

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**VIRTUĀLO KOPIENU VEIDOŠANĀS: KINOLOĢIJAS
INTEREŠU KOPIENU ANALĪZE DRAUGIEM.LV UN
DOGS.LV DOMUBIEDRU GRUPĀS**

MAGISTRA DARBS

Autore: **Indra Andža**

Studentu apliecības Nr.: z40615

Darba vadītājs: asoc.profesors Dr.phil. Jurgis Šķilters

RĪGA 2012

ANOTĀCIJA

Maģistra darba „Virtuālo kopienu veidošanās: Kinoloģijas interešu kopienu analīze draugiem.lv un dogs.lv domubiedru grupās” mērķis ir noteikt virtuālo kopienu komunikatīvo kontekstu, paradumus un dalībnieku komunikatīvās problēmas.

Darba teorētiskā bāze ir etnogrāfijas metode. Tiek raksturots virtuālo kopienu veidošanās process un skaidrota kinoloģija darba kontekstā.

Ar aptaujas palīdzību ir noskaidrotas virtuālās kopienas komunikācijas tendences, kā arī dalībnieku prakse virtuālajā un reālajā pasaulē. Bet ar etnogrāfijas metodi ir gūta dziļāka izpratne par dalībnieku komunikatīvo kontekstu un problēmām.

Atslēgas vārdi : kopienas, virtuālās kopienas, kinoloģija, etnogrāfija

ANNOTATION

Master's thesis „Virtual Community Formation: Cynology interest groups analyzes draugiem.lv dogs.lv and like-minded groups” aim is to establish a virtual community of communicative contexts, habits and general communicative problems.

The theoretical base of this master's thesis is Ethnographic theory, description of virtual community formation and cynology context of the work.

Through the questionnaire have been established communication trends, as well as participants practice the virtual and the real world. But the ethnographic method has gained a deeper understanding of the participants of the communicative context and challenges.

Keywords: communities, virtual communities, cynology, ethnography

SATURS

IEVADS.....	4
1. TEORĒTISKĀ IZPRATNE PAR INTERNETU.....	5
1.1. Internetatkarība.....	11
1.2. Sociālais atbalsts.....	17
1.3. Personības pārraidīšana.....	20
2. KOPIENU RAKSTUROJUMI: TEORĒTISKĀ IZPRATNE PAR KOMUNIKĀCIJAS IESPĒJĀM UN VAJADZĪBĀM.....	23
2.1. Kopienų veidošanās.....	23
2.2. Virtuālo kopienu veidošanās.....	26
3. VIRTUĀLO KOPIENU PĒTNIECĪBAS METODEDES.....	37
3.1. Aptaujas izmantojums virtuālo kopienu pētniecībā.....	38
3.2. Etnogrāfiskās metodes pielietojums virtuālo kopienu pētniecībā.....	45
4. KOMUNIKĀCIJAS INTERESES UN PRAKSE VIRTUĀLAJĀS KINOĻOGISKAJĀS DOMUBIEDRU GRUPĀS.....	49
4.1. Kinoloģija.....	49
4.2. Sociālais portāls www.dogs.lv.....	50
4.3. Sociālais portāls www.draugiem.lv.....	51
4.4. Virtuālo kinoloģijas kopienu analīze.....	56
5. REZULTĀTI UN SECINĀJUMI.....	73
6. NOBEIGUMS.....	75
7. PIELIKUMI.....	76
7.1. Virtuālo kinoloģijas kopienu anketa	

IEVADS

Mūsdienās ir grūti iedomāties cilvēku, kurš savā ikdienā neizmanto vismaz vienu no masu informācijas līdzekļiem (internetu, TV, radio, avīzes u.c.). Ne velti 21. gadsimtu dēvē par informāciju un komunikāciju tehnoloģiju gadsimtu. Izmantojot modernās tehnoloģijas, cilvēks saņem arvien vispusīgāku un objektīvāku informāciju. No vienas puses sabiedrībai tiek dotas neierobežotas tiesības izmantot jaunākos zinātnes sasniegumus, bet no otras – pieaug arī apdraudējumu iespēja, jo arvien vairāk sabiedrība kļūst atkarīga no šo informācijas un komunikācijas tehnoloģiju darbības. Cilvēkam vairs nav jāiziet ārā no mājas, lai atrisinātu problēmas vai iegūtu sev noderīgu informāciju.

Internets sniedz plašas iespējas: var nosūtīt datus, saņemt vēstules, izlasīt jaunākās ziņas un informāciju, samaksāt rēķinus, iespēju sazināties ar cilvēkiem, iegūt jaunus kontaktus un jaunas zināšanas...Internets palīdz ietaupīt laiku, līdz ar to cilvēks savā ikdienā var pagūt izdarīt vairāk nekā tas bija iespējams pirms interneta parādīšanās, tāpēc indivīds vairāk laika var veltīt savai ģimenei un mājās mīļajiem – mājdzīvniekiem. Autores darba kontekstā interneta komunikācijas iespējas ir attīstījušās tik tālu, ka, ja ir apslimis suns vai rodas kāds jautājums par suņu audzināšanu, suņu dresūru un apmācību, vairs nav jāsteidzas pie kinologa vai veterinārārsta, jo, izmantojot internetā izveidotās domubiedru grupas, var iegūt nepieciešamo informāciju, neizejot ārā no mājas.

Maģistra darba tēma ir „Virtuālo kopienu veidošanās: Kinoloģijas interešu kopienu analīze draugiem.lv un dogs.lv domubiedru grupās”.

Sociālajos portālos draugiem.lv un dogs.lv ir izveidotas kinoloģisko interešu grupas, kurās tiek veidotas diskusijas par suņu audzināšanu, apmācību, pareizu barošanu, dažādām problēmām, izstādēm un daudzām citām ar kinoloģiju saistītām tēmām. Kopienas dalībnieki aktīvi komunicē, sniedzot padomus un informāciju par konkrēto tēmu, kas tiek izveidota diskusijās.

Kinoloģijas interešu kopienas ir piemērotas virtuālo kopienu pētniecībai, jo suns ir ne tikai mājdzīvnieks, bet arī cilvēka draugs, palīgs un mīlulis. Mūsdienās kinoloģija ir cilvēkam tuva un populāra nodarbe. Kā pierādījums tam ir izveidotās veterinārās aptiekas, veterinārās slimnīcas, suņu viesnīcas, patversmes, suņu klubi, suņu izstādes un virtuālās kinoloģiskās interešu kopienas, kas sniedz informāciju suņu

šķirnes izvēlē, kopšanā, audzināšanā, veselības jautājumos utt. Pēc 2012. gada maija datiem dogs.lv kinoloģisko interešu grupā ir reģistrējušies 6316 kopienas dalībnieki, bet draugiem.lv kinoloģisko interešu grupā ir reģistrējušies 2893 kopienas dalībnieki. Šie skaitļi norāda, ka interese iepriekš minētajām kopienām ir liela.

Darba aktualitāte: Virtuālo kopienu veidošanās liecina par tieksmi socializēties un veidot kolektīvu domāšanu. Darbā tiek pētīts, kāpēc cilvēki iesaistās virtuālajās kopienās, ko viņi ar to iegūst. Jāatzīmē, ka Latvijas akadēmiskajā vidē pētījumi par virtuālajām kopienām ir niecīgi, bet konkrēti par kinoloģiskajām virtuālajām kopienām pētījumu nav vispār.

Pētījuma mērķis ir noteikt virtuālo kopienu komunikatīvo kontekstu, paradumus un dalībnieku komunikatīvās problēmas. Lai sasniegtu darba mērķi, ir izvirzīti sekojošie uzdevumi:

1. Izpētīt teorētiskās pieejas par internetu, kopienām, virtuālajām kopienām;
2. Izvēlēties atbilstošas pētījuma metodes;
3. Noteikt kinoloģijas interešu grupu mērķus, komunikatīvo kontekstu, paradumus, vērtības, intereses, valodas īpatnības, komunikatīvās problēmas.
4. Izdarīt secinājumus par kinoloģisko interešu grupu interesēm, praksēm virtuālajā un reālajā vidē, kā arī kopienas dalībnieku komunikatīvajām problēmā.

Darba pētnieciskie jautājumi:

- 1) Kāds ir virtuālo kinoloģijas kopienu komunikatīvais konteksts?
- 2) Kādas ir virtuālo kinoloģijas kopienu komunikatīvās problēmas?
- 3) Kāda ir dalībnieku prakse reālajā un virtuālajā vidē?

Pētījuma objekts ir virtuālo kinoloģijas kopienu veidošanās un **pētījuma priekšmets** ir virtuālo kinoloģijas kopienu dalībnieku komunikācija.

Maģistra darba struktūra : Darbs sastāv no trim pamatdaļām : teorijas, metodoloģijas un empīriskās daļas, kā arī ievada, secinājumiem, nobeiguma daļas, literatūras saraksta un pielikumiem.

Teorētiska daļa sastāv no diviem tematiskajiem blokiem un septiņām tematiskajām kategorijām:

1. Teorija par interneta, internetatkarības, sociālā atbalsta un personības pārraidīšanas raksturojumu(*Young, McLuhan, Rheingold, Suler*)

2. Teorija par kopienu, virtuālo kopienu raksturojumu un veidošanos(*Ardichvili, Bauman, Harrison*)

Metodoloģijas daļa sastāv no darbā izmantoto pētniecisko metožu apraksta, to pielietojamību darba problēmjuatājumu atrisināšanā. Tiek raksturota aptauja un etnogrāfija kā virtuālo kopienu pētniecības metodes.

Empīriskajā daļā tiek rakturoti termini – kinoloģija un kinologs, lai labāk izprastu kinoloģiskās interešu kopienas, kā arī tiek raksturoti sociālie portāli draugiem.lv un dogs.lv, kuros ir izveidojušās pētāmās virtuālās kinologiskās interešu kopienas. Darba autore prezentē pētījuma rezultātus.

1. TEORĒTISKĀ IZPRATNE PAR INTERNETU

Sociologs Hovards Reinholds 2002. gadā izdotajā grāmatā „Gudrais pūlis: nākamā sociālā revolūcija” prognozēja, ka nākotnē cilvēki, organizējot visdažādākos pasākumus, arvien biežāk izmantos jaunās komunikāciju tehnoloģijas, piemēram, internetu un mobilos telefonus. Autors izvirzīja teoriju, ka mob, latviski – pūlis, ir jaunākā sociālā protesta forma. "Gudrie pūļi sastāv no cilvēkiem, kas ir spējīgi rīkoties saskaņoti, pat nepazīstot cits citu," skaidro H. Reinholds. Spēju saskaņoti rīkoties vienā vietā un vienā laikā, citam citu nepazīstot, radījušas tehnoloģijas iespējas – epasts, mobilie telefoni, čati un citi moderno tehnoloģiju saziņas līdzekļi. H. Reinholds uzsver, ka gudrie pūļi ir pazīme tam, kā komunikācijas tehnoloģijas dod varu cilvēkiem.¹

Balstoties uz Makluena (McLuhan) darbu, „*Understanding Media*”, kurš spilgti atspoguļo tehnoloģiju izaugsmi un varu pār sabiedrības domāšanu, vērtībām, vēlmēm, var secināt, ka mediji valda pār cilvēku un pār sabiedrību. Tehnoloģijas dod jaunu skatienu uz dzīvi, tās kalpo par pienesumu plašākam redzeslokam. Makluens (McLuhan) savā darbā uzsver, ka medijs ir vēstījums, kā arī to, ka vēstījums rada priekšstatu par mediju.² Tehnoloģiju ietekme nenotiek viedokļu un saprašanas līmenī, tās maina sajūtu proporcijas vai uztveres paraugus. Daudzi uzskata, ka nozīmes un vēstījumu lietai piedod cilvēks, bet izrādās, ka to izdara medijs. Cilvēks savā domāšanā fragmentāri izveido ilūzijas par lietām. Vēstījums liek strādāt prātam. Komunikācijas līdzeklis ir ziņojumā. Makluens (McLuhan) savā darbā uzsver, ka nozīme ir ne tikai medija saturam, bet arī pašam komunikācijas līdzeklim kā tādām un kultūras matricē, kurā konkrētais komunikācijas līdzeklis funkcionē.³ Autors raksta, ka katrai kultūrai ir savas atšķirības, taču tās globāli ir pieejamas arī citām kultūrām.⁴ Piemēram, ģērbšanās stils, tradicionālās tautu virtuves, mūzika utt., ir pieejamas un tiek lietotas ne tikai lokāli, bet arī globāli. Arī sabiedrības domāšana ir kolektīva, indivīds kļūst tāds pats kā sabiedrība, viņš tādā veidā pielāgojoties, jūtas drošībā.

¹ Rheingold, H.(2002).Smart Mobs: The next Social Revolution.U.S.Howard Rheingold. P.6

² McLuhan, M.(1997).Understanding Media: The Extensions of Man. London: Routledge. P.8

³ McLuhan, M. (1997). Understanding Media: The Extensions of Man. London: Routledge. P.8

⁴ Turpat P.35.

Darba autore uzskata, ka viena no Latvijas mediju nišām ir sociālie portāli. Iespējams, ka, izmantojot šos portālus, cilvēki jūtas kā daļa no sabiedrības, bet varbūt tādā veidā vēlas parādīt savu individualitāti, jo tiek izveidots profils ar kura palīdzību tālāk var manipulēt un spēlēties ar citiem cilvēkiem.

Sociālajos portālos www.draugiem.lv un www.dogs.lv ir izveidotas grupas, kurās tiek aicināti pievienoties tāpat domājoši indivīdi, kas liecina par tieksmi socializēties un veidot kolektīvu domāšanu. Makluens (McLuhan) savā darbā raksta, ka redzamā pasaule vairs nav realitāte. Pēc autores domām tas ir jauno tehnoloģiju un mediju veikums, jo tehnoloģiju ietekme nenotiek viedokļu un saprašanas līmenī, tās maina sajūtu proporcijas un uztveres paraugus.⁵ Interese par efektu ir lielāka, nekā par nozīmi. Mediji spēj iedod šo efektu. Cilvēki kļūst atkarīgi no medijiem. Caur internetu tiek iegūta informācija, kas nodrošina cilvēka darba kārtību. Lūk, šī ir viena no mediju galvenajām nišām, jo internets pakļauj sabiedrību. Piemēram, students, nelietojot internetu neiegūs vajadzīgos materiālus un informāciju studiju vajadzībām. Tas ir spiediens pielāgoties sabiedrībai. Mediji veido priekšstatu. Skatoties TV, lasot drukātos medijus, lietojot internetu, mēs gūstam priekšstatu par lietām, cilvēkiem, notikumiem utt. Taču mūsdienu mediji ir tik piesātināti ar informāciju, ka priekšstats var izveidoties ne tāds kā cerēts.

Sabiedrībai ir vajadzīgs viedoklis. Kā to pasniegt plašākai auditorijai? Protams, ar mediju palīdzību. Tas vai viedoklis būs objektīvs, nav svarīgi. Galvenais, ka cilvēks, kurš to gribēs pasniegt, samaksās lielu naudu, lai viedoklis izskanētu sabiedrībā. Mediji - tā ir vara. „Redzamā pasaule vairs nav realitāte, bet neredzamā pasaule – tas vairs nav sapnis.”⁶

Latvijā par interneta masveida attīstības sākumu var uzskatīt 1996.gadu, kad ASV vēstniecība organizēja speciālu semināru par interneta iespējām valstī. Interneta lietotāju skaits pieauga ļoti strauji: no 1997.gadā reģistrētajiem 5000 individuālajiem un 35000 profesionālajiem līdz attiecīgi 10000 un 95000 interneta lietotājiem 1999.gadā.⁷ Pašreiz Latvijā gandrīz katrā reproduktīvā vecuma ģimenē ir kāds, kurš ikdienā lieto internetu. Ne velti speciālisti uzskata, ka internets ir jauns globālais masu medijs, kura uzdevums ir komunicēt ar miljoniem cilvēku visā pasaulē.⁸ Internets ir daudzu datortīklu, telefonlīniju, satelītu kanālu u.c. komunikācijas veidu savstarpējs

⁵ McLuhan, M. (1997). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge. P.18.

⁶ McLuhan, M. (1997). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge. P.35.

⁷ Ķinis, U. (2002). *Informācijas un komunikāciju tiesības*. 1.sējums 77.lpp.

⁸ Ķinis, U. (2002). *Informācijas un komunikāciju tiesības*. 1.sējums 77.lpp.

savienojums, kas bāzējas uz noteiktām tehnoloģijām. Citiem vārdiem sakot, internets sadalīts stingri noteiktās daļās, kur katra darbojas kā konkrētas informācijas uzkrāšanas vieta, kā, piemēram, WWW, Usenet, IRC, e-pasts u.c.⁹ Abreviatūru WWW var tulkot dažādi, bet visbiežāk kā „pasaules datu tīmeklis”. Tam piemīt 2 pazīmes :

1. ar WWW starpniecību var piekļūt dažādiem komunikāciju līdzekļiem un informācijas resursiem, tajā skaitā dokumentiem, audio, video ierakstiem un fotogrāfijām.
2. WWW ļauj veikt hiperpārsūtīšanu, tas nozīmē – pārsūtīšanas starp dažādiem Internet resursiem.¹⁰

Internets ir populārākais krāsainais medijs, aiz sevis atstājot televīziju. Mūsdienās daudziem cilvēkiem internets jau ir atkarība, bez kuras cilvēks negrib vairs eksistēt. Taču cilvēki bieži vien aizmirst par kultūru kā jāuzvedas internetā. Kultūra ir cilvēka prāta kolektīvā programmēšana, ko var raksturot ar domāšanas modeli. Domāšanas modeli veido : dzīvesveids, vērtīborientācija „Es” lomas apzināšana, „labā” un „ļaunā”, „patiesā” un „neīstā” uztvere, pilsoniskā identitāte.¹¹

Internets rada izmaiņas cilvēku saziņā, darbā un brīvajā laikā. Pierādījumi liecina, ka internets valda pār ikdienas dzīves ritmu : internets tiek izmantots darbā, skolās, universitātēs un slimnīcās. Tas tiek izmantots dažādiem mērķiem, piemēram, informācijas meklēšanai, tiešsaistes spēļu spēlēšanai un čatam.¹²

Internets nav viendimensijas tehnoloģija. Drīzāk tas apvieno vairākus medijus vienā vidē. Internets ietekmē ikdienas dzīvi :

1. *Broader Bandwidth*: Platjoslas sakari veicina strauju lielformātdata apmaiņu, tūlītēju ziņapmaiņu, atsauksmju, bilžu, tekstu, balss, skaņas apmaiņu. Izmantojot kādu no šīm iespējām, cilvēks var iekonomēt savu laiku.
2. *Vienmēr pieslēdzies*. (Sniedz plašas mobilitātes iespējas.)
3. *Personalizēšana* : Kompjūterkomunikācija attīsta personalizāciju, respektīvi, lielāku kontroli pār to, kādus ziņojumus mēs vēlamies saņemt, kad vēlamies tos saņemt un no kā mēs ziņojumus vēlamies saņemt. Šāda ziņojumu forma un

⁹ Ķinis, U. (2002). Informācijas un komunikāciju tiesības. 1.sējums. 79.lpp.

¹⁰ Ķinis, U. (2002). Informācijas un komunikāciju tiesības. 1.sējums. 80. lpp.

¹¹ Garleja, R., Vidnere, M. (2000). Psiholoģijas un sociālās uzvedības aspekti ekonomikā. Rīga: Raka, 203.lpp.

¹² Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W. (2002). Examining the Internet in Everyday Life. Centre for Urban and Community Studies. University of Toronto. P.2.

no tiem izrietošā mijiedarbība ir vairāk pielāgota individuālām vēlmēm un vajadzībām.

4. *Bezvadu pārnesamība* : Bezvadu savienojums ļauj telefona un interneta piekļuves jebkur un pat ejot. Izmantojot bezvadu savienojumu, cilvēks iekonomē laiku, apmierina savas vajadzības, risina problēmas un kļūst neatkarīgs.
5. *Globālie savienojumi* : Digitālā plaista – sociāli ekonomiskās atšķirības starp tiem, kas izmanto datoru mediēto komunikāciju un tiem, kuri to neizmanto. Iespējams, ka cilvēki baidās no jaunā, neprot pielietot vai arī principā neizmanto jaunās tehnoloģijas.¹³

Analītiķi ir ierosinājuši trīs galvenos veidus, kā internets var ietekmēt kopienas :

1. Internets samazina kopienas : ar interneta strapniecību, izklaides iespējām un informācijas ieguves iespējām cilvēki novēršas no draugiem un ģimenes, veicinot globālu komunikāciju un iesaistīšanos, tā mazinot interesi par vietējo kopienu un tās politiku.
2. Internets pārveido sabiedrību : Internets nodrošina lētu un ērtu komunikāciju ar citu valstu kopienām. Kā arī komunikāciju ar tuviem cilvēkiem, kuri atrodas ārzemēs.
3. Internets papildina kopienas : Pilsoniskā līdzdalība un socializācija. Cilvēki izmanto internetu, lai saglabātu esošos sociālos kontaktus, pilveidotu savus hobijus un politiskās intereses tiešsaitē.¹⁴

¹³ Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W. (2002). Examining the Internet in Everyday Life. Centre for Urban and Community Studies. University of Toronto. P.5.

¹⁴ Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W. (2002). Examining the Internet in Everyday Life. Centre for Urban and Community Studies. University of Toronto. P.6.

1.1. Internets un atkarība.

Atkarība no alkohola, atkarība no narkotikām, atkarība no azartspēlēm, atkarība attiecībās – tās ir jau pierastas atkarības izpausmes, kas ir profesionāļu ikdienas darbalauks. Bet atkarība ir kā hameleons – tā maina savu seju, un mūsdienās viena no tās jaunākajām izpausmēm ir patoloģiska datora izmantošana, tostarp atkarība no interneta.¹⁵ Atkarība no interneta ir vēl salīdzinoši maz pētīta joma, ar ko nodarbojas īpašs mūsdienu psiholoģijas novirziens – kiberpsiholoģija (cyberpsychology).

Atkarība no datora un atkarība no kibertelpas

Jans van Dīks (*Jan van Dijk*) uzsver, ka telpas un laika nozīme nevis samazinās, bet kļūst tieši vēl svarīgāka tīkla sabiedrībā. Nav tādas “attāluma nāves” (death of distance) vai “mūžīgs laiks” (timeless time). Mediju tīkls dod iespēju daudz selektīvāk izvēlēties pareizo laiku un vietu. Sociālie un mediju tīkli savieno visus sociālos līmeņus (individuālo, grupu, organizāciju un sabiedrības). Tīmeklis tos savieno tiešāk kā agrāk un tas ļauj darbības vairāk izdarīt atsevišķās vietās un visas aktivitātes mobilajā telpā.¹⁶

M. Džounss (Morris Jones) uzskata, ka visas atkarības no kibertelpas nosacīti var iedalīt divās pamatgrupās: *sociālā veida, nesociālā veida*.¹⁷ Daži cilvēki var būt ļoti aizrāvušies ar datora izmantošanu, bet viņi nav ieinteresēti izmantot to par komunikācijas līdzekli ar citiem. Cilvēki ar nesociālā veida atkarību izmanto datoru, tostarp arī internetu, lai strādātu, vāktu informāciju, vienatnē spēlētu dažādas datorspēles. Citiem vārdiem runājot, viņi var būt spēļu, informācijas vai tās meklēšanas “datormāni” vai vienkārši darbaholiķi, bet viņi gandrīz nemaz neizmanto kibertelpu, lai veidotu starppersonu kontaktus. Tomēr lielākā daļa atkarību no interneta ir tieši sociāla veida. Šajā gadījumā cilvēks “iestrēgst” tērzēšanas istabās (chat rooms), forumos vai arī pārmērīgi aizraujas ar

¹⁵ Lasmane,R.(2003). Psiholoģijas pasaule:Globālajā tīmeklī notvertie. Sk. 2012.16.martā:
<http://www.medicina.lv/lat/second4.php?page=news&id=372&cat=2&thm=10>

¹⁶ Van Dijk, J. (2006). The network society: social aspects of new media. The University of California: Sage Ltd .188.p.

¹⁷ Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. International Journal of Applied Psychoanalytic Studies, 1.P. 359. Retrieved March 16, 2012 from
<http://users.rider.edu/~suler/psyber/cybaddict.html>

saraksti e-pastā. Šie cilvēki meklē tieši sociālu stimulāciju.¹⁸ Sociālā veida internetatkarības pamatā ir starppersonu vajadzības – piederēt, būt atzītam, ietekmīgam, mīlētam u. tml. Savukārt cilvēki, kas ir atkarīgi tikai no datora, nevis no kibertelpas, parasti izvairās no čata vai forumu starppersonālā “haosa”. Šiem cilvēkiem dominē vajadzība pēc kontroles un noteiktības.¹⁹

K. Janga, M. Paistnere, Dž. O'Mara un Dž. Bjūkenena (Kimberly Young, Molly Pistner, James O'Mara, Jenifer Buchanan), pēc kopīgā petījuma datu kvalitatīvās analīzes rezultātiem, atkarību no interneta piedāvā sīkāk iedalīt piecās apakšgrupās:

- kiberseksuālā atkarība (kompulsīvi izmanto t. s. pieaugušo web lapas, t. i., datora piedāvātās pornogrāfijas lapas un iespēju kontaktēties ar citiem par tēmām, kas saistītas ar seksu, erotiskajos čatos);
- atkarība no kiberattiecībām (pārmērīga iesaistīšanās datorpastarpinātās attiecībās ar citiem);
- atkarība no tīkla (obsesīva aizraušanās ar azartspēlēm tīklā, tostarp visdažādākajām plaši piedāvātajām izlozēm, ar iepirkšanos vai pārdošanu internetā);
- atkarība no informācijas (kompulsīva sērfošana tīklā vai datu bāžu apmeklēšana);
- datoratkarība (obsesīva datorspēļu spēlēšana, piem., Doom, Myst, Solitaire).²⁰

Tomēr, lai arī kā tos iedalītu un nosauktu, visu atkarības veidu pamatā ir psiholoģiska rakstura problēmas – emocionālie konflikti, traumas, deprivācija. Pēc Džounsa uzskatiem, iespējams, biežākā problēma, kas ir “psiholoģisko” atkarību pamatā, ir sevis paša izjūtas deficīts – “caurums” jeb “tukšums” cilvēka identitātē, pašvērtējumā vai pašapziņā, ko nepieciešams piepildīt. Pāri šim pamatdeficītam klājas

¹⁸ Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1.P. 359. Retrieved March 16, 2012 from <http://users.rider.edu/~suler/psyber/cybaddict.html>

¹⁹ Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1.P. 359. Retrieved March 16, 2012 from <http://users.rider.edu/~suler/psyber/cybaddict.html>

²⁰ Young, K., M. Pistner, J. O'Mara, & J. Buchanan. (1999). Cyber disorders: The mental health concern for the new millennium. *CyberPsychology and Behavior* 2(5). P. 475-479.

nākamais psiholoģisko īpatnību līmenis, kas nosaka tās vai citas atkarības raksturu.²¹

Cilvēki, kas ir atkarīgi no kibertelpas, parasti pievēršas internetam vai spēlē datorspēles nolūkā mainīt garastāvokli, pārvarēt nemieru, tikt galā ar nomāktību, mazināt izolētības, vientulības izjūtu vai vismaz uz laiku izvairīties no viņus nomācošajām problēmām. Gan pieaugušie, gan – jo īpaši – bērni un pusaudži bieži neapzinās savas atkarības nozīmību un tās apmērus. Pēc palīdzības pie psihologa, ja tā vispār tiek meklēta, viņi vēršas citu iemeslu dēļ, piemēram, sūdzoties par depresiju, fobijām, un atkarība no datora vai interneta tiek konstatēta tikai darba gaitā.²² Kas tad liecina par to, ka cilvēks ir nonācis atkarībā no kibertelpas?

Kiberatkarības simptomi

Lai varētu runāt par formāli atzītiem un uzticamiem internetatkarības vai datoratkarības diagnosticēšanas kritērijiem, vēl ir nepieciešami plaši pētījumi, tomēr ikviens speciālists, kas strādā šajā jomā, mēģina formulēt šīs atkarības pazīmes. Tā, piemēram, M. H. Orzaka (Maressa Hecht Orzack), kas jau vairāk nekā desmit gadus strādā ar šī veida atkarībām Maklīna slimnīcā (McLean Hospital) Bostonā, apkopojot savu pieredzi, runā par deviņiem datoratkarības simptomiem:

1. cilvēks izmanto ar datoru saistītās aktivitātes, lai izjustu prieku, gandarījumu vai atvieglojumu;
2. ja ar datoru saistītās aktivitātes tiek pārtrauktas, cilvēkam parādās disforiski simptomi – nemiers, aizkaitināmība, miega traucējumi, palielināta trauksmainība, nomāktība vai naidīgums;
3. cilvēka prātu nemitīgi nodarbina dators – viņš domā par pieredzi, kas gūta pie datora, plāno atgriešanos pie datora vai arī pērk jaunāko, modernāko datortehniku un programmas;

²¹ Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1.P. 366. Retrieved March 16, 2012 from <http://users.rider.edu/~suler/psyber/cybaddict.html>

²² Lasmane, R. (2003). Psiholoģijas pasaule: Globālajā tīmeklī notvertie. Sk. 2012.16.martā: <http://www.medicina.lv/lat/second4.php?page=news&id=372&cat=2&thm=10>

4. cilvēks nolūkā mainīt garastāvokli izjūt nepieciešamību ieguldīt aizvien vairāk laika vai naudas ar datoru saistītajās aktivitātēs;
5. cilvēkam parādās nevērība pret sociālajiem, ģimenes, izglītības vai darba pienākumiem;
6. viņš melo ģimenes locekļiem, darbabiedriem, studiju biedriem, terapeitam un citiem par to, cik ilgu laiku pavadījis pie datora;
7. atkarīgais cilvēks riskē zaudēt nozīmīgas personiskās attiecības, sasniegumus un turpmākas attīstības iespējas darbā, finansiālo stabilitāti, studēšanas iespējas;
8. viņš atkārtoti neveiksmīgi mēģina kontrolēt savas ar datoru saistītās aktivitātes;
9. cilvēkam parādās dažādi fiziski traucējumi – muguras sāpes, acu sausums, neregulāra ēšana, personīgās higiēnas neievērošana.²³

Nedaudz atšķirīga ir K. Jangas (Kimberly S. Young) pieeja, kura ir izdarījusi salīdzinoši plašus pētījumus par atkarību no interneta un kuru šobrīd pamatoti var uzskatīt par vienu no vadošajām speciālistēm šajā jomā. K. Janga, balstoties uz DSM-IV klasifikatorā esošajiem patoloģiskas azartspēļu spēlēšanas (izvēloties to kā tuvāko diagnozi) diagnosticēšanas kritērijiem, izveidojusi astoņu jautājumu aptauju internetatkarības konstatēšanai.²⁴

- Vai jūsu prātu nodarbina internets (domājat par iepriekšējo tiešo iesaistīšanos on-line procesā vai gaidāt nākamo on-line sesiju)?
- Vai jūs jūtat nepieciešamību izmantot internetu aizvien ilgāk, lai justos apmierināts?
- Vai jūs esat atkārtoti neveiksmīgi mēģinājis kontrolēt, samazināt vai pārtraukt interneta izmantošanu?
- Vai jūs jūtaties nemierīgs, nomākts, viegli aizkaitināms vai arī jūsu garastāvoklis ir izteikti svārstīgs, kad jūs mēģināt samazināt vai pārtraukt interneta izmantošanu?
- Vai jūs pavadat vairāk laika on-line sesijā, nekā iepriekš esat plānojis?

²³ Young, K.S. (1999) .Internet Addiction:Evaluation and Treatment. Student British Journal of Medicine. P.7-9.

²⁴ Young, K.S. (1998). Internet Addiction:The emergence of a new disorder. CyberPsychology and Behavior, 1 (3),P.237.

- Vai jūs esat riskējis ar iespēju zaudēt nozīmīgas attiecības, darbu, studiju vai karjeras iespējas saistībā ar interneta lietošanu?
- Vai jūs esat melojis ģimenes locekļiem, terapeitam vai citiem cilvēkiem, lai slēptu to, cik lielā mērā jūs esat iesaistījies internetā?
- Vai jūs izmantojat internetu, lai aizbēgtu no problēmām vai atvieglotu disforisku garastāvokli (piem., bezpalīdzības izjūtu, vainas izjūtu, trauksmi, depresiju)?²⁵

Respondenti, kas atbild apstiprinoši uz pieciem vai vairāk jautājumiem, tiek uzskatīti par internetatkarīgajiem. Tātad pamatā abu speciālistu dotās internetatkarības pazīmes ir līdzīgas, atšķiras tikai dažas nianšes.

Atkarību no aizraušanās vai vienkārši brīvā laika pavadīšanas atšķir tieši reālajā dzīvē izjūtamās negatīvās sekas – sarežģījumi attiecībās ar tuviem cilvēkiem vai šo attiecību zaudēšana interneta lietošanas pārmērību dēļ; skolēniem un studentiem pasliktinās sekmes, zūd interese par mācībām, studijām vai pat tās tiek pārtrauktas, darbā rodas lielākas vai mazākas problēmas, jo darba laikā darbinieks ir iegrimis interneta aktivitātēs u. tml., nevis veic tiešos darba pienākumus. Interneta lietošana notiek uz citu dzīves jomu rēķina, tiek zaudēts līdzsvars.²⁶

Kas piesaista pie interneta kā atkarības objekta

Cilvēki, kas nav atkarīgi no interneta, lielākoties izmanto tās tīmekļa piedāvātās iespējas, kas ļauj iegūt informāciju un ar elektroniskās komunikācijas palīdzību uzturēt jau iepriekš nodibinātas attiecības, savukārt internetatkarīgie pārsvarā izmanto iespēju ar interaktīvo mediju palīdzību tikties un mainīties domām un idejām ar citiem cilvēkiem, no kuriem liela daļa ir jauni paziņas un līdz tam bijuši sveši cilvēki.²⁷ Komunikācija kibertelpā piedāvā cilvēkiem iespēju dibināt sociālo kontaktu bez tiešas sociālas klātbūtnes. Būtiska atšķirība starp attiecībām kibertelpā un attiecībām, ko pastarpina citas pastāvošās tehnoloģijas (telefons, fakss, pasts), ir tā, ka virtuālo interneta kopienų sociālās normas pieļauj kontaktus ar svešiniekiem un pat

²⁵ Young, K.S. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1 (3), P. 237-244.

²⁶ Young, K.S. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1 (3), P.244.

²⁷ Turpat, P. 245.

iedrošina uz tiem.²⁸ Tā kā kibertelpa nepiedāvā līdzekļus, ar kuru palīdzību vērot citu sarunas dalībnieku neverbālās reakcijas, tad tiek apšaubītas dažas neapzinātas, bet spēcīgas nostādnes attiecībā uz komunikācijas etiķeti. Savstarpējai komunikācijai tīklā praktiski nav ierobežojumu, un ierobežojumu neievērošana neizraisa nekādas negatīvas sekas reālajā dzīvē, kur šie ierobežojumi nepieciešami sociālās kārtības saglabāšanai. Tas rada jaunu un pagaidām maz izprastu psiholoģisko fenomenu – cilvēki sevi var izteikt pilnīgi brīvi, neapvaldīti.²⁹ Citu spriedumi, attieksme šajā virtuālajā sociālajā vidē tiek uztverti bez neverbāli sniegtās informācijas, līdz ar to tos var viegli kropļot un attiecināt uz tiem sev vēlamo emocionālo reakciju. Tas, nenoliedzami, ir stimulējošs un iejūsminošs interneta komunikācijas aspekts, kas, iespējams, daļai cilvēku tieši veicina atkarību no interneta.³⁰

Ar komunikāciju internetā ir iespējams ignorēt attālumu, kā arī nodalījumu laikā un telpā starp darbu un spēli, starp darbavietu un mājām. Nedaudz pārspīlējot var teikt, ka veidojas subkultūra, kuras galvenais moto ir – “bez robežām”.³¹ K. Jangas veikto pētījumu kontentanalīze ļauj runāt par trim būtiskākajiem interneta komunikācijas aspektiem, kas iesaistītajiem cilvēkiem padara to īpaši pievilcīgu:

- Sociālais atbalsts;
- Seksuālais papildījums;
- Personības pārraidīšana.³²

²⁸ Young, K.S. (1998) .Internet Addiction:The emergence of a new disorder. CyberPsychology and Behavior, 1 (3),P. 247.

²⁹ Young, K.S. (1998) .Internet Addiction:The emergence of a new disorder. CyberPsychology and Behavior, 1 (3),P. 257.

³⁰ Turpat, P.250.

³¹ Turpat, P. 252.

³² Turpat, P. 254.

1.2. Sociālais atbalsts

Sociālais atbalsts veidojas cilvēku grupai ilgstošākā laika periodā, kad viņi cits ar citu iesaistās regulārā datora pastarpinātā komunikācijā. Pierodot apmeklēt noteiktu grupu (konkrētu čatu, forumu), grupas dalībnieki jau pazīst cits citu, un tas ļauj veidoties kopības izjūtai. Tāpat kā jebkurai kopienai, arī kibertelpas kultūrai ir sava vērtību sistēma, standarti, valoda, zīmes, un individuālie lietotāji pielāgojas esošajām grupas normām.³³

Kad cilvēks ir kļuvis par konkrētas grupas dalībnieku, viņš paļaujas (atkarības gadījumā – pārmērīgi) uz to, ka sarunas tīklā sniegs viņam vienotības izjūtu ar citiem, padomu, izpratni un pat romantiskas attiecības. Tas, kā tiek izmantota datorpastarpinātā komunikācija, vienmēr balstās uz cilvēku vajadzībām, nevis uz to vai citu tehnisko nodrošinājumu vai programmām, un tieši šīs vajadzības nosaka to, ka uz ekrāna redzami vārdi var cilvēkam likt smieties vai raudāt, radīt dusmas vai līdzjūtību, vienot kopības izjūtā nejauši savākušos svešinieku pulciņu. Rodas virtuāla kopiena, tikšanās tikai caur rakstīto vārdu, ignorējot fizisko pasauli, kurā cilvēku sākotnēji raksturo tieši viņa ārējais izskats.³⁴

Kaut gan savstarpējās interakcijas balstās tikai un vienīgi uz tekstu, vārdu apmaiņu tomēr iegūst dziļu psiholoģisku nozīmi, jo starp on-line lietotājiem ātrāk nekā reālajā dzīvē veidojas tuvas, atklātas attiecības. Kibertelpā sociālā vienošanās par pieklājības likumiem ir zudusi, un tas ļauj jau pirmajā virtuālās tikšanās reizē uzdot jebkurus, arī vispersoniskākos jautājumus.³⁵ Strauja, atklāta dalīšanās ar personisku informāciju paātrina intimitātes veidošanos starp virtuālās kopienas locekļiem. Interneta lietotājs jau pirmajā reizē var izstāstīt pilnīgam svešiniekam visu par savu personīgo dzīvi, un tas ļauj šiem cilvēkiem justies tuviem. Daloties ar personiska rakstura informāciju, jebkurš no dalībniekiem var viegli iesaistīties citu dzīvē, kaut arī viņš šos cilvēkus nekad nav satīcis un, visticamāk, nekad arī nesatiks, – līdzīga situācija veidojas, ja kāds skatās “ziepju operu” un domā par tās varoņiem kā par reāliem cilvēkiem.³⁶

³³ Young, K.S. (1998) .Internet Addiction:The emergence of a new disorder. CyberPsychology and Behavior, 1 (3),P. 254.

³⁴ Young, K.S. (1998). Internet Addiction:The emergence of a new disorder. CyberPsychology and Behavior, 1 (3),P.255.

³⁵ Turpat, P.256.

³⁶ Turpat, P.256.

Atkarīgajiem aizvien ciešāk iesaistoties virtuālajā grupā, rodas iespēja vēl vairāk emocionāli riskēt un dalīties ar citiem uzskatos, kas nav pieņemami sabiedrības lielākajai daļai, piemēram, par reliģiju, abortiem vai jebkuru citu jautājumu, kas ir saistīts ar cilvēka vērtībām. Reālajā dzīvē cilvēks bieži nespēj paust savus uzskatus pat vistuvākajiem cilvēkiem.³⁷ Bet kibertelpā viņš to var brīvi, nebaidoties no atraidījuma, konfrontācijas vai citu sprieduma, jo citu klātesamība ir nosacīta un patiesā identitāte – rūpīgi maskēta. Līdz ar iespēju atklāti paust dziļi slēptas jūtas un uzskatus internets dod arī iespēju saņemt gan pozitīvu, gan negatīvu atgriezenisko saiti no citiem grupas dalībniekiem. Tie, kas piekrīt paustajiem uzskatiem, sniedz komforta un piederības izjūtu, savukārt tie, kas nepiekrīt, dod iespēju iesaistīties debatēs par šo jautājumu bez nepieciešamības atklāt savu nodarbošanos, identitāti.³⁸ Šādas virtuālas vides veidošanās rada grupas procesus, kas ir vērsti uz sociālā atbalsta sniegšanu un saņemšanu, un tas atbilst dziļai, kompulsīvai cilvēka vajadzībai, kura kļūst īpaši spēcīga, ja reālajā dzīvē šīs starppersonu vajadzības netiek apmierinātas, ja kontakti ar citiem kaut kādu iemeslu dēļ ir ierobežoti. Šajos gadījumos indivīds, visticamāk, izmantos internetu kā alternatīvu veidu, lai radītu un attīstītu tos sociālos veidojumus, kuru trūkst viņu tā brīža reālajā vidē.³⁹ Turklāt tas nebūt nenozīmē, ka šis cilvēks dzīvo vientuļā lauku sētā meža vidū – aizvien biežāk cilvēki, kas mīt daudzdzīvokļu mājā, praktiski nepazīst pat savus tuvākos kaimiņus, līdz ar to attiecības ar kaimiņiem vairs nepilda sociālā atbalsta funkcijas. Vajadzība pēc sociālā atbalsta īpaši palielinās, ja dzīvē notiek kādas krasas pārmaiņas, piemēram, šķiršanās, dzīvesvietas maiņa, darba zaudēšana u. tml.⁴⁰ Pētījumi liecina, ka arī cilvēki, kam ir bijušas psihiska rakstura saslimšanas, piemēram, depresija, var vairāk paļauties uz datora pastarpinātu komunikāciju, lai apmierinātu savu vajadzību pēc sociāla atbalsta. Ja reālajā dzīvē šis cilvēks cieš no zema pašvērtējuma, baidās no atraidījuma, viņam ir izteikta vajadzība pēc uzmanības, pēc pozitīva citu vērtējuma, tad internets dod iespēju it kā pārvarēt šīs reālās dzīves grūtības starppersonu saskarsmē.⁴¹

³⁷ Young, K.S. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1 (3), P.257.

³⁸ Young, K.S. (1998) Internet Addiction: The emergence of a new disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1 (3), P.257-258.

³⁹ Turpat, P.258.

⁴⁰ Turpat, P.258-259.

⁴¹ Turpat, P.260.

Seksuālais papildījums

Plaši tiek apmeklēti dažādi erotiskie čati, kas ir veidoti tā, lai iedrošinātu lietotājus iesaistīties erotiskās sarunās. Izspēlējot savas seksuālās fantāzijas, cilvēki iesaistās jauna veida seksuālās attiecībās, kas tiek dēvētas par kiberseksu (cybersex).⁴²

Šādu erotisko čatu ir ļoti daudz, un tie ir visai dažādi – atbilstoši visdažādākajām seksuālo tieksmju īpatnībām, piemēram, pakļaušanās, dominēšanas, incesta, fetiša, homoseksuālajām fantāzijām.⁴³ Internetā tie ir pieejami bez ierobežojumiem (ja par ierobežojumu neuzskata nepieciešamās valodas zināšanas, kad cilvēks izmanto ne tikai lokālās adreses), un jau to nosaukums bieži vien norāda, kāda rakstura sarunas šajā čatā ir sagaidāmas, – atliek vienreiz noklikšķināt taustiņu, un tu jau esi “iekšā”.

Datora pastarpinātās komunikācijas izmantošanu kiberseksta lietotāji uztver kā pilnīgi drošu seksuālo vēlmju papildījuma veidu, ko var izmantot, nebaudoties no dažādām seksuāli transmisīvajām slimībām un citu nosodījuma. Turklāt kibersekss ļauj izpētīt mentālo un tam sekojošo fizisko uzbudinājumu, ko rada dažādu sociāli nepieņemamu erotisko fantāziju (piem., sadomazohisma, incesta vai urinēšanas) izspēlēšana.⁴⁴ Pētījumos īpaši tiek uzsvērtā garantētās anonimitātes un noslēpuma saglabāšanas nozīmība – cilvēks neriskē ar to, ka viņu kāds var ieraudzīt iegādājamies pornogrāfiskus priekšmetus vai kāds no ģimenes locekļiem var pamanīt nodevīgos telefonseksta numurus tālruņa rēķinā. Līdz ar to cilvēki var pilnīgi brīvi paust neatļautus seksuālos impulsus, viņi var rīkoties pilnīgi citādi nekā parasti reālajā dzīvē un nebaudīties no atgrūšanas un savas rīcības sekām.⁴⁵

Tātad internetatkarīgajiem, kurus piesaista tieši iespēja gūt seksuālo apmierinājumu, lietotāju deindividuācija (t. i., process, kad “izšķīšana” grupā rada anonimitāti un identitātes zaudēšanu, kam seko sociālo normu un ierobežojumu vājināšanās) veicina bezierobežojumu seksuālu uzvedību.⁴⁶ Komunikācijas “bezķermeniskais” raksturs dod iespēju izpētīt dažādu alternatīvu seksuālo pieredzi,

⁴² Young, K, Cooper, A., Griffin-Shelley, E., O'Mara, J.& Buchanan, J. (2000) . Cybersex and Infidelity Online: Implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction and Compulsivity*. 7(1),P.59.

⁴³ Young, K, Cooper, A., Griffin-Shelley, E., O'Mara, J.& Buchanan, J. (2000). Cybersex and Infidelity Online: Implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction and Compulsivity*. 7(1),P.60.

⁴⁴ Turpat, P.60.

⁴⁵ Turpat, P.61.

⁴⁶ Turpat, P.61-62.

un tas rada jaunas un līdz ar to ļoti spēcīgas emocijas.⁴⁷ Pētījumi liecina, ka šī veida atkarībai no interneta īpaši ir pakļauti tie, kas jūtas fiziski nepievilcīgi, kam trūkst tuva kontakta ar pretējo dzimumu. Šiem cilvēkiem daudz vieglāk nekā reālajā dzīvē šķiet atrast partneri, izmantojot kiberseksu.⁴⁸

1.3. Personības pārradīšana

Jebkuram interneta lietotājam ir iespēja atcelt reālās dzīves ierasto kārtību, lai eksperimentētu ar alternatīvu sevis uztveri. Kibertelpā tradicionālo pieņēmumu par identitāti var sadalīt sastāvdaļās un vienlaikus eksistēt kā vairākas personības dažādās virtuālajās vidēs.⁴⁹ Datorkultūra pieļauj uztvert identitāti kā kaut ko daudzveidīgu, tā ļauj cilvēkam “rekonstruēt” savu identitāti. Var teikt, ka datorpastarpināta komunikācija rada virtuālu “skatuvi”, uz kuras cilvēks var izspēlēt jaunu lomu, radot fiktīvus raksturojumus, ar kuru palīdzību var mainīt gan fiziskās pazīmes – dzimumu, vecumu vai nacionālo piederību, gan savas raksturīgākās īpašības, kultivēt neīstu paštēlu.⁵⁰

Personības pārradīšana, kad cilvēks interneta komunikācijas laikā sniedz nepatiesu raksturojumu, ļauj it kā transformēt sevi citā personībā. Visbiežāk tīklā radītā personība ir cilvēka reālās dzīves paradokss. Tikai uz tekstu balstītā esamība ir kvalitatīvi atšķirīga no fiziskās pasaules. Reāli dzīvē sociāli ekonomiskajam statusam, dzimumam, vecumam un nacionālajai piederībai vai rasei ir sava nozīme identitātes attīstībā, un identitāte savukārt ir visu starppersonu interakciju pamatā.⁵¹ Kibertelpā šie aspekti zaudē savu nozīmību, jo visi virtuālie “iedzīvotāji” var tos radīt tādus, kādus vien vēlas. Tas cilvēkam garantē konfidencialitāti, piedaloties

⁴⁷ Young, K, Cooper, A., Griffin-Shelley, E., O’Mara, J.& Buchanan, J. (2000). Cybersex and Infidelity Online: Implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction and Compulsivity*. 7(1),P.63.

⁴⁸ Young, K, Cooper, A., Griffin-Shelley, E., O’Mara, J.& Buchanan, J. (2000). Cybersex and Infidelity Online: Implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction and Compulsivity*. 7(1),P.64.

⁴⁹ Rheingold H.(1993). *The Virtual Community:Homesteading on the Electronic Frontier*.AdissonWesley.P.233.

⁵⁰ Rheingold H. (1993) .*The Virtual Community:Homesteading on the Electronic Frontier*.Adisson – Wesley.P.234-235.

⁵¹ Turpat, 236.

datorpastarpinātajā komunikācijā. Šādi uzbūvētas personības ir neiespējami pārnest uz reālo dzīvi ar tās diktētajiem nosacījumiem, tādēļ tās paliek tikai datora ekrānā un iegūtās īpašības zūd kibertelpā.⁵²

Sākotnēji tā var šķist laba izklaide – līdzīgi kā tad, kad cilvēks aiziet uz kino vai uzspēlē kādu datorspēli. Tas ļauj uz brīdi izrauties no stresa un reālās dzīves lomu prasībām. Turklāt internetā cilvēks var arī pārbaudīt to, kā citi reaģē uz šo viņa jauno lomu.⁵³ Tomēr neizbēgami pienāk brīdis, kad cilvēks pamazām sāk apjēgt, ka internetā izdomātais tēls vēl vairāk liek izjust to, ka kaut kas nav kārtībā ar reālo dzīvi. Viņam rodas neapmierinātība, trauksme un, lai tās mazinātu, – vēl lielāka vēlēšanās iesaistīties interneta aktivitātēs. Paša spēkiem no šī apburtā loka bieži vien izkļūt ir grūti, bet atkarības rezultātā problēmu reālajā dzīvē kļūst aizvien vairāk.

Sevis pārradīšana ir ne tikai izklaides veids – caur internetā radīto identitāti, kas maskē nedrošību attiecībās ar citiem, cilvēks var piepildīt līdz tam nepiepildītas psiholoģiskās vajadzības un vēlmes. Sociālās identitātes zaudēšana internetā cilvēkam vājas paškonceptijas vietā ļauj radīt “ideālo es”. Šis “ideālais es” kļūst par slepeno dzīvi, kas tiek dzīvota kibertelpas konfidencialajā vidē.⁵⁴ Īpaši pievilcīga šāda slepenā dzīve šķiet tiem, kas cieš no zema pašvērtējuma, jūtas neatbilstoši vai bieži izjūt citu cilvēku negatīvo attieksmi. Negatīva paškonceptija ir saistīta ar nomāktību un trauksmi, kuras, kā liecina pētījumi, arī veicina pārmērīgu interneta izmantošanu.

Cilvēki kļūst atkarīgi no savas izdomātās personības dzīves, jo tā ļauj bloķēt nepatīkamas domas par sevi pašu un savu reālo situāciju⁵⁵. Būtiska nozīme ir iespējai paust apspiestās personības iezīmes. Komunikācija internetā ļauj paplašināt izjusto un citiem pausto emociju spektru. Spēja izpaust apspiestās personības iezīmes var īstenoties visdažādākajā veidā. Kautrīgais kibertelpā var kļūt izteikti komunikabls, seksuāli vēsais – kaislīgs, pakļāvīgais – uzstājīgs utt. Cilvēks var izspēlēt tās savas emocijas, no kurām viņš baidās, kuras viņam ir grūti sevī apzināties un pieņemt.⁵⁶

Dators sniedz problēmu risinājuma un tuvu attiecību ilūziju, taču īslaicīgais atbalsts tīklā nespēj uzlabot reālās dzīves starppersonu attiecības. Gluži pretēji –

⁵² Rheingold H.(1993). The Virtual Community:Homesteading on the Electronic Frontier.Adisson – Wesley.P.238.

⁵³ Rheingold H.(1993). The Virtual Community:Homesteading on the Electronic Frontier.Adisson – Wesley.P.241.

⁵⁴ Turpat,242-245.

⁵⁵ Turpat. P.250.

⁵⁶ Turpat. P.250-252.

pārmērīgas interneta izmantošanas rezultātā palielinās sociālā izolētība, vairojas konflikti ģimenē. Kamēr internetatkarīgais apmierinās tikai ar attiecībām tīklā, tikmēr tās traucē reālai problēmas risinājuma meklēšanai un patiesu, noturīgu attiecību veidošanai reālajā dzīvē. Kaut gan iespēja tīklā radīt jaunu personību sniedz atkarīgajiem drošu veidu, kā šķietami papildīt savas neapmierinātās psiholoģiskās vajadzības, tomēr saplūšana ar šo jauno, iluzoro paštēlu reālās dzīves starppersonu attiecības un funkcionēšanu ģimenē tikai pasliktina.⁵⁷

⁵⁷ Rheingold H. (1993) .The Virtual Community:Homesteading on the Electronic Frontier.Adisson – Wesley.P.253-255.

2. KOPIENU RAKSTUROJUMI: TEORĒTISKĀS IZPRATNES PAR KOMUNIKĀCIJAS IESPĒJĀM UN VAJADZĪBĀM

2.1. Kopienas

Klasiskajā socioloģijā, kopienas koncepciju attiecina uz nozīmīgām sociālām attiecībām, kuras apvieno indivīdus kā veselumu. Attiecību solidaritāte pamatojas uz tuvību, kopēju dzīvesvietu, jūtam uz līdzīgu domāšanu modeli.⁵⁸ Kopienas galvenā pazīme ir savstarpējā sapratne. Sapratne nav sarunu rezultāts, finiša līnija, bet gan starta punkts. Tieši pateicoties šādai sapratnei kopienā cilvēki „paliek dabīgi vienoti par spīti visiem šķēršļiem”.⁵⁹ Termins „kopiena” apzīmē sociālas un teritoriālas vienības – ciematus, pilsētas utt.⁶⁰ Perfekta (caurspīdīga, paredzama, brīva no nejaušības) kopiena nozīmē drošu ciemata kopienu. Ceļā uz šo kopienu parādās „brīvprātīgs geto” - vienlaicīgi teritoriāls un sociāls fenomens. Tā ir fiziskās tuvības/distance saplūšana ar morālo tuvību/ distanci. Brīvprātīgie geto no īstajiem geto atšķiras ar būtisku iezīmi – pirmo iemesls ir atturēt ārējos indivīdus iekļūt iekšā, bet iekšā esošiem ir brīvas iespējas tikt ārā. Īstie geto nozīmē brīvības noliegšanu, brīvprātīgie geto ir veidoti tieši brīvībai.⁶¹

Tradicionāli jēdzienu „kopiena” izprotam kā vietu, kur silts, ir tuvība un sociāla vienotība. Kopiena ataino stabilitāti. Stīvens H.Džounss 1995.gadā atzīmēja, ka fiziskās, reālās pasaules kopienās „telpa” jēdziens lielākoties tika izprasts kā telpa, kura sekmēja sociālo attiecību veidošanu, nevis kā vieta, kura rodas pateicoties sociālām attiecībām.” Taču informatīvi komunikatīvo tehnoloģiju pielietojums ikdienā maina kopienas jēdziena izpratni. Pēc augstāk pieminētā Džounsa, komunikācija „tiks īstenota ar elektronisko ceļu starpniecību, tas nav betona ceļu spēkos” - jaunas informācijas tehnoloģijas paaugstina sociālās saskarsmes efektivitāti.⁶²

⁵⁸ Piselli, F.(2007).Communities, Places, and Social Networks. University of Trento.Italy. P.867.

⁵⁹ Bauman, Z.(2001).Community:Seeking Safety in an Insecure World.London.P. 10.

⁶⁰ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) .Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С. 1-5. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁶¹ Bauman, Z.(1995).Community:Seeking safety in an insecure world.Cambridge [etc.]:Polity Press. P.123.

⁶² Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) .Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве, С. 11 Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

Kopienas koncepcija

Teorētiskajā socioloģijā kopienas jēdziens, galvenokārt, tiek lietots 3 nozīmēs.

1. Terminu izmanto, runājot par reliģisku, militāru, akadēmisku, profesionālu un citu organizāciju un grupu dalībniekiem/ biedriem.
2. Ņemot vērā morālus un garīgus faktorus, terminu „kopiena” traktē kā jēgpilnas un vienotības sajūtas attiecību tīklu/ tīmekli ar citiem.

1971. gadā Bells un Ņjūbijs saskaitīja 98 „kopienas”termina definīcijas. Radīts daudz kopienas tipoloģiju; tās bieži kritizē, jo „radītie tipi „galvenokārt, ir vienkāršoti individuālo, sociālo vai kultūras sistēmu modeļi”. Taču tipoloģiju konstruēšana turpinās, jo radīto modeļu vienkāršība ļauj pētniekiem ieraudzīt būtisko, iegūt svarīgu informāciju kopienas izpratnei.⁶³ Viens no vairāk pazīstamiem kopienas teorētiķiem Ferdinands Tennīss, tipoloģijas tradīciju tēvs socioloģijā, koncepcijā "*Gemeinschaft*" (Kopiena) piedāvāja kopienas traktēšanas teorētisko pamatu. Kopienas ideālo modeli Tennīss aprakstījis kā "*Gemeinschaft*" / "*Kopiena*) un tā asociējas ar ģimeni, tradicionālo kopienu. Tāda kopienas izpratne balstās uz kopienas ideālo tipu.⁶⁴

Džordžs A. Hillerijs, analizējot kopienas jēdzienu, izdalīja trīs galvenos elementus :

1. ģeogrāfiskās darbības jomu (teritorijas elements);
2. sociālo mijiedarbību (socioloģiskais elements);
3. sabiedrisko saikni (psihes /kultūras elements)⁶⁵

Tādējādi, kopienas jēdziena vēsture akcentē teritoriju, kā pamatelementu, kas saista divus pārējos: sociālo mijiedarbību un kopienu saikni. Kopienas tika izskatītas arī kā sociālie institūti.

M.Efrats iedala tās trīs pamatgrupās:

1. kopiena kā vienotības institūcija;
2. kopiena kā primārā mijiedarbība;
3. kopiena kā sākotnēji izolētas grupas⁶⁶

Postmodernisma teorētiķi ieviesa jauninājumus kopienas koncepcijā. Z.Baumana kopienas jēdzienā ietilpst arī „jūtas” : patīkami „būt kopienas daļai”, „atrasties

⁶³ Ринкявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С.122. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁶⁴ Ринкявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С. 21. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁶⁵ Turpat.

⁶⁶ Turpat.

kopienā” : „ Ja cilvēks „noklīst no pareizā ceļa”, mēs notikušo skaidrojam sakot : ”nonāca sliktas kompānijas ietekmē” . Ja kāds ir nelaimīgs, cieš un pakāpeniski noraida cilvēkam cienīgu dzīvu , mēs uzreiz vainojam sabiedrību, t.i. to struktūru , uz kuras pamata sabiedrība ir organizēta un pastāv. Sliktas var būt kompānijas vai sabiedrība, bet ne kopienas.⁶⁷ Kopiena vienmēr ir kaut kas labs”. Saskaņā ar Baumana teoriju kopienās „mēs visi labi saprotam viens otru, varam uzticēties tam ,ko dzirdam; mēs lielākoties atrodamies drošībā un gandrīz nekad nejūtamies nesapraستی vai atraidīti, varam rēķināties ar labvēlīgu attieksmi un savstarpēju palīdzību” ; mēs uztveram kopienas kā „zaudēto paradīzi vai paradīzi, kuru visi joprojām ceram atrast”.⁶⁸

Apkopojot kopienas jūtu nozīmi cilvēka dzīvē, Poplīns (1979) apgalvo, ka šai parādībai ir divas puses – pozitīvā un negatīvā: „Kopienas sajūta dod cilvēkam spēkus tuvoties stabilitātei sarežģītajā pasaulē, nevis izsauc atsvešinātību un bezcerību”. Bet „ir pilnīgi iespējams, ka kopienā pārsvarā eksistējošās jūtas var traucēt individuālajai izaugsmei un panākumiem ”, jo „mūsdienu kopienās atsevišķa cilvēka augsta atbildības sajūta pret vietējo kopienas nav dominējoša, tāpēc viņam/viņai jāizdzīvo tādā sociālā vidē, kurā vērtē mobilitāti”.⁶⁹

Cita problēma ir tajā aspektā, ka iedomātā, ideālā kopiena nav tāda pati ,kāda pastāv realitātē, fiziskajā telpā „Par privilēģiju būt kopienā ”, dzīvot drošībā, baudīt uzticēšanos, sapratni, ir jāmaksā, ziedojot savu brīvību un individualitāti.⁷⁰

Augstāk aprakstītie ideālie kopienas modeļi mūsdienu pasaulē ir reti sastopami. Mūsdienās kopienas nav izolētas no mijiedarbības ar svarīgākajām sociuma vienībām. Rezultātā viens no svarīgākajiem kopienas analīzes elementiem ir vietējās kopienas attiecības ar visu sabiedrību vai visu pasauli. Pat mazskaitlīgas kopienas ir iekļautas „bezgala sarežģītā savstarpējo attiecību tīklā”.⁷¹ Tāpēc kopienas analīze ir saistīta ar visas sabiedrības un tās struktūras analīzi. Te nav iespējams konkrēts dalījums „mēs” (kopienas locekļi) un „viņi” (ārpusaule), jo atkarībā no kontaktu biežuma kopienas locekļi ir iesaistīti vairāk vai mazāk intensīvā komunikācijas plūsmā ar ārpusauli. Informatīvi komunikatīvo tehnoloģiju

⁶⁷ Ринквявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007). Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С.1. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁶⁸ Turpat.

⁶⁹ Turpat.

⁷⁰ Turpat.280.c.

⁷¹ Turpat.280.c

parādīšanās, informācijas nosūtīšana „neatkarīgi no informācijas nesēja un tā ātruma, kas tālu apsteidz pat visprogresīvākos transporta līdzekļu veidus”, izmainīja to kopienas jēdzienu, kuru definēja F. Tennīss.⁷² Tā kā kopiena nekad vairs neatgriezīsies „pie pirmatnējības, personības sākotnējās identitātes un miera”, tās jēdziens mainās līdz ātri mainīgajai, individualizētajai, globalizētajai pasaulei.⁷³

Saskaņā ar Martina Albro (1996) koncepciju, cilvēkiem piemīt stereotips viedoklis par senajām un mūsdienu kopienām: „Priekšstats par saliedētu strādnieku šķiru pilsētas kopienā cieši saistīts ar ģimenes stāvokli, ar sabiedrības pieredzi, kas pārgāja no vecākiem pie bērniem, ar nodarbinātību un mātes institūtu. Šobrīd šādi priekšstati lielākoties kļūst par modernisma mītiem, tāpat kā piemērs par ciema kopienu ar tai raksturīgajām tradīcijām un pieredzi, kas sakņojas dzimtajā zemē”.⁷⁴

2.2. Virtuālā kopiena

Par vienu no būtiskākajiem faktoriem, kas izmainīja kopienas jēdzienu, kļuva jaunās informāciju tehnoloģijas.⁷⁵ Ietekmējot visas sociālās dzīves jomas, tās vienlaicīgi veicina jaunu kopienas formu attīstību un pastāvēšanu, tādu kā virtuālās kopienas, tiešsaistes (on-line) kopienas u.c. Virtuālās jeb kibertelpas kopienas jēdzienu, tās rašanos un attīstību pētījusi virkne dažādu jomu. Tā kā minētā problēma ir aktuāla arī mūsdienu sabiedrībai, pētījumi ietvēra gan jaunas idejas, gan jau pastāvošo koncepciju, un rezultātā noveda pie kopienas jēdziena pārskatīšanas.⁷⁶

Tomēr literatūrā nav vienotas izpratnes par to, ko tad īsti saprotam ar jēdzienu virtuālā (kibertelpas) kopiena. Tā kā pētnieki izmanto dažādas teorijas un metodoloģijas, ir diezgan sarežģīti piedāvāt konceptuāli vienotu visu to izmaiņu, kas notiek kopienas struktūrās un sociālo tīklu virtuālajās telpās, skatījumu.⁷⁷ Daži autori apšaubā tiešsaistes (on-line) kopienas pastāvēšanu. Viņi uzskata, ka cilvēki, kuri meklē informāciju internetā vai sazinās tiešsaistē (on-line), neveido šādas kopienas.

⁷² Ринквичюс, Л., Бутквичене, Э.(2007). Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 13. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁷³ Ринквичюс, Л., Бутквичене, Э.(2007). Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 13. Sk.2012.20.martā: <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁷⁴ Turpat.

⁷⁵ Turpat.

⁷⁶ Turpat.294.c

⁷⁷ Turpat.294.c

Sivanandāns 1997. gadā skeptiski atsaucās par tiešsaistes (on-line) kopienu pastāvēšanu, apgalvojot, ka cilvēki „*identificē*” kibertelpu ar reālo pasauli, reālām kopienām, kopējām apvienojošām interesēm, kas brīvas no jebkādas ietekmes, kontroles, un nav apdraudošas”. „Interneta kopienas ir interešu, nevis cilvēku kopienas”.⁷⁸ Sivanandāns piekrīt, ka interneta kopienas dod tuvības sajūtu. Viņš pastāsta par kādu skeptiķi, kas šaubījies par kibertelpas kopienu eksistenci, jo nav atradis tajās dzīvību. Bet, kad nomira viņam tuvs cilvēks, nepazīstami ļaudis „viņu atbalstīja tā, kā to spēj tikai tuvinieki. Un tomēr pētnieks netic „nemateriālām kaimiņattiecībām” vai „draudzīgumam bez tuvības, radniecības” . Viņš apgalvo, ka dotais emociju veids nav identisks reālām emocijām; „tā ir tikai informācijas virkne, jo tas, ko jūt cilvēks, aptver tieši viņu, nevis citus, viņam pilnīgi nepazīstamus cilvēkus.”⁷⁹

Kibertelpas kopienas veidojas pamatojoties uz informācijas vienībām, nevis cilvēka īpašībām. Pēc Sivanandāna domām jaunās informatīvi komunikatīvas tehnoloģijas radīja reālajai pasaulei līdzīgu fantāziju, kurā cilvēki var paslēpties, gūt patvērumu no vientulības, nabadzības utt. „Jaunās tehnoloģijas pārvērta fantāziju par realitāti. Jūs tagad varat dzīvot fantāziju pasaulē, tāpēc, ka tā ir pasaule, kuru jūs varat radīt paši. Un tāpēc vientulības pasaulē jūs nekad nejutīsieties vientuļš. Nabadzības pasaulē jūs nekad nebūsiet nabags. Pasaulē, kurā ir naidīgas šķiras, jūs nekad nepiederēsiet kādai no šķirām. Kibertelpas ideoloģija ir postmarksisms”⁸⁰

Problēmas rodas arī cenšoties atbildēt uz jautājumu, vai visus tiešsaistes (on-line) lietotājus var saukt par „kopienas locekļiem”? Ne visi virtuālo kopienu locekļi sevi aktīvi apliecina ; daži dod priekšroku pasīvai kopienas virtuālās dzīves vērošanai.

Pasīvu dalību sauc par slēptu. Šādi novērotāji regulāri apmeklē kopienu, bet reti sazinās aktīvi. Pētījumi liecina, ka vērotāju daudzums svārstās no 50 līdz 90 %.⁸¹

Vai šādus vērotājus var saukt par virtuālās kopienas daļu? Varbūt tā nemaz nav kopiena?”...visbiežāk novērotāji ir parasta masu mediju auditorija”, un viņiem nav obligāti jābūt disfunkcionāliem. Taču lielākā autoru daļa apgalvo, ka cilvēki, kas intensīvi sazinās tiešsaistē (on-line), var radīt virtuālas kopienas. Mūsdienās pēc

⁷⁸ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве, С.294. Sk.2012.20.martā :<http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁷⁹ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве, С.294. Sk.2012.20.martā :<http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁸⁰ Turpat.296.c

⁸¹ Turpat.296.c

Reningera un Šumara domām diskusijās par virtuālām kopienām izdalāmas divas svarīgas tendences. Vienā gadījumā centrā atrodas „kopienu modelis un veidi, kā lietotāji un dalībnieki strādā un mācās, balstoties uz kopienas darbībā iegūto pieredzi”. Otrā akcentējas „locekļu kolektīvās iztēles un identitātes izjūta, kas pilda tā instrumenta funkciju, kas nepieciešams, lai izprastu savu piederību un piesaisti pie atsevišķām virtuālām kopienām ”.⁸²

Pati virtuālās kibertelpas būtība liek pārskatīt kopienas tiešsaistes (on-line) jēdzienu, jo patlaban šādas kopienas ir dinamiska, pretrunīga un ar grūtībām uztverama parādība. Terminu kibertelpa radīja rakstnieks Viljams Gibsons, aprakstot fantastikas stāstā „Neiromants” nākotnes dzīvi kādā izplatījumā, kurš ir „reāls iedarbības ziņā un vienlaicīgi iluzors, jo tajā nav fiziskas matērijas”. Tādējādi, jēdzienam virtuālā telpa tiek pretstatīta konkrēta, bet nereāla vieta, tā kā abas parādības ir reālas. Mēs lietojam jēdzienu vietējā kopiena, lai attēlotu sabiedrību fiziskā telpā.⁸³

Beverlija Hantere 2002.gadā definēja vietējo kopienu kā „cilvēku un organizāciju grupu, kurus apvieno kopīgas intereses, problēmas un savstarpējā atkarība, kas balstās uz darbību, dzīvesvietu un darbu konkrētā ģeogrāfiskā vietā ar kopēju pārvaldi”.⁸⁴ Pretēji vietējās kopienas definīcijai Hovards Reinholds (1998.gadā) virtuālo kopienu traktēja kā „ sociālu pulcēšanos, kas notiek internetā, kad vienlaicīgi liels cilvēku skaits jau ilgāku laiku sazinās ar patiesi sirsnīgām jūtām, veidojot personīgu attiecību sistēmu kibertelpā ”.⁸⁵Tādējādi virtuālās kopienas tiek nodalītas no fiziskās telpas, bet kibertelpas atrašanās vieta „pamatojas uz zināšanām un informāciju, uz kopīgiem uzskatiem un pieredzi”.⁸⁶

Ģeogrāfiskā atrašanās vieta nav virtuālo kopienu radīšanas pamats. Virtuālajā kopienā tā tiek aizstāta ar virtuālo telpu (kiber-telpa). Kibertelpā sociālā dzīve netiek organizēta nacionālas valsts kontekstā, tā norit globālajā „plūsmā”. Kā apgalvo Urry,

⁸² Ринкявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007). Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 297. Sk.2012.20.martā :<http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁸³ Ринкявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007). Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 297. Sk.2012.20.martā :<http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁸⁴ Turpat.96.c.

⁸⁵ Turpat.6.c.

⁸⁶ Turpat.9.c.

virtuālajā telpā zūd robeža starp esamību un ceļojumu, tā kā atrašanās virtuālajā telpā jau pati par sevi ir ceļojums, plūsma.⁸⁷

Kad kopienas nevieno kopīga ģeogrāfiskās atrašanās vieta, ievērojami palielinās citu elementu nozīme. Virtuālā sociālā sadarbība kļūst par galveno noteikumu virtuālo kopienu eksistencei. Kritika vadās no aspekta, ka virtuālo kopienu locekļi neredz viens otru, tāpēc viņi viens otram ir „tikai informācijas vienības”. Šajā kontekstā virtuālā kopiena līdzinās iedomu kopienai. Benedikts Andersons par iedomu kopienu raksta: “Tā ir iedomu kopiena tāpēc, ka pat pašas mazākās nācijas pārstāvji nekad neiepazīsies, nesatiksies, nesadzirdēs savas kopienas locekļus, bet viņiem visiem ir izpratne par kopienas vienotību, izņemot ciematu pirmsākumus, kur saskarsme notika aci pret aci (bet varbūt arī tā ir iedomu)”.⁸⁸

Reinholds un Džounss salīdzina virtuālo kopienu ar Beningera un Peka jēdzienu “pseudokopiena”, ko masu informācijas līdzekļi izveidojuši no bezpersoniskas cilvēku masas. Virtuālajā kopienā iztrūkst tieša sazināšanās cilvēku starpā (tāds ir kopienas attiecību ideāls modelis) bez starpnieka palīdzības. Bet pieminētajā kopienas tipā tomēr ir nojaušams aktīvs personības sākums. Tādējādi, virtuālās kopienas identifikācija ar “pseudokopienu” ir kļūdaina. Jēdziens iedomu kopiena radās pirms virtuālās kopienas jēdziena. Albrovs, Īds, Duršmits un Vošberns apgalvo, ka iedomu kopienu var uzskatīt par pirmo svarīgo soli ceļā uz „kopienu, kas ir nodalīta no jēdziena vieta”.⁸⁹ Virtuālā kopiena ir otrais solis kopienas jēdziena izpratnes nodalīšanā no konkrētas vietas fiziskā telpā, un šajā ziņā virtuālo kopienu var saistīt ar iedomu kopienu. Taču virtuālā kopiena ir ne tikai iedomu kopiena, jo pēdējo veido patiešām savstarpēji nepazīstami cilvēki, kuri dzīvē nekad nav kontaktējušies un visdrīzāk to arī nekad nedarīs. Virtuālajā kopienā tās locekļi „pazīst” viens otru, intensīvi kontaktējas, kas padara šo saskarsmi par kopienas pamatu virtuālajā telpā. Virtuālajās kopienās cilvēki „satiekas aci pret aci”, tikai teiciens „satiekas aci pret aci” tiek uztverts citādā nozīmē.⁹⁰

Tieši šī iemesla pēc mēs nevaram nosaukt virtuālo kopienu par „pseudokopienu”, kā to darīt piedāvā Beningers. Arī Holms (1997) konceptuāli

⁸⁷ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) .Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 19. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁸⁸ Turpat.

⁸⁹ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.74. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁹⁰ Turpat.

nodalīja „interaktīvās kopienas”, kas apvienojušās internetā, no „drukas kopienām”(sauktām arī „pseudokopienām”), kas savāktas ar komunikācijas līdzekļiem, jēdzienus. Viņš apgalvo, ka internets atšķiras no televīzijas, jo „ģenerē masām valdzinošas iespējas ilūziju piedalīties kultūras radīšanas procesā”. Tāpēc var apgalvot, ka virtuālā kopiena ir spēcīgāka kopienas forma kā iedomu vai „pseido” kopiena.⁹¹

Otra svarīga lokālo fizisko kopienu atšķirība no virtuālajām ir noteikumi, iestājoties kopienā. Lai gan indivīda dzīvē ir daudz sociālo lomu, viņš pieder pie vienas lokālas fiziskas kopienas. Bet, lietojot internetu, cilvēks var piederēt neierobežotam virtuālo kopienu skaitam. Virtuālajās diskusijās indivīds izvēlas tematiskās grupas, kas atbilst viņa dzīves sociālajām lomām, piedalās diskusiju grupās, kas ir intensīvi segmentētas un pilnīgi atšķirīgas pēc tematiem. Viņš/viņa vienlaicīgi var būt piederīgs kaķu mīļu grupai, programmētājiem, rokmūzikas faniem, diskusiju grupām. Tāda saskarsme aptver tikai vienu interešu jomu. Tieši tāpēc virtuālo kopienu kritiķi apgalvo, ka no virtuālajām diskusijām veidojas tikai interešu grupas, nevis kopienas.⁹²

To cilvēku saskarsme kopienās, kas balstās uz ģeogrāfiskām kaimiņattiecībām, aptver vairumu dzīves jomu. Tāpēc aizvietot šādu kopienu nav vienkāršs uzdevums; tāda maiņa ievērojami ietekmētu indivīda ikdienas dzīvi. Virtuālajā pasaulē viss notiek pretēji – cilvēks brīvi izvēlas starp daudzām kopienām, vienkārši reģistrējas vai izdzēš sevi no saraksta. Džounss apgalvo, ka tik viegli iestāšanās noteikumi kopienā maina indivīda personīgās atbildības pakāpi; viņš var atstāt kopienu, aizejot no atbildības par nepieņemamu uzvedību. Vēl vairāk- ja vēlas, cilvēks var „atgriezties” tajā pat kopienā, reģistrējoties ar citu vārdu.⁹³

Visbeidzot, atšķiras arī personas identifikācija virtuālajā un fiziskajā telpā. Virtuālajā vidē identifikācija viegli mainās. Galvenie cilvēka identitātes parametri- dzimums, rase, tautība – virtuālajā telpā ir viegli atjaunojami citā interpretācijā. Sazinoties Internetā, persona pati veido savu identitāti. Internets „kļuvis par

⁹¹ Ринкявичюс, Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.74. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁹² Turpat.

⁹³ Turpat.

postmodernisma pasaulei raksturīgu ievērojamu sociālā eksperimenta laboratoriju, kurā var konstruēt vai rekonstruēt savu identitāti”⁹⁴.

Šo virtuālo kopienas veidošanas procesu var vērtēt gan pozitīvi, gan negatīvi. Negatīvais vērtējums ir saistīts ar pārāk vieglu identitātes veidošanu un virtuālā sociālā kapitāla paplašināšanu; Putnams apgalvo, ka tādas virtuālo kopienu īpašības kā neverbālu simbolu trūkums, „ieejas un izejas” šķēršļi un anonimitāte negatīvi ietekmē sociālā kapitāla veidošanos, sevišķi- uzticēšanos. Tiesa, Putnams atzīst, ka sociālā tīkla paplašināšanai, kas ir sociālā kapitāla būtiska daļa, virtuālie sakari ir noderīgi: „ Ar datora palīdzību apvienotās grupas ātrāk apmainās ar informāciju par sev svarīgu problēmu un pieņem to – iespējams tāpēc, ka grupas locekļi mazāk pakļaujas sociālās komunikācijas traucēkļiem „no ārpusēs”- taču viņos vājāk ģenerējas uzticība un sadarbība, kas nepieciešamas, lai iecerēto īstenotu dzīvē”. „ Ja ieejas un izejas ir pārāk vieglas, tad saistības, uzticība un sadarbība neveidosies.”⁹⁵

Ir jāatzīmē, ka pēdējos gados plaši tiek apspriesta interneta ietekmes uz sociālā kapitāla radīšanu virtuālajās kopienās pozitīvā puse. Savos darbos šo jautājumu ir apskatījuši daudzi autori. Šeizafs Rafaeli, Hilāds Rāvids un Vladimirs Soroka apgalvo, ka sociālie tīkli ir būtisks virtuālā sociālā kapitāla elements : „ Mēs apgalvojam, ka lasīšana un reģistrēšanās forumā rada sociālo sistēmu, kuras visi dalībnieki – kā aktīvie, tā pasīvie - iegūst sociālo kapitālu gan saņemot piekļuvi vajadzīgajai informācijai, gan apgūstot sociālās normas, kas pieņemtas virtuālajā kopienā, un, gan iepazīstoties ar aktīviem dalībniekiem ”. Pētnieki definē kopienas virtuālo sociālo kapitālu kā „sociālās sistēmas īpašību kopumu, kas izveidojies virtuālās kopienas darbības rezultātā un noved pie kopēju sociālo normu un noteikumu attīstības, kas palīdz savstarpēji izdevīgi sadarboties ”.⁹⁶ Pēc Huanhasē, Vellmana, Vitta un Hamptona sociālais kapitāls palielinās un ģeogrāfiski paplašinās, tāpēc, ka Internets ir iesaistīts cilvēku ikdienas dzīvē.

Identitātes veidošanas vieglums ne vienmēr tiek vērtēts negatīvi. Virtuālajā kopienā personība tiek pieņemta un uztverta, balstoties uz personas pašidentifikāciju, neskatoties uz to, ka dotā pašidentifikācija atbilst fiziskajā pasaulē esošajai pašidentifikācijai. Tāpēc sociālie dalībnieki iegūst lielāku anonimitātes pakāpi, kas ir

⁹⁴ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.74. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁹⁵ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.177. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁹⁶ Turpat.177.c.

pārāka par to, kas viņiem ir fiziskajā telpā, jo „dzimums, rase, statuss, fiziskais izskats un citas sabiedriskās īpašības pašidentifikācijā ir neredzamas”. Tāda anonimitātes garantija tiek pozitīvi vērtēta, īpaši no feministisku uzskatu paudēju puses. Kā apgalvo Nensija Beima, „dators rada anonimitāti, garantējot visiem dalībniekiem vienādu statusu.”⁹⁷

Tāpēc Džounss akcentē virtuālās kopienas lielās mobilitātes iespējas salīdzinājumā ar fizisko kopienu. Saskaņā ar viņa skaidrojumu, mobilitāti var interpretēt divējādi. Pirmkārt, indivīds ir mobils attiecībā uz atrašanās vietu: „viņš veic kustību, fiziski atrodoties uz vietas”, otrkārt, indivīds ir mobils attiecībā uz sevis paša identifikāciju - viņš pats rada un pārveido savu identitāti.⁹⁸

Šāda pašidentifikācijas sadrumstalotība, decentralizācija, kopienas nodalīšana no atrašanās vietas rada priekšnoteikumus saukt virtuālo kopienu par postmodernisma izpausmi. Salīdzinot tradicionālo kopienu *Gemeinschaft* kas ir agrārās sabiedrības izpausme, un modernizēto *Gesellschaft*, kā industrializētas sabiedrības konstrukciju, autoraprāt, virtuālā kopiena vairāk atbilst mūsdienu pasaules postmodernisma jēdianam un būtībai.⁹⁹

Laikā, kad tiešsaistes kopienu antropoloģija ieguva vērā ņemamu statusu pētniecības jomā, netika daudz diskutēts par iespējām regulēt virtuālo kopienu arheoloģiju, kas tiek definēta kā interaktīva sintētiskā vide, ar ko ir pārņemti visi tās lietotāji. Bartls (Bartle) definē virtuālās kopienas kā vietas, kur iedomas sastop realitāti.¹⁰⁰

Virtuālā kopiena samazina ģeogrāfisko attālumu starp dalībniekiem un paātrina komunikācijas iespējas. Tā nav migrācija no reālās vietas, kā to apgalvo Castronova, tie ir artefakti, kas ir cieši ieausti mūsdienu realitātē.¹⁰¹ *Sintētiskā pasaule* – tā virtuālo pasauli dēvē Castronova (2005). Virtuālā pasaule ir pasaule, ko sasniedz ar datora palīdzību. Castronova (2005) apgalvo, ka mums vajadzētu virzīties prom no virtuālās pasaules termina un aizstāt to ar terminu sintētiskā pasaule, jo šī pasaule ir mākslīga.

⁹⁷ Ринквявичюс. Л, Бутквявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.140. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

⁹⁸ Turpat

⁹⁹ Turpat

¹⁰⁰ Harrison, R. (2009). Excavating second life: Cyber-archaeologies, heritage and virtual communities. *Journal of Material Culture*, 14 (1), P. 76.

¹⁰¹ Bauman, Z.(1995).Community:Seeking safety in an insecure world.Cambridge [etc.]:Polity Press. P.123.

Savukārt, Castronova (2007) grāmatā tiek runāts par migrāciju – izceļošanu uz virtuālo pasauli. Viņš aizskar retorikas robežas, argumentējot, ka virtuālo pasauli rada bezprecedenta veidā masu izceļošana no reālās pasaules. Izceļošana ir jauna veida interneta robeža.¹⁰²

Asociācijas ar ilūziju un neīstumu uz virtualitāti tiek pārnestas ar spoguļattēla palīdzību. Virtuālo raksturo kustība un radošā transformācija. Tā ir pastāvēšanas forma, kas saistīta ar transformāciju laikā un telpā.¹⁰³

Virtuālās kopienas ir cilvēku asociācijas, kur cilvēki nav piesaistīti laikam, vietai, fizisku vai materiālu apstākļu dēļ. Tiek izveidota elektroniska vide ar mediētās komunikācijas atbalstu. Organiskajām kopienām ir saistošs laiks, vieta un dabiskā vide, jo tās ir atkarīgas no fiziska kontakta ar cilvēkiem, tāda veidā veidojot sociālo ķermeni, ko sauc par kopienu.¹⁰⁴

Katrai kopienai ir savas īpašās iezīmes un aktivitātes, sociālās organizācijas, valoda un mījiedarbības veidi, un pats galvenais – sava kultūra un identitāte.¹⁰⁵

Reingolds (Rheingold) definē virtuālās kopienas kā sociālo sastrēgumu, kurš rodas tīklā, kad ievērojams cilvēku daudzums publiski sarunājas, veidojot personālo attiecību tīklu ķibertelpā. Tajā pašā laikā Džonss pauž viedokli, ka virtuālās kopienas nav jauno tehnoloģiju radītas, lai gan to attīstība tiek balstīta uz tehnoloģijām, ar kuru palīdzību tiek realizēta un padarīta par iespējamu virtuālā realitāte.¹⁰⁶

Praktiskās virtuālās kopienas (kopienas, kur visi to locekļi dalās savās zināšanās tiešsaistes diskusijās, kā arī piedalās jaunu zināšanu radīšanas procesā) arvien vairāk tiek uzlūkotas kā svarīgi kolektīvās mācīšanās ierosinātāji darba vietā. Aleksandrs Ardišvili (Alexandre Ardichvili) norāda, ka pašlaik nav pietiekami labi izprasti faktori, kas sekmē veiksmīgu apmaiņu ar zināšanām tiešsaistē.¹⁰⁷

Terminu „praktiskās kopienas” 1991. gadā ieviesa Lavs (Lave) un Vengers (Wenger). Pētnieki definē praktiskās kopienas kā darbības sistēmas, kuru dalībniekus

¹⁰² Calleja, G. (2010). Digital Games and Escapism. Games and Culture. Retrieved February 5, 2012 from <http://gac.sagepub.com/content/5/4/335>

¹⁰³ Calleja, G. (2010). Digital Games and Escapism. Games and Culture. Retrieved February 5, 2012 from <http://gac.sagepub.com/content/5/4/335>

¹⁰⁴ Van Dijk, J. (2006). The network society: social aspects of new media. The University of California: Sage Ltd P.166.

¹⁰⁵ Van Dijk, J. (2006). The network society: social aspects of new media. The University of California: Sage Ltd P.166.

¹⁰⁶ Harrison, R. (2009). Excavating second life: Cyber-archaeologies, heritage and virtual communities. Journal of Material Culture, 14 (1), P.78..

¹⁰⁷ Ardichvili, A. (2008). Learning and knowledge sharing in virtual communities of practise: motivators, barriers and enablers. Advances in developing human resources, 10 (4), P.541.

vieno kas kopējs. Dažreiz ir vērojams apjukums, mēģinot izprast jēdzienus praktiskās virtuālās kopienas un virtuālās komandas, tāpēc ir svarīgi noskaidrot atšķirību starp šiem terminiem.¹⁰⁸

Virtuālās komandas ir ģeogrāfiski izklīdētu cilvēku kopas, kuras vieno savstarpēji izpildāmie mērķi un kuru darbs tiek atvieglots, pateicoties komunikācijas tehnoloģijām. Čiu (Chiu), Hsu (Hsu) un Vangs (Wang) (2006) definē virtuālās kopienas kā tiešsaistes sociālos tīklus, kuros cilvēki ar kopīgām interesēm un mērķiem dalās ar informāciju un zināšanām, tādejādi savstarpēji mijiedarbojoties.¹⁰⁹

Viens no faktoriem, kas sekmē virtuālo kopienu panākumus, ir to locekļu vēlme aktīvi līdzdarboties zināšanu apmaiņas procesā kopienas ietvaros.¹¹⁰ Pētījumā, kas veltīts zināšanu apmaiņas procesam virtuālajā vidē, Maklure-Vasko (McLure-Wasko) un Farajs (Faraj 2005) ziņojuši, ka pašlaik nav skaidrs, kāpēc cilvēki šajās kopienās vēlētos palīdzēt svešiniekiem, jo nav vērojams tiešs labums sponsoriem-zināšanu sniedzējiem.¹¹¹ Pielietojot kolektīvās rīcības teoriju, Maklure-Vasko un Farajs atzīmēja individuālo motivāciju un sociālā kapitāla apsvērumus kā galvenos zināšanu apmaiņas iniciatorus. Pētnieki atklāja, ka cilvēki tiecas aktīvi palīdzēt virtuālām kopienām tad, kad jūt, ka šī darbībā sekmē viņu profesionālo reputāciju un, kad paši tiecas pēc kopienas, vēlas būt zināšanu apmaiņas procesa aprītē. Tajā pašā laikā, kad iepriekšminētie pētījumi koncentrējas uz līdzdalības iemesliem, citi pētījumi apraksta nepiedalīšanās iemeslus zināšanu apmaiņas procesā virtuālajā vidē.¹¹² Gārfilds (Garfield 2006) piedāvāja 10 iemeslus, kāpēc cilvēki nedalās ar savām zināšanām virtuālajās kopienās. Šie iemesli tika sagrupēti četrās grupās:

- a) cilvēki nesaprot, kāpēc dalīšanās ar zināšanām varētu būt svarīga kopienai vai viņiem pašiem;
- b) cilvēkiem nav zināms, kādi ir tie labākie veidi apmainīties (dalīties) ar zināšanām;
- c) cilvēki izprot zināšanu apmaiņas procesa nozīmi un, iespējams, tiem ir zināmi rekomendētie zināšanu ieguves un sniegšanas ceļi, taču cilvēki netic to efektivitātei;

¹⁰⁸ Ardichvili, A. (2008). Learning and knowledge sharing in virtual communities of practise: motivators, barriers and enablers. *Advances in developing human resources*. 10 (4), P.541.

¹⁰⁹ Ardichvili, A. (2008). Learning and knowledge sharing in virtual communities of practise: motivators, barriers and enablers. *Advances in developing human resources*. 10 (4), P.541.

¹¹⁰ Turpat.

¹¹¹ Turpat.

¹¹² Turpat. P.544.

- d) cilvēki nav motivēti dalīties ar savām zināšanām un neredz šajā procesā personisko labumu, vai arī saskata negatīvas sekas, kādas var rasties šajā procesā.¹¹³

Kopienas mainīgās formas, ko bieži sauc par virtuālām, ciparu, elektroniskām vai tieši e-kopienām, īpaši akcentē mobilitāti, maina tradicionāli pieņemto kopienu koncentrēšanās vietas nozīmi. Tas izvirza jaunu kritēriju meklējumus virtuālo kopienu analīzē.

Klasiskā socioloģiskā kopienas izpratne, kas uzsver sociālo fokusu/koncentrāciju, turpinājumu, izturību, stabilitāti, neizbēgami vērsta uz ģeogrāfisko atrašanās vietu kā vienu no kopienas rašanās pamatnoteikumiem – tas nozīmē arī socioloģisko pārbaudi un mērījumus. Neskatoties uz to, ka ģeogrāfiskā atrašanās vieta virtuālajās kopienās saglabā analītisku nozīmi, taču tas nav kopienas, kā arī analīzes priekšnoteikums. Ģeogrāfiski lokalizēta, vispārātzīta vieta tiek aizstāta ar virtuālo telpu, tāpēc pastiprinās citu sociālo saliedētības faktoru nozīme.

Virtuālais sociālais kontakts kļūst par galveno kopienas pastāvēšanas un analīzes nosacījumu.¹¹⁴ Virtuālajā telpā persona var brīvi izvēlēties no liela daudzuma tematisko (apvieno jautājuma jēga) kopienām, viegli iestājoties un izstājoties, un citādi iesaistoties tīmekļa īpašajā darbībā. Šādi „viegli” iestāšanās virtuālajās kopienās noteikumi, kā apgalvo Džounss, un šī raksta autori viņam piekrīt, maina individuālās atbildības pakāpi, jo indivīds var „aiziet” no kādas virtuālās kopienas jomas, nepiedalīties vai pasīvi piedalīties noteiktā tīmekļa darbībā, t.i. sociālās organizācijas nozīmē, atstāt sabiedrību vai kopienu, izbēgot no neadekvātas uzvedības sekām (sociālām sankcijām).¹¹⁵ Tikmēr līdzīga izeja no fiziski izveidojušās lokālās kopienas, kas caurvīta ar kaimiņattiecību, asinsradniecības, kopējās saimniecības, kultūras un vēstures mantojuma un citām saitēm, ir daudz sarežģītāka, bet dažkārt vispār ir gandrīz neiespējama.¹¹⁶

Virtuālajā telpā identitāte var salīdzinoši viegli mainīt formu un pārveidoties. Tādas iedzimtas vai iegūtas personas identitātes iezīmes kā dzimums, rase, tautība, profesija, reliģiskā piederība, ģimenes stāvoklis u.c. virtuālajā telpā var atrast, dažreiz

¹¹³ Ardichvili, A. (2008). Learning and knowledge sharing in virtual communities of practise: motivators, barriers and enablers. *Advances in developing human resources*, 10 (4), P.544.

¹¹⁴ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С.9. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

¹¹⁵ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве. С.9. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

¹¹⁶ Turpat.

ar tām pat manipulē. Sazinoties internetā un iekļaujoties dažāda rakstura darbībās tīmeklī, cilvēks iegūst lielāku spēku un spējas sociāli veidot savu identitāti, pārvaldīt to un manipulēt ar to. Tāpēc mainās un no jauna veidojas „mobilās identifikācijas” sociālā iespēja – un šo iespēju paver tieši virtuālais starpslānis.¹¹⁷ Tas ir gandrīz neiespējami fiziski lokālā kopienā, kura caurvīta ar pastāvīgām sociālām attiecībām un ilgtermiņa sadarbību starp kopienas locekļiem, un personīgu pazīšanos. Tostarp, virtuālajā telpā indivīds ir mobils attiecībā pret fiziski-sociālo esamību- viņš pārvietojas, fiziski paliekot tajā pašā vietā. No otras puses, indivīds kļūst „mobils” attiecībā pret savu identitāti - viņš pats ar virtuālās telpas palīdzību veido savu identitāti.¹¹⁸

¹¹⁷ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.9. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

¹¹⁸ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С.9. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>

3. VIRTUĀLO KOPIENU PĒTNIECĪBAS METODES

21. gadsimts sniedz daudzas jaunas iespējas : arī veikt pētījumus, izmantojot virtuālo telpu. Arvien vairāk aptaujas tiek veiktas ar interneta starpniecību, jo tas ir ātrākais un arī ērtākais veids, kā iegūt informāciju no cilvēkiem. Arī ar etnogrāfijas metodi pētnieks var strādāt virtuālajā telpā, novērojot un iesaistoties dažādās diskusijās, forumos, domubiedru grupās u.c. pētāmajos laukos.

Kvalitatīvo pētījumu raksturo tā balstīšanās uz parādībām, kas ir sastopamas reālajā vidē un dabiskos apstākļos. Kvalitatīvais pētījums iedziļinās konkrētās parādības būtībā un cenšās izpētīt visas dimensijas un slāņus, tādā veidā atklājot pētāmās problēmas nozīmi.

Kvalitatīvais pētījums sevī ietver: lauka novērojumu, fokusgrupas interviju, dziļo interviju, gadījuma pētījumu, diskursa analīzi, datu analīzi.

Kvantitatīvo pētījumu veic, lai iegūtu konkrētus skaitļus par produktu, procesiem un parādību izplatību sabiedrībā.¹¹⁹ Kvantitatīvo metodi izmanto, lai atbildētu uz jautājumiem – cik? kad? kas?

Kvalitatīvo un kvantitatīvo pētījumu pieejas:

- *Vispārējā struktūra* – kvantitatīvais pētījums pieprasa apstiprināt hipotēzes, klasificē atbildes uz jautājumiem, izmanto strukturētas metodes (aptaujas, anketas), bet kvalitatīvai pētījums cenšas izpētīt parādības, izmanto elastīgākus instrumentus, klasificē jautājumus, izmantojot daļēji strukturētas metodes (fokusgrupas, novērojums, dziļās intervijas)
- *Analīzes mērķis* – kvantitatīvais pētījums: aprēķināt izmaiņas, paredzēt cēloņsakarības, raksturot cilvēku īpašības, bet kvalitatīvais pētījuma mērķis ir raksturot izmaiņas, aprakstīt un izskaidrot attiecības, raksturot individuālu pieredzi, aprakstīt grupas normas.
- *Jautājumu forma* – kvantitatīvajos pētījumos ir slēgti – pabeigti jautājumi, bet kvalitatīvajos pētījumos jautājumi ir atvērti – pabeigti.

¹¹⁹Bryman, A. (2004). Social Research Methods. 2nd edition. Oxford University Press. P.267-268.

- *Datu formāts* – Kvantitatīvajā pētījumā datu formāts ir skaitlisks (iegūst, piešķirot skaitliskas vērtības atbildēm), bet kvalitatīvajā pētījumā datu formāts ir tekstuāls (video, foto, novērojuma pieraksti)
- *Pētījuma elastība* – Kvantitatīvais pētījums ir stabils no sākuma līdz beigām, respondents nevar zināt, kādi jautājumi tiks uzdoti, savukārt, kvalitatīvajā pētījumā daži pētījuma aspekti ir elastīgi, respondenta atbildes ietekmē nākošos jautājumus, ko uzdos pētnieks.¹²⁰

3.1. Aptaujas metode virtuālo kopienu pētniecībā.

Aptauja ir informācijas ievākšanas metode, kas paredz uzdot pētāmajai kopai mutiskus vai rakstiskus jautājumus, kuri satur pētījuma problēmu empīriskā līmenī, kā arī iegūto atbilžu statistisko apstrādi.

Aptauja ir arī pētījumu metode, kas ietver uzdotos jautājumus respondentiem, uz kuriem nepieciešamas mutiskas vai rakstiskas atbildes.¹²¹ Aptauju veicējiem ir konkrēts saraksts ar jautājumiem, kurus viņš uzdod respondentam un, jautājumi nav strukturizēti. Aptaujas ir īsākas nekā dziļās intervijas. No negatīvā viedokļa raugoties, aptauju mīnusi ir tādi, ka cilvēki mēdz sniegt nepatiesu informāciju, īpaši, ja jautājumi skar viņu personiskās lietas, kā arī cilvēki bieži atraida aptaujas un izturas pret tām nevērīgi. Pastāv risks, ka tās netiks atbildētas un būs atgrieztas atpakaļ aptaujas veicējam.¹²²

Aptauja tiek bieži izmantota, kā rezultātā no aptaujātajām personām iegūst subjektīvu informāciju. Tā var būt gan rakstiska (anketēšana), gan mutiska (intervija).¹²³ Aptauja ir lēts veids, kā savākt datus no potenciāli liela respondentu skaita.

¹²⁰Jensen, K., B. (2002). A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. London and New York: Routledge.P.208-222.

¹²¹Betrand, I., Hughes, P. (2005).Media Research Methods. Audiences, Institutions, Texts. Palgrave Macmillan. P.260.

¹²²Berger, A.A. (1993). Media and Communication Research Methods. An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. Sage Publications. P. 190.

¹²³Veide, M. (2006).Reklāmas psiholoģija. Rīga : Jumava. 61. lpp.

Ar aptauju palīdzību ir iespējams savākt informāciju no cilvēku kopas, kas ir pārāk liela, lai to tieši būtu iespējams novērot. Aptaujas ir arī lielisks rīks, lai noskaidrotu skaitliski lielas auditorijas attieksmes un viedokļus. Tas ir viens no efektīvākajiem veidiem, kā iegūt dažādu informāciju - par to, kā cilvēki domā, par viņu vēlmēm un vajadzībām, uzskatiem, attieksmēm un viedokļiem.¹²⁴

Aptaujas galvenokārt veic dēļ kāda no sekojošajiem mērķiem:

- 1) vēlme ietekmēt vai pārliecināt kādu auditoriju;
- 2) vēlme izstrādāt vai pārveidot kādu produktu vai pakalpojumu, kas tiks piedāvāts attiecīgajai mērķauditorijai;
- 3) vēlme izprast un paredzēt cilvēku uzvedību noteiktos apstākļos, jo tas ir nepieciešams akadēmiskajam pētījumam vai profesionālajam darbam.¹²⁵

Aptaujas jautājumi var būt divu veidu – atvērtie un slēgtie. Atvērtie jautājumi lūdz respondentam sniegt vienu atbildi uz vienu jautājumu ar vairāk kā vienu vai diviem vārdiem. Jautājumiem nav atbilžu variantu, uz tiem jāatbild ar teikumu vai rindkopu. Ar to palīdzību var uzzināt respondenta sajūtas, attieksmi un izpratni par uzdoto jautājumu. Savukārt uz slēgtajiem jautājumiem ir jāatbild ar atbildi „jā” vai „nē”. Slēgtos jautājumus ir arī vieglāk apkopot un analizēt. Šie jautājumi arī aizņem mazāk laika, nekā atvērtie jautājumi.¹²⁶

Anketas jautājumus iedala pēc trim pazīmēm:

- 1) pēc satura,
- 2) pēc formas,
- 3) pēc funkcijas.

Pēc satura:

Jautājumi par personiskiem faktiem, kas saistīti ar respondentu. Izmantojot šos jautājumus, respondentam tiek lūgts sniegt personiska rakstura informāciju, par piemēru, vecumu, nodarbošanos, ienākumu apmēru utt. Šī tipa jautājumi ietver arī jautājumus par uzvedību.

Jautājumi par faktiem, kas saistīti ar citiem. Šī tipa jautājumos tiek vaicāta personiska rakstura informācija par citiem, taču var ietvert arī lūgumu sniegt

¹²⁴ Babble E. (2006). Practice of Social Research. 11th edition. Cengage Learning. P.243.

¹²⁵ Alreck P., Settle R. (2003). Survey Research Handbook. 3rd Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin. P.3.

¹²⁶ Rubin. A., Babbie. E., R. (2008). Research methods for social work. 6th edition. Thomson Books/Cole. P.201-202.

informāciju salīdzinājumā ar pašu respondentu. Piemēram, norādīt savu ieņēmumu līmeni, salīdzinājumā ar saviem kolēģiem. Jautājumi, kurā respondents pilda informatora funkciju. Dažkārt cilvēki, kas aizpilda aptaujas anketu, nokļūst informatora pozīcijā un tiek lūgti atbildēt nevis uz jautājumiem par sevi pašu, bet, piemēram, par uzņēmumu, kurā tie strādā.

Jautājumi par attieksmēm ir plaši izplatīti gan intervijās, gan aptaujas anketās. Kā viena no biežāk izmantotajām metodēm, ka izmērīt attieksmes, tiek izmantota *Likerta skala*.

Jautājumi par uzskatiem. Respondentiem bieži tiek vaicāts par to uzskatiem, piemēram, reliģisko vai politisko pārliecību. Cits veids, kā uzdot jautājumu par uzskatiem, ir vaicāt, vai respondents piekrīt vai nepiekrīt kādam izteikumam.

Jautājumi par uzvedību un to, kas nosaka to rīcību. Respondentiem var tikt lūgts norādīt, pēc kādiem principiem tie vadās, lemjot par noteiktu uzvedību.

Jautājumi par zināšanām. Dažkārt aptaujas jautājumi tiek izmantoti, lai pārbaudītu respondentu zināšanas par noteiktu tēmu.¹²⁷

Pēc formas:

Atvērtie jeb nestrukturēto atbilžu jautājumi ir jautājumi, uz kuriem respondents tiek lūgts sniegt paša atbildes.¹²⁸

Slēgtie jeb strukturēto atbilžu jautājumi ir jautājumi, uz kuriem respondents tiek lūgts izvēlēties atbildes no piedāvātā atbilžu saraksta. Slēgtie jautājumi ir ļoti populāri anketēšanā, jo saņemtās atbildes ir daudz viendabīgākas un ir vieglāk statistiski apstrādājamas.

Darba autore tabulā 3.1. salīdzina abu aptaujas atbilžu jautājumu formu priekšrocības.

¹²⁷ Bryman A. (2004). Social Research Methods. 2nd edition. Oxford University Press, P.150-151.

¹²⁸ Bryman A. (2004). Social Research Methods. 2nd edition. Oxford University Press, P.150-151.

Atvērto un slēgto jautājumu priekšrocību salīdzinājums

Atvērto jautājumu priekšrocības	Slēgto jautājumu priekšrocības
1. Nav ierobežots iespējamo atbilžu skaits.	1. Uz slēgtajiem jautājumiem respondenti ir vienkāršāk un ātrāk atbildēt.
2. Respondenti var atbildēt daudz detalizētāk un paskaidrot savas atbildes.	2. Respondentu atbildes ir vienkāršāk salīdzināt un analizēt ar statistikas metodēm.
3. Var tikt uzieti iepriekš neparedzēti atklājumi.	3. Atbilžu piedāvāšana respondentiem var palīdzēt labāk izprast jautājumu.
4. Atvērtie jautājumi ļauj adekvāti atbildēt uz sarežģītiem jautājumiem.	4. Izmantojot slēgtos jautājumus, pastāv lielāka iespēja, ka respondenti sniegs atbildes uz sensitīviem jautājumiem.
5. Atvērtie jautājumi neierobežo radošumu, pašizpaušmi un atbildes detalizācijas pakāpi. ¹²⁹	5. Daudz mazāks skaits saņemto atbilžu ir nenozīmīgas.
	6. Respondenti, kuriem nepiemīt prasmes brīvi izteikties, ir vienādā stāvoklī ar tiem, kuriem šādas prasmes piemīt.

Slēgto jeb strukturēto jautājumu atbilžu varianti var būt dažādi strukturēti, un tie ir:

- daudzpusīgās izvēles atbildes
- dihotomiskās izvēles atbildes
- skalas veida atbildes

Daudzpusīgās izvēles jautājumi ir ļoti izplatīti, jo tie ir vienkārši un pielietojami daudzos gadījumos. Tie var tikt izmantoti, lai respondentam piedāvātu izvēlēties vai

¹²⁹ Bryman, A. (2004). Social Research Methods. 2nd edition. Oxford University Press. P.151.

nu vienu atbildi no vairākām, vai vairākas atbildes. Daudzpusīgās izvēles jautājumi ir ideāli piemēroti, lai izmantotu atbilžu variantus, kas iekļaujas kādā noteiktā kategorijā.¹³⁰ Ir iespēja izvēlēties vienu vai vairākus atbilžu variantus.

Gadījumā, ja tiek izmantots daudzpusīgās izvēles jautājums ar iespēju izvēlēties vairākus atbilžu variantus, respondenti var atzīmēt jebkuru(s) no piedāvātajiem atbilžu variantiem. Šajā gadījuma katra alternatīva kļūst par mainīgo, kuru iespējams analizēt.

Gadījumā, kad no vairākām piedāvātajām alternatīvām (atbilžu variantiem), ir jāizvēlas viens, tiek izmantoti daudzpusīgās izvēles jautājumi ar iespēju izvēlēties tikai vienu no vairākiem atbilžu variantiem. Tā kā respondenti ne vienmēr vēlas sekot instrukcijām, kas norādītas pie jautājumiem, šo jautājuma tipu var izmantot tikai, ja 1) izvēles kritērijs ir skaidri norādīts un 2) šis kritērijs nosaka tikai vienu kategoriju. Tas, vai izvēlēties daudzpusīgās izvēles jautājumu ar iespēju izvēlēties vienu vai vairākas atbildes, ir atkarīgs gan no pētnieka vajadzībām, gan respondentu spējas identificēt vienu atbildi.¹³¹

Ieteikumi / vadlīnijas daudzpusīgās izvēles jautājumu veidošanai:

1. Visai atbilžu rindai ir jābūt klasificējamai dažās, noteiktās kategorijās. Kategoriju skaitam nevajadzētu pārsniegt 8-10.
2. Kategoriju vārdiem jeb nosaukumiem ir jādefinē atsevišķu, nošķirtu alternatīvu kopums un respondentam ir jāvar skaidri saskatīt atšķirība starp tām.
3. Visām atbilžu kategorijām ir jābūt abpusēji izsmeļošām un jānodrošina, ka neviena iespējamā atbilde nevar tikt attiecināta uz vairāk kā vienu kategoriju.
4. Ir jābūt pārlicībai, ka nosauktās alternatīvas ietver vairāk ka 90% no atbildēm, kuras respondenti varētu uz šo jautājumu sniegt.
5. Lai nodrošinātu to, ka respondents var piedāvāt atbildi, kas neiekļaujas nevienā no kategorijām, kā pēdējā atbilde ir jāpiedāvā "Cits variants" ar iespēju attiecīgo variantu norādīt.¹³²

Dihotomiskās izvēles atbilžu jautājumi satur tikai divus atbilžu variantus: "jā/nē" vai arī "piekrītu/nepiekrītu". Dihotomiskās izvēles atbilžu formā jautājumus

¹³⁰ Alreck P.,Settle R. Survey.(2003). Research Handbook.3rd Edition. McGraw-Hill/Irwin.P.121.

¹³¹ Alreck P.,Settle R. Survey.(2003). Research Handbook.3rd Edition. McGraw-Hill/Irwin.P.122.

¹³² Babble E. (2006). Practice of Social Research.11th edition. Cengage Learning.P.246.

anketētājam būtu jāuzdod gadījumos, ja rodas aizdomas, ka respondents par piedāvāto tematu domā tikai divās kategorijās - jā un nē.

Jautājumi ar atbildēm skalas veidā. Dažkārt jautājumu atbildes ar daudziem atbilžu variantiem tiek izveidotas skalas veidā. Uz jautājumiem, kuru atbilžu varianti ir izveidoti skalas veidā, ir vieglāk sniegt atbildes, tāpēc tie ir plaši izplatīti. Pastāv dažādi atbilžu skalu veidi: Likerta skala, Semantisko atšķirību skala, Kārtas skala un citas.¹³³

Darba autore tabulā 3.2. salīdzina abu aptaujas atbilžu jautājumu formu trūkumus.

3.2.tabula

Atvērti un slēgti jautājumu trūkumu salīdzinājums

Atvērti jautājumu trūkumi	Slēgti jautājumu trūkumi
1. Respondenti mēdz sniegt atšķirīgas detalizācijas pakāpes atbildes.	1. Slēgti jautājumu atbildes var raisīt respondentam idejas, kuras tam nebūtu radušās atvērtā jautājuma gadījumā
2. Saņemtās atbildes var būt nenozīmīgas, "izplūdušas" vai pārlietu detalizētas.	2. Respondenti, kuriem nav nekādas zināšanas vai viedoklis, tik un tā var atbildēt uz jautājumu
3. Atvērtie jautājumi ievērojami apgrūtina salīdzināšanu un statistisko analīzi.	3. Respondenti var samulst, gadījumā, ja to iecerētā atbilde nav atrodamā starp piedāvātajām ¹³⁴
4. Atbilžu kodēšana ir sarežģīta.	4. Ja tiek piedāvāts liels atbilžu skaits (piemēram, 20 atbildes), tas var samulsināt respondentu
5. Respondentiem, kuriem piemīt prasmes brīvi izteikties, ir priekšrocības, salīdzinot ar citiem.	5. Ja jautājums tiek pārprasts, tas var netikt pamanīts

¹³³ Babble E. (2006). Practice of Social Research. 11th edition. Cengage Learning. P.246.

¹³⁴ Alreck P., Settle R., Survey. (2003). Research Handbook. 3rd Edition. McGraw-Hill/Irwin .P.118.

6. Jautājumi var būt pārāk vispārināti respondentiem, kuriem ir grūti koncentrēties.	6. Nav iespējams pamanīt atšķirības un nianšes starp respondentu atbildēm
7. Lai atbildētu uz jautājumiem, respondentiem ir jāpatērē vairāk laiks.	7. Pastāv iespēja, ka nepareizais atbilžu variants tiks izvēlēts neuzmanības dēļ
8. Daudzi jautājumi respondentiem var šķist pārāk intīmi, lai uz tiem sniegtu atbildes. ¹³⁵	8. Atbilžu variantu piedāvāšana var uzspiest respondentiem uz sarežģītiem jautājumiem sniegt vienkāršas atbildes ¹³⁶

Pēc funkcijas:

Ievadjautājumi ir jautājumi, kas atspoguļo anketas tematu. Tas sekmē anketēšanas mērķa īstenošanu. Ievadjautājums iepazīstina respondentu ar plānoto pētījumu un rosina izveidot uzticamu un draudzīgu respondenta un pētnieka saskarsmi anketēšanas laikā. Ievadjautājumam jābūt vienkāršam un interesantam, tam nevajadzētu skart cilvēka privātās dzīves jautājumus. Jautājumu, kas attiecas uz respondenta viedokli, vienmēr labāk izmantot kā ievadjautājumu, tāpēc, ka daudzi cilvēki vēlas izteikt savu viedokli par attiecīgo tematu. Reizēm ievadjautājums tiek izmantots, lai vienkārši izveidotu sadarbību, lai uzsāktu sarunu ar cilvēku.¹³⁷

Klasifikācijas jautājumi parasti ir atrodami aptaujas anketas demogrāfijas daļā un tajos ietvertās tēmas ir vecums, ienākumu līmenis utt. Ja anketā tiek iekļauti klasifikācijas jautājumi, to nepieciešamību vajadzētu respondentiem pamatot, citādi tie var nesaprast, kāpēc pētniekam šādu informāciju ir nepieciešams zināt.

Filtrējošie jautājumi anketā domāti, lai pārlicinātos, vai potenciālais respondents atbilst izvēlētajām prasībām. Kad pētījuma temats paredz no respondenta attiecīgas zināšanas vai pieredzi, tad, pirms uzdot jautājumus par šo tematu, jāuzdod

¹³⁵ Alreck P.,Settle R. Survey.(2003) . Research Handbook.3rd Edition. McGraw-Hill/Irwin.P.118.

¹³⁶ Alreck P.,Settle R.,Survey. (2003). Research Handbook.3rd Edition. McGraw-Hill/Irwin .P.120-122.

¹³⁷ Babble E. (2006). Practice of Social Research.11th edition. Cengage Learning. P.247.

filtrējošie jautājumi, lai no izlases izslēgt tos respondentus, kuriem nav informācija par konkrēto tematu.¹³⁸

3.2. Etnogrāfijas metodes pielietojums virtuālo kopienu pētīšanā

K. Basso un *H. Selby* raksta, ka etnogrāfija sākas ar disciplinētu mēģinājumu atklāt un aprakstīt simboliskus resursus ar kā palīdzību sabiedrības loceklis konceptualizē un interpretē pieredzi.¹³⁹ Etnogrāfijas metode balstās uz novērošanu specifiskā vidē. Pētniekam ir jāsaprot cilvēku grupa un jāiesaistās tajā, lai veiktu ilgstošu novērojumu.¹⁴⁰ Balstoties uz personīgu tikšanos, vērojot cilvēku dzīvi un tās mijiedarbību mazās grupās, aprakstot cilvēku pasauli, etnogrāfija veido īpašu skatījumu uz visparējiem principiem.¹⁴¹ Etnogrāfijas pētījumā galvenais elements ir kopienas dalībnieki. Etnogrāfa uzdevums ir novērot, dokumentēt un analizēt kopienas praksi, vēlāk to prezentēt jaunā gaismā.¹⁴²

Mediju apakšnozares antropoloģija un etnogrāfija ir parādījušās nesen. Tās ir apstrīdētas, problemātiskas, kā arī nav īstas skaidrības par to, kā veikt pētījumu balstoties uz šīm metodēm. Mediju saiti, objekti un darbības, ko pēta etnogrāfija, transformējas un proliferējas : pētījumi par digitālajām un mobīlajām tehnoloģijām vai sociālajiem tīkliem ir tikai trīs no piemēriem.¹⁴³ *Rothenbuhler* un *Coman* apgalvo, ka mediju etnogrāfija vairāk uzmanības pievērš mītiem un rituāliem, kā arī veidam kādā tie reproducē noteikta veida sociālās attiecības un kultūras īpatnības.¹⁴⁴ Mūsdienu etnogrāfija parādījās kā instruments, metode, lai aizturētu un izstrādātu kultūras mistērijas.¹⁴⁵ Rituāli, kodēts valodas lietojums ir kopienas kultūras pazīme.¹⁴⁶

¹³⁸ Babble E. (2006). Practice of Social Research. 11th edition. Cengage Learning. P.248.

¹³⁹ Ries.N.,(1997). Russian Talk: Culture and Conversation During Perestroika. Cornell University Press. USA., P. 1.

¹⁴⁰ Silverman, D.(2000). Doing Qualitative Research: A Practical Handbook. SAGE publication. P.37.

¹⁴¹ Ries.N.,(1997). Russian Talk: Culture and Conversation During Perestroika. Cornell University Press. USA., P. 1.

¹⁴² Hine, C.(2000). Virtual Ethnography. SAGE Publication. P.40.

¹⁴³ Farnsworth, J., Austrin, T.(2010). The ethnography of new media worlds? Following the case of global poker. SAGE publication.

¹⁴⁴ Farnsworth, J., Austrin, T.(2010). The ethnography of new media worlds? Following the case of global poker. SAGE publication .

¹⁴⁵ Lassiter, L., E., Campbell, E.(2010). What Will We Have Ethnography Do? SAGE publication.

¹⁴⁶ Saville-Troike, M.(2003). The Ethnography of Communication: An introduction. 3rd edition. Blackwell Publishing. P.38.

Etnogrāfiskais pētījums ir:

- 1) cilvēku izpētes analītisks process pētnieku interesējošā jomā,
- 2) naturāla (dabīga) savstarpēja iedarbība cilvēka un grupas starpā (starp cilvēku un grupu)
- 3) savstarpējās iedarbības individuāla analīze¹⁴⁷

Kopienas locekļi izveido savas valodas īpatnības, šifrējumus, kodus, kā arī apzīmējumus, tā atšķiroties no citām kopienām. Etnogrāfijas pētījuma galvenais paņēmieni ir klausīšanās un novērošana. Pētījumam var izmantot gadījuma intervijas. *Moerman* apgalvo, ka etnogrāfi „savāc sarunu izkārņījumus”. Savukārt, *Malinowski* par etnogrāfiskajiem pētījumiem raksta, ka tie ir kā „garas sarunas”, kurās notiek apmaiņa ne tikai ar vārdiem, bet dažreiz arī ar lietām, dzīvniekiem un žestiem. Tas ir kaut kas vairāk par ziņkārību. Vizuālās metaforas etnogrāfijas pēniecību var konceptualizēt kā dzirdēto, nejaušu sarunu, formālu interviju, kas ir daļa no novērojuma. Svarīgāk ir sadzirdēt, nekā redzēt.¹⁴⁸

Crang un *Kuka* definē etnogrāfiju kā „dalībnieku novērošana + jebkura cita metode”, iekļaujot „citā metodē” intervijas, fokusgrupas, video vai foto darbu, statistiku, modelēšanu, arhīvu darbu utt.¹⁴⁹

Etnogrāfijas mērķis ir sniegt izsmeļošu aprakstu par ikdienas dzīvi un praksi. Etnogrāfija cenšas izprast un izskaidrot dzīves pieredzi kultūras kontekstā. Etnogrāfa mērķis ir dziļi ieklausīties/novērot vērtības, materiālos nosacījumus, strukturālo spēku, cilvēku uzvedību, pievērst uzmanību eksistenciālajiem jautājumiem, jo pētnieka mērķis ir *atklāt*.¹⁵⁰ Etnogrāfija atsedz vārdos neizteiktās zināšanas un pieredzi, kas ir iespiedusies uzvedībā, valodā un sadzīves kultūrā un kuras nav iespējams atklāt ar citām pētījumu metodēm. Etnogrāfija var sniegt daudz patiesākas atbildes, jo kopienas novērošana notiek reālajā vidē, nevis ar pagātnes pieredzi mākslīgi radītā vidē.¹⁵¹

Lai veiktu etnogrāfijas pētījumu ir jāiesaistās kopienā, jāklūst par tās biedru, jāvēro diskusijas, jāizveido pieraksti un jāanalizē. Taču vispirms ir jāpievērš uzmanība kopienas valodas lietojumam, jāmēģina iegūt priekšstatu par kopienu un

¹⁴⁷ Daymon, C., Holloway I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. 2nd Edition. Routledge. P. 148.

¹⁴⁸ Lassiter, L., E., Campbell, E. (2010). *What Will We Have Ethnography Do?* SAGE publication.

¹⁴⁹ Forsey, M., G. (2010). *Ethnography as participant listening*. SAGE publishion.

¹⁵⁰ Forsey, M., G. (2010) *Ethnography as participant listening*. SAGE publishion.

¹⁵¹ Bryman, A. (2004) *Social Research Methods*. 2nd edition. Oxford University Press. P. 294.

jāvēro kultūras aspekti. Jāpēta kopienu sociālā dzīve un grupas mērķi. Taču pats galvenais ir atklāt kopienas vērtības un komunikācijas pieredzi. Kopienas dalībniekam ir jāzina grupas noteikumi. Katrai kopienai ir izveidoti savi noteikumi, tie ne tikai piešķir kopienai individualitāti, bet arī kopienai raksturīgās vērtības.¹⁵²

Veicot etnogrāfijas pētījumu pētniekam ir nepieciešams izprast sociālos fenomenus, kā arī ir nepieciešams:

1. Empīriskais materiāls
2. Nepieciešams saglabāt atvērtos elementus, kurus nedrīkst kodificēt pētījuma laikā
3. Priekšzināšanas novērošanā¹⁵³

Etnogrāfiskais pētījums atšķiras no citiem pētījumiem ar to, ka :

- 1) etnogrāfiskā pētījuma procesā notiek pētāmo parādību pētīšana ar pētnieka tiešu iesaistīšanos tajā,
- 2) pētnieks iedziļinās pētāmā jautājuma jomā,
- 3) izmanto dažādas pētījuma metodes, tai skaitā neformālas (piemēram, neformālu interviju, kas var notikt spontāni)
- 4) oriģinālu veidu un metožu atrašana, lai piedalītos pētāmās cilvēku kategorijas dzīvē vai pētāmo parādību procesā.

Pētnieks etnogrāfiskajā pētījumā ieņem centrālo vietu, jo viņš ir tas, kas nosaka izpētes vadību, virzienus, viņš seko līdz pētījuma eksperimenta procesam.¹⁵⁴

Ir divi etnogrāfiskā pētījuma veidi:

- 1) atvērtais, kad pētījuma dalībnieki ir informēti par pētījumu,
- 2) slēgtais, kad pētījuma dalībnieki nezina par pētījumu.

Atvērtā pētījuma priekšrocības :

- 1) ierobežots apskatāmo jautājumu loks, kas saistīts ar pētnieka piekļuvi eksperimenta bāzei,
- 2) pētāmā un pētnieka tiešs kontakts,

¹⁵² Saville-Troike, M. (2003). The Ethnography of Communication: An introduction. 3rd edition. Blackwell Publishing. P. 88-89.

¹⁵³ Silverman, D. (2000). Doing Qualitative Research: A Practical Handbook. SAGE publication. P. 197.

¹⁵⁴ Krane, V., Baird, S. (2005). Using Ethnography in Applied Sport Psychology. Journal of Applied Sport Psychology. 17(2), P. 87-107.

3) iespēja patstāvīgi variēt ar eksperimenta gaitu atbilstoši izvirzītajiem uzdevumiem un pētniecības procesa progresā līmeni.

4) pilnīga pētniecības metožu klāsta izmantošana.¹⁵⁵

Slēgtais etnogrāfiskais pētījums ir efektīvāks, jo pētāmie cilvēki vai cilvēku grupas uzvedas daudz dabiskāk, kā arī pētniekam ir iespēja noklusēt par atsevišķām problēmām, kas radušās pētījuma gaitā (piem., kāds no izpētes grupas pārsniedz savas dienesta pilnvaras).¹⁵⁶

¹⁵⁵Hammerslay, M., Atkinson P.(1995).Ethnography: principles in practise. 2nd Edition.London: Routledge.P.133.

¹⁵⁶ Hammerslay, M., Atkinson P.(1995).Ethnography: principles in practise. 2nd Edition.London: Routledge.P.134.

4. KOMUNIKĀCIJAS INTERESES UN PRAKSE VIRTUĀLAJĀS KINOLOĢISKAJĀS DOMUBIEDRU GRUPĀS

Lai labāk izprastu kinoloģiskās domubiedru grupas, jāiepazīstas ar terminiem: kinoloģija, kinologs, kā arī ar pētāmo sociālo portālu draugiem.lv un dogs.lv raksturojumu, kuros ir izveidojušās interešu kopienas jeb domubiedru grupas.

4.1. Kinoloģija

Kinoloģija (no sengrieķu val. (kinos) – suns un (logos) – zinātne) – zinātne par suņiem, šķirnes suņu izaudzēšanu, suņu dresūru, suņu rašanās vēsturi.

Kinoloģija pēta suņu izcelsmi, evolūciju, suņu pieradināšanas procesu, suņu struktūru, bioloģiskās un ģenētiskās īpašības, audzēšanas metodes, barošanas metodes, vairošanās īpatnības, apmācības metodes, deresūras metodes, kā arī uzvedības īpatnības.¹⁵⁷ Turklāt tiek izvērtēts ekterjers, slimības un to veidi, paņēmienu, kā ar tām cīnīties. Tiek pētīta suņu šķirņu izplatīšanās, īpatnības, raksturs un suņu šķirņu piemērotība dažādās nozarēs : darba, aizsardzības, sporta u.c. Tiek izskatīta arī suņu šķirņu vēsturiskā izcelsme, pašreizējais šķirņu stāvoklis un kinoloģiskās īpatnības visā pasaulē.¹⁵⁸

Kinologa profesija

Kinologs ir speciālists kinoloģijā jeb mācībā par suņiem. Viņam ir zināšanas par suņu sugām, viņš pārziņa suņu kopšanu, audzēšanu, ieskaitot dresūru un trenēšanu konkrētu uzdevumu pildīšanai. Kinologs gan pats audzē un apmāca suņus pārdošanai vai speciālu uzdevumu veikšanai, piemēram, darbam policijā pēdu dzīšanai, cilvēku aizturēšanai, glābšanai, narkotiku atrašanai, ļaunprātīgas dedzināšanas atklāšanai,

¹⁵⁷ Блохин, Г. И., Гладких, М. Ю. Иванов, А. А. Овсицер, Б. Р. Сидорова М. В. (2001). Кинология. Учебное пособие для вузов. “Издательство Скрипторий 2000”. С.432.

¹⁵⁸ Блохин, Г. И., Гладких, М. Ю. Иванов, А. А. Овсицер, Б. Р. Сидорова М. В. (2001). Кинология. Учебное пособие для вузов. “Издательство Скрипторий 2000”. С.432.

neredzīgu cilvēku pavadīšanai, gan arī konsultē citus suņu audzētājus. Tāpat profesionāli sagatavo suņus dažāda veida izstādēm un sacensībām, piedalās tajās kopā ar suni vai konsultē par piedalīšanās noteikumiem suņa saimnieku. Kinologs, pētot suņu cilmes dokumentus, atrod piemērotākos partnerus šķirnes suņu pavairošanai, kā arī nodrošina pavairošanu, kucēnu atlasī, medicīnisko apskati, vakcinēšanu, barošanu un kopšanu.

Sagatavojot suņus speciālo uzdevumu veikšanai, kinologs tos īpaši aprīkotā apmācības laukumā regulāri vingrina gan fiziski, gan radina paklausīt komandām un pēc noteiktiem signāliem veikt speciālus uzdevumus, piemēram, pavadīt neredzīgu cilvēku vai noķert un aizturēt noziedznieku līdz brīdim, kamēr ierodas policists. Kinologs seko līdz suņu veselības stāvoklim un nodrošina speciālista aprūpi saslimšanas gadījumos. Kinologs, audzējot un apmācot suņus, veic arī ikdienišķus darbus - savus audzēkņus mazgā un peldina, tīra un apcērp tiem spalvu, apgriež nagus, ved viņus regulārās pastaigās, tīra un dezinficē suņu novietnes.

Kinologs sagatavo barību un baro suņus noteiktā laikā, ievēro katras suņu šķirnes barošanas īpatnības, izvēlas uztura bagātinātājus, nepieciešamības gadījumā piemēro speciālu diētu. Kinologs novēro un pieraksta suņu uzvedību, izzinot sugai un katram atsevišķam indivīdam raksturīgās uzvedības un rakstura iezīmes, lai varētu konsultēt klientus, kuri iegādājas viņa audzētos suņus.¹⁵⁹

4.2. Sociālais portāls www.dogs.lv (*LKF mājaslapa*)

Latvijas kinoloģiskā federācija (LKF) ir dibināta 1974. gadā kā Rīgas suņu audzētāju biedrība. Tagadējo nosaukumu ieguva 1993. gadā. LKF ir lielākā kinoloģijas organizācija Latvijas Republikā, kas apvieno 36 suņu audzētāju klubus. 2004. gadā reģistrēta arī kā izglītības iestāde.

Latvijas kinoloģiskā federācija kopš 1996. gada darbojas Starptautiskās kinoloģiskās federācijas (FCI) sastāvā. 2005. gadā kļuvusi par tās pilntiesīgo biedru, ir arī Amerikāņu Kennel Kluba (AKC) sadarbības partneris.

Latvijas kinoloģiskā federācija nodarbojas ar šķirnes suņu audzēšanu, izstāžu, sporta sacensību organizāciju, suņu apmācību, ar darbības profila saistītu kursu organizāciju.

¹⁵⁹ Sk.2012.16.martā : <http://www.prakse.lv/professions/profession/id/1669>

LKF atšķiras no citiem klubiem un asociācijām . Tā ir vienīgā attiecīgā profila organizācija Latvijā, kura pārstāv Latvijas kinoloģiju FCI, lielākajā pasaules suņu audzētāju organizācijā. LKF ciltsrakstus atzīst vairāk par 80 pasaules valstīm.

Latvijas kinoloģiskā federācija vienīgā Latvijā veic suņiem veselības pārbaudes (acu, locītavu slimībām), lai neļautu vairoties slimiem dzīvniekiem un kucēni būtu veseli.

Tikai Latvijas kinoloģiskajā federācijā reģistrētie suņi var piedalīties visdažādākajās starptautiskajās izstādēs, kuras rīko vadošās kinoloģiskās organizācijas pasaulē - FCI klubi, Amerikas Kennel Klubs un Kennel Klubs (Lielbritānija).¹⁶⁰

4.3. Sociālais portāls www.draugiem.lv

Draugiem.lv ir viens no atpazīstamākajiem un atzītākajiem zīmoliem Latvijā. Bez tam - draugiem.lv ir vadošais sociālais portāls Latvijā, kas savu darbību ir uzsācis 2004. gadā. Jau 8 gadus portāls sevi pozicionē kā vietu, kur sākas draudzība.¹⁶¹

Portāls ir plašam sabiedrības lokam paredzēts dažāda veida aktivitāšu un savstarpējās komunikācijas portāls. Portālā reģistrēts lietotājs jebkurā brīdī var izbeigt savu dalību portālā reģistrēta lietotāja statusā, dzēšot savu portālā izveidoto profilu.

Katrs portāla lietotājs ir pilnībā atbildīgs par jebkuru informāciju, kuru tas ievieto portālā vai nosūta citiem portāla lietotājiem, kā arī uzņemas pilnu atbildību par sekām, kuras rodas šādas informācijas ievietošanas vai nosūtīšanas rezultātā.¹⁶²

Portālā ir aizliegts ievietot vai nosūtīt citiem portāla lietotājiem informāciju, kas :

1. aizskar vai pārkāpj trešo personu intelektuālā īpašuma (autortiesības u.c.) tiesības;
2. aizskar personas godu un cieņu;
3. aicina uz vardarbību, rasu naidu vai citu prettiesisku darbību veikšanu;
4. ir vulgāra, ķengājoša vai citādā veidā aizskaroša;¹⁶³

¹⁶⁰ Sk.2012.1.maijā : <http://www.dogs.lv/index.php?mode=lkf&id=0>

¹⁶¹ Sk.2012.1.maijā : <http://www.tvnet.lv/tehnologijas/internets/372665->

¹⁶² Sk.2012.1.maijā: <http://www.draugiem.lv/help/?tab=3>

¹⁶³ Sk.2012.1.maijā : <http://www.draugiem.lv/help/?tab=3>

Viena no sociālo tīklu servisu pamatidejām ir “savest kopā” cilvēkus, kas interesējas par vienām un tām pašām lietām. Vai nu tā būtu makšķerēšana, puķu audzēšana, suņu audzēšana vai pastmarku kolekcionēšana. Sociālie tīkli ir ļoti pateicīgi tieši šajā ziņā, tāpēc portālā draugiem.lv tika izveidota sadaļa - domubiedru grupas, kas apvieno lielu skaitu cilvēku, kas var dalīties ar savu pieredzi un kopā apsriest savas intereses. Tas cilvēkam ir svarīgi principā un internetā (izmantojot sociālos tīklus) cilvēkam šī iespēja ir krietni atvieglota.¹⁶⁴

Draugiem.lv pirmsākumi bija biznesa projekts par T-kreklu pārdošanu internetā. Lauris Liberts, draugiem.lv veidotājs, vērojot komunikācijas portālu pieaugošo izplatību pasaulē, nolēma sapulcēt ap sevi desmitiem tūkstošu lietotāju, lai veiksmīgāk varētu attīstīt apdrukātu T-kreklu biznesu. Kopā ar domubiedriem pāris mēnešu laikā tapa jaunais portāls. Tikai retajam tolaik, skatoties uz pāris profiliem un minimālajām papildus iespējām, varēja rasties nojausma, ka šim projektam iespējama nākotne un neviens nespēja iedomāties, kāda tā būs.¹⁶⁵

Precīzs datums, kad draugiem.lv svin savu dzimšanas dienu nav noteikts, jo neviens nevar pateikt, kuru tieši var uzskatīt par svarīgāko datumu – vai dienu, kad palaista pirmā testa versija, dienu, kad reģistrēts pirmais īstais lietotājs vai dienu, kad izsūtīts pirmais ielūgums? Tāpēc datums ir manīgs gluži kā pats draugiem.lv. Parasti svinības notiek pavasarī. Draugiem.lv pastāv jau 8 gadus.¹⁶⁶

Portālam ir jāmainās un jāatbilst pasaules dizaina un funkcionālajiem standartiem. „Mēs nepārtraukti vērojam, kas notiek pasaulē, kādas ir globālās tendences un idejas, kas mums patīk, realizējam pie sevis, ņemot vērā portāla specifiku un lietotāju intereses”, stāsta Agnese Zērne, draugiem.lv direktore.¹⁶⁷ “Protams, mēs nevaram pretendēt uz visstraujāk augošā portāla titulu, jo esam tuvu griestiem, tomēr proporcionāli kopējam interneta lietotāju skaitam pieaug arī draugiem.lv lietotāju skaits un, kas vēl būtiskāk, pieaug kvalitatīvie un lojalitātes rādītāji,” uzsver G.Meluškāns, draugiem.lv radošais direktors. Pēc viņa domām draugiem.lv varētu ievietot pasaules sociālo tīklu TOP 10.¹⁶⁸

¹⁶⁴ Sk.2012.1.maijā : <http://krizdabz.lv/internet/13-lietas-kas-mani-patik-socialajos-tiklos/>

¹⁶⁵ Sk.2012.1.maijā : <http://krizdabz.lv/latvijas-internets/daudz-laimes-dzimsanas-diena-draugiemlv/>

¹⁶⁶ Sk.2012.1.maijā : <http://www.nozare.info/draugiem-lv-7-gadu-jubileja-un-jauna-portala-versija/>

¹⁶⁷ Sk.2012.1.maijā : <http://www.nozare.info/draugiem-lv-7-gadu-jubileja-un-jauna-portala-versija/>

¹⁶⁸ Sk.2012.26.maijā : <http://www.balticmedianews.lv/socialos-tiklus-latvija-lieto-arvien-vairak>

Draugiem.lv radošais direktors norāda, ka pēc viena lietotāja apskatīto lapu skaita draugiem.lv ievērojami apsteidz visus zināmākos portālus - Facebook.com viena lietotāja apskatīto lapu skaits ir 661, Hi5 - 351, Myspace.com - 261, Twitter.com - 67, savukārt draugiem.lv tie ir 1415.¹⁶⁹ Latviešu sociālais tīkls draugiem.lv lielāko lietotāju aktivitāti piedzīvoja 2010. gada martā, kad tika atklāta interneta spēle “Ferma”.¹⁷⁰

draugiem.lv 2010. gads skaitļos un faktos:

- **1 147 657** reģistrēti lietotāji Latvijā (57% no visiem Latvijas iedzīvotājiem)
- **800 000** lietotāju ienāk portālā vismaz reizi mēnesī (aptuveni katrs trešais Latvijas iedzīvotājs)
- **500 000** lietotāju ienāk portālā katru dienu
- Izveidotas **5118** draugiem.lv lapas un tām seko **2 994 877** portāla lietotāji¹⁷¹

draugiem.lv statistika 2011. gadā :

Draugiem.lv lietotāju skaits - **1'208'200** (02.2011.)

No iedzīvotāju skaita - **58,4%**

No Interneta lietotāju skaita – **83, 5%**

Lai ieskats Latvijas portālu auditorijā būtu pilnīgāks, darba autore izmanto Gemuis datu tabulu. (skat.4.1.tabulu)¹⁷²

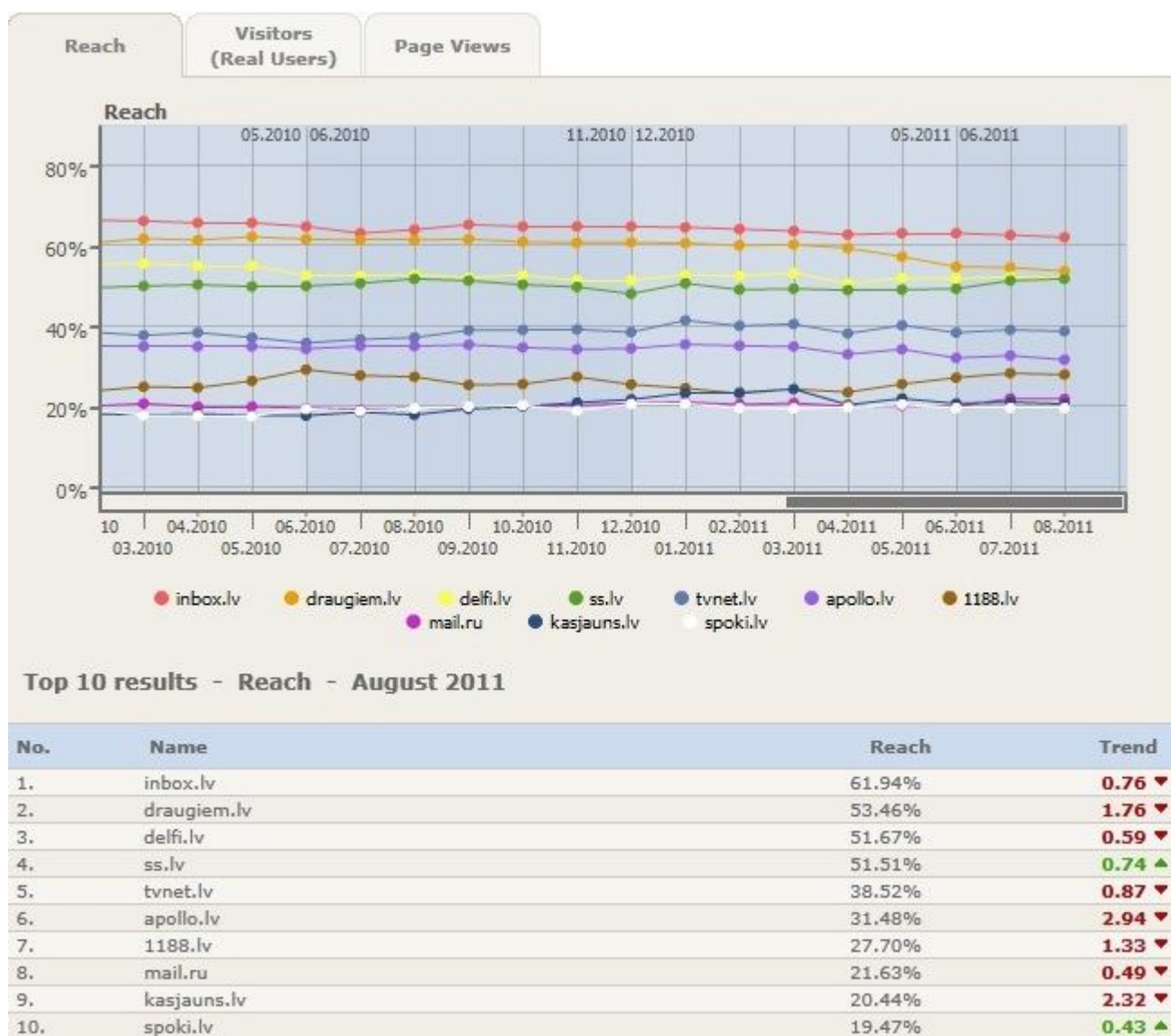
¹⁶⁹ Sk.2012.26.maijā : <http://www.balticmedianews.lv/socialos-tiklus-latvija-lieto-arvien-vairak>

¹⁷⁰ Sk.2012.26.maijā : <http://www.balticmedianews.lv/socialos-tiklus-latvija-lieto-arvien-vairak>

¹⁷¹ Sk.2012.26.maijā : <http://krizdabz.lv/latvijas-internets/draugiem-lv-2010-gads-skaitlos-un-faktos/>

¹⁷² Sk.2012.26.maijā : <http://www.lia.lv/statistika/>

Latvijas portālu auditorija (Gemuis dati 08.2011.)



Pētījumā darba autore izmantoja abu augstāk minēto sociālo portālu kinoloģisko domubiedru grupu analīze. Šie sociālie portāli tika izvēlēti, jo pēc pētnieces domām, tie ir vieni no zināmākajiem un apmeklētākajiem sociālajiem

portāliem Latvijā un tautiešiem ārpus tās, ko izmanto cilvēki, lai dalītos virtuālajā informācijā par kinoloģiju.

Ar elektronisko aptauju, kas ievietota un apstrādāta www.webanketa.lv, pētniece iegūs vispārīgu ieskatu šajās kopienās. Tā, kā maģistra darba pētnieciskais lauks ir sociālo portālu draugiem.lv un dogs.lv kinoloģiskās domubiedru grupas, aptauja tika izveidota specifiski tiem cilvēkiem, kuri ir reģistrējušies šajās domubiedru grupās. Aptauja tiks izplatīta šo kinoloģisko domubiedru grupu ietvaros, publicējot anketu iepriekš izveidotās diskusijās. Lai veiktu pētījumu, pētniece reģistrējas abās sociālo portālu domubiedru grupās, tā kļūstot par kopienas locekli. Tā ir priekšrocība, ar kuras palīdzību pētniece ieguva priekšstatu par kopienas komunikatīvo kontekstu, kopienas valodu, aktivitātēm, interesēm un kļūš par līdzdalībnieci diskusijām, kas ir nepieciešams etnogrāfiskā novērojuma veikšanai.

Draugiem.lv kinoloģiskajai domubiedru grupai ar nosaukumu „Kinoloģija un tikai” ir sadaļa diskusijas, kurā jebkurš kopienas loceklis var ievietot informāciju vai jautājumu par sev noderīgu tematu. Pārējiem kopienas locekļiem ir iespēja iesniegt komentāru, kas var veidot jaunas diskusijas, vai arī atbildēt konkrētās diskusijas veidotājam. Diskusijas ir iespējams sagrupēt pēc ieraksta datuma vai aktualitātes.

Dogs.lv kinoloģiskajai domubiedru grupai ar nosaukumu „Forums” ir sešas kategorijas :

1. Izstādes un apmācība (kur notiek izstādes, cik tās maksā, izstāžu reģistrācija, eksāmeni, pārbaudes, hendleru pakalpojumi un apmācība, suņu apmācības laiki, vieta, kinologi u.c informācija)
2. LKF kinologu kursi (informācija par kinologu kursiem, semināriem u.c.)
3. Pazudušie un atrastie dzīvnieki (pazudušie, atrastie suņi, meklē jaunas mājas, vajadzīga palīdzība)
4. Gribi nopirkt suni? (piedāvā suņus pārdošanai, vēlas iegādāties suni, suņu šķirņu raksturojumi u.c.)
5. Biežāk uzdotie jautājumi (jautājumu saraksts un atbildes)
6. LKF darba jautājumi (diemžēl šajā kategorijā nav ierakstu)

Katrā no augstāk minētajām kategorijām grupas biedrs var pievienot jaunu diskusiju vai papildināt esošo, kā arī iesniegt komentārus un attēlus.

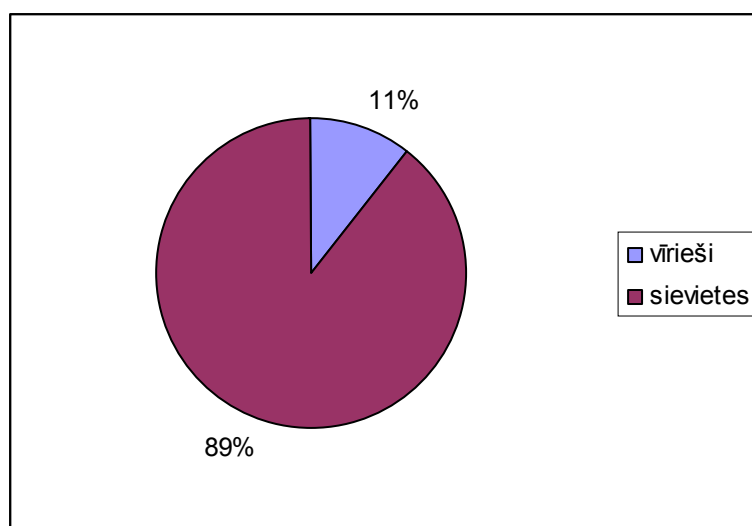
Pēc 2012. gada maija datiem dogs.lv kinoloģisko interešu grupā ir reģistrējušies 6316 kopienas dalībnieku, bet draugiem.lv kinoloģisko interešu grupā ir reģistrējušies 2893 kopienas dalībnieki.

Kinoloģisko interešu grupu dalībnieku aptauja tika publicēta 2012. gada aprīļa beigās. Anketas tika sastādītas, ņemot vērā vadlīnijas daudzpusīgās izvēles jautājumu veidošanai. Tika iegūtas 214 anketas (aptaujas anketu sk. *1.pielikumā*).

Ar etnogrāfijas metodi tika izanalizētas 325 diskusijas un 5390 komentāri. Analīzes laika posms: 2012.gada 1. janvāris - 2012. gada 20. maijs. Lai ievērotu etnogrāfijas metodes teorijas principus, darba autore pierēģistrējās abās kinoloģiskajās domubiedru grupās.

4.4. Virtuālo kinoloģijas kopienu analīze

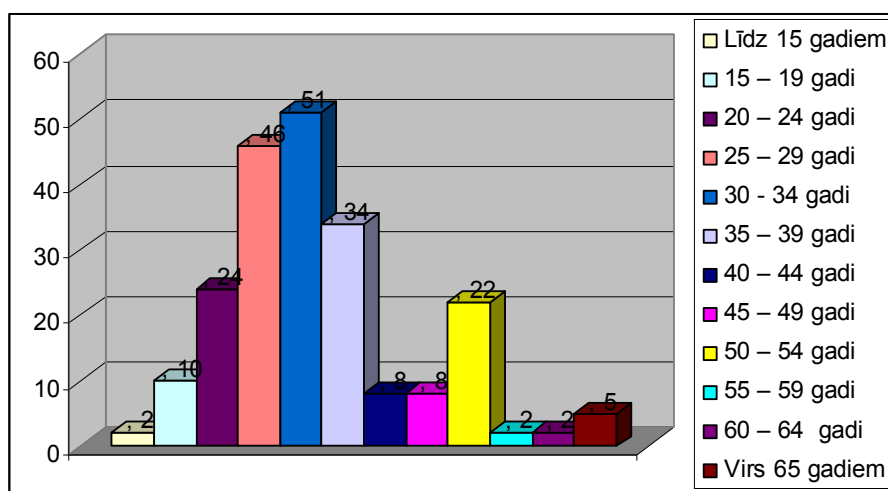
Vispirms autore analizēja iegūtos aptaujas datus par kinoloģisko interešu grupu aptaujas dalībnieku sastāvu. Kā redzams 4.1.att. kopienā dominē sievietes- 89% procenti no visiem grupas biedriem. Vīrieši pārstāv tikai 11% grupas. Darba autore



4.1. att. Kopienas dalībnieku skaits

pārliecinājās, ka vīrieši ir mērķtiecīgāki šīs kopienas dalībnieki, jo tikai 1 no viņiem aptaujas anketā norādīja, ka apmeklē šo kopienu tāpēc, ka jūtas garlaicīgi. Pārējiem ir interese par kinoloģiju un procesiem konkrētajā kopienā.

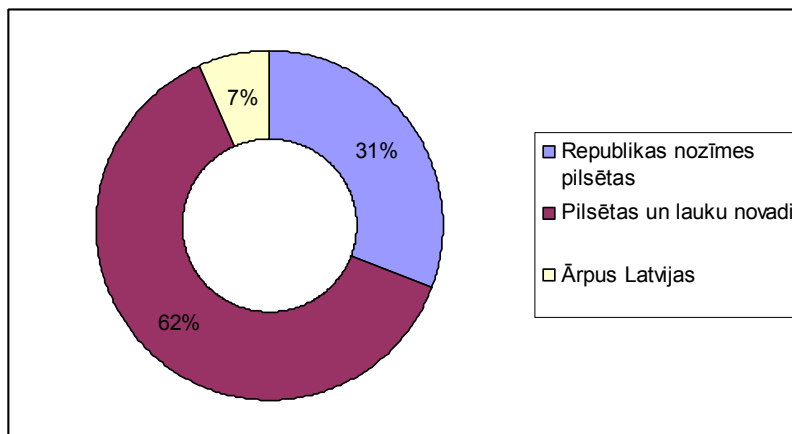
Darba autore analizēja kopienas dalībnieku sastāvu arī pēc nosacītām vecuma grupām. Dalībnieku vecums ir dažāds (sk.4.2.att.).Visvairāk kopienas biedru ir vecumā no 30 līdz 34 gadiem un no 25 līdz 29 gadiem. Vidējais kopienas biedru vecums ir 29,6 gadi.



4.2. att. Kopienas dalībnieku vecuma grupas

Aptaujas dati apliecināja, ka kopienas tēmas ir aktuālas arī jauniešu un senioru vidū.

Apkopojot datus par respondentu dzīves vietu, darba autore secināja, ka lielākā daļa kopienas dalībnieku dzīvo pilsētās un lauku novados – 62%, bet 31% kopienas dalībnieku dzīvo republikas nozīmes pilsētās un tikai 7% dzīvo ārpus Latvijas robežām.(sk.4.3.att.)



4.3.att. Kopienas dzīvesvieta

Apstiprinājās, ka kibertelpā sociālā dzīve netiek organizēta nacionālas valsts kontekstā, tā norit globālajā „plūsmā”, teorija ¹⁷³, par ko minēts 2.2. sadaļā Virtuālā kopiena. Aptaujas dalībnieki, kas nav Latvijas iedzīvotāji, kā savas dzīves vietas norādīja gan Vāciju un Angliju, gan Šveici, Krieviju, Īriju u.c. valstis.

Uz jautājumu: *Kādēļ izvēlējāties reģistrēties kinoloģijas interešu grupā?* respondentu atbildes bija visdažādākās. Ieskats atbilžu variantos, kuri izskanēja vairākas reizes:

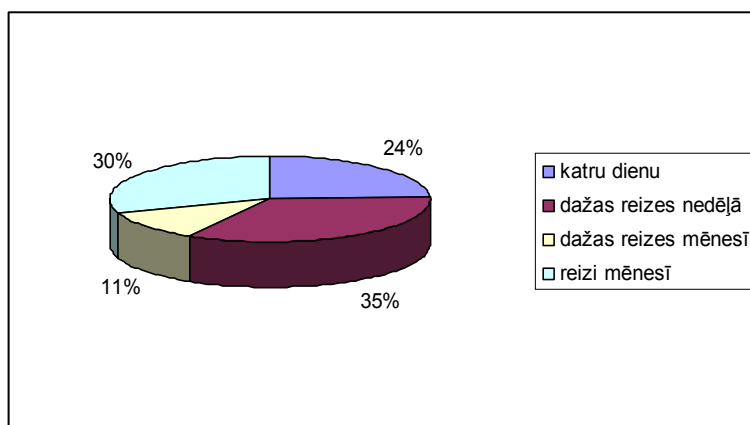
- Reģistrējos, jo man ir suns
- Reģistrējos, jo man interesē kinoloģija
- Reģistrējos, lai iegūtu informāciju
- Reģistrējos pieredzes un domu apmaiņai ar citiem dalībniekiem
- Reģistrējos, jo patīk suņi
- Reģistrējos, jo iegādājos suni (lai iegūtu informāciju par audzēšanu, kopšanu un apmācību)
- Reģistrējos, jo šī kopiena ir saistīta ar manu darbu
- Reģistrējos, jo ieteica kolēģis, draugs

Savukārt, četri respondenti atbildēja, ka nav reģistrējušies šajā kopienā, viņi tikai vēro.

Kā redzams, atbilžu varianti liecina par to, ka cilvēki šajā kopienā iesaistās tapēc, lai iegūtu informāciju par suņu audzēšanu, kopšanu un apmācību. Virtuālās kopienas locekļiem ir vienādas intereses, jo pārsvarā visiem dalībniekiem vai nu ir suns, vai arī ļoti patīk suņi.

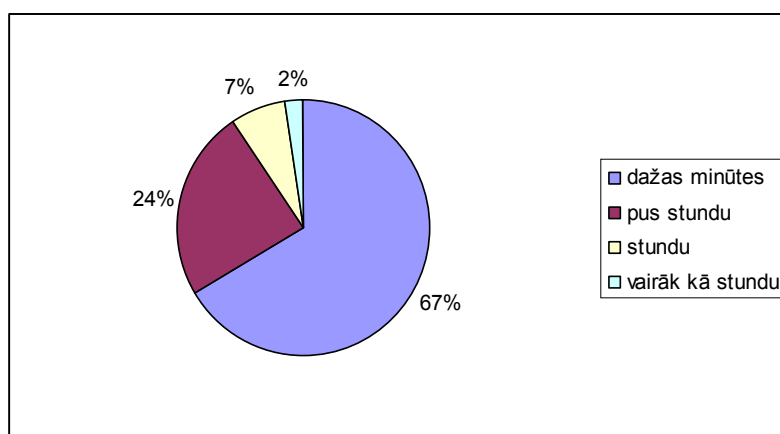
Uz jautājumu: *Cik bieži Jūs ielogojaties šajā domubiedru grupas lapā?* lielākā daļa – 35% kopienas dalībnieku atbildēja, ka ielogojas dažas reizes nedēļā, 30% dalībnieku atbildēja, ka ielogojas domubiedros reizi mēnesī, bet 24% dalībnieku ielogojas katru dienu. Darba autore secināja, ka tas ir augsts rezultāts, jo nozīmē, ka interese par notiekošo grupā ir liela. Savukārt, 11% dalībnieku ielogojas grupā dažas reizes mēnesī. (sk.4.4.att.)

¹⁷³ Ринкявичюс. Л, Буткявичене. Э.(2007) .Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве.С. 19. Sk.2012.20.martā : <http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>



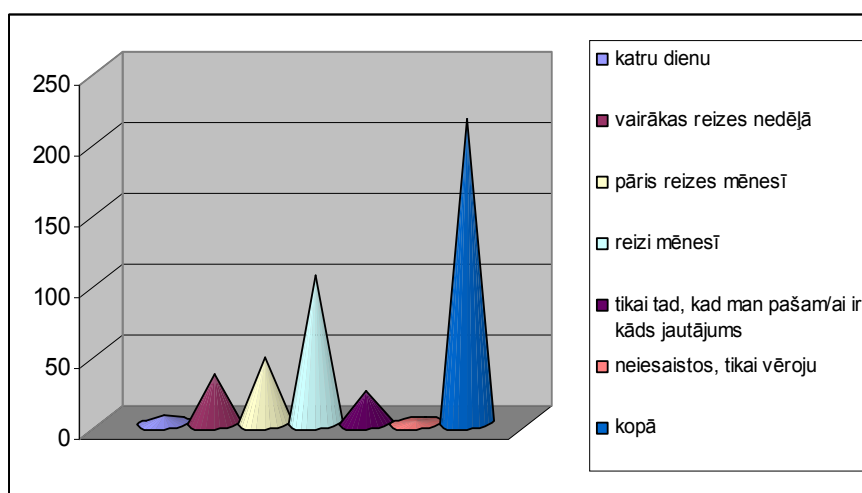
4.4.att. Domubiedru grupas apmeklēšanas biežums

Darba autore vēlējās noskaidrot ,cik daudz laika cilvēki velta kopienai, uzdodot jautājumu : *Apmēram, cik laika Jūs veltāt domubiedru grupai, kad esat ielogojies/usies?* 67% respondentu atbildēja, ka interešu kopienā pavada dažas minūtes, 24% respondentu atbildēja, ka kopienā pavada pus stundu, 7% dalībnieku kopienā pavada stundu un 2% dalībnieku kopienā pavada vairāk kā stundu. (sk.4.5.att.) Autore secina, ka domubiedru grupā ir gan pasīvie, gan aktīvie biedri. Taču kopienai laiks tiek veltīts un tas ir pats galvenais.



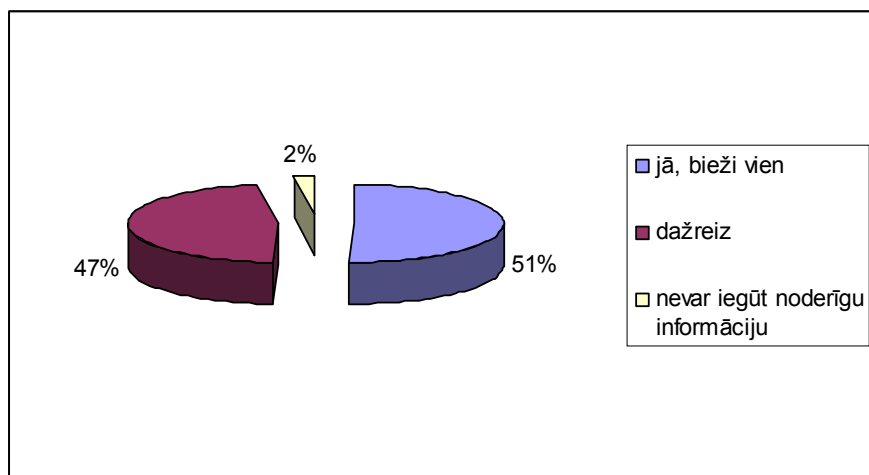
4.5.att. Kinoloģiskās kopienas dalībnieku pavadītais laiks virtuālajā kopienā

Uz jautājumu: *Cik bieži Jūs iesaistāties diskusijās?* lielākā daļa- 48,59 % respondentu atbildēja, ka diskusijās iesaistās reizi mēnesī, 21,49% diskusijās iesaistās dažas reizes mēnesī, 15,90 % dalībnieku diskusijās iesaistās vairākas reizes nedēļā, 10,75 % respondentu to dara tikai tad, kad viņam pašam ir kāds jautājums , bet 2,34 % respondentu atbildēja, ka diskusijās iesaistās katru dienu. Tikai 0,93 % aptaujāto atbildēja, ka diskusijās neiesaistās, tikai vēro. (sk.4.6.att.) Darba autore secina, ka šajā domubiedru grupā ir aktīvi, ļoti aktīvi un pasīvi grupas locekļi. Aptaujas rezultāti atklāj, ka visi domubiedru grupas dalībnieki iesaistās diskusijās, un tikai nepilns 1% no grupas locekļiem diskusijas vēro. Pastāv iespējamība, ka , izskatot viņiem saistošai tēmai, arī pasīvie grupas locekļi var sākt iesaistīties diskusijās.



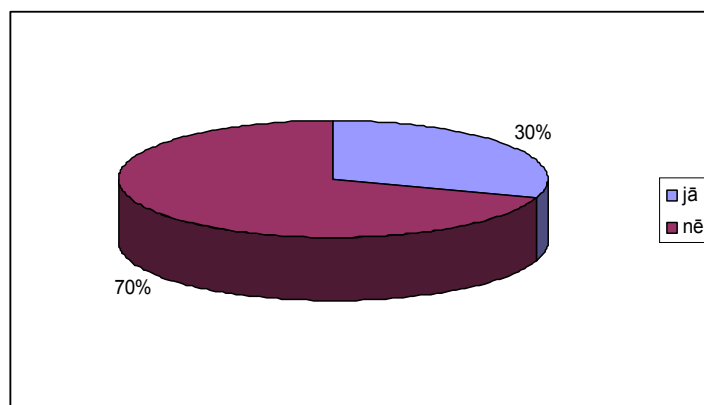
4.6.att. Kopienas dalībnieku diskusiju intensitāte

Uz jautājumu : *Vai piedaloties diskusijās var iegūt noderīgu informāciju?* 51% jeb lielākā daļa virtuālās kopienas dalībnieku atbildēja, ka diskusijās var iegūt noderīgu informāciju, 47% dalībnieku atbildēja, ka dažreiz var iegūt noderīgu informāciju, bet 2% atbildēja, ka diskusijās nevar iegūt noderīgu informāciju. (sk.4.7.att.) No šiem rezultātiem autore secināja, ka lielākā daļa kopienas biedru iegūst sev noderīgu informāciju , jo tikai 2% no kopienas biedru uzskata, ka no diskusijām nevar iegūt noderīgu informāciju.



4.7.att. Noderīgas informācijas iegūšana diskusijās

Darba autori interesēja, vai aptaujājamie zin kādu kinoloģijas domubiedru grupu, kas darbojas reālajā vidē? Uz šo jautājumu lielākā daļa jeb 70% respondentu atbildēja, ka nezina kinoloģijas domubiedru grupas, kas darbotos reālajā vidē, taču 30% respondenti atzina, ka zina kinoloģijas domubiedru grupas, kas darbojas reālajā vidē. (sk.4.8.att.) Autore secina, ka kinoloģijas domubiedru grupas pastāv arī reālā vidē.



4.8.att. Informācija par domubiedru grupu, kas darbojas reālajā vidē

Autore apkopoja aptaujas atbildes uz jautājumu: *Kāpēc cilvēki izvēlas darboties virtuālajās domubiedru grupās?* 27,10% kopienas dalībnieku atbildēja, ka šīs grupas ietaupa laiku, nav jāiet ārpus mājas, lai kontaktētos ar citiem cilvēkiem, 18,21% grupas biedru atbildēja, ka virtuālajās kopienās, var izvēlēties, kurās

diskusijās iesaistīties un kurās neiesaistīties, 16,37% domā, ka šādi var iegūt ģeogrāfiski plašākas auditorijas viedokli, 14,02% grupas locekļu uzskata, ka virtuālajās kopienās var brīvi izteikties, 6,08% uzskata, ka ir lielas mobilitātes iespējas, 5,61% biedru uzskata, ka šajās kopienās nav jābaidās no tiešas kritikas, 4,67% dalībnieku ir apmierināti, jo nav tieša kontakta ar citiem cilvēkiem, 2,8% domā, ka virtuālajās kopienās ir lielāka anonimitāte un tajās var izlādēt emocijas, kuras reālajā vidē paturētu pie sevis, bet 2,34% uzskata, ka šajās kopienās nav jāuzņemās atbildība par negatīvām sekām, kādas var rasties. (sk.4.2.tab.) Iegūtie rezultāti liecina par to, ka kopienas locekļu domas dalās dažādos viedokļos, taču lielākā daļa piekrīt tam, ka virtuālās kopienas ietaupa cilvēku laiku, jo nav nekur jāiet, lai satiktos, komunicēt ar citiem cilvēkiem var ,atrodies savā dzīvesvietā.

4.2.tabula

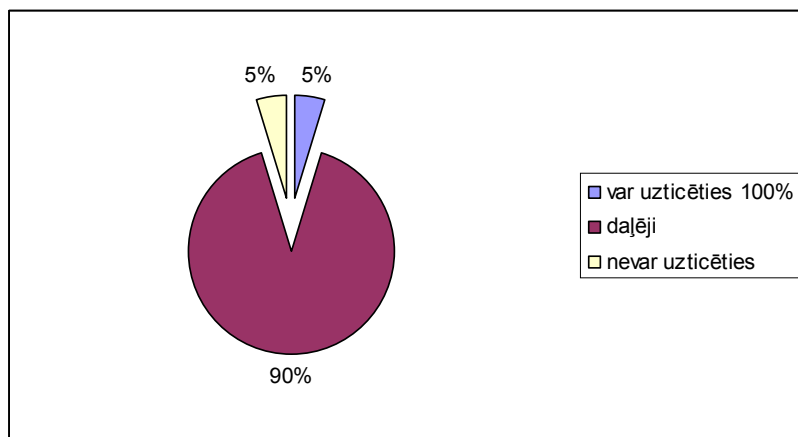
Respondentu izvēles pamatojums darboties virtuālajās domubiedru grupās

Atbilžu varianti	Skaitis	%
Tas ietaupa laiku, nav nekur jāiet, lai kontaktētos ar citiem cilvēkiem	58	27,10
Nav tieša kontakta ar citiem cilvēkiem	10	4,67
Nav jābaidās no tiešas kritikas	12	5,61
Var brīvi izteikties	30	14,02
Var izlādēt emocijas, ko nedarītu reālajā telpā	6	2,80
Var izvēlēties diskusijas, kurās piedalīties	39	18,21
Nav atbildības par negatīvām sekām, kādas var rasties	5	2,34
Lielāka anonimitāte	6	2,80
Liela mobilitātes iespējas	13	6,08
Var uzzināt ģeogrāfiski plašākas auditorijas viedokli	35	16,37
Kopā:	214	100

Uz jautājumu: *Cik lielā mērā var uzticēties informācijai, kas ir izvietota šajā domubiedru grupā?*, darba autore vēlējās noskaidrot informācijas ticamību. Lielākā daļa jeb 90% kopienas biedru domā, ka informācijai var uzticēties daļēji un 5% domā,

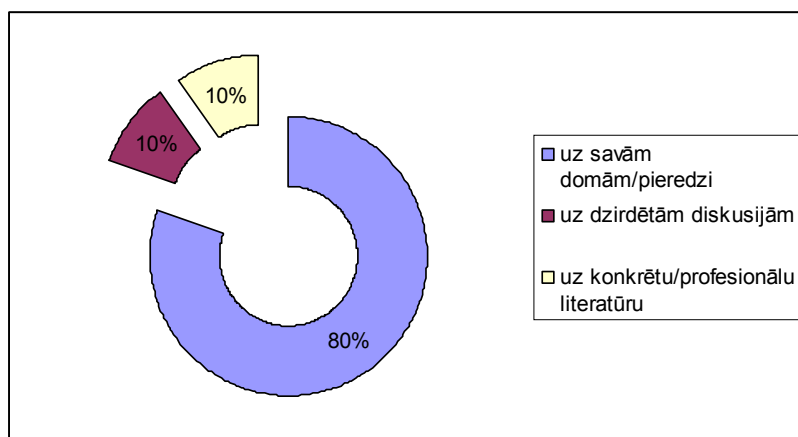
ka informācijai var uzticēties pilnībā. Tik pat respondentu domā, ka informācijai domubiedru grupā uzticēties nedrīkst. (sk.4.9.att.)

Rezultāti liecina, ka starp grupas biedriem ir tikai daļēja uzticēšanās. Iespējams, tas ir tāpēc, ka nav „aci pret aci” kontakta. Jāatzīst, ka mūsdienu cilvēki uzticas svešiniekiem ar lielu piesardzību.



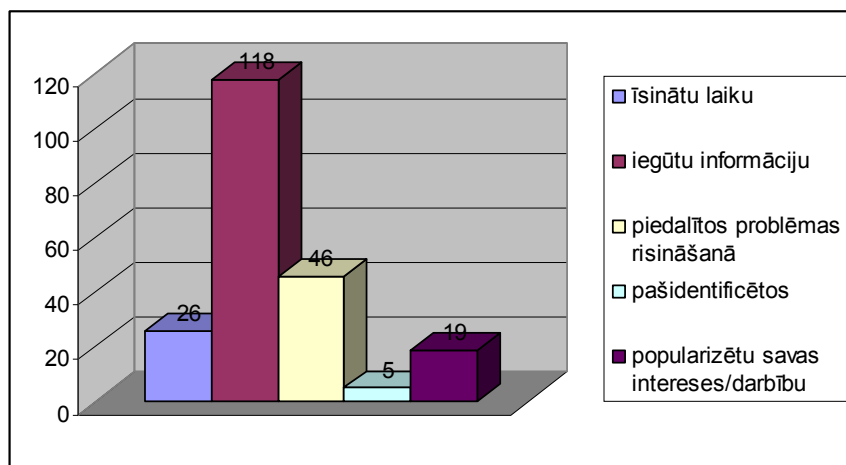
4.9.att. Informācijas ticamība domubiedru grupā

Sniedzot informāciju kinoloģijas interešu grupā Jūs balstāties uz: ? Uz šo jautājumu respondenti (80%) atbildēja, ka lielākoties balstās uz savam domām un pieredzi, 10% balstās uz dzirdētām diskusijām un tik pat – 10% - balstās uz konkrētu literatūru. (sk.4.10.att.) Darba autore pārlicinājās, ka kopienas locekļi diskusijās pārsvarā sniedz informāciju balstoties uz savu personīgo pieredzi.



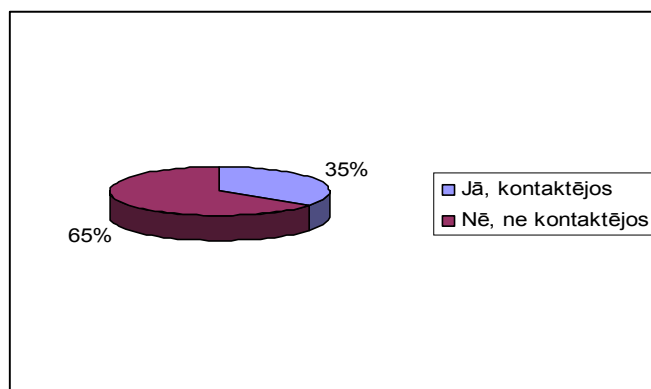
4.10.att. Kopienai sniegtās informācijas avots

Autori interesēja jautājums, kas pamudina cilvēkus iesaistīties kinoloģijas kopienā. Uz jautājumu: *Jūs darbojaties kinoloģijas interešu grupā, lai: ?* lielākā daļa jeb 55% kopienas dalībnieku atbildēja, ka darbojas šajā kopienā, lai iegūtu informāciju, 21% dalībnieku darbojas, lai palīdzētu atrisināt problēmas, 12% dalībnieku darbojoties kopienā īsina savu laiku, 9% darbojas, lai popularizētu savas intereses/darbību un 2% no kopienas dalībniekiem darbojas kopienā, lai pašidentificētos. (sk.4.11.att.) Pēc iegūtajiem aptaujas rezultātiem autore var secināt, ka virtuālās kinoloģijas kopienas dalībnieki vēlas iegūt sev noderīgu informāciju un palīdzēt citiem kopienas biedriem atrisināt problēmas. Tātad kopienas vērtības ir izpalīdzēt citam, kad tas ir nepieciešams. Interesants ir arī fakts, ka daži kopienas dalībnieki cenšas popularizēt savu darbību un pašidentificēties. Domājams, ka popularizējot savu darbību, dalībnieki palīdz pārējiem dalībniekiem izvēlēties labāko iespēju no vairākām.



4.11.att. Darbošanās iemesls kopienā

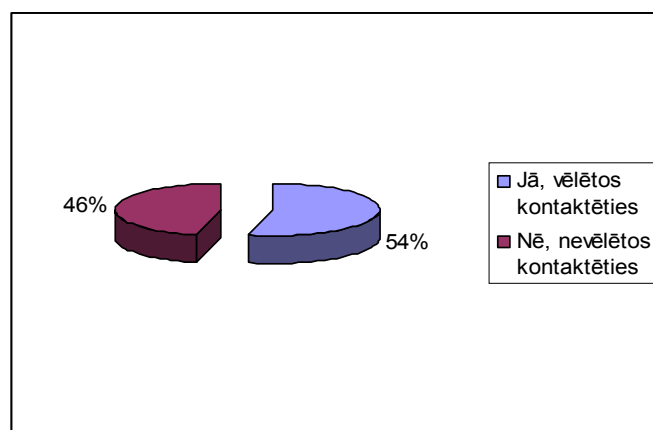
Uz jautājumu: *Jūs kontaktējaties ar domubiedriem reālajā vidē?* 65 % respondentu atbildēja, ka reālajā vidē nekontaktējās ar citiem kopienas locekļiem, 35% respondentu atbildēja, ka kontaktējas reālajā vidē. (sk.4.12.att.) Aptaujas rezultāti liecina, ka daļa kopienas locekļu satiekas un kontaktējās reālajā vidē. Tātad šie dalībnieki nebaidās no „aci pret aci” komunikācijas un uzticas saviem virtuālajā pasaulē satiktajiem domubiedriem.



4.12.att. Komunikācija ar kopienas biedriem reālajā vidē

Jūs vēlētos kontaktēties ar domubiedriem reālajā pasaulē? Uz šo jautājumu

atbildēja tie kopienas locekļi, kuri uz iepriekšējo jautājumu atbildēja noraidoši. 54% kopienas locekļu atbildēja, ka vēlētos kontaktēties ar pārējiem kopienas locekļiem reālajā vidē, taču 46% atbildēja, ka nevēlētos tikties ar pārējiem kopienas biedriem. (sk.4.13.att.) Kā redzams, viedokļi dalās gandrīz uz pusēm – vieni gribētu kontaktēties un komunicēt reālajā vidē, bet otri atkal kategoriski noraida šo vēlmi. Domājams, tas ir tāpēc, ka virtuālajā vidē komunicēt ir ērtāk, cilvēki nejūtas par sevi pārlicināti, tāpēc nevēlas sagraut savu izdomāto tēlu citu acīs.



4.13.att. Vēlme kontaktēties ar kopienas biedriem reālajā vidē

Darba autore vēlējās noskaidrot, kā pēc kopienas dalībnieku domām grupas dzīvi var padarīt interesantāku, tāpēc uzdeva jautājumu, kas reti izsauc entuziasmu: *Jūsu ieteikumi/priekšlikumi interešu grupas pilnveidošanai?* Kinoloģijas kopienas dalībnieku viedokļi bija:

- Kopienai vajag izteiktākus līderus, lai kopienas diskusijas kļūtu vēl interesantākas
- Vajadzīga lielāka aktivitāte no grupas dalībniekiem
- Negatīvās emocijas un komentārus dalībniekiem jāpatur pie sevis
- Katru nedēļu veikt pārskatu par konkrētu suņu šķirni
- Vajadzētu kopienai piesaistīt vēl kādus kinologus
- Retāk lietot vārdu saīsinājumus
- Veidot kinoloģijas kopienas realajā vidē
- Grupai varētu būt kontrole, kura kontrolētu negatīvos komentārus un necenzēto vārdu lietojumu
- Nestrīdēties un vairāk pozitīvisma
- Neatkārtot diskusijas, vairāk daudzveidības

Lielākā daļa kopienas dalībnieku uzskata, ka grupai vajadzētu piesaistīt vēl kādus kinologus, kuri varētu paust profesionālu viedokli. Daudzi domubiedri domā, ka kopienā ir pārāk daudz negatīvisma, un daži dalībnieki speciāli izraisa asas diskusijas, lai varētu izlādēt savas negatīvās emocijas, kas ļoti traucē pārējiem grupas biedriem komunicēt. Bieži vien kopienā izceļas pāris grupas biedri, kuri iesaistās diskusijās, lai pierādītu savu taisnību, to nepamatojot un aizskarot citus grupas biedrus ar necenzētiem vārdiem. Šiem biedriem „iekost citam” ir kā salda is ēdiens, bet tas, protams, rada grupā diskomfortu. Pēc šādiem konfliktiem daži kopienas locekļi baidās izteikt savas domas vai ievietot diskusiju, baidās par negatīvismu, kas viņus sagaida, lai gan ierosinātās tēmas mērķis ir bijis iegūt informāciju, viedokli vai ieteikumu kādā situācijā. Grupas biedri domā, ka šādās situācijās kopienai būtu nepieciešama kontrole, kas šos negatīvos un dažkārt necenzētos komentārus ierobežotu.

Atsaucoties uz visu iepriekš minēto aptauju rezultātiem, darba autore secina, ka, lai gan kinoloģijas kopienā ir dažādas komunikatīvās problēmas, lielākā daļa biedru ir apmierināti ar kopienas darbību, jo tā ir iespēja iegūt informāciju, padomus, dažādas dzīvesgudrības, cilvēku viedokli un pozitīvas emocijas.

Maģistra darba pētījuma ietvaros tika veikts etnogrāfijas novērojums. Novērojuma gaitā tika veidoti pieraksti un krāti dati jeb veidots empīriskai materiāls, kuru vēlāk darba autore analizēja, lai pēc tam to interpretētu. Kopumā tika izanalizētas 325 diskusijas un 5390 komentāri. Analīzes laika posms: 2012.gada 1.

janvāris - 2012. gada 20. maijs. Lai ievērotu etnogrāfijas metodes teoriju, pētniece pierēģistrējās abās kinoloģiskajās domubiedru grupās.

Katru dienu kinoloģiskajās interešu kopienās notika aktivitātes: tika pievienotas jaunas diskusijas un komentāri, kā arī papildinātas esošās diskusijas.

Izanalizējot un apkopojot novērojuma pierakstus, darba autore ieguva tēmu kategorijas, par kurām kopienas dalībnieki interesējas visbiežāk:

- *Suņu audzināšana* (kā pareizi audzināt suni, kā pareizi suni barot, suņa attīstības specifika - katrai suņu šķirnei tā var būt savādāka, kādas rotaļlietas ir labākas sunim, kad sunim nomainās piena zobi, ko darīt, ja kucēns nokārtojas istabā, kā iemācīt kucēnam negrauzt saimnieka mantas un elektroierīču kabeļus, suņa veselības stāvoklis, kā attārpot kucēnu, kucēna cilstraksti).

Ieskats novērojuma pierakstos:

31.01.2012. – *Kucēns naktī neguļ. Ko darīt, ja kucēns naktī neļauj izgulēties saimniekam?* Kopienas biedri dalās pieredzē un apgalvo, ka kucēns ir kā mazs bērns – tas ir normāli, ka viņš naktī ceļas augšā un modina saimnieku. Ar šo situāciju ir jāaprod, kamēr kucēns paaugsies.

06.02.2012. – *Kā iemācīt nokārtoties kucēnu vienā vietā, nevis visā mājā?* Domubiedri dalās pieredzē un sniedz ieteikumus, kā pieradināt kucēnu kārtoties vienā konkrētā vietā un ārā. Komentāros parādās humors, dalībnieki viens otru „pavelk uz zoba”, kopienā ir pozitīva atmosfēra.

21.02.2012. – *Kucēna klausība. Kā pareizi apmācīt kucēnu?* Šī tēma parasti kopienā izceļ strīdus, asu vārdu apmaiņu un pat necenzētu vārdu pielietošanu. Cik cilvēku, tik viedokļu, kopienas biedriem ir grūti atrast vienu kopsaucēju. Bieži vien šajās diskusijās kopienas dalībnieki novēršās no tēmas un uzsāk jaunu tēmu, tā kurinot agresivitāti dalībniekos. Parasti strīdu situācijas un konfliktus kopienā izraisa sievietes. Ir pat izkristalizējusies sieviešu grupa, kura nevienā diskusijā nesaka neko pozitīvu, bet tieši otrādi - izsaka asas piezīmes un rada konfliktsituācijas.

Kopienas dalībnieces komentārs: „*Es gan teiktu tā: ir vairāk līdzsvaroti un mazāk līdzsvaroti cilvēki. Šķirnei te nav nekādas nozīmes. Ja konkrētas šķirnes suņus pērk debīliki (piedodiet, bet savādāk nevaru nosaukt cilvēkus kuri speciāli audzina agresīvus suņus), tad loģiski veidosies viedoklis ka šie suņi nav adekvāti.*”

13.04.2012. - *Suņa iegāde. Vēlme iegādāties kucēnu* .Domubiedru grupas pārstāvji dalās personīgajā pieredzē, iesaka ņemt kucēnu no patversmes vai tieši pretēji – no suņu audzētavas ar labiem ciltsrakstiem. Komentāros parādās nesaskaņas suņu šķirņu raksturošanā un audzināšanā.

Šajā kinoloģijas kopienas kategorijā spilgti parādās kopienas komunikatīvās problēmas, kas rodas tāpēc, ka domubiedri nespēj atrast kompromisus. Dalībnieki vēlas būt gudrākie grupā. Viņi uzspiež savu viedokli citiem kopienas locekļiem, pat lāga to nepamatojot. Arī aizvainojošu piezīmju izteikšana kopienā nav nekas svešs, rodas iespaids, ka daži interešu kopienas biedri diskusijās un komentāros izlādē savas negācijas. Taču ir arī gaišās puses – daudzi domubiedri cenšas palīdzēt ar saviem padomiem un uzmundrinājumiem, kā arī sniedz informāciju par konkrēto tēmu. Piemēram:

Kucēns rūc virsū bērniem. Komentārs : „Ar to hierarhiju ir tā, ka jebkurā gadījumā kucēnam būs ilgi jāseko līdzi, lai nenodara pāri bērniem. Jo jebkurā gadījumā suns par vadoni uztvers saimnieku, bet pārējos viņš uzskatīs par daudz maz līdzīgiem sev. Viss ir atkarīgs no suņa rakstura, un kādā mērā saimnieks ierādīs sunim savu vietu šai dzīvē.”

- *Izstādes un apmācība* (kā sagatavot suni izstādei, kur notiek izstādes, cik tās maksā, izstāžu reģistrācijas noteikumi, izstāžu rezultāti, eksāmeni, suņu veselības pārbaudes, hendleru pakalpojumi un apmācība, suņu apmācību laiki un vieta, informācija par kinologiem)

21.04.2012. – *Kur notiek tuvākā suņu izstāde un, kā pareizi izstādīt suni?*

28.02.2012. – *Vai kucīte, kurai ir meklēšanās, drīkst apmeklēt izstādi?*

Kopienas loceklis ir parliecināti, ka šādā stāvoklī kucīte nedrīkst apmeklēt izstādi. Viens no biedriem pat izteicās, ka „var pat dabūt „pa galvu””, ja šādu kucīti atved, jo tad izstādē suņu puikām vairs neinteresē izstāde, bet gan kucīte.

12.03.2012. – *Adžilitī. Kā mājas apstākļos apmācīt suni adžilitī sacensībām?* Domubiedri ne tikai sniedz atbildes, dalās savā pieredzē un sniedz ieteikumus par suņu sagatavošanu izstādei, bet arī diskusijai pievieno video, kurā ir parādītas visas nianšes, kā pareizi apmācīt suņus. Lai arī lielākā daļa komentāru ir pozitīvi un

pamācoši, tomēr kāds grupas biedrs – kinologs, atmosfēru grupā nokaitē ar savām zināšanām, pret kurām nedrīkst būt iebildumu no pārējo grupas biedru puses. Bez tam- nav īsti zināms, vai šis diskusiju dalībnieks patiešām ir profesionāls kinologs, vai arī viņam labpatīk par sevi radīt tādu iespaidu.

Komentārs: „(..) *sen jau būtu laiks muļķīšu pārmācīšanas vietā pieķerties nopietnām šīs sfēras sakārtošanas darbam, lai neviens arī neizmantotu nepareizo terminoloģiju.*”

Autore pārlicinājās, ka grupas biedri bija neapmierināti ar terminaloģijas pielietojumu, kas kopienā izraisīja nesaprašanos. Atkal grupa sadalās – gudrajos un ne tik gudrajos grupas biedros. Šai virtuālajai kopienai ir tendence dramatisēt notikumus, tā piemēram, tekstu un vārdu pareizrakstības, kā arī terminaloģijas pareizā pielietošanā. Piemērs:

28.01.2012. – *Metiss. Kas šī ir par suņu šķirni?* Izceļās pamatīgs strīds par vārda metiss izcelsmi. Tiek aizfilozofēts pat līdz jēdzienam vergs un vergu izcelsmes vietai. Tiek izteikti apvainojumi un necenzēti vārdi. Taču pats galvenais – jautājums par to, kas ir metiss, netiek noskaidrots. Iespējams, metiss ir suņu šķirņu jauktenis.

Šajā kategorijā tiek uzdoti daudzi jautājumi par kinologiem. Kurš kinologs ir labāks, kur atrodas treniņu vieta, kādi ir ieteikumi kinologa izvēlē? Ieskatam dažī ieraksti :

23.01.2012. – *Kādas atsauksmes par kinologu J. Novikovu?*

03.02.2012. – *Kādas atsauksmes par par kinologiem V.Bikovski un A.Čipustanovu?* Biedri pastāsta par savu pieredzi, dalās informācijā par pareizu kinologa izvēli. Grupā atmosfēra ir pozitīva.

15.03.2012. – *Ierosinājums profesionāliem kinologiem.* Lūgums suņu skolās informēt par to, kā rīkoties situācijās, kad uzbrūk suns. Kopienas dalībnieki dalās personīgajā pieredzē un piekrīt, ka šādas lekcijas tiešām nepieciešamas, jo lielākā daļa cilvēku nezina kā rīkoties šajās bīstamajās situācijās. Izrādās, ka daudzi cilvēki ir saskārušies ar suņu uzbrukumiem. Tēma nedaudz novirzās uz tēmu par pareizu suņu audzināšanas tēmu, jo tikai pareizi audzināti mīluļi nebūs agresīvi. Asas diskusijas kopienā.

Šajā kategorijā tiek arī apspriestas ar suņu veselību saistītas tēmas:

06.02.2012. – *Kontracepcija suņu dāmai. Lūgums pastāstīt par savu pieredzi šajā jautājumā.* Kopienas biedri iesaka meklēšanas laikā kucīti turēt voljērā, nekā dot kontracepcijas zāles, jo tās ir kaitīgas veselībai. Starp kopienas biedriem izceļās pāris kašķīgu dāmu, kuras nopeļ saimnieces ideju par kucītes kontracepciju.

01.02.2012. – *Barība alerģiskiem suņiem. Kādu barību labāk lietot alerģiskam sunim?* Izskan ieteikumi, padomi, atkal nesaskaņas sieviešu starpā. Izceļas iniciatore, kura jau iepriekšējās diskusijās izraisīja strīdus. Rodas iespaids, ka viņa šādā veidā izlādē savas negatīvās emocijas, kas sakrājušās dienas garumā. Autore uzskata, ka šo komunikatīvu problēmu risinājums būtu sava apgalvojuma pamatojums ar konkrētu literatūru.

Kopienā ir izveidojusies kopienām rakturīgā iezīme – kopienas valoda, respektīvi, vārdu saīsinājumi, ko atpazīst grupas biedri. Piemēram:

22.02.2012. – *VAS 2 (Vācu aitu suns) jautājums par suņu audzētavu. Vai šī audzētava ir laba un vai tajā veic kucēnu veselības stavokļa testus.*

20.05.2012. – *VAS suņi. Kāda ir atšķirība – suns ir dārgāks vai lētāks?*

18.02.2012. – *Staff. Kāds raksturs ir šīs šķirnes suņiem?*

01.03. 2012. - *Pits grauž mēbelēm stūrus, ko darīt?*

Autore precizē, ka VAS grupas valodā ir vācu aitu suns, Staff ir Amerikas Stafordšīras terjers, Pits ir Stafordšīras bulterjers u.c.

Diskusijās parādās arī grupai raksturīgs „melns”humors:

Komentārs: „Nekad nesapratīšu tos cilvēkus, kas suni neuzskata par ģimenes locekli! tiešām ne! manurpāt, tas ir tāpat kā vecpapas sākas amnēzija un mīļie radiņi liek uz ragutiņām virsū un uz mežu prom.”

- *Pazudušie un atrastie dzīvnieki* (bieži vien diskusijās parādās lūgums palīdzēt atrast pazudušo suni vai tieši otrādi – atrast sunim jaunas mājas)

„Šorīt Purvciemā pie Stirnu ielas Betas pieklīda jauna Malamuta meitenīte, saprot komandas latviski, gudra. Ap kaklu melna kaklasiksna.Ir tetuvējums H881. Zvanīt.(..)”

„(..)Mūsu Ričš pazuda šo 4dien vēlu vakarā (1.12.), īsi pirms pusnakts. Kaimiņi pēkšņi taisīja salūtu, suns nobijās un aizskrēja - nav skaidrs, kurā virzienā devās. Varētu būt sastopams Stopiņu novadā vai uz Salaspils pusi.”

27.04.2012. – Ralfs. Patversmes suns, kurš ir agresīvs, bet meklē kinologu un gaida ieteikumus, lai mainītos.

20.05.2012. – *Docents ir atradies! Pateicība tiem, kas palīdzēja atrast.*

16.05.2012. – *Joko meklē mājas.*

01.05.2012. – *Pieklīdis dobermanis Duntē pusē*

27.04.2012. – *Pazudis suns*

Parasti šajā kategorijā visi virtualās kopienas dalībnieki izsaka sajūsmu par atrastajiem suņiem, vai suņiem, kuriem ir atrastas mājas. Arī pauž līdzjūtību un nožēlu par cilvēku un suņu nelaimēm. Autore pārliecinās, ka šai kinoloģijas kopienai ir raksturīgs atbalstīt domubiedrus grūtās situācijās, kā arī milzīga vienprātība ir jautājumos par vardarbību pret suņiem. Dalībnieki ir gatavi uz visādām neprātībām, lai atrastu cilvēkus, kuri, piemēram, ir atstājuši piesietu suni pie koka vienu pašu mežā.

„Paldies visiem, kas līdz šim ir palīdzējuši mums (Juglas suņu patversmei) ar pagaidu mājām. Ar Jūsu atbalstu mums kopā ir izdevies izglābt daudzas mazas dzīvībiņas! Arī šoreiz lūdzu Jūsu palīdzību- uz ielas izmesti 4 kucēni aptuveni mēnesi veci, viņiem ir nepieciešamas pagaidu mājas(...)”

- *Suņa iegāde* (kopienas locekļi interesējās par suņu šķirnēm, to raksturojumu un īpatnībām, kā arī domubiedru pieredzi un uzskatiem par konkrēto šķirni un audzētavu, kur iegādāties suni)

13.04.2012. – *Suņa iegāde. Vēlme iegādāties kucēnu.*

17.02.2012. – *Pekiniešu kucēni. Tiek pārdoti*

06.02.2012. – *Austrumu un Rietumu aitu suns (kāda kuram ir pieredze ar šiem suņiem)*

„Pirmā LKF (FCI) hofavartu audzētava Latvijā Bajaring piedāvā pirmā LKF (FCI) metiena kucēnus. Visi kucēni melnā krāsā ar lāsumiem. Kucēni perspektīvi kā

izstādēm, tā sportam vai arī kā viekārši mājas mīluļi. Kucēni tiks pārdoti ar LKF (FCI) ciltsrakstiem, čipoti un vakcinēti atbilstoši vecumam.”

Arī šī ir viena no kategorijām, kurā starp grupas dalībniekiem rodas nesaprašanās un strīdi. Iezīmējas grupiņa dalībnieku, kura pēc diskusiju analīzes, ir zinošāki par kinologiem. Dažiem biedriem šķiet, ka Latvijā vispār nav suņu audzētavu, kurās varētu iegādāties suņus.

Ir novērojams progress šajā domubiedru grupā – daudzi dalībnieki jau ir ievērojuši, biedrus, kuri izraisa domstarpības, tāpēc cenšas atbildēt šiem biedriem ar humoru.

Diemžēl, kopienā ir biedri, kuri nevēlas vairs izteikt savu viedokli vai izveidot diskusiju, jo baidās no negatīvās attieksmes un negatīviem komentāriem no dažu kopienu biedru puses. Autore uzskata, ka grupai būtu vajadzīgs administrators, kurš kontrolētu diskusiju kontekstu un negatīvos komentārus ar necenzētiem vārdiem.

Virtuālās kinoloģijas kopienu diskusijās parādās ļoti daudz un dažādu diskusiju, jautājumu informācijas, kuras darba autore nav ievietojusi pie kategorijām. Grupu biedriem interesē dažādi jautājumi – gan par suņu higiēnu, gan suņu apgērbu, suņu vārdiem, suņu horoskopiem, labākajiem veterinārārstiem, suņu zālēm, suņu ēdienkartī, dažādiem suņu slimības simptomiem, dažādiem dzīves atgadījumiem, semināriem, suņu dokumentu noformēšanu, titulu reģistrēšanu, suņu pārvadāšanas noteikumiem uz citām valstīm un daudz kas cits.

No veidotajiem pierakstiem un krātajiem datiem jeb empīriskā materiāla darba autore ar etnogrāfiskās metodes palīdzību pārliecinājās, ka virtuālo kinoloģijas kopienu dalībnieki savā kopienā, sazinoties internetā un iekļaujoties dažāda rakstura darbībās, iegūst lielāku pārliecību par saviem spēkiem un spējas sociāli veidot savu identitāti, kā arī pārvaldīt to un manipulēt ar to. Virtuālajā telpā persona var brīvi izvēlēties no liela daudzuma tematisko (apvieno jautājuma jēga) kopienu, cilvēki tiecas aktīvi palīdzēt virtuālām kopienu tad, kad jūt, ka šī darbība sekmē viņu profesionālo reputāciju un, kad viņi paši tiecas pēc kopienu, vēlas būt zināšanu apmaiņas procesa aprītē.

SECINĀJUMI

Virtuālajā vidē pastāv daudz dažādu interešu kopienu, to skaits pieaug, un informācijas ieguves iespējas pieaug līdz ar kopienu skaita pieaugumu. Jo aktīvāki ir kopienu biedri, jo vairāk informācijas tie iegūst.

Virtuālās kinoloģijas kopienas dalībnieki ir aktīvi, emocionāli, zinātkāri, zinoši, atraktīvi un izpalīdzīgi cilvēki. Kopienas biedri labprāt sniedz informāciju un savas zināšanas, kā arī cenšas palīdzēt atrisināt kopienas biedru problēmas. Lai gan ģeogrāfiski kopienas dalībnieki dzīvo ģeogrāfiski dažādās Latvija pusēs un arī ārpus Latvijas, šīs kopienas pārstāvji izjūt savu piederību grupai.

Kinoloģiskajai kopienai ir izveidojušies savi vārdu saīsinājumi, jeb kodi, kas ir saprotami tikai grupas biedriem. Tas liecina par sapratni un uzticību kopienā. Komunikatīvais konteksts kinoloģijas interešu grupai aprobežojas tikai ar tēmām, kas saistītas ar kinoloģiju. Taču šo tēmu ir ļoti daudz, piemēram, suņu šķirņu raksturošana, suņu audzēšana, pareiza barošana un kopšana, ar suņu veselību saistītie jautājumi, izstāžu jautājumi, suņu apmācība un dresūra, kinoloģisko klubu izvēle un daudzas citas. Visām šīm tēmām ir vairākas apakškategorijas, no kurām veidojas aizvien jaunas diskusijas. Kinoloģijas tēma ir neizsmeļama, jo jaunās informācijas plūsma nemitīgi atjaunojas un pilnveidojas. Kinoloģijas kopienai ir arī savi paradumi, kas izpaužas ar domubiedru „pavilkšanu uz zoba”, kā arī dalīšanos personīgajā pieredzē. Bieži vien personīgās pieredzes prakses kopienas diskusijās tiek pasniegtas kā komisks gadījums no dzīves. Interesu kopienā ir jūtama humora izjūta strap grupas dalībniekiem. Dalībnieki saprot viens otra jokus.

Virtuālās kinoloģijas kopienas galvenā interese ir savu mīluļu – suņu labklājība un pareiza suņu attīstība. Visiem kopienas dalībniekiem ir vēlme būt labam saimniekam savam sunim. Tāpēc arī kopienas mērķis ir iegūt jaunas zināšanas suņu audzēšanas, audzināšanas un apmācības jomā.

Kinoloģijas kopienai ir arī savas komunikatīvas problēmas - dalībniekiem dažās diskusijās dalās domas, tāpēc rodas nesaprašanās, asas diskusijas un strīdi. It sevišķi tas ir novērojams suņu audzināšanas un apmācības jautājumos. Iezīmējas grupiņa dalībnieku, kas principiāli izraisa asas diskusijas, kuras noved pat līdz necenzētu vārdu lietošanai. Šie grupas biedri nevēlas uzklaut citu grupas locekļu viedokli, jo

uzskata, ka tikai viņu viedoklis ir pareizs, nemaz to nepamatojot ar kādu zinātnisku avotu.

Diemžēl, kopienā ir biedri, kuri nevēlas vairs izteikt savu viedokli vai izveidot diskusiju, jo baidās no negatīvās attieksmes un negatīvajiem komentāriem no dažu kopienas biedru puses. Iespējams, grupai būtu vajadzīgs administrators, kurš kontrolētu diskusiju kontekstu un negatīvos komentārus ar necenzētiem vārdiem izņemtu ārā no diskusijām.

Pozitīvi ir tas, ka daudzi dalībnieki jau ir ievērojuši biedrus, kuri izraisa domstarpības, tāpēc cenšās atbildēt viņiem ar humoru. Paši domubiedri uzskata, ka kopienas dalībniekiem ir jābūt pozitīvākiem un pretīmnākošākiem, atstājot savas negatīvās emocijas pie sevis. Kopienas locekļi uzskata, ka grupai vajadzētu piesaistīt vēl kādus kinologus, kuri varētu paust profesionālu viedokli.

Lai gan arī reālajā vidē pastāv kinoloģiskās domubiedru grupas, virtuālās kinoloģijas kopienas dalībnieki labāk komunicē virtuālajā vidē, jo tā iekonomē laiku, jūtas drošāk, kā arī var piedalīties tikai tajās diskusijās, kurās pats dalībnieks vēlas.

Interesu kopienas dalībniekus uztrauc pārējo dalībnieku raizes, to var novērot diskusijās, kur tiek lūgts palīdzēt atrast pazudušos suņus. Biedri izteikti vēlas palīdzēt atrast suņus, kā arī nepārtaukti interesējās, vai mājas mīlulis jau nav atrasts. Kad biedri paziņo, ka suns ir atradies, notiek prieka emociju izvirdums rakstiskā veidā.

Ļoti asi un vienprātīgi kinoloģijas kopiena izturas jautājumos, kuri skar vardarbību pret suņiem. Šī tēma saliedē grupu vēl ciešāk. Dalībnieki ir pat gatavi paveikt neprātības, lai tikai atrastu un sodītu suņu pāridarītājus.

Lai arī virtuālās kinoloģijas kopienas dalībnieku vecums ir atšķirīgs, tomēr domubiedri ir pratuši izveidot kopīgu valodu ar pārējiem kopienas biedriem. Kopienas dalībnieki ir apmierināti ar grupas darbību, jo var iegūt sev nepieciešamo informāciju vai arī izvietot diskusijās informāciju pārējiem kopienas biedriem.

Darba autore noslēgumā secina, ka darba mērķis ir sasniegts, jo ir noteikts virtuālo kopienu komunikatīvais konteksts, paradumi un dalībnieku komunikatīvās problēmas. Maģistra darba ievadā izvirzītie pētnieciskie jautājumi darba gaitā ir atbildēti

NOBEIGUMS

Maģistra darba tēma ir aktuāla, jo virtuālo kopienu veidošanās liecina par tieksmi socializēties un veidot kolektīvu domāšanu. Pētījums apliecina, ka ar virtuālo kopienu palīdzību cilvēks iegūst jaunas zināšanas, spēj sazināties un rast kopīgu valodu ar ģeogrāfiski attāliem cilvēkiem par sevi interesējošām tēmām, var veidot sev jaunu identitāti un pašapliecināties.

Ar pētījumā izmantoto etnogrāfijas metodi tiek parādīta kopienas sociālā pasaule, tās vērtības, komunikatīvais konteksts, paradumi un komunikācijas problēmas.

Darbs ir pirmais kinoloģisko virtuālo kopienu pētījums Latvijas akadēmiskajā vidē. Tas ir pienesums komunikācijas zinātnē, jo virtuālo kopienu pētīšana ir aktuāla mūsdienu komunikācijas telpā.

Literatūras saraksts

1. Alreck P., Settle R. (2003) *Survey Research Handbook. 3rd Edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin
2. Ardichvili, A. (2008). *Learning and knowledge sharing in virtual communities of practise: motivators, barriers and enablers*. *Advances in developing human resources*, 10 (4)
3. Babble E. (2006) *Practice of Social Research. 11th edition*. Cengage Learning.
4. Bauman. Z.(2001). *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. London.
5. Berger, A.A. (1993). *Media and Communication Research Methods. An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications.
6. Betrand, I., Hughes, P. (2005). *Media Research Methods. Audiences, Institutions, Texts*. Palgrave Macmillan.
7. Блохин, Г. И., Гладких, М. Ю. Иванов, А. А. Овсищер, Б. Р. Сидорова М. В. (2001). *Кинология. Учебное пособие для вузов*. “Издательство Скрипторий 2000”
8. Bryman, A. (2004). *Social Research Methods. 2nd edition*. Oxford University Press.
9. Calleja, G. (2010). *Digital Games and Escapism. Games and Culture*. Sage publications
10. Daymon, C., Holloway I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications. 2nd Edition*. Routledge
11. Farnsworth. J., Austrin, T. (2010). *The ethnography of new media worlds? Following the case of global poker*. Sage publication
12. Forsey, M., G., (2010). *Ethnography as participant listening*. Sage publications
13. Garleja, R., Vidnere, M. (2000). *Psiholoģijas un sociālās uzvedības aspekti ekonomikā*. Rīga: Raka
14. Hammerslay, M., Atkinson P. (1995). *Ethnography: principles in practise. 2nd Edition*. London: Routledge.
15. Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage publication.
16. Harrison, R. (2009). *Excavating second life: Cyber-archaeologies, heritage and virtual communities*. *Journal of Material Culture*, 14 (1)

17. Huizinga, J. (1992). *Homo ludens: В тени завтрашнего дня*. Москва: "Прогресс".
18. Jones, P. J. (1998). *How Advertising works: The role of research*. USA: Sage Publications, Inc.
19. Krane, V. , Baird, S. (2005). *Using Ethnography in Applied Sport Psychology*. Journal of Applied Sport Psychology. 17(2)
20. Ķinis, U. (2002). *Informācijas un komunikāciju tiesības*, 1.sējums
21. Lasmāne, R. (2003). *Psiholoģijas pasaule: Globālajā tīmeklī notvertie*. (Sk. internetā 16.03.2012.)
<http://www.medicina.lv/lat/second4.php?page=news&id=372&cat=2&thm=10>
22. Lassiter, L., E., Campbell, E. (2010). *What Will We Have Ethnography Do?* Sage publications
23. Litosseliti, L. (2003). *Using focus groups in research*. London : Continuum.
24. McLuhan, M. (1997). *Understanding media*. London: Routledge.
25. Piselli, F. (2007). *Communities, Places, and Social Networks*. University of Trento. Italy.
26. Ries. N., (1997). *Russian Talk: Culture and Conversation During Perestroika*. Cornell University Press. USA.
27. Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The next Social Revolution*. U.S. Howard Rheingold.
28. Ринкявичюс. Л, Буткявичене, Э. (2007). *Концепция общности и её специфика в виртуальном пространстве*. (Sk. internetā 20.03.2012.)
<http://dlib.eastview.com/sources/article.jsp?id=12552516>
29. Rubin. A, Babbie. E, R. (2008). *Research methods for social work. 6th edition*. Thomson Books/ Cole
30. Saville-Troike, M. (2003). *The Ethnography of Communication: An introduction. 3rd edition*. Blackwell Publishing.
31. Smith, J. (1998). *Video games as communication*.
<http://www.tecstasy.com/articles/video-game-communication.html>
(Sk. internetā 26.03.2012.)
32. Silverman, D. (2000). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. Sage publication.
33. Stewart, D.W., Shamdasani, P.N., Rook, D.W. (2007). *Focus group. Theory and Practice. Second edition*. Thousand Oaks : Sage Publications.

34. Suler, J. (2004). *Computer and cyberspace addiction*. International Journal of Applied Psychoanalytic Studies
35. Van Dijk, J. (2006) *The network society: social aspects of new media*. The University of California: Sage Ltd
36. Veide, M. (2006). *Reklāmas psiholoģija*. Rīga : Jumava.
37. Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W. (2002). *Examining the Internet in Everyday Life*. Centre for Urban and Community Studies. University of Toronto.
38. Young, K.S. (1999). *Internet Addiction: Evaluation and Treatment*. Student British Journal of Medicine.
39. Young, K.S. (1998). *Internet Addiction: The emergence of a new disorder*. CyberPsychology and Behavior, 1 (3)
40. Young, K., M. Pistner, J. O'Mara, & J. Buchanan (1999). *Cyber disorders: The mental health concern for the new millennium*. CyberPsychology and Behavior 2(5)

Izmantotās interneta saites:

<http://www.pakse.lv/professions/profession/id/1669> (sk. internetā 16.03.2012.)

<http://www.dogs.lv/index.php?mode=lkf&id=0> (sk. internetā 1.05.2012.)

<http://www.tvnet.lv/tehnologijas/internets/372665-> (sk. internetā 1.05.2012.)

<http://www.draugiem.lv/help/?tab=3> (sk. internetā 1.05.2012.)

PIELIKUMI

Pielikumu saraksts:

1. Virtuālās kinoloģijas kopienas aptauja

1.pielikums

Virtuālās kinoloģijas kopienas aptauja

Labdien!

Esmu LU SZF maģistratūras studente Indra Andža. Šobrīd rakstu maģistra darbu par virtuālo kopienu veidošanas kinoloģijas domubiedru grupā, tāpēc man ir nepieciešama Jūsu palīdzība darba izstrādē. Lūdzu, Jūs aizpildīt aptauju, kas aizņems tikai 7 minūtes no Jūsu laika. Konfidencialitāte ir garantēta, rezultāti tiks izmantoti apkopotā veidā. Ja vēlaties uzzināt aptaujas rezultātus vai rodas kādi jautājumi, rakstiet e-pastu uz indrovics@inbox.lv. Jau iepriekš, pateicos par atsaucību un pacietību!

Informācija par Jums :

Dzimums :

Sieviete

Vīrietis

Vecums : _____

Dzīvesvieta: _____

1. Kādēļ izvēlējāties reģistrēties kinoloģijas interešu grupā?

2. Cik bieži Jūs ielogojaties šajā domubiedru grupas lapā?

katru dienu

dažas reizes nedēļā

dažas reizes mēnesī

reizi mēnesī

3. Apmēram, cik laika Jūs veltāt šai domubiedru grupai, kad esat ielogojies/usies?

- dažas minūtes
- pus stundu
- stundu
- vairāk kā stundu

4. Cik bieži Jūs iesaistāties diskusijās?

- katru dienu
- vairākas reizes nedēļā
- pāris reizes mēnesī
- reizi mēnesī
- tikai tad, kad man pašam/ai ir kāds jautājums
- neiesaistos, tikai vēroju

5. Jūsprāt, piedaloties diskusijās var iegūt noderīgu informāciju?

- jā, bieži vien
- dažreiz
- nevar iegūt noderīgu informāciju

6. Vai Jūs zināt kādu kinoloģijas domubiedru grupu, kas darbojas reālajā vidē?

- jā
- nē

7. Kāpēc Jūsuprāt cilvēki izvēlas darboties virtuālajās domubiedru grupās?

- tas ietaupa laiku, nav nekur jāiet, lai kontaktētos ar citiem cilvēkiem
- nav tieša kontakta ar citiem cilvēkiem
- nav jābaidās no tiešas kritikas
- var brīvi izteikties
- var izlādēt emocijas, ko nedarītu reālajā telpā
- var izvēlēties diskusijas, kurās piedalīties
- nav atbildības par negatīvām sekām, kādas var rasties
- sniedz lielāku anonimitāti
- sniedz lielas mobilitātes iespējas
- var uzzināt ģeogrāfiski plašākas auditorijas viedokli

8. Cik lielā mērā var uzticēties informācijai, kas ir izvietota šajā domubiedru grupā?

- var uzticēties 100%
- daļēji
- nevar uzticēties

9. Sniedzot informāciju kinoloģijas interešu grupā Jūs balstāties :

- uz savām domām/pieredzi
- uz dzirdētām diskusijām
- uz konkrētu/profesionālu literatūru

10. Jūs darbojaties šajā interešu grupā, lai :

- īsinātu laiku
- iegūtu informāciju
- piedalītos problēmas risināšanā

- pašidentificētos
- popularizētu savas intereses/darbību

11. Jūs kontaktējaties ar domubiedriem reālajā vidē?

- jā, kontaktējos
- nē, nekontaktējos

12. Jūs vēlētos kontaktēties ar domubiedriem reālajā pasaulē? (atbild tie respondenti, kuri iepriekšējā jautājumā atbildēja ar noraidošu atbildi)

- jā, vēlētos kontaktēties
- nē, nevēlētos kontaktēties

13. Jūsu ieteikumi/priekšlikumi interešu grupas pilveidošanai.

Paldies!