

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE  
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**INTERNETA LIETOTĀJU RADĪTIE TEKSTI KĀ JAUNS  
INFORMATĪVS SATURS**

BAKALAURA DARBS

Autore: **Līga Valkovska**  
Stud.apl.40028  
Darba vadītājs: mag. soc. Ingus Bērziņš

RĪGA 2007

## SATURS

Ievads .....	2
1. Informācijas vide internetā: virtuālā sabiedrība, interneta komunikācija.....	4
1.1. Tīkla sabiedrības un interneta komunikācijas raksturojumi.....	7
2. Lietotāju radītais saturs .....	15
2.1. Interaktivitāte kā lietotāju radītā satura veicinātājs.....	17
2.2. Lietotāji kā satura radītāji un viņu motivācijas.....	19
1.2. Lietotāju radītais saturs kā informācijas avots.....	23
3. Metodoloģija.....	26
4. <i>Delfi</i> diskusiju atsauksmju analīze.....	30
4.1. <i>Delfi</i> diskusiju atsauksmju satura sadalījums.....	31
4.2. <i>Delfi</i> ziņu atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu analīze.....	33
4.2. 1. Ziņu ar jaunu informāciju saturošām atsauksmēm tematikas analīze.....	33
4.2.2. Atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu avotu analīze.....	36
5. Atsauksmes ar jaunu informatīvu saturu kā avots žurnālistu darbā.....	56
5.1. Atsauksmes kā vēl viens informācijas iegūšanas veids.....	57
5.2. Žurnālistu vērtējums atsauksmēm ar jaunu informāciju.....	58
6. Lietotāju radītā satura kā informācijas avota analīze.....	63
Secinājumi un rezultāti .....	66
Izmantotā literatūra un informācijas avoti.....	68
Pielikumi	
1. pielikums. <i>Delfi</i> rubrikas <i>Sabiedrība</i> ziņu atsauksmju kvantitatīvā kontentanalīze	
2. pielikums. Dziļās intervijas ar Gunu Gleizdi transkripcija	
3. pielikums. Dziļās intervijas ar Jāni Domburu transkripcija	
4. pielikums. Dziļās intervijas ar Gunti Bojāru transkripcija	

## IEVADS

**Atslēgvārdi:** virtuālā sabiedrība, interaktivitāte, lietotāju radītais saturs, virtuālo diskusiju atsauksmes, atsauksmju saturs

Dinamiskais dzīves ritms un jaunās tehnoloģijas mainījušas veco paradigmu, kad pasauli un notikumus spēja fiksēt tikai neliela daļa ar tehnoloģijām un citām iespējām privilēģēto indivīdu daļa – hronisti, mākslinieki un medijs. Jaunajā informācijas sabiedrībā ikviens ar ērtu, pārnēsājumu ierīci – mobilo telefonu vai kameru – var fiksēt visu un teju visur. Ikviens, nebūdams medijs, var “ierakstīt” sevi vai sev svarīgus notikumus un domas publiskajā telpā. Internets dod iespēju “parastajam cilvēkam,” kas pirms interneta bija pasīvas auditorijas lomā kļūt pašam par ziņu sūtītāju – radīt saturu un to publiskot. Arvien vairāk tradicionālo mediju visā pasaulē ar šīm izmaiņām sāk rēķināties un pārveido savus produktus tā, lai tajos vieta būtu arī lietotāju radītajam saturam, piemēram, avīzes gatavo mājaslapas, kur piedāvā diskusiju forumus, izteikt viedokļus, balsot par konkrētiem jautājumiem.

Lietotāju radītais saturs internetā Latvijā ir maz pētīts, īpaši tas, cik vērtīgs ir lietotāju radītais saturs – vai indivīdi, radot savu saturu, rada ziņai papildinājumu, piedāvājot jaunu informāciju par notikumu vai tēmu.

Līdz ar to šī bakalaura darba pētnieciskā problēma ir :

**Pētnieciskā problēma:** Kaut gan portāla *Delfi* virtuālajā diskusiju vidē atsauksmju formā tiek piedāvāts lietotāju radītais saturs, kurā par konkrētiem stāstiem atrodama jauna informācija, šo potenciālu iegūt jaunu informāciju no *Delfi* lietotāju radītā satura, žurnālisti neizmanto.

Pētījuma objekts ir virtuālās diskusijas atsauksmes, pētījuma priekšmets – internets. Pētnieciskās problēmas apzināšanai, darbā izvirzīti šādi uzdevumi:

### **Uzdevumi:**

1. Vai *Delfi* virtuālā diskusiju vide ir naratīva – vai tajā rodas jauna informācija, tēmas, par kurām atkal var stāstīt stāstus
2. Cik nozīmīgu vietu diskusiju vidē ieņem atsauksmes, kas nevis reflektē uz piedāvāto ziņu, bet radot tīkla medija saturu, piedāvā jaunu informāciju
3. Kāda ir žurnālistu attieksme pret virtuālās diskusijas vides atsauksmēm kā informācijas avotiem.

Šī darba novitāte ir lietotāju radītā satura pētīšana un atbildes iegūšana uz jautājumu - cik vērtīgs ir lietotāju radītais saturs interneta diskusiju telpā – vai indivīdi, radot savu saturu, rada ziņai papildinājumu, piedāvājot jaunu informāciju par notikumu vai tēmu. Otra novitāte

ir žurnālistu attieksmes pret lietotāju radīto saturu kā avotu jaunu materiālu gatavošanā noskaidrošana, kas dos atbildi – vai lietotāju radītais saturs ir iniciējis jaunu stāstu tapšanu.

Darba teorētiskais pamatojums balstās uz teorētiskajiem konceptiem virtuālā sabiedrība, interneta komunikācija un to raksturojumiem, koncentrējoties uz to, kā internets izmaina tradicionālo masu mediju komunikāciju un sabiedrību – ziņas saņēmēja un sūtītāja lomas saplūst. Otra nozīmīgākā teorētiskā daļa ir par lietotāju radīto saturu, kurā autore apskata teorētiķu darbus saistībā ar indivīda līmeni – kas sniedz indivīdam iespēju radīt saturu, kādas ir indivīda motivācijas radīt saturu un kā viņa radītais saturs kļūst par informācijas avotu.

Bakalaura darbs ir pētījums, kurā realizēta portāla *Delfi* rubrikā *Sabiedrība* publicēto atsauksmju kvantitatīvā kontentanalīze, kvalitatīvā kontentanalīze. Analizētas kopumā 12 787 atsauksmes 127 ziņām laika posmā no 26.marta līdz 1.aprīlim. Otra pētījuma daļa ir dziļās intervijas ar 3 žurnālistiem, kurās skaidrots, vai žurnālisti lietotāju radīto saturu izmanto kā izejavotu jauna materiāla tapšanai un apskatīts konkrēts piemērs/tēma.

Darbs sastāv no sešām nodaļām – pirmās divas ir teorētiskā daļa, trešā ir metodoloģija, ceturtnā, piektā un sestā – iegūto datu aprakstīšana un analīze.

# 1. INFORMĀCIJAS VIDE INTERNETĀ: VIRTUĀLĀ SABIEDRĪBA, INTERNETA KOMUNIKĀCIJA

Tīkls kļuvis par mūsu sabiedrības nervu sistēmu, un mēs varam sagaidīt, ka šī infrastruktūra – informācijas maģistrāle - iegūs daudz lielāku ietekmi uz visu mūsu sociālajām un personīgajām dzīvēm nekā kādreiz ceļu infrastruktūras izveidošana preču pārvadāšanai.<sup>1</sup>

Šis Jana Van Daika (*Jan van Dijk*) citāts lieliski norāda uz interneta būtisko ietekmi sabiedrības attīstības procesos. Pateicoties modernajām tehnoloģijām, internets ir mainījis ne tikai komunikācijas formu, bet arī informācijas vidi un pašu sabiedrību, radot jēdzienu tīkla kopiena jeb virtuālā sabiedrība. Internets kļuvis par jaunu sociālu un komunikatīvu telpu.

Pieņemumu, ka jaunās informācijas tehnoloģijas radījušas jauna veida sabiedrību - tīkla sabiedrību (*network society*) izvirzīja Manuels Kastellss (*Manuell Castellss*) 20.gadsimta 90.gados. M.Kastellss norāda, ka tīkla sabiedrības rašanās nevar tikt saprasta bez divu relatīvi autonomu virzienu savstarpējās interakcijas - jauno informācijas tehnoloģiju attīstības un vecās sabiedrības mēģinājuma reorganizēt pašai sevi, lietojot tehnoloģiju spēku.<sup>2</sup>

Sociālās evolūcijas un informāciju tehnoloģijas konverģence radījusi jaunu materiālo pamatu aktivitāšu veikšanai caur sociālo struktūru. Šis materiālais pamats, būvēts no tīkliem, iezīmē dominējošus sociālos procesus, tādā veidā veidojot sociālo struktūru kā tādu.<sup>3</sup> Kultūras izpausmes ir nošķirtas no vēstures un ģeogrāfijas, un kļūst pārsvarā mediētas pārraidītas caur elektroniskās komunikācijas tīkliem, kas mijiedarbojas ar auditoriju caur dažādiem kodiem un vērtībām, rezultātā ietilpinot to digitalizētā, audiovizuālā hipertekstā.<sup>4</sup>

Jaunās tehnoloģiskās paradigmas rašanās organizēta uz jaunas, daudz spēcīgākas un daudz elastīgākas informācijas tehnoloģijas, kas padara iespējamu informācijai pašai kļūt par ražošanas procesa produktu.<sup>5</sup> Potenciālā teksta, attēlu un skaņu integrācija vienā sistēmā, mijiedarbojoties no daudzējādiem punktiem, izvēlētā laikā (reālā vai aizkavētā) kopā ar globālo tīklu, atvērta un reālas pieejas stāvoklī, fundamentāli maina komunikācijas raksturu.<sup>6</sup>

J.Van Daiks norāda, ka tīkla sabiedrības koncepts akcentē informācijas apstrādes un apmaiņas formas un organizāciju, ko veic sociālais un mediju tīkls. Līdz ar to viņš tīkla sabiedrību definē kā sociālu struktūru ar sociālu un mediju tīka infrastruktūru, kas dod iespēju komunicēt visiem sociālajiem līmeņiem (indivīda, grupas/organizācijas un sabiedrības).<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd ed. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 2.p.

<sup>2</sup> Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing. 61.p.

<sup>3</sup> Turpat. 502.p.

<sup>4</sup> Turpat. 507.p.

<sup>5</sup> Turpat. 78.p.

<sup>6</sup> Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing. 356.p.

<sup>7</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd edition. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 20.p.

Informācija pati par sevi sāk veidot pasauli un vairs nav tikai tās atspoguļojums. Tāpēc informācijas vide mūsdienu sabiedrības un indivīda dzīvē kļūst par jaunu un nozīmīgu sociālo fenomenu. To veido aktori, komunikācijas (informācijas) infrastruktūra un komunikācijas saturs, ko nosaka sabiedrības informatīvās un komunikatīvās vajadzības un kuram telpas un laika dimensiju piešķir individuālā vai kolektīvā apziņa, kas veidojas lokālo un globālo parādību iespaidā.<sup>8</sup> Šīs iezīmes radījušas diskusijas par to, ka tīkls ir virtuāla publiskā telpa.

Deivids Bērs (*David Beers*) masu medijus salīdzina kā varenu varu pār demokrātisko sabiedrību un kā telpu, kurā pilsoņi mācās atpazīt sevi un citus, debatē un novērtē rīcības.<sup>9</sup> Interneta mediji ir spējīgi iedarboties viens uz otru, uzreiz globāli tālu un relatīvi lēti producēt informāciju. Pēc D.Bēra domām, šīs iezīmes, kas pieder tīklam, ir priekšnoteikumi publiskajai sfērai.<sup>10</sup>

Pētniece Zizi Papačarisi (*Zizzi Papacharissi*) norāda, ka ir skaidri jānošķir - jauna publiska telpa nav sinonīms jaunai publiskai sfērai. Virtuāla telpa vairo diskusijas, bet virtuālā sfēra – vairo demokrātiju. Kā publiska telpa, internets nodrošina tikai vēl vienu forumu politiskai apspriešanai, taču kā publiska sfēra, tīkls var veicināt diskusijas, kas stimulē demokrātisku ideju un viedokļu apmaiņu.<sup>11</sup> Taču pieeja informācijai nepadara lietotājus labāk informētus un par aktīvākiem pilsoņiem, tomēr tie, kam pieejama tīklā esošā informācija ir labāk ekipēti, lai būtu aktīvāki pilsoņi un publiskās sfēras līdzdalībnieki.<sup>12</sup>

Kā iemeslu, kādēļ internets ir ideāls kā publiskā sfēra, Linkolns Dālbergs (*Lincoln Dahlberg*) min to, ka internets pieļauj publisko komunikāciju relatīvi brīvi no valsts varas vai korporatīvās kontroles. Tas ir globāls, decentralizēts, divvirzienu medijs, kas patlaban nevienai valsts varai vai korporācijai nepieder. Caur e-pastiem, diskusiju forumiem, interneta saitēm bezgalīgi daudz tīklu aktori sasaistīti neskaitāmos lokālas, nacionālas un internacionālas nozīmes avotos.<sup>13</sup>

Tomēr vairāki pētnieki interneta potenciālu kā jaunai publiskai sfērai saredz ierobežotu, par iemesliem minot tā fragmentarizāciju, nevienlīdzīgo izplatību un digitālo plaisu. Arī pati Z.Papačarisi norāda, ka auditorija kļūst mazāka un fragmentārāka – speciālās interešu grupas piesaista lietotājus, kurus interesē un kas fokusējas uz noteiktām tēmām, tādējādi virtuālā

---

<sup>8</sup> Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām. Brikše, I. (red.). *Informācijas vide Latvijā: 21.gs. sākums*. Rīga: Apgāds Zinātne. 7.lpp.

<sup>9</sup> Beers, D. (2006). Die öffentliche Sphäre und on-line, unabhängiger Journalismus. *Canadian Journal of Education*, 29 (1), 109.

<sup>10</sup> Turpat. 112.p.

<sup>11</sup> Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere. The internet as a public sphere. *New media & society*, 4 (1), 11.

<sup>12</sup> Turpat, P. 14-15.

<sup>13</sup> Dahlberg, L.(2005). The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication? *Journal of Communication Inquiry*, 29(2), 161-162.

masa sadalīsies arvien mazākās un mazākās diskusiju grupās – ideāls par publisko sfēru, kas savieno daudzus cilvēkus tīklā nepiepildīsies.<sup>14</sup>

Rābija Karakaija Polata (*Rabia Karakaya Polat*), kas internetu pēta saistībā ar politisko līdzdalību (*political participation*), secina, ka interneta potenciāls paplašināt publisko sfēru ir limitēts, jo tā izplatība ir nevienlīdzīga, tam ir augsti fragmentēta struktūra un tas ir pieaugoši komercializēts. R.Karakaija Polata gan atzīst, ka ir daudz tīkla kopienas, kuru dalībnieki, piedalās tīkla politiskajās debatēs, un kaut arī viņi neformē publisko sfēru, darbojas kā platforma, kur dalībnieki var izpaust savas tiesības kā pilsoņi un kā tīkla politiskās diskusijas dalībnieki.<sup>15</sup>

Tīkla tehnoloģijas skaidri parāda Rietumu kultūras divējādo dabu – tā ir gan vienota, gan atšķirīga, gan kolektīva, gan individuāli orientēta. Tās visas izpaužas virtuālās tīkla kopienas metaforā. Kopienas pamats ir komunikatīvie procesi, un komunikācija ir tas, kas vieno heterogēnos kopienas locekļus un definē to kā kopienu.<sup>16</sup>

Tīkla kopienā galvenā komunikatīvā loma ir indivīdam, kam tehnoloģijas piedāvātās iespējas sniedz varu pār komunikāciju un tās saturu.<sup>17</sup> Satura lietotāji kļūst par izpildītājiem/darītājiem, un otrādi.<sup>18</sup> Tādējādi, pēc M.Kastelsa hipotēzes, multivides pasaule tiks apdzīvota ar divām pamata noteiktām populācijām - tie, kas mijiedarbojas un tie, ar kuriem mijiedarbojas, domājot tos, kuri ir spējīgi selektēt daudzvirzienu informācijas ķēdes un ciklus, un tos, kuri tiek apgādāti ar ierobežoto daudzumu izvēļu.<sup>19</sup>

Indivīda loma internetā – tīkla dzīve veidojas no viena indivīda personiskajām attiecībām ar informāciju. Nav svarīgi, ka tūkstoši vienā un tajā pašā brīdī lūkojas uz vienu un to pašu bildi, lasa to pašu portālu, piedalās tajā pašā čatā, diskusijā, fakts, ka persona fiziski ir izolēta no saskares ar citiem, padara interakciju personisku un privātu – uz paradoksu, ka internets nav publiska telpa tradicionālā nozīmē, jo ikviens, atrodoties tīklā, fiziski atrodas privātā vai semi-privātā telpā – mājās vai darba vietā, norāda komunikācijas pētnieks Gerijs Kregs (Krug Gary).<sup>20</sup>

Interneta komunikatīvo vidi saistībā ar indivīda lomu tajā apskata Dace Vētra, kas secina, ka interneta komunikācija ir uz digitālām tehnoloģijām balstīts, interaktīvs, dinamisks un daudzveidīgs process, ko indivīdi realizē ar tehnoloģiju starpniecību, mijiedarbībā un iespējās

---

<sup>14</sup> Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere. The internet as a public sphere. *New media & society*, 4 (1), 17.

<sup>15</sup> Karakaya Polat, R. (2005). The internet and political participation. Exploring the explanatory links. *European Journal of communication*, 20 (4), 454.

<sup>16</sup> Turpat. P. 63-64.

<sup>17</sup> Krug, G. (2005). *Communication, Technology and Cultural Change*. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 175.p.

<sup>18</sup> Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing. 31.p.

<sup>19</sup> Turpat, 402.p.

cits ar citu, uzņemoties jaunas lomas, radot jaunu realitāti un nepārtraukti atjaunojot komunikācijas saturu.<sup>21</sup>

### 1.1. Tīkla sabiedrības un interneta komunikācijas raksturojumi

Mediju pētnieki norāda, ka interneta komunikācija izmainījusi sapratni par mediju komunikāciju.

Tradicionālais masu komunikācijas process satur sūtītāju, kanālu, vēstījumu, saņēmēju, attiecības starp sūtītāju un saņēmēju, efektu, kontekstu, kurā komunikācija rodas, un parādību spektru, uz ko vēstījums attiecas.<sup>22</sup>

Sonja Livingstone (*Sonia Livingstone*) raksta, ka mediju komunikācija vairs nav tikai masu komunikācija - no viena ziņotāja uz daudziem uztvērējiem (one to many), bet jaunais medijs tagad veicina vienlīdzīgu komunikāciju – no viena uz vienu saņēmēju, no daudziem uz daudziem (one to one and many to many).<sup>23</sup> Interneta komunikācijā informācijas sūtītāja un saņēmēja lomas saplūst. Auditorija gan saņem informāciju, gan var pati to sūtīt, tātad auditorijai ir lielāka kontrole pār saturu. Šo atšķirību parāda J.Van Daika piedāvātie masu sabiedrības (*mass society*) un tīkla sabiedrības (*network society*) modeļi (sk.1.att. un 2.att.) – masu sabiedrības komunikācijā ir viens sūtītājs – medijs, bet tīkla sabiedrības komunikācijas procesi drīzāk raksturojami kā vienlīdzīga jeb dialoga komunikācija.<sup>24</sup> Attēls Nr 1. ilustrē sociālo un komunikatīvo infrastruktūru masu sabiedrībā, kuras pamatelements ir mājsaimniecības, ģimenes, kas vienojās nelielās kopienās ciematos, pilsētās. Kopienā dominējoši noris interpersonālā komunikācija, kopienas koordinē masu mediji. 20.gadsimtā tradicionālās kopienas sāka pārveidoties. Ikdienas dzīves un darba vides kļūst arvien mazākas un heterogēnākas, kas novedis pie tīkla sabiedrības komunikācijas modeļa. Tīkla sabiedrību raksturo abi – gan sociālais, gan mediju tīkls (sk.2.att.) Pamatelementi tīkla sabiedrībai nav tik daudz tīkls pats par sevi, bet indivīdi, mājsaimniecības, organizācijas, kas savienotas ar šiem tīkliem. Virtuālā kopiena ietver sevī komunikāciju starp interpersonālo un masu komunikācijas līmeni. Attēlā var redzēt, kā sakombinējas gan organiskās kopienas, gan virtuālās kopienas.<sup>25</sup>

---

<sup>20</sup> Krug, G. (2005). *Communication, Technology and Cultural Change*. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 194.p.

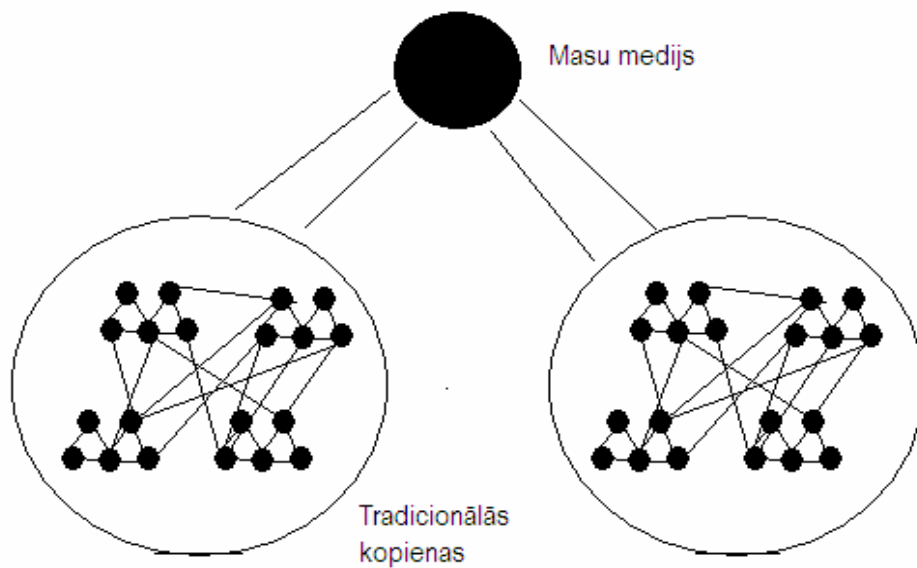
<sup>21</sup> Vētra, D. (2004). *Indivīda komunikatīvo lomu izmaiņas interneta vidē: Maģistra darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas studijas nodaļa. 8.lpp

<sup>22</sup> McQuail, D., Windahl, S. (1993). *Communication Models: For the Study of Mass Communication*. Essex: Pearson Education Ltd. 5.p.

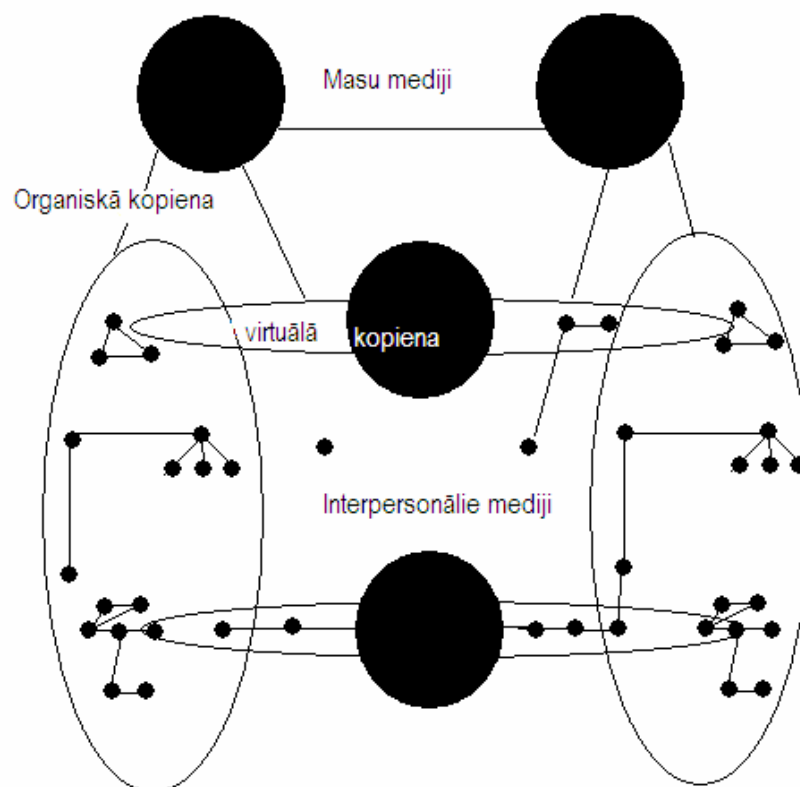
<sup>23</sup> Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19 (1). 75

<sup>24</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd edition. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 25.p.

<sup>25</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd edition. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sag. 24.p.



1.att. Masu sabiedrības struktūra.



2.att. Tīkla sabiedrības struktūra.

Tātad divvirzienu vai daudzvirzienu komunikācija, kur ziņas saņēmēja un sūtītāja lomas saplūst un ir maināmas starp komunikācijas dalībniekiem, un dalībniekiem ir iespēja

manipulēt ar saturu, iespējama caur pastarpinātu, mediētu kanālu. Tradicionāliem medijiem (televīzija, radio, prese) atgriezeniskās saites kapacitāte ir ierobežota.<sup>26</sup> Spiro Kiouisis šo iespēju - ziņu saņēmējiem ne tikai atbildēt ziņu sūtītājiem, bet pašiem kļūt par ziņu sūtītājiem - dēvē par interneta raksturierzīmes - interaktivitātes - pamatkomponentu.

Rob Kovers (*Rob Cover*) secinājis, ka kompjūteru pastarpinātās komunikācijas interaktīvā un digitālā daba rezultējas vairākās jaunos autora-teksta-auditorijas attiecību aspektos, galvenokārt sapludinot robežu starp autoru un auditoriju, izjaucot tradicionālo veco tehnoloģiju, politikas un standarta modeļus teksta kontrolē. Mainās naratīva secība un izplatība - auditorijas ietekmē naratīvs tiek pārveidots jeb teksti tiek pārstāstīti. Digitālā vide, kas stimulē interaktivitāti, ir sekmējusi lielāku auditorijas maiņas kapacitāti un interesi manipulēt ar tekstu vai tekstuālu naratīvu, meklēt līdzdalību tekstu radīšanā, tādā veidā izmainot tradicionālās autora-teksta-auditorijas attiecības.<sup>27</sup> Šo attiecību maiņa internetā izaicina eksistējošo paradigmu - centralizētu ziņu producēšanu.

Medijiem jāpārrestrukturē sava loma sabiedrībā, žurnālistiem jāiemācās dalīties ar savu tradicionālo praksi un jāļauj auditorijai piedalīties ziņu producēšanā. Tā vietā, lai strikti izdalītu informācijas saņēmēju un sūtītāju, žurnālistiem un pilsoņiem kā kopienai jārada aktīvu sarunu (diskusiju) žurnālistika, kurā visiem pilsoņiem ir vienādas iespējas līdzdarboties dialoga komunikācijā.<sup>28</sup>

Džo Bardoels norāda, lai komunikācija būtu uz pilsoņiem, nevis medijiem centrēta, tai jāpiemīt trīs sekojošām iezīmēm:

1. Pieeja tīklam, infrastruktūrai un servisiem, iespēja pilsoņiem komunicēt ar ārpusauli.
2. Pieeja saturam, kas ir relevants politiskajam un sociālkultūras pilsoniskumam.
3. Pieeja platformai, kurā pilsoņi var atrast uzticamu un drošu saturu, var izpausties publiski, var līdzdarboties politiskās un kultūras debatēs.<sup>29</sup>

Tehnoloģijas veicina divvirzienu komunikācija starp žurnālistiem un lietotājiem. Tīkla lasītājs ir mazāk *masificēts*, vairāk – atvērts. Zināšanas par notikumiem pasaulē, sabiedrībā ir novirzītas telpā starp žurnālistiem un lietotājiem.<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> Kiouisis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New media & society*, 4 (3), 368-370.

<sup>27</sup> Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8 (1), 140 – 141.

<sup>28</sup> Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13 (1), 58.

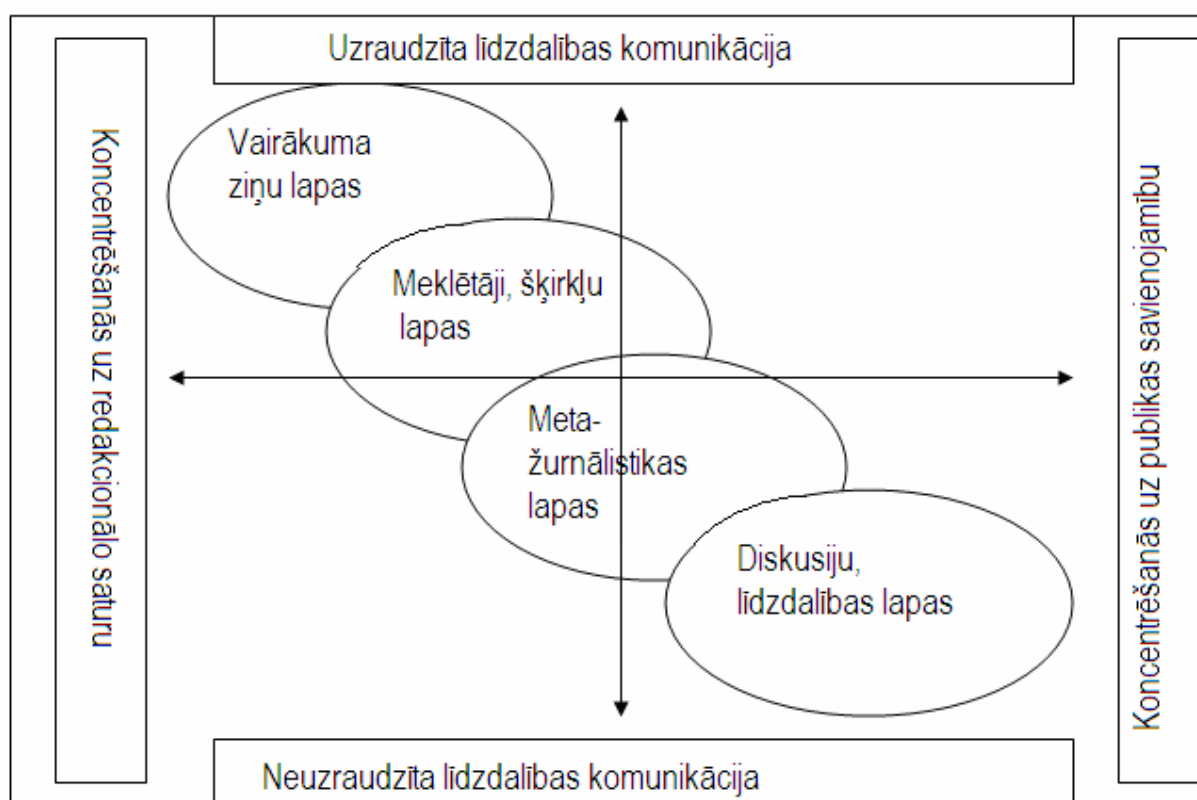
<sup>29</sup> Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 509.

<sup>30</sup> Matheson, D. (2004). Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. *New media & society*, 6 (4), 453.

Marks Deuze (*Mark Deuze*) nosauc trīs tīkla priekšrocības salīdzinājumā ar tradicionālajiem medijiem – interaktivitāte, personalizācija vai individualizācija un konverģence. Interaktivitātei nav tik daudz saistības ar ziņu ātrumu un žurnālistikas aktivitātēm, bet gan ar faktu, ka tīkla ziņām piemīt potenciāls padarīt ziņu lasītāju/lietotāju par daļu ziņas, caur atsauksēm, e-pastu žurnālistiem, diskusiju grupām, kas seko pēc ziņām. Atslēgelements tīkla žurnālistikā ir mijiedarbība ar auditoriju.<sup>31</sup>

Mijiedarbība ar auditoriju interneta vidē gan noris diferencēti – to ietekmē interneta medija forma, kā arī pozicionējums un proporcija, kāda ir medijā starp tīru redakcionālo saturu un auditorijas/ mediju lietotāju radīto saturu. M.Deuze izstrādājis tīkla mediju tipoloģiju atkarībā no šīs satura proporcijas.

Viņš izdala četras galvenās tipoloģijas: vairākuma ziņu lapas (mainstream news sites), indeksu, šķirkļu mājaslapas/ meklētāji (index and category sites), meta-žurnālistikas lapas (meta- and comment sites) un līdzdalības un diskusiju lapas (share and discussion sites) (sk. 3.att.).<sup>32</sup>



3.att. M.Deuzes tīkla mediju tipoloģija.

<sup>31</sup> Deuze, M. (1999). Journalism and the web: An Analysis of Skills and Standards in an online environment. *International Communication Gazette*, 61 (5), 377 -378.

<sup>32</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 205.

Visi šie četri tīkla mediju tipi atrodas laukā starp satura – publikas savienojamības (vertikālā) asi un līdzdalības komunikācijas (horizontālo) asi. Savienojamība un publikas komunikācija pielīdzināma „dialoga žurnālistikai” – žurnālistikai, kas veicina publiskās debates un iekļautu vietējos iedzīvotājus ziņu stāstu producēšanā. Horizontālā ass atspoguļo primāro mediju organizācijas mērķi – vai nu ražot ziņas cilvēkiem „tur laukā” vai strādāt kā lietotāju radītā satura koordinatoriem. Vertikālā ass reprezentē ziņu portālu piedāvāto līdzdalības komunikācijas līmeni. Tas var būt no atvērta līdz slēgtam līmenim. Atvērtu portālu līdzdalības komunikācijai M.Deuze raksturo kā tādu, kas atļauj lietotājiem dalīties atsauksmēs, e-pastos, pārlādējamiem failiem, nefiltrējot vai neiegrožojot šo komunikāciju no redakcijas puses. Savukārt slēgts līdzdalības komunikācijai ir tāds portāls, kur lietotājis var līdzdarboties, bet viņu komunikatīvie akti ir pakļauti striktai redakcijas kontrolei.<sup>33</sup>

**Vairākuma, vidusmēra ziņu portāli (mainstream news sites)** ir visizplatītākā jaunā medija forma tīklā, kas pārsvarā piedāvā redakcijas izvēlētu saturu un filtrētu līdzdalības komunikācijas formu. Šī ziņu portāla ziņu stāstīšanas pieeja, ziņu vērtības un attiecības ar auditoriju daudz neatšķiras no drukātās vai elektroniskās žurnālistikas. *Mainstream news sites* ir tendētas būt relatīvi slēgti tīkli.<sup>34</sup>

**Meklētāji un šķirķļu portāli (index and category sites)** piedāvā linkus uz jau eksistējošiem ziņu portāliem, hiperlinki ir kategorizēti un pat ar redakcijas atsauksmēm. Šie portāli pārsvarā nepiedāvā oriģinālo redakcijas saturu, bet piedāvā vietu čatam vai ziņu apmaiņai, padomiem un linkiem, kur atrast citu informāciju.<sup>35</sup>

**„Žurnālisms par žurnālistiku”, meta-mediju portāli (meta and comment sites)** satur informāciju par citiem portāliem, jaunajiem medijiem un medijiem vispār. Šie portāli brīžiem tiek uztverti kā mediju sargsuņi. M.Deuze tos raksturo kā „alternatīvo” mediju balsi, mediju kritiku. Tajos redakcionālais saturs ir vairāku žurnālistu producēts un pamatā komentē saturu, kas atrasts citur internetā. Šie portāli savāc, komentē ziņu avotus visā internetā, fokusējoties uz tiem aspektiem, kurus vispārējā žurnālistika nav pārklājusi un atspoguļojusi. Lielākā daļa šo portālu tendētas lietotājiem piedāvāt iespējas augšupielādēt vai radīt pašiem savus stāstus.<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Deuze M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 207.

<sup>34</sup> Deuze M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 208-209.

<sup>35</sup> Turpat.209.p.

<sup>36</sup> Turpat. 210.p.

**Līdzdalības un diskusiju portāli (share and discussion sites)** izmanto interneta potenciālu, lai veicinātu platformas ideju, stāstu apmaiņai, centrējoties ap dažādām tēmām. Šo tīkla žurnālistikas veidu M.Deuze raksturo kā „grupas weblogu” kas piedāvā indivīdu zināšanas, stāstus par viņu pieredzi.<sup>37</sup>

Visus šos interneta mediju/portālu veidus vairāk vai mazāk raksturo trīs iezīmes – hipertekstualitāte, multimedialitāte un interaktivitāte. Tādas tīkla vides un žurnālistikas raksturojošās pazīmes izdala vairāki teorētiķi.

**Hipertekstualitāte (hypertextuality)** – M. Deuze norāda, ka tas nozīmē, ka teksti var tikt auditorijai nodoti iekšēji – iekšā portālā, vai ārēji – teksts atrodas citviet internetā. Tie ir divi atšķirīgi hipertekstualitātes tipi – pirmais rāda lejupejošu satura spirāli, otrs – no ārpusē atveras jauns saturs.<sup>38</sup> Dž.Bardoels savukārt uzsver, ka hipertekstualitāte attiecināma uz specifisko tīkla žurnālistikas dabu, kuras specifiskais aspekts ir “piedāvāt informāciju par informāciju.” Hipertekstu un hiperlinku fenomens var tikt uztverts kā tīkla starta punkts, kur žurnālistika tīklu izmanto, lai radītu oriģinālu ziņu saturu ar dažiem linkiem uz, piemēram, preses relīzēm. Nepieciešamība piedāvāt informāciju par informāciju ir kļuvusi par žurnālistikas vienu no pamatprasmēm un noteikumiem tīklā. Lietotājam tas nozīmē, kas viņš var kontrolēt pieeju ziņai vai tās daļām, izvēlēties informāciju.<sup>39</sup>

**Multimedialitāte (multimediality)** – pēc M.Deuzes definīcijas, tas ir integrēts, konverģēts saturs - informācijas kombinācija, kas tiek piedāvāta dažādos formātos, producēta vienā vai vairākās mediju organizācijās.<sup>40</sup> Multimedialitāte tīkla žurnālistikas kontekstā ir tradicionālo mediju konverģence – kustīgās bildes, teksts, skaņa - apkopotā vienā stāstā internetā. Tīkls individuālajiem lietotājiem piedāvā opcijas izvēlēties starp atbilstošiem stāsta elementiem un piedāvā žurnālistam iespēju “spēlēties” ar šiem elementiem – katram stāstam var būt cits leņķis, diferencēts veids, kā to pastāstīt. Digitālais stāstījums pieļauj vienā laikā izmantot vairākus formātus.<sup>41</sup>

**Interaktivitāte (interactivity)** – M.Deuze norāda, ka šis koncepts nav tikai ekskluzīva daļa no interneta diskursa, bet sastopams arī tradicionālajos medijos, piemēram, klausītāju runa radio.

---

<sup>37</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 211.

<sup>38</sup> Turpat., 212.p.

<sup>39</sup> Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 504.

<sup>40</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 212.

<sup>41</sup> Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 505.

Tas ir koncepts, kas definē līdzdalības komunikāciju un lietotāju kontroli pār saturu. Auditorija šī koncepta ietvaros saprotama kā aktīva nevis kā pasīvi mediju patērētāji. Tas ļauj lietotājiem ne tikai saņemt (kas ir pasīva mediju patērēšana) informāciju, bet arī izplatīt informāciju.<sup>42</sup>

Dž.Bardoels norāda, ka interaktivitāte izpaužas vairākos un dažādos līmeņos, pat poga *back* portālā ir piemērs interaktivitātei, kas piedāvā lietotājam interaktīvas opcijas, lai autonomi navigētu pa konkrētu lapu un internetu. Dažādi interaktivitātes līmeņi ļauj saturu kontrolēt lietotājam nevis satura radītājam, producētājam.<sup>43</sup>

Kā norāda, J.Van Daiks, jaunā medija augsta līmeņa interaktivitāte dod lietotājam augstu kontroles iespējamību pār interakciju.<sup>44</sup>

J.Van Daiks izdala šādus interaktivitātes līmeņus:

- Iespēja nostiprināt divvirzienu vai daudzpusēju komunikāciju (telpas dimensija- space dimension)
- Sinhronitātes pakāpe (laika dimensija- time dimension)
- Kontroles realizēšanas pakāpe no mijiedarbošajām pusēm (uzvedības dimensija - *behavioural* dimension)
- Darboties un reaģēt, visām mijiedarbošajām pusēm saprotot nozīmes un saturu (mentālā dimensija)<sup>45</sup>

Dž.Bardoels izdala vēl ceturto tīkla raksturojošo iezīmi - a-sinhronitāti (*a-synchronicity*). Tas nozīmē, ka „informācija var tikt patērēta uzreiz – gluži kā radio un televīzijas patērēšana, vai arī tā var tikt atlikta, atlasīta, kas ir raksturīgi drukātiem medijiem.” Tas nozīmē, ka tradicionālie faktori (tele)komunikācijā kā laiks, perioditāte un aktualitāte kļūst mazāk svarīgi jeb kļūst par jautājumu, kas atkarīgs no individuālas izvēles nevis vairs no mediju loģikas saražotās produkcijas.<sup>46</sup>

Dž.Bardoels uzskata, ka interaktivitātei, hipertekstualitātei, multimedialitātei un a-sinhronitātei ir potenciāls pārdefinēt tīklā esošo žurnālistiku, tas arī nozīmē, ka kopumā visai žurnālistikai var būt sarežģījumi - jaunais medijs vecajiem medijiem liek mainīties, jo arvien mazāk laika mediju lietošanā kardinālas izmaiņas īsā laikā, bet norāda, ka žurnālistiem un izdevējiem nopietni jāņem vērā jaunā ziņu patērēšanas tendence jaunākajā paaudzē. Šī jaunā

---

<sup>42</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 213.

<sup>43</sup> Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 504.

<sup>44</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd ed. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage. 56.p.

<sup>45</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd ed. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage. 8.p.

ziņu patērēšana kombinē sevī daudzus medijus un citus avotus, gan žurnālistiskus, gan nežurnālistiskas. Šī ziņu patērēšana pārsvarā ir bez maksas un vēlme maksāt ir tikai tad, kad ir skaidri definēta “pievienotā vērtība”. Dž. Bardoels brīdina, ka pārvietojamo ierīču penetrācija nākamajos gados – mobilie telefoni, portatīvie datori utt. tikai stiprinās jauno informācijas producēšanas veidu.<sup>47</sup>

Izmaiņas informācijas producēšanā, izplatīšanā un patērēšanā skar arī laika dimensiju, kuras izpratne mainās atkarībā no informācijas tehnoloģiju spējām pārvarēt laika un attāluma ierobežojumus. Turklāt operativitāte kā laika simbols zaudē nozīmi, kas līdz šim informācijai kā precei piešķir lielāku vērtību, jo informācijas tūlītējības nozīmei ir zuduši kritēriji. Distance starp notikumiem informācijas plūsmā arvien vairāk un vairāk sarūk, un šķērsums starp jaunām un vēl jaunākām ziņām cilvēkam kļūst grūti atpazīstams. Ziņu plūsma par cilvēku dzīvi sacenšas ar pašu dzīvi, ne žurnālistiem tekstu radīšanai, ne arī lasītājiem, skatītājiem un klausītājiem to aptveršanai vairs nav laika.<sup>48</sup>

Atšķirīgie tīkla žurnālistikas veidi izmainīs īsto žurnālistiku, to atšķirīgās pazīmes iejauksies mediju produktu producēšanas procesā, ziņu organizāciju darbā un žurnālistikas kultūrā, respektīvi, auditorijas attiecībās ar tehnoloģijām. Žurnālistikas nākotnes potenciāls slēpjas paradigmas, kurā žurnālisti piedāvā informāciju pilsoņiem, pagriešanā – tagad žurnālistiem jāsigādā cilvēkiem platformas un iespējas līdzdalībai, kopīgi un vienojoši stāsta stāstīšanai – dažādos interaktīvos, multimedialos un hiperlinka veidos. Pāreja no vienvirziena uz divvirzienu/dialoga žurnālistiku.<sup>49</sup>

Divvirzienu komunikācija konfliktē ar tradicionālo žurnālistu kā ziņu producētāju un auditorijas kā patērētāju uzskatu. Tradicionāli žurnālisti selektē materiālus, ziņas un izlemj, kas auditorijai ir jāzin un kas nav. Tīkla specifiskā vide un raksturojumi – hipertekstualitāte, multimedialitāte un interaktivitāte, dod varu arī lietotājam, veicina iespēju lietotājam izvēlēties, pieprasīt, selektēt informāciju divvirzienu mediju sistēmā un ļauj piedalīties lietotājiem notikumu konstruēšanā.<sup>50</sup>

Šajā nodaļā izklāstītais ļauj secināt, ka internets ir ideāla platforma sabiedrības kolektīvo zināšanu parādīšanai nevis rāmēti caur medijiem, bet tieši – visa sabiedrība kopumā un katrs indivīds atsevišķi šajā platformā var pienest savas zināšanas un informāciju.

---

<sup>46</sup> Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 505.

<sup>47</sup> Turpat. P.505-506.

<sup>48</sup> Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām. Brikše, I. (red.). *Informācijas vide Latvijā: 21.gs. sākums*. Rīga: Apgāds Zinātne. 18.-19.lpp.

<sup>49</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 216-217.

<sup>50</sup> Matheson, D. (2004). Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. *New media & society*. 6 (4), 454-455.

## 2. LIETOTĀJU RADĪTAIS SATURS

Amerikāņu pētnieks Hovards Reingolds (*Hovard Rheingold*) internetu salīdzina ar publisku tāfeli un norāda, „ja tu radi publisku tāfeli, tu padari ikvienu par izdevēju vai teksta radītāju un raidītāju. Ja tu sāc šķirot šos ziņojumus, tu ielauzies grupas teritorijā, jo tas, ko tu gribi strukturēt, ir kolektīvā atmiņa (*collective memory*) – cilvēku komunikācija ar citiem.”<sup>51</sup> H.Reingolds virtuālo kopienu salīdzina ar „dzīvu enciklopēdiju,” kurā „visvērtīgākā valūta ir pievilcīgi un labi prezentētas zināšanas.”<sup>52</sup> Kopienas - veidošanas spēks rodas no dzīvojošās datu bāzes, ko rada līdzdalībnieki un neoficiāli lieto kopā – cilvēku attiecību tīkls, kas var augt līdz ar datu bāzi, ir placderma, kur rodas potenciālās kultūras un politiskās izmaiņas.<sup>53</sup> Tātad internetu var saukt par naratīvu mediju, jo tīkla diskusijās, forumos, čatos utt. indivīdi piedalās ar saviem stāstiem, tādējādi radot jaunas realitātes (jaunas tēmas), par kurām atkal var stāstīt stāstus.

Atšķirībā no tradicionālajiem medijiem, internets pieļauj informācijai ātri un lēti izplatīties. Tas dod iespēju lietotājiem sūtīt informāciju neskaitāmiem citiem lietotājiem bez speciālas maksas. Tādējādi „katrs informācijas patērētājs internetā ir arī informācijas producētājs.”<sup>54</sup>

Līdz ar to būtiski izmainījusies atsevišķa indivīda loma. I.Brikše raksta, ka interaktīvās tehnoloģijas mazina masu mediju varu informācijas vides pārvaldīšanā, respektīvi, indivīdi un kopienas nosaka informācijas vides saturu.<sup>55</sup> S.Livingstone norāda, ka pieaug koncepta “lietotājs” lietošana “auditorijas” vietā.<sup>56</sup> Jaunā medija lietotājs kļūst arvien aktīvāks - selektīvs, neatkarīgs, viņš ir gan informācijas saņēmējs, gan producētājs. Atslēgvārdi, pēc S.Livingstones, kas raksturo jauno mediju vidi ir izvēle, atlasīšana, gaume, intertekstualitāte un interaktivitāte.<sup>57</sup> Tādēļ H.Reingolds norāda - „radiet lietotājiem rīkus, lai tie veido paši

---

<sup>51</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html4>

<sup>52</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html2>

<sup>53</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html9>

<sup>54</sup> Karakaya Polat, R. (2005). The internet and political participation. Exploring the explanatory links. *European Journal of communication*, 20 (4), 437.

<sup>55</sup> Brikše, I. (2002). Publiskās sfēras attīstība Latvijā: indivīda un interneta aspekts. Grām. Brikše, I. (galv. red.). *Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija*. (648.sēj.). Rīga: Apgāds Zinātne. 20.lpp.

<sup>56</sup> Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19 (1), 75.

<sup>57</sup> Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 79.

savu sabiedrību un ļaujiet tiem izvēlēties, ko tie grib darīt, tāpēc, ka tas ir tas, ko lietotāji no tīkla komunikācijas vēlas.<sup>58</sup>

Taču indivīda kā aktora lomas pieaugums informācijas vidē ir daudznozīmīga parādība, kur katru izpausmi var pavadīt kāda atruna par nosacījumiem un sekām. Indivīdu iespējas un brīvības palielinās, ja vien cilvēkiem ir pietiekamas zināšanas un prasmes šīs iespējas un brīvības izmantot. Mazākumu grupām līdz ar jaunajām tehnoloģijām ir reālas iespējas pietiekami plaši publiskot savus uzskatus, lai tie tiktu uztverti citās sabiedrības grupās, bet šī komunikācija bieži vien raksturojama kā agresīva un radikāla, tāpēc veicina nevis sabiedrības grupu koorientāciju, bet gan opozicionārismu. Tās nav jaunas un/vai interneta radītās parādības, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas tās ir padarījušas redzamas, pateicoties tam, ka „vairojies sabiedrības, kopienu un arī indivīdu dzīves un attiecību publiskums.”<sup>59</sup> Indivīdi ar savu līdzdalību bagātina un dažādo informācijas vides saturu, bet tajā pašā laikā- vairojas arī nekvalitatīva un nerelevanta informācija.<sup>60</sup> Par iemeslu tam ir tas, ka lietotāju radīto saturu internetā ir gandrīz neiespējami kontrolēt - „jo vairāk cilvēku mēs iesaistam, jo mazāk varam procesus kontrolēt.”<sup>61</sup>

R.Karakaija Polata uzskata, ka salīdzinot ar tradicionālajiem medijiem, internets sekmē auditorijas fragmentāciju un individualizētu informācijas meklēšanu un tas var novest līdz sociālai fragmentācijai – „tīklā ir iespējams atrast informāciju pat par vistriviālākajiem jautājumiem, stāsta veidošanas pieejamība dažādām gaumēm, grupām var novest cilvēkus zināt vairāk, bet tajā pašā brīdī arī mazāk (*knowing more about less*), turklāt selektīvā informācijas patērēšana internetā var novest līdz viena paša viedokļa (iespējams izkropļota) pastiprināšanai (reinforcement teorija), dažādu grupu polarizācijai un kopīgu zināšanu kopienas iekšienē trūkumu.”<sup>62</sup>

J.Van Daiks gan norāda, ka “viena lieta ir skaidra - cilvēki, kam nav pieeja pie jaunā komunikācijas tīkla un nav iemaņas to lietot, savākt un meklēt informāciju, būs apveltīti ar mazāku varu.”<sup>63</sup>

---

<sup>58</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html6>

<sup>59</sup> Brikše, I. (2002). Publiskās sfēras attīstība Latvijā: indivīda un interneta aspekts. Grām. Brikše, I. (galv. red.). *Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija*. (648.sēj.). Rīga: Apgāds Zinātne. 24.lpp.

<sup>60</sup> Turpat.

<sup>61</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html6>

<sup>62</sup> Karakaya Polat, R. (2005). The internet and political participation. Exploring the explanatory links. *European Journal of communication*, 20 (4), 440.

<sup>63</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd ed. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 95.p.

## 2.1. Interaktivitāte kā lietotāju radītā satura veicinātājs

Lietotāju radītais saturs kļūst iespējams tad, kad „lietotājs ir pozicionēts/ var pats sevi pozicionēt proaktīvā lomā satura radīšanā.”<sup>64</sup> Lietotāja satura ģenerēšana ir viena no galvenajām tīkla vides raksturiezīmes – interaktivitātes - sniegtajām iespējām. Rasels Ričards (*Rusel Richards*) uzsver, ka interaktivitāte nav tikai komunikācijas „apmaiņa,” bet reāla satura ģenerēšana.<sup>65</sup>

Tātad tīkla žurnālistika kļūst interaktīva tad, kad satura lietotājiem tiek dota iespēja kļūt par satura radītājiem.

S.Kiousis interaktivitāte definē kā „līmeni, kurā komunikācijas tehnoloģijas var radīt vidi, kurā dalībnieki var komunicēt viens ar vienu, viens ar daudziem, daudzi ar daudziem, gan sinhroni, gan asinhroni un piedalīties abpusējā ziņu apmaiņā, pie noteikuma, ka lietotāji saprot, ka tā ir simulēta interpersonālā komunikācija.”<sup>66</sup> Pēc S.Kiousis secinājumiem, interaktivitāti rada trīs faktori - mediju lietošanas tehnoloģiskā struktūra (ātrums, tālums, laika izvēles fleksibilitāte), komunikācijas vides raksturojumi (trešā pasūtījuma atkarība un sociālā klātbūtne) un indivīda uztvere (tuvums, uztveres ātrums, sensorā aktivizēšana).<sup>67</sup>

Savukārt pētnieks R.Kovers interaktivitāti definē kā *rīku*, kas kultivē lietotāju kontrolētu elementu ietveršanu naratīvajā mediju saturā vai veidot jaunus mediju tekstus.<sup>68</sup> R.Kovers uzskata, ka interaktivitāte un auditorijas līdzdalība nav jaunākais mediju vēstures trends, ne arī kaut kas, kas sagrauj sinerģiju starp autoru-tekstu-auditoriju, bet gan stingri noturīga un kultūrā bāzēta vēlme līdzdarboties tekstu radīšanā un transformācijā, kas bija liegts veco mediju produkcijas un izplatīšanas tehnoloģiju dēļ.<sup>69</sup>

M.Deuze akcentē sakarību – **jo vairāk interaktīvas iespējas portāli piedāvā lietotājam, jo vairāk lietotājs jutīsies piesaistīts portālam.** Šī sakarība darbojoties arī tad, ja lietotājs reāli neizmanto visas interaktīvās opcijas, jo tas noved pie nākamā interaktivitātes līmeņa – „trešo personu interaktivitātes”, kas nozīmē, ka lietotājam pašam šīs opcijas nevajag, bet viņš pozitīvi uztver to, ka citi var līdzdarboties un piedalīties diskusijās.<sup>70</sup>

---

<sup>64</sup> Richards, R. (2006). Users, interactivity and generation. *New Media & Society*, 8(4),P.537

<sup>65</sup> Turpat. 533.p.

<sup>66</sup> Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New media & society*, 4 (3), 372

<sup>67</sup> Turpat. 379.p.

<sup>68</sup> Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8 (1), 141.

<sup>69</sup> Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8 (1), 144.

<sup>70</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 214.

M.Deuze interaktīvās opcijas web lapās iedala trīs tipos:

- 1. Navigācijas interaktivitāte**, kas ir tehniskas iespējas navigēt pa portāla saturu, piemēram, pogas *back* un *next page*.
- 2. Funkcionālā interaktivitāte**, kas nozīmē, ka lietotājs noteiktā pakāpē var līdzdarboties informācijas producēšanas procesā, komunicējot un mijiedarbojoties ar citiem lietotājiem vai informācijas producētājiem.
- 3. Adaptīvā interaktivitāte**, kas nozīmē, ka ikviena lietotāja darbība atstāj sekas portāla saturā. Ļauj lietotājiem pārlādēt, rakstīt atsauksmes, diskutēt par pašu radīto saturu, piedāvā čatu telpas. Portāls adaptējas atkarībā no lietotāju uzvedības un darbībām.<sup>71</sup>

Savukārt pētniece Debora San Čanga (Deborah Soun Chung) interaktivitāti izdala divos vispārīgos virzienos – cilvēku interaktivitāte un mediju interaktivitāte. Cilvēku interaktivitāti viņa skaidro kā komunikāciju starp diviem vai vairākiem lietotājiem caur komunikācijas kanālu (e-pasti, diskusiju, čatu vietas). Savukārt mediju interaktivitāte – interaktīva komunikācija starp lietotāju un tehnoloģiju, kas ir tehnoloģijas pamatā un ko tā atļauj lietotājam darīt, piemēram, izmantojot hiperlinkus „pārlēkt no viena stāsta uz otru”.<sup>72</sup>

Tomēr šie iedalījumi neatspoguļo pilnīgi interaktivitātes saistību ar lietotāju. R.Ričards ir interaktivitāti iedalījis, atkarībā no tā kā tā pozicionējas pret lietotāju un tā radīto saturu patērētāja interaktivitātē, procesora interaktivitātē un producētāja interaktivitātē.<sup>73</sup>

**Patērētāja interaktivitāte (*consumer interactivity*)** – lietotājam ir iespējams reaģēt, darboties un mijiedarboties ar nemainīgu saturu, navigēt pa vairākām lapām. Šī veida intertekstualitāte iekļauj atsaukšanos uz kodiem un konvencijām un atklāj, kā produkts tiek skatīts/klausīts.

**Procesora interaktivitāte (*processor interactivity*)** - lietotājs aizņem to pašu vidi kā patērētāja interaktivitātē, bet ar papildus komponentiem, kas atļauj tam iespēju dot ieguldījumu satura veidošanā. Lietotāju produkcija šeit ir datu bāžu papildināšana, pasūtījuma nosūtīšana, atbilde aicinājumam balsot par kādu dienas svarīgāko notikumu. Autorības konteksts jau ir iepriekš noteikts no mediju/portālu puses.

**Producētāja interaktivitāte (*generator interactivity*)** - lietotājs ir pozicionēts vietās un telpās, kur viņš ir kā satura autors vai vides konteksts. Te R.Ričards pieskaita arī diskusijas,

---

<sup>71</sup> Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 214.

<sup>72</sup> Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 13 (1), 45.

<sup>73</sup> Richards, R. (2006). Users, interactivity and generation. *New Media & Society*, 8(4), 540-541.

tikai tās, kurās lietotājs sāk "jaunus stāsta pavedienus." Te ietilpst arī bilžu lejuplādēšana, dažādu materiālu ievietošana internetā.<sup>74</sup>

Balstoties uz darba mērķi un uzdevumiem, autori interesē producētāja interaktivitāte, kad lietotājs darbojas kā jaunu materiālu, stāstu ģenerētājs. Individīda vēlmi radīt saturu un motivāciju producētāja interaktivitātei atspoguļo weblogu jeb blogu rašanās un attīstība. Tie ir visspilgtākais piemērs lietotāju radītajam saturam un, jo, kā jau iepriekšējā nodaļā aprakstīts, pēc M.Deuzes dalījuma atrodas līdzdalības un diskusijas interneta lapu dalījumā, tas ir, no medija puses nemoderēta, nekontrolēta līdzdalības komunikācija, kas koncentrējas uz lietotāju radīto saturu un publikas konektivitāti.

## 2.2. Lietotāji kā satura radītāji un viņu motivācijas

Kopumā interneta lietotāji ir aktīvākā sabiedrības daļa, taču tie, kas rada un izplata jaunu saturu, piemēram, virtuālajās diskusijās, blogos – ir vēl aktīvāki.

Pipa Norisa (*Pippa Norris*) secinājusi, ka tipiskais interneta lietotāja profils rāda, ka tie ir vairāk līdzīgi laikrakstu lasītājiem nekā televīzijas skatītājiem. Tīkla lietotāju demogrāfija liecina, ka stiprākie šīs grupas rādītāji ir gadi, izglītība un reģioni. Interneta lietotāji Eiropā daudz lielāks jaunās paaudzes vidū, labāk izglītoto un to, kas dzīvo ziemeļu Eiropā.<sup>75</sup> Interneta lietotāji tātad mēdz būt augstākā socioekonomiskā statusā un ar lielākiem ienākumiem (profesiju sadalījums interneta lietoājiem: 44% vadītāji, 15% strādnieki, 10% bezdarbinieki).<sup>76</sup>

P.Norisas veiktā analīze 1996.gada un 1998.gada Amerikas vēlēšanās, kas bāzējās uz pētījumiem par tīkla lietotājiem, apliecina, ka „par tīkla lietotājiem kļūst indivīdi, kuru aktivitāte caur esošo platformu tiek pastiprināta nevis no jauna ir mobilizēta.” Tas nozīmē, ka interneta aktīvisti jau pirms tīkla lietošanas bija pie augsti motivētajiem, augsti ieinteresētajiem, un labāk informētajiem no Amerikas elektorāta. Tāpēc, pamatojoties uz šīs pastiprinājuma (reinforcement) teorijas, viņa uzskata, ka palielināsies digitālā plaista – starp tiem, kuri ir daudz vairāk informēti nekā tiem, kuriem nav internets un līdz ar to nav tik labi informēti.<sup>77</sup> Arī J.Van Daiks norāda, ka tie, kas ir vairāk aktīvi ārpus interneta vides (*offline*), ir vairāk aktīvi arī internetā (*online*) un otrādi.<sup>78</sup>

Sūzena Bārns (*Susan Barnes*) ir izdalījusi trīs galvenos iemeslus, kādēļ cilvēki lieto kompjūteru mediētu komunikāciju- interpersonālā komunikācija, informācijas meklēšana un

<sup>74</sup> Richards, R. (2006). Users, interactivity and generation. *New Media & Society*, 8(4), 540–541.

<sup>75</sup> Norris, P. (2000). *A Virtuos circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge university press. 129.p.

<sup>76</sup> Turpat. 132.p.

<sup>77</sup> Turpat. 134.p.

<sup>78</sup> Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd ed. London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage, 169.p.

izklaide. Lietot internetu kā attiecību ar citiem cilvēkiem dibināšanu – tas ir primārais iemesls, tāpēc cilvēki apmainās e-pastiem, pievienojas diskusiju grupām, čatos. Taču daļai indivīdu internets ir svarīgs veids, kā dalīties zināšanās, pieredzē, padomos un atbalstā.<sup>79</sup>

D.Vētra, veicot Latvijas ziņu portāla *Delfi* virtuālo diskusiju atsauksmju analīzi, aprakstījusi *Delfi* komentētāja socioloģisko portretu - „sociāla aktīva persona, kura iespējams ir saistīta ar tehnoloģijām arī reālajā dzīvē.” Aktīvais komentētājs labprāt uzņemas jaunas lomas un aktīvi iesaistās jauna komunikācijas satura veidošanā, tādējādi kļūstot par jauno autoru. Aktīvais komentētājs emociju izteikšanai interneta komunikācijā samērā bieži lieto īpašo interneta valodu netiķeti (*netiquette*).<sup>80</sup>

Tātad „līdzdalību diskusijās pārsvarā ņem tie indivīdi, kas arī ārpus interneta vides interesējas vai nodarbojas ar politiku, sabiedriskām lietām. Tomēr lielākā daļa ziņu portālu pozicionē sevi kā tradicionālo ziņu standartu pārstāvjus, piedāvājot vietu, kur lietotājiem diskutēt un izpausties. Tas nozīmē, ka diskusiju tēmas tiek noteiktas no mediju puses – ziņu dienaskārtību (tātad par ko diskutēt) nosaka mediju organizācija. Diskusijas tiek nošķirtas no tīklā ievietotās ziņas un nav izdevības viedokļus ievietot kā fonu pašā ziņā.”<sup>81</sup> Tādēļ tajos ne vienmēr izpaužas lietotāju radītā satura potenciāls – „pienest” mediju organizācijas publicētajam stāstam savā rīcībā esošo informāciju. Linkolns Dālbergs (*Lincoln Dahlberg*) norāda, ka vispēcīgāk lietotāju radītais saturs interneta vidē izpaužas portālos, kuros lielākoties ir pilsoņu, tātad mediju lietotāju, radītais saturs – blogos.<sup>82</sup>

Paši par sevi blogi kā tehnoloģijas nodrošināta iespēja tiek uztverti kā starpnieki un kā vieta darbībai, aktivitātei, taču indivīdu aktivitāte tīklā un blogos tiek interpretēta kā „aktīva sevis konstruēšana”, kas skaidrojama ar viņu sociālo kontekstu, tas ir, šādas indivīda aktivitātes un darbības tiek skaidrotas kā sociālo struktūru epifenomens.<sup>83</sup>

Blogs ir dinamiska versija personīgajai mājaslapai, kas tiek atjaunots vismaz reizi nedēļā, dažreiz dienā, ik pa stundai utt. Blogi paļaujas uz hiperlinkiem uz citām mājaslapām, blogeri salūko tīklā interesantu informāciju un linko uz to. Tad linku informāciju apkopo komentē, kritizē vai piedāvā citu personu domas par to. Blogi ļauj *parastam* cilvēkam (kas nav ar žurnālistikas izglītību, redakcijas darbinieks) kļūt par satura radītāju, rada iespēju to

---

<sup>79</sup> Barnes, B.S. (2003). *Computer-Mediated- Communication: Human to Human Communication Across the internet*. Boston: Allyn and Bacon. 137.p.

<sup>80</sup> Vētra, D. (2004). *Indivīda komunikatīvo lomu izmaiņas interneta vidē: Maģistra darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas studijas nodaļa. 62.lpp.

<sup>81</sup> Dahlberg, L. (2005). The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication? *Journal of Communication Inquiry*, 29 (2), 169-171.

<sup>82</sup> Turpat. 169.p.

<sup>83</sup> Matheson, D. (2004). Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 10, 35.

publicēt un potenciāli globāli izplatīt savu rakstīto.<sup>84</sup> Blogu saturs var būt par pasaules svarīgiem notikumiem, kā arī par to, ko blogeris ēda brokastīs. Blogi sapludina robežu starp privāto un publisko. Blogošana maina žurnālismu, radot sarunveidīgu, dialoga un decentralizētu ziņu tipu. Blogi tiek aprakstīti kā “personīgais žurnālisms,” kurā indivīdi – gan amatieri, gan profesionāļi, sagādā reportēšanu, personīgos komentārus un platformas citiem, kur dot ieguldījumu saturā vai atbildēt. Blogi tiek saukti arī par “dari-pats” žurnālismu, melnā mārketinga žurnālismu, līdzdalības žurnālismu - “mēs kā mediji” vai postmoderno žurnālismu.<sup>85</sup> Mūsdienās blogi iemieso postmodernisma pretrunas - viņi veido interešu grupas un rūpējas par piekritēju auditoriju, bet tie arī iedrošina radīt virtuālās sabiedrības kopu, kurā parasts cilvēks jūtas brīvs piedalīties un atklāt pats savu politisko nostāju.<sup>86</sup>

Donalds Matesons (*Donald Matheson*) 2002.gadā, izstrādājot pētījumu par blogiem kā savdabīgu žurnālistikas veidu un blogeru motivāciju veidot blogus, veicis daļēji strukturētās intervijas ar 10 blogeriem Lielbritānijā. Viņa intervētie blogeri skaidro norāda uz atšķirīgajām vēlmēm, ko blogeris grib panākt ar savu lapu un motivācijām, kādēļ sācis blogot.

D.Matesona intervētais respondents A ir universitātes lektors, viņš no sākuma bijis tikai lasītājs amerikāņu blogam *Instapundit*. Tad izveidojis savu, kura galvenā interese ir savienot sabiedrībā notikušos notikumus ar filozofiju. Respondents B, korporāciju komunikācijas konsultants, veido blogu, kas fokusējas uz Ziemeļīrijas politiku un kultūru. Respondents C veido libertārisma blogu, kuru viņš saskata kā nedaudz labvēlīgi ietekmējošu uz kreisā spārna ideoloģiju britu ziņu medijos. Respondents D, kas strādā kā ārzemju korespondents, savu blogu raksturo kā smadzeņu vētras platformu eksperimentēšanai žurnālistikā. Respondents E ir fantastikas žanra rakstītājs, kas veido blogu par medijiem un politiku. Respondents F ir interneta konsultants – viņam blogs ir kā alternatīva konstatntai e-pastu rakstīšanai draugiem par informāciju, ko atradis tīklā, tagad viņš to ievieto blogā. Viņš blogu saskata kā vērtīgu un viņa profesionalitātes veicinošu profilu. Respondents E intervijā atzinis, ka cer, ka laiku pa laikam viņa blogā ielūkosies arī slaveni cilvēki un viņa elki un viņa domas tiks ienestas plašākā diskursā.<sup>87</sup>

Apkopojot D.Matesona intervētos blogerus, jāsecina, ka radīt publiski pieejamu saturu indivīdus motivē galvenokārt pašizpaušmes, pašprezentācijas vēlme un sajūta, ka var ietekmēt kādus procesus (piemēram, respondenti C un E). D.Matesons apraksta trīs apstākļus, kas ietekmē lietotāja pašprezentāciju (līdz ar to uzvedību un radīto saturu) tīkla čatu/diskusijas telpās:

---

<sup>84</sup> Wall, M.(2005). Blogs of War. Weblogs as news. *Journalism*, 6 (2), 156.

<sup>85</sup>Turpat. P.156-157.

<sup>86</sup> Turpat. 168.p.

- nozīmes, metodes un iespējas sevis prezentēšanai grupā;
- grupā jau esošās auditorijas interešu loks un identitāte;
- grupas sarunas čata/diskusijas telpā kā kopprezentācija – piemērs.<sup>88</sup>

Daudzi blogi tiek rakstīti ar pseidonīmiem, indivīdi sargā savu reālo personu.<sup>89</sup> Iespējams, tādēļ, ka blogi tiek uztverta arī kā vieta, lai eksperimentētu – viens respondents atzīst, ka eksperimentē rakstīt par politiku, atsaucoties uz ziņām, neievērojot pieņemtās normas un ikdienas darba rutīnu. Cits respondents to nosauc par “kreatīvo brīvību” – prieks rakstīt ārpus kādas mediju organizācijas pastarpinātas kontroles. Respondents F atzīst: “Man patīk dalīties ar savu ziņu un notikumu vākšanas un atlasīšanas rezultātu.”<sup>90</sup>

Blogu rakstītāji izmanto tos, lai aktīvi konstruētu savu identitāti, nostādot sevi kā alternatīvu “demoralizētajiem” medijiem. Viņiem ir vēlme, lai viņu marginalizētās balsis tiek sadzirdētas un atpazītas kā “lielāku diskursu” pārstāvošas. Šāda nostāja atspoguļo nostāju par blogeru kā tīkla sabiedrības vai kā plašākas publiskās sfēras orientāciju.<sup>91</sup> Tādējādi blogi ir kā “parasto cilvēku” (tādu, kuriem nav iespējas publiski paust savu viedokli caur medijiem) iespēja publiski izteikties, tie realizē indivīdu vēlmi piedalīties un brīvi paust savu viedokli.

“Parastam (ordinary) cilvēkam” blogs dod iespēju savu viedokli un informāciju izplatīt plaši un publiski, blogi rada indivīdam iespēju kļūt par autoru vai mākslinieku, *iehronizējot* savu ikdienas dzīvi un izsakot viedokļus par notikumiem.<sup>92</sup> Ekstensīva transformācija jauno mediju tehnoloģiju lietošanā attīstījies līdz līmenim, ka tās tiek izmantotas pašreprezentācijas mērķiem. Tīklā radot saturu būtībā notiek *sevis-iehronizēšana*.<sup>93</sup>

Internets ir svarīgs veids, kā indivīdam padalīties ar saviem stāstiem. It īpaši svarīgs šāds veids ir indivīdiem, kuriem nav pieeja medijiem vai citam veidam, kā publiski paust viedokli vai izstāstīt savu stāstu, piemēram, cilvēkiem ar hroniskām slimībām (ar tuberkulozi slimie cilvēki izveidojuši savu blogu *sarsart.org.*) internets dod iespēju izteikt publiski savu

---

<sup>87</sup> Matheson, D. (2004). Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 10, 39-41.

<sup>88</sup> Turpat. 37.p.

<sup>89</sup> Turpat. 36.p.

<sup>90</sup> Matheson, D. (2004). Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 10, 42-43.p.

<sup>91</sup> Matheson, D. (2004). Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 10, 44.p.

<sup>92</sup> Gillet, J. Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts. *Journal of Communication Inquiry*, 31 (1), 29.p.

<sup>93</sup> Gillet, J. Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts. *Journal of Communication Inquiry*. 31 (1), 38.p.

viedokli, kas citādi būtu neiespējami vai grūti. Turklāt internets ir vieta, kur reprezentējot privātas problēmas tās kļūst par publisku tēmu.<sup>94</sup>

Tātad, kopumā apskatot lietotāju motivācijas veidot blogus un radīt jaunu, no medijiem neatkarīgu saturu, var secināt, ka indivīdi, kas vēlas dalīties ar savām zināšanām un pieredzi, izteikt savu viedokli, dara to, lai pašizpaustos, sevi iehronizētu, ietkemētu kādus procesus, padarītu kādu privātu problēmu par publisku. Internets atvieglo viņiem šo iespēju. Īpaši šāda vajadzība pēc pašizpaušmes tīklā ir cilvēkiem, kuriem citādi publiski paust savu viedokli vai informāciju nebūtu iespējams vai arī būtu apgrūtināti. Turklāt, nodrošinātā anonimitāte ļauj to darīt, nebaidoties no sociālām sekām, ja kādu informāciju saista ar konkrētu indivīdu.

### 2.3. Lietotāju radītais saturs kā informācijas avots

Lai gan lietotāju radītais saturs tīklā ir iespēja indivīdam paust savu viedokli, izplatīt savu informāciju neierobežoti un brīvi, šī iespēja nes līdzī arī trūkumus. Pirmkārt, internets pārveido informācijas kvalitāti – “publiskajos tekstos zūd akurātība un atbildība, jo informācija tiek uztverta nevis kā ilgstošs, bet īslaicīgs vēstījums, ko nomainīs cits.”<sup>95</sup>

Vēl viens no trūkumiem plašai, nekontrolētai publiskai telpai ir informācijas ticamības un nopietnības trūkums. Volfganga Šveigera (*Wolfgang Schweiger*) pētījums, aptaujājot 540 tīkla lietotājus un arī nelietotājus, liecina, ka tīkls tiek uztverts kā mazāk nopietns medijs salīdzinājumā ar presi un televīziju. Tīkls tiek uztverts arī kā amatieru medijs, televīzija un prese – profesionāli mediji.<sup>96</sup>

Tas skaidrojams ar sakarību – „jo lielāks skaits potenciālo un aktuālo komunikatoru, jo mazāka mediju produkta ticamība recipientu acīs.” Internetā ikviens var ražot un publicēt informāciju, nav noteikumu kā to darīt, ir tikai tā sauktā *Netikete*, kas ietver sevī tikai interpersonālu komunikāciju tīklā. Internetā, kur ir komunikatoru kvantums, ir gandrīz neiespējami noteikt konkrēta avota ticamību – ziņojuma autoru.<sup>97</sup>

Vācu žurnālisti internetu kā avotu vērtē kontraversāli – sauc to par “informācijas atkritumu tvertni” vai arī par tīrām pļāpām, tenkām, tomēr vairākums gan novērtē to kā vērtīgu un

---

<sup>94</sup> Gillet, J. Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts. *Journal of Communication Inquiry*. 31 (1), 38.p.

<sup>95</sup> Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām. Brikše, I. (red.). *Informācijas vide Latvijā: 21.gs. sākums*. Rīga: Apgāds Zinātne. 19.lpp.

<sup>96</sup> Schweiger, W. (2000). Media Credibility — Experience or Image?: A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media. *European Journal of Communication*, 15 (1), 50.

<sup>97</sup> Turpat. 44.p.

vajadzīgu avotu, tikai ar nosacījumu – „nekad uzreiz neticēt”. Tātad internetā esošā satūra ticamība tiek vērtēta kritiski.<sup>98</sup>

Arī anonimitāte tiek minēta pie trūkumiem, taču vienlaikus tā norādīta arī kā pozitīvs aspekts. Internets ir “informācijas jūra, kur pārlietu lielais informācijas daudzums var būt problēma,” piemēram, tīklā garantētās anonimitātes dēļ sarežģīti notiekt nelegālu un amorālu aktivitāšu veicēju, taču svarīga anonimitāte ir brīvas izteiksmes un demokrātijas nodrošināšanā – anonimitāte bieži vien ir vienīgais ceļš parastajiem indivīdiem, lai aktīvi tīkla vidē lietotu un rīkotos ar savā rīcībā esošo informāciju un pasargātu sevi no valdības vai privātajām korporācijām.<sup>99</sup>

H.Reingolds norāda uz tīkla paradoksu – neviens nav anonīms, ir iespējams izmantot pseidonīmus, lai radītu alternatīvas identitātes vai radītu metaziņojumus, taču pseidonīmi vienmēr saistīti ar reālu lietotāju.<sup>100</sup>

Z.Papačarisī veikusi interneta diskusiju grupu pētījumu, secinot, ka “anonimitāte tīklā iznīcina reālās dzīves identitātes robežas un veicina brīvu un atvērtu komunikāciju, stimulējot atvieglotāku apmaiņu caur idejām.”<sup>101</sup>

Tomēr tīkla piedāvātā anonīmā komunikācija un interpersonālās “aci pret aci” komunikācijas trūkums savstarpējo mijiedarbību padara mazāk piesardzīgu uzvedības normu ievērošanā - indivīdi virtuālajās diskusijās mēdz savu viedokli izteikt agresīvi, savukārt daži anonīmo izteiksmes formu saprot kā labumu, respektīvi, iespēju nesodītam izpaust informāciju.<sup>102</sup>

Z.Papačarisī pētījums liecina, ka no viesiem pētītajiem komentāriem 14,2% bija rupji, 22% bija nepieklājīgi. Visi nepieklājīgie un rupjie komentāri bija reakciju padoši. Kopumā lielākā daļa komentāru - 85,8% bija reakcija uz publicēto materiālu, kolektīva skaļu frāžu lietošana bija vērojama 9%, bet cits mērķis - 5,2%. Kopumā viņa secināja, ka čata un ziņu diskusiju grupas ir vairāk orientētas uz notikumu, tā un ar to saistīto lietu apspriešanu.<sup>103</sup>

Neskatoties uz anonimitātes radītajiem sarežģījumiem, tīkls tiek uztverts kā neitrālākais no medijiem - interneta daba, ka ikviena viedoklis tajā tiek publicēts, piešķir tam lielāku neitralitāti kā tradicionāliem medijiem. Tradicionālie mediji tiek kontrolēti no

---

<sup>98</sup> Schweiger, W. (2000). Media Credibility — Experience or Image?: A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media. *European Journal of Communication*, 15 (1), 46.p.

<sup>99</sup> Woo, J. (2006). The right not to be identified: privacy and anonymity in the interactive media environment. *New media & society*, 8 (6), 963.

<sup>100</sup> Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from <http://www.rheingold.com/vc/book/html2>

<sup>101</sup> Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New media & society*. 6 (2), 267.

<sup>102</sup> Turpat. 280.p.

<sup>103</sup> Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New media & society*. 6 (2), 271.

viedokļu grupu puses, kas darbojas kā “vārtu sargātāji”, taču internets tiek uztverts kā platforma visu viedokļu izteikšanai.<sup>104</sup>

Tomēr D.San Čangas 2006.gadā veiktais pētījums gan rāda: tas *kā* stāsts tiek stāstīts diferencējas, ziņas tiek pasniegtas arvien dažādākās formās, tai skaitā interaktīvās audio/video formātos. Taču tas, *kas* stāsta nav diferencējies – par spīti tam, ka ziņu patērētājiem, lietotājiem tiek piedāvāta iespēja piedalīties un līdzdarboties, pārsvarā ziņas piedāvā mediju organizācijas, tīkla medijs.<sup>105</sup> Pētniece secinājusi, ka lielākoties ziņu producētāji interaktivitāti definē kā mediju un tehnoloģiju iespēju, nevis cilvēku interaktivitāti.<sup>106</sup>

Viņa tīkla mediju/portālu veidotājus iedalīja pēc viņu attieksmes pret interaktivitāti tīklā – inovatori, pūristi un piesardzīgie tradicionālisti.

**Inovatori** darbojas kā revolucionāri, labprāt integrējot interaktīvās opcijas tīkla žurnālistikā. Šie tīkla mediju/portālu veidotāji uzskata, ka caur kompjūtera pastarpināto komunikāciju auditorijai ir iespēja turpināt dialogu ar reportieri arī pēc tam, kad stāsts ir nopublicēts.

**Pūristi** – pretstats inovatoriem – dominējošo paradigmu un tradicionālo masu mediju vienvirziena komunikācijas modeļa piekritēji. Nepieņem tīkla radīto iespēju lietotāja satura radīšanai pamatojoties uz problēmām, ko rada auditorijas radītā informācija – ticamību, anonimitāti utt.

**Piesardzīgie tradicionālisti** – reprezentē ziņu producētāju vairākumu, kas nav droši un nezina, kā rīkoties ar šo jauno mediju. Viņi mēģina ieviest dažas interaktīvas opcijas.<sup>107</sup>

---

<sup>104</sup> Schweiger, W. (2000). Media Credibility — Experience or Image?: A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media. *European Journal of Communication*, 15 (1), 56.p.

<sup>105</sup> Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 13 (1), 46.p.

<sup>106</sup> Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 13 (1), 50.

<sup>107</sup> Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 13 (1), 52.

### 3. METODOLOĢIJA

Portāls *Delfi* pētījumam izvēlēts, jo ir populārākais interneta medijs, kurā notiek virtuālās diskusijas par sabiedriski, politiski un ekonomiski nozīmīgām tēmām. To pierāda mediju, tirgus un sociālo pētījumu aģentūras *TNS Latvia* apkopotie interneta auditorijas pētījuma *Nacionālais Mediju Pētījums: Internets, Ziema 2007* rezultāti. Tas rāda, ka *Delfi* ir trešais populārākais interneta medijs ar 268 tūkstošiem lietotāju vidēji vienā dienā. Pirmajā vietā esošais *Google* (ar 310 tūkstošiem) un otrajā vietā esošie *Draugiem.lv* (ar 272 tūkstošiem) nepiedāvā virtuālās diskusijas par sabiedrībā notikušajām aktualitātēm, bet pilda vairāk informācijas vākšanas, interpersonālās saziņas un izklaides funkcijas.<sup>108</sup>

Empīriskajā daļā kā pētniecības metode tiek izmantota kontentanalīze – gan kvantitatīvā, gan kvalitatīvā, kā arī dziļās intervijas.

Ar abām kontentanalīzes metodēm pētītas kopumā 127 ziņu 12 787 atsauksmes, kas publicētas *Delfi* rubrikā *Sabiedrība* no 26.marta līdz 1.aprīlim. Analizējamais laika periods – viena nedēļa izvēlēta apzināti, lai pētījumā iegūtie dati būtu relevantāki, jo vienas ziņas atsauksmes un pat vienas dienas atsauksmju analīzes secinājumi var atšķirties no kopējās situācijas, atkarībā no konkrētajā dienā esošajiem jaunumiem, notikumiem. Laika poms 26.marts – 1.aprīlis izvēlēts bez tīšas vai apzinātas motivācijas.

Abiem kontentanalīzes veidiem raksturīga kodēšana/ kategorizēšana. Būtībā kontentanalīze ir kodēšanas forma. Kontentanalīzes galvenais solis ir noteikt vai radīt kodēšanas/kategorizēšanas shēmas, kas tiks izmantotas analizējot dokumentu, mediju saturu utt. Šīs kategorizēšanas shēmas var būt dažādas, tās atkarīgas no tā, kāds dokuments, medija saturs tiek pētīts un kāds ir pētījuma mērķis vai kāda hipotēze tiek pārbaudīta pētījumā. Var izmantot citu pētnieku iepriekš radītas kodēšanas shēmas, var radīt pats atkarībā no pētījuma.<sup>109</sup>

Kvantitatīvā kontentanalīze ir metode, kad dokumentu, medija simboliskais saturs, kā vārdi un attēli, no kvalitatīvas, nesistematizētas formas kļūst par kvantitatīvu un sistematizētu formu.<sup>110</sup> Tātad šīs analīzes rezultātā iegūtie dati ir skaitļi un ir atspoguļojami sistematizēti un kvantitatīvi. Kvantitatīvā kontentanalīze izmantota, pētot interneta diskusiju atsauksmes, lai noteiktu to skaitlisko un procentuālo sadalījumu pēc tā, kāds ir atsauksmes saturs.

Autorei izdevās atrast pētījumu, kurā arī pēc kontentanalīzes pieejas pētīts interneta saturs. Šis projekts nosaka bilžu saturu, ko satur vienas tīkla lietotāju interešu, diskusijas grupas (newsgroup) lapa [alt.sex.stories](http://alt.sex.stories). Šī pētījuma autori uzskata ka tīklā ir interešu,

<sup>108</sup> TNS Latvia. *Nacionālais mediju pētījums: Internets, Rudens 2006 un Ziema 2007*. (2007). Sk. 2007. 24. apr.: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2571>

<sup>109</sup> Sullivan, T. (2001). *Methods of social research*. Fort Worth: Harcourt College Publishers. P.297-292.

diskusiju grupas par visām tēmām – sportu, politiku, izklaidi, izglītību, kā arī seksu, internets kļūst arvien izplatītāks, tātad miljoniem iedzīvotāju ir pieeja dažādām interešu/diskusiju grupā, tādēļ kļūst nepieciešama sistemātiska šo grupu radīto saturu analīze, tā vietā lai spekulētu par saturu un tā efektiem.<sup>111</sup> Kā metode izmantota 196 (bilžu) stāstu kontentanalīze, kategorizējot katru stāstu pēc tā satura, skatoties, par kādu tēmu tas ir. Autoru izstrādātās kategorijas bija: vardarbīgs sekss, homoseksuālisms, vardzība, stingrais, disciplinētais sekss, sāpes, pedofilija, spīdzināšana, grupu sekss, šausmas, prāta kontrole, incests, dzīvnieciskums. Visvairāk diskusiju grupā stāstu bija par vardarbīgo seksu (40,8%), homoseksuālisms 36,7%, vardzība 24% stāstu.<sup>112</sup>

Pētniece Zizī Papačarisi, pētot 147 ziņu virtuālo diskusiju grupu komunikācijas kultūru un demokrātisko potenciālu un veicot satura analīzi, arī izdalīja kritērijus, lai noteiktu tīkla diskusijas grupu ziņojumu dabu. Ziņojumi tika klasificēti trīs kategorijās – debates starp diviem vai vairākiem dalībniekiem, kolektīvās domas paušana – sūdzības utt., un kā trešais – citi ziņojumi.<sup>113</sup>

Kvantitatīvā pieeja šajā darbā izmantota arī, lai sistematizēti un kvantitatīvi apkopotu kvalitatīvi izanalizēto atsauksmju informācijas avotu sadalījumu.

Kvalitatīvās analīzes iegūtie dati arī ir sistematizējami, jo arī tos var sakārtot noteiktā sistēmā, izmantojot izstrādātās kategorijas, taču tie nav kvantitatīvi atspoguļojami.

Vācu pētniecības fonda (Deutsche Forschungsgemeinschaft) 1999.gada izveidotajā interneta žurnālā *Forum: Qualitative Social Research* pētnieks Filips Meirings (*Philipp Mayring*) apraksta kvalitatīvās kontentanalīzes procedūru.

Kvalitatīvās kontentanalīzes objekts var būt visu veidu fiksēta komunikācija – interviju atšifrējumi, diskursi, protokoli, video ieraksti, dokumenti. Kontentanalīze analizē ne tikai materiāla izteikto saturu, bet arī tēmas un galvenās satura idejas, informācijas kontekstu. Tajā ietilpst arī pētāmā materiāla ārējā analīze (apjoms, druka utt). Kvalitatīvā kontentanalīze definējama kā empīriski un metodoloģiski kontrolētas teksta analīzes pieeja, kontekstā ar komunikāciju, ievērojot satura analīzes noteikumus un „soli pēc soļa“ modeli, bez pārsteidzīgas kvantifikācijas. Izdala divas galvenās kvalitatīvās kontentanalīzes pieejas – induktīvo kategoriju izstrādāšana un deduktīvo kategoriju piemērošanu. Kvalitatīvajā

---

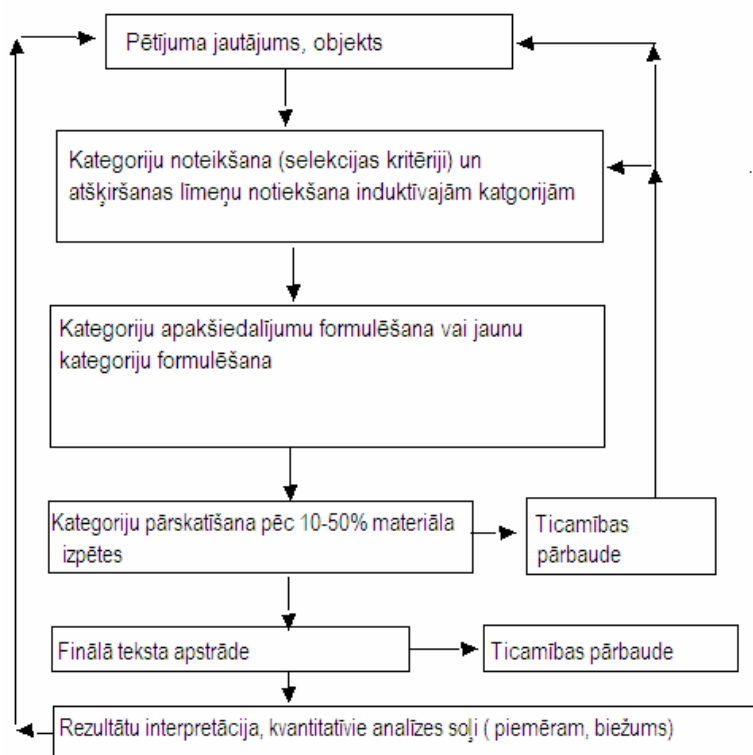
<sup>110</sup> Sullivan, T. (2001). *Methods of social research*. Fort Worth: Harcourt College Publishers. P.297-292

<sup>111</sup> Harmon, D., Boeringer B.S. (2004). A Content Analysis of Internet-Accessible Written Pornographic Depictions. Book:Hesse-Biber Sh.N.,Leavy P.(edit.). *Approaches to qualitative research: a reader on theory and practice*. New York:Oxford University Press. P.402-404.

<sup>112</sup> Harmon, D., Boeringer B.S. (2004). A Content Analysis of Internet-Accessible Written Pornographic Depictions. Book:Hesse-Biber Sh.N.,Leavy P.(edit.). *Approaches to qualitative research: a reader on theory and practice*. New York:Oxford University Press. P.404-405.

<sup>113</sup> Papačarissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New media & society*. 6 (2): 273.p

kontentanalīzē kategorijas veido atkarībā no pētnieka centrālās intereses, izstrādājot interpretācijas aspektus, kategorijas pēc iespējas tuvu materiālam.<sup>114</sup> Autore izvēlas induktīvo kategoriju izstrādāšanas pieeju (sk. 4.att.).



4.att. Induktīvo kategoriju izstrādāšanas pieeja.

Ar kvalitatīvās kontentanalīzes induktīvās kategorijas pieeju pētītas *Delfi* virtuālo diskusiju atsauksmes, kuru saturā kvantitatīvās analīzes laikā tika konstatēts jauns informatīvs saturs. Šis jaunais informatīvais saturs tiek kvalitatīvi pētīts, respektīvi, pēc izstrādātām kategorijām, tiek notiekts atsauksmē esošās informācijas avots.

Otra pētniecības metode, kas darbā izmantota, ir dziļās daļēji strukturētās intervijas pieeja. Dziļās intervijas ir spēcīgs kvalitatīvais pētniecības rīks, ja pētniecības fokuss ir šaurs, ja respondenti reprezentē skaidri definētu un homogēni ierobežotu grupu ar jau zināmu kontekstu, un, ja pētījuma mērķis ir radīt tēmas vai naratīvus.<sup>115</sup> Tieši šāds arī ir konkrētā darba mērķis – noskaidrot ierobežotas grupas – žurnālistu, kas rakstījuši par vienu konkrētu tēmu (to, kas tiks noskaidrota kontentanalīzē kā tēma ar visvairāk atsauksmēm, kurās ir jauna informācija) viedokli. Kontekstu dos iepriekš veiktā kontentanalīze.

<sup>114</sup> Mayring, Philipp (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*, 1(2). Retrieved from: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm>, 6.aprīlis, 2007.gads

Izdala atvērtās jeb nestrukturētās intervijas, daļēji strukturētās un strukturētās intervijas. Atvērtās intervijas parasti lieto, ja tiek pētīts kāds temats vai jautājums vispārīgi, lūdzot respondentu par kādu tēmu izteikties. Savukārt strukturētajās intervijās respondents var aizrauties ar „jāteikšanu”, piekrītot visam ko intervētājs jautā, jo iepriekš tiek sagatavoti visi jautājumi –visiem respondentiem konkrēti jautājumi vienādi un arī vienādā secībā uzdoti. Daļēji strukturēta intervija nozīmē, ka tā vietā, lai būtu izveidots specifisks intervijas plāns, intervijas ceļš dažviet var novirzīties no strikti noteiktās vārdu un jautājumu kārtības, taču visiem papildjautājumiem ir jābūt fokusētiem uz to, lai tie dotu kādu labumu konkrētajai pētāmajai tēmai.<sup>116</sup>

Daļēji strukturētās dziļās intervijas tiek izmantotas, lai iegūtu datus, kas sniedz atbildi uz darbā izvirzīto uzdevumu par žurnālistu attieksmi pret virtuālās diskusijas vides atsauksmēm kā informācijas avotiem.

Dziļajās intervijās iegūto informāciju autore analizē pēc kvalitatīvās kontentanalīzes pieejas, izstrādājot kategorijas, tādā veidā sistematizējot iegūto informāciju un atbildot uz pētījumam būtiskiem jautājumiem. Dziļo interviju transkripcijas pievienotas pielikumos (sk.2.-4.pielik.).

---

<sup>115</sup> Miller, W.L, Crabtree B.F. (2004). Depth interviewing. Book:Hesse-Biber Sh.N.,Leavy P.(edit.). Approaches to qualitative research: a reader on theory and practice. New York:Oxford University Press. 186.p.

<sup>116</sup> Burns, B. Robert. (2000). *Introduction to research methods 4 th ed.* London: SAGE Publications, Thousand Oaks. 424.p.

#### 4. DELFI DISKUSIJU ATSAUKSMJU ANALĪZE

Empīrijas daļa balstās uz teorētiskajā daļā noskaidroto tēzi, ka interneta lietotājs netiek uzskatīts kā pasīvs mediju patērētājs, bet gan kā aktīvs divvirziena komunikācijas dalībnieks un informācijas izplatītājs. Tātad atsauksmes pie *Delfi* ziņām ir interneta lietotāju līdzdarbošanās satura radīšanā, tādā veidā izmainot tradicionālās autora-teksta-auditorijas attiecības.

*Delfi* portāls nosaka diskusiju tēmas – ziņu dienaskārtību (tātad par ko diskutēt). Tāpēc visraksturīgākā *Delfi* atsauksmju rakstītājiem no visiem interaktivitātes viediem, pēc autores domām, ir M.Deuzes izdalītā adaptīvā interaktivitāte, kas nozīmē, ka ikviena lietotāja darbība atstāj sekas portāla saturā — ļauj rakstīt atsauksmes, diskutēt par pašu radīto saturu, piedāvā „sarunu” telpas.

Pētījumā analizētas 127 portāla *Delfi* ziņas, kas publicētas rubrikā *Sabiedrība* no 26.marta līdz 1.aprīlim. Ar kvantitatīvās kontentanalīzes metodi, analizējot kopumā 12 787 virtuālās diskusijas atsauksmes, meklēta atbilde uz vienu no darba uzdevumiem — noskaidrot, cik nozīmīgu vietu virtuālajās diskusijās ieņem atsauksmes, kas reflektējot uz piedāvāto ziņu, rada tekstus ar pievienoto vērtību — jaunu informāciju, jauniem faktiem.

Tādēļ visas *Delfi* virtuālās diskusijas atsauksmes tika iedalītas noteiktās kategorijas pēc to satura:

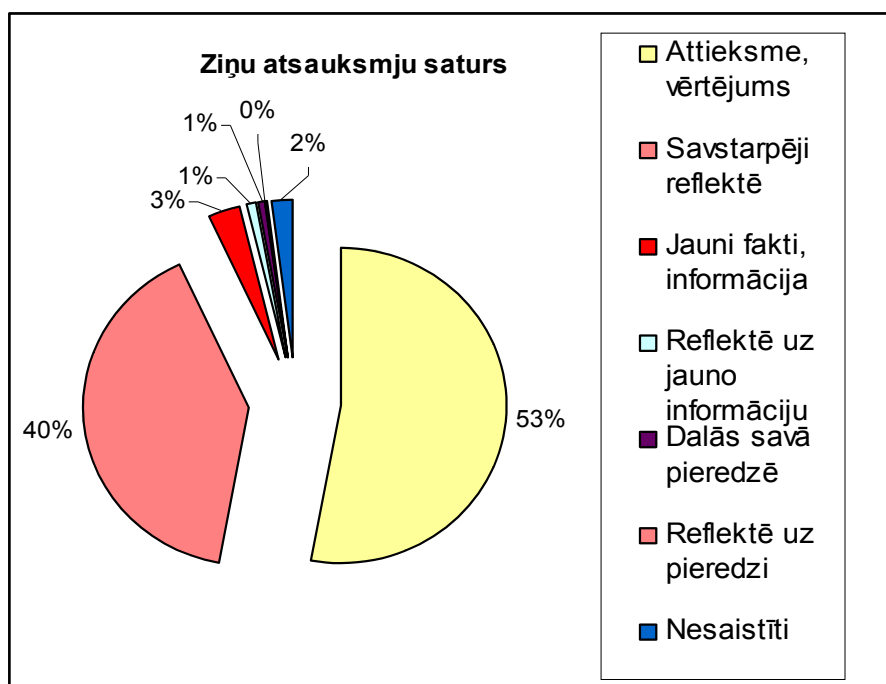
- Atsauksmes, kas pauž attieksmi/vērtējumu;
- Atsauksmes, kurās interneta lietotāji savstarpēji reflektē;
- Atsauksmes, kurās ir jaunu faktu, informācijas pievienošana;
- Atsauksmes, kas reflektē uz jaunu faktu, informācijas pievienošanu;
- Atsauksmes, kurās tiek pausta individuālā pieredze;
- Atsauksmes, kas reflektē uz pieredzes paušanu;
- Atsauksmes, kas nav saistītas ar tēmu.

Katru atsauksmi autore iedalīja tikai vienā kategorijā, kaut arī vairākās atsauksmēs bija identificējamās vairākas, piemēram, gan vērtējumu padošs, gan jaunu informāciju pievienojošs, tomēr tika izsvērts, kādu pamata informatīvo slodzi katra atsauksme nes – piemēram, informāciju pievienojošajos tekstos bieži tiek paralēli izpausta arī attieksme, taču galvenā informatīvā slodze ir jaunā pievienotā informācija. **Par jaunu informāciju vai faktu saturošu atsauksmi tika uzskatītas tādas atsauksmes, kas satur informāciju, kāda neatspoguļojas publicētajā ziņā, par ko noris diskusija, un nav tikai vērtējoša vai sabiedrībā vispārzināmu faktu (piemēram, vēstures gadskaitļu saukšana) iekļaujoša.** Par atsauksmēm, kas pauž attieksmi/vērtējumu, tika uzskatītas tādas, kurās interneta lietotājs pauž

savu attieksmi par ziņā aprakstīto notikumu vai tās personāžiem. Par atsauksmēm, kurās interneta lietotāji savstarpēji reflektē — tās, kurās ir atbilde, reakcija uz citu interneta lietotāju izteikumiem par ziņu vai ar ziņu saistītām tēmām, personām. Savukārt tās atsauksmes, kurās ir reakcija uz to interneta lietotāju atsauksmēm, kurās ir jaunu faktu, informācijas pievienošana, tika klasificētas kā atsauksmes, kas reflektē uz jaunu faktu, informācijas pievienošanu. Tādas atsauksmes, kurās *Delfi* lasītājs dalās ar savu pieredzi saistībā ar tēmu, kas atspoguļota ziņā, klasificētas kā tādas, kurās tiek pausta individuālā pieredze, bet tās, kuras reflektē uz šo pieredzes dalīšanos — par atsauksmēm, kas reflektē uz pieredzes paušanu. Par atsauksmēm, kas nav saistītas ar tēmu, tika uzskatīti tādi teksti, kas nereflektēja uz ziņu, par kuru ritēja konkrētā virtuālā diskusija, piemēram, autore vairākkārt konstatēja tādas interneta lietotāju atsauksmes, kurās bija reklāma par kādu pasākumu.

#### 4.1. *Delfi* diskusiju atsauksmju satura sadalījums

Pēc atsauksmju kvantitatīvās analīzes veikšanas tika iegūti dati, kas atspoguļo, kādās proporcijās sadalās virtuālo diskusiju atsauksmes. Nedēļas laikā publicēto ziņu atsauksmēs visvairāk — 53% (precīzi — 52,8%) no visām 12 787 analizētajām atsauksmēm — ir tādas, kas izsaka attieksmi, vērtējumu ziņā aprakstītajam notikumam vai personāžiem (sk.5.att.). Otra lielākā atsauksmju daļā ir tādas, kurās interneta lietotāji savstarpēji reflektē par tēmu. Šādas atsauksmes ir 40% (precīzi — 40,3%) no visām analizētajām.



5.att. Ziņu atsauksmju satura sadalījums.

Pārējās atsauksmju kategorijas tika identificētas salīdzinoši maz. Vismazāk atsauksmes ir sadaļā par pieredzi — atsauksmes, kurās indivīdi dalās savā pieredzē par ziņas tēmu, ieņem 0,71% no visām analizētajām atsauksmēm. Vēl mazāk ir atsauksmju, kas reflektē uz pieredzi padošajiem interneta lietotāju radītajiem tekstiem — tie identificēti 0,14 % atsauksmju. Lietotāji radījuši arī tekstus, kas nav saistīti ar diskusijā apspriežamo notikumu vai tēmu vai arī ir bez jebkādas nozīmes savirknētu burtu vai zīmju kombinācijas — šādi gadījumi konstatēti 2% no visām atsauksmēm.

Tā kā darbs koncentrējas uz interneta lietotāju radītajiem tekstiem kā jaunas informācijas nesējiem, svarīgākais ir noskaidrot, cik daudz ir tādu atsauksmju, kas rada tekstus ar pievienoto vērtību — jaunu informāciju, jauniem faktiem. Šādas atsauksmes ieņem aptuveni 3% (precīzi — 2,9%) no visām analizētajām atsauksmēm. Reflektēts uz šādām atsauksmēm, kas piedāvā jaunu informāciju, tādā veidā papildinot redakcijas ziņu, ir maz — 1,14% atsauksmju.

Kaut gan salīdzinot ar atsauksmēm, kurās tiek pausta attieksme, proporcionāli tā ir ļoti maza daļa, tomēr šie 3% parāda, ka pastāv interneta lietotāju radītie teksti, kas veido jaunu informatīvo saturu. Turklāt 3% ir proporcija salīdzinot uz visas nedēļas garumā publicēto atsauksmju skaitu. Jāņem vērā, ka katrai ziņai atsauksmju skaits, kurā pievienota jauna informācija, ir atšķirīgs un atkarīgs no tēmas. To, kā mainās atsauksmju ar jaunu informāciju proporcijas salīdzinot ar kopējām atsauksmēm pie vienas ziņas, atkarībā no ziņas tēmas, autore aplūkos nākamajā apakšnodaļā.

Tātad var secināt, ka virtuālajās diskusijās interneta lietotāji galvenokārt pauž attieksmi, vērtējumu konkrētajam notikumam, tā personāžiem un savstarpēji to apspriež. Tomēr paralēli šādām atsauksmēm pastāv arī tāds interneta lietotāju radītais saturs, kas pret ziņu, par ko noris diskusija, klasificējams kā jauna informācija. Tādēļ var secināt, ka *Delfi* virtuālā diskusiju vide ir naratīva — tajā rodas jauna informācija, tēmas, par kurām atkal var stāstīt stāstus.

## 4.2. Delfi ziņu atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu analīze

### 4.2. 1. Ziņu ar jaunu informāciju saturošām atsauksmēm tematikas analīze

Iepriekšējā apakšnodaļā tika apskatīts visu analizējamā laika posmā publicēto atsauksmju saturu sadalījums, taču katrai atsevišķai ziņai tas ir atšķirīgs. Viens no galvenajiem faktoriem šādai atšķirībai ir virtuālajā diskusijā apspriežamās ziņas saturs, respektīvi, tematika.

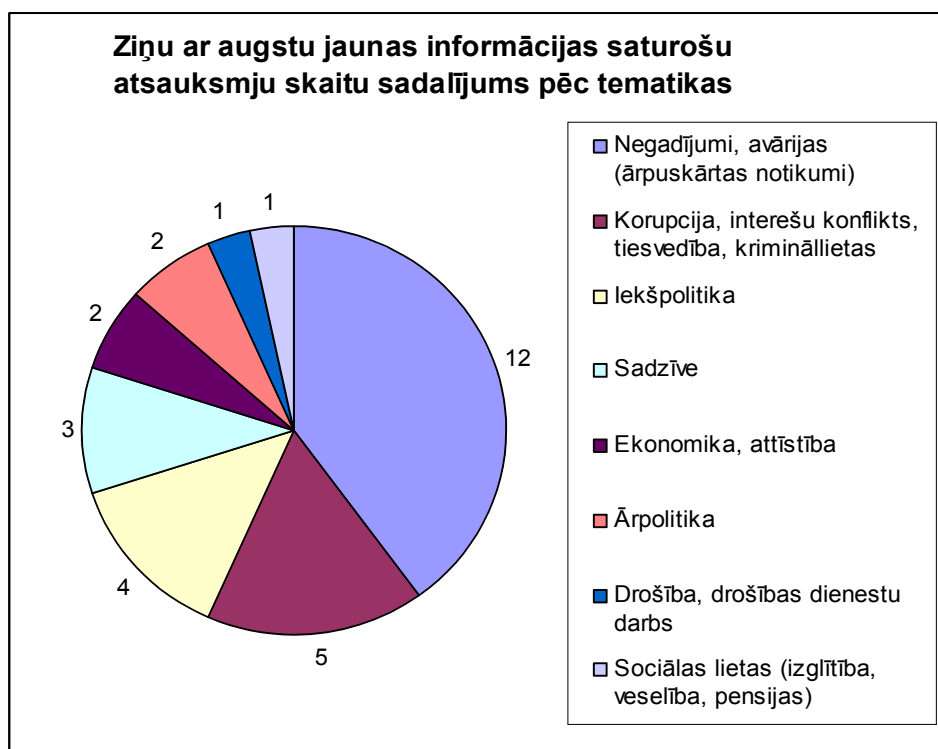
Lai noskaidrotu, kura tematika, analizējamajā laika posmā, raisījusi visvairāk atsauksmju, kurās interneta lietotājs pievienojis ziņā neatspoguļotu, jaunu informāciju, ziņas iedalītas pēc tematikas, ko tās skar.

Kategorijas, pēc kurām ziņas iedalītas tematikā ir:

- Sadzīve;
- Iekšpolitika;
- Ārpolitika;
- Negadījumi, avārijas (ārpuskārtas notikumi);
- Ekonomika, attīstība;
- Sociālas lietas (izglītība, veselība, pensijas);
- Nevalstisko organizāciju (NVO), sabiedrības locekļu, arodbiedrību aktivitātes;
- Korupcija, interešu konflikts, tiesvedība, krimināllietas;
- Drošība, drošības dienestu darbs;
- Kultūra.

Savukārt lai noskaidrotu, kāds ir atsauksmju ar jaunu informāciju īpatsvars no konkrētās ziņas kopējā atsauksmju skaita, tika noteikts to procentuālā daļa no kopējo atsauksmju skaita pie konkrētās ziņas. Tās ziņas, kurās šādas atsauksmes ar jaunu informāciju ir 20% līdz 5% no kopējo ziņai pievienoto atsauksmju skaita, autore klasificēja kā ziņas ar augstu jaunas informācijas saturošu atsauksmju skaitu. Kopumā no analizētajām 127 ziņām, tādas ir 30.

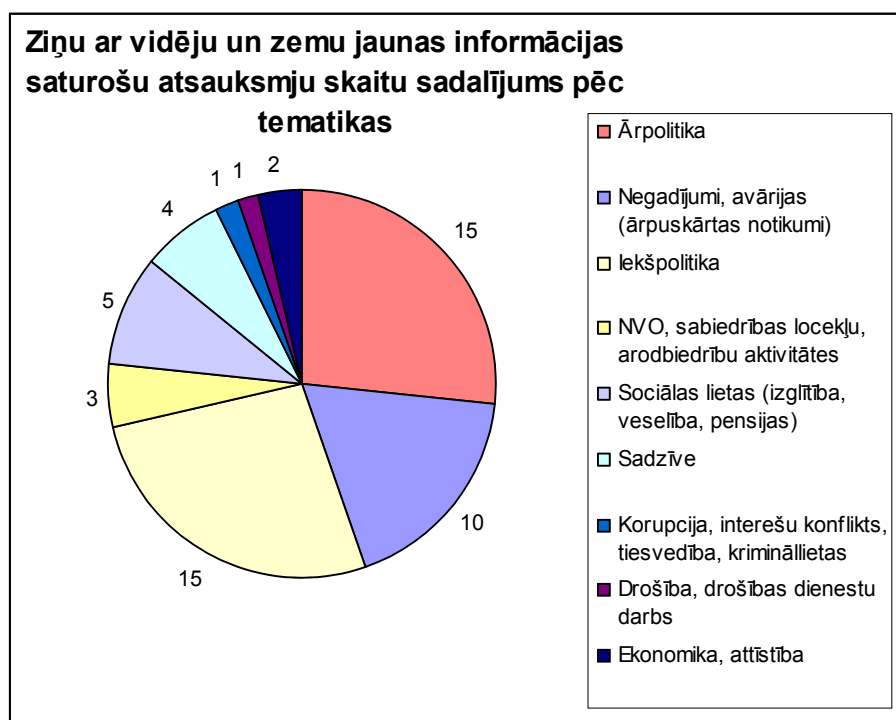
Procentuāli visvairāk atsauksmes, kurās ir jaunu faktu vai informācijas pievienošana, ir pie ziņām, kas ietilpst tematika kategorijā *Negadījumi, avārijas un citi ārpuskārtas notikumi*. No 30 ziņām, kas klasificētas kā ziņas ar augstu jaunas informācija saturošu atsauksmju skaitu, 12 ietilpst šajā tematikā (sk.6.att). Interneta lietotāju radītajos tekstos jauni fakti un informācija daudz parādās arī tematikās *Korupcija, interešu konflikts, tiesvedība, krimināllietas, Iekšpolitika* un *Sadzīve*.



6.att. Ziņu ar augstu jaunas informācijas saturošu atsauksmju skaitu sadalījums pēc tematikas.

Tās ziņas, kurās atsauksmes ar jaunu informāciju ir 4,99% līdz 0,1% no kopējo ziņai pievienoto atsauksmju skaita, autore klasificēja kā ziņas ar vidēju un zemu jaunas informācijas saturošu atsauksmju skaitu. Kopumā no analizētajām 127 ziņām, tādas ir 56. Pārējām 41 ziņai nebija neviena jaunu informāciju saturoša atsauksme.

Salīdzinot šo ziņu tematikas ar tām, kurām augsts jaunu informāciju saturošu atsauksmju skaits, būtisku atšķirību nav. Arī ziņu ar vidēju un zemu jaunas informācijas saturošu atsauksmju skaitu *Negadījumi, avārijas un citi ārupuskārtas notikumi* un *Iekšpolitika* ir vienas no biežākajām tematikām (sk.7.att.). Tomēr šajā līmenī parādās daudz ziņu (15), kas ietilpst tematikā *Ārpolitika*. Tas varētu būt skaidrojams ar konkrētajā laika posmā sabiedrībā aktuālo tēmu Latvijas — Krievijas robežlīgumu, kas aktīvi atspoguļota arī *Delfi*.



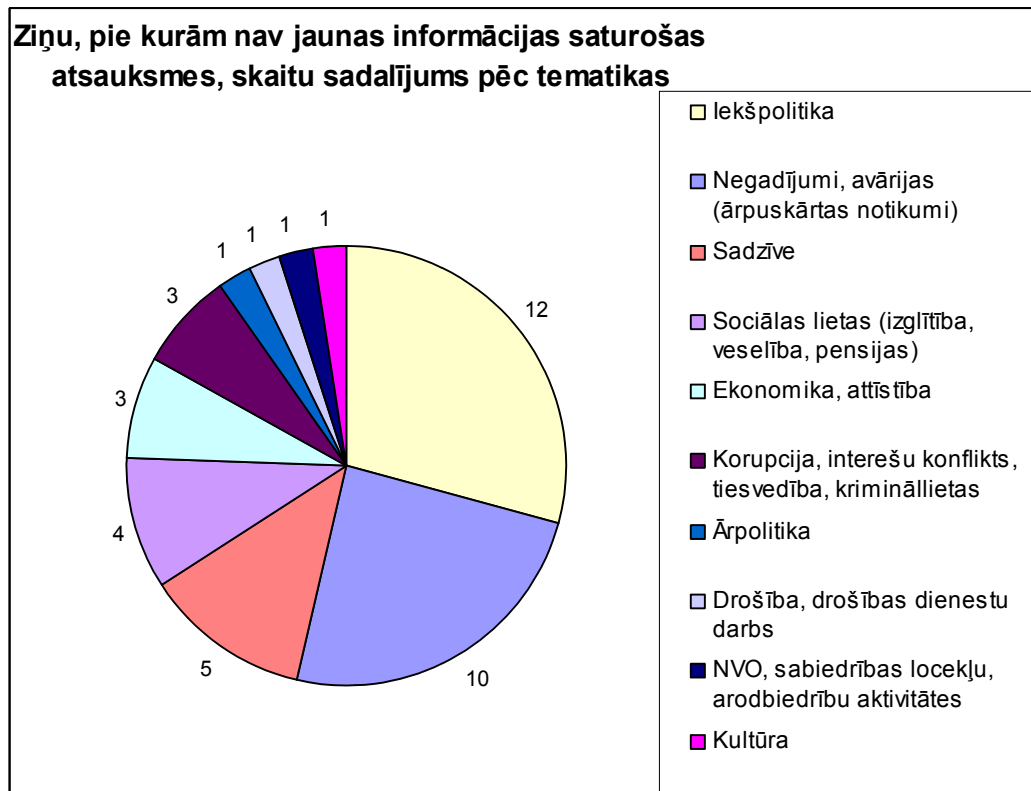
7.att. Ziņu ar vidēju un zemu jaunas informācijas saturošu atsauksmju skaitu sadalījums pēc tematikas.

Ziņu, pie kurām neparādās neviena jaunu informāciju saturoša atsauksme, tematikas sadalījums arī ir līdzīgs abiem iepriekšējiem līmeņiem — arī te galvenās tematikas ir *Negadījumi, avārijas un citi ārupuskārtas notikumi*, *Iekšpolitika* un *Sadzīve* (sk.8.att.). Tas liecina par to, kas šajās tēmās analizētajā laika posmā (no 26.marta līdz 1.aprīlim) *Delfi* rubrikā *Sabiedrība* publicēts visvairāk ziņu.

Tematikas, pie kurām ziņām gandrīz nemaz nav nevienas atsauksmes, kas saturētu jaunu informāciju, ir *Ekonomika*, *Kultūra*, *Drošība*, *drošības dienestu darbs*.

Tātad var secināt, ka tematikas ziņām, pie kurām ir atsauksmes ar jaunu informāciju un tādām, pie kurām tādu nav, neatšķiras. Iespējams, tas skaidrojama ar to, ka vispār atsauksmju skaits lielāks ir tieši šīm pašām tematikām, un, tas varētu nozīmēt, jo lielāks skaits atsauksmju, jo lielāka iespējamība, ka starp tām parādīsies kāda ar jaunu informāciju. Veicot pētījumu, autore ievēroja tendenci, ka sniegt jaunu fakstu, informāciju lietotāju bieži pamudina savstarpēja reflektēšana ar citiem atsauksmju autoriem.

Otrs iespējama skaidrojums šādam tematikas sadalījumam ir tēmas aktualitāte, respektīvi, cik sabiedrībā nozīmīgs ir konkrētais notikums, par ko ir ziņa. Tā kā analizējamās nedēļas laikā sabiedrībā bija divi svarīgi notikumi — Daugavas piesārņojums un robežlīguma slēgšana ar Krieviju, tad arī visbiežāk komentētākās ziņas bija ar tematiku *Negadījumi, avārijas un citi ārupuskārtas notikumi* (par Daugavas piesārņojumu) un *Iekšpolitika* un *Ārpolitika* (robežlīguma slēgšana, partiju ķīviņi par robežlīgumu).



8.att. Ziņu, pie kurām nav jaunas informācijas saturošas atsauksmes, skaitu sadalījums pēc tematikas.

#### 4.2.2. Atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu avotu analīze

Ziņa, pie kuras pievienots procentuāli visvairāk (19,05%) jaunu informāciju saturošu atsauksmju, apskatītajā laika posmā ir 1.aprīlī publicētā *Šogad Rīgā paredzēts atjaunot segumu 40 ielās vai to posmos*, kas ietilpst tematikā *Sadzīve*. Tomēr, kā jau minēts, visvairāk (12) ziņas, kas klasificētas kā ziņas ar augstu jaunas informācija saturošu atsauksmju skaitu, ietilpst tematikā *Negadījumi, avārijas un citi ārpuskārtas notikumi*. No šīm 12 ziņām 9 ir par vienu notikumu — apskatītajā laika posmā sabiedrībā aktuālo Daugavas piesārņojumu ar dīzeļdegvielu. Tas nozīmē, ka pie ziņām par šo notikumu, no visām nedēļas laikā apskatītajām tēmām un notikumiem, publicēts visvairāk interneta lietotāju radīto tekstu ar jaunu informatīvu saturu. Tādēļ tieši šo konkrēto 9 ziņu atsauksmēm, kurās identificēta jauna informācija, autore veic skrupulozāku analīzi — kvalitatīvo kontentanalīzi. Tās mērķis ir noskaidrot jaunās informācijas, kas parādās interneta lietotāja radītajā tekstā, vērtīgumu, proti, kāda ir jaunās informācijas (vai jauno faktu) izcelsme vai avots. Šis aspekts sasaucas ar teorētisku pieminēto interneta publiskajā telpā publicētās informācijas ticamības trūkumu, ko rada milzīgais, nekontrolētais komunikatoru skaits. Analīzes mērķis gan nav pārbaudīt

interneta lietotāja sūtītās informācijas patiesumu, ar ko jānodarbojas žurnālistiem, kas šo informāciju uzskata par pietiekami vērtīgu, lai pārbaudītu dažādos veidos. Toties svarīgi ir izpētīt šīs informācijas izcelsmi, ko norāda tās radītājs. Šāda analīze ļaus secināt, vai lietotāju radītā informācija ir vien citu mediju atreferējums vai arī atsauksmēs pievienotā informācija ir aculiecinieku stāsti, fakti, kas pašam lietotājam zināmi vai kāda informācija, ko lietotājs ieguvis personīgi. Minēto 9 ziņu kvalitatīvi analizētās atsauksmes katra tiek apskatīta atsevišķi un interpretēta tās informācijas avots/izcelsme.

Kategorijas, kurās tiek iedalītas atsauces, kurās konstatēta jauna informācija, izcelsme, ir šādas:

- Links uz citu interneta adresi;
- Cits medijs (prese, radio, televīzija vai ziņu aģentūra utt.);
- Specifiska nozaru literatūra;
- Personīga informācija (atsaucas uz savām zināšanām, atmiņu, novērojumiem utt.)
- Atsauces uz kāda cita teikto;
- Aculiecinieka stāsti;
- Nav norādes uz avotu.

26. marta ziņā *Dīzeļdegviela Daugavā noplūdusi no Krievijas uzņēmuma naftas vada* identificētas 4 atsauksmes, kas satur tādu informāciju, kas neatspoguļojas ziņā, pie kuras norit virtuālā diskusija, jeb 12% no visām pie konkrētās ziņas pievienotajām atsauksmēm.

*nex, 26.03.2007 19:33*

*LETA raxta, ka joprojām pi Dpils nekas nav uzstādīts :( a dīzelis jau pusceļā no Krāslavas :(*

Atsauksmes autors izmantojis ziņu aģentūras LETA informāciju, ka bonas pie Daugavpils joprojām nav uzstādītas. Tātad šīs atsauksmes avots klasificējams kā cits medijs.

*jezyps, 26.03.2007 19:25*

*varbūt kungi ir pirmirsuši ka posmā Krāslava - Daugavpils straumes ātrums atbilst kalnu upes ātrumam un ar bonām būs problēmas! Naftas produktus noturēs tikai Pļaviņu HES!, ja būtu bijusi Daugavpils HES tad gan uz robežas varētu ierīkot bonas ...*

Šajā gadījumā interneta lietotājs radījis tekstu ar jaunu informatīvu saturu, taču nenorāda šīs informācijas avotu. Tātad informācijas izcelsme nav identificējama.

**Zins**, 26.03.2007 16:45

*Vai kāds zin, vai "Zapad-transņeftprodukt" ir saistīts ar mūsu Dinaz, kas grib Daugavpilī naftas pārstrādes rūpnīcu, bet Daugavgrīvā atkal jau termināli uzmaukt? Ja ir kaut mazākā saikne, tad veiciem pa nopietnam nepaveicies!*

Šīs atsauksmes autors, izsakot minējumu par avāriju izraisījušās firmas saistību ar Latvijas firmu, paralēli pievieno jaunu informāciju — par vietējās firmas nākotnes plāniem saistībā ar naftas produktiem, kas gan nav tieši saistīts ar pašu notikumu, taču autore to interpretē kā no tēmas izrietošu informāciju, no kā var veidot jaunu stāstu. Tomēr arī šajā atsauksmē nav minēts avots.

**ManArKasJaasaka**, 27.03.2007 00:25

*Visvairaak uztrauc, ko dariis tie iedziivotaaji, kuri Daugavas uudeni izmanto lopinju dzirdiishanai. Veejonis teica, lai nedzirdot, ja pamaniis smaku vai plankumus, bet ko tad lai vinji dara? Veikalaa tik daudz uudens nebuus, lai visaam krastmalas goviim un aitaam pietiktu, un zemniekiem arii tik daudz naudas nebuus.. A laiks ir stipri silts, un govs izdzer diena vismaz 100 l. Kaads ir padomaajis arii par sho probleemu?*

Šajā gadījumā interneta lietotājs radījis tekstu ar jaunu informatīvo saturu, jo kaut arī teksts ir jautājumu formā tas nes sevī informatīvo slodzi, kas varētu pārtapt par jaunu stāstu. Tā klasificējama kā personīga informācija.

Pie 29.martā publicētās ziņas *Bažām par Rīgas dzeramā ūdens kvalitāti neesot pamata (papildināts)* pievienotas 3 jeb 11,11% atsauksmes, kurās lietotāju radītais saturs identificēts kā jauns informatīvs saturs.

**Bidstrups**, 29.03.2007 18:22

*Bet kā būs ar peldēšanos: <http://www.bidstrup.ru/content/1328.html>*

Šajā atsauksmē pievienotā jaunā informācija ir links, kas aizved lasītāju tālāk. Šī informācija gan nav faktoloģiski vērtīga, jo aizved līdz karikatūrai.

**LQ**, 29.03.2007 18:34

*Pagāšreiz (pirms gadiem 15), kad baltkrievi bij palaiduši kautkādas zilumzāles pa straumi, pāris dienas padzērām atvesto ūdini no mucas, ij rajona kaimiņus varēja apskatīt stāvot*

*rindā, un neviens nenomira, kautgan ģifte bija upē stipri niknāka... Tā ka bažām nav NEKĀDA pamata, jo mums ir Parlamentāra Republika ar Stabilitātes Garantu. Pejdodna!*

Šajā atsauksmē *Delfi* lasītāja sniegtā informācija interpretējama kā personīga informācija, jo viņš atsauca uz savu atmiņu par vēsturisku notikumu.

*@, 29.03.2007 18:30*

*Nu jau melo stabilā padumjā garā. Pie tam, degviela ir stipri toksiska un kancerogēna. Tā ka ... pērciet ūdeni.*

Atsauksmē apgalvotais, ka degviela ir toksiska un kancerogēna, ir jauna informācija, taču tās izcelsme, respektīvi, kā rakstītājs to zina, nav norādīts.

30.martā *Delfi* publicētajā ziņā *VVD: piesārņojums Daugavā samazinās* konstatēta 1 jaunu informāciju saturoša atsauksme, kas gan bija 10% no visu atsauksmju skaita.

***Raimonds, 30.03.2007 14:09***

*Absorbējošās bonas. Mēdiju telpā šis vārdu savienojums neparādījās ne pirmajā, ne otrajā dienā, kad jau bija zināms, ka Baltkrievijā ir noplūdusi dīzeļdegviela.*

*Savukārt Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā jau pirms vairākiem gadiem kā toreiz labs ""sucess story"" sadarbībai un ""know-how"" tika prezentēts kāds projekts, kurā, izmantojot samaltas riepas speciālā zeķē var savākt naftu un degvielu. ?????????? Vai Latvijai, kurai ir ostas, ir jābūt SAVĀ TERITORIJĀ PIETIEKAMI DAUDZ absorbējošo bonu UN VAI IERĒDŅI VISPĀR INTERESEJAS PAR TEHNOLOĢIJĀM????*

Šo atsauksmi var klasificēt pie tām, kurām nav zināma informācijas izcelsme, jo netiek minēts, kur rakstītājs par šādu prezentāciju uzzinājis. Var pieļaut, ka viņš ir no šī paša centra, taču tas ir tikai pieļāvums, tāpēc atsauksme jāiedala pie tām, kuru informācijai nav zināma izcelsme.

27.martā publicētajā ziņā *Glābējiem izdevies Daugavā uzstādīt absorbējošās bonas* konstatētas 3 atsauksmes jeb 9,4% atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu.

**BinBus to Killer**, 28.03.2007 13:55

*tos pludiņus (bonas) uzreiz neizdevās uzstādīt, jo spriežot no televīzijā rādītā glābēji sākumā centās piesiet pie vienas motorlaivas 800m garu virteni, kura ir 10x smagāka par pašu laivu un loģiski, ka straume visu aizskaloja. Acīmredzot vēlāk saprata ka vieglāk sākuma pārvilt pāri pliku trosīti, ar to resnāku trosi, pēc tam ar kādu lielāku visurgājēju vai 2-3 kāpurķēžu traktoriem varētu mēģināt vilkt pašas bonas.*

*No Daugavpils līdz Līvāniem ir vislīnākā straume, tāpēc tur vislieglāk uzstādīt Bonas.*

*Nākamā reālā vieta ir tikai pie Pļaviņām, jo no Līvāniem līdz Pļaviņām ļoti stipra straume . Cerams šī strume 80km garumā neizšķīdinās dīzeļdegvielu, kuru glābēju brigāde cer savākt pie Pļaviņām.*

Atsauksmē izteiktais apgalvojums par straumju stiprumu un ātrumu netiek pamatots nekādā avotā.

**BinBus**, 28.03.2007 14:01

*Starp citu 100km posmā Daugavpils - Pļaviņas ir izsniegtas zvejošanas licences tīkliem ar kopējo garumu 200km. Reāli tīklu ir 2x vairāk + nelegālie naktsāķi + elektriķi + brīvdienu copmaņi. Labu apetīti!*

Atsauksmē minētā informācija par zvejošanai izsniegtajām licencēm konkrētajā piesārņotajā Daugavas posmā varētu liecināt, ka raksta zinātājs, proti, kādā par šīm lietām atbildīgā iestādē strādājošais, taču informācijas izcelsme netiek atklāta.

**Raimonds**, 28.03.2007 14:37

*pirms kādiem gadiem 5 Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā kā labs know-how tika prezentēts naftas produktu savākšanas projekts. Ierīce sastāvēja no maltām gumijas riepām un speciālas ""zeķes"" kur tās sabērtas. Absorbējot naftu vai dīzeli, tā gumija pārvēršas ķēpā, ko dedzina speckrāsnīs vai liek asfaltā. Laikam jau valstvēri nebūs to zinājuši!*

Šī atsauksme tiek vēlreiz pievienota, bet pie citas ziņas. Šī atsauksme ir klasificējama pie tām, kurām nav zināma informācijas izcelsme.

28.martā publicētā ziņa *Slakteris: pagaidām Latvijai ekoloģiskā problēma nav gaidāma* ir 14 atsauksmes ar jaunu informatīvu saturu, kas ir 7,95% no visām pie šīs ziņas publicētajām atsauksmēm.

*Specialists, 28.03.2007 11:15*

*Slaktera kungs, kādēļ ārkārtas situācijas darba grupā nav iekļauts neviens airēšanas slaloma trašu speciālists. Taču šiem vīriem ir vislielākā pieredze, kā rīkoties plūdu, spēcīgu straumju apstākļos. Airēšanas slalomisti regulāri velk pāri krāčainām upēm stieples un troses, viņi noteikti varētu sniegt kompetentu palīdzību. Informācijai - Latvijas un visu Baltijas republiku labākā airēšanas slaloma trase atrodas Valmierā, un tur darbojas arī mūsu valsts labākie šī sporta veida pārstāvji.*

Šīs atsauksmes jaunā informatīvā satura izcelsme klasificējama kā personīgās zināšanas, jo rakstītājs sevi nodēvējis kā speciālistu, tādējādi norādot, ka atsauksmē minētā informācija ir viņa zināšanas.

*D\_irsa, 28.03.2007 11:30*

*Nezin kur tie Baltkriev ņema 100t ja visas agēntūras raksta 100.000 t esot noplūdušas:)*

*[http://www.apn-nn.ru/event\\_s/63798.html](http://www.apn-nn.ru/event_s/63798.html)*

*Palasiet šito Baltkrievu makšķernieku forums , Daugava smirdot pēc naftas jau pa 200m :(*

*<http://www.brik-team.org/24/showthread...>*

Interneta lietotāja radītajā tekstā jaunā informatīvā satura izcelsme ir links uz citu interneta adresi.

*???, 28.03.2007 11:42*

*Cirk es saprotu lai savāktu 1t vajag 6-10 bonas tām 100t par kurām runāja iepriekš vajadzētu 600-1000 bonas*

*Ja soļarka ir 1200t Daugavā, tad 6000-1000 gab <http://bi->*

*[tec.ru/katalog/oil\\_materials?id=132](http://bi-tec.ru/katalog/oil_materials?id=132)*

Arī šīs atsauksmes informācijas avots ir links uz citu interneta adresi.

*???, 28.03.2007 11:48*

*Somi un Zviedri tak redzēja ka nav mūsu kungiem saprašanas par to kas notiek. Kaut kā atgādina situāciju ar Černobiļu. Es piekrītu ka objektīvākais informācijas avots ir baltkrievu makšķernieru saiti. <http://www.brik-team.org/24/showthread...>*

Šīs atsauksmes pievienotā vērtība ir hiperlinks, respektīvi, pašā atsauksmē jauns saturs praktiski nav, taču links, ko rakstītājs pievienojis, aizved līdz jaunam saturam. Tātad klasificējams kā links uz citu interneta adresi.

*???, 28.03.2007 13:51*

*Tur arī tikai 160 tannas esot izplūdušas?:)))) <http://www.riakreml.ru/economics/?57357>*

Līdzīgi kā iepriekš analizētā atsauksme, arī šai pievienotā vērtība ir hiperlinks, jo pašā atsauksmē jauns saturs nav, taču links, ko rakstītājs pievienojis, aizved līdz jaunam saturam. Tātad atsauksmes izcelsme tiek interpretēta kā links uz citu interneta adresi.

***BinBus, 28.03.2007 14:04***

*No Daugavpils līdz Līvāniem ir vislēnākā straume, tāpēc tur vislieglāk uzstādīt Bonas. Nākamā reālā vieta ir tikai pie Pļaviņām, jo no Līvāniem līdz Pļaviņām ļoti stipra straume. Cerams šī strume 80km garumā neizšķīdinās dīzeļdegvielu, kuru glābēju brigāde cer savākt pie Pļaviņām.*

Kaut gan citas ziņas diskusijā, tomēr otro reizi parādās atsauksme ar informāciju par straumes ātrumu Daugavas posmā, tomēr atkal nav norādīts šādas informācijas pamats.

***BinBus, 28.03.2007 14:05***

*Starp citu 100km posmā Daugavpils - Pļaviņas ir izsniegtas zvejošansa licences tīkliem ar kopējo garumu 200km. Reāli tīklu ir 2x vairāk + nelegāie naktsāķi + elektriķi + brīvdienu copmaņi.*

Otro reizi parādās arī informācija par izsniegtajām zvejošanas licencēm, arī šoreiz nav norādīts šādu minēto skaitļu (kopējā tīkla garums) avots.

***AAA, no@mail.me, 28.03.2007 14:08***

*Paarpubliceesju savu kommentu, ko DELFI aizvaaca 2 dienas ieprieksh  
(<http://www.delfi.lv/archive/article.php?id=17291...> ) veel var samekleet = KAA NAGLAI UZ GALVAS!!!*

*Nemuldeeshu, bet pastaastiishu, kaa tas parasti dziivajaa notiek.*

*Taalie Ziemeļi, lidlauks. Truba uz aerodromu bija tikai 150mm (15cm), spiediens ap 50 atm. Garums - ap 13km, paarpliisa savienojums - izklausās paziestami, vai ne? Tikai shoreiz truba 1800km gara un 40cm resna. Toreiz - tas ir 1989g. vasara. Uz trubas ik pēc 5km staaveeja noveerotaajs, guleeja, protams. Kad truba pliisa, kaadas 6 stundas no tankera turpinaaja pumpeet ar pilnu jauđu. Diizeljdegviela teceeja pa taisno tundraa (purvs taads, Ziemeļjos) un staaveeja mazi DD ezerinji, paareejaus izlauzaas upiitee un kaa straume iepluuda Barenca juuras laguunaa. Tad, luuk, pēc papiiriem "noteceeja" 80 tonnas DD, patiesiiba muus, zaldaatus, 2 diennaktis tur ar spainjiem un suuknjiem tureeja, vaaca DD no uudens virsmas nost. Iedomaaajieties - juuras liicis, liels. Kaa Riigas juuras liicis. Pa uudens virsmu - 30cm diizeljdegvielas kaarta (atcerieties - 80tonnas pēc papiiriem!). Fantastiska. Diizeljdegviela suucas caur zaabakiem un kaajautiem, dedzina kaajas, taas paliek sarkanas. diennakti, tad otru - pēc tam guleejaam kaa nosisti. Atceros, kad galiigi zaudeejaam speekus - aizdedzinaajaam to draņķja laguunu. Juura dega. Naturaali, zheel, ka fotograafet tur neljaava. Skats baigs, duumi kaa no Hirosimas. Un tas viss - 100 tonnas uz papiira. Protams, reāli bija apmeeram 500 tonnas. No pieredzes saku - Baltkrievijaa vareeja reaali izteceet apmeeram 600 - 700 tonnas, jo cauruljvads tur nemaz taa netiek kontroleets. To degvielu jau ar bonaam nenotureesi, ja pusmetru bieza kaatra DD pa upi naak lejaa. Bonas ir domaatas neliela DD daudzuma (pleeviites) ierobezhoshanai ar sekojoshu savaakshanu. Teiksim taa - esmu ar mieru sadereet, ka piesaarnjojums nonaaks liidz pat Riigai un juuraa. Nedaudz, bet nonaaks - udens pēc soljarkas garshos. un necviens nesavaaks.*

*P.S. Varbuut ASV izluukdienestiem ir arhiivaa bildes no 1989g (Amdermas lidlauks)?*

*Gribeetos atsvaidzinaat atminju.*

Stāsts par līdzīgu gadījumu, kad noplūda dīzeldegviela, klasificējams kā personīga informācija, jo rakstītājs vairākkārt lieto vārdu „atceros.” Tātad informācija ir viņa atmiņas stāsts. Tā nav klasificējama kā personīgā pieredze, jo neskāra viņu vienu pašu, bet bija globālāks notikums, kas šo stāstu ļauj klasificēt kā atsaukumi ar jaunu informāciju (kuras pamatā ir personīgās zināšanas, atmiņa) nevis atsaukumi, kurā dalās pieredzē.

**Buratino**, 28.03.2007 14:48

<http://www.ngfr.ru/ngd.html?neft20>

<http://www.kp.belkp.by/topread/?y=2007...>

*To cik izplūda tā soļarka var pateikt jebkurš kas zina cik pa to trubu var 1 stundā var pāsūknēt. Cik konkrēti % tika upē atkarājas no reljefa.*

Šī atsauksme, kā arī nākamās divas, ir vēl daži piemēri kā interneta lietotājs, reflektējot uz ziņu, piedāvā pārējiem papildu informāciju par tēmu, pievienojot linkus uz citām interneta adresēm.

*???, 28.03.2007 16:02*

*Absorbējošā bonas var absorbēt ap 40 kg/m ja upe ir 100 plata tad viena virtene var absorbēt 4 tonnas. Ja tur izplūdušas 1200t, bet pa upi nāk 400t, tad vajag 100 bonas uzlikt?:)))*  
*[http://bi-tec.ru/katalog/oil\\_materials](http://bi-tec.ru/katalog/oil_materials)*

*???, 28.03.2007 16:03*

*[http://bi-tec.ru/katalog/oil\\_materials?id=132](http://bi-tec.ru/katalog/oil_materials?id=132)*

*Ābelieteta, 28.03.2007 16:15*

*14.20 braucu pār DAUGAVU, vēl nekas nespīdēja! Jēkabpils.*

Atsauksmes rakstītājs dalās savos novērojumos, tādā veidā piedāvājot *Delfi* lasītājiem jaunu informāciju — ziņo no notikuma vietas. Tātad šāda veida informācijas izcelsme ir aculiecinieka stāsts.

*Raimonds, 28.03.2007 16:45*

*pirms kādiem gadiem 5 Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā kā labs know-how tika prezentēts naftas produktu savākšanas projekts. Ierīce sastāvēja no maltām gumijas riepām un speciālas ""zeķes"" kur tās sabērtas. Absorbējot naftu vai dīzeli, tā gumija pārvēršas ķēpā, ko dedzina speckrāsnīs vai liek asfaltā. Laikam jau valstvēri nebūs to zinājuši! Zinātne rullē!*

Jau trešo reizi dažādās ziņās sastopama šī jaunu informāciju saturoša atsauksme, kas identificēta kā atsauksme, kurai nav zināma informācijas izcelsme.

*Andris, 28.03.2007 18:33*

*Atspoguļojums Baltkrievijas presē*  
*<http://naviny.by/rubrics/society/2007/03...>*

Atsauksmes jaunais informatīvais saturs izpaužas caur hiperlinku, kas nozīmē, ka tās izcelsme ir links uz citu interneta mediju.

27.martā publicētā ziņa *Godmanis: situācija Daugavā ir draudīga* ir 17 atsauksmes ar jaunu informāciju, kas ir 7,10% no visām pie šīs ziņas pievienotajām atsauksmēm.

*a, 28.03.2007 06:56*

*Naftā izpeldēsies putni. Vai mums ir ar ko viņus mazgāt? Vai tiek aicināti brīvprātīgie? Ko dara vides pārvalde?*

Jauna informācija šajā gadījumā izpaužas kā seku paredzējums un tēmas pagriešana citā aspektā. Atsauksmes informācijas izcelsme klasificējama kā interneta lietotājs personīgās zināšanas.

*k1, 28.03.2007 06:55*

*Ja runajm vel atklatak, tad musu valdiba idini patiesma strada nerunajot par Am, jo....Jo gan krievu neta lappas, gan BL bija publicets ka nevaji tas pasakusm noticis un aptuvenais apjoms ir miljons nevisi 100 000 tk.Un ta zina jau bija svetdien lasama so valstu majas lappas! Butu AM darbinieki pakalu pakustinajusi un iekapusi neta!*

Reizē ar attieksmes paušanu pret atbildīgajām valsts institūcijām, rakstītājs min arī jaunu faktu, kas ziņā, pie kuras norit virtuālā diskusija nav minēts, proti, par atšķirību starp Baltkrievijas oficiāli paustajiem noplūdes apmēriem un šīs valsts mājas lapās publicēto apjomu. Tā kā links, kur meklēt šo informāciju, nav norādīts, informācijas izcelsmi varētu klasificēt pie citiem medijiem.

*Lelle, 28.03.2007 08:23*

*Viens teica, ka Baltkrievijā tecējis 140 km garumā un 10 m biezā slānī. Var parēķināt cik kubu, kubs dīzelenes ir apmēram vienāds ar tonnu. Pēc mana sanāk ka 14000 tūkst. tonnu. Pietiekoši lai noindētu visu dzīvo visā Daugavas garumā. A ko darīs tās pilsētas, kas ņem dzeramo ūdeni no Daugavas?!*

Kaut arī var apšaubīt, vai atsauksmē minētie skaitļi ir patiesi, šī informācija tomēr identificējama kā jauna informācija. Tās izcelsme ietilpst sadaļā: atsauces, uz kāda cita teikto, jo rakstītājs min „viens teica”.

*Miks, 28.03.2007 07:47*

*Ja jau Daugava butu viena bedu ieleja.Labak paskatities cik tukstosiem tonu naftas,kimijas produktu gada laika iepumpe Baltijas jura kursejosie naftas un kimiskie Tankkugi.To neviens nekad nespes aprekinat!Visas tas registrejosas iekartas ODME ir iespējams appiet,jo letak tacu vairums apsaubamam kompanijam ir aiz borta aizpumpet slopu ,neka to nodot krasta un maksat vel par ta nodoshanu.Tapec nevajag but parsteigtiem peldoties Kurzemes jurmala un ap sevi pamanam neizskidushus naftas produktus.*

*Nemaz nerunajam par tualetes sistemam!Tas pat Rigas un Ventspils ostas vairums ienakoshie kugi iztukso,jo biezhi vien to konstrukcija ir neatbilstoshi pateretajam vajadzibam(par mazu tilpums un tt) sai virziena ir jastrada Juras vides parvaldei,bet cik var noprast nu jau vairak ,ka pusgadu visa uzmaniba tikai vienai Golden Sky problemai veltita*

Šajā atsauksmē jaunā informācija ir nevis par konkrēto notikumu, bet saistītu tēmu — ūdens piesārņojumu. Tomēr rakstītājs nemin konkrētu avotu šai informācijai.

*kucins, betbetmens, 28.03.2007 08:28*

*runaajot par pashattiriishanos . Sakaraa ar agro pavasari ir jau saacies daudzu zivju nārsts . Zivis ikrus neersh sekluudenii . ikru izdziivošana ir apdraudeeta , taapat ūdens putni . krasta josla tiek piesaarnjota . Veelaak shis piesaarnjojums ar lietus uudenjiem nonaaks atpakalj Daugavaa . Domaaju ,ka mees pat uz pusi neapjausham shiis katastrofas sekas . Kaut kaa dikti klusas ir Vides organizaacijas.*

Nav norādīts, no kurienes interneta lietotājs zina, ka sācies zivju nārsts, kā arī to, ka piesārņojumam tiešām būs sekas uz nārstu un ūdensputniem. Tāpēc šīs informācijas izcelsmi autore klasificē kā tādu, kurai nav norādīts avots.

*īgņa, 28.03.2007 08:56*

*Viens vietējais teica, ka ar zivīm ir cauri.*

*Var nesapņot.*

*Ka savlaicīgi neprasīja ārvalstu palīdzību, vainīga mūsu infantilā valdība.*

*Varbūt AB dambja apbūvētājiem pieleks, cik varena ir upe! Visas tās ieteises, kas der uz jūras, uz Daugavas "nedarbojas".*

Informācija par beigtajām zivīm, ko sniedzis „viens vietējais” var kalpot kā pamudinājums, lai žurnālisti vai, iespējams, pat valsts institūciju pārstāvji, veiktu pārbaudi. Pašas atsauksmes informācijas izcelsme interpretējama kā atsaukšanās uz citiem.

*Cirks, sivns, 28.03.2007 08:32*

*Ja esi idiots tad ar to nelepojies - pēc esošajiem likumiem tieši Godmanis ir atbildīgs par ārkārtas situāciju noveršanu! Nevienš neko nevienam neuzveļ, bet nu ministram tomēr ir jābūt bišķin smadzenēm!*

*Par neīsto bonu likšanu kaktu firmām samaksāja aptuveni Ls 0.5 miljonus, kamēr zviedru aprīkojumu par EUR 60 000 negribēja ņemt! Viena lieta - nauda - bet nu to, ka armijā ir tādi impotenti es nebiju gaidījis - Baltkrievijā ir uzstādītas jau 6 bonu rindas, kamēr mēs vienu neesam līdz galam uzstādījuši! Tie, kas ir bijuši pie upēm tad zina, ka upes sākumā ir pat straujākas nekā beigās! Ko lai saka - Daugava būs piesārņota dēļ šiem idiotiem, kas katrs par šo dienu saņem aptuveni Ls 250 dienā....*

Jaunā informācija, salīdzinot ar ziņu ir tieši atsauksmē minētie skaitļi, piemēram, tas, ka Baltkrievijā uzstādītas 6 bonu rindas, kas konkrētajā ziņā nav minēts. Tomēr arī šīs atsauksmes autors nav norādījis šādas informācijas izcelsmi.

*cook, 28.03.2007 09:24*

*Vispār kāds var paskaidrot, kā Daugavas ūdens gabaliņā starp Daugavpili un Baltkrievijas robežu kaut kur vidū var būt **100 km** garš piesārņojums, ja tas gabals pats par sevi ir tikai kādi **70 km**?*

Faktam, ka piesārņotā posma garums ir 70 kilometru atsauksmē gan netiek dots pamatojums, tāpēc tā izcelsme nav zināma.

*greenpeace, 28.03.2007 09:35*

*Vides kantorī par vienas 1,5L akas ūdens analīzi prasa padsmīt latus un skrupulozi novērtē katra kioska ietekmi uz vidi. Cik maksās Daugava?*

Paralēli tam, ka šajā atsauksmē parādās informācija par ūdens analīžu maksu, tajā ir arī dots impulss, kā tālāk domāt žurnālistam, būtībā veidot nākamo stāstu — par Daugavas ūdens pārbaudi un izmaksām. Tomēr jaunā informācija atkal nav pamatota ne ar rakstītāja pašu pieredzi, ne norādīts kāds cits tās avots.

**1200?**, 28.03.2007 09:45

120? 1200? ???????

<http://naviny.by/rubrics/society/2007/03...>

Šīs atsauksmes pievienotā vērtība ir links uz citu interneta mājas lapu.

**koments**, 28.03.2007 10:45

*nezinu, neesmu bijis pie Daugavas taga.*

*plus ir tas, ka daudz uudens shobriid un straume.*

*bet 86. gada maijaa liidziigi notika Lielupee (tad jau neviens neko nezinjoja). taa kaa dziivoju toreiz pie Lielupes, ljoti labi aceros, ka saakumaa bija pleeviite plaana plaana, krievu armijnieki vilka salmu kjiipas skjeersaam paari daudzaaakas vietaas. bet finaalaa taa plaanaa pleeviite vienalga sakraajaas liichos un mieriigaas vietaas kaa melns mazuts, ko brutaali kaadu meenesi taapat uz uudens ar "fakeliem" dedzinaaja..*

*sekas: faktiski pazuda meldri, toties nezheeliigi saauga kalmes, par ziviim nerunaasim, kraajumi samazinaajaas aarkaartiigi aatri, grunduljus ieraudziju akal tik dazhus gadus apakalj.. ljoti cerams, ka taga nenotiks kas liidziigs:(*

Šīs atsauksmes pievienotā vērtība ir informācija par līdzīgu gadījumu, kas var kalpot kā fona informācija. Šajā gadījumā interneta lietotājs, radot savu tekstu, norāda jaunās informācijas izcelsmi — tās ir personīgās zināšanas, respektīvi, atmiņa — ko pats redzējis.

**AAA**, no@mail.me, 28.03.2007 14:19

*Paarpubliceesju savu kommentu, ko **DELFI** aizvaaca 2 dienas ieprieksh*

*(<http://www.delfi.lv/archive/article.php?id=17291...> ) veel var samekleet = KAA NAGLAI UZ GALVAS!!!*

**AAA**, 26.03.2007 03:48 *Nemuldeeshu, bet pastaastiishu, kaa tas parasti dziivajaa notiek.*

*Taalie Ziemeļji, lidlauks. Truba uz aerodromu bija tikai 150mm (15cm), spiediens ap 50 atm.*

*Garums - ap 13km, paarpliisa savienojums - izklausaas paziistami, vai ne? Tikai shoreiz*

*truba 1800km gara un 40cm resna. Toreiz - tas ir 1989g. vasara. Uz trubas ik peec 5km*

*staaveeja noveerotaajs, guleeja, protams. Kad truba pliisa, kaadas 6 stundas no tankera*

*turpinaaja pumpeet ar pilnu jaudu. Diizeljdegviela teceeja pa taisno tundraa (purvs taads,*

*Ziemeļjos) un staaveeja mazi DD ezerinji, paareejaus izlauzaas upiitee un kaa straume*

*iepluuda Barenca juuras laguunaa. Tad, luuk, peec papiiriem "noteceeja" 80 tonnas DD,*

patiesiibaa muus, zaldaatus, 2 diennaktis tur ar spainjiem un suuknjiem tureeja, vaaca DD no uudens virsmas nost. Iedomaaajieties - juuras liicis, liels. Kaa Riigas juuras liicis. Pa uudens virsmu - 30cm diizeljdegvielas kaarta (atcerieties - 80tonnas peec papiiriem!). Fantastiska. Diizeljdegviela suucas caur zaabakiem un kaajautiem, dedzina kaajas, taas paliek sarkanas. diennakti, tad otru - peec tam guleejaam kaa nosisti. Atceros, kad galiigi zaudeejaam speekus - aizdedzinaajaam to draņķja laguunu. Juura dega. Naturaali, zheel, ka fotograafeet tur neljaava. Skats baigs, duumi kaa no Hirosimas. Un tas viss - 100 tonnas uz papiira. Protams, reāli bija apmeeram 500 tonnas. No pieredzes saku - Baltkrievijaa vareeja reaali izteceet apmeeram 600 - 700 tonnas, jo cauruljvads tur nemaz taa netiek kontroleets. To degvielu jau ar bonaam nenotureesi, ja pusmetru bieza kaartra DD pa upi naak lejaa. Bonas ir domaatas neliela DD daudzuma (pleeviites) ierobezhoshanai ar sekojoshu savaakshanu. Teiksim taa - esmu ar mieru sadereet, ka piesaarnjojums nonaaks liidz pat Riigai un juuraa. Nedaudz, bet nonaaks - udens peec soljarkas garshos. un necviens nesavaaks.

P.S. Varbuut ASV izluukdienestiem ir arhiivaa bildes no 1989g (Amdermas lidlauks)?  
Gribeetos atsvaidzinaat atminju.

AAA, 26.03.2007 03:56

Veel kas - ja noskaidrosim, cik ilgu laiku (no-liidz) upee pumpeeja soļarku, tad viegli varees apreekjinaat, cik patiesiibaa DD iepluuda upiitee. Spiediens un diametrs ir zinaami...

Otro reizi parādās arī stāsts par līdzīgu gadījumu, kad noplūda dīzeļdegviela, kas klasificējams kā personīga informācija, jo rakstītājs vairākkārt lietojis vārdu „atceros.”

**Raimonds**, 28.03.2007 14:39

pirms kādiem gadiem 5 Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā kā labs know-how tika prezentēts naftas produktu savākšanas projekts. Ierīce sastāvēja no maltām gumijas riepām un speciālas ""zeķes"" kur tās sabērtas. Absorbējot naftu vai dīzeli, tā gumija pārvēršas ķēpā, ko dedzina speckrāsnīs vai liek asfaltā. Laikam jau valstvēri nebūs to zinājuši!

Šī atsauksme starp ziņu, kurās ir liels skaits atsauksmju, kas satur jaunu informatīvu saturu, atsauksmēm parādās jau ceturto reizi. To var klasificēt pie tām, kurām nav zināma informācijas izcelsme, jo netiek minēts, kur rakstītājs par šādu prezentāciju uzzinājies.

**Cirks**, 28.03.2007 08:32

Ja esi idiots tad ar to nelepojies - pēc esošajiem likumiem tieši Godmanis ir atbildīgs par ārkārtas situāciju noveršanu! Neviens neko nevienam neuzveļ, bet nu ministram tomēr ir

*jābūt bišķin smadzenēm! Par neīsto bonu likšanu kaktu firmām samaksāja aptuveni Ls 0.5 miljonus, kamēr zviedru aprīkojumu par EUR 60 000 negribēja ņemt! Viena lieta - nauda - bet nu to, ka armijā ir tādi impotenti es nebiju gaidījis - Baltkrievijā ir uzstādītas jau 6 bonu rindas, kamēr mēs vienu neesam līdz galam uzstādījuši! Tie, kas ir bijuši pie upēm tad zina, ka upes sākumā ir pat straujākas nekā beigās! Ko lai saka - Daugava būs piesārņota dēļ šiem idiotiem, kas katrs par šo dienu saņem aptuveni Ls 250 dienā...*

Šajā gadījumā netiek norādīts avots informācijai, kas satur konkrētus skaitļus/summas.

*goriks, 28.03.2007 18:17*

*kam tad īsti ir taisnība - Godmanim vai Slakterim. Slakteris saka, ka briesmas nedraud, Godmanis situāciju vērtē kā draudīgu. Kāds vīrs lielījies, ka viens no viņa dēliem vienmēr precīzi nosakot laika apstākļus, bet formula lūk kāda, viens dēls iziet uz balkona, izstaiņās un saka: "Atkal līs", bet otrs iziet uz balkona un optimistiski paziņo: "Arī šodien spīdēs saule" Bēdīgākais ir tas, ka tās bonas tiek uzstādītas novēloti, otrkārt regulāri jājomaina absorbējošais materiāls, jo pretējā gadījumā bonas pašas kļūst par piesārņojuma avotu, kas ar dīzeļdegvielu vienmērīgi pārklāj Daugavas ūdeni un vairs nav nozīmes vai tie ir 30 cm vai 3 mikroni, jo Daugavas ūdens netiek bagātināts ar skābekli un ja tas turpināsies nedēļas div un vairāk, tad zivju slāpšana būs nenovēršama un tad jau Daugavas krastos smirdēs beigtas zivis*

Arī šajā atsauksmē tās radītājs nenorāda, kā zina par to, cik ātri un kādos apstākļos zivis slāpst.

**Clash,**

28.03.2007

09:35

**VAI TIEŠĀM JŪS GLĀBĒJI NEVARAT TO PONTONA AIZSPROSTU NOSTIEP KAUTVAI PIE DUNAVAS PĀRCELTUVES. AR PĀRCELTUVI TO VAR MIERĪGI PĀRVILKT PĀRI, NEJAU AR MOTORENĒM.**

Ieteikuma, pat tā kā attieksmes formā parādās jauna informācija — par Dunavas pārceļtūvi, ko var izmantot, lai tiktu pāri upei, kas atbildīgajām iestādēm tobrīd neizdevās. Lai gan rakstītājs neatsaucas uz sevi, tomēr šī informācija klasificējama kā personīgās zināšanas.

Pie 27.martā publicētās ziņas *Vides ministrs aicina Baltkrieviju operatīvi sniegt informāciju par nesavāktās dīzeļdegvielas apjomu* pievienotas 2 atsauksmes, kas satur jaunu informatīvu saturu, tas ir 6,60% no visu šai ziņai pievienoto atsauksmju skaita.

*Spiegi negul, 28.03.2007 11:04*

*Kur tad palika parakstīta vienosanas par informācijas apmainu starp baltkrievijas un latvijas vides ministrijam. Vai pirmdien sekretares nebija darba, lai vetsuli sagatavotu, tada maiga tonii rakstiitu..tikai otrdien..Bija jaatsaucas uz nopietniem starptautisko vides konvenciju parkapumiem , kuras ari Baltkrievija ir ratificejusi, jagriezas starpt. konvenciju sekretariatos, pieprasot reaget uz Konvenciju parkapsanu no Baltkrievijas puses. Vai vides ministrijas arlietu un juridiska dala sakusi to darit??Jeb gaidis, kad pieradijumi izzudis un bus prasibas noilgums???te nu var redzet profesionalu darbibu ( tas trukumu) .*

Pēc izteiksmes veida var noprast, ka atsauksmē esošā informācija ir personīgās zināšanas par juridiskām lietām.

*???, 28.03.2007 12:14*

*Otrdien, 27.martā Vides ministrs Raimonds Vējonis ir nosūtījis oficiālu vēstuli Baltkrievijas Dabas resursu un vides aizsardzības ministram L.I.Horužam ar aicinājumu sniegt informāciju par nesavāktās dīzeļdegvielas apjomu, kas nonācis Daugavā*

-----

*kamēr rakstīs vēstules būs par vēlu, labāk meklē kur vēl bonas un tos absorbētājus dabūt, jo gals tam soļarkas pleķim neesot redzams Novopolockā*

*<http://www.brik-team.org/24/showthread...>*

*[http://bi-tec.ru/katalog/oil\\_materials?id=132](http://bi-tec.ru/katalog/oil_materials?id=132)*

Informācija, ka Novopolockā dīzeļdegvielas kārtai nav redzams gals, balstās uz informāciju, kas atrodas citā interneta mājas lapā.

26.martā publicētās ziņas *Daugavā pie Krāslavas novērojams naftas piesārņojums 2* atsauksmēs, kas ir 6,40%.

*marja, 26.03.2007 13:05*

*Pusastonos no rīta "atbildīgās amatpersonas" TV ziņoja, ka piesārņojums līdz Latvijai nav atkļuvis, jo baltkrievi, acīmredzot, ar to tikuši paši galā, - un nu pusvienos tas 20 km garumā jau ir pie Krāslavas...*

Šajā atsauksmē jaunā informācija ir ņemta no cita medija — šajā gadījumā televīzijas.

**svarka**, 26.03.2007 20:58

*5-7 kilometrus abās pusēs degvielas vadam Latvijas teritorijā ir biznesa atzarojumi, no kuriem prastas ūdensvada plastmasas caurules atzarojas no vada un ir ieguldītas pāri grāvjiem un upītēm. Tikai dievs un zagļu veiksmē mums ir stāvējusi klāt, jo mega avārijas nav bijušas. Visas atbildīgās institūcijas visu par visu zina, bet izliekas, ka tā jābūt. Par savākšanas aprīkojumu nerunāsim, uz grāvjiem labi derēja kolhoza salmu ķīpas, tagad kolhozu nav, ko nu?*

Atsauksmē lietotāja pievienotā informācija ir jauna, taču šajā gadījumā nav norādīts, no kurienes tā ir, proti, nav tās avota.

27.martā publicētajā ziņā *Latvija piekritusi pieņemt Zviedrijas palīdzību piesārņojuma likvidēšanai* identificētas 5 atsauksmes jeb 5,70%.

**KK+**, 28.03.2007 02:25

*Klauni, ne glābēji-mēģina savas bonas!!! ar gumijas motorlaivu pari Daugavai parvilkt. Un izrādās-neizdodas. Nevienam no 100 un cik tur speciālistiem nepielec, ka vareja vispirms trosi pārvest un tad kaut vai ar traktoru tos pāri vilk!!! āāāāākstī!*

Atsauksmē aprakstītā informācija par gumijas motorlaivu un veidu, kā parvilkt trosi pār upi, uzskatāms par jaunu informāciju, kas ir personīgas zināšanas.

**Ontario**, 28.03.2007 09:31

*Ja, nelaime ir, tas un jau ir fakts, bet viss nepieciešamais jābuut savs un uz vietas, Straume kungs kur tad galu galu ir naudas līdzekli avarijam, negadījumiem, kurus izšķidina IeM Valsts aģentūra "Materialas rezerves" ar direktoru Z.Šalderu priekšgala. V/a nolikuma ir skaidri norādīts ar ko šim kantorim butu primari janodarbojas, bet tie šēpte ar izsoļu rīkošanu administratīvi aiztureto mantu, piemeram vieglo automašīnu pardošanu kilogramos. Kur ir tas rezerves ir tieši tas gadījums, lai IeM VuGd Kisļaka kungam iedot rokas, laikam TP biedrs Z.Šalders arii tos pamanijas izolit, un .... nu jāņem to paliidzību par kuru vajadzēs triiskarši parmaksat, jo karote derīga pusdienas laika*

Informācija par materiālajām rezervēm, kas jāuzkrāj konkrētai iestādei, ir jauna informācija, kas *Delfi* publicētajā ziņā neparādās. Tomēr, no kurienes interneta lietotājs zina par šīs iestādes darbu, nav norādes.

***Straumju speciālists***, 28.03.2007 10:54

*Pirms dažām dienām saņēmām ziņu, ka aizsardzības ministrija no sava budžeta dotē dažu profesionālu basketbola un hokeja komandu dzīvi. Pacēlās jautājums vai tā pati AM un iekšlietu ministrija ir gatavas ziedot līdzekļus arī tādu sporta veidu attīstībai, kuri sagatavo speciālistus glābšanas darbiem un krīzes situācijām. Tie varētu būt ugunsdzēsības sports, airēšanas slaloms, alpīnisms.*

*Tagad dzirdam, ka ārkārtas situāciju brigāde 2 diennaktis nevar pārvilkt pāri Daugavai trosi ar iesietām bonām. Kāpēc šajā brigādē nav neviens airēšanas slalomists (sportisti, kas nodarbojas ar laivu sportu spēcīgās straumēs un arī dabas stihijās). Ar savu vairāk kā 30 gadu pieredzi airēšanas slalomā un slaloma trašu iekārtošanā (mums stieples un troses pāri krāčainām upēm jāvelk regulāri) varu apgalvot, ka zviedru palīdzība nebūtu vajadzīga, jo esošās bonas mēs sadalītu mazākos atzaros un pārvilktu pāri Daugavai vairākas mazākas (nevis no viena krasta līdz otram) noplūdes uzķērājtrošes ar dažādiem slīpuma leķiem pret straumi (nevis tikai perpendikulāri strauvē, kā to neieksmīgi mēģināja tie vīri, kas strādāja Daugavā, bet kuriem nav pieredze airēšanas slalomā.*

*Latvijas glābšanas dienestiem ir nepieciešams, lai valsts un pašvaldības uzskaitītu specialistus airēšanas slalomā, ugunsdzēsības sportā, alpīnismā un lai sniegtu šiem sporta kolektīviem nelielu palīdzību jaunu kadru sagatavošanā. Tad krīzes situācijās - plūdos, ugunsgrēkos un tt. nevajadzēs tērēt milzu līdzekļus ārzemju palīdzības atmaksāšanai.*

Interneta lietotājs jau izvēloties sev niku „straumju speciālists” (vārdu, kādā sevi saukt), norāda, ka atsauksmē dotā informācija ir viņa personīgās zināšanas.

***Mezhp iedziivotaajs***, 28.03.2007 09:57

*Diezgan smieklīgi(caur asarām) ir tagad skatīties un klausīties kā daudziem nu beidzot sāk pielekt cik efektīvs un profesionāls ir mūsu VUGD uc līdzīgās struktūras.*

*Tad kad mēs Kempes ielā bijām liecinieki līdzīgiem kadriem kā tagad(arī bars visvisādu formaiņu nevar kopīgai darbībai ĀTRI vienoties un PAREIZI IZDARĪT) tad nez kāpēc liela daļa ticēja visādiem pārkamiem LNT degpunktiem nevis aculieciniekiem.*

*Tagad jau notiek atkal būtībā tas pats tikai tas par ko mēs brīdinājām - lielāka katastrofa, atkal vajag ātru un operatīvu rīcību un viss, būtu nostieptas tās bonas nevis vienā vietā bwet gan uzreiz pēc notikuma pie robežas vairākās vietās PROBLĒMU TAČU NEBŪTU.*

*Pat vadītāji abām operācijām ir ar vienu uzvārdu(Kempes ielā - kisljaks jaun. šeit un tagad vismaz pirmajās dienās kad vēl varēja un vajadzēja kaut ko glābt - kisljaks vec.).*

*Ko varat atbildeet VUGD fani, kāpēc šis kisljaks uc nejēdz ātri upi nosprostot?*

*Zinu, jau zinu straume, vējš un vēl kaut kas biksēs traucē(mūsu gadījumā protams arī vispirms tika ziņoti un izdomāti visādi traucēkļi).*

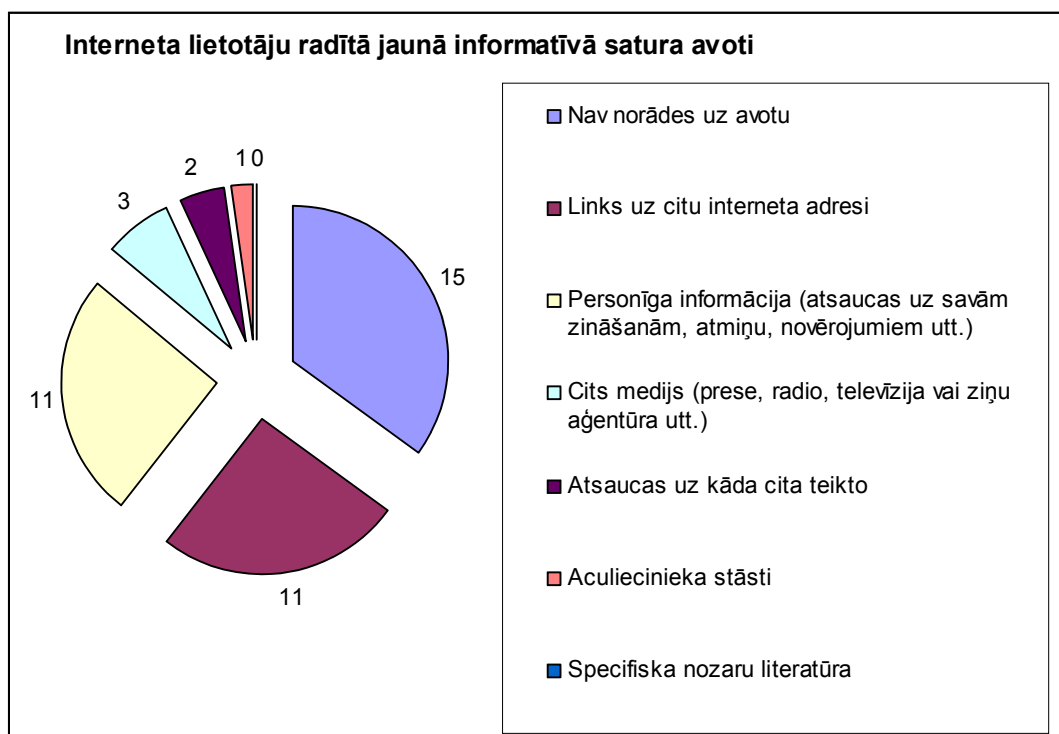
Glābšanas darbu vadītāja uzvārda nosaukšana un sasaistīšana ar diviem negadījumiem ir jauna informācija, tomēr nav norādīts informācijas avots.

**Raimonds**, 28.03.2007 14:45

*pirms kādiem gadiem 5 Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā kā labs know-how tika prezentēts naftas produktu savākšanas projekts. Ierīce sastāvēja no maltām gumijas riepām un speciālas ""zeķes"" kur tās sabērtas. Absorbējot naftu vai dīzeli, tā gumija pārvēršas ķēpā, ko dedzina speckrāsnīs vai liek asfaltā. Laikam jau valstvēri nebūs to zinājuši!*

Šī atsauksme starp ziņu, kurās ir liels skaits atsauksmju, kas satur jaunu informatīvu saturu, atsauksmēm parādās jau piekto reizi. To var klasificēt pie tām, kurām nav zināma informācijas izcelsme, jo netiek minēts, kur rakstītājs par šādu prezentāciju par naftas absorbējošām „zeķēm” uzzinājis.

Kvalitatīvās kontentanalīzes iegūtos datus, interpretējot atsauksmēs esošo informāciju izcelsmes avotus, autore analīze vēl kvantitatīvi. Aplūkojot ziņu, kurās tika konstatētas visvairāk atsauksmes ar jaunu informatīvu saturu, visvairāk bija tādu, kas nenorāda uzrakstītās informācijas avotu (15 atsauksmēs) (sk.9.att.), kas norāda jau teorētiskajā darba daļā minēto virtuālās vides problēmu — ticamības trūkumu, jo ja nav norādīta avota, tad veikt šīs informācijas pārbaudi ir grūtāk vai pat neiespējami. Liela daļa interneta lietotāju norādīja linkus uz citām adresēm (11) un atsaucās paši uz savām zināšanām, atmiņu utt. (11). Aculiecinieka stāsts pie 9 ziņu atsauksmēm parādījās tikai vienu reizi. Uz specifisku nozaru literatūru neatsaucās neviens.



9.att. Interneta lietotāju radītā jaunā informatīvā satura avotu sadalījums.

Parādījās tendence, ka pie dažādām ziņām par tēmu par Daugavas piesārņošanu parādās vienādas atsauksmes ar jaunu informāciju, piemēram, par Latvijas tehnoloģijas centrā prezentēto projektu naftas produktu savākšanai 9 ziņu atsauksmēs vien parādās piecas reizes. Tātad rakstītājs vēlēties, lai viņa rakstīto informāciju pamana. Iespējams, tas skaidrojams ar to, par ko runā komunikācijas zinātnes teorētiķi — *sevis-iehronizēšanu* (savu darbu, sasniegumu, zināšanu, pārākuma utt.) internetā.

Autore, analizējot visas 12 787 atsauksmes pamanīja vēl vienu pazīmi — jau teorētiskajā nodaļā aprakstīto Dž.Bardoela minēto tīkla iezīmi - a-sinhronitāti (*a-synchronicity*), kas nozīmē, ka informācija var tikt patērēta uzreiz – gluži kā radio un televīzijas patērēšana, vai arī tā var tikt atlikta, atlasīta, kas ir raksturīgi drukātiem medijiem. Virtuālā diskusija pie vairākām ziņām atsākās agri no rīta nākamajā dienā, kad notikums jau vairs nebija tik aktuāls, taču atsauksmes rakstītāji turpināja savā starpā apspriest vakardienas iesākto tematu.

## 5. ATSAUKSMES AR JAUNU INFORMATĪVU SATURU KĀ AVOTS ŽURNĀLISTU DARBĀ

Veids, kā atsauksmes var kļūt par iesākumu jaunam stāstam, ir žurnālisti, kas tās izmanto vai neizmanto savā darbā. Tādēļ arī svarīgi apzināt, vai viņi savā darbā inspirējas no atsauksmēs atrodamās informācijas. Žurnālisti arī ir tie, kas tur atrodamo jauno informāciju spēj pārbaudīt pie dažādiem ekspertiem. Turklāt lietotāju radītās informācijas izmantošana ir svarīgs aspekts dialoga žurnālistikā, kas izriet no apkopotās teorētiskās literatūras. Teorētiku mediju tagadnes nosauktās tendences un nākotnes perspektīvas ir virzītas uz tieši šādu dialoga/divvirzienu žurnālistiku, kas dod varu arī lietotājam, veicinot iespēju lietotājam izvēlēties, pieprasīt, selektēt un pašam radīt, nosūtīt informāciju, kas ļauj lietotājiem piedalīties notikumu konstruēšanā. Tā kā žurnālistikas nākotnes potenciāls slēpjas paradigmas, kurā žurnālisti piedāvā informāciju pilsoņiem, maiņā (tagad žurnālistiem jāsigādā cilvēkiem platformas un iespējas līdzdalībai, kopīgai un vienojošai stāsta stāstīšanai dažādos interaktīvos, multimedialos un hiperlinka veidos), darbā tiek mēģināts caur vienu piemēru atbildēt uz jautājumu — cik daudz interneta lietotāji piedalās stāstu konstruēšanā. Visprecīzāk uz šo jautājumu var atbildēt, pētot vienu konkrētu gadījumu. Tā kā darbā analizētas konkrēti *Delfi* atsauksmes, un visvairāk atsauksmju ar jaunu informāciju parādījās pie tēmas par Daugavas piesārņojumu, autori interesēja konkrēti tie žurnālisti, kas veica analītiskus, pētnieciskus materiālus par šo tēmu. Tātad intervēti trīs žurnālisti (viens no ziņu aģentūras, viens no preses, un viens publisko diskusiju raidījumu vadītājs), kas sekoja līdzī tēmai un ar savu darbu radīja par tēmu jaunus stāstus. Televīzijas ziņu korespondenti šajā gadījumā neatbilda darba pētnieciskajiem nolūkiem, jo veica galvenokārt tikai reportāžas, bet radio – atsaucās uz aģentūrām, kas nozīmē, ka interneta diskusiju atsauksmēs informāciju nemeklēja.

10 atsauksmes, kas biežāk parādījās kvalitatīvās kontentanalīzes laikā iepriekšējā nodaļā, tika piedāvātas žurnālistiem ar mērķi noskaidrot, vai gatavojot materiālus par Daugavas piesārņojumu ar dīzeļdegvielu, viņi zināja konkrēto informāciju, kas minēta atsauksmē, un, ja nezināja, vai būtu to izmantojuši kā pirmavotu vai ideju materiālu tapšanā? Tādā veidā varētu gūt apstiprinājumu par atsauksmju vērtību un izmantošanu. Žurnālisti, kas tika intervēti ir raidījuma *Kas notiek Latvijā?* autors un vadītājs Jānis Domburs, nacionālo ziņu aģentūras LETA korespondente Guna Gleizde un laikraksta *Diena* nacionālo ziņu nodaļas pētnieciskās grupas vadītājs Guntis Bojārs.

## 5.1. Atsauksmes kā vēl viens informācijas iegūšanas veids

Lietotāju radītie teksti atsauksmju formā pie ziņām, kā jau autore noskaidroja, aptuveni 3% satur jaunu informatīvu saturu. Līdz ar to rodas jautājums, vai žurnālisti izmanto šo potenciālu. Žurnālistu viedokļi no dziļajām intervijām tiek apkopoti autores izstrādātajās kategorijās.

- Atsauksmju lasīšana/lasīšanas regularitāte

J.Domburs atzīst, ka regulāri (vismaz trīs reizes dienā) lasa atsauksmes portālos *Delfi*, *Tvnet*, *Apollo*. G.Bojārs uzskata, ka atsauksmes ir tik daudz, ka karu dienu lasīt visas būtu apzināta laika tērēšana, tāpēc viņš lasa atkarībā no tēmām, par ko ir diskusija — ja interesē tēma un šķiet, ka pie šīs tēmas būs vērtīgas atsauces, tad lasa.G.Gleizde neregulāri — dažkārt, jā.

- Vai atsauksmēs meklē informāciju

J.Domburs, pirmkārt, atsauksmēs meklē sabiedrības noskaņu — tur varot sajūst tendences, dažādus aspektus, kas netiek ziņās minēti, bet interesē sabiedrību. Otrkārt, atsauksmēs varot atrast arī informāciju, kādu faktu materiālu vai vismaz radīsies kādi jauni jautājumi pēc to izlasīšanas. G.Bojārs atsauksmēs informāciju meklē atkarībā no tēmām. Nacionalitātes jautājumi, seksuālās orientācijas, reliģiskie jautājumi esot ļoti komentēti, taču tur nekādu faktu nav, tur pārsvarā ir viedokļi. Informāciju varot atrast, piemēram, kriminālo ziņu atsauksmēs. G.Gleizde atsauksmes vērtē kā vēl vienu informācijas iegūšanas veidu, jo pārlicināta, ka bieži tajos izpaužas arī cilvēki, kas dzirdējuši baumas vai viņu rīcībā ir kāda informācija, ko publiski, atklājot savu vārdu, viņi paust nevēlas.

- Atsauksmēs esošās informācijas ticamība

J.Domburs ir piesardzīgs pret kaut kādiem uzstādījumiem apgalvojuma formā, ja viņus nav iespējams pārbaudīt vismaz vienas dienas laikā. G.Bojārs saka, ka viss jāpārbauda, visvērtīgākās atsauksmes viņam šķiet tās, kur klāt norādīts e-pasts vai kāds cits veids kā sazināties ar informācijas izplatītāju. Viņš nosauc vairākus piemērus, kad, rakstot par kriminālām tēmām, izdevies atrast aculieciniekus, cilvēkus, kas pazina cietušos utt. G.Gleizde uzskata, ka principā atsauksmes kā avotu izmantot nevar, bet ja tajos rakstīts kas būtisks un šķiet ticams, tad to ir vērts pārbaudīt. Par pamatu jaunai ziņai atsauksmes viņa nezimanto, bet tie kalpo kā papildu informācija par to, kur “rakt” tālāk.

- **Delfi atsauksmes kā vēl viens informācijas iegūšanas veids, gatavojot materiālu par Daugavā ieplūdušo dīzeļdegvielu**

J.Domburs, gatavojot raidījumu par Daugavas piesārņojumu, kā avotu izmantoja arī atsauksmes:

*„Viennozīmīgi skatījos arī tur. Taču, tā kā man bija zināma pieredze par izplūdušām lietām kopš Lielupes gadījuma, es principā prezumēju, ka esmu kompetentāks par 99% publikas, tāpēc, ka es zināju bioloģisko, tiesisko, ķīmisko, makšķerniecisko, pašvaldībniecisko utt. jautājumus. Es nezināju bonu jautājumu, jo Lielupes gadījumā nebija bonas. Un es nezināju starptautiski tiesisko jautājumu, jo Lielupe bija lokāls gadījums. Man šajā jautājumā jau bija foniņš un avotu spektrs, tā kā atsauksmes kā avoti bija sarakstā pirmā desmita beigās. Tur cītīgi rakstīja gan pēc Reģu gadījuma [ugunsgrēks], gan Daugavas gadījumā tāds Raimonds Meikše. Es viņu pazīstu — vīriņš ar tehnoloģisku izglītību. Bet tā mana problēma ir, ka nevaru pārvērst raidījumu par tehnoloģiski izmeklējošu raidījumu, man ir jārunā par valsts pašvaldību sadarbību, par starptautiski tiesisko aspektu, es nevaru stundu preperēt bonu jautājumu. Līdz ar to man bieži ir tā, ka es redzu, ja es būtu presē tad daudz ko varētu paņemt, bet raidījuma specifika ir tāda, ka es nedrīkstu iet dziļumā, jo man stundas laikā jāapskata visi aspekti. Tas ir tāds kā pārmetums preseī, kas to varēja darīt.”*

G.Bojārs, gatavojot materiālus par Daugavas piesārņojumu, informāciju nemeklēja atsauksmēs:

*„Šī bija viena no tēmām, kur es prognozēju, ka tur visticamāk atsauksmēs nekā nebūs. Ja varētu sagaidīt, ka komentēs, kurš ir redzējis beigtus vēžus, beigtas zivis — tas būtu interesanti. Ja kāds uzrakstītu – tepat pie manas mājas Daugavā redzu četrus beigtus vēžus, mēs iespējams mēģinātu ar viņu sazināties. Taču tā problēma tāda, ka tiem cilvēkiem, kas tajos pagastos saskārās ar piesārņojumu, nav internets, otrkārt, tā nav publika, kas rakstītu komentārus. Otra lieta, kas būtu interesanti būtu speciālistu komentāri, kas teiktu, kā vajadzēja rīkoties, liekot bonas. Bet es nesagaidu, kad tur tiešām kāds kvalificēts eksperts komentētu. Tā kā es nelasīju komentārus par šo tēmu.”*

G.Gleizde, gatavojot materiālus par Daugavas piesārņojumu, skatījās arī atsauksmēs esošo informāciju:

*„Komentāri Delfi lielākoties bija pārmetumi valdībai un operatīvajiem dienestiem par nepietiekami ātro rīcību, kas daudzos gadījumos bija nepamatoti. Tomēr daži cilvēki no piesārņojuma skartajiem reģioniem komentāros rakstīja par reālo situāciju, kas man palīdzēja tās izprašanā.”*

## 5.2. Žurnālistu vērtējums atsauksmēm ar jaunu informāciju

1. tabula

### Žurnālistu vērtējums atsauksmēm ar jaunu informāciju

Nr	Delfi lasītāju atsauksmes par Daugavas piesārņojumu	Vai atsauksmēs esošā informācija bija zināma, gatavojot materiālu? Un, ja nē — vai tiktu izmantota?		
		Jānis Domburs	Guntis Bojārs	Guna Gleizde
1.	Latvijas Tehnoloģiskajā Centrā jau pirms vairākiem gadiem kā toreiz labs ""sucess story"" sadarbībai un ""know-how"" tika prezentēts kāds projekts, kurā, izmantojot samaltas riepas speciālā zeķē var savākt naftu un degvielu. Vai Latvijai, kurai ir ostas, nav jābūt savā teritorijā pietiekami daudz absorbējošo bonu?	Nezināju. Es neatceros tādu komentāru par tehnoloģisko centru. Apskatāmais jautājums, kas no tā varētu izrietēt, ir, vai mēs esam labāk ekipējušies.	Nē, es to nezināju. Izmantotu. Taču tā ir sekundāra informācija. Ja man būtu lieks reportieris, tad vienam uzdotu paaizeresēties par šo.	Nē, es šādu informāciju nezināju. Tā ir noderīga, tomēr visdrīzāk es to nebūtu izmantojusi, jo tā būtu noderīgāka laikrakstiem, žurnāliem – pētnieciskāka rakstura medijiem.
2.	No Daugavpils līdz Līvāniem ir vislēnākā straume, tāpēc tur visvieglāk uzstādīt bonas. Nākamā reālā vieta ir tikai pie Pļaviņām, jo no Līvāniem līdz Pļaviņām ļoti stipra straume. Cerams, šī straume 80km garumā neizšķīdinās dīzeļdegvielu, kuru glābēju brigāde cer savākt pie Pļaviņām.	Šitais ir retorika. Kas ir primārais mērķis - kur vieglāk uzstādīt bonas vai uzstādīt, lai neieplūst Latvijas teritorijā, tāpēc nav jāmeklē lēnākā straume, bet tuvākā vieta robežai. Turklāt tā nav ne Aiviekste, ne kalnu upe. Šitāda tipa komentārus lasīju ļoti daudz., bet šitādus es vienkārši metu miskastē un neapskatīju.	Nē, neizmantotu. Taču tas man dotu ideju pakonsultēties ar ekspertiem par Daugavas straumes ātrumu, to, cik tā ir plata vienā otrā vietā.	Jā, šādu informāciju sniedza arī glābēji un vides speciālisti.
3.	1986. gada maijā līdzīgi notika Lielupē, tā kā dzīvoju toreiz pie Lielupes, ļoti labi atceros, ka sākumā bija plēvīte plāna, plāna, krievu armijnieki vilka salmu ķīpas šķērsām pāri vairākās vietās. bet finālā tā plānā plēvīte vienalga sakrājās līčos un mierīgās vietās kā melns mazuts, ko	Tas cilvēks kaut ko nesaprot, jo plēvīte ir virs ūdens, bet mazuts grimst. Taču principā par šo gadījumu zinu pats. Vēsture cirkulēja arī komentāros. Nezinu gan, ko no šī paņemt, jo tehnika ir mainījies.	Pievērstu tam uzmanību, iespējams arī izmantotu kā fona informāciju. Būtībā arī paši zinājām šo gadījumu, bet neielikām avīzē.	Nē, par šādu notikumu man nebija informācijas. Es par to noteikti būtu pajautājusi arī vides speciālistiem un, iespējams, iekļautu arī kādā ziņā.

	<p>brutāli kādu mēnesi tāpat uz ūdens ar "fakeliem" dedzināja..</p> <p>sekas: faktiski pazuda meldri, toties nežēlīgi saauga kalnes, par zivīm nerunāsim, krājumi samazinājās ārkārtīgi ātri, grunduļus ieraudzīju atkal tik dažus gadus atpakaļ..</p>			
4.	<p>Starp citu 100km posmā Daugavpils - Pļaviņas ir izsniegtas zvejošanas licences tīkliem ar kopējo garumu 200km. Reāli tīklu ir 2x vairāk + nelegālie naktsāķi + elektriķi + brīvdienu copmaņi.</p>	<p>Neredzu nekāda sakara šim komentāram ar degvielām.</p> <p>Atceros gan daudzos mulstošos jautājumus komentāros par to, ko darīt – zvejojot vai peldēties. To arī pajautāju raidījumā.</p>	<p>Manuprāt, tas neattiecas uz gadījumu.</p>	<p>Nē, man šādas informācijas nebija, bet visdrīzāk es tādu arī nebūtu izmantojusi Daugavas piesārņojuma kontekstā, bet, iespējams, šis komentārs rosinātu ideju citas ziņas tapšanai.</p>
5.	<p>Pagājušo reizi (pirms gadiem 15), kad baltkrievi bija palaiduši kaut kādas zilumzāles pa straumi, pāris dienas padzērām atvesto ūdeni no mucas, ij rajona kaimiņus varēja apskatīt stāvēt rindā, un neviens nedomā, kaut gan ģifte bija upē stipri.</p>	<p>Šis ir gadījums, kad man jau pašam bija informācija par šiem gadījumiem no vēstures.</p>	<p>Uz vēsturi skatos kā uz fona informāciju, bet vai situāciju pirms 15 gadiem var salīdzināt ar šodienu.</p>	<p>Par šo piesārņojumu informācija bija.</p>
6.	<p>Kādēļ ārkārtas situācijas darba grupā nav iekļauts neviens airēšanas slaloma trašu speciālists? Taču šiem vīriem ir vislielākā pieredze, kā rīkoties plūdu, spēcīgu straumju apstākļos. Airēšanas slalomisti regulāri velk pāri krāčainām upēm stieples un troses, viņi noteikti varētu sniegt kompetentu palīdzību. Informācijai - Latvijas un visu Baltijas republiku labākā airēšanas slaloma</p>	<p>Murgi. Nevar jaukt krāčaino upi ar Daugavu. To nevar izmantot.</p>	<p>Nevērtīgs.</p>	<p>Par šādu ierosinājumu es nebiju dzirdējusi, bet tas nešķiet īpaši reāli, ņemot vērā to, ka bonas ir ļoti smagas un pat pamatīgas laivas un velkoņi nevarēja tās pārstiept.</p>

	trase atrodas Valmierā, un tur darbojas arī mūsu valsts labākie šī sporta veida pārstāvji.			
7.	Nezin kur tie Baltkriev ņema 100t ja visas agēntūras raksta 100.000 t esot noplūdušas:) <a href="http://www.apn-nn.ru/event_s/63798.html">http://www.apn-nn.ru/event_s/63798.html</a> Palasiet šito Baltkrievu makšķerņieku forums , Daugava smirdot pēc naftas jau pa 200m :( <a href="http://www.brik-team.org/24/showthread...">http://www.brik-team.org/24/showthread...</a>	Paši noģenerējām ideju, ka ir jāizrokās līdz baltkrievu lapām un jāpaskatās, ko tur ziņo.	Izmantojām, paši iedomājāties apskatīt šajās lapās.	Diskusijas ar dienestiem par īsto noplūdes apjomu bija arī man un reģionālais reportieris informēja par situāciju “uz vietas”.
8.	Lai savāktu 1t vajag 6-10 bonas tām 100t par kurām runāja iepriekš vajadzētu 600-1000 bonas Ja soļarka ir 1200t Daugavā, tad 6000-1000 gab. <a href="http://bitec.ru/katalog/oil_materials?id=132">http://bitec.ru/katalog/oil_materials?id=132</a>	Paši gājām cauri visādām lapām un meklējām informāciju par bonām.	Tas neatbilst patiesībai. Kas un kādas bonas un kādas straumes ir šīs tēmas pamatjautājumi, šāda informācija mums bija pašiem.	Arī informāciju par to, kādu degvielas apjomu var uzsūkt bonas mums bija.
9.	Tur arī tikai 160 tonnas esot izplūdušas?:)))) Te raksta, ka izplūdušas 300 tonnas <a href="http://www.riakreml.ru/economics/?57357">http://www.riakreml.ru/economics/?57357</a>	Paši noģenerējām ideju, ka ir jāizrokās līdz baltkrievu lapām un jāpaskatās, ko tur ziņo	Izmantojām, paši iedomājāties apskatīt šajās lapās.	Kā jau minēju, diskusijas par noplūdes apjomu bija, ārzemju ziņu nodaļa strādāja arī ar Krievijas mediju sniegtajām ziņām.
10.	<a href="http://www.kp.belkp.by/to_pread/?y=2007..">http://www.kp.belkp.by/to_pread/?y=2007..</a> To cik izplūda tā soļarka var pateikt jebkurš, kas zina cik pa to trubu var 1 stundā var pāsūknēt. Cik konkrēti % tika upē atkarājas no reljefa. Absorbējošā bonas var absorbēt ap 40 kg/m ja upe ir 100 plata tad viena virtene var absorbēt 4 tonnas. Ja tur izplūdušas 1200t, bet pa upi nāk 400t, tad vajag 100 bonas uzlikt?:) <a href="http://bitec.ru/katalog/oil_materials">http://bitec.ru/katalog/oil_materials</a>	To nevar aprēķināt, jo nav zināms cipars, cik daudz baltkrievi paši savā teritorijā izsūknēja. Tāpēc šo komentāru var izmest miskastē.	Tas neatbilst patiesībai. Kas un kādas bonas un kādas straumes ir pamatjautājumi, tāpēc komentāros te uzrodas.	Valsts vides dienesta pārstāvji informēja par noplūdes raksturu, bet VUGD – par bonu uzsūkšanas spējām.

Žurnālistu vērtējums atsauksmēm liecina, ka jaunā informācija, kas tur atrodama, daļēji ir vērtīga (skat.1.tab.) Atsauksmi, kas kvalitatīvi analizēto ziņu atsauksmēs parādījās piecas reizes (par tehnoloģiskajā centrā prezentēto naftas savācēju), visi trīs žurnālisti atzina par noderīgu informāciju, ko iepriekš nezināja. Darba specifikas dēļ (raidījuma garums) J.Domburs un (daudz kodolīgu ziņu, operativitāte) G.Gleizde gan nebūtu to izmantojusi savā darbā, taču norāda, ka prese, kas var tēmas apskatīt dziļāk un analītiskāk, šo informāciju varētu izmantot kā ierosmi jaunam stāstam. Presē strādājošais G.Bojārs apstiprina, ka informācija ir derīga un, ja tolaik, kad gatavoja materiālus par šo tēmu, būtu to zinājis un būtu reportieris, kam uzdot to papētīt, būtu šo informāciju izmantojis.

Atsauksmes, kurās ir informācija par grāk notikušiem līdzīgiem piesārņojuma gadījumiem žurnālisti vērtē drīzāk kā fona informāciju. Atsauksmēs minēto gadījumu, kad Baltkrievija iepludināja Daugavā zilumzāles, žurnālisti nevērtē kā izmantojamu, jo pašiem jau bija šāda informācija. Atsauksmei, kurā tiek stāstīts par Lielupes gadījumu, žurnālisti pievērstu uzmanību. J.Domburs atzīst, ka zinājis pats par šo gadījumu un nezina, kā tas kāda materiāla tapšanā varētu noderēt, arī G.Bojārs zinājis un norāda, ka to var izmantot kā fona informāciju. G.Gleizde gan par Lielupes gadījumu nav zinājusi un atzīst, ka šī informācija būtu radījusi impulsu vēl vienam stāstam.

Atsauksmes, kurās informācija ir specifiska — par straumju ātrumiem, bonu ietilpību, izmaksām, piesārņojuma aprēķināšanu, ko dara daži atsauksmju autori, žurnālisti gan ne visai augstu vērtē.

Atsauksme, kurā bija informācija par izsniegtajām zvejošanas licencēm piesārņotajā posmā, žurnālistiem likās nederīga, taču J.Domburs un G.Gleizde atzina, ka var rosināt uz citām idejām.

## 6. LIETOTĀJU RADĪTĀ SATURA KĀ INFORMĀCIJAS AVOTA ANALĪZE

Autore, analizējot *Delfi* portāla rubrikā *Sabiedrība* nedēļas (no 26.marta līdz 1.aprīlim) laikā publicētās 12 787 atsauksmes, secina, ka interneta lietotāju radītajos tekstos ir jauns informatīvs saturs. Pēc dziļo interviju analīzes var secināt, ka arī žurnālisti saskata atsaukmes kā vēl vienu informācijas iegūšanas veidu, tikai mazāk uzticamu.

Pēc atsauksmju kvantitatīvās analīzes veikšanas tika iegūti dati, kas atspoguļo, kādās proporcijās sadalās virtuālo diskusiju atsauksmes. Nedēļas laikā publicēto ziņu atsauksmēs visvairāk — 53% (precīzi — 52,8%) no visām 12 787 analizētajām atsauksmēm — ir tādas, kas izsaka attieksmi, vērtējumu ziņā aprakstītajam notikumam vai personāžiem. Otra lielākā atsauksmju daļā ir tādas, kurās interneta lietotāji savstarpēji reflektē par tēmu. Šādas atsauksmes ir 40% (precīzi — 40,3%) no visām analizētajām. Šādi rezultāti skaidrojami ar S. Bārns nosauktajiem iemesliem, kāpēc cilvēki lieto internetu — kompjūteru mediētā komunikācija aizstāj interpersonālo komunikāciju, tā ir iespēja izteikties, iespēja apmainīties viedokļiem, komunicēt. Arī žurnālisti novērtē šo virtuālo diskusiju laikā paustos viedokļus — tur varot sajūst sabiedrības noskaņu (vismaz daļas), jautājumus, kas patiešām uztrauc sabiedrību, un tādā veidā gūt idejas kā turpināt stāstu, vai varbūt radīt jaunu stāstu.

Autore novēroja, ka bieži tieši savstarpēja reflektēšana par tēmu aizved lietotāju izpaust, radīt saturu, kas definējams kā informatīvi jauns, tāpēc bija vērojama tendence — jo vairāk atsauksmju, jo vairāk jaunā informatīvā satura tajās.

Šādas jaunu informāciju saturošas atsauksmes tika konstatētas 3% analizējamo atsauksmju. Taču, ņemot vērā, ka atsauksmē esošā informācija kā jauns informatīvs saturs tika definēta, ņemot par atsakites punktu *Delfi* ievietoto ziņu, par kuru norit virtuālā, autore pieļauj, ka tādu atsauksmju, kurās parādās informācija, kas nav vispār izskanējusi publiskajā telpā, ir krietni mazāk un retāk. Par to liecina pētījumā iegūtie dati, kad tika izanalizētas deviņu ziņu (kurās tika konstatēts visvairāk atsauksmju ar jaunu informatīvo saturu) par Daugavas piesārņojumu atsauksmes — liela daļa atsauksmju jauo informācijasizcelmsi norādīja kā linkus uz citu interneta adresi un citus medijus, tātad informāciju, kas reāli jau cirkulē publiskajā telpā, tikai nav pievienota *Delfi* ziņai. Tomēr arī šī parādība ir interesanta — interneta lietotājs, norādot linkus uz citām adresēm, citu mediju informāciju, dod iespēju pārējiem *Delfi* lasītājiem vairāk kaut ko uzzināt par tēmu, tādā veidā viņš pilda gandrīz vai vien no žurnālista funkcijām – apkopot informāciju par tēmu.

Kaut gan salīdzinot ar atsauksmēm, kurās tiek pausta attieksme, proporcionāli tā ir ļoti maza daļa, tomēr šie 3% parāda, ka pastāv interneta lietotāju radītie teksti, kas veido jaunu

informatīvo saturu. Turklāt 3% ir proporcija salīdzinot uz visas nedēļas garumā publicēto atsauksmju skaitu. Jāņem vērā, ka katrai ziņai atsauksmju skaits, kurā pievienota jauna informācija, ir atšķirīgs un atkarīgs no tēmas. Noskaidrots, ka procentuāli visvairāk atsauksmes, kurās ir jaunu faktu vai informācijas pievienošana, ir pie ziņām, kas ietilpst tematika kategorijās *Negadījumi, avārijas un citi ārpuskārtas notikumi, Korupcija, interešu konflikts, tiesvedība, krimināllietas, Iekšpolitika* un *Sadzīve*. Vismazāk tādu ir pie tēmām par ekonomiku, drošības iestāžu darbu, kultūru, mazāk arī ir pie ziņām par sociālām lietām, nevalstisko organizāciju, arodbiedrību aktivitātēm. Interesanti, ka ziņas, pie kurām neparādījās neviena atsauksme ar jaunu informatīvu saturu, arī ietilpst tematikas kategorijās *Negadījumi, avārijas un citi ārpuskārtas notikumi, Korupcija, interešu konflikts, tiesvedība, krimināllietas, Iekšpolitika* un *Sadzīve*. Autore to skaidro ar to, ka šajās tēmās ietilpstošās ziņas un notikumi ir aktuāli (respektīvi, ja notiek liela apmēra negadījums, tad tas ir viens no dienas, nedēļas aktualitātēm), tāpēc arī šajās tēmās ir visvairāk ziņu, un līdz ar to atsauksmju, kas savukārt noved arī pie vairāk atsauksmēm ar jaunu informatīvo saturu. Arī žurnālisti apgalvo, ka atsauksmju informatīvo vērtību var prognozēt pēc ziņas tēmām.

Daudz atsauksmju ir tādas, kurās kā avots ir personīgās zināšanas vai nav norādīts avots — autore ievēroja daudz atsauksmju ar jaunu informatīvu saturu, kur interneta lietotāji uzdodas kā eksperti dažādos tehnoloģiskos un specializētos jautājumos. Tas saistīts ar vienu no teorētiku minētajiem iemesliem, kāpēc indivīdi piedalās virtuālajās diskuiju grupās — pašizpaušmes vajadzība. Respektīvi, izrādīt savas zināšanas par konkrētām lietām, piemēram, upes straumes ātrumu, parādīt, ka spēj aprēķināt un izdomāt labāk kā atbildīgās institūcijas. Parādījās tendence, ka pie dažādām ziņām par tēmu par Daugavas piesārņošanu bija vienādas atsauksmes ar jaunu informāciju, piemēram, par Latvijas tehnoloģijas centrā prezentēto projektu naftas produktu savākšanai 9 ziņu atsauksmēs vien parādās piecas reizes. Tāad rakstītājs vēlējies, lai viņa rakstīto informāciju pamana. Iespējams, tas skaidrojams ar to, par ko runā komunikācijas zinātnes teorētiķi — *sevis-iehronizēšanu* (savu darbu, sasniegumu, zināšanu, pārākuma utt.) internetā.

Anonimitāte, kas savā izpaušmes formā ļauj justies droši interneta lietotājam, savukārt rada šaubas par atsauksmē izpaustās informācijas ticamību. Arī žurnālisti norāda, ka anonimitāte ir šķērslis informācijas patiesuma pārbaudei. Būtībā anonīma atsauksme kurā parādās informācija, kuras izcelsme ir personīgās zināšanas (atmiņa utt.) vai nav norādes uz informācijas izcelsmi, nav iespējams pārbaudīt. Šādas atsauksmes ir lielākā daļa no visām kvalitatīvi analizētajām.

Interesanti, ka atsauksmju skaits, kuras reflektē uz jaunu informatīvu saturu paudošām atsauksmēm, ir ļoti niecīgs — 1,14% analizēto atsauksmju, kas nozīmē, ka tās no pārējo *Delfi*

lasītāju puses paliek nepamanītas. Žurnālisti arī atzīst, ka nav iespējams visu pamanīt un izlasīt — jo vairāk atsauksmju rodas, jo lielāka iespēja, ka tur būs arī kāda vērtīga ar jaunu informatīvu saturu, kas rosinās jauna stāsta tapšanu, taču paralēli ir mazāka iespēja to visu lielo skaitu izlasīt un atrast vērtīgo.

Konkrētā gadījumā — rakstot par Daugavas piesārņojumu — žurnālisti arī neizmantoja atsauksmēs atrodamo informāciju, jo uzskatīja šo par tēmu, kurā nebūs vērtīgu atsauksmju. Vērtīgas, pēc autores domām, gan bija vairākas, ko pēc tam, kad tās tika parādītas žurnālistiem, atzina arī viņi. Interesanti, ka atsauksmēs par šo tematu nebija aculiecinieku informācijas — par to kā izskatās Daugavā utt. Tas iespējams skaidrojams ar to, ka ap negadījuma vietām pārsvarā dzīvo cilvēki, kam nav internets vai arī kas neraksta atsauksmes.

## SECINĀJUMI UN REZULTĀTI

Darbu par interneta diskusiju atsauksmēm autore izvēlējās veikt tēmas novitātes dēļ un tādēļ, ka žurnālista profesijā strādājot, jūt, kā saspringst tradicionālie mediji, lai nezaudētu savu vietu tirgū un savu auditoriju interneta ienesto jauno tendenču dēļ. Auditorija vairs nav tikai pasīva masa, kas reizumis atbild ar atgriezenisko saiti vēstuļu, telefona zvanu formā. Auditorija sāk piedalīties medija produktu tapšanā (piemērs – *Dienas* rubrika Nejedzība, kur tiek ievietoti cilvēku iesūtītie problēmu apraksti un uz tiem atbildēts, v-dienas balsošanas, *Dienā* pie rakstiem ievieto atsauksmes *Tautas balss* utt.), sāk ietekmēt par ko rakstīt, kā rakstīt vairāk kā jebkad agrāk. Tādēļ autorei svarīgi likās pētīt jaunās interneta vides parādības un tieši interneta lietotāju (tradicionālās – pasīvās auditorijas) radīto saturu.

Tomēr šāda apņemšanās sagādāja arī grūtības, jo tēmas novitātes dēļ autore nekur nevarēja atrast kādus piemērus, kad Latvijā būtu veikts līdzīgs pētījums. Interneta specifikas (anonimitāte utt.) nācās atteikties arī no dažām paredzētām metodēm (anketēšana).

Tomēr, pēc autores domām, kvantitatīvā un kvalitatīvā kontenatānālizē ir veiksmīgi atspoguļojušas interneta lietotāju radīto saturu, un dziļās intervijas — šī satura izmantošanu un vērtību žurnālistu acīs.

Galvenie darbā iegūtie secinājumi ir:

Interneta komunikācijā informācijas sūtītāja un saņēmēja lomas saplūst. Auditorija gan saņem informāciju, gan var pati to sūtīt, tātad auditorijai ir lielāka kontrole pār saturu.

Tātad tīkla žurnālistika kļūst interaktīva tad, kad satura lietotājiem tiek dota iespēja kļūt par satura radītājiem.

Autore apskatītajā laika posmā — nedēļā no 26.marta līdz 1.aprīlim — analizējot visas 12 787 atsauksmes, interneta lietotāju radītie teksti kā jauns informatīvs saturs.

*Delfi* virtuālā diskusiju vide ir naratīva — tajā rodas jauna informācija, tēmas, par kurām atkal var stāstīt stāstus. Šo jauno informāciju rada nevis žurnālisti, bet gan paši medija lietotāji – portāla lasītāji.

Nedēļas laikā publicēto ziņu atsauksmēs visvairāk — 53% (precīzi — 52,8%) no visām 12 787 analizētajām atsauksmēm — ir tādas, kas izsaka attieksmi, vērtējumu ziņā aprakstītajam notikumam vai personāžiem. Otra lielākā atsauksmju daļā ir tādas, kurās

interneta lietotāji savstarpēji reflektē par tēmu. Šādas atsauksmes ir 40% (precīzi — 40,3%) no visām analizētajām. Tikai 3% ir tādas, kurās tika konstatēts jauns informatīvs saturs.

Procentuāli visvairāk atsauksmes, kurās ir jaunu faktu vai informācijas pievienošana, ir pie ziņām, kas ietilpst tematika kategorijā *Negadījumi, avārijas un citi ārpuskārtas notikumi*. No 30 ziņām, kas klasificētas kā ziņas ar augstu jaunas informācija saturošu atsauksmju skaitu, 12 ietilpst šajā tematikā. Interneta lietotāju radītajos tekstos jauni fakti un informācija daudz parādās arī tematikās *Korupcija, interešu konflikts, tiesvedība, krimināllietas, Iekšpolitika un Sadzīve*

Aplūkojot ziņu, kurās tika konstatētas visvairāk atsauksmes ar jaunu informatīvu saturu, visvairāk bija tādu, kas nenorāda uzrakstītās informācijas avotu (15 atsauksmēs). Liela daļa interneta lietotāju norādīja linkus uz citām adresēm (11) un atsaucās paši uz savām zināšanām, atmiņu utt. (11). Aculiecinieka stāsts pie 9 ziņu atsauksmēm parādījās tikai vienu reizi. Uz specifisku nozaru literatūru neatsaucās neviens.

Pēc apkopoto datu analīzes, jāsecina, ka darba pētnieciskā problēma, ka potenciālu iegūt jaunu informāciju no *Delfi* lietotāju radītā satura, žurnālisti neizmanto, neapstiprinās. Žurnālisti atzīst, ka atsauksmes ir vēl viens avots jaunas informācijas iegūšanai, tāuc norāda arī uz problēmām to izmantot — ticamības trūkums, grūti pārbaudīt utt.

Konkrētā gadījumā — rakstot par Daugavas piesārņojumu — žurnālisti gan neizmantoja atsauksmēs atrodamo informāciju. Taču daļu autores parādītās *Delfi* atsauksmes par šo tēmu viņi nebija lasījuši un nezināja tajās esošo informāciju, atzīstot, ka, ja būtu zinājuši, iespējams, taptu jauns stāsts.

Pētījuma sākumā autore vēlējās izpētīt arī interneta lietotāju, kas raksta *Delfi* atsauksmes, socioloģisko portretu, respektīvi, veikt anketēšanu tajās iestādēs, no kuru adresēm visvairāk atsauksmes parādās, īpaši tie autori, kuru atsauksmēs konstatēta jauna informācija. Taču anketes metode nav šādam mērķim piemērota – interneta specifiskās iezīmes – anonimitātes dēļ, aizpildīt tās var tie indivīdi, kas, piemēram, nepiedalās šajās atsauksmēs vai arī piedalās, bet ir pret jebkādu jaunas informācijas „nopludināšanu” atsauksmēs vai savu zināšanu dalīšanos. Tādā veidā iegūtie dati nesniegtu nekādu priekšstatu par tiem indivīdiem, kas raksta atsauksmes un arī papildina tās ar jaunu informāciju.

Ierosinājums no autores puses turpmākam dziļākam pētījumam ir sadarbībā ar *Delfi* sagatavot anketu un ievietot to pie atsauksmēm, lai noskaidrotu to atsauksmju rakstītāja socioloģisko portretu – kāds ir vidējais atsauksmju rakstītājs un vai no viņa var sagaidīt vērtīga satura radīšanu?

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN INFORMĀCIJAS AVOTI

1. Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 501-511.
2. Barnes, B.S. (2003). *Computer-Mediated- Communication: Human to Human Communication Across the internet*. Boston: Allyn and Bacon. 137 p.
3. Beers, D. (2006). Die öffentliche Sphäre und on-line, unabhängiger Journalismus. *Canadian Journal of Education*. 29 (1), 109 -123.p
4. Brikše, I. (2002). Publiskās sfēras attīstība Latvijā: indivīda un interneta aspekts. Grām. Brikše, I. (galv. red.). *Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija*. (648.sēj.). Rīga: Apgāds Zinātne. 226.lpp.
5. Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. Grām. Brikše, I. (red.). *Informācijas vide Latvijā: 21.gs. sākums*. Rīga: Apgāds Zinātne. 415.lpp.
6. Castellss, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing. 594 p.
7. Cover, R. (2006). Audience inter/active: interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8 (1), 139- 158.
8. Dahlberg, L.(2005). The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication? *Journal of Communication Inquiry*, 29(2), 169-171.
9. Deuze M. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5 (2), 203-230.
10. Deuze, M. (1999). Journalism and the web: An Analysis of Skills and Standards in an online environment. *International Communication Gazette*, 61 (5), 373- 390.
11. Fernback, J.(2007). Beyond the dilluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations. *New media & societ*y, 9 (1), 49- 69.
12. Gillet, J. Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts. *Journal of Communication Inquiry*. 31 (1). P.28- 40.
13. Harmon, D., Boeringer B.S. (2004). A Content Analysis of Internet-Accessible Written Pornographic Depictions. Book:Hesse-Biber Sh.N.,Leavy P.(edit.). *Approaches to qualitative research: a reader on theory and practice*. New York: Oxford University Press. 545 p.
14. Karakaya Polat, R. (2005). The internet and political participation. Exploring the explanatory links. *European Journal of communication* vol 20 (4), 435- 459.

15. Kioussis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New media & society*, 4 (3), 355 – 383.
16. Krug, G. (2005). *Communication, Technology and Cultural Change*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage. 175 p.
17. Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86.
18. Matheson D.(2004). Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. *New media & society*. 6 (4), 443–468
19. Matheson, D. (2004). Negotiating Claims to Journalism: Webloggers’ Orientation to News Genres. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 10. 33-54.p.
20. McMillan, S. (2002). A four part model of cyber- interactivity. *New media & society*, 4 (2), 271- 291.
21. McQuail, D., Windahl, S. (1993). *Communication Models: For the Study of Mass Communication*. Essex: Pearson Education Ltd., 229 p.
22. Norris, P. (2000). *A Virtuos circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge university press. 398 p.
23. Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere. The internet as a public sphere. *New media & society*,4(1), 9-27.
24. Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussiona groups. *New media & society*, 6 (2), 259- 283.
25. Rheingold, H. (1999). *The Virtual Community*. Retrieved February 27, 2007 from [http:// www.rheingold.com/vc/book](http://www.rheingold.com/vc/book)
26. Richards, R. (2006). Users, interactivity and generation. *New Media & Society*, 8(4), 531–550.
27. Schweiger, W. (2000). Media Credibility — Experience or Image?: A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media. *European Journal of Communication*, 15 (1), 37.- 59.p.
28. Soun Chung, D. (2007). Profits and Perils. Online News Producers’ Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 13 (1), 43-61.
29. Sullivan, T. (2001). *Methods of social research*. Fort Worth: Harcourt College Publishers. 511 p.

30. Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. 2nd edition. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage. 292 p.
31. Vētra, D. (2004). *Indivīda komunikatīvo lomu izmaiņas interneta vidē: Maģistra darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas studijas nodaļa. 66 lpp.
32. Wall, M.(2005). *Blogs of War. Weblogs as news*. Journalism. 6 (2), 153- 172.
33. Woo J. (2006). The right not to be identified: privacy and anonymity in the interactive media environment. *New media & society*. 8 (6), 949-967.

Bakalaura darbs “INTERNETA LIETOTĀJU RADĪTIE TEKSTI KĀ JAUNS INFORMATĪVS SATURS” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

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

Autore: Līga Valkovska *04.06.2007.*

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: Mag.soc. Ingus Bērziņš *04.06.2007.*

Recenzente: prof. Inta Brikše

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes studiju nodaļā *04.06.2007.*

Metodiķe: Zane Šadre

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījumu komisijas sēdē

Komisijas sekretāre: