmīgu vietu indivīdu privātajā komunikācijā. Tiešsaistes sociālajos tīklos novērojami komunikācijas raksturojumi liecina, ka šādā vidē var veidoties sociālais kapitāls, kura komponenti ir uzticēšanās, sociālie tīkli un normas.

### 1) Uzticēšanās:

- ❖ visos analizētajos portālos uzticēšanās un pašatklāšanās pozitīvi korelē ar emocionālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu;
- ❖ uzticēšanās palīdz veidot kontaktus un atrast kopējus kontekstus tiešsaistes vidē, kurai raksturīgs daudz komunikatīvu neskaidrību.

### 2) Sociālie tīkli:

- ❖ analizētie portāli tiek izmantoti esošo pazīšanos uzturēšanai un jaunu tiešsaistes un bezsaistes kontaktu veidošanai;
- ❖ „draugiem“ pievienoto bezsaistē pazīstamo cilvēku skaitam ir korelācija ar piekļuvi dažādiem resursiem portālā; tie lietotāji, kuri portālu izmanto bezsaistes pazīšanos uzturēšanai, iesaistās arī daudzveidīgākās aktivitātēs tiešsaistē;
- ❖ taču tīklotajiem tiešsaistes resursiem portālā piekļūt var arī indivīdi, kuri ir aktīvi tiešsaistē, bet mazāk sabiedriski bezsaistē; aktivitātes tiešsaistē ir nozīmīgākais aspekts, kas nodrošina indivīdam iespējas piekļūt šiem resursiem.

### 3) Normas:

- ❖ analizētajos portālos ir novērojamas abpusējības normas: indivīdi, kuri resursus saņem, ir tendēti tos sniegt citiem;
- ❖ daudzveidīgie portālu lietojumi indivīdu privāto mērķu sasniegšanā rada problēmas formulēt detalizētus noteikumus, kam gatavi pakļauties vairums lietotāju, taču priekšstati par vispārējām normām pastāv;
- ❖ indivīdu relatīvi lielā rīcības brīvība un iespējas nesadarboties ar citiem var veicināt konfliktus grupā;
- ❖ neskatoties uz to, analizētajās vietnēs sociālā mijiedarbība lielākoties ir konstruktīva, un ir novērojama pašregulācija; haoss un visatļautība nav izplatītas parādības.

Indivīdu sociālā kapitāla akumulācija analizētajos portālos ir nevienmērīga un ir atkarīga no šo portālu lietošanas veidiem un indivīdu tiešsaistes aktivitātēm. Taču daļai lietotāju šie portāli ir nozīmīgs sociālā kapitāla avots. Tiešsaistes portālos ir novērojams gan kumulācijas efekts (sabiedriskie indivīdi tiešsaistē var vēl efektīvāk veidot un uzturēt starppersonu savienojumus), gan arī sociālās kompensācijas mehānismi (tiešsaistes vide paver iespējas iegūt vairāk labumu tiem, kuri bezsaistē tiem nespēj piekļūt).

## Sasaistošais un savienojošais sociālais kapitāls

Pētījuma rezultāti liecina, ka ir nepieciešams pārskatīt ciešo un vājo saišu, kā arī sasaistošā un savienojošā sociālā kapitāla pazīmju raksturojumu. Trīs sociālo tīklu portālu kvantitatīvo datu analīze neparādīja, ka „draugiem“ pievienoto bezsaistē balstīto tuvas draudzības/draudzības attiecību skaitam būtu saistība tieši ar emocionālā atbalsta apmaiņu portālā vai ka „draugiem“ pievienoto bezsaistē balstīto paziņu attiecību skaitam būtu saistība tieši ar informatīvo apmaiņu. Turklāt emocionālā apmaiņa korelē ar informācijas apmaiņu. Tas liecina, ka vājo un ciešo saišu raksturojuma nodalījums tiešsaistes vidē ir visai nosacīts, un nesaskan ar tradicionālajiem vājo un saišu raksturojumiem. M. Granovetera vājo saišu koncepcija paredz, ka vājās saites, kas raksturīgas paziņu attiecībām, nodrošina indivīdiem piekļuvi jaunai informācijai vai jaunām perspektīvām, taču tās nenodzošina emocionālo atbalstu.<sup>532</sup> Indivīdiem, kurus saista ciešās saites, ir raksturīgs augsts intimitātes un pašatklāšanās līmenis, kā arī motivācija savstarpēji dalīties ar resursiem, kas ir viņu rīcībā.<sup>533</sup> Turpretim tiešsaistes sociālo tīklu portālu pētnieki atzīmē, ka šīs vietnes lietotājiem atvieglo emocionālā atbalsta gūšanu gan no ciešajām, gan vājajām saitēm.<sup>534</sup>

Līdzīgā kārtā saistība starp dažādiem resursu veidiem, ar kuriem apmainās sociālo tīklu portālu lietotāji, norāda uz savienojošā un sasaistošā sociālā kapitāla nošķiruma nosacītību. Saskaņā ar R. Patnama skaidrojumu, sasaistošais sociālais kapitāls ir saistīts ar ciešām saitēm grupas iekšienē, solidaritāti un grupai nepiederošo indivīdu izslēgšanu. Sasaistošais sociālais kapitāls veidojas cieši saistītu indivīdu grupās — piemēram, starp ģimenes locekļiem vai tuviem draugiem. Savienojošais sociālais kapitāls turpretim ir saistīts ar starpgrupu komunikāciju un savienojumiem starp heterogēniem indivīdiem.<sup>535</sup> Pētītajos portālos sasaistošajam sociālajam kapitālam raksturīgās (iekšgrupu) attiecības mijas ar savienojošajam sociālajam kapitālam raksturīgajām (starpgrupu) attiecībām. Tas nozīmē, ka tiešsaistē veidojas attiecības, kurās emocionālā vai informatīvā atbalsta sniegšanu nenosaka saišu ciešums, bet citi faktori.

### Tīrās attiecības

Rezultāti liecina, ka tiešsaistes starppersonu attiecību pamatā ir ciešo un vājo saišu hibrīds. Šīs attiecības atbilst E. Gidensa formulēto „tīro attiecību“ raksturojumiem<sup>536</sup> — šāda veida attiecības veidojas indivīdu interešu pārklāšanās sfērās, un turpinās, kamēr šāda interešu pārklāšanās pastāv.

<sup>532</sup> Granovetter, M. S. The strength of weak ties.

<sup>533</sup> Haythornthwaite, C. Social networks and Internet connectivity effects.

<sup>534</sup> Ellison, N. B., Lampe, C., Steinfield, C., & Vitak, J. With a little help from my friends.

<sup>535</sup> Putnam, R. D. *Bowling alone*. Pp. 22–24.

<sup>536</sup> Giddens, A. *The transformation of intimacy*. P. 58.

**1) Tiešsaistes attiecību saturu vairāk nosaka drīzāk situatīvi, nevis iepriekšdefinēti priekšstati vai apstākļi:**

- ❖ publicējot ierakstus tiešsaistes sociālo tīklu profilā vai tiešsaistes dienasgrāmatā, indivīds tieši vai netieši pauž vēlmi pēc dalīšanās savā pieredzē, atbalsta vai citas reakcijas;
- ❖ šie ieraksti var būt pieejami un uz to pamata mijiedarbība izvērsties ar gan tādiem indivīdiem, kuriem ar autoru ir ciešas saites, gan tādiem, kuru saites ir vājas, gan tādiem, kuriem ar ieraksta autoru nekādu iepriekšēju attiecību nav vai arī pastāv latentās saites;
- ❖ uz šādiem ierakstiem atsaucas un reaģē tie lietotāji, kuri konkrētajā brīdī to vēlas un spēj, tādējādi mijiedarbību noteic ne tikai dalībnieku iepriekšējie un ārpus portāla pastāvošie kontakti, bet tā var arī veidoties *ad hoc*;
- ❖ zemais iesaistīšanās un saišu saraušanas sliekšnis palielina potenciālu, ka šādas attiecības indivīdiem situatīvi spēs sniegt viņiem nepieciešamos resursus.

**2) Attiecības ir orientētas uz indivīda, nevis grupas interesēm, taču netraucē sociālo grupu pastāvēšanai:**

- ❖ darbojoties tiešsaistes sociālo tīklu portālā, indivīds paplašina iespējas formulēt un realizēt savas privātās intereses un risināt savas ikdienas problēmas;
- ❖ lietotāji portāla profilu vai dienasgrāmatu izmanto kā savu privāto vai pusprivāto telpu, un šāda izpratne viņiem ļauj izturēties brīvāk: indivīdi atļaujas lielāku vaļsirdību, vairāk privātas pašatklāšanās, egocentrisma; izturēšanās pret citiem, arī nepazīstamiem lietotājiem ir neformāla un relatīvi atbrīvota, viņi biežāk pauž personiskas pretenzijas saistībā ar mijiedarbības formu un saturu savā sociālo tīklu profilā vai dienasgrāmatā;
- ❖ šāda vide kā kolektīvais labums, kuras veidošanos un pastāvēšanu veicina sociālais kapitāls, pamatā ir līdzeklis, lai indivīds varētu realizēt savas intereses, vai šo interešu realizēšanas blakusprodukts. Kolektīvās intereses sociālajā mijiedarbībā netiek definētas un organizēti uzturētas.

**3) Tiešsaistes attiecības papildina bezsaistes komunikāciju:**

- ❖ tiešsaistē tiek uzturētas jau esošās attiecības un veidotas jaunas;
- ❖ tiešsaiste kā attiecību veidošanas papildus vide var kompensēt ierobežojumus, ar kurām indivīds saskaras bezsaistē, un nodrošināt alternatīvu sociālās mijiedarbības un pašizteiksmes telpu;



- ❖ šādās tiešsaistes vidēs ir iespējams novērot tehnoloģiju pieejamības un mediju pratības (*media literacy*) attiecības: lai gan tiešsaistes saziņas līdzekļi ir pieejami plašam lietotāju lokam, vislielāko labumu no tām gūst tie indivīdi, kuri ir piemērojušies tīklotajai mediētās komunikācijas videi.

Tiešsaistes starppersonu attiecībās būtisks ir funkcionāls sociālais tīkls, kuram ir divi galvenie elementi: (1) savienojumu skaits ar citiem tiešsaistes sociālo tīklu portāla lietotājiem (piesaistīto „draugu“ skaits) un (2) šo „draugu“ gatavība un spēja reaģēt uz citu lietotāju publicētajiem ierakstiem. No šiem diviem elementiem svarīgākais ir tieši otrais: lai arī lielāks savienojumu skaits nozīmē arī lielākas atgriezeniskās saites gūšanas iespējas, tomēr „draugu“ skaits, kas katrā portālā lietotājam vidēji nepieciešams, lai nedēļā saņemtu vienu atsauksmi, var būtiski atšķirties. *Draugiem.lv* lietotājiem uz vienu „draugu“ vidēji ir krietni mazāk saņemto atgriezeniskās saites vienību nekā tiešsaistes dienasgrāmatu portālu lietotājiem.

Starptautisku socioloģisku aptauju rezultāti liecina, ka Latvijas iedzīvotāju sociālais kapitāls salīdzinājumā ar Rietumeiropas un arī postpadomju valstīm ir zems. Latvijas iedzīvotāju sociālie tīkli ir šaurāki, un salīdzinoši daudziem cilvēkiem nav pieejams neviens, pie kā vērsties pēc palīdzības. Turklāt Latvijas iedzīvotāji vidēji biežāk nekā citu postpadomju valstu un Rietumeiropas valstu iedzīvotāji palīdzību meklē ārpus savu radnieku loka.<sup>537</sup> Tas parāda, ka Latvijas sabiedrībai jauni sociālā kapitāla ģenerēšanas un uzkrāšanas veidi ir īpaši nepieciešami. Pētījumi par sociālo tīklu portālu lietojumu sociālā kapitāla vairošanā, kā arī promocijas darba secinājumi sniedz pamatu optimismam, un ļauj secināt, ka šo platformu lietošanai piemīt potenciāls vairojot tādus kontaktus un attiecības, kas veicina indivīdu sociālo mijiedarbību.

### **Kopumā var secināt, ka:**

- ❖ tiešsaistes attiecību analīzē noderīgs ir „tīro attiecību“ jēdziens, lai gan E. Gidenss to izmantoja, lai raksturotu attiecības vēlinās modernitātes sabiedrībās kopumā;
- ❖ lai gan pētījuma tika novērotas sociālās kompensācijas un sociālās kumulācijas pieejas pazīmes saistībā ar interneta lietošanas ietekmi uz sabiedriskumu, ir pamats secināt, ka interneta lietošanas iznākumi ir daudzveidīgi un atkarīgi no daudziem apstākļiem, it īpaši no tā, kā šie portāli tiek lietoti;

<sup>537</sup> Buholcs, J. (pieņemts publicēšanai). Tīkli un indivīdi: Sociālais kapitālais kapitāls Latvijā, postpadomju un Rietumeiropas valstīs. *Pieņemts publicēšanai krājumā LU Sociālo zinātņu doktorantūras skolas „Politisko, sociālo un ekonomisko procesu analīze postpadomju telpā“ doktorantu rakstu krājumā.*

- ❖ indivīdi tiešsaistes sociālo tīklu portālus ir integrējuši savos plašākos sociālos tīklos; tiešsaistes komunikācijas aktivitātes nevis aizvieto bezsaistes komunikāciju, bet gan to papildina.

### **10.3. Izklīdētā intimitāte un publiskais privātums**

Sociālajās zinātnēs intimitāte (*intimacy*) parasti tiek saprasta kā atklāšanās šauram, rūpīgi atlasītu cilvēku lokam, kuri ar savām līdzšinējām darbībām ir pierādījuši savu uzticamību. Jēdzienu pāri „publiskums/privātums“ (*publicity/privacy*), „atklātība/slepenība“ (*openness/secretcy*), „anonimitāte (pseudonimitāte)/onimitāte — neanonimitāte“ (*anonymity (pseudonymity)/onymity — nonanonymity*) nereti tiek skatīti kā savstarpēji izslēdzoši. Promocijas darbā esmu parādījis, ka tiešsaistes vidē šo jēdzienu attiecības kļūst sarežģītākas: privāta informācija, lai gan var būt publiski pieejama, var nekļūt par *publisku* informāciju; pseudonīmu kultūra neizslēdz bezsaistes identitāšu svarīgumu indivīdu attiecībās; attiecības var balstīt uz intīmas informācijas apmaiņu starp cilvēkiem, kas nav personiski pazīstami un kuru uzticamība nav pārbaudīta kopējās nepastarpinātās pieredzēs.

#### **Izklīdētā intimitāte**

Darbā ir formulēts un empīriski analizēts „izklīdētās intimitātes“ attiecību režīms. „Attiecību režīma“ jēdziens pētījumā tiek lietots, lai nošķirtu uz atšķirīgiem principiem veidotas, dažādos apstākļos pastāvošas un uz atšķirīgu saturu balstītas tiešsaistes attiecības. Izklīdētā intimitāte ietver personiskas informācijas publiskošanu sociālā tīkla dalībniekiem, kas var būt personiski nepazīstami un kuru uzticamības izsecināšanas mehānismi var nozīmīgi atšķirties no tiem, kas raksturīgi bezsaistes saziņai. Šis režīms papildina A. Vitela formulēto tīkla sabiedriskumu, kurā attiecības ir nevis naratīvas, bet informacionālas, tās ir balstītas nevis uz kopējām pieredzēm un emocionālām apmaiņām, bet gan uz datu/informācijas apmaiņām un „iekavētā atgūšanu“ („*catching up*“) intensīvā, bet gaistošā komunikācijā.<sup>538</sup> Uz šādiem principiem, kas ietver fatisko komunikāciju, veidotu attiecību galvenais mērķis ir savienojuma uzturēšana starp indivīdiem, ko nepieciešamības gadījumā var aktivizēt. Abi attiecību režīmi ir iespējami visās analizētajās tiešsaistes sociālo tīklu vietnēs, taču, augstāka pašatklāšanās un uzticēšanās līmeņa un kontaktu daudzveidības dēļ izklīdētajai intimitātei, kurai no abiem režīmiem disertācijā pievērsta lielākā uzmanība, piemērotāki veidošanās apstākļi ir abos tiešsaistes dienasgrāmatu portālos.

Izklīdēto intimitāti raksturo mainīti priekšstati par atklāšanos un uzticēšanos; neskaidrību un risku akceptēšana komunikācijā un dalīšanās ar citiem daudzveidīgā informācijā.

<sup>538</sup> Wittel, A. Toward a network sociality.

### 1) Mainīti priekšstati par pašatklāšanos un uzticēšanos:

- ❖ pašatklāšanās ļauj mazināt neskaidrību un nodibināt kontaktus ar citiem indivīdiem;
- ❖ lietotājiem, kuru starpā veidojas uz pašatklāšanos balstītas attiecības, nav jābūt personīgi savstarpēji pazīstamiem (tādā nozīmē, kā cilvēks par „pazīstamu“ tiek uzskatīts bezsaistē);
- ❖ uzticamības konstruēšanas mehānismi ir daudzveidīgi un var tikt piemēroti situatīvi; uzticamība var tikt izsecināta gan no bezsaistes komunikācijā balstītām zināšanām par konkrēto personu, gan tikai no tiešsaistes mijiedarbības pieredzes, tāpat daļa lietotāju citu dalībnieku uzticamību *pieņem* un piekļuvi sevis publicētajai informācijai ierobežo tikai, ja ir īpašs iemesls to darīt;
- ❖ pašatklāšanās ir raksturīga nozīmīgai *Sviesta cibas* lietotāju grupai. Lai arī intimitātes līmenis tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstos atšķiras, personiskas atklāšanās elementi ir bijuši absolūtajam vairumam lietotāju, kuru dienasgrāmatas iekļautas izlases kopumā.

### 2) Neskaidrības un risku akceptēšana:

- ❖ publicējot privāto informāciju tiešsaistē, indivīds vismaz daļēji zaudē kontroli pār šo informāciju; indivīdam ir jāpaļaujas uz sava sociālā tīkla dalībniekiem, ka šī informācija netiks izmantota pret viņu;
- ❖ uz tiešsaistei raksturīgajām komunikatīvajām neskaidrībām un izaisti (*disembeddedness*) lietotāji var reaģēt ar atklāšanos un uzticēšanos, tādējādi nodrošinot sev iespējas veidot jaunus kontaktus, atvieglot kopēju sociālo kontekstu identificēšanu ar citiem un mazinot komunikatīvās neskaidrības;
- ❖ atklāšanos tiešsaistē sarežģī auditorijas ierobežotā redzamība, sociālo kontekstu sabrukums un tekstuālās komunikācijas pēdu (tekstu) kopējamība, sameklējamība un saglabājamība un citas tiešsaistes saziņas īpatnības. Tomēr indivīdi, kas spēj šādā vidē darboties, gūst lielākas iespējas piekļūt dažādiem resursiem tīklā.

### 3) Dalīšanās ar citiem tematikas un intimitātes ziņā daudzveidīgā informācijā:

- ❖ apmainoties ar privātu un intīmu informāciju, indivīdi gūst ieskatu tajās citu cilvēku privātās dzīves sfērās, kuras tiem citkārt nebūtu aizsniedzamas, jo bezsaistē tās reti tiek apspriestas ar cilvēkiem, kurus saista tādas vājās saites, kādas ir daudziem tiešsaistes sociālo tīklu portāla lietotājiem;
- ❖ indivīdi iegūst pieredzi, kā sevi izrādīt; daudz uzzina par citu cilvēku dzīvēm; lietotāju problēmas tiek risinātas, par tām stāstot citiem;

- ❖ indivīdi pašorganizējas, privātā komunikācijā apmainoties ar dažādiem resursiem, pieredzēm un atbalstu.

### **Sevis izrādīšana tiešsaistē**

Centrālie Ē. Gofmaņa dramaturģiskās pieejas pamatjēdzieni — sevis izrādīšana, skatuve un aizkulisēs, komandas, auditorijas — ir izmantojami arī tiešsaistes saziņas analīzei, tomēr bezsaistes un tiešsaistes komunikācijas atšķirības nosaka, ka tiešsaistes vides analīzei ir nepieciešams modificēt Gofmaņa perspektīvas jēdzienisko aparātu. Tas attiecas uz priekšplāna un aizkulišu nošķirumu: atkarībā no perspektīvas, tiešsaistes dienasgrāmata var būt gan skatuve, kas paredzēta komunikācijai ar lasītājiem, gan aizkulisēs, kurās gatavoties ar bezsaistes izrādēm. Tāpat lietotāju iespējas noteikt, kuriem lasītājiem būs piekļuve noteiktiem ierakstiem arī pašu tiešsaistes sociālā tīkla profila/dienasgrāmatas informāciju ļauj sadalīt tajā daļā, kura ir aizkulisēs (pieejama šaurākam lasītāju lokam), un tajā, kas ir skatuve (pieejama ar mazāk ierobežojumiem). Tiešsaistes attiecības var palīdzēt indivīdu stigmatizācijā, un saņemtais atbalsts var palīdzēt to pārvarēšanā.

Portāla lietotāju tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstus esmu kārtojis piecās lielās tematiskās grupās. Ierakstu tematikas klasificēšanai izmantota dzīvokļa metafora, ierakstus sakārtojot pa „istabām“. Tās ir: priekšnams, virtuve, viesistaba, darba kabinets vai guļamistaba. Šīs telpas ir klasificētas atbilstoši indivīda atklāšanās un sniegtās informācijas intimitātes līmenim. Atkarībā no tā, cik tālu tiešsaistes dienasgrāmatas īpašnieks lasītāju savā telpā ielaiž, tiek noteiktas arī robežas starp priekšplānu un aizkulisēm. Aizkulišu teritorijas ierakstu pieejamība ir atkarīga no lietotāja statusa attiecībā pret ierakstu autoru. Izklaidētās intimitātes analīzei visnoderīgākie ir guļamistabas ieraksti, kuri veido otru lielāko ierakstu grupu (vairāk ierakstu ir tikai viesistabas grupā, taču jāuzsver, ka to skaits ir krietni lielāks nekā pārējās grupās). Aizkulisēs var tikt apspriesta informācija, kas stigmatizācijas un citu risku dēļ citkārt no plašākas publikas tiek slēpta — personiskās nedienas un traģēdijas; ieraksti par attiecībām ar citiem cilvēkiem, tajā skaitā seksuālo attiecību stāsti; ieraksti par veselības vai psiholoģiskām problēmām, laimes brīžiem; citu cilvēku raksturojumi; neapmierinātība ar darbu utt. Lai arī par savām emocijām salīdzinoši biežāk raksta *Sviesta cibas* populārākie lietotāji, tomēr kopumā mazāk populārie lietotāji intīmas un personiskas tēmas apspriež mazliet biežāk nekā populārie. Tas ir skaidrojams ar to, ka mazāks savienojumu skaits var būt drošības līdzeklis pret privātuma riskiem, ko rada atklāšanās.

Izmantojot „dzīvokļa“ metaforu, ir parādīta arī privātās informācijas aprites paplašināšanās. Tradicionāli šāda veida tēmas tiek apspriestas tikai relatīvi šaurā tuvu cilvēku lokā, bet mediēta dalīšanās privātajos stāstos un pieredzēs paplašina un padara

daudzveidīgāku to personu loku, kam ir piekļuve šāda veida informācijai un kas iesaistās tās apspriešanā. Taču tas nenozīmē, ka šī komunikācija ir uzskatāma par publisku. Būtisks ir pusprivātās un publiskās telpas nošķirums: neskatoties uz to, ka liela daļa informācijas, ar kuru apmainās tiešsaistes sociālo tīklu portāla lietotāji, ir pieejama bez fiziskiem ierobežojumiem, tā nav publiska tādā nozīmē, kādā publisks ir masu mediju saturs. Ierakstu un komentāru autoriem var būt gaidas par to, ka pret šo informāciju citi attieksies kā pret tādu, kas paredzēta privātajai komunikācijai. Lietotāji aktīvi izmanto arī iespējas veidot ierakstus, kas paredzēti tikai „draugiem“ vai arī noteiktām „draugu“ grupām. Tas ir publicētās informācijas piekļuves kontroles līdzeklis, un vienlaikus zīme par šādi aizsargātas informācijas sensitīvumu.

#### **Kopumā var secināt, ka:**

- ❖ indivīdu tiešsaistes attiecības ir daudzveidīgas: tās var ietvert mijiedarbību, kuras pamatā ir gan pašatklāšanās, gan arī fatiska, nenaratīva komunikācija. Izkliegtās intimitātes attiecību režīmu var papildināt tīkla sabiedriskums;
- ❖ ir attaisnojusies tiešsaistes dienasgrāmatu ierakstu klasificēšana piecās lielās tematiskās grupās par ierakstu identifikatoriem izmantojot dzīvokļa telpu apzīmējumus. Izmantojot šo metaforu, darbā ir demonstrēta privātās tiešsaistes komunikācijas tematiskā daudzveidība un veidi, kā lietotāji pārvalda informācijas telpu, kurā darbojas un kuras veidošanā paši aktīvi iesaistās;
- ❖ pētījuma dati apstiprina viedokli, ka, neskatoties uz indivīdu tiešsaistes pašatklāšanos, privātums nezaudē nozīmi. Indivīdi joprojām sargā savu privāto informāciju, taču mainās un daudzveidīgākas kļūst izpratnes par privātumu, publiskumu un to robežām. Tāpat tiešsaistes komunikācijas analīze parāda daudzveidīgus mehānismus, ko indivīdi lieto, lai noteiktu, vai citiem var uzticēties.

#### **10.4. Citādība un kopība**

Individualitāte un kolektivitāte ir akadēmiskā analīzē plaši izmantots pretstatu pāris. Tomēr promocijas darba rezultāti liecina, ka tiešsaistes kopienā privātās un kolektīvās intereses var pastāvēt līdzās elastīgāk, neupurējot sociālās grupas vai iesaistīto indivīdu intereses. Tiešsaistes grupas ir orientētas uz indivīdu interesēm, tomēr tajās var veidoties iekļaujošas un draudzīgas vides, kurās šos indivīdu mērķus realizēt. Nav pamata uzskatīt, ka vispārējais tolerances līmenis tādā kopienā kā *Sviesta ciba* ir būtiski augstāks nekā kopumā Latvijas sabiedrības segmentos ar līdzīgiem sociāli demogrāfiskajiem rādītājiem. Taču šādas

tiešsaistes grupas dalībnieki spēj grupas robežās darboties un pašizpausties relatīvi brīvi, lai arī nepiekrīt daudziem viedokļiem, kas tiek pausti, un rīcībām.

Šādi novērojumi apliecina, ka nepieciešams veidot jaunus, savstarpēji papildinošus, nevis izslēdzošus jēdzienu pārus. Tiešsaistes individualitātes un kolektivitātes aspektus precīzāk var aprakstīt, izmantojot jēdzienu pāri, kurš līdz šim akadēmiskajā pētniecībā šādā nozīmē nav lietots: citādība (*otherness*) un kopība (*togetherness*).<sup>539</sup> Ja individualitāte tradicionāli tiek izprasta kā konfliktējoša ar kolektivitāti, tad citādība var bagātināt kopību.

### 1) Citādība:

- ❖ ietver indivīda un citu tiešsaistes sociālās grupas dalībnieku atšķirību uztvērumu un to pozitīvu novērtējumu;
- ❖ tiešsaistes sociālo tīklu portālos var veidoties kopienas, ko raksturo heterogenitāte un plurālisms. Šādās kopienās indivīdiem ir labvēlīgi nosacījumi savas citādības paušanai un ieskata gūšanai par citiem; vienlaikus tiešsaistes apstākļi indivīdiem nodrošina līdzekļus, kā elastīgāk regulēt sev pieņemamo kontaktu līmeni ar citiem indivīdiem;
- ❖ daudzveidība un lietotāju citādība ir viens no aspektiem, kas padara šādas mijiedarbības telpas indivīdam pievilcīgas indivīdiem, kuriem kopējas ir tikai pamata intereses un aktivitātes, kas grupu satur kopā;
- ❖ grupas saliedētību pamatā noteic nevis viedokļu sakritība vai piederība kādai subkulturai (lai gan šie elementi var būt svarīgi), bet gan ar heterogenitāti saistītā dalībnieku relatīvi līdzīgā attieksme pret citādību.

### 2) Kopība:

- ❖ veidojas kā grupas dalībnieku privāto aktivitāšu sinerģija;
- ❖ tiešsaistes sociālā tīkla profils ir indivīda pašprojekts, kuru tas attīsta atbilstoši savām prioritātēm un pašizpausmes vēlmēm, taču vienlaikus arī izmanto kā saziņas rīku ar citiem indivīdiem tīklotā vidē, lai apmainītos ar dažāda veida informāciju un atbalstu.
- ❖ indivīdi pievienojas grupai, lai realizētu savus privātos mērķus, bet, savstarpēji mijiedarbojoties, dalībnieki veido savstarpējus savienojumus, mijiedarbojas ar citiem un pozitīvi ietekmē savu komunikācijas telpu, pat ja tas nav bijis viņu apzināts mērķis;

---

<sup>539</sup> Buholcs, J. (2013). Otherness and togetherness: Interplay of individuality and collectivity in online social relationships. In M. Mokryš & A. Lieskovský (Eds.), *Proceedings in advanced research in scientific areas: The 1<sup>st</sup> virtual international conference* (pp. 761–766). Žilina: EDIS – Printing House of the University of Žilina.

- ❖ mijiedarbībai tiešsaistes sociālo tīklu portālos raksturīgs individuālisms; lietotāji veido savus sociālos tīklus ap sevi un izvēlas, kāda veida saites un ar kuriem dalībniekiem veidot un uzturēt;
- ❖ lietotājiem nav ārēju apstākļu determinētu saistību citam pret citu; vairumu saistību, kuras indivīdiem ir, viņi ir uzņēmušies labprātīgi;
- ❖ šādām kopībām raksturīgas plūstošās saistīšanās (*fluid associations*). Tas nozīmē, ka normas un komunikācijas prakses ir jāformulē un jāpārdefinē pašiem lietotājiem savos savstarpējos kontaktos;
- ❖ normas definēt ir sarežģīti, jo tiešsaistes grupu dalībniekiem var būt atšķirīga izpratne par noteikta veida sociālo aktivitāšu atzīšanu (*recognition*) un validitāti. Taču indivīdiem pieejamā kontrole pār savu sociālo tīklu konfliktus ļauj efektīvāk risināt. Kad sarunas un citi kārtības uzturēšanas sociālie līdzekļi nedarbojas, parasti ir pieejami tehniskie līdzekļi, kas ļauj izslēgt noteiktus lietotājus un bloķēt noteiktas aktivitātes.

Šāda sociālā vide, kas ir piemērojama indivīdu vajadzībām, ļauj veidoties B. Vellmana aprakstītajam tīklotajam individuālismam. Ar šo jēdzienu viņš raksturo sociālo organizāciju, kurā indivīdi pārslēdzas starp dažādiem sociālajiem tīkliem, dažādām lomām vai saitēm. Tīklotajā individuālismā cilvēkus ar citiem indivīdiem saistošās saites ir diversificētas, tās ir augsti specializētas, tādējādi ļaujot cilvēkiem saistīties uz kādu atsevišķu interešu un aktivitāšu vai lomu pamata.<sup>540</sup> Šāda veida savienojumu veidošanās piemērs ir arī tiešsaistes kopienas vai citas sociālās grupas, kurās dalībniekiem interese citam par citu var būt tikai kā par konkrētas kopējas aktivitātes dalībniekiem vai noteiktas tēmas interesentiem. Sociālo tīklu un lomu specializācija palīdz skaidrot tiešsaistes privātās komunikācijas kolektivitātes „elastīgumu“. Tādējādi citādību un kopību var uzskatīt par tīklotā individuālisma apstākļos veidojušos sociālo attiecību raksturojumiem.

Ne visām tiešsaistes sociālās mijiedarbības vietnēm ir raksturīga šāda citādības un kopības mijiedarbība. Tāpat arī ne visās vietnēs lietotāji uzvedas tā, lai tajās veidotos atbalstoša vide. Sociālā kapitāla uzkrāšanās un atražošanās, kā arī specifisko tiešsaistes kopienu kultūru attīstība ir kompleksi procesi, ko ietekmē gan tas, kādi indivīdi un ar kādiem mērķiem šīs vietnes lieto, gan darbības, kurās tie iesaistās, un resursi, ar kuriem dalībnieki apmainās, gan citi elementi.

**Kopumā var secināt, ka:**

---

<sup>540</sup> Wellman, B. Little boxes, glocalization, and networked individualism.

- ❖ tiešsaistes sociālās grupas, balstoties uz sabiedriskuma veidošanās principiem, kas atšķiras no bezsaistei raksturīgajiem, nodrošina indivīdiem komunikācijas telpas, kur izpaust savu citādību;
- ❖ indivīdi tiešsaistes grupās iesaistās, lai realizētu savas privātās intereses, tomēr indivīdu darbošanās šādos egocentriskos sociālajos tīklos nav pretrunā ar iekļaujošas, uz kopību vērstas vides veidošanos.

### **10.5. Secinājumi par pētījuma metodoloģiju, metodēm un pētniecisko novitāti**

Promocijas darbs sniedz pienesumu arī saistībā tiešsaistes saziņas pētniecības jomā nozīmīgu jēdzienu izvērtējumu, metodoloģisko aparātu un ētisko vadlīniju formulēšanu.

1) **Jēdzienu nebinaritāte.** Vairāki promocijas darbā izmantotie jēdzieni tradicionāli ir lietoti savstarpēji izslēdzošās nozīmēs, taču pētāmajā sociālajā vidē, tie nav uzskatāmi par pretstatiem:

- ❖ *tiešsaistes un bezsaistes vide.* Pētījuma rezultāti vēlreiz uzsver jau iepriekš pausto viedokli, ka šīs nevar aplūkot kā atsevišķas sociālās sfēras;
- ❖ *publiskums un privātums.* Neskatoties uz tiešsaistei raksturīgajām grūtībām indivīdiem pārredzēt savu auditoriju un nošķirt dažādos sociālos kontekstus, kā arī sarežģīto satura izplatīšanās kontroli tīklā, atklātība ir plaši izplatīta. Taču šie procesi nav interpretējami kā indivīdu atteikšanās no privātuma. Informācijas „publicēšana“ vairs nenozīmē, ka tā nonāk publiskajā telpā konvencionālajā nozīmē, savukārt „privātā“ telpa nenozīmē, ka tajā notiekošajam līdzī var sekot tikai personīgi pazīstami cilvēki;
- ❖ *ciešās un vājās saites.* Pretēji tradicionālajam saišu nodalījumam par to, kāda veida attiecības un informācijas ieguve ciešajām/vājajām saitēm ir raksturīga, pētījuma dati liecina, ka vājās saistes var tikt izmantotas gan apmaiņai ar informāciju, gan emocionālam atbalstam;

2) **Jaunu analītisku jēdzienu formulēšana un pārbaude.** Raksturojot tiešsaistes attiecību veidu, kurā indivīdi uz šīs vides neskaidrībām atbild ar pašatklāšanos un uzticēšanos un izmanto no tradicionālās pieejas atšķirīgu veidu, kā tiek izsecināta citu indivīdu uzticamība, esmu izmantojis „**izklaidētās intimitātes**“ jēdzienu. Tas ir ļāvis izskaidrot empīriski novērojamu parādību un papildina tiešsaistes attiecības skaidrojošo jēdzienu klāstu. Piedāvāts arī „**attiecību režīma**“ jēdziens, kas ietver uz dažādiem principiem balstītu attiecību nošķirumu, un ir izmantojams arī, lai diferencētu ne tikai dažādas tiešsaistes attiecības, bet arī tiešsaistes un bezsaistes attiecības.



- 3) **Modernu un Latvijā maz aprobētu datu vākšanas un analīzes metožu lietojums.**  
Līdzās konvencionālām sociālajās zinātnēs plaši izmantotām metodēm esmu izmantojis arī vairākas datu vākšanas un apstrādes metodes, kurās palīdz datorprogrammas. Programmas *NVivo* lietojums ir atviegojis tekstu kodēšanu un kvantitatīvo raksturošanu, savukārt tīkla analīzes nolūkos ir izmantota īpaši veidota zirneklprogramma, kas ievāc datus par portāla *Sviesta ciba* lietotāju profiliem, savukārt ar atklātā koda bezmaksas programmu *Gephi* veikti aprēķini par sociālā tīkla raksturojumiem.
- 4) **Ētisko aspektu uzsvērums.** Latvijas pētnieki līdz šim ir maz pievērsušies tiešsaistes saziņas pētniecībai un maz izmantojuši datus par tiešsaistes portālu dalībniekiem, un ar indivīdu privāto dzīvi saistītie pētniecības ētiskie jautājumi nav pietiekami plaši iztirzāti. Tāpēc promocijas darbā ir pievērsta liela uzmanība ētisko vadlīniju skaidrojumam, lai uzsvērtu šādu datu sensitivitāti un nepieciešamību ņemt vērā pētījuma dalībnieku intereses.
- 5) Pētījumā ir demonstrēts, kā tiešsaistes vide pētniekam var palīdzēt **piekļūt specifiskām sociālajām grupām** un pētīt ar šo grupu komunikāciju saistītās parādības — tas nebūtu iespējams, izmantojot bezsaistes komunikācijas kanālus.

## PATEICĪBAS

Paldies *cibiņiem* par līdzdalību, uzticēšanos un to, ka jūs esat.

Paldies promocijas darba vadītājam prof. Aivaram Tabunam par cilvēciskumu, stratēģiskas un pragmatiskas pieejas rādīšanu un iedvesmošanu.

Paldies Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātei, ka šis ceļojums sevī un citos notika. Paldies pretimnākošajiem un smaidīgajiem fakultātes bibliotēkas darbiniekiem. Promocijas darba rakstīšanas beigu posmā krietni palīdzēja Eiropas Sociālā fonda mērķstipendija projektā „Atbalsts doktora studijām Latvijas Universitātē“. Paldies par šo iespēju visiem, kas saistīti ar stipendijas piešķiršanu un pārvaldīšanu.

Pateicos Pēterim Caunem par sadarbību zirnekļprogrammas izstrādē sociālā tīkla analīzei nepieciešamo datu vākšanai, Viesturam Vēverim par rosinošajām domapmaiņām kādā no nenoteiktību mirkļiem un visiem, it īpaši Olgai Dragiļevai, kas palīdzēja anketu izplatīšanā. Paldies Barbarai Plakans par palīdzību angļu valodas tekstu rediģēšanā un padomiem. Paldies Lienītei par „tehnisko atbalstu“.

Paldies asoc. prof. Jurgim Šķilteram un asoc. prof. Ojāram Skudram par promocijas darba manuskripta lasīšanu, vērtējumiem un noderīgajiem ieteikumiem.

Paldies maniem vecākiem.

## LITERATŪRAS SARAKSTS

- Amit, V. (2002). Reconceptualizing community. In V. Amit (Ed.), *Realizing community: concepts, social relationships and sentiments* (pp. 1–20). London: Routledge.
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (Revised ed.). London: Verso.
- Andrews, D., Nonnecke, B., & Preece, J. (2003). Electronic survey methodology: A case study in reaching hard to involve Internet users. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 16(2), 185–210.
- Anne-Laure Fayard, A. L., & Weeks, J. (2007). Photocopiers and water-coolers: The affordances of informal interaction. *Organization Studies*, 28(5), 605–634.
- Babcock-Abrahams, B. (1975). “A tolerated margin of mess”: The trickster and his tales reconsidered. *Journal of the Folklore Institute*, 11(3), 147–186.
- Baker, L. R., & Oswald, D. L. (2010). Shyness and online social networking services. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(7), 873–889.
- Baldunčiks, J. (red.) (1999). *Svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Jumava.
- Barabási, A. L. (2011). Introduction and keynote to A networked self. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 1–14). New York: Routledge.
- Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009). Gephi: An open source software for exploring and manipulating networks. In *Proceedings of the Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: AAAI Press. Retrieved February 28, 2011, from <http://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/154>
- Bauckhage, C. (2011). Insights into Internet memes. In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: AAAI Press. Retrieved December 10, 2011, from <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2757>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2001). *Community: Seeking safety in an insecure world*. Cambridge: Polity Press.
- Baym, N. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. Los Angeles: Sage Publications.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: Sage Publications.
- Beer, P. de. (2007). How individualized are the Dutch? *Current Sociology*, 55(3), 389–413.

- Bennett, S. E., Rhine, S. L., Flickinger, R. S., & Bennett, L. L. M. (1999). "Video malaise" revisited: Public trust in the media and government. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(4), 8–23
- Berdņikovs, A. (2010). Jauno informācijas un komunikāciju tehnoloģiju ietekme uz protestu kustību darbību: Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Politikas zinātnes nodaļa. Sk. 2011. g. 10. okt.  
[http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas\\_darbi/Promocijas\\_darbs\\_Andrejs\\_Berdnikovs.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas_darbi/Promocijas_darbs_Andrejs_Berdnikovs.pdf)
- Bērziņš, I. (2012). Interneta diskusijas un publiskā sfēra: iespaids izvērtējums Latvijas gadījumu studijās. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļa. Sk. 2013. g. 11. janv.  
[http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas\\_darbi/Ingus%20Berzins\\_2012.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/promocijas_darbi/Ingus%20Berzins_2012.pdf)
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books.
- Berman, J., & Bruckman, A. S. (2001). The Turing game: Exploring identity in an online environment. *Convergence*, 7(3), 83–102.
- Best, S. J., & Krueger, B. S. (2006). Online interactions and social capital: Distinguishing between new and existing ties. *Social Science Computer Review*, 24(4), 395–410.
- Bessière, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. (2008). Effects of Internet use and social resources on changes in depression. *Information, Communication and Society*, 11(1), 47–70.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.
- Bowker, N., & Tuffin, K. (2004). Using the online medium for discursive research about people with disabilities. *Social Science Computer Review*, 22(2), 228–241.
- boyd, d. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- boyd, d., (2007). None of this is real: Identity and participation in Friendster. In J. Karaganis (Ed.), *Structures of participation* (pp. 132–157). New York: Social Science Research Council.
- boyd, d. (2008) *Taken out of context: American teen sociality in networked publics: Doctoral dissertation*. University of California, Berkeley. Retrieved March 3, 2012, from <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

- boyd, d. (2008). Why youth ♥ social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119–142). Cambridge, MA: The MIT Press.
- boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). New York: Routledge.
- Boyd, S. (2009). Secrecy, privacy, publicity. *Stowe Boyd*. Retrieved July 27, 2012, from <http://stoweboyd.com/post/765122581/secrecy-privacy-publicity>
- Brass, D. J. (1984). Being in the right place: a structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarterly*, 29(4), 518–539.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475–482.
- Buholcs, J. (2010). Tīmekļa žurnāli (blogi) formāta definīcijas meklējumos. Grām. O. Proskurova (sast.), *Laiku atšalkas: Žurnālistika, kino, politika. Asociētā profesora Ābrama Kleckina jubilejas iedvesmots krājums* (54.–66. lpp). Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts. Sk. 2012. g. 29. sept. <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/123456789/6>
- Buholcs, J. (2011). Sociālo tīklu portāli indivīdu mediju patēriņā. Grām. I. Brikše (red.), *Nacionālā identitāte un komunikācija: Pasaules latviešu zinātnieku kongresa ziņojumu krājums* (31.–38. lpp). Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts. Sk. 2012. g. 29. okt. <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/1/896>
- Buholcs, J. (2012). Sociālā kapitāla un attiecību hibrīdformas tiešsaistes kopienā. Grām. I. Brikše (red.), *POP: Komunikācija, identitātes, kultūra* (93.–108. lpp). Rīga: LU SPPI.
- Buholcs, J. (2013). Otherness and togetherness: Interplay of individuality and collectivity in online social relationships. In M. Mokryš & A. Lieskovský (Eds.), *Proceedings in advanced research in scientific areas: The 1<sup>st</sup> virtual international conference* (pp. 761–766). Žilina: EDIS – Printing House of the University of Žilina.
- Buholcs, J. (pieņemts publicēšanai). Kam ir un kam nav: indivīdu savienojumu skaita nevienlīdzība tiešsaistes sociālo tīklu portālā. Grām. D. Oļehovičs (atbild. par izd.), *Daugavpils Universitātes 54. starptautiskās zinātniskās konferences materiāli = Proceedings of the 54th Scientific Conference of Daugavpils University*. Daugavpils: Daugavpils Universitātes akadēmiskais apgāds “Saule”.
- Buholcs, J. (pieņemts publicēšanai). Tīkli un indivīdi: Sociālais kapitālais kapitāls Latvijā, postpadomju un Rietumeiropas valstīs. *Pieņemts publicēšanai LU Sociālo zinātņu*

doktorantūras skolas "Politisko, sociālo un ekonomisko procesu analīze postpadomju telpā" doktorantu rakstu krājumā.

- Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic Internet use. *Journal of Communication, 55*(4), 721–736.
- Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Centrālā statistikas pārvalde (2012). 2011.gada tautas skaitīšana — galvenie rādītāji. Sk. 2012. g. 14. aug. <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/2011gada-tautas-skaitisana-galvenie-raditaji-33608.html>
- Centrālā statistikas pārvalde (2012). Informācijas tehnoloģijas — galvenie rādītāji. Sk. 2012. g. 14. aug. <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/informacijas-tehnologijas-galvenie-raditaji-30332.html>
- Chan, D. K. S., & Cheng, G. H. L. (2004). A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships, 21*(3), 305–320.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology, 94*, S95–S120.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin, 116*(3), 457–475.
- Correl, Sh. (1995). The ethnography of an electronic bar: The Lesbian Cafe. *Journal of Contemporary Ethnography, 24*(3), 270–298.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information, media richness and structural design. *Management Science, 32*(5), 554–571.
- Dancis, E. (2005). *Jauniešu patības komunikācija interneta portālā www.draugiem.lv: Bakalaura darbs*. Rīga: Latvijas Universitāte Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļa.
- Danet, B. (2001). *Cyberpl@y: Communicating online*. Oxford: Berg.
- Davison, K. P., Pennebaker, J. W., & Dickerson, S. S. (2000). Who talks? The social psychology of illness support groups. *American Psychologist, 55*(2), 205–217.
- Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press.
- De Choudhury, M., Sundaram, H., John, A., & Seligmann, D. D. (2010). Analyzing the dynamics of communication in online social networks. In B. Furht (Ed.), *Handbook of social network technologies and applications* (pp. 59–94). New York: Springer.

- De Laat, P. B. (2008). Online diaries: Reflections on trust, privacy, and exhibitionism. *Ethics and Information Society*, 10, 57–69.
- DeFilippis, J. (2001). The myth of social capital in community development. *Housing Policy Debate*, 12(4), 781–806.
- Delfi. (28. okt., 2008). Policija meklē internetā izvietotu vardarbīgu karikatūru autoru. *Delfi*. Sk. 2010. g. 21. okt. <http://www.delfi.lv/a/22266467>.
- Dennis, A. R., & Valacich, J. S. (1999). Rethinking media richness: Towards a theory of media synchronicity. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*. Retrieved May 15, 2011, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.108.7118&rep=rep1&type=pdf>
- Detenber, B., Wijaya, M., & Goh, H. Y. (2008). *Blogging and online friendships: The role of self-disclosure and perceived reciprocity*. Paper presented at the 58th Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, Canada, May 22 – 26, 2008. Retrieved December 29, 2009, from [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/2/3/2/5/5/p232554\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/3/2/5/5/p232554_index.html)
- Donath, J., & boyd, d. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71–82.
- Dragileva, O. (2009). *The story of Livejournal: How Russians started blogging*. Master's thesis. University of Tampere, International School of Social Sciences, Department of Journalism and Mass Communication. Retrieved February 12, 2012, from <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-20357>
- Draugiem.lv (2011). Draugiem.lv — gada atskaite 2010. Sk. 2011. 14. apr. <http://www.draugiem.lv/draugiem.lv/news/?p=3828300>
- Drentea, P., & Moren-Cross, J. (2005). Social capital and social support on the web: The case of an Internet mother site. *Sociology of Health & Illness*, 27(7), 920–943.
- Ducheneaut, N. (2010). Massively multiplayer online games as living laboratories: Opportunities and pitfalls. In W. S. Bainbridge (Ed.), *Online worlds: Convergence of the real and virtual* (pp. 135–145). London: Springer-Verlag.
- Dutta-Bergman, M. J. (2005). Access to the Internet in the context of community participation and community satisfaction. *New Media & Society*, 7(1), 89–109.
- Elgar, F., Davis, C., Wohl, M., Trites, S., Zelenski, J., & Martin, M. (2011). Social capital, health and life satisfaction in 50 countries. *Health & Place*, 17(5), 1044–1053.
- Elgesem, D. (2002). What is special about the ethical issues in online research? *Ethics and Information Technology*, 4(3), 195–203.

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4). Retrieved September 10, 2011, from <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2010). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6) 873–892.
- Ellison, N. B., Lampe, C., Steinfield, C., & Vitak, J. (2011). With a little help from my friends: How social network sites affect social capital processes. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 124–145). New York: Routledge.
- ESOMAR (n.d.). Conducting market and opinion research using the Internet. *European Society for Opinion and Marketing Research*. Retrieved Jan. 18, 2009, from [http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR\\_Codes&Guideline-Conducting\\_research\\_using\\_Internet.pdf](http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guideline-Conducting_research_using_Internet.pdf)
- Ess, C., & The AoIR Ethics Working Committee. (2002). *Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee*. Retrieved April 1, 2009, from <http://aoir.org/reports/ethics.pdf>
- Ess, C. (2007). Internet research ethics. In A. N. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes & U. D. Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 487–502). Oxford; New York: Oxford University Press.
- Fernback, J. (2007). Beyond the diluted community concept: A symbolic interactionist perspective on online social relations. *New Media & Society*, 9(1), 49–69.
- Fingerman, K. L. (2009). Consequential strangers and peripheral ties: The importance of unimportant relationships. *Journal of Family Theory & Review*, 1(2), 69–86.
- Fiore, A. T., Shaw Taylor, L., Mendelsohn, G. A., & Cheshire, C. (2010). Whom we (say we) want: Stated and actual preferences in online dating. *Poster presented at the Eleventh Annual Meeting of the Society for Personality and Social Psychology, Las Vegas, NV*. Retrieved Feb. 28, 2012, from [http://people.ischool.berkeley.edu/~atf/papers/spsp2010\\_stated\\_actual\\_poster.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~atf/papers/spsp2010_stated_actual_poster.pdf)
- Fischer, C.S. (2005). Bowling alone: What’s the score? *Social Networks*, 27, 155–167.
- Fish, S. (1976). Interpreting the “Variorum”. *Critical Inquiry*, 2(3), 465–485.
- Flicker, S., Haans, D., & Skinner, H. (2004). Ethical dilemmas in research on Internet communities. *Qualitative Health Research*, 14(2), 124–134.



- Fono, D., & Raynes-Goldie, K. (2006). Hyperfriendship and beyond: Friends and social norms on Livejournal. In M. Consalvo & C. Haythornthwaite (Eds.), *Internet research annual: Volume 4. Selected papers from the association of Internet researchers conference* (pp. 91–103). New York: Peter Lang.
- Foucault, B., Zhu M., Huang Y., Atrash, Z., & Contractor, N. (2009). *Will you be my friend? An exploration of adolescent friendship formation online in teen Second Life*. Paper presented at the 59th Annual Conference of the International Communication Association, May 21 – 25, 2009, Chicago, USA. Retrieved October 14, 2011, from [http://sites.google.com/site/mengxiaozhu/files/ICA09\\_TSL.pdf](http://sites.google.com/site/mengxiaozhu/files/ICA09_TSL.pdf)
- Frankel, M. S., & Siang S. (1999). Ethical and legal aspects of human subjects research on the Internet: *A report of a workshop June 10 — 11, 1999*. Retrieved January 19, 2009, from <http://www.aaas.org/spp/dspp/sfirl/projects/intres/report.pdf>
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks: Conceptual clarification. *Social Networks, 1*, 215–239.
- Fricke, R. D. Jr., & Schonlau, M. (2002). Advantages and disadvantages of Internet research surveys: Evidence from the literature. *Field Methods, 14*(4), 347–367.
- Garton, L., Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication, 3*(1). Retrieved June 20, 2012, from <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>
- Gouldner, A. (1970). *The coming crisis of Western sociology*. New York: Basic Books.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research, 33*(2), 152–177.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity.
- Giddens, A. (1992). *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*. Stanford: Stanford University Press.
- Giddens, A. (2009). On rereading “The presentation of self”: Some reflections. *Social Psychology Quarterly, 72*(4), 290–295.
- Glaser J., Dixit, J., & Green, D. (2002). Studying hate crime with the Internet: what makes racists advocate racial violence? *Journal of Social Issues, 58*(1), 177–193.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. London: Penguin Books.
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.

- Gofmanis, Ē. (2001). *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris.
- Goncalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Validation of Dunbar's number in Twitter conversations. [*physics.soc-ph*], arXiv:1105.5170v2, 1–8. Retrieved June 20, 2012, from <http://arxiv.org/abs/1105.5170v2>
- Gotved, S. (2006). Time and space in cyber social reality. *New Media & Society*, 8(3), 467–486.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Grimmelmann, J. (2009). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94, 1137–1206. Retrieved March 4, 2012, from [http://works.bepress.com/james\\_grimmelmann/20](http://works.bepress.com/james_grimmelmann/20)
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2011). From dabblers to omnivores. A typology of social network site usage. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 146–168). New York: Routledge.
- Haythornthwaite, C., Wellman, B., & Mantei, M. (1995). Work relationships and media use: A social network analysis. *Group Decision and Negotiation*, 4(3), 193–211.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication, & Society*, 8(2), 125–147.
- Henderson, S., & Gilding, M. (2004). 'I've never clicked this much with anyone in my life': Trust and hyperpersonal communication in online friendships. *New Media & Society*, 6(4), 487–506.
- Herring, S. (1999). Interactional coherence in CMC. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4). Retrieved May 1, 2009, from <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue4/herring.html>
- Hewitt, A., & Forte, A. (2006). Crossing boundaries: Identity management and student/faculty relationships on the Facebook. *Poster presented at the Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW'06) conference, November 4 – 8, 2006, Banff, Alberta, Canada*. Retrieved April 14, 2012 from, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.94.8152>.
- Hiltz, S. R. (1984). *Online communities: A case study of the office of the future*. Norwood, Ablex Publishing Company.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage Publications.
- Hobbs, D. (2006). Ethnography. In V. Jupp (Ed.), *The Sage dictionary of social research methods* (pp. 101–103). London: Sage Publications.

- Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualization. *New Media & Society*, 9(4), 625–650.
- Hogan, B. (2008). Analyzing social networks via the Internet. In N. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.), *The Sage handbook of online research methods* (pp. 141–160). Los Angeles: Sage Publications.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(6), 377–386.
- Holmström, E., Bock, N., & Brännlund, J. (2009). Modularity density of network community divisions. *Physica D*, 238, 1161–1167.
- Hookway, N. (2008). ‘Entering the blogosphere’: Some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91–113.
- Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), article 1. Retrieved December 30, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>;
- Hutchby, I. (2001) Technologies, texts and affordances. *Sociology*, 35(2), 441–465.
- Jamieson, L. (1999). Intimacy transformed? A critical look at the ‘pure relationship’. *Sociology*, 33(3), 477–494.
- Janetzko, D. (2008). Nonreactive data collection on the Internet. In N. Fielding, R. M. Lee and G. Blank (Eds.), *The sage handbook of online research methods* (pp. 161–173). Los Angeles; London; New Delhi; Singapore; Washington, DC: Sage Publications.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Joinson, A. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177–192.
- Jones, R. A. (1996). *Research methods in the social and behavioral sciences*. Sunderland: Sinauer Associates.
- Jones, S., Millermaier, S., Goya-Martinez, M., & Schuler, J. (2008). Whose space is MySpace? A content analysis of MySpace profiles. *First Monday*, 13(9). Retrieved April 18, 2011, from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2202/2024>
- Jung, J., Qiu, J. L., & Kim, Y. (2001). Internet connectedness and inequality: Beyond the “divide.” *Communication Research*, 28(4), 507–535.

- Junghee L., & Hyunjoo L. (2010). The computer-mediated communication network: Exploring the linkage between the online community and social capital. *New Media & Society, 12*(5), 711–727.
- Juzefovičs, J. (2011). *Mapping Digital Media: Latvia*. Open Society Foundations. Sk. 2012. g. 12. aug. <http://www.soros.org/reports/mapping-digital-media-latvia>
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2011). Gender, communication, and self-presentation in teen chatrooms revisited: Have patterns changed? *Journal of Computer-Mediated Communication, 17*, 39–59.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (1999). Research methodology: Taming the cyber frontier. *Social Science Computer Review, 14*(3), 323–337.
- Kendall, L. (2002). *Hanging out in the virtual pub: Masculinities and relationships online*. Ewing: University of California Press.
- Kendall, L. (2007). “Shout in the wind, and it shouts back”: Identity and interactional tensions on Livejournal. *First Monday, 12*(9). Retrieved April 14, 2011, from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2004/1879>
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist 53*(9), 1017–1031.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B. Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues, 58*, 49–74.
- Labov, W. (1989). Exact description of the speech community: Short *a* in Philadelphia. In R. W. Fasold & D. Schiffrin (Eds.), *Language change and variation* (pp. 1–57). Amsterdam: John Bengamins Publishing.
- Ledbetter, A. M. (2009). Measuring online communication attitude: Instrument development and validation. *Communication Monographs, 76*(4), 463–486.
- Lee, S. J. (2009). Online communication and adolescent social ties: Who benefits more from Internet use? *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*, 509–531.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Teens, privacy & online social networks. *Pew Internet and American Life Project Report*. Retrieved March 23, 2012, from [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP\\_Teens\\_Privacy\\_SNS\\_Report\\_Final.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf)

- Leung, L., & Lee, P. S. N. (2005). Multiple determinants of life quality: The roles of Internet activities, use of new media, social support, and leisure activities. *Telematics and Informatics*, 22(3), 161–180.
- Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 79–100.
- Ley, B. (2007). Vive les Roses!: The architecture of commitment in an online pregnancy and mothering group. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1388–1408.
- Lielmane, I. (2010). *Fotogrāfija kā komunikācijas un reprezentācijas līdzeklis draugiem.lv: Bakalaura darbs*. Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Socioloģijas nodaļa.
- Lin, C. A. (2001). Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption. *Mass Communication & Society*, 4(1), 19–38.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lindemann, K. (2005). Live(s) online: narrative performance, presence, and community in LiveJournal.com. *Text and Performance Quarterly*, 25(4), 354–371.
- Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363–85.
- Linsell, K. (2011, Nov 8). Facebook wins competition of clones as Europeans seek global network: Tech. *Bloomberg*. Retrieved April 14, 2012, from <http://www.bloomberg.com/news/2011-11-07/facebook-wins-competition-of-clones-as-europeans-seek-global-network-tech.html>
- LiveJournal (2012). *Statistics*. Retrieved July 21, 2012, from <http://www.livejournal.com/stats.bml>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393–411.
- Lüders, M. (2008). Conceptualizing personal media. *New Media & Society*, 10(5), 683–702.
- Liu, H. (2008). Social network profiles as taste performances. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 252–275.
- MacDougall, R. (2005). Identity, electronic ethos, and blogs: A technologic analysis of symbolic exchange on the new news medium. *American Behavioral Scientist*, 4(49), 575–599.
- Madge, C. (2007). Developing a geographers' agenda for online research ethics. *Progress in Human Geography*, 31(5), 654–674.

- Malinowski, B. (1923). Supplement 1: The problem of meaning in primitive languages. In C. Ogden & I. Richards (Eds.), *The meaning of meaning* (pp. 296–336). London: Routledge & Keegan Paul.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge; London: MIT Press.
- Martin, Sh., Brown, W. M., Klavans, R., & Boyack, K. W. (2011). OpenOrd: An open-source toolbox for large graph layout. *Proc. SPIE 7868, Visualization and Data Analysis*.
- Marwick, A., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society, 13*(1), 114–133.
- Matzat, U. (2010). Reducing problems of sociability in online communities: Integrating online communication with offline interaction. *American Behavioral Scientist, 53*(8), 1170–1193.
- Mazer, J. P., Murphy, R. E., & Simonds, C. J. (2007). I'll see you on "Facebook": The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate. *Communication Education, 56*(1), 1–17.
- Mazur, E. (2010). Collecting data from social networking web sites and blogs. In S. D. Gosling & J. A. Johnson (Eds.), *Advanced methods for conducting online behavioral research* (pp. 77–90). Washington, DC: American Psychological Association.
- McCullagh, K. (2008). Blogging: Self presentation and privacy. *Information & Communications Technology Law, 17*(1), 3–23.
- McKay, H. G., Glasgow, R. E., Feil, E. G. Boles S. M. & Barrera M. Jr. (2002). Internet-based diabetes self-management and support: Initial outcomes from the diabetes network project. *Rehabilitation Psychology, 47*(1), 31–48.
- McKenna, K., & Bargh, J. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*(3), 681–694.
- McKenna, K., & Bargh, J. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review, 4*(1), 57–75.
- McKenna, K., Green, A., & Gleason, M. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues, 58*(1), 9–31
- McKenna, K. & Seidman, G. (2005). You, me, and we: Interpersonal processes in electronic groups. In Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *The social net: Understanding human behavior in cyberspace* (pp. 191–218). Oxford: Oxford University Press.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L. & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology, 27*, 415–444.

- Menchik, D. A., & Tian, X. (2008). Putting social context into text: The semiotics of e-mail interaction. *American Journal of Sociology*, *114*(2), 332–370.
- Mendelson, A. L., & Papacharissi, Z. (2011). Look at us: Collective narcissism in college student Facebook photo galleries. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. (pp. 251–273). New York: Routledge.
- Meyrowitz, J., (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Miller, H. (1995). *The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet*. Paper presented at the Embodied Knowledge and Virtual Space Conference, London, Great Britain, June 1995. Retrieved March 24, 2012, from <http://www.psicopolis.com/psicopedia/selfweb.htm>
- Miller, R. L., & Brewer, J. D. (2003). *The A-Z of social research*. London: Sage Publications.
- Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence*, *14*(4), 387–400.
- Moinian, F. (2006). The counstruction of identity in the Internet: Oops! I've left my diary open to the world! *Childhood*, *13*(1), 49–68.
- Nakamura, L. (2001). Race in/for cyberspace: Identity tourism and racial passing on the Internet. In D. Trend (Ed.), *Reading Digital Culture* (pp. 226–235). Malden: Blackwell.
- National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities (NESH — Norway) (2001). *Guidelines for research ethics in the social sciences, law and the humanities*. Retrieved May 1, 2009, from <http://www.etikkom.no/English/NESH/guidelines>
- Netburn, D. (Feb 11, 2012). Dad puts bullets into teen's laptop; parents worldwide applaud. *Los Angeles Times*. Retrieved April 6, 2012, from <http://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-dad-puts-bullet-in-teens-laptop-20120210,0,7989379.story>
- Nie, N. H., & Erbring, L. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioural Scientist*, *45*(3), 420–435.
- Nie, N. H. & Hillygus, D. S. (2002). The impact of Internet use on sociability: Time-diary findings. *IT&Society*, *1*(1), 1–20.
- Norris, P. (2002). The bridging and bonding role of online communities. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, *7*(3), 3–13.
- U.S. National Institutes of Health, Office of Human Subjects Research. (1947). *Nuremberg Code*. Retrieved April 10 2009, from <http://ohsr.od.nih.gov/guidelines/nuremberg.html>

- Olson, G. M., & Olson, J. S. (2010). Groupware and computer-supported cooperative network. In H. Donela, K. Kear & M. Ramage (Eds.), *Online communication and collaboration: A Reader* (pp. 39–65). New York: Routledge.
- O’Sullivan, P. B. (2000). What you don’t know won’t hurt *me*: Impression management functions of communication channels in relationships. *Human Communication Research*, 26(3), 403–431.
- O’Sullivan, P. B., & Flanagin, A. J. (2003). Reconceptualizing ‘flaming’ and other problematic messages. *New Media & Society*, 5(1), 69–94.
- O’Sullivan, P. B., Hunt, S. K., & Lippert, L. R. (2004). Mediated immediacy: A language of affiliation in a technological age. *Journal of Language and Social Psychology*, 23(4), 464–490.
- Orleans, M., & Laney, M. (2000). Children’s computer use in the home: Isolation or sociation? *Social Science Computer Review*, 1(18), 56–72.
- Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 337–340.
- Otte, E., & Rousseau, R. (2002). Social network analysis: A powerful strategy, also for the information sciences. *Journal of Information Science*, 28(6), 441–453.
- Papacharissi, Z. (2005). The real–virtual dichotomy in online interaction: New media uses and consequences revisited. In P. J. Kalbfleisch (Ed.), *Communication yearbook 29* (pp. 215–238). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1&2), 199–220.
- Papacharissi, Z. (2011). Conclusion: A networked self. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 304–318). New York: Routledge.
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications and social capital on Facebook. In S. Papathanassopoulos (Ed.), *Media perspectives for the 21st century* (pp. 212–230). New York: Routledge.
- Park, N., Jin, B. & Jin, S. A. (2011). Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1974–1983.
- Parks, M. (2011). Social network sites as virtual communities. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 105–123). New York: Routledge.



- Patulny, R. (2005). *Social capital and welfare: Dependency of division? Examining bridging trends by welfare regime, 1981 – 2000*. Sydney: Social Policy Research Centre. Retrieved April 14, 2012, from <http://unsworks.unsw.edu.au/fapi/datastream/unsworks:1960/SOURCE01>
- Pedersen, S., & Macafee, C. (2007). Gender differences in British blogging. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*, 1472–1492.
- Portes, A. (1998). Social capital: It's origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology, 24*, 1–24.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect, 4*(13), 35–42.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Quan-Haase, A., & Wellman B. (2004). How does the Internet affect social capital? In M. Huysman and V. Wulf (Eds.), *Social Capital and Information Technology* (pp. 113–131). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Radnitz, S., Wheatley, J., & Zürcher, C. (2009). The origins of social capital: Evidence from a survey of Post-Soviet Central Asia. *Comparative Political Studies, 42*(6), 707–732.
- Rainie, L. Lenhart, A, Fox, S., Spooner, T., & Horrigan, J. (2000). Tracking online life: How women use the Internet to cultivate relationships with family and friends. *The Pew Internet and American Life Project*. Retrieved January 10, 2010, from <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2000/Report1.pdf.pdf>
- Rainie, L., Horrigan, J., Wellman, B., & Boase, J. (2006). The strength of Internet ties. *Pew Internet and American Life Project*. Retrieved December 29, 2009, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2006/The-Strength-of-Internet-Ties.aspx>
- Reed, A. (2005). 'My blog is me': Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology). *Ethnos, 70*(2), 220–242.
- Reese, S., Rutigliano, L., Hyun, K., & Joeng, J. (2007). Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena. *Journalism, 8*(3), 235–261.
- Resnick, P. (2001). Beyond bowling together: Socio-technical capital. In J. M. Carroll (Ed.), *Human-computer interaction in the new millennium* (pp. 647–672). New York: Addison-Wesley.

- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. London: MIT Press.
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9(1), 93–110.
- Rubin, Z. (1975). Disclosing oneself to a stranger: Reciprocity and its limits. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11(3), 233–260.
- Sallnäs, E. L., Rasmus-Gröhn, K., & Sjöström, C. (2000). Supporting presence in collaborative environments by haptic force feedback. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 7(4), 461–476.
- Schroeder, R. (2011). *Being there together: Social interaction in virtual environments*. Oxford: Oxford University Press.
- Schudson, M. (1998). *The good citizen: A history of American civic life*. New York: The Free Press.
- Schuller, T., Baron, S., & Field, J. (2000). Social capital: A review and critique. In S. Baron, J. Field and T. Schuller (Eds.), *Social Capital: Critical Perspectives* (pp. 1–38). Oxford: Oxford University Press.
- Schwarz, O. (2011). Who moved my conversation? Instant messaging, intertextuality and new regimes of intimacy and truth. *Media, Culture & Society*, 33(1), 71–87.
- Selfhout, M. H., Branje, S. J., Delsing, M., Bogt, T. F., & Meeus, W. H. (2009). Different types of Internet use, depression, and social anxiety: The role of perceived friendship quality. *Journal of Adolescence*, 32(4), 819–833.
- Sermā, J. (2012). *Vecāko paaudžu interneta lietotāju (vecuma grupā “50 plus”) interneta sociālā tīkla Draugiem.lv lietošanas paradumi: Bakalaura darbs*. Valmiera: Vidzemes augstskolas Sociālo zinātņu fakultātes studiju programma “Mediju studijas un žurnālistika”.
- Seymour, W. S. (2001). In the flesh or online? Exploring qualitative research methodologies. *Qualitative Research*, 1(2), 147–168.
- Shah, D., Schmierbach, M., Hawkins, J., Espino, R., & Donovan, J. (2002). Nonrecursive models of Internet use and community engagement: Questioning whether time spent online erodes social capital. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(4), 964–987.
- Shifman, L., & Thelwall, M. (2009). Assessing global diffusion with web memetics: The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), 2567–2576.

- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: Wiley.
- Smit, C. R. (2004). Fascination and hospitality: Issues and implications of Internet interactions. In: D. Gauntlett and R. Horsley (Eds.), *Web.Studies*. (2<sup>nd</sup> ed.) (pp. 158–167). New York: Oxford University Press.
- Söderström, S. (2009). Offline social ties and online use of computers: A study of disabled youth. *New Media & Society*, 11(5), 709–727.
- Song, F. W. (2009). *Virtual communities: Bowling alone, online together*. New York: Peter Lang Publishing.
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2009). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119–146.
- Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Sviesta ciba. (2012). Statistics. Sk. 2012. g. 21. jūl. <http://klab.lv/stats.bml>
- Sztompka, P. (1999). *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taddei, S. Contena, B., & Grana, A. (2012). Does web communication warm-up relationships? Self-disclosure in computer mediated communication (CMC). *Bollettino di Psicologia Applicata*, 260, 13–22.
- The National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research (1979). *The Belmont report: Ethical principles and guidelines for the protection of human subjects of research*. Retrieved April 10, 2009, from <http://www.hhs.gov/ohrp/humansubjects/guidance/belmont.html>
- The World Medical Association (2008 [1964]). *Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects*. Retrieved April 10, 2009, from <http://www.wma.net/e/policy/b3.htm>
- Thelwall, M. (2008). Social networks, gender, and friending: An analysis of MySpace member profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59, 1321–1330.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, 317–348.
- Tönnies, F. (2002). *Community and society: Gemeinschaft und gesellschaft*. Mineola: Dover Publications.

- Tufekci, Z. (2008). Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 28, 20–36. Retrieved May 3 2011, from <http://userpages.umbc.edu/~zeynep/papers/ZeynepCanYouSeeMeNowBSTS.pdf>
- Tufekci, Z. (2008). Grooming, gossip, Facebook and Myspace. *Information, Communication & Society*, 11(4), 544–564.
- Tufekci, Z. (2010). Who acquires friends through social media and why? “Rich get richer” versus “Seek and ye shall find.” In *Proceedings of the fourth international AAAI conference on weblogs and social media (ICWSM 2010)* (pp. 170–177). Menlo Park, CA: AAAI Press. Retrieved September 12, 2011, from: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/view/1525>
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Tyler, S. A. (1997). Post-modern ethnography. In K. Gelder & S. Thornton (Eds.), *The subcultures reader* (pp. 254–262). London, New York: Routledge.
- Uslaner, E. M. (2000). Social capital and the Net. *Communications of the ACM*, 43(12), 60–64.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, F. K. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901.
- Valkenburg, P. M., & Jochen, P. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1169–1182.
- Valtenbergs, V. (2010). Interneta politiskās komunikācijas nozīme atklātības un elektroniskās demokrātijas attīstībā: Promocijas darbs. Rīga: LU SZF Politikas zinātnes nodaļa. Sk. 2011. g. 10. okt. [http://szf.lu.lv/files/petnieciba/disertacijas/Valtenbergs\\_Promocijas%20darbs.pdf](http://szf.lu.lv/files/petnieciba/disertacijas/Valtenbergs_Promocijas%20darbs.pdf)
- Van Dijk, J. A. G. M. (2006). *The network society: Social aspects of new media*. (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Viégas, F. (2005). Blogger’s extectations of privacy and accountability: An initial survey. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3). Retrieved November 17, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>
- Vīgulis, K. (2011). Jauniešu sevis prezentēšana atšķirīgām auditorijām sociālo tīklu portālos: Maģistra darbs. LU SZF Socioloģijas nodaļa.
- Wall, M. (2005). ‘Blogs of war’: Weblogs as news. *Journalism*, 6(2), 153–172.

- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- Walther, J. (2002). Research ethics in Internet-enabled research: Human subjects issues and methodological myopia. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 205–216.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538–2557.
- Walther, J. B., Heide, B. V. D., Hamel, L. M., & Shulman, H. C. (2009). Self-generated versus other-generated statements and impressions in computer-mediated communication: A test of warranting theory using Facebook. *Communication Research*, 36(2), 229–253.
- Waskul, D., & Douglass, M. (1996). Considering the electronic participant: Some polemical observations on the ethics of on-line research. *The Information Society*, 12, 129–139.
- Wellman, B. (1988). Structural analysis: From method and metaphor to theory and substance. In B. Wellman & S. D. Berkowitz (Eds.), *Social structures: A network approach* (pp. 19–61). Cambridge: Cambridge University Press.
- Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village: Life in contemporary communities* (pp. 331–366). Boulder, CO: Westview Press. Retrieved November 11, 2008, from <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436–456.
- Wellman, B. (2002). Little boxes, glocalization, and networked individualism. In M. Tanabe, P. van den Besselaar & T. Ishida (Eds.), *Digital cities II: Computational and sociological approaches. Second Kyoto workshop on digital cities, Kyoto, Japan, October 18 — 20, 2001. Revised papers* (pp. 10–25). Springer: Tokyo.
- Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593 – 628. Retrieved April 12, 2011, from <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>
- Williams, D., & Huh, S. (2010). Dude looks like a lady: Gender swapping in an online game. In W. S. Bainbridge (Ed.), *Online worlds: Convergence of the real and virtual* (pp. 161–174). London: Springer-Verlag.
- Williams, M. (2007). Avatar watching: Participant observation on graphical online environments. *Qualitative Research*, 7(1), 5–24.
- Wittel, A. (2001). Toward a network sociality. *Theory Culture & Society*, 18(6), 51–76.

- Wood, N., & Ward, S. (2010). Stigma, secrets and the human condition: Seeking to remedy alienation in PostSecret's digitally mediated environment. *Symbolic Interaction*, 33(4), 578–602.
- Xie, B. (2007). Using the Internet for offline relationship formation. *Social Science Computer Review*, 25(3), 396–404.
- Yang, L. H., Kleinman, A., Link, B. G., Phelan, J. C., Lee, S., & Good, B. (2007). Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory. *Social Science & Medicine*, 64, 1524–1535.
- Yardi, S., & boyd, d. (2010). Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 316–327.

## PIELIKUMI

### 1. Aptauja tiešsaistes sociālo tīklu portālu lietotājiem

**Piezīme:** Jēdziena „Portāls“ vietā aptaujas laikā bija katra aptaujas portāla — *Sviesta cibas*, *Draugiem.lv* vai *LiveJournal* nosaukums.

1. Cik ilgi Tu raksti portālā? Lūdzu, norādi gadus un mēnešus ar cipariem.

2. Kā Tu izmanto portālu?

	Bieži	Šad un tad	Grūti pateikt	Reti	Nekad
rakstu par savas dzīves notikumiem					
rakstu par saviem pārdzīvojumiem, izjūtām, emocijām					
spēlēju lomu spēles, pieņemot jaunas identitātes					
publicēju savu daiļradi (stāstus, dzeju, fotogrāfijas, utt.)					
publicēju pārdomas par dažādiem plašākiem procesiem (politiku, ekonomiku)					
publicēju recenzijas vai pārdomas par redzēto, dzirdēto, lasīto					
pierakstu interesantu, ar sevi tieši nesaistītu informāciju (saites, attēli, rindkopas)					
izmantoju saziņai ar cilvēkiem, kurus pazīstu reālajā dzīvē					
izmantoju, lai paplašinātu savu draugu un paziņu loku; atrastu cilvēkus, ar ko iepazīties reālajā dzīvē					

3. Cik portāla lietotājiem Tu regulāri seko līdz savā draugu lentā?

- 1 līdz 10
- 11 līdz 20
- 21 līdz 40
- 41 līdz 50
- 51 līdz 60
- 61 līdz 70
- 71 līdz 100
- Vairāk par 101

4. Cik portāla lietotāju, kuri pievienoti Taviem draugiem, Tu pazīsti reālajā dzīvē?

- nevienu
- 1 līdz 5
- 6 līdz 10
- 11 līdz 15
- 16 līdz 20
- 21 līdz 25
- 26 līdz 30
- Vairāk nekā 31

5. Kādās darbībās Tu esi iesaistījies (-usies) ar citiem portāla lietotājiem, izmantojot portālu?

	Bieži	Šad un tad	Grūti pateikt	Reti	Nekad
sadarbojies (-usies) kāda uzdevuma izpildē/idejas realizēšanā					
saviesīgi kontaktējies (-usies)					
sniedzis (-usi) padomu vai informāciju					
saņēmis (-usi) padomu vai informāciju					
sniedzis (-gusi) emocionālu atbalstu					
saņēmis (-usi) emocionālu atbalstu					
sniedzis (-gusi) materiālu atbalstu					
saņēmis (-usi) materiālu atbalstu					

6. Ar cik portāla lietotājiem Tev pašlaik ir šādas attiecības?

	0	1 līdz 3	4 līdz 6	7 līdz 9	9 līdz 12	vairāk nekā 13
tuva draudzība						
draudzība						
paziņas						
darba attiecības						
nav skaidru attiecību						

7. Tu raksti:

- tikai šajā portālā
- dažādos portālos/servisos

8. Cik daudz ierakstu vienā nedēļā Tu publicē portālā?

- mazāk par vienu ierakstu
- 1 līdz 5
- 6 līdz 10
- 11 līdz 20
- 21 līdz 30
- 31 līdz 40
- 41 līdz 50
- vairāk par 51
- grūti pateikt

9. Kāpēc Tu raksti tieši portālā?

	Nozīmīgs iemesls	Drīzāk nozīmīgs, nekā iemesls	Grūti pateikt	Drīzāk nenozīmīgs, nekā nozīmīgs iemesls	Nenozīmīgs iemesls
šeit darbojas draugi, man pazīstami cilvēki					
šeit darbojas interesanti cilvēki					
vēlējos iepazīties ar citiem cilvēkiem					
vēlējos gūt emocionālu atbalstu					
vēlējos sniegt					



emocionālu atbalstu  
 vēlējos gūt materiālu  
 atbalstu  
 vēlējos sniegt  
 materiālu atbalstu  
 tā bija nejaušība  
 [šis portāls] ir ērtāks  
 saziņai nekā citi portāli

#### 10. Kāds bija Tavs mērķis, sākot rakstīt portālā?

	Nozīmīgs iemesls	Drīzāk nozīmīgs, nekā iemesls	Grūti pateikt	Drīzāk neno­zīmīgs, nekā nozīmīgs iemesls	Neno­zīmīgs iemesls
dokumentēt savu personisko dzīvi izpaust sevi radoši ietekmēt, ko domā citi motivēt citus cilvēkus uz rīcību dalīties ar citiem praktiskās zināšanās vai prasmēs veidot, uzturēt pazīšanās, vai satikt citus cilvēkus izklaidēties apspriest problēmas ar citiem uzturēt kontaktu ar draugiem un ģimeni pelnīt naudu uzglabāt informāciju sakārtot domas gūt emocionālu atbalstu sniegt emocionālu atbalstu gūt materiālu atbalstu sniegt materiālu atbalstu iegūt atbildes uz sevi interesējošiem jautājumiem					

#### 11. Kāds ir portāla pozitīvais devums Tavā dzīvē?

	Nozīmīgi	Drīzāk nozīmīgi, nekā neno­zīmīgi	Grūti pateikt	Drīzāk mazonozīmīgi, nekā nozīmīgi	Neno­zīmīgi
iepazīti jauni cilvēki, ar ko kontaktēties reālajā dzīvē iepazīti jauni cilvēki, ar ko kontaktēties internetā uzturētas un attīstītas jau esošas					

pazīšanās  
 var gūt emocionālu atbalstu  
 var sniegt emocionālu atbalstu  
 var gūt materiālu atbalstu  
 var sniegt materiālu atbalstu  
 iespēja rast atbildes uz sev  
 interesējošiem jautājumiem  
 var uzzināt jaunu, saistošu  
 informāciju  
 sev svarīgo notikumu  
 pierakstīšana „vēsturei“  
 iespēja dalīties savās emocijās,  
 priekos, bēdās  
 var diskutēt par publiskiem  
 jautājumiem/notikumiem  
 iespēja paust savu viedokli  
 palīdz pašrealizēties

## 12. Kāds ir portāla negatīvais devums Tavā dzīvē?

Nozīmīgi	Drīzāk nozīmīgi, nekā nenozīmīgi	Grūti pateikt	Drīzāk maznozīmīgi, nekā nozīmīgi	Nenozīmīgi
izniekots laiks radušās, draudējušas rasties grūtības attiecībās radušās, draudējušas rasties grūtības darbā vai mācībās pasliktinās psiholoģiskā labsajūta				

## 13. Daži portāla lietotāji ir populārāki nekā citi. Tavuprāt, kas ir iemesli, kāpēc kādu cibuņu citi pievieno saviem „draugiem“ un komentē viņa ierakstus?

Svarīgs Diezvan svarīgs iemesls iemesls	Grūti pateikt	Ne visai svarīgs iemesls	Nesvarīgs iemesls
saistoši, labi raksta daudz raksta daudz raksta komentārus ir draudzīgs ir publiska slavenība (aktieris, mūziķis, žurnālists, politiķis u.c.) pazīstams reālajā dzīvē piedraugošana ir atbilde piedraugošanai cilvēkam var uzticēties (var dot lasīt savus aizsargātos ierakstus) ar viņu veidojas kontakts daudzi viņu ir pievienojuši saviem draugiem lietotājs ir draugs manām autoritātēm			

ir [portālā] plaši pazīstams,  
pamanāms  
piedraugojis daudzus [portāla  
lietotājus]

---

14. Vai Tu zini, kas ir Tavi lasītāji portālā? Viņus Tu pazīsti:

- ļoti labi
- labi
- samērā labi
- mazliet
- nepazīstu
- nevēlos atbildēt
- nezinu, pārlietu sarežģīti atbildēt

15. Apmēram cik daudz atsauksmju (komentāru) vai kādu citu vēstījumu no citiem lietotājiem vidēji esi saņēmis (-usi) pēdējās nedēļas laikā?

- nevienu
- 1 līdz 5
- 6 līdz 10
- 11 līdz 15
- 16 līdz 20
- 21 līdz 25
- 26 līdz 30
- 31 līdz 35
- 36 līdz 50
- vairāk nekā 41
- grūti pateikt

16. Uz kāda veida ierakstiem Tu saņem visvairāk komentāru? (iespējamās vairākas atbildes)

- personiskiem priecīgiem
- personiekiem bēdīgiem
- jautriem, smieklīgiem
- radošiem darbiem (dzejoļiem, stāstiem, esejām, fotogrāfijām)
- sabiedriski politiskiem ierakstiem
- jautājumiem lasītājiem
- niekiem un muļķībām
- cita atbilde

17. Kāda ir Tava sajūta par uzticēšanos portālā?

	Piekrītu	Drīzāk piekrītu, nekā nepiekrītu	Grūti pateikt	Drīzāk nepiekrītu, nekā piekrītu	Nepiekrītu
--	----------	-------------------------------------	------------------	-------------------------------------	------------

jūtu, ka varu lasītājiem uzticēties  
es nevaru pastāstīt viņiem neko  
personisku par sevi  
esmu par sevi rakstījis (-usi) to, ko  
lasītāji neuzzinātu no citiem avotiem

18. Kādus medijus Tu izmanto?

	Katru	Vairākas	Vienu reizi	Vairākas reizes	Retāk
--	-------	----------	-------------	-----------------	-------

	dienu	reizes nedēļā	nedēļā	mēnesī
dienas laikrakstus (drukātā versijā)				
iknedēļas žurnālus				
ikmēneša žurnālus				
interneta portālus				
sociālos medijus (Draugiem.lv, Facebook, Twitter)				
blogus				
televīziju				
radio				
portālu				

### 19. Cik bieži Tu internetu izmanto šādām aktualitātēm?

	Bieži	Šad un tad	Grūti pateikt	Reti	Nekad
informācijas meklēšanai, ziņu patērēšanai					
izklaidei					
saziņai, komunikācijai					
darbam					
mācībām					

### 20. Cik ilgu laiku dienā (stundās) izmanto internetu (visām aktivitātēm)?

- līdz vienai stundai
- 2 līdz 4 stundas
- 5 līdz 8 stundas
- 9 līdz 13 stundas
- vairāk par 14 stundām

### 21. Cik ilgu laiku dienā (stundās) izmanto internetu (privātām, personiskām aktivitātēm)?

- līdz vienai stundai
- 2 līdz 4 stundas
- 5 līdz 8 stundas
- 9 līdz 13 stundas
- vairāk par 14 stundām

### 22. Cik ilgu laiku dienā (stundās) Tu pavadi portālā?

- lietoju retāk nekā reizi dienā
- līdz vienai stundai
- 2 līdz 4 stundas
- 5 līdz 8 stundas
- 9 līdz 13 stundas
- vairāk par 14 stundām

### 23. Kā Tu ikdienā sazinies ar saviem ģimenes locekļiem?

	Visbiežākais saziņas veids	Regulāri	Šad tad	Reti	Nekad
tiešs kontakts aci pret aci					
e-pasts					
tālrunis					
čata programmas (ICQ, Skype, IM)					

sociālie mediji (Facebook, Twitter — IZŅEMOT  
[portālu, kur notiek aptauja])  
[Portāls, kurā notiek aptauja]

24. Kā Tu ikdienā sazinies ar draugiem?

	Visbiežākais saziņas veids	Regulāri	Šad tad	Reti	Nekad
tiešs kontakts aci pret aci e-pasts tālrunis čata programmas (ICQ, Skype, IM) sociālie mediji (Facebook, Twitter — IZŅEMOT [portālu, kur notiek aptauja]) [Portāls, kurā notiek aptauja]					

25. Kā Tu sazinies ar cilvēkiem, par kuriem Tev ir romantiska interese (nav attiecību)?

	Visbiežākais saziņas veids	Regulāri	Šad tad	Reti	Nekad
tiešs kontakts aci pret aci e-pasts tālrunis čata programmas (ICQ, Skype, IM) sociālie mediji (Facebook, Twitter — IZŅEMOT [portālu, kur notiek aptauja]) [Portāls, kurā notiek aptauja]					

26. Kā interneta lietojums ietekmē Tavu reālās dzīves saziņu ar cilvēkiem?

- kontakti ar jau zināmiem cilvēkiem kļūst intensīvāki
- kontaktu ar jau zināmiem cilvēkiem paliek mazāk
- interneta lietojums to neietekmē

27. Cik sabiedriska (-a) Tu esi?

	Piekrītu	Drīzāk piekrītu, nekā nepiekrītu	Grūti pateikt	Drīzāk nepiekrītu, nekā piekrītu	Nepiekrītu
man ir daudz draugu man patīk uzturēties sabiedrībā dodu priekšroku darbam kolektīvā, nevis individuāli Portālā daudz kontaktējos ar citiem cilvēkiem man ir viegli paust emocijas					

28. Cik ļoti Tu esi apmierināts (-a) ar savu dzīvi?

- ļoti apmierināts (-a)
- diezgan apmierināts (-a)
- ne apmierināts (-a), ne neapmierināts (-a)
- ne pārāk apmierināts (-a)
- nepavisam neesmu apmierināts (-a)

## 29. Kas Tev sniedz laimes sajūtu?

	Ļoti daudz	Samērā daudz	Grūti pateikt	Samērā maz	Maz, nemaz
Personiskās īpašības, prasmes un resursi					
Pārliecība par sevi un pašpārliecība					
Ģimene un attiecības ģimenē					
Draudzības un sociālās attiecības					
Ticība, reliģija, etniskās vai ētikas vērtības					
Veselība, labklājība, dzīves kvalitāte					
Vara, statuss, svarīgums sabiedrībā					
Nauda, bagātība, greznība					
Pamata nepieciešamību (pajumtes, ēdiena) apmierināšana					
Mīlēt citus cilvēkus un būt mīlētam (-ai)					
Attiecības un seksualitāte					
Humora izjūta, attieksme un pozitīvas emocijas					
Darbs un darba attiecības					
Mērķi, izaicinājumi un svarīgas apņemšanās					
Sajūta par iekļaušanos un līdzdalību sabiedrībā (ideoloģiski, politisku un kulturāli)					
Paradumi un dzīvesveids					
Priekšstati par savu tēlu un pašcieņa					
Personiskā autonomika un neatkarība					
Gēni un iedzimtība					

## 30. Esam jau gandrīz galā. Nobeigumā daži vispārēji jautājumi.

Tavs vecums (pilni gadi cipariem):

### 31. Dzimums

- vīrietis
- sieviete

### 32. Ģimenes stāvoklis

- precējies (-usies) un dzīvo kopā
- atraitnis / atraitne
- šķīries (-usies)
- precējies (-usies), bet dzīvo šķirti
- nekad neesmu bijis (-usi) precējies (-usies), dzīvoju viens (-a)
- nekad neesmu bijis (-usi) precējies (-usies), dzīvoju kopā

### 33. Kur Tu pašlaik dzīvo?

- Rīgā
- Pierīgā
- Lielā pilsētā (Latvijā: Daugavpils, Liepāja, Jelgava, Ventspils, Jūrmala, Rēzekne)
- citas lielas pilsētas piepilsētā vai nomalē
- citā pilsētā
- lauku ciematā

- lauku mājā vai lauku saimniecībā
- ārpus Latvijas (lūdzu, ieraksti, valsti un pilsētu)

34. Kāda ir Tava izglītība? (Lūdzu, norādi augstāko līmeni)

- nepabeigta pamatizglītība
- pamatizglītība
- nepabeigta vidējā izglītība
- vidējā izglītība
- arodizglītība bez vidējās izglītības
- vidējā speciālā; arodizglītība ar vidējo izglītību
- nepabeigta augstākā (vismaz divi pilni studiju gadi)
- augstākā — bakalaura
- augstākā — maģistra
- augstākā — doktora

35. Tagad jautājums par nodarbinātību. Lūdzu, atzīmē vienu galveno nodarbošanos!

- strādāju pilnu darba nedēļu (40 un vairāk stundas) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- strādāju pusslodzi (15 līdz 39 stundas nedēļā) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- strādāju mazāk nekā 15 stundas nedēļā/ īslaicīgi nestrādāju (pāriet uz jautājumu Nr:

37)

- palīdzu citiem ģimenē (firmā, uzņēmumā) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- esmu bezdarbnieks (-ce) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- mācos / studēju
- pensionārs (-e) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- mājsaimniece/ mājsaimnieks; veicu mājas darbus (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- pastāvīgi darba nespējīgs / invalīds (saņemu invaliditātes pabalstu) (pāriet uz jautājumu Nr: 37)
- cita (lūdzu, ieraksti, kāda)

36. Kur Tu mācies?

- pamatskolā
- vidusskolā
- tehnikumā
- arodskolā
- koledžā
- augstskolā/universitātē

37. Cik pieaugušo dzīvo Tavā mājsaimniecībā (18 gadus veci un vecāki)? Lūdzu, ieraksti skaitli!

38. Cik bērni, kas ir jaunāki par 18 gadiem, dzīvo Tavā mājsaimniecībā?

39. Liels paldies par ieguldīto laiku!

## 2. Daļēji strukturētās intervijas jautājumi

1. Kā tu sāki darboties *Sviesta cibā*?
2. Kā tu raksturotu to, ko tu dari portālā? Kas ir šīs aktivitātes (pašizpaušmei, kontaktu uzturēšana, emocionāla atbalsta apmaiņa) un ko tās tev nozīmē?
3. Kas ir nozīmīgākie ieguvumi no portāla lietošanas?
4. Kā tu vari raksturot attiecības, kas tev ir ar citiem portāla dalībniekiem? Kas tev viņi ir, ko viņi tev nozīmē?
5. Kā tu izjūti portālā veidoto un uzturēto attiecību atšķirību no attiecībām bezsaistē?
6. Kāda ir tavu tiešsaistes un bezsaistes sociālo tīklu saistība? Cik plaši pārklājas tiešsaistes un bezsaistes vides portāla komunikācijā?
7. Kāda ir tava pieredze ar iepazīšanos (bezsaistes kontaktu paplašināšanu) pateicoties *Sviesta cibai*?
8. Vai tu piekrīti apgalvojumam, ka *Sviesta ciba* ir kā atbrīvošanās vide, kas ļauj izvairīties no bezsaistes vides noteiktajiem ierobežojumiem?
9. Vai, tavuprāt, *Sviesta cibā* ir izveidojušās puslīdz vienotas normas un kārtības uzturēšanas mehānismi? Kā, tavuprāt, šādi normu veidošanās un uzturēšanas procesi tiešsaistē ir iespējami?
10. Vai tu pats (pati) izjūti personisku atbildību un ieinteresētību tajā, ka portāls saglabājas kā savstarpēji pieklājīga, cenoša, draudzīga kopiena?
11. Kas nosaka to, ka *Sviesta cibā* veidojas kopiena, kuras dalībnieku ir vēlīgi noskaņoti cits pret citu? Kas ir šīs solidaritātes pamatā?
12. Vai/kā tu izjūtu cibu kā privātu telpu? Kāda ir tava attieksme pret to, ka tavā dienasgrāmatā rakstītais nonāk ārpus tava draugu loka vai pat portāla? Vai citu lietotāju dienasgrāmatas tu iztver kā viņu privātās telpas, kurās tev ir jāpieskaņojas viņu gaidām par to, kā auditorijai būtu jāreaģē?
13. Raksturo, priekšstati par savu auditoriju; tās sastāvu; attiecībām ar to. Vai tu zini, kas ir cilvēki, kuri tevi lasa?
14. Cik ļoti tu izjūti, ka auditorija ir/var būt nezināma, neredzama un cik liela iespēja, ka izrādīsies, ka tajā ir un tavus ierakstus lasa kāds, kuram tur nevajadzētu būt?
15. Kā tu vadi ar privātuma sargāšanu saistītus riskus?
16. Vai ir kāds priekšstats, ko centies citiem par sevi radīt vai identitātes, ko centies radīt?
17. Cik liela atšķirība ir starp to, kādu redzi savu tiešsaistes identitāti un to kādas ir tavas tiešsaistes identitātes?



18. Kas ir tas, ko tu portālā par sevi stāsti tādu, ko nestāsti citās vidēs? Vai sagaidi, ka portālā būs pieņemošākas reakcijas uz to nekā vidēji citur?
19. Kā tu izdari secinājumus par to, kam uzticēties? Kā atlasī cilvēkus, kuriem tiek dota piekļuve „tikai draugiem“ pieejamajiem ierakstiem?
20. Vai ir bijusi negatīva pieredze ar atklātību? Vai tu izjūti savas aktivitātes *Sviesta cibā* kā saistītas ar riskiem? Kā tos vadi?
21. Vai esi portālā novērojis (-usi) arī kādas citas nesolidāras lietotāju rīcības?