

Jauno mediju uvert ra

Ja uz pag tni tu izšausi ar pistoli, tad n kotne uz tevi izšaus ar lielgabalu.

Austrumu paruna

Paties ba sag d s pes. T p c raksta v sturi, lai nes pin tu cilv kus.

Udo Ulbergs

Šaubu nav, - jaunie mediji ir atv ršanas, atkl šanas, uvert ras stadij . Šodien m s varam run t tikai par jauno mediju att st bas s kuma etapu, kad, protams, jau ir ieskic tas š s att st bas vadl nijas un potenci lie trendi, ta u m s nevaram paredz t, ar ko jaunie mediji m s apvelt s un p rsteigs turpm k. M s pašlaik nevaram zin t, k da b s jauno mediju dikt t komunik cijas vide, kur n kotn cilv kiem n ksies asimil ties. M s pašlaik varam zin t tikai to, ka iracion lais kapit lisms noteikti ar turpm k jaunos medijus pak aus sav m interes m un ieman sies to dar t p c katra jauna inovat v pav rsiena mediju tehnolo iskaj att st b .

N kas atcer ties, ka tikai nesen - m su XXI gadsimta pirmajos gados - masu komunik cijas izpratn s ka lietot j dzienu „jaunie mediji” un par d j s pirm s t.s. **jauno mediju teorijas**. Par jaunajiem medijiem s ka d v t ar datortehniku apg d tu presi, radio, satel ta TV, kabe telev ziju, Internetu, kuri masu komunik cij iesaist j s no XX gs. 70. gadiem. Tolaik masu sabiedr ba strauji p rv rt s t.s. **segment t sabiedr b**, kad sabiedr ba sadal j s daž d s ideolo isko interešu, dz ves stila grup s un kult ra faktiski veidoj s no subkult r m. Masu inform cijas l dzek i t pat k rekl ma, PR, m rketinga komunik cijas tri pieska oj s jaunaj m izmai m, tiecoties aptvert segment tu un diferenc tu auditoriju, bet zin tnieki s ka veidot visdaž d k s teor tisk s konstrukcijas.

Noteikti j em v r , ka masu komunik cijas gar g b t ba faktiski nemain j s, un saglab j s l dzšin jie masu cilv kam piem rotie satura un formas risin jumi. Mediji turpin ja str d t atbilstoši masu gaumes un uztveres l menim, k ar atbilstoši masu psiholo ijas nosac jumiem. Main j s vien gi inform cijas tematika, pieska o joties sabiedr bas attiec g segmenta gar gaj m un materi laj m interes m.

V l pirms dažiem gadiem uzskat ja, ka jaunajiem medijiem ir rakstur gas vair kas paš bas.

Pirmk rt, decentraliz cija, – 70. gados Rietumu valst s iev rojami pieauga jaunu preses izdevumu, radiostaciju, TV staciju izveide, kas iev rojami „saskald ja” komunik cijas telpu.

Otrk rt, augstas vad m bas/caurlaides sp jas, – kabe i un kosmosa apar ti radik li uzlaboja inform cijas p rraides kvalit ti.

Trešk rt, interaktivit e, – inform cijas sa m js var atbild t adresantam un citiem inform cijas sa m jiem, publiski iesaistoties sarun par attiec go jaut jumu.

Ceturtk rt, formas elast ba, – var rti un operat vi main t pazi ojumu žanrus.

Par min taj m paš b m bija pamats droši run t. Jaunie mediji b tiski izmain ja komunik cijas procesa perspekt vas: pa trin ja pazi ojuma rad šanas/sagatavošanas procesu; novirz ja perif rij vai visp r padar ja neder gus agr kos pa mienus; jaunie pa mieni apvienoj s ar vecajiem pa mieniem, bet augst k profesion laj l men ; notika atgriešan s pie vecajiem pa mieniem, bet profesion li cit l men . T , piem ram, person lo datoru un teksta redaktoru ieviešana komunik cij pa trin ja teksta sagatavošanu, lika p rtraukt lietot rakst mmaš nu, kop ar citu tehniku rad ja iesp ju komplekt t nelielu izdevniec bu, rad ja decentraliz tu tekstu sagatavošanu un izmantošanu, ko var dar t katrs indiv ds sav dz vokl .

Šodien n kas secin t, ka l dzšin jo diskursu par jaunajiem medijiem var nosac ti iedal t vair k s tematiskaj s grup s: 1) attieksme pret Internetu, 2) virtu l realit te, 3) blogu sf ra, 4) „tautas žurn listika”, 5) TV k jaunais medijs, 6) Internets un žurn listikas att st bas perspekt vas.

Attieksme pret Internetu aizvad taj etap princip nav daudz main jusies, sv rstoties no vienas puses j sm par Interneta grandiozaj m iesp j m un Internetu k savdab gu intelektu lo kreditoru, bet no otras puses satraucoši apcerot Interneta psiholo isk s, k ar soci l s sekas.

Internets cilv kam paver iesp ju b t br vam; Internet viss ir atkar gs no cilv ka radoš s iniciat vas un intelektu l potenci la, erud cijas, liter r talanta, pilsonisk s drosmes. Interneta komunik cija ir ne tikai ražošanas l dzeklis, bet ar gar g s br v bas l dzeklis. T tad – gar gais sp ks.

Jebkur sabiedr b komunik cija organiski ir vienota ar komunikantu statusu – amatu, profesion lo „kastu”, bag t bu, reput ciju, autorit ti utt. T , piem ram, soci listiskaj iek rt statuss nosac ja komunik cijas saturu, k ar liela loma bija centra-perif rijas hierarhijai. Interneta komunik cij var neb t indiv da statusa faktors, un t p c Interneta izplat bas rezult t kultur indiv da statusa faktors visp r radik li izmain s. Sarun par Internetu nav iesp jams lietot t dus v rdus k „centrs” un „perif rija”, jo Internets nepaz st tam l dz gu hierarhisko pak rtot bu.

Jaunie mediji un taj skait visvair k Internets pav ra plašu darbalauku psihologiem, kuri jau pag juš gadsimta nogal s ka ener iski p t t virtualit tes un datora ietekmi uz cilv ku psihi un vesel bu visp r (analiz t.s. *Net-addiction*).

Tika nor d ts, ka, piem ram, virtu l pasaule b tiski atš iras no cilv ku t saucam s intersubjekt v s pasaules, izmainot cilv ku sazi as telpisk s un tempor l s iesp jas un robežas. T pat tiek ierobežotas sensor s izj tas, p rdz vojumi. Komunic jot elektroniskaj vid , m s neredzam sarunas partnera seju, sejas grimases, apstiprinošu vai noliedzošu galvas m jienu, smaidu vai nopietn bu, nedzirdam fr zes inton ciju, balss noska as mai as, m s neuztveram smaržas, kr sas /1/.

Z m gi, ka psihologu b d gie nov rojumi nav daudz izmain jušies ar visjaun kaj laik , kad tehnolo iski ir pilnveidojuš s audiovizu l s komunik cijas iesp jas un var izmantot multimediju „atus”, multimediju konferences, Internettelefonu. Tiek uzskat ts, ka digit laj komunik cij sensorie iespaidi joproj m ir nabadz gi. Ar n kon tehnolo isk s ier ces ac mredzot nevar s sol t iesp ju otram sarunas biedram paspiest roku, draudz gi uzsist uz pleca, neb s maigu apkampienu, sk pstu.

Darb ba kibertelp ir cieši vienota ar attiec g s personas identifik cijas aspektiem – anonimit ti, pašidentifik ciju. Kibertelpa nodrošina personas statusa, t teikt, nulles l meni: katrs var izv l ties savu v rdu, dzimumu, vecumu, rasi, taut bu, profesiju, soci lo

izcelsmi utt.

Identifikācijas problēma tika stimulēta jaunas zinātniskās disciplīnas – Interneta socioloģijas – rašanās. Interneta socioloģija pašlaik nodarbojas ar problēmām, kuras var sagrupēt saskaņā ar tajā ietvertajām antinomiskajām opozīcijām: reālais – virtuālais; rakstais – mutiskais; brīvība – kontrole; publiskais – privātais; uzticība – krāpšanās u.c.

Tagad ir noskaidrots, ka Internets izjaukt attiecīgās etniskās mentalitātes ietekmi un Internets ir kulturoloģiski determinēts fenomens, tāpat kā jebkura cita cilvēku darbība, uzvedība un komunikācijas izpausme. Attieksme pret Internetu ir atkarīga ne tikai no etniskās mentalitātes, bet no etnosa pasionaritātes – enerģiskuma, kreativitātes, audzināšanas, izglātošanas, apgaismošanas patosa un misijas izpratnes, ko šodien augstlīmenī, piemēram, apliecina „Runets” – Internets Krievijā. Savukārt, piemēram, dīķi skeptiski un apātiski izturas pret Internetu un to lieto vismazāk no Skandināvijas valstīm.

Skaidrs, ka psihologu „klientu” skaits turpmāk nemazināsies. Gluži pretēji – tas pieaugs. Mūsdienās tie ir izveidojies, ka Internets un tā lietošana ir kļuvusi par valsts tehnoloģiskās labklājības demonstrāciju, proti, jo tehnoloģiski augstāk attīstīta valsts, jo lielāks datora un Interneta lietotāju skaits. Interneta lietošana ir kļuvusi arī par individuālo socializācijas līmeņa demonstrāciju, proti, jo plašāka cilvēku lieto Interneta, jo pamatīgāki viņš ir iekļāvis šodienas sabiedrības vislaikmetīgākajos procesos. Tādā veidā var teikt arī savādāk. Datora, Interneta nelietošana liecina par valsts, individuālo atpalicību un nespēju iekļauties modernizācijas attīstības norisēs.

Šodien nākas runāt par **virtuālo intelektu** kā pašu subkulturā, kura interesējas par visplašāko jautājumu spektru elektroniskajā vidē: autortiesības, vārda brīvība, informācijas brīvība, cenzūra, tehnoloģiskajām inovācijām, programmāšanas jaunumiem utt. Virtuālās intelektuālās pērstāvji priekš sevis no Interneta kopfilmās, mūziku, grāmatas un visu pār to, ko vien sirds vēlas, kas tagad pieejams Internetā. Viņi var izmantot Interneta veikalus pakalpojumus un, neizejot no mājās un vienkārši neatstājot savu datoru, teiksim, ar 6 megabitu trumu sekundā, var piekļūt visam, sākot no pērtikas produktiem un beidzot ar sadzīves tehniku, apģērbu, mēbeļiem. Interneta veikals „Amazon.com” piegādās mājās visu, kas vien tiks pasūtīts. Virtuālajai intelektuālei arī darbu vairs nav jāiet, jo Internets paver iespēju strādāt mājās. Alga ar tiek elektroniski pārskaitīta uz bankas kontu un nepieciešams „izkusties” tikai tad, ja nākas aiziet uz tuvāko bankas automātu. Par laimi to nākas darīt reti, jo arī rēķinus var apmaksāt ar Internetbankas palīdzību.

Skaidrs, ka virtuālā intelektuālelīnība, bet konsekventi attīstīs no reālās dzīves. „Ati”, blogi, „skaipi”, forumi nodrošina komunikāciju ar sevi līdzīgiem; nav psiholoģisko konfliktu un emocionālo stresu saskarsmē ar antipātiskiem, naidīgiem, agresīviem indivīdiem. Virtuālais intelekts beidzot kļūst laimīgs, jo mazinās intelektuālei mīļģi piemēroš neapmierinātība ar apkārtējo pasauli.

Protams, šajā sakarā sociālās drosmīgākie zinātnieki, filosofi jau labi pasen ir uzdevuši nebūt tikai retorisku jautājumu: kam tas ir izdevīgi, ka virtuālā intelektuāle pašapmierinātā šķērsmā pie datora un reāli neiesaistās politiskajos un sociālajos procesos?

Atbilde, saprotams, ir zināma. Tas ir izdevīgi „globālajam kapitālismam”, ja lietojam Rietumu sociālās filosofijas pašlaik iecienīto jēdzienu /2/. Aizvārdējot pēris gadu desmitos ir kļuvis skaidrs, ka kapitālisms ir neapgāžams. Ja K. Marks kapitālismu

sal dzin ja ar neremdin mu vamp ru, tad m sdien s kapit lismu var sal dzin t ar rota u lelli, kura p c jebkura gr diena atkal nost j s uz k j m. Kapit lisms p c katra gr diena (piem ram, „soci lisma celtniec bas” Austrumeirop , „kult ras revol cijas” n) triumf li atgriež s stabil poz cij . Rietumu intelektu i t p c ir spiesti konstat t savu zemju kreiso sp ku nesp ju glob lajam kapit lismam izr d t kaut cik nopietnu pretest bu. Tiesa, Rietumos joproj m past v zin mi kreisie sp ki, ta u to ideolo ij domin samiernieciska politika, rekomend cijas piev rsties kapit lisma pak peniskai reform šanai vai pat tiek ierosin ts atsac ties no c as un pa auties tikai uz „Dieva gribu” likvid t kapit lismu uz plan tas.

K jau tika min ts, jaunie mediji ir organiski vienoti ar masu komunik cijas transform cij m. Ar Internets šodien m s piespiež jaun veid iztur ties pret v rdiem „masu komunik cija” un „masu komunik cijas l dzeklis”. Tas notiek t p c, ka main s komunik cijas modelis visp r.

M s lieliski atceramies tradicion lo komunik cijas modeli: avots – pazi ojums – adres ts. Ta u Internet viss ir atkar gs no situ cijas. Internet avots var b t viens cilv ks vai cilv ku grupa. Ar adres ts Internet var b t viens cilv ks vai cilv ku grupa. Pie tam it k teor tiski viens cilv ks Internet var uzrun t visus plan tas iedz vot jus.

Virtu l s realit tes j dzienu Rietumu visplaš kajos sabiedr bas sl os lieto no 1989.gada 10.apr a, kad laikrakst „*New York Times*” tika public ts raksts „Kas ir m ksl g realit te?”. Publik cija tagad tiek uzskat ta par pagrieziena punktu sabiedr bas **masu** attieksm pret virtu lo realit ti. Savuk rt par virtu l s realit tes „t vu” tiek atz ts ASV datorm kslinieks M.Kr gers (*Myron W.Krueger*), kurš pirmos m kslas darbus virtu l vid rad ja 1969.gad . K sinon mus j dzienam „virtu l realit te” m sdien s lieto v rdus „m ksl g realit te”, „kibertelpa”, kas pirmo reizi sastopams amerik u rakstnieka Viljama Gibsona rom n „*Neuromancer*” (1985).

Virtu l s realit tes j dziens m sdien s tika izv l ts attiec go tehnolo isko iek rtu produkcijai, kas auj jaun , tr sdimensiju, veid model t realit ti un imit t re l s situ cijas. T l t k uva skaidrs, ka jaun s tehnolo ijas kardin li paplašina cilv ka darb bas simbolisk s iesp jas, k ar iesp jas sasniegt jaunas epistomolo isk s robežas un p rmai as dz v visp r. Min t s jaun s iesp jas, saprotams, nevar sadz vot ar l dzšin jo terminolo iju un t p c rodas attiec gajiem procesiem adekv ti jauni apz m jumi.

Labi ir zin ms, ka cilv ks vienm r ir m l jis main t savas izzi as tematiskos akcentus un apk rt jo pasauli. Cilv ks k dreiz izdom ja loku un bultu, iek rtoja irig cijas sist mas, tiec s upju de us novirz t sev v lam virzien . 700 gadus pirms m su ras Grie ij izdom ja alfab tu; t priekšroc bas ir milz gas: p rvar telpu starp mutisko runu un valodu, atdalot sac to no sac t ja, radot konceptu la diskursa iesp jas un fascin jošas iesp jas v rda m kslai – dai literat rai k neierobežotai simboliz cijas sf rai.

K zin ms, alfab tisk dom šana/kult ra bija jauna stadija cilv ku komunik cij . Alfab ts audiovizu lo, ska u un att lu, kult ru atvirz ja otraj pl n . Prim r k uva tekstu l kult ra, kuru savuk rt otraj pl n visjaun kajos laikos novirz ja kino, TV, jo 2700 gadus p c alfab ta izdom šanas iest j s vizu l s dom šanas/kult ras laikmets, kur dz vo šodienas paaudzes.

Šodien alfab ta izmantošana, t.i., tekstu sagatavošana, var daudziem sag d t lielas gr t bas. Šodien cilv ki ar augst ko izgl t bu var neprast pareizi rakst t. Tagad cilv ku piln gi sav var ir p r mis dators, jo tas valdzinoši ir sp j gs uzburt jaunu vidi un

grandiozi k pina virtualit ti jeb cilv ku m žseno simboliz cijas m niu, – gadu t kstošos apnikušie burti, v rdi, ska as, dai literat ras t li dator p rv ršas virtu los ciparos un tas mums tagad liekas oti vareni. Tas nekas, ka, teiksim, soci l realit te arvien vair k simboliz j s un pieaug nosac t ba rekl m , medijos, m ksl . Tas nekas, ka vienai da ai jau ir pagr ti realit ti nodal t no virtu l s realit tes. Skaidrs, ka vizu l kult ra šodienas paaudzes ir p r musi sav var tot li un daudzi šaj kult ras tip saskata savas dz ves lielas priekšroc bas un t p c nev las neko dzird t par alfab tisk s kult ras priekšroc b m. Tiek uzskat ts, ka Rietumu baltie cilv ki ir jau piln m r nelasoši un nerakstoši cilv ki, k stot tikai par ekr na vizu l s inform cijas lietot jiem.

Virtu l s realit tes tehnolo ijas tagad iedala vair k s grup s: 1) model još s (lieto, piem ram, arhitekt r un fiziolo ij , imit jot cilv ka ermena uzb vi); 2) interakt v s (lieto, piem ram, Interneta veikalos, pied v jot preces); 3) multimediju (lieto, piem ram, t.s. mediju m ksl – *media art*).

XX gs. 60. gadu s kum vispirms tika izgatavots panor mas displejs grafiskajai model šanai. 70.gadu s kum grafiskos objektus s ka „komand t” ar meh niska manipulatora pal dz bu. Savuk rt viena no pirmaj m publik cij m par jaun s tehnikas perspekt v m bija M.Kr gera darbs „M ksl g realit te”, kas tika public ts 1983.gad (atk rtoti 1990.g.).

Internet jau labu laiku ir segmenti, kas paver maksim las iesp jas nodoties virtu l s realit tes vilin jumiem un apm t bai. T s ir visdaž d k s sp les un sp u s rijas, kuras pie datora dzelžaini „pienaglo” miljoniem cilv ku.

K liecina Internet (*Wikipedia*) pieejam inform cija par sp u v sturi, pirm sp le „Adventure” tika izdom ta 1975.gad . P c diviem gadiem, 1977.gad , tika izdom ta otr sp le „Zork”, kuru t pat k citas sp les rad ja universit šu studenti. Piem ram, sp u v stur slaveni ir Eseksas universit tes studenti.

Pirm s sp les apz m ja ar abreviat ru *MUD* (*Multi-User Dimensions* vai *Multi-User Dungeon*). T s bija tekstu l s sp les, kas veidoja sp u, t teikt, pirmo paaudzi. Viens no pirmajiem grafiskajiem *MUD*, simul jot tr sdimensiju pasauli, tika izveidots 1985.gad un sauc s „Habitat”.

No 90.gadu beig m, kad strauji izv rs s sp u otr s, grafisk s, paaudzes att st ba, sp u apz m šan s ka lietot vienu kop gu abreviat ru *MMORPG* (*Massively multiplayer online role-playing game*). Savuk rt par tekstu lo sp u soci lo un kulturolo isko problem tiku vienu no pirmajiem noz m g kajiem darbiem izstr d ja ma istra disert cij Elizabeta R da 1994.gad Melnburnas universit t /3/.

J saka, ka tekstu lo sp u virtu l s iesp jas ir atst jušas p rsteidzošu ietekmi uz zin tniekiem, kuri tagad ar lielu entuziasmu turpina analiz t *MMORPG* pasauli un att stot jauno zin tnisko discipl nu – Interneta sociolo iju. Nav šaubu – bez š s pasaules izpratnes nav piln m r izprotama m sdienu kult ra visp r un ne tikai jauno mediju virtualit te. *MMORPG* tagad nav vien gais sp u žanrs Internet , ta u tas ir vismasveid g kais žanrs.

Komunik cija tekstu l kompju teru vid (*MUD*) notiek bez redzes un dzirdes kontakta. Sp les dal bnieki sazin s tikai ar teksta starpniec bu uz datora ekr na. T p c aktu ls ir jaut jums, k *online* velmes saskan ar *offline* realit ti jeb, citiem v rdiem sakot, vai sp les laik radies priekšstats par attiec go sp les dal bnieku saskan ar vi a re lo veidolu. Pirmajos p t jumos zin tnieki izmantoja aptaujas ar cilv kiem, kuri p c sazi as datora vid bija tikušies re laj dz v . Kop jais secin jums, ka past v liela atš ir ba starp „datora cilv ku” un re lo cilv ku. Turkl t atš ir bas sag d vilšanas, jo par „datora

cilv ku” bija radies relatīvi ideāls priekšstats.

Pirmo priekšstatu par cilvēku nosaka viņa ārējais izskats, valoda, gramatika, lingvistiskā patnība, ieskaitot akcentu un balss toni. Kibertelpā šīs pazīmes nav uztveramas vai ir ļoti vāji uztveramas. Lieta ir tā, ka spēles laikā cilvēks var rakstīt visu, ko vien viņš vēlas. Spēlētājs spēlē (*MUD*) faktiski ir visnoslūpīgākais no visiem virtuālajiem būtņiem, jo viņam nav patstāvīgas identitātes. Viņš var mainīt jebkuru brīdi. Viņš var pārvērsties par to, ko vien vēlas. Spēlētājam nav transformācijas un reinterpretācijas ir pati par sevi saprotamas parādības.

Ikdienas dzīvē mēs nevaram izmainīt savu ārējo izskatu. Varam to koriģēt ar kosmētiku, friziera palīdzību. Tiesa, Maikls Džeksons savu piederību rasei koriģēja ar plastiskās operācijas palīdzību, taču tā nav ikdienišķa parādība. Svarīgi ir tas, ka mūsu izskats ir vienots ar visdažādākajiem sociālajiem institūtiem; vīrietis, sieviete, baltais, melnādainais, jauns, vecs, nabadzīgs, bagāts, – šīs kategorijas ir aktuālas kultūrā, un katrā cilvēkā dzīvē ir atkarīga no viņa fiziskā tēla.

Virtuālajā vidē katrs spēlētājs var veidot fizisko tēlu pēc savas patikas. Tas, kas viņu spēles laikā uztver citi spēlētāji, ir atkarīgs no viņa sniegtās informācijas. Kibertelpā fiziskie parametri faktiski eksistē „brīvā lidojumā”, balstoties uz izdomu, bet nevis realitāti.

Kibertelpā fiziskie parametri kļūst par tēlu virtualitāti, kad nav svarīgs ne dzimums, ne vecums, kas viss ir ļoti svarīgs reālajā dzīvē. Kibertelpā tādējādi sekmē cilvēkos vispārēju vienaldzību un nenopietnību attieksmē pret fundamentāliem jautājumiem, kas galu galā var atspoguļoties arī reālajā dzīvē vienaldzībā un nenopietnībā pret tēmiem izpaušmā kāksu lorientācija, viendzimuma laulības, homoseksualitāte. Katrziņkāsemtvērē, kāvirtuālā spēlē, „atī”, forumi sekmē cilvēkos cinismu, jo visi zina, ka Internetā katrs izlieks un pašam nekam nevar ticēt. Cinisma sociālās sekas, cinisma morāli tikumiskās sekas noteikti turpmākās Interneta socioloģijas viena no galvenajiem tēmiem.

Spēles kā pseidonīma izdomāšanu, jo reti tiek fiksēti stāvērds. Pseidonīms kļūst par virtuālā tēla kodolu. Pēc tam seko fiziskā tēla tekstūras veidošana. Skaidrs, ka šajom liela loma ir stereotipiem, kādi kulturālā valda dotajā laikā. Tie ir stereotipi par skaistu un seksuāli pievilcīgu sievieti un vīrieti. Virtuālajā tēlā var ietilpt norādes par bagātību un varu. Ar tādā rakstura skaidrojumiem balstās uz stereotipiem. Noslūpīgākā, varenībā ir populāri epiteti virtuālajā portretā.

Kad katrs var būt skaists, izzūd skaistuma hierarhija. Tam var būt sociāli psiholoģiskas sekas reālajā dzīvē. Var rasties priekšstats, ka tikai skaists cilvēks mēdz būt bagāts un iemāgst amatu varas struktūrā. Virtuālā pasaules ietekmē var izzust aizspriedumi pret ārējo izskatu, kas pozitīvi var atsaukties uz starppersonālo komunikāciju.

Rietumu kultūrā komunikācijā vienmēr ļoti liela loma ir bijusi trim faktoriem – dzimumam, rasei un šķiriskajai piederībai. *MUD* komunikācijā rase un šķiriskā piederība problēmas nesagādā. Dzimumu prasa fiksēt spēles noteikumi – programmēšanas tehniskās prasības. Zīmīgi, ka programmās ir paredzēti trīs varianti – sieviete, vīrietis, vidējais. Tiek lietoti arī citi varianti – sieviete, vīrietis, neintralāis, hermafrodīts, citplanētie rietis.

Virtualitāte nav vienkārša un viegli izprotams jēdziens. Visbiežāk to lieto metaforiski, apzīmējot iztēlotus risinājumus. Ilgi pirms datora izgudrošanas zinātnē virtualitātes jēdzienu vieni no pirmajiem lietoja fiziķi, raksturojot objektu šķietamās pašības. Pēc tam

virtualitē šajdienu sāk attiecināt uz dator konstruktīviem trīsdimensiju makromodeļiem. Pēc k un tagad – uz jebkura veida realitē prezentāciju, kurai nav fizikālās substance. Prezentāciju panāk ar tehniskajiem līdzekļiem – datora „simulāciju”, kā arī ar netehniskajiem līdzekļiem – narkotikām, reklāmu, propagandu, masu medijiem, *PR*. Tādējādi visplašākajam nozīmē ar virtualitāti tagad saprot to visu, kas nav aktualizēts reālajā pasaulē.

Faktiski virtuālā pasaule mums līdz šim eksistējusi vienmēr mitoloģijā, reliģijā, folklorā, mīklā, kino, teātrī, zinātnē, reklāmā, propagandā utt. Cita lieta (šodien mums nākas paškritiski atzīt), ka saruna par virtuālo realitāti reiz ir saruna par irrealitāti un iracionālo, kam tagad ir tik liela vieta cilvēku dzīvē. Tā ir saruna par to, vai realisms ir nomainījis irēlismu. Tā ir saruna par to, cik lielā mērā ir izmainījis mūsu priekšstatus par reālās pasaules simboliskumu; proti, tās pasaules simboliskumu, kuru mēs varbūt naivi uzskatām par reālo pasauli. No irēlisma, nenākas šaubas, ir tikai viens solis līdz iracionālismam un tad ar līdz iracionālām kapitālismam, ja iracionālismu atzīstam par irēlisma filosofijas praksi cilvēku darbībā, uzvedībā un komunikācijā.

Labi zināms, ka filosofijā saruna par pasaules simbolisko, proti, virtuālo iedabā ir tikpat senā kā pati filosofija. Daudzi mūsdienu Rietumu filosofi atzīst visas iespējamās pasaules un ne tikai pasaku un romānu pasauli kā simbolisko konstrukciju.

Filosofija, zinātne, mīkla, reliģija vienmēr ir runājusi par daudz pasaulēm esamību. Filosofija pašā pēdējā I.Kanta darbiem citādi kā nemaz nevarēja būt, – filosofija pakāpeniski pievēršs nevis idejai par viengrīdīgo iespējamās pasaules unikālo realitāti, bet gan idejai par pasauli daudzveidību, daudz pasaulēm esamību. Tas varēja notikt tāpēc, ka I.Kants pasaules ainu saudzāja ar cilvēka apziņu. Un cilvēka apziņā viss ir iespējams – ar priekšstatu par daudz pasaulēm esamību.

Taču I.Kants nespēja pārvarēt tālaika intelektuālo paradigmu – uzskatu par pasaules vienotību. Tādā vienotībā monistisko koncepciju. Kā zināms, monisms ir mēģinājis par to, ka pasaule sastāv tikai no vienas substance un visa esošā pamatā ir viens pirmais kums. I.Kants bija ideālists, un viņš visa pamatā izvēlējās garu.

Protams, ikdienas pasaule ne vienmēr ir tikusi uztverta kā viengrīdīga pasaule. Kristinismā ir teikts par mēžģorpuszemes pasauli un zemes ikdienas pasauli, kur ir sods dzīvot cilvēks. Lai stabilizētu savu reputāciju, kristinisms sola labku dzīvi „viņš saul”, izmantojot aizkāpā dzīves virtuālo mēt. ģorpuszemes pasaule ir mēžģa, bet zemes ikdienas pasaules pastāvšanai ir iespējams gals. Kā liecina vēsture, zemes ikdienas pasaules galu eiropieši ir gaidījuši vairākus re. Piemēram, pret 1000. gadu izturējās kā pret pasaules gala iestāšanos. Šodien mēžģģorpuszemes pasaules vietā, dievišķās realitē, elles un paradzes vietā ir nonākusī virtuālā realitāte.

XX gs. kvantu teorija apstiprināja filosofu atziņas par daudz pasaulēm pretstatā monismam. Kvantu teorija atklāja daudzpusību un nenoteiktību. Tas pavirca ceļu sarunai par daudz pasaulēm esamību, kā arī izvērstai un perfekti argumentātai sarunai par nestabilitāti un irēlismu, veidojot savdabīgu šodienas virtuālās realitētes „fanu” beci. Virtuālās realitētes mūsdienu apjūsmotāji parasti veiklītā demagoiski atsaucis uz zinātnisko diskursu par nestabilitāti un irēlismu.

Nav noliedzams, XX gadsimtā priekšstats par pasaules fizikālo dabu patiešām ir notikušas radikālas izmaiņas. Viena no lielākajām izmaiņām ir tā, ka tiek atzīta **nestabilitāte** un **nepatstāvība** kā pasaules uzbūves fundamentālā pašība. Tādā radikālā ir izmainījusies attieksme pret fiziskās pasaules determinatīviem segmentiem, par kuriem

agr k vald ja sekojošais viedoklis: ja zin m izejas poz ciju, tad varam izsekot objekta trajektorijai bezgal gi ilgi gan pag tn , gan n kotn .

Tagad n kas atz t, ka sarež tas sist mas (pasaules) princip nav iesp jams prognoz t. Š s izmai as stimul ne tikai jaunas koncepcijas par dabas par d b m, bet atst j milz gu ietekmi ar uz priekšstatiem par cilv ka st vokli visum . Skaidrs, ka nestabilit tes un nepatst v bas aspekti s k atspogu oties ar antropolo iskaj problem tik . Cilv ks it k zaud pamatu zem sevis, visi tradicion lie un klasiskie priekšstati sabr k, un cilv ks mekl gl bi u simboliski nosac t vid – virtu laj realit t .

XX gs. s ka att st ties t.s. nestabilit tes filosofija, tiecoties nestabilit tes j dzienu iek aut universuma anal z . Š s filosofijas dibin t js ir I ja Prigožins /4/. Sav darb vi š min vair kus atkl jumus, kas pamudin ja jaunos priekšstatus.

Pirmk rt, atkl jumi element rda i u sf r , demonstr jot mat rijas fundament lo nestabilit ti.

Otrk rt, kosmolo iskie atkl jumi, par dot pasaules telpas v sturi. Agr k neatzina nek du universuma v sturi, absolutiz jot t veselumu, kas izsl dza sarunu par universuma v sturisko att st bu.

Nestabilit tes filosofija atst ma determinismu. T tad atst ma m c bu, ka dabas un sabiedr bas fenomeni ir likumsakar gi saist ti un c loniski cits citu nosaka. Deterministisk pasaul daba piln m r pak aujas cilv ka kontrolei, daba ir cilv ku velmju inerts objekts. Ja ar dabai piem t nestabilit te, tad cilv kam pret to ir uzman g k un delik t k j iztur s. I.Prigožins raksta, ka dab ir gan determin ti likumi, gan nedetermin ti likumi. Pie tam nevajadz tu vienpus gi dom t, ka nedetermin ta sist ma rada haosu, bet determin ta sist ma rada stabilit ti. Ja dab ir sastopama nestabilit te un nepatst v ba, tad cilv kam n kas attiec gi pret to iztur ties – nev rt t t l t visu no determinisma poz cij m.

I.Prigožins neabsolutiz nestabilit ti. Vi š izsak s par stabilit tes un nestabilit tes sakar b m, jo pasaule sast v no abiem fenomeniem, t p c visas par d bas j analiz no ab m poz cij m. K uzsver I.Prigožins, nestabilit tes atz šana pasaules uzb v neb t nav cilv ka izzi as un intelektu l s izpratnes kapitul cija, bet gan aicin jums piev rsties jauniem eksperimentiem un teor tiskajiem p t jumiem. Turkl t aktualit ti nezaud sensenais radoši iepriecinošais priekšstats par cilv ka gar g s dz ves nedetermin t bu, kas stimul filosofijas, m kslas, zin tnes att st bu. Cilv ka radošais gars un vi a kreativit te joproj m nek di netiek c loniski nosac ta, un nestabilit tes kl tb tne nav š rslis radošajai izt lei, domai.

Determinisma apolo tika Rietumu zin tniskaj s aprind s vald ja 300 gadus kopš I. utona laika. K saka I.Prigožins, 1960.gad k uva skaidrs, ka tie bija mald gi priekšstati. T tad zin tne bija rupji k d jusies, un cilv ce bija dz vojusi ilgu laiku ar mald giem priekšstatiem. I ja Prigožins atceras, ka 1986.gad t p c notika unik ls gad jums cilv ces v stur . Matem ti is Sers Džeims Laithils (*Sir Michael James Lighthill*) atvainoj s pasaules sabiedr bai visu kol u v rd par to, ka zin tne ir ilgus gadsimtus maldin jusi cilv ci, jo determinisms ir mald ga poz cija.

No XX gs. 70.gadiem filosofija arvien plaš k s ka piev rsties teorij m par daž d m iesp jamaj m pasaul m. Tas var ja notikt t p c, ka pret izdomu s ka iztur ties nevis k pret trivi lu nodarb bu, bet gan vis filosofiskaj nopietn b . Izdoma k uva par specifisku patst v gu pasauli ar sav m mod li semantiskaj m likumsakar b m. Par izdomas lo iku Rietumos pirm monogr fija izn ca 1974.gad /5/.

XX gs. 80.gados j dzienū „iesp jam s pasaules” da ji izkonkur ja j dzien s „virtu l realit te”, atspogu ojot jaunu psiholo isko pieredzi masu kompju teriz cijas rezult t .

Realit te ir dom s izprasta pasaules da a. T uzskat ja Ludvigs Vitgenšteins. Ne velti vi š sav slavenaj trakt t rakst ja, ka laim ga cilv ka pasaule ir pavisam sav d ka nek nelaim ga cilv ka pasaule. T tad katrs no vi iem – laim gais un nelaim gais – sav d k izprot realit ti. Iesp jamo pasau u teor ti i, emot v r L.Vitgenšteina viedokli, t p c tagad filosofiski pr to, ka ar virtu l realit te k st par dom s izprastu pasaules da u, kura tiek trakt ta izmain tas apzi as st vokl – sap os, murgos, apreibum u.c.

Par **blogu sf ru** k jauno mediju atseviš u segmentu akt va p tnieciski anal tiska saruna s k s pirms dažiem gadiem, kad blogi (latviešu filologi iesaka blogu saukt par emu ru) k uva par svar gu politisk s, ekonomisk s un cita veida inform cijas avotu un s ka efekt vi konkur t ar „vecajiem” medijiem. Inform cija par blogu v sturi, blogu rakst šanas motiv ciju un funkcij m, k ar blogu veidiem tagad popul r form ir pieejama „Wikipedia”, nemaz nerun jot par daudziem speci lajiem saitiem Internet .

Par blogu sauc dienasgr matu vai žurn lu, kas tiek rakst ts Interneta sait . Bloga j dzien s ir valodiska kontamin cija, kuras pamat ir v rdu *Web* un *log* savienojums. V rdu *Weblog* pirmo reizi lietoja 1997.gad saita „*Robot Wisdom*” autors Jorns Bangers. 1999.gad vi a kontamin ciju izmantoja P ters Merholcs, bloga „*Peterme*” autors, kurš rakst ja „*We blog*”, v rdu „*blog*” lietojot k lietv rdu un darb bas v rdu. T rad s v rds „*blog*”.

Jaunais komunik cijas l dzeklis cilv kiem t l t iepatik s. 2008.gad pasaul eksist ja vair k k 100 miljoni blogu, no kuriem 15 miljoni funkcion ja akt vi, t.i., katru dienu.

Blogu v sture (bloga šodienas izpratn) s k s ap 1998.gadu. S k s ar to, ka atseviš i cilv ki Internet sav s m jas lap s ievietoja nor des uz citiem saitiem, kurus ir v rts atv rt un las t. Vi i sevi uzskat ja par locma iem, kuri raksta dienasgr matu jeb, prec z k, žurn lu (t tad to, ko j rnieki sauc par ku a žurn lu) priekš ku iem (ang u *log* – atz m t ku a žurn l).

1999.gad Internet tika iek rtoti jauni instrumenti „*LiveJournal*”, „*Diaryland*”, „*Blogger*”, un blogu sf ra ieguva jaunu spr dzienam l dz gu impulsu, – s k s blogu ra, blogu lav na. Izmantojot jaunos instrumentus, ikviens cilv ks, kuram bija pieejams dators ar Internetu, var ja iek rtot blogu. 2006.gada s kum blogu mekl šanas sist ma „*Technorati*” fiks ja 27 miljonus blogu, bet 2007.gada beig s – vair k k 100 miljonus blogu. 2008.gad laikraksts „*Washington Post*” aptaujas rezult t secin ja, ka 37 % blogi ir jap u valod , 36 % - ang u valod .

Jau blogu buma s kum izmain j s blogu saturisk orient cija. Ja agr k blogeri saviem las t jiem ieteica interesantus citus autorus un t d j di sniedza intelektu lo pakalpojumu (*outbound links*), tad p c 1999.gada krasi pieauga blogeru amb cijas: katrs bloggers v l j s, lai visi lasa tikai vi a blogu un atsauc s tikai uz vi a blogu. T tad – vi a viedokli (*inbound links*), kas ir vi a slavas krit rijs. Tas notika t p c, ka blogu sf ra oti akt vi iesaist j s soci li politisko notikumu koment šan un inform cijas sniegšan par tiem notikumiem, par kuriem neinform ja „vecie” mediji.

Blogi ieguva jaunas funkcijas. Par pašu galveno k uva blogera teksta koment ri – bloga las t ju skaits un viedoklis. Blogeri t p c uzskata, ka vi iem katr zi ir j b t ori in liem, lakoniskiem un jebkur gad jum kaut k noder giem p r jiem cilv kiem – attiec g bloga las t jiem. Blogeri saprata, ka vi i vienu t mu var izv rst sam r ilgi, tematiskajai daudzveid bai visp r nav j b t lielai, jo t d gad jum blogs (dienasgr mata)

s k atg din t žurn lu un zaud t savu žanrisko j gu. Atseviš i blogeri s ka g t pe u no sav blog ievietot s rekl mas. Daudzi žurn listi savuk rt paral li darbam medij izveidoja ar savu blogu. Tas visbiež k notika tad, ja žurn listi nevar ja medij izmantot visu vi u r c b esošo inform ciju un t s koment rus. Turkl t inform cijas aktualit tes m žs blog var b t ilg ks nek tradicion lajos medijos – pres , TV, radio. Bologa reput ciju oti ietekm tekstu pavadoš s fotoreport žas. Visjaun kaj laik blogi k st multimedijiski: teksts + telefons + video + foto.

2009.gada 28.VI-1.VII Par z notika konference par skait ošanas tehniku. Taj tika prezent ts ac mredzot l dz šim pasaul grandioz kais p t jums par inform cijas izplat šanu Internet . P t jumu veica Korn lijas universit tes speci listi, kuri tr s m nešus (2008.gada 1.VIII-31.X) sekoja 1,6 miljoniem inform cijas sait u. Taj skait 20 t kstošiem galvenajiem mediju sait iem un lielam blogu mas vam. Tas notika ASV prezidenta v l šanu laik . Ar pašas datorprogrammas pal dz bu zin tnieki tiek s izsekot informat vo jaunumu ritmam. Vi i v l j s hronolo iski p rliecin ties, cik ilg laik jaunums non k visp r j uzman b , cik ilgi tas ir sociuma uzman bas degpunkt , p c k da laika un cik ilgi tas „nodziest”, t viet „iedegoties” cit m jaun m zi m.

Protams, p tniecisk t ma nav jauna komunik cijas zin tn . Labi pasen ir jau noskaidrots, ka jaunas zi as m žs medijos un socium nav ilgs. Faktiski katru dienu par d s kaut kas jauns, un tikai atseviš i jaunumi uzman bas degpunkt paliek relat vi ilg ku laiku. Ta u min tie nov rojumi balst s uz preses, TV, radio materi lu anal zi. Amerik u p tnieki piev rš s tikai Interneta materi liem – materi liem jaunajos medijos.

Interneta mediji par da, ka jauna zi a var „dz vot” neilgi. Dažas dienas jaun zi a non k it k zin m karusel – virpu o no viena saita uz otru, k ar virpu o blogos. P t jums atkl ja, ka Interneta mediju sait os jauna zi a popularit tes reitinga virsotni sasniedz l ni, bet strauji „izdziest”. Savuk rt blogos jauna zi a lielu popularit ti ieg st gandr z vai moment , ta u l ni „izdziest”, jo materi ls tiek ilgi koment ts. Ta u gan mediju sait os, gan blogos galu gal izn kums ir viens un tas pats – jauna zi a agri vai v lu tiek aizst ta ar citu jaunu zi u. Interesanti, ka no p tnieku apzin taj m jaunaj m zi m tikai 3,5% vispirms par d j s blogos un p c tam Interneta medijos /6/.

Šodien run t par blogu sf ras ietekmi uz politisko dz vi ir arhaiski. Tagad ir piln gi skaidrs, ka š ietekme var b t oti pamat ga un dažk rt pat var b t izš iroš atseviš u politisko notikumu (piem ram, v l šanu) laik . T d s valst s k ASV, Krievija, Ukraina blogu sf ras re l ietekme uz politisko dz vi ir respekt jama un plaši zin ms fakts. Blogu sf ra ir k uvusi par politisko procesu patst v gu komponentu. Pie tam viens no tiem politi iem, kuri masu popularit ti ieguva pateicoties bloga rakst šanai, k uva par ASV prezidentu. Uzmin t nav gr ti - runa ir par blogeru Baraku Obamu. Savuk rt Ukraina tagad tiek uzskat ta par valsti, kur notika pirm „revol cija” ar Interneta pal dz bu, kad 2004.gada novembr 11 naktis risin j s t.s. oranž revol cija, bet jau 2000.gada septembr nogalin ja žurn listu Georgiju Gongadzi, kurš sait „Ukrainas paties ba” rakst ja par valst valdošo rež mu.

Tagad n kas emt v r , ka blogi ir k uvuši ar par politisko procesu uzskat miem indikatoriem, atsedzot politisko interešu pamattendences. T , piem ram, ASV politiskie blogi ir izteikti polariz jušies, aizst vot gal j s poz cijas politiskaj spektr – kreisos liber us, neokonservatorus u.c. Politiskais bloggers vienm r ie em stingri noteiktu poz ciju un no t s viedok a sav blog interpret visu ievietoto inform ciju.

Jau 2004.gad ASV prezidenta v l šan s pirmo reizi akt vi iesaist j s blogu sf ra,

sagraujot „veco” mediju monopolu ļaut jū par to, kā dus notikumus ir vai nav j atspogu o masu inform cijas l dzek os. Blogi t d j di kļuva par „veco” mediju cenzoriem, k ar , protams, t s inform cijas avotu, ko tiec s noklus t prese, TV, radio /7/.

Klasific t tematiski blogus ir bezj dz gi, jo past v milz ga tematisk daž d ba, kuru nosaka reli iski konfesio lie, politiskie, soci lie, seksu lie, sadz ves un citi apst k i. Blogus viegl k ir grup t, emot v r komunik cijas veidu. Šaj zi šodien n kas run t par tekstu ļajiem, foto un video blogiem.

Pirmaj laik k uva noprotams, ka bloggers balst s uz savu saitu. T tad k st par cilv ku-saitu. Bloggeram oblig ti ir nepieciešama iesauka, k ar oblig ti ir nepieciešams t ls – paša izdom ta biogr fija. Savuk rt t la veidošan priekšpl n izvirs s ori inalit te. T tad ori inalit te k pašm r is un rekl mas l dzeklis. Jau s kum k uva skaidrs, ka blogu veidošana var p rv rsties par cilv ka-saita dz ves stilu.

Tagad n kas konstat t, ka blogu sf ra ir noform jusies. Taj iesaist ti miljoniem cilv ku. Ta u pats svar g kais ir tas, ka blogs ir k uvis par masu inform cijas l dzekli - jaunu kult ras formu. Atseviš us plaši iecien tus blogus katru dienu lasa desmitiem t kstošu cilv ku. Daudzi, bet varb t vair kums no vi iem ar politiskajiem notikumiem iepaz stas un visus jaunumus v rt ar blogera „ac m”.

T , piem ram, t d valst k Krievija ir noskaidrots, ka no Interneta inform ciju ieg st liel ks iedz vot ju skaits nek no TV kan liem. Statistika liecina, ka Krievijas blogeru vid jais vecums nep rsniedz 30 gadus, jo vair k k 50 % blogeru ir vecum no 13 l dz 19 gadiem /8/. Ta u šodien taj paš Krievij blogus raksta pat visaugst k l me a valsts vad t ji, un blogu sf rai ir piln m r pievienojusies valsts intelektu l elite paši soci ļaj s zin tn s. Tie neb t nav gados jauni cilv ki. Tom r kopum blogi un Internets visp r ir gados jaunu cilv ku darb bas vide. Tikai *Arturo Perez-Reverte* lieliskaj intelektu ļaj detekt v Romas p vesta m jas lapu „uzlauza” un taj atst ja pazi ojumu vair k k 80 gadus veca sp u kundze-hakere, kuru atmaskot Vatik ns s ta uz Sp niju vienu no saviem lab kajiem specdienesta a entiem.

Blogu sf r t pat k Internet kopum atspogu oj s etnisk mentalit te. T , piem ram, krasi atš iras ang u valod veidotais blogu segments no krievu valod veidot blogu segmenta. Krieviskaj segment blogi nekalpo k vair k vai maz k int mas dienasgr matas, bet gan k inform cijas avots, draugu mekl šanas, indiv du socializ cijas, diskusiju un kop gu projektu realiz cijas veids. Krievu bloggers raksta, k saka, tautai atš ir b , piem ram, no amerik u bloggeriem, kuri tekstu adres radiem un draugiem /9/.

Sagruvis ir m ts par blogeru pseidoidentifik ciju, kad bloggers izdom ja ne tikai savu iesauku, bet ar citus biogr fiskos datus. Tagad blogeri vairs nev las b t anon mas b tnes un sev piem rot visdaž d k s soci l s maskas. T p c n kas atz t, ka virtu l s identit tes teorijas blogu sf rai vairs nav aktu las. Blogu sf r ir iest jies legalit tes laikmets, jo rota as ar identit tes konstru šanu tagad saista nedaudzus.

Šodien n kas kori t agr kos ieskatus par blogiem k „ atu” un forumu aizst j jiem. Agr k dom ja, ka blogu galven funkcija ir pav rt jaunas perspekt vas komunik cijai, kas realiz j s „ atos” un forumos. Tagad ir redzams, ka blogi funkcion galvenok rt div s form s – 1) v stules draugiem vai medijs (masu inform cijas l dzeklis), 2) foto un videomateri liem velt ti blogi. Ab s form s nav nek das j gas sl pties aiz izdom tas identit tes. Blogu autori v las publiskot savu viedokli, un vi i v las, lai sabiedr ba zin tu par vi u, konkr tas re las person bas, viedokli. Ar „ atiem” un forumiem blogiem

joprojām ir kopā šīs tās, ka attiecīgā bloga saturā iztīrījums var iesaistīt tieši citi cilvēki – bloga lasītāji. Daudzi blogeri par savas darbības galveno mērķi un lielāko vērtību uzskata komentārus.

Tas, ko šodien esam saskāruši, ir par „**tautas žurnālistiku**” (*citizen journalism, public journalism, democratic journalism, street journalism, participatory journalism*), jau ir žanriskas formas ziņā samērā sazarota darbība, kura neprotami liecina par zināmu žurnālistisko psihozi planētā iedzīvotāju vienā – miljoniem cilvēku, droši jāsaka, maniakālo vēlmi līdzdarboties informācijas fiksāšanā, literārā un vizuālā apkopošanā un izplatīšanā. Jādziedu „tautas žurnālistika” var piemērot gan blogu sfērai, gan atsevišķu fanātu gatavotiem neatkarīgiem informācijas saitēm, kuru gatavošanā aicināti piedalīties potenciāli visi planētā iedzīvotāji, gan elektroniskajā pastā izplatītiem ziņkopojumiem, gan personīgajām raidstacijām.

Protams, šodien par tautas žurnālistiku var formulēt visdažādākas atziņas. Piemēram, var teikt, ka tautas žurnālistika ir mediju demokratizācijas rezultāts digitālajā ērā. Var apgalvot, ka tautas žurnālistika ir visplašāko masu mērķtiecīgā darbība, lai radītu neatkarīgu, uzticamu, precīzu informāciju, kas ir svarīga laikā, kad tradicionālajiem medijiem ir zaudējusi uzticību.

Acīmredzot par tautas žurnālistikas psihozes sākotnējo vispārīgo stimulējušo runātieši spilgti tautas žurnālistikas reprezentanti – Dienvidkorejas Interneta laikraksts „*OhmyNews*” (<http://english.ohmynews.com>).

XX gs. beigās Dienvidkorejā Internets bija pieejams gandrīz visiem valsts iedzīvotājiem (70%). Internets bija kļuvis par dienvidkorejiešu dzīves organisku elementu, jo citādi kļūst nav izskaidrojama minētā Interneta laikraksta rašanās un pastāvēšana.

2000.gada 22.februārī dienvidkorejietis *Oh Yeon Ho* nodibināja Interneta laikrakstu „*OhmyNews*” ar devīzi „*Every Citizen is a Reporter*”. Redaktors tālāicināja ikvienu cilvēku kļūt par žurnālistu un sūtīt savus materiālus redakcijai, jo viss tiks publicēts. Atsaucība bija milzīga un tā saglabājas arī šodien. Laikrakstu katru dienu lasa vairāki miljoni cilvēku, bet materiālus tālāicēsmi tālāicēsmi „tautas žurnālisti”. Laikrakst katru dienu var izlasīt apm. 200 jaunas ziņas, un informācijas apjoma ziņā ar „*OhmyNews*” nevar konkurēt neviens „vecais” medijs, jo tajos dienā parādās labi ja 5-6 jaunas ziņas.

„Tautu” tālāicēsmi neatbaida redakcijas izvirzītie nosacījumi: katram autoram ir jānorāda stāsts avots, par materiāla saturu atbild autors, visi materiāli tiks pārbaudīti, lai novērstu nomelnošanu, mistifikācijas, melus utml. Tīcams, „tautas” atsaucību minimāli ietekmē iespēja saņemt honorāru par publicēto materiālu. „*OhmyNews*” sagatavošanā piedalās apm. 50 profesionāli žurnālisti, kuri gatavo apm. 20% no publicētajiem materiāliem. „*OhmyNews International*”, Interneta laikraksta versiju angļu valodā, pilnā mērķā (100%) gatavo „tautas žurnālisti” no visām planētām.

2006.gada „*OhmyNews*” noslēdz līgumu par 11 miljoniem ASV dolāru ar Japānas firmu „*Softbank*”, lai izveidotu „*OhmyNewsJapan*”. 2006. gada 28.augustā sāka darboties minētais japāņu Interneta laikraksts, tālāicēsmi jau 17.novembrī tas pārtrauca pieņemt „tautas žurnālistu” materiālus, pret kuriem bija oti kritiski noskaņota japāņu sabiedrība. Acīmredzot japāņu mentalitāte nav piemērojama šīs dienas digitālajā pasaulē, ko ar pārstēdzošu entuziasmu pieņēma dienvidkorejieši.

Latvijā tagad arī izveidota slavenā korejiešu Interneta laikraksta imitācija „*tribine.lv*”, kas sevi dēvē par „mazā cilvēka ziņā entru”, kurai var rakstīt visa tauta saskaņā ar

„Tautas žurnālistu Gada kodeksu”. Latviešu Interneta laikrakstā ir tās rubrikas kā „ziņas, sports, recenzijas, reportāžas, *sex and pops*, fotoalbumi, 24 h, 7 dienas, galvenais jaunākais”.

Kā jau tika teikts, ja dienu „tautas žurnālistika” tagad var attiecināt uz visu Internetā sastopamo žurnālistisko darbību, kuru veic neprofesionāli žurnālisti. Taču tajā pašā laikā ir skaidrs, ka minētā diena tamlīdzīga pielietošana ir polimiska, jo, piemēram, bieži vienoties, kuru drīkst vai nedrīkst saukt par profesionālu žurnālistu. Nākas atcerēties, padomju laikā bija portretu drīkstēja zīmēt tikai cilvēks ar Mākslas akadēmijas diplomu, kas bija profesionāla statusa „mākslinieks” obligāts atribūts. Lai noskaidrotu, kurš ir vai nav žurnālists, ar attiecīgš izglītības dokumentu vien nepietiek. Lieta tā, ka attiecīgā profesionāla izglītība (proti, žurnālistikas) var nebūt pat tradicionālajos medijos strādājošajiem speciālistiem.

Tā, piemēram, cilvēku, kurš XX gs. beigās kardināli izmainīja pasaules žurnālistikas attēstību, nelabvēlīgi nepārtaukti izsmēja par profesionāli izglītības un pieredzes trūkumu, jo viņš nebija strādājis nevien „vecajā” medijā. Runa ir par Mettu Dradžu (*Matthew Nathan Drudge*), kurš 1997.-1998.gadā bija noteikti pats slavenākais žurnālists pasaulē – kibertelpas varonis. Tolaik un ar tagad viņu droši var dēvēt par jaunas žurnālistikas (amerikāņi saka –*new paradigm*) pamatlicēju. Viņš izveidojis elektroniskais žurnāls „*Drudge Report*” (www.drudgereport.com) radīja principiāli jaunu pieeju materiāla prezentāšanai, kā arī nostiprināja priekšstatu, ka cilvēks „no ielas” jeb „tautas”, kura biogrāfijā nav ziņu par studijām universitātē un darbu presē un TV, var kļūt par pasaulē pazīstamu žurnālistu. Metts Dradžs 28 gadu vecumā Internetā iekārtoja saiti un savu vienistabas dzīvokli pārvērtīja par informācijas centru, kas drīz kļuva par vienu no vispazīstamākajiem informācijas avotiem gan lasītājiem, gan profesionāļiem žurnālistiem.

Viņš saits joprojām sastāv gandrīz tikai no „linkiem” – norādēm uz informāciju citos saitos. Tolaik bija izteikti novatoriska pieeja. Pie tam viņš saiti parādījis informācijai, par ko neviens medijs vēl nebija nopietni ieinteresējies un oficiālie „vecie” mediji pagaidām baidījās rakstīt. Pirmajā laikā viņš žurnāls izplatījās E-pasta formā un tam bija 85 000 abonementu. Viņš saiti jaunu informāciju sāka meklēt un atrada pasaulē vislielākie un respektablākie mediji, politiskie komentāri u.c. Viņš saiti savlaiciski skandāls ap Moniku Levinski un ASV prezidentu, viņš pirmais rakstīja par princeses Diānas nāvi.

Pie tautas žurnālistikas mūdz pieskaitāms arī „*Wikipedia*”, jo tā ir demokrātiska forma informācijas organizāšanai un izplatīšanai. Kā tagad ir labi zināms, „viki” ir viena no lielākajām informācijas bāzēm Internetā un to izveidoja un šodien nemitīgi papildina brīvprātīgo entuziastu masas. „Viki” var uzskatīt par masu informācijas līdzekļu jaunu modeli, kur lasītāji un autori faktiski ir pilnīgi līdzvērtīgi un jebkurā brīdī var apmainīties vietām, jo lasītājs var redzēt attiecīgo materiālu, ievietot pilnīgi jaunu informāciju utt. Turklāt „viki” nepazīst, teikt, idejiskās kaislības – polimiku, naidīgus strīdus, apsūdzēšanu u.tml. „Viki” dominē neironis un objektivitāte, jo katru ierakstu aplāmo vairāki citi tālruni, sniedzot attiecīgos pareizos faktus un argumentāciju. Ja autors vēlas, lai viņa informācija saglabājas „Viki”, tad jārakstā tas, kam piekritīs potenciālie oponenti. „Viki” nav iespējams tas, ko mūsdienās sauc par „tālaulīg nismu”.

TV pieder pie „vecajiem” medijiem. Tās ir tradicionālais viedoklis. Taču pašlaik ar

TV notiek milzīga pārmaiņa, un televīzijas segmenta viena liela daļa pārvēršas par tipisku jauno mediju. Tātad – **TV kļūst jaunais medijs**. Turklāt tas notiek (vismaz pagaidām) bez TV līdzdalības un pat neprasot TV atbalstu radikāli pārveidot un pieskaņot individuālajam interesam TV kanālu un programmu saturu.

2008.gadā Krievijas holdingkompnija „Rikor” pirmie pasaulē sāka ražot un tirgot interaktīvu televīzijas papildierīci „Rikon HD IVR”/10/. Papildierīces projektēšanas pirmajā laikā, raksturojot tās ietekmi uz TV, tika lietots jēdziens „Interaktīvais TV”, pēc tam – „Personālais TV”. Tātad galvenais papildierīces pašlaik tiek saukta „Aktīvais TV”.

Jēdzienu maiņu holdingkompnija pamato sekojoši, – jēdziens „Interaktīvais TV” sabiedrībā ir kompromitējis un izraisa skeptiskas izjūtas, jo asociējas ar „tautas” zvanskanu uz TV studiju pārraides laikā, lai izteiktu savu viedokli, kas ne vienmēr var interesēt citus cilvēkus. Savukārt jēdziens „Personālais TV” ir pārāk neskaids, un cilvēkiem nav ilgi izskaidrot, ko tas nozīmē – personālais TV. Jēdziens „Aktīvais TV” ir interesants un saprotams. Var piebilst, ka papildierīcei ir mērķis „Es vadu to, kas vada mani”, emocionāli atspoguļojot jauno iespēju „komandēt” TV, kura visus savas pastāvīgās gadu desmitus ir „komandējusi” savus skatītājus, minimāli ļaujot viņiem izvēlēties to, ko skatīt.

Papildierīces tehniskā funkcionalitāte iespējams pat lakonisks apraksts aizņem vairākas lappuses. Rezumējot tikai principiāli būs jāskaidro, vispirms nav akcentēto, ka ar jauno papildierīci nevis skatītājs pieskaņojas televīzoram, bet gan televīzors tiek pieskaņots skatītāja individuālajam interesam, gaumei, vajadzībām. Jaunā tehnika paver iespēju skatītājiem tikai to, ko vēlas un tajā laikā, kad tas ir izdevīgi. Papildierīce, TV skatītāja attiecīgā „apmēcība”, 24 stundas diennaktī ieraksta un saglabā savā atmiņā tikai tās pārraides un tos tematiskos materiālus, kurus vēlas redzēt attiecīgais cilvēks. Tehnoloģijas revolucionārais raksturs izpaužas arī tajā ziņā, ka sistēma analizē attiecīgā cilvēka (faktiski attiecīgā papildierīce var „apmēcīt” vairāki cilvēki) intereses un patīkams pieskaņoties viņa individuālajam iezīmei, piedāvājot skatītājiem sistēmas atlasītos materiālus. Papildierīces mērķslēģis intelekts, piemēram, var pierakstīt visas norādītās ziņas par pārraides no visiem kanāliem un sagrupēt tos tematiskajos blokos.

Saprotams, ka tādā iracionālā kapitālisma institūcijā kā mārketings, reklāma, PR ir saņemusi jaunu uzdevumu: izdomāt, kā „Aktīvo TV” izmantot savām vajadzībām. Un ir jau daudz kas izprasts un izdomāts (par papildierīces iespējamo presētiek rakstīja jau vairākus gadus; kopumā tas izstrādā aizņem 12 gadus).

Vispirms un galvenokārt aktīvais jeb personālais TV paver grandiozas iespējas individualizēt komunikāciju, pieskaņojoties atsevišķu individuāli relatīvi viendabīgu individuālu preču un pakalpojumu pircēju grupai, kur dominēti līdzīga gaume, vērtības sistēma, dzīves vajadzības. TV jaunās iekārtas netieši atklāj cilvēku individuālos noslieksmes, kuras agrāk bija pagrīdē noskaidrot. Tagad var sākt organizēt specializētus profesionālos kanālus, piemēram, rīstiem, skolotājiem, biznesmeņiem. Šīm un citām individuālo grupu/subkulturām mārketiņģa, reklāmas, PR komunikācijas speciālisti var veidot personālo reklāmu. Turklāt „Aktīvo TV” papildierīce katrā lietotājs ievada savu vecumu un dzimumu.

Papildierīce ir valodas sintezators – runājošs palēģs „Aktīvo TV” lietotājiem, kas palīdz orientēties sistēmā. Ar minēto sintezatoru var izmantot iracionālajam kapitālismam vajadzīgās komunikācijas, jo sintezators spēj pāzīt attiecīgā teksta noteiktās dienas un stundas.

Tā ma „Internets un žurnālistikas attīstības perspektīvas” pamatvilcienos nekādu pārstiegumus vairs nevar sagādāt; respektīvi, žurnālistikas galvenā perspektīva ir jau zināma – pašlaik jau ir sākusi attīstīties Interneta žurnālistika kā patstāvīga profesija ar savu patstāvīgo profesionālo izglītības studiju programmu un, protams, profesionālo darbu patstāvīgo specifiku. Cilvēces vēsturē sastopamo profesiju katalogs ir kļuvis bagātāks ar jaunu pozīciju – Interneta žurnālistiku.

Pagaidām tomēr ātrā mēdzot nākas runāt par žurnālistikas patstāvīgu atzaru, kas ir analoģisks tiem seniem atzariem kā radio žurnālistika, TV žurnālistika. Tā uzbūvējam droši var teikt, ka Internets žurnālistikas nākotnē ietekmēs būtiski, atstājot dziļu ietekmi gan uz profesijas pamatjēgu un realizācijas instrumentiem, gan profesionālo un sociālo misiju kultūrā.

Saprotams, žurnālistika nav nekāds pašizveidots cilvēces visdažāko profesiju virknējums, ka tehnoloģiskais progress izmaina profesiju, kādā jaunas tehnoloģiskās iekārtas un to sniegtās jaunas iespējas radikāli transformē agrāko profesionālo praksi. Ar patīkami žurnālistika jau agrāk ir saskārusies ar nepieciešamību piemēroties novatoriskām tipogrāfiskajām iekārtām, kas diktēja jaunu darba tempu informācijas pārraides operatīvītes un kvalitātes (piemēram, fotoilustrāciju) jomā. Žurnālistikas virzību dīvē ietekmēja telegrāfa, telefona, rakstmašīnas, radio, TV izgudrošana.

Šajā sakarā nevar neatcerēties Valtera Benjamina klasiskos darbus par tehnikas ietekmi uz mākslu [11]. Viņš paredzēja milzīgās izmaiņas mākslīno tehnisko iespēju viedoklā, un viņa prognozes ir pilnāmērā piepildījušās. Izmaiņu pamatā ir iespēja operatīvi kļūt mākslā atspoguļot reālos dzīves notikumus, kā reproducēšana un tirāžēšana, kam zaudējumu arvien plašāku un plašāku ieslēdz tehniskais progress. Senie grieķi pazina tikai divu veidu pavairošanas iespējas – atliešanu un štancēšanu, tirāžējot monētas, bronzas statujas, terakota (apdedzinātā māla) figūras. Pēriņiem klasiskie darbi bija unikāli. Savukārt G. Tenberga izgudrojums bija tirāžēt tekstus. Tā uzbūvējam visgrandiozāks pierādījums sākās visjaunākajos laikos.

Kā skaidro V. Benjamins, mākslas darbu principā vienmēr var jāatkarot. To, ko radīja vieni, citi var jāatkarot kopā. Kopšanai bija dažādi motīvi. Vieni kopā citu darbus, lai nāktu tiem mērķos. Otri kopā, lai pavairotu savu darbu skaitu. Trešie kopā mantkārības vadi, jo vēl jāspērdot savu darbu kopijas. Tehniskā reproducēšana pavēra pilnīgi jaunas iespējas. Piemēram, grafikā gravēšana bija pirmā iespēja tirāžēt mākslu. Viduslaikos radās vara grebumi, oforti, XIX gs. sākumā – litogrāfija. Litogrāfija deva lielas tirāžas, un grafika varēja operatīvi ilustrēt ikdienas notikumus, sākot virzīties vienlaicīgi ar tipogrāfiskajiem trumu.

Vēl kā litogrāfiju nomainīja fotogrāfija, kas bija vēl ātrāka atspoguļot dzīves stāstus. Fotoobjekts vēlāk „stādīja” nekā mākslinieka roka. Fotoobjekts vispār pavēra milzīgās iespējas mākslī. Teiksim, fotoobjekts kinomākslī visu laiku attīstījās, varēja fiksēt runu runātāja trumfā. Mākslinieciskā reprodukcija (kino, foto) un kinomāksla, kas ir atkarīga no tehnikas, radikāli izmainīja mākslu. Postimpresionisti savu gleznu kompozīciju veido saskaņā ar fotomākslas principiem. Mākslā kļuva dinamiska, tēlveidīga, sākot ar Pirms tam vēsturē ilgu laiku svarīgā loma bija tam, kur vietā atradās darbs. Darba atrašanās vieta bija svarīga. Tā uzbūvējam tagad reprodukcija pati nāvē auditorijas: skulptūras, katedrāles vai pils fotoattēlu var skatīties mājās kabinetā. Ar mājās var klausīties mājās. Tiekšme sev tuvināt unikālo ar reprodukciju starpniecību sekma unikāli devalvēti. Turklāt tirāžētais darbs kļūst masveidīgs – iegādāties masveidīga „garša”. Tirāžēšana ļauj apskatīt

darbu jebkur viet un laik . Ta u tiraž t reprodukcij z d attiec g darba autorit te – aura, kas ir atkar ga no darba unikalit tes, vecuma, no t atrašan s vides atmosf ras, citu darbu konteksta utt.

Sastopams pamatots viedoklis, ka jaun tehnika degrad žurn listiku. paši t tas notiek Jaunajos laikos, kad tehnisk s iesp jas paver ce u arvien tr k un tr k inform t sabiedr bu. Žurn listi steidz s tr k p rraid t inform ciju un t p c vi iem vairs nav laika dom t, mont t, redi t, p rbaud t u.tml.

Šodien mob lais telefons, satel ta iek rtas, Internets sola žurn listiem superoperativit ti, k rezult t tiek p rraid ts nep rdom ts materi ls, pie autas faktolo isk s k das, bet visnepat kam kais - tiek rad ts kaleidoskopiskums cilv ku apzi . Ar skat t ji un las t ji p rst j dom t. Ja ir tikai „asi ainas zi as”, tad cilv kos rodas ap tija, vi os mazin s l dzciet ba pret citu nelaimi. Vi us p r em tas, ko šodien gribas d v t par **l dzj t bas nogurumu**, kas beigu beig s sam r strauji izv ršas mor l degrad cij . Šodienas žurn listikas superoperativit te dr z k nevis inform , bet gan izraisa priekšstatu, ka p r pasauli ir zaud ta kontrole. Turkl t šodienas žurn listikas superoperativit tes sindromu noteikti n kas papildin t ar t d m m sdienu mediju negat v m iez m m k realit tes rad t ji, manipul t ji, komercializ cijas un monopoliz cijas vergi, politisk s varas algot i. Tagad mediji ne tik daudz kontrol varu, k tiraž varas impulsus un cenšas p rliecin t sabiedr bu par varas god gumu.

Žurn listika tagad re li funkcion cit kult ras kontekst nek , teiksim, XIX gadsimt un da ji k du laiku ar XX gadsimt . Inform cijas p rraid šanas zi žurn listika tagad nav vien g un nav pat galven , jo l dz s darbojas Interneta port li, kuri sniedz zi as un priekš kuriem tas ir atseviš s pakalpojuma veids par br vu vai par samaksu. Tagadnes kult ras konteksts ir t „programm ts”, ka zi as n kas apvienot ar „izklaidi”, pieska o joties publikas gar gaj m pras b m (*infotainment* – zi as k izklaide, izklaide k zi as).

Tagad publika visp r nosaka žurn listikas „dienas k rt bu”, jo publika pret žurn listiku iztur s k pret pakalpojumu sniedz ju. Apm ram 300 gadus publika pret žurn listiku iztur j s cit d k. Publika žurn listikai uztic ja publisk viedok a paušanu, politisk s varas kontroli sabiedr bas interešu v rd . M sdienu mediju korpor ciju business var past v t liel m r pateicoties izklaid jošo materi lu patsvaram, bet nevis pateicoties žurn listikas augstajai meistar bai. M sdienu cilv ku var „iekarot” tikai ar kaut ko iracion lu fizisk s baudk res iepakojum , bet nevis ar intelektu li pies tin tiem „produktiem”.

Pašlaik n kas emt v r , ka tagadnes kult r samazin s atstarpe starp inform cijas avotu un lietot ju, kuri paši k st par inform cijas avotu, piem ram, interakcionisma proces , k ar „tautas žurn listik ” visp r. Zi as, inform cija par jaunumiem vairs nav žurn listikas prerogat va. Inform cijas „pašnieki” paši var izplat t inform ciju bez žurn listu un mediju starpniec bas.

Interneta žurn listikas studiju programmas v l netiek realiz tas vis s augstskol s. T , piem ram, Lielbrit nij pašlaik tikai *Bournemouth University* var ieg t bakalaura gr du p c studiju programmas „*Multi-Media Journalism*”. Ta u ar š programma nav velt ta tikai Interneta žurn listikai, jo taj plaša vieta ir atv l ta lekciju kursiem par preses, radio, TV žurn listiku. Tiesa, programm ir leksiju kurss „*Online journalism*”/12/.

Krievijas liel k s un slaven k s augstskolas Maskavas Valsts universit tes

Žurnalistikas fakultāte Jauno mediju un komunikācijas teorijas katedra koordinē speciālistu gatavošanu Interneta žurnālistikā. Pašlaik notiek tikai speciālistu pārkvalifikācija t.s. tālmeclāpas formā par noteiktu samaksu. Katedras koordinē programma „Interneta žurnālistika” ir paredzēta tiem, kuri jau strādā medijos un vēlas iegūt jaunu kvalifikāciju (augstāk izglītība žurnālistikā nav nepieciešama, lai varētu iestāties pārkvalifikācijas kursos). Lekciju kursu sarakstā minēti šādi priekšmeti: „Interneta auditorija”, „Interneta mediju socioloģija”, „Internets un tiesības”, „Reklāma un PR tehnoloģijas Internetā”, „Web dizaina pamati”, „Multimediju tehnoloģijas”, „Interneta žurnālista darba metodes”.

Minētā katedra realizē arī maģistrantprogrammu „Interneta masu informācijas līdzekļu funkcionēšana”. Programmas mērķis ir dot mediju menedžera un pasniedzāja kvalifikāciju /13/.

Tagad augstskolās, protams, tiek lasīti visdažādākie lekciju kursi par jaunajiem medijiem un Interneta žurnālistiku. Tā, piemēram, Maskavā prof. Vera Zvereva lasa interesantu kursu „Jauno mediju kultūra”. Tajā tiek apskatītas 12 tēmas: „Jaunie mediji kā tehnoloģijas un kultūras formas”, „Internets: tehnoloģijas kultūras specifika”, „Interneta pētījumi”, „Jauno mediju tekstu raksturojums”, „Komunikācija Internetā”, „Blogs kā kultūras forma”, „Web-2 kultūra”, „Aktivisms tīklā”, „Web-2 lietotāju refleksijas”, „Mobilā telefonu kultūra”, „Valodas transformācija jauno mediju telpā”, „Kultūras formu transformācija digitālās tehnoloģiju ietekmē” /14/.

1/ Skat. Rietumu psihologu tekstus: <http://www.flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>.

2/ Skat.: — .
<http://www.russ.ru>.

3/ Skat.: Reid E. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities.
<http://www.aluluei.com/cult-form.htm>.

4/ Skat.: — .- , 1991,
6, 46-57.

5/ Skat.: Woods J. The Logic of fiction. The Hague, 1974.

6/ Skat.: <http://www.news.cornell.edu/stories/July09/NewsTracking.html>.

7/ Skat.: — . <http://www.russ.ru>.

8/ Skat.: <http://www.livejournal.com/stats.bml>.

9/ Skat.: <http://www.finiz.ru/it/article1067313/?print>.

10/ Skat.: <http://www.mediarama.ru> (— . #2 2009).

11/ Skat.: — .
— ., 1996.

12/ Skat.: <http://www.bournemouthuni.uk>.

13/ Skat.: <http://www.journ.msu.ru>.

14/ Skat.: <http://www.culturca.narod.ru/nm09.htm>.