

Vilniaus universitetas  
Komunikacijos fakultetas  
Informacijos ir komunikacijos katedra

**Akvilė Verbliugevičiūtė,**  
Ryšių su visuomene studijų programos studentė

**INTERNETAS KAIP VIEŠOSIOS ERDVĖS ARENA: LANKYTOJŲ  
KOMENTARŲ TURINIO ANALIZĖ**

MAGISTRO DARBAS

Vadovė lekt. R. Grinevičiūtė

Vilnius, 2006

*Pildo magistro baigiamojo darbo autorius*

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

**Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.**

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

**Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.**

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

*Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas*

**Magistro baigiamąjį darbą ginti**

\_\_\_\_\_  
(rašyti – leidžiu arba neleidžiu)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

*Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja*

**Magistro baigiamasis darbas įregistruotas**

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)

*Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas*

**Recenzentu skiriu**

\_\_\_\_\_  
(recenzento vardas, pavardė)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros vadovo parašas)

*Pildo recenzentas*

**Darbą recenzuoti gavau.**

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(recenzento parašas)

## REFERATO LAPAS

### Verbliugevičiūtė, Akvilė

Verb 142 Internetas kaip viešosios erdvės arena: lankytojų komentarų turinio analizė : magistro darbas / Akvilė Verbliugevičiūtė ; mokslinis vadovas lekt. R. Grinevičiūtė ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2006. – 73, [5] lap.: lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 65-66 (33 pavad.).

UDK 008 (659.5)

**Reikšminiai žodžiai:** *internetas, viešosios erdvės arena, J. Habermaso viešoji sfera, komentarų turinio analizė, interneto lankytojų komentarai.*

Magistro *darbo objektas* - internetas kaip viešosios erdvės arena. *Darbo tikslas* – atskleisti interneto specifinius bruožus, skirtumus nuo tradicinių žiniasklaidos priemonių ir išanalizuoti, kodėl internetas atitinka arba neatitinka viešajai erdvei keliamas sąlygas. Pagrindiniai *darbo uždaviniai*: išnagrinėti internetą J. Habermaso suformuluotos viešosios erdvės teorijos kontekste; įvertinti internetą kaip viešosios erdvės areną; apibendrintai pateikti interneto vartotojų kaip viešosios erdvės dalyvių elgesio bruožus; palyginti internetą su kitomis žiniasklaidos priemonėmis; apsibrėžti racionalių diskusijų sąvoką, jos kintamuosius bei požymius.

Šiame magistro darbe, remiantis filosofų J. Habermaso, J. Baudrillardo, mokslininkų M. McLuhano, M. Posterio, A. Lyotardo ir kt. darbais, straipsniais ir teorijomis, siekta išsiaiškinti, ar naujoji medija – internetas – gali atstoti viešąją erdvę, skirtą politiškai aktyvinti visuomenę, racionaliai diskutuoti ir formuoti viešąją nuomonę.

Darbe prieita prie *išvados*, kad internetas negali atitikti visų J. Habermaso apibūdintų viešosios erdvės egzistavimo sąlygų dėl savo specifiškumo.

J. Habermaso apibūdinta viešoji sfera idealiai atitinkdama visas keliamas sąlygas neegzistavo nei vienoje visuomenėje nei vienais laikais, todėl internetas taip pat negali sukurti idealaus viešumo modelio. Kaip bebūtų, internetas įnešė svarbų indėlį kuriant demokratiją ir skatinant politinį aktyvumą.

Internetas pakeitė masinės žiniasklaidos santykius su visuomene – iš vienas daugeliui komunikacijos pereita prie daugelio su daugeliu komunikacijos. Dėl to galima kelti prielaidą, kad taip susilpninta žiniasklaidos galia ir suteiktos didesnės galios visuomenei.

Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad diskutuodami interneto tinklapyje „Delfi“ dalyviai neužmezga protingos, racionalios diskusijos, kuri atitiktų J. Habermaso apibūdintą racionalią diskusiją, idealios kalbos situaciją ir nepatenkina visų viešosios erdvės egzistavimo sąlygų. Hipotezė patvirtinta tikrinant diskusijos dalyvių pagarbą ir požiūrį į kitų nuomones, pagarbą politikams, diskusijos per klausimus ir atsakymus palaikymą, konsensuso siekimą ir veiksmo skatinimą.

Hipotezė nepasitvirtino absoliučiai, nes rezultatų persvara nebuvo labai didelė. Hipotezės nepagrįstumui įtakos turėjo necenzūrinių žodžių vartojimo kalboje, temos nukreipimo, komentatorių

aktyvumo kriterijų tyrimas. Interneto diskusijos dalyviai aiškiai išreiškia nepagarbą kitiems diskusijos dalyviams, taip pat politikams, apie kuriuos diskutuojama. Tai prieštarauja racionalios diskusijos vystymo galimybei. Internetu diskutuojantys individai neturi tikslo savo išsakomomis nuomonėmis veikti valdžios sprendimų, neskatina jokių tolimesnių veiksmų atkreipti valdžios dėmesį.

Norint suvokti, kodėl lankomiausiame lietuviškame interneto tinklapyje „Delfi“ brandi politinė diskusija nesivysto, ateityje reikėtų išnagrinėti Lietuvos kultūros ir patyrimo tradicijų susiformavimą. Darbe nebuvo vertinama politinės diskusijos kultūra ir jos formavimuisi turėję įtakos įvykiai, todėl ateityje tęsiant pradėtą temą reikėtų analizuoti Lietuvoje veikiančios demokratijos sampratą. Taip pat būtų naudinga išnagrinėti kitų šalių kultūras, kur demokratija ir politinė diskusija yra brandesnė, kur internetas naudojamas kaip viešosios erdvės arena, skirta racionalioms diskusijoms vystyti.

Magistro darbas *gali būti naudingas* komunikacijos mokslų dėstytojams ir studentams.

## TURINYS

|   |      |
|---|------|
| Įvadas .....  | -6-  |
| 1. Viešoji sfera ir jos egzistavimo prielaidos .....  | -10- |
| 2. Internetas kaip viešoji sfera, jo specifika ir kritika .....   | -17- |
| 2.1. Interneto specifiniai bruožai .....  | -22- |
| 2.2. J. Habermaso viešosios erdvės kritikų ir šalininkų požiūris .....  | -25- |
| 2.3. Interneto vartotojų kaip viešosios erdvės dalyvių elgesio bruožai .....  | -30- |
| 3. Interneto tinklapio „Delfi“ lankytojų komentarų turinio analizė .....  | -34- |
| 3.1. Tyrimo struktūra .....   | -34- |
| 3.2. Interneto tinklapio „Delfi“ statistinių duomenų analizė .....  | -42- |
| 3.3. Interneto tinklapio „Delfi“ diskusijos racionalumo ir viešosios erdvės sąlygų<br>patenkinimo analizė ir rezultatai ..... | -46- |
| 3.3.1. Kiekybinio tyrimo analizė .....  | -46- |
| 3.3.2. Kokybinio tyrimo analizė .....   | -58- |
| 3.4. Tyrimo išvados .....   | -60- |
| Išvados .....   | -63- |
| Bibliografinių nuorodų sąrašas .....  | -65- |
| 1 Priedas „Populiariausi Lietuvos interneto tinklapiai“ .....   | -67- |
| 2 Priedas „Interneto lankytojų skirstymas pagal pajamas“ .....  | -68- |
| 3 Priedas „Interneto lankytojų skirstymas pagal užsiėmimą“ .....  | -69- |
| 4 Priedas „Interneto lankytojų skirstymas pagal išsilavinimą“ .....   | -70- |
| 5 Priedas „Interneto lankytojų skirstymas pagal gyvenamąją vietą“ .....   | -71- |
| Internet as a Public Sphere Arena: Analysis of the Visitors' Comments (summary) .....   | -72- |

## IVADAS

Internetas kaip nauja komunikacijos forma atsirado XX a. septintajame dešimtmetyje (1969 m.), kuomet po pasaulį išplito tinklu sujungtų kompiuterių idėja. Interneto istorijoje svarbią vietą užima 1978-ieji, kuomet du inžinieriai – Wardas Christensenas ir Randy's Suessas sukūrė sistemą, leidžiančią prie tinklo prisijungusiems vartotojams publikuoti savo tekstus taip, kad ir visi kiti juos matytų ir galėtų paskaityti – BBS (Bulletin Board System).

Milžiniškus informacijos srautus pradėjęs talpinti ir apdoroti internetas sukėlė nemažai diskusijų apie tai, ar tekstų ir balsų išsilyginimas į jo erdvę veda prie anarchiškos, ar prie demokratiškos komunikacijos formos. Vokiečių filosofas J. Habermasas padėjo pagrindus viešumo struktūrinės transformacijos teorijai. Idealioms viešosios erdvės egzistavimo pavyzdžiu jis laiko buržuazinį viešumą, suklestėjusį XVIII a. Anglijoje, kuomet lauko kavinėse, salonuose, miestų aikštėse visuomenės nariai nevaržomai diskutavo apie politinius įvykius ir laisvai kritikavo valdžią. Anot vokiečių filosofo, idealaus viešumo modelis veikė tol, kol tradicinė žiniasklaida netapo manipuliaciniu įrankiu, sužlugdžiusiu visuomenės diskusijų tarpininko vaidmenį. J. Habermaso idealių diskusijų situacija transformavosi į vartotojams skirtą manipuliavimą ir taip užkirto kelią masinėms laisvoms diskusijoms.

Viešosios erdvės funkcionavimas svarbus kalbant apie valstybės demokratijos palaikymą ir piliečių laisvo žodžio teisės užtikrinimą. Tam, kad viešoji erdvė veiktų pagal demokratiškos valstybės principus, ji turi garantuoti visiems piliečiams galimybę viešai ir nevaržomai išreikšti savo nuomonę, kritikuoti valdžią ir kartu su kitais viešosios erdvės dalyviais priėti bendrą nuomonę, į kurią atsižvelgtų valžia priimdama politinius sprendimus.

Remiantis J. Habermaso darbu „Viešosios erdvės struktūrinė transformacija“ („The structural transformation of the public sphere“), kai kurie teoretikai (A. Lyotardas, M. Posteris) sukritikavo J. Habermaso viešosios erdvės idealizuotą modelį sakydami, kad jo apibrėžta viešoji erdvė neegzistuoja. Atsiradus naujoms komunikacijos formoms, idealaus viešumo modelį imta bandyti taikyti internetui, kaip žiniasklaidos priemonei, kuri gali sugrąžinti idealios kalbos situaciją ir diskusijas tarp įvairių visuomenės sluoksnių. Vis dėlto net ir laikant internetą atsvara tradicinėms monopolizuotoms žiniasklaidos priemonėms, tarp mokslininkų ir teoretikų netyla svarstymai, ar galima internetą laikyti viešosios erdvės arena - tokia, kokią įsivaizdavo J. Habermasas? O gal internetas yra tik viešosios erdvės iliuzija? Kaip pažymi Leonidas Donskis savo esė „Neapykantos kultūra ir viešosios erdvės iliuzija internete“, „problema yra viešosios erdvės nykimas – anonimiškos internetinės diskusijos viso labo tik negrabiai simuliuoja viešąją erdvę, kuri jau seniai tapo, kaip taikliai pažymėjo Zygmuntas Baumanas, viešų figūrų privataus gyvenimo aptarimo erdve. Sykiu nyksta ir privati sfera, kurią baigia kolonizuoti viešosios erdvės simuliacijos – TV debatai, realybės šou ir internetinių pokalbių svetainės“ [8, psl. 46].

Internetas, įsiveržęs į sparčiai besikeičiantį pasaulį, vieną liaupsinamas ir teikiantis vilčių sugrąžinti visuomenės dalyvavimą politiniame gyvenime, kitų – atvirksčiai, peikiamas ir ironizuojamas, pastatomas kaip simuliuojama, suvaidinta ir tik virtuali erdvė, kurioje nėra vietos rimtiems visuomeninių reikalų svarstymams. Kaip bebūtų, dėl interneto galimybės pigiai ir greitai pateikti didelius informacijos kiekius, taip pat palengvinti komunikaciją, daugelis vadina jį naująja demokratijos technologija, vienijančia mūsų nusmukusią viešąją sferą. Kaip pastebi James Carey, kiekviena nauja technologija laikoma mūsų išgelbėtoja. Būtent dėl savo naujumo internetas vis dar laikomas po padidinamuoju mokslininkų stiklu, ieškant naudos pasaulinei visuomenei.

Šio darbo *tema aktuali* tuo, kad siekia išnagrinėti internetą kaip viešąją erdvę atskleidžiant specifines jo savybes, kurios padeda atsirasti naujoms komunikacinėms formoms. Šiais laikais, kuomet manoma, kad viešosios erdvės jau baigia išnykti iš mūsų gyvenimų, nagrinėti interneto galimybes ir jo panaudojimą viešiesiems visuomenėms interesams yra labai svarbu. Darbe remiantis teoretikų svarstymais bus bandoma atskleisti, ar internetas apskritai gali pasitarnauti ugdant demokratišką visuomenę.

*Darbo objektas* – internetas kaip viešosios erdvės arena.

*Darbo dalykas* – viešoji erdvė.

*Pagrindinė darbo problema* – dėl interneto specifiškumo J. Habermaso visų viešosios erdvės modelio egzistavimo sąlygų patenkinimas yra komplikuoatas.

*Darbo tikslas* – atskleisti interneto specifinius bruožus, skirtumus nuo tradicinių žiniasklaidos priemonių ir išanalizuoti, kodėl internetas atitinka arba neatitinka viešajai erdvei keliamas sąlygas.

*Darbe keliamą hipotezę*: internetas nepatenkina viešosios erdvės egzistavimo prielaidų ir neskatina racionalių diskusijų užsimezgimo.

Teorinėje darbo dalyje bus atliekama teorinių šaltinių, nagrinėjančių internetą ir viešąją erdvę, analizė.

*Tyrimo metodas*: kiekybinė ir kokybinė turinio analizė.

*Darbo uždaviniai*:

- išnagrinėti internetą J. Habermaso suformuluotos viešosios erdvės teorijos kontekste;
- įvertinti internetą kaip viešosios erdvės areną;
- apibendrintai pateikti interneto vartotojų kaip viešosios erdvės dalyvių elgesio bruožus;
- palyginti internetą su kitomis žiniasklaidos priemonėmis;
- apsibrėžti racionalių diskusijų sąvoką, jos kintamuosius bei požymius.

Šiame magistro darbe, remiantis filosofų J. Habermaso, J. Baudrillardo, komunikacijos mokslus tyrinėjusių M. McLuhano, M. Posterio, A. Lyotardo ir kt. darbais, straipsniais ir teorijomis, bus siekiama išsiaiškinti, ar naujoji medija – internetas – gali atstoti viešąją erdvę, skirtą politiškai aktyvinti visuomenę, racionaliai diskutuoti ir formuoti viešąją nuomonę.

*Pagrindinės sąvokos:* viešoji erdvė, virtualumas, virtuali bendruomenė, kibernetinė erdvė.

Internetas kaip viešoji erdvė iki šiol Lietuvoje nėra plačiai nagrinėtas. Internete skelbiamose 2003 metais atlikto tyrimo “Virtualių pilietinių erdvių Latvijoje ir Lietuvoje lyginamoji analizė” ištraukose pateikiami gauti rezultatai rodo vertingas kiberdemokratijos apraiškas internete. Kiberdemokratija čia suprantama kaip iššūkis šiuo metu galiojančiai demokratinei sistemai, į daugelį jos aspektų žūrima kaip į būsimų pilietinių santykių prototipus, nes, anot tyrimo atlikėjų, paprastai jie yra žymiai demokratiškesni už tuos, kurie pasireiškia tradicinės demokratijos sąlygomis [33]. Šiuo atveju Lietuvos ir Latvijos pilietinių visuomenių skirtumai internete nėra įdomūs, tačiau parodo, kad demokratijos egzistavimas internete labai priklauso nuo visuomenės, kuri ten veikia, bendrauja ir diskutuoja. 2003 metais atlikto tyrimo metu prieitos išvados, kad: 1) Lietuvos pilietinė visuomenė jaučiasi turinti dalyvauti valdymo procese ir įsikišti į viską, kas atrodo aktualu; 2) lietuviškos diskusijos dalyvio tikslas yra parodyti, kad jis yra teisingas, kas jau savaime turi reikšti, kad jo oponentas nieko vertas; 3) Lietuvos virtualioje erdvėje vyrauja emocijos, prietarai ir estetiniai vertinimai.

Tęsiant jau pradėtus interneto kaip viešosios erdvės tyrimus ir ieškant naujų įžvalgų, teorinio J. Habermaso viešosios erdvės modelio egzistavimas bus nagrinėjamas interneto lankytojų turinio analizėje. Vokiečių filosofo manymu, viešoji sfera skirta politinėms, visuomenei svarbioms temoms aptarti ir prieiti bendrai nuomonei, į kurią atsižvelgtų valdžia priimdama sprendimus. Tyrime bus nagrinėjami interneto naujienų portalo „Delfi“ lankytojų komentarai politine tema „Ar Lietuvos prezidentui Valdui Adamkui priimti kvietimą atvykti į Rusijos pergalės prieš fašizmą 60-ąsias metines?“. Iki prezidento sprendimo priėmimo interneto puslapyje „Delfi“ pasirodė 47 straipsniai, kuriuose Lietuvos politikai, politologai ir kiti įtakingi asmenys pareiškė savo nuomonę, kaip turėtų elgtis prezidentas. Atsiliepdami į straipsnius „Delfi“, interneto lankytojai parašė 16 000 komentarų diskutuojama tema. Atliekant žvalgybinį tyrimą, taikant kiekybinę ir kokybinę turinio analizę, bus išskirti nagrinėjami pjūviai, kurie padės patikrinti iškeltą hipotezę.

Atlikto tyrimo rezultatai ir padarytos išvados galėtų paskatinti tolimesnius tyrimus nagrinėjama tema.

Magistro darbą sudaro trys skyriai:

- 1) *Viešoji sfera ir jos egzistavimo prielaidos.* Šiame skyriuje bus nagrinėjama J. Habermaso suformuluota viešosios erdvės teorija, jos funkcionavimui būtinos sąlygos, nagrinėjamas viešosios erdvės veikimo modelis.



- 2) *Internetas kaip viešoji sfera. Jo specifika ir kritika.* Skyriuje analizuojami interneto specifiniai bruožai, skirtumai nuo tradicinių žiniasklaidos priemonių, nagrinėjama, kokie interneto požymiai patenkina viešosios erdvės egzistavimo sąlygas. Taip pat pateikiami kritikų argumentai, kodėl internetas negali būti viešąja erdve pagal J. Habermaso keliamus reikalavimus. Skyriuje aptariama interneto vartotojų kaip viešosios erdvės įtaka jos dalyvių elgesiui.
- 3) *Interneto tinklapio „Delfi“ lankytojų komentarų turinio analizė.* Šiame skyriuje pateikiama interneto tinklapio „Delfi“ lankomumo ir vartotojų charakteristikos statistinių duomenų analizė, aprašoma tyrimo atlikimo metodika, pateikiami rezultatai, analizė ir išvados.

Magistro darbas *gali būti naudingas* komunikacijos mokslų dėstytojams ir studentams.

## 1. VIEŠOJI SFERA IR JOS EGZISTAVIMO PRIELAIDOS

Vokiečių filosofas Jurgenas Habermasas savo 1989 m. išleistame veikalė „Viešosios erdvės struktūrinė transformacija“ („The structural transformation of the public sphere“) pirmasis išskyrė viešosios sferos egzistavimo prielaidas ir savybes, apibrėžė žiniasklaidos santykius su valstybe ir demokratija. Viešumas, anot jo, „yra piliečių dalyvavimas didelėje, visą visuomenę apimančioje idėjų rinkoje arba dideliame forume, kurio debatų rezultatai daro įtaką valstybinei politikai“ [19]. Idealaus viešumo dar nepavyko pasiekti jokiai visuomenei jokioje šalyje, tačiau arčiausiai idealumo buvo priartėjęs buržuazinis Anglijos viešumas. Turtingieji visuomenės nariai spaudoje, laiškuose, kavinėse, aludėse ir salonuose kūrė viešąją opinią, kritiškai vertino valdžią. Tačiau ilginiui augant ir stiprėjant spaudai, pasak J. Habermaso, prasidėjo grįžimas atgal, kuomet žiniasklaidoje, kaip feodalizmo laikais monarchai atstovaudavo savo tautai, taip panašiai spaudoje rutuliojamų idėjų kraštovaizdyje ėmė vis ryškiau figūruoti interesų grupuočių atstovai. Tolstant nuo idealaus viešumo modelio plačiosios masės į idėjų turgaus veiklą įtrauktos vis mažiau ir mažiau. “Pagauti viešumo, kuriamo dėl šou ir dėl manipuliavimo, neorganizuoti privatūs individai ėmė dalyvauti ne visuomenės komunikacijos procese, bet savitiksliuose mainuose viešai manifestuojamomis nuomonėmis” [19]. Viena iš svarbiausių viešosios sferos siaurėjimo priežasčių tapo žiniasklaidos privatizavimas [10].

J. Habermaso viešajai sferai keliamos *pagrindinės sąlygos* [11; 27]:

1. Maksimali viešumo apimtis – paties didžiausio piliečių skaičiaus dalyvavimas diskusijų forume.
2. Viešumo efektyvumas – diskusijų forumo sprendimų ar labiausiai vyraujančių idėjų poveikis realiai valdžios politikai turi būti akivaizdus.
3. Viešumo konstruktyvumas – diskusijos tame forume turi vykti kiek įmanoma racionaliau.
4. Viešosios sferos dalyvių statusas yra nesvarbus;
5. Viešojoje sferoje turi būti galimybė kvestionuoti tai, kas nebuvo aptariama;
6. Atvirumas ir vienumas – viešoji sfera yra vienodai prieinama ir bendra visiems.

Laikantis viešosios sferos sąlygų gimsta viešoji visuomenės nuomonė, kurios paisoma priimant politinius sprendimus. Tokie žmonių santykiai įgalina valdžią paisyti jų nuomonės, įtraukia žmones į politinių sprendimų priėmimą. J. Habermaso manymu, viskas yra politiška, t.y. joks pokalbis be suinteresuotumo negali vykti. Diskusijos, neapimančios politinių reikalų ir visuomenininių interesų, nėra viešosios sferos objektas. Tik tai, kas rūpi ir liečia kiekvieną viešosios sferos dalyvį, gali būti jos objektu.

Kaip postmodernistas, J. Habermasas tikisi sukurti dialogą, kuris atsiranda už ekonomikos ir valdžios sferų. Filosofas teigia, kad diskursas tampa demokratišku viešojoje sferoje per laisvai pasireiškiančius pokalbius ir motyvuotų argumentų pateikimą. Jis mano, kad dalyviai politinėje viešojoje sferoje gali dalintis nuomonėmis, racionaliomis išvalgomis, kurios veda prie demokratijos“ [11, psl. 142]. Racionalumas pabrėžiamas kaip sprendimų priėmimui būtina sąlyga. Kitaip tariant, neracionalūs pokalbiai ir diskusijos negali įgyti tokios galios, kuri darytų įtaką valdžios priimamiems sprendimams.

Vertinant J. Habermaso apibrėžtą viešąją sferą, kyla klausimas, ar tokia sfera nėra per daug idealizuota ir apskritai ar gali egzistuoti XXI amžiuje. Kritikai mėgino įrodyti, kad J. Habermaso išgirta buržuazinė viešoji sfera neveikė pagal tuos principus, kuriuos jis išvardino, o šiuolaikinėje visuomenėje ji apskritai vargiai galėtų funkcionuoti, nes sunku būtų rasti viešąją sferą, kuri būtų prieinama ir atvira visiems bei kur būtų paisoma viešumo konstruktyvumo. Kita vertus, atsiradus internetui, pradėta kelti prielaidą, kad būtent jis sugrąžins visuomenę į viešąją sferą (apie tai bus kalbama kitame skyriuje).

Tam, kad viešoji sfera veiktų efektyviai, svarbu, jog jos dalyviai rastų bendrą nuomonę (viešąją nuomonę), kurios paisytų valdžia. Prieiti vieningos nuomonės nėra lengva, todėl J. Habermasas mano, kad norint rasti susitarimą, būtina vadovautis tiesos kriterijumi: „Tam tikram daiktui tam tikrą savybę galiu priskirti tik tuo atveju, jei ir bet kuris kitas, galintis pradėti su manimi pokalbį, tam pačiam daiktui priskirtų tą pačią savybę. Kad atskirčiau teisingus teiginius nuo klaidingų, remiuosi kitų vertinimais; būtent vertinimais visų kitų, su kuriais kada nors galėčiau pradėti pokalbį. Teiginių teisingumo sąlyga yra potencialus visų kitų pritarimas“ [1, psl. 121]. Tai reiškia, kad teiginio teisingumą galima patikrinti per kitų viešosios sferos dalyvių atsakymus ta pačia tema. Atsakymams ar nuomonėms sutampant, pasiekiamas susitarimas. Tokiu būdu pasiekiamas konsensus šiuolaikinėje visuomenėje atrodo sunkiai galintis atsirasti ne tik dėl pasikeitusios gyvenamos ir mąstymo, bet ir dėl kur kas galingesnių žiniasklaidos priemonių, didesnių informacijos srautų ir platesnio nuomonių išsibarstymo. Kita vertus, J. Habermaso teiginys, kad viešoji sfera iš pradžių išsiplečia ir sutraukia dideles mases piliečių, vėliau traukiasi – susiskaido į mažesnes visuomenines grupes, parodo tai, kad absoliučiai vieningos visuomenės nuomonės nesitikima. Tam, kad viešojoje sferoje komunikacija vyktų sklandžiai, racionaliai ir būtų vadovaujama laisvės ir lygybės kriterijais, kuomet informacija ir galimybė pasisakyti vienodai prieinama ir galima kiekvienam individui, J. Habermasas apibrėžė idealią kalbinę situaciją. „Ideali kalbinė situacija – kai visi kalbėtojai lygiateisiai; nėra prievartos. Akivaizdu, kad tokioje situacijoje konsensą gali padėti pasiekti tik tokie paliepimai, normos, kurias įgyvendinti vienodai nori visi“ [1, psl. 134]. Idealoje kalbinėje situacijoje komunikavimo netrikdo ne tik išoriniai atsitiktiniai veiksniai, bet ir svetimos valios primetimas.

J. Habermasas kildina keturis idealios kalbos situacijos reikalavimus [1, psl. 139]:

1. Visi potencialūs diskurso dalyviai turi turėti lygias galimybes vartoti komunikatyvius kalbos aktus tiek, kad galėtų bet kuriuo metu pradėti diskursą, tiek kad galėtų jį tęsti kalbėdami ir atsikirdami, klausdami ir atsakydami.
2. Visi diskurso dalyviai turi turėti lygias galimybes teikti paaiškinimus, tvirtinimus, rekomendacijas, pareiškimus ir pagrindimus, taip pat ginčyti, pagrįsti ar atmesti jų galiojimo pretenzijas, užtikrinant, kad nė viena išankstinė nuomonė neišvengtų aptarimo ir kritikos.
3. Dalyvauti diskurse gali tik tie kalbėtojai, kurie veikdami kaip veikėjai turi lygias galimybes reikšti savo nuostatas, jausmus ir ketinimus.
4. Dalyvauti diskurse gali tik tie kalbėtojai, kurie veikdami kaip veikėjai turi lygias galimybes įsakinėti ir pasipriešinti, leisti ir drausti, žadėti ir priimti pažadus, aiškintis ir reikalauti pasiaiškinti.

Dažniausiai kritikuojama tai, kad ideali kalbinė situacija tikrovėje nėra įmanoma, tačiau šiuolaikinių technologijų atsiradimas privertė kritikus permąstyti idealios kalbos veikimo principus dabartinėmis sąlygomis. „Ideali kalbinė situacija nustato protingos kalbos principus, tačiau absoliutaus jų laikymosi, vargu, ar galima pasiekti, kuomet viešojo sfera iš realybės persikelia į virtualų bendravimą“ [12].

Leisdamas kiekvienam asmeniui dalyvauti diskurse, J. Habermasas tikisi panaikinti prietarus, kad ne visos marginalizuotos grupės turi galimybę naudotis savo teisėmis. Nors konkretūs, individualūs interesai yra gerbiami idealioje kalbos situacijoje, dalyviai, anot J. Habermaso, gerbia kitų žmonių, draugų nuomones ir poreikius. „Solidarumas, kylantis iš dėmesio vienas kitam, susijęs su žmonių gerove, taip pat su tokio paties gyvenimo formos integralumo išlaikymu“ [16].

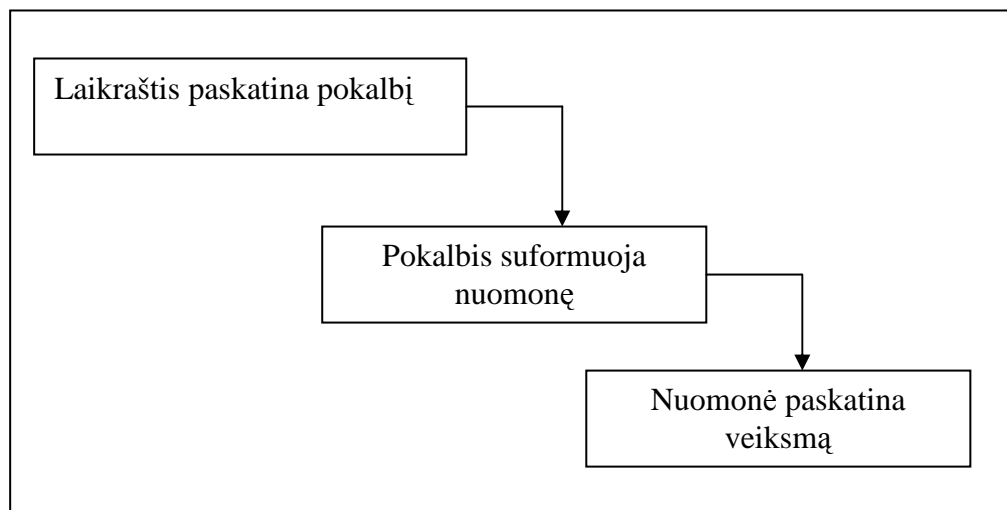
Viešojo sfera gali kurti politinę erdvę, kurioje gerbiamos individo teisės ir stiprinama bendruomenė. Komunikacija yra laisva nuo institucinės prievartos, todėl dialogas viešojoje sferoje gali kurti demokratinį diskursą.

Žiūrint iš XXI amžiaus žmogaus pozicijos, J. Habermaso įsivaizdavimas, kad viešosios erdvės dalyviai gerbdami vieni kitus geba priėti vieningą nuomonę, gali pasirodyti sunkiai įgyvendinamas, nes dabar viešojo erdvė, kaip manoma, gali tarnauti nebent nuomonių keitimuisi, be siekio surasti bendrą nuomonę.

Kaip apskritai veikia viešosios sferos modelis? Nuo ko ji prasideda ir kuo baigiasi? Tam, kad visuomenė įsitrauktų į politinę temą, viešosios sferos modelis turėtų veikti pagal *1 schemoje* pavaizduotus etapus.

## 1 schema

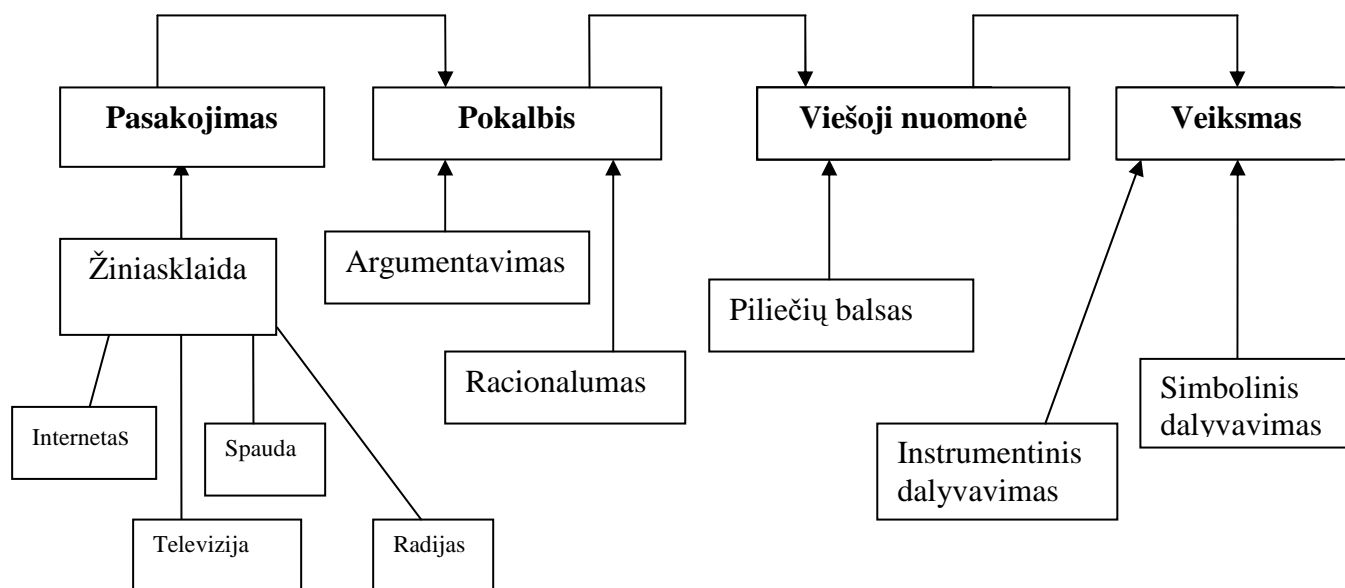
## Viešosios sferos veikimo modelis



Schemoje išvardinti viešosios sferos modelio veikimo etapai kyla vienas iš kito ir atvirkštine tvarka nevyksta. Neįvykstant bent vienam išvardintam veiksmui galutinis rezultatas – veiksmas nepasiekiamas, todėl modelio veikimui reikalingi visi trys etapai. Tam, kad būtų geriau suvoktas viešosios sferos veikimo modelis, toliau bus aptariamos 2 *schema*je pateiktos svarbiausios šio modelio svarbiausios dalys: pasakojimas, pokalbis, viešosios nuomonės formavimas ir veiksmas (dalyvavimas) [7, psl. 116].

## 2 schema

## Viešosios sferos modelio dalys ir jų sąveika



2 *schema* parodo, kaip visos viešosios sferos modelio dalys yra susijusios tarpusavyje ir kas joms daro įtaką. Kaip matyti iš schemos, pasakojimas gali atsirasti tik su žiniasklaidos pagalba, pokalbis

viešojoje sferoje negali būti įsivaizduojamas be argumentavimo ir racionalumo, viešąją nuomonę sukuria piliečių balsas, o atsiradęs veiksmas turėtų paskatinti instrumentinį arba simbolinį piliečių dalyvavimą. Kiekviena viešosios sferos modelio dalis, pavaizduota 2 *schema*je, toliau bus apibūdinta atskirai norint išnagrinėti šių dalių svarbą viešosios sferos veikimui.

### ***Pasakojimas***

Tam, kad visuomenės nariai pradėtų diskusijas, reikia, kad kažkas duotų pagrindą diskusijai. Pokalbio „iniciatoriumi“ anksčiau paprastai tapdavo spauda (dabar dar ir kitos žiniasklaidos priemonės – televizija, radijas, internetas). XVII – XVIII a. spaudos sukurta visuomenė paskatino žmones suvokti save kaip priklausančius nacionaliai bendruomenei. Spaudoje pateikiamos nuomonės, temos tapdavo viešosios sferos diskusijų objektu ir skatindavo dalyvius ieškoti bendros nuomonės. „Visuomenė negalėjo būti įsivaizduojama be bendro *pasakojimo* funkcijos, kurio tikslas – būti reguliariai spausdinamu ir priimamu“ [17, psl. 12]. Spauda vienijo ir pagyvino pokalbius, juos standartizavo ir išskleidė laike. Spaudą išskeldamas kaip jungtį tarp visuomenės ir valdžios, J. Andersanas klausia, ar naujos tendencijos ir technologiniai pokyčiai, greitesnis žinių paskirstymas ir personalizacija ir toliau tarnaus tam, kam anksčiau tarnavo spauda (ji buvo visuomenės akys ir ausys, demokratinė spauda atstovavo visuomenę), integruodama tautą ir sukurdamą informaciją kritinėms diskusijoms. Žiūrint į šiandieninės žiniasklaidos perspektyvą ir atsižvelgiant į jos komerciškumą bei paramą tik tam tikroms visuomenės grupėms, galima manyti, kad žiniasklaidos funkcijos jau pasikeitusios, lygiai kaip pasikeitę ir visuomenės lūkesčiai. Šiuo metu „žiniasklaida tampa mūsų aktyvia pagalbininke ir savotiška išlaisvintoja nuo nuolatinės realybės konstrukto korekcijos, nuo kasdienių saviorientacijos pastangų. Mes laukiame iš žiniasklaidos idėjų, faktų, direktyvų, malonumų, įspūdžių, žinių – visko po truputį. Tačiau iš tiesų ne tiek iš jos kažko laukiame, kiek ja inertiškai naudojames nereikšdami didelių pretenzijų“ [4, psl. 8]. Kaip bebūtų, žiniasklaidos pasakojimai viešosios erdvės kontekste yra labai svarbūs: jie duoda pagrindą užsimegžti diskusijoms.

### ***Pokalbis***

Viešosios sferos centre – *pokalbis*. Pokalbis yra būtina demokratijos sąlyga. Demokratija prasideda pokalbyje. J. Habermasas neįsivaizduoja, kaip be argumentuoto pokalbio ir racionalių diskusijų apskritai galėtų egzistuoti bet kuri viešoji sfera, kurios tikslas yra daryti įtaką valdžios sprendimams.

S. Tarde teigia, kad pokalbis – pirminis viešosios nuomonės šaltinis. „Politinio pokalbio funkcija yra apdirbti individualią nuomonę ir neapibrėžtais būdais sukurti vieną ar dvi nacionalines nuomones viena tema. Viešosios sferos nariai apsvarsto tai, kas vyksta ir nusprendžia, kaip jie galėtų veikti kolektyviai“ [7, psl. 18].

J. Habermasas teigia, kad pokalbyje „informacija tik pateikiama apsvarstyti, o svarstymų produkcija – abejonių sukėlusios pretenzijos galioti patenkinimas (pripažinimas) arba jos galiojimo

atšaukimas. Diskurso procesas nieko daugiau, išskyrus argumentus, nesukuria. Šio proceso metu neįmanoma įgyti naujo patyrimo“ [1, psl. 125].

Nors pokalbis viešosios sferos veikimo modelyje užima svarbiausią vietą, pats savaime pokalbis vertės nesukuria. Svarbiausia yra viešoji nuomonė, kurios pokalbio metu prieina viešosios sferos dalyviai.

### ***Viešoji nuomonė***

*Viešosios nuomonės* apibrėžimų yra per 50, todėl rasti tinkamiausią labai sunku. Viešoji nuomonė paprastai kalbant – žmonių balsas, kuris tarnauja vadovauti ir tikrinti vyriausybės institucijoms. „L. Spears sako, kad viešoji nuomonė yra tam tikros svarbios nuomonės tam tikrais klausimais, viešai ir laisvai išreikštos žmonių, kurie nedalyvauja vyriausybės darbe. Jie turi teisę, kad jų nuomonė darytų įtaką struktūroms“ [7, psl. 10]. Teigiama, kad viešoji nuomonė yra daugiau nei individualių nuomonių visuma.

Per šimtmečius keitėsi ir pati viešosios nuomonės sąvoka. Pirmą kartą sąvoka panaudota dar prieš mūsų erą, kai 50 metais prieš Kristų Ciceronas laiške savo draugui Atikui rašė, kad jį suklaidino viešoji nuomonė. Viešosios nuomonės pokyčius galima skirti į kelis etapus [1, psl. 42]:

1. Švietimo epochoje tai buvo tiesiog išsilavinusių ir turinčių nuosavybę piliečių nuomonė, kurios svoris bei įtakos galia tiesiogiai priklausė nuo žinių ir turto dydžio.
2. Atsiradus laikraščiams, viešąją nuomonę imta tiesiogiai tapatinti su tuo, kas yra spausdinama laikraščiuose.
3. Dvidešimtajame amžiuje viešoji nuomonė tapatinama su tuo, kas yra išsakoma ir deklaruojama įvairiose manifestacijose.
4. Šiandien viešoji nuomonė vis labiau tapatinama su sociologinių tyrimų bei apibendrinimų rezultatais.

Tai, ką šiandien pasitikėdami sociologinių tyrimų rezultatais vadiname viešąja nuomone, iš tiesų jau vargiai galima laikyti visuomenės nuomone. Tam tikrų visuomenės grupių nuomonių surinkimas gali būti naudingas politikams formuojant santykius su visuomene ir pradedant su ja bendrą kalbą. Tačiau iš esmės viešoji nuomonė negali būti išprausta į atsakymų „taip“, „ne“, „nežinau“ rėmus. „Grynosios“ viešosios nuomonės, kurią išsako visuomenė, tarsi nebelieka, nes žiniasklaida, išsirinkusi tai, kas jiems atrodo svarbiausia, apdorotą informaciją pateikia atgal visuomenei ir tokiu būdu iš naujo ją formuoja. K. Mannheimas sako, kad individas visuomenėje atranda jau susiklosčiusią situaciją ir jau susiformavusius elgesio bei mąstymo modelius. Individo aplinkos matymas ir vertinimas priklauso nuo jo veiklos. „Jei viena iš didžiausių individo mąstymo terpių yra kasdienė informacija, o svarbiausias užsiėmimas – televizijos žiūrėjimas, radijo klausymas ar laikraščio skaitymas, tada tai, ką jis ten atranda, tampa jo pasaulėžiūros pagrindu“ [1, psl. 44]. Galiausiai tampame tuo, į ką žiūrime. Čia ir susipina visuomenės viešoji nuomonė ir žiniasklaidos formuojama viešoji nuomonė.

### ***Veiksmas***

S. Tarde ir J. Habermaso galutinis racionalaus pokalbio ir viešosios nuomonės formavimo produktas viešojoje sferoje yra socialinis ir politinis *veiksmas*. Politiniu veiksmu J. Habermasas laiko laiškus politiniams kandidatams ir kt. Politinis veiksmas gali būti skirstomas į instrumentinį ir simbolinį dalyvavimą. Instrumentinis dalyvavimas turi tikslą tiesiogiai pakeisti vyriausybės veiklą (pvz., internetinės peticijos). Simbolinis dalyvavimas siekia išreikšti piliečių ir vyriausybės santyki (vieši renginiai, eisenos).

Apibendrintai J. Habermaso viešosios sferos modelį galima apibūdinti taip:

1. Tam, kad vyktų diskusija tarp viešosios sferos dalyvių reikia pasakojimo, kurį pateikia žiniasklaidos priemonės (spauda, televizija, radijas, o dabar ir internetas) arba patys dalyviai.
2. Pokalbis išsivysto iš pateiktos temos. Pokalbio vietą anksčiau atstojo salonai, kavinės ar kitos visuomenės susibūrimo vietos, dabar tokia vieta galima įvardinti ir virtualią erdvę – internetą.
3. Viešoji nuomonė gimsta iš dalyvių diskusijų, prieštaravimų ir argumentų. Vieša nuomonė iš pradžių apjungia daugybę individualių nuomonių, kol išsikristalizuoja viena bendra.
4. Viešoji nuomonė paskatina viešosios sferos dalyvių veiksmą.

Taigi pirmoji sąlyga pilietinės informacijos poreikiams patenkinti – viešoji sfera, kur dėl viešojo diskurso, socialinės, politinės ir kultūrinės sąveikos pilietis gali susivokti visuomeniniuose reikaluose bei susiformuoti konkretesnius pilietinės informacijos poreikius.

Nors J. Habermaso kritikai jo viešąją sferą apibūdina labiau kaip metaforą nei realybę, vis dėlto daugelis mokslininkų tiki, kad su tam tikromis išlygomis jo viešoji sfera gali egzistuoti ir dabar, atsiradus naujoms informacinėms technologijoms.

Apibendrinant skyrių galima teigti, jog J. Habermaso įvardintos viešosios sferos, kurias anksčiau atstojo miestų aikštės, kavinės, salonai, o vėliau – spauda, šiandien tikrai nebeegzistuoja, bent jau tokiu mastu, koku veikė XVIII amžiuje. Idealia viešąja sfera šiandien laikyti tradicines žiniasklaidos priemones taip pat nebėra prasmės, nes nuomonę paskelbti turi teisę tik tie, kurie turi pakankamai pinigų arba yra pakankamai įtakingi. Žiniasklaida pati filtruoja informaciją, atmeta ir priima tai, ką nori pati, todėl J. Habermaso viešoji sfera čia neturi savo terpės. Būtent todėl visų dėmesys ėmė krypti į internetą – visuomenėje atsirado vieta, kurioje su minimalia cenzūra gali patekti bet kurio piliečio komentarai, mintys ir kritika. Kyla tik klausimas, ar piliečiai naudojami jiems suteikta virtualios erdvės galimybe formuoti nuomonių grupes ir daryti įtaką valdžios sprendimams? Ar internetas yra naudojamas kaip habermasiškoji erdvė, kurioje gimsta racionalios diskusijos, išsirutuliojančios į konkrečius piliečių veiksmus? Ar internetas turi visas reikiamas viešosios erdvės sąlygas, kad galėtų tinkamai funkcionuoti? Į šiuos klausimus bus siekiama atsakyti kitame skyriuje.



## 2. INTERNETAS KAIP VIEŠOJI SFERA, JO SPECIFIKA IR KRITIKA

Pirmą kartą globalaus tinklo idėją atskleidė jaunas MIT (JAV Masačusetso technologijos instituto) mokslininkas D.S. Licklideris, kuris savo darbe teigė, kad kiekvienas žmogus, kokioje pasaulio šalyje begyventų, turi turėti galimybę pasiekti duomenis ir programas, esančias bet kuriame žemės rutulio taške [20]. Tuo pat metu kitas MIT mokslininkas Leonardas Kleinrockas apgynė daktaro disertaciją ryšių tinklų teorijos srityje. Aivenas Sazerlandas, taip pat iš MIT, sukūrė pirmą interaktyvią grafinę programą. Buvo pradėti tyrimai, nagrinėjantys duomenų perdavimo tinklais problemas.

Interneto atsiradimo pradžia laikomi 1969 metai, kuomet buvo išrasti kompiuterių tinklai ir sujungti į vieną. Pirminis interneto tikslas – suteikti galimybę kariniuose padaliniuose dirbantiems žmonėms keistis duomenimis greitai įgavo kitą prasmę – leisti plačiajai visuomenei burtis į bendraujančias grupes, keistis informacija, pasiekti bet ką ir bet kur [13]. Senosios tradicinės žiniasklaidos priemonės įgijo naują konkurentą – internetą, kuris žymiai greičiau praneša žinias ir sulaukia atsako iš jo vartotojų.

Staiga atsiradęs interneto ryšys, pirmiausia naudotas tarp studentų ir dėstytojų (būtent du studentai – Tomas Truscottas ir Jimas Ellis naudodami UNIX sistemą sukūrė naują bendravimo priemonę – naujienų grupes), greitai išplito po visą pasaulį ir sukėlė tikrą revoliuciją – galimybė reikšti mintis, diskutuoti ir keistis informacija tapo prieinama kiekvienam, turinčiam kompiuterį ir interneto ryšį. Taip įsigalėjo laisvės nekontroliavimo idėja, kuri reiškė, kad žodžio teisė yra duodama kiekvienam. Kaip savo darbe rašė H. M. McLuhanas, „mechanikos amžiuje mes išplėtėme savo kūnus erdvėje. <...>Naudodamiesi elektros technologijomis mes pratęsėme savo centrinę nervų sistemą, apjuosdami ją Žemės rutulį ir panaikindami savo planetoje erdvę ir laiką. Mes sparčiai artėjame prie paskutinės žmogaus tęsinių fazės – prie technologinės sąmonės simuliacijos, kai kūrybinis pažinimo procesas bus kolektyviai ir bendrai išplėstas bei apims visą žmonių visuomenę“ [26, psl. 23]. Atrodo, paskutinė McLuhano įsivaizduojama žmogaus tęsinių fazė jau atėjo. Internetas, įsibrovęs į tradicinės žiniasklaidos tarpą išbraukė erdvę, laiką ir kolektyviai apėmė visą žmonių visuomenę – ar ne apie tai ir kalbėjo McLuhanas?

Nepaisant to, kad internetas įnešė baimės tradicinėms žiniasklaidos priemonėms (internetu atsiradimas galėjo atimti TV, radijo ir spaudos „maitinamą“ auditoriją), nuspręsta ne kovoti, bet savaip pritaikyti prie naujų darbo sąlygų ir savo pačių terpeje pritaikyti interneto teikiamas privilegijas. Iš čia netrukus atsirado spaudos, televizijos, radijo internetiniai puslapiai, dar labiau įtvirtinę ir įrodę interneto svarbą tradicinių komunikacijos priemonių išlikimui.

Internetu plėtra vystėsi neįtikėtinai greitai. „Nua Surveys“ duomenimis, 1995 metais internetą naudojo 26 mln., 1996 m. – 55 mln., 1997 m. – 101 mln., 1998 m. – 150 mln., 1999 m. – 201 mln., o 2000 m. lapkritį pasaulio internetu vartotojų skaičius jau siekė 407,1 milijono. Per penkerius metus

interneto vartotojų skaičius pasaulyje išaugo beveik 16 kartų [20]. Ir nors buvo kalbama, kad internetas kaip komunikacijos priemonė sies tik turtingą visuomenės sluoksnį, kuo toliau, tuo labiau šis teiginys nebetenka prasmės – interneto ryšys nebėra prabangos reikalas, o jo vartotojų skaičius kasmet auga vis labiau. 2005 metais pasaulinį interneto ryšį turėjo 1,08 bilijono vartotojų, o 2010 metams prognozuojamas šuolis iki 1,8 bilijono [32].

Interneto vartotojai naudojami pasaulio informacijos lobynu - bibliotekų duomenų bazėmis, dalijasi mokslo pasiekimais, muziejų kolekcijomis, parodomis, muzikos kūriniais, aplanko daug šalių, vykdo bendrus projektus, susipažįsta ir bendrauja su tolimiausiuose pasaulio kraštuose gyvenančiais žmonėmis.

*Internetas taip išplito todėl, kad [6]:*

- apjungė pasaulį vieningu elektroniniu ryšiu - elektroniniu paštu (e-mail),
- suteikė galimybę naudotis nuolat atnaujinama informacija ir patiems ją publikuoti;
- aprūpino finansiniais ir komerciniais patarnavimais;
- leido tapti žiniasklaidos priemonės naudotoju ir kūrėju tuo pačiu metu.

Kaip teigia Herbertas Marshallas McLuhanas, „šiam elektrės amžiuje mes patys vis labiau virstame informacijos forma ir judame technologinio sąmonės išplėtimo link. Būtent tai reikiama, kad mes kasdien vis daugiau sužinome apie žmogų. <...> Technologija reikalauja visiško žmogaus paklusnumo ir mąstymo ramumo. <...> Skirtumas yra tas, kad ankstesnės technologijos buvo dalinės ir fragmentinės, o dabartinė – visuminė ir įtraukianti“ [26, psl. 73]. Internetas įtraukia visus, kurie tik gali jį turėti – milijonai temų, diskusijų išsisklaido po visą pasaulį ir suburia į savotiškas virtualias visuomenines bendruomenes, kuriose kompensuojamas neišsakytos nuomonės ar laiko trūkumas.

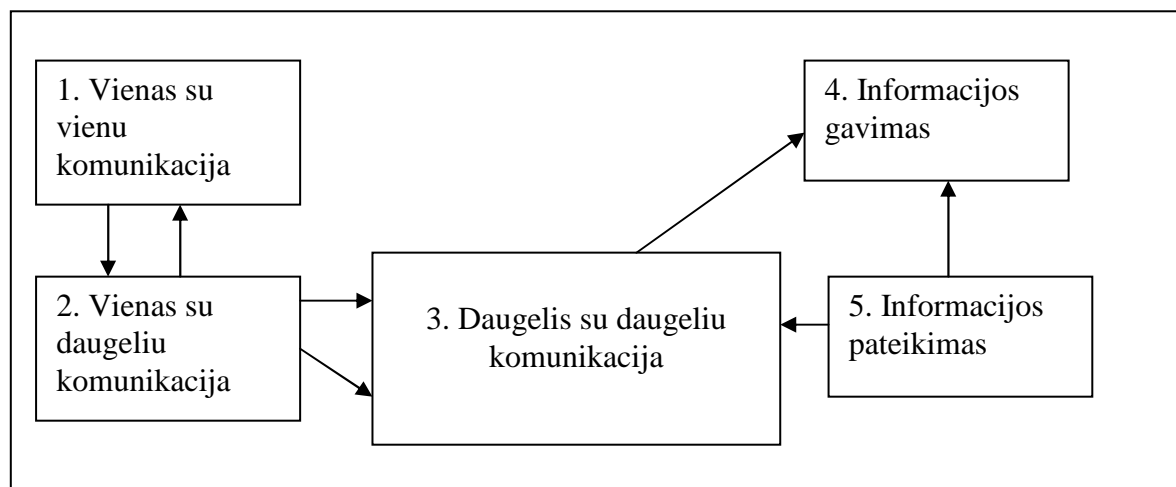
Atsiradus internetui, imta naudoti naujus terminus: kibernetinė erdvė, kibernetinė kultūra, kibernetinis gyvenimas, kibernetinė visuomenė ir t. t. Socialinė kibernetinė erdvė kuriama kompiuteriu tarpininkaujančios komunikacijos. Tie, kurie pajaučia grupės bendrumo jausmą, tampa bendruomenės dalimi ir tampa atsakingi už socialinę kibernetinę erdvę, kurioje tai vyksta. Komunikacija gali būti nukreipta tiek į konkrečius individus ar jų grupes, tiek ir į pasaulį kaip visumą. Internetas lengvina abipusę komunikaciją, kurioje vartotojas yra ir kalbėtojas, ir klausytojas.

Gebėjimas palaikyti dialogą yra vienas svarbiausių interneto bruožų, kuris nebūdingas kitoms tradicinėms žiniasklaidos priemonėms. Televizijai, radijui ir spaudai būdinga vienkryptė komunikacija – monologas, kuris paprastai nesuteikia galimybės savo nuomonę pareikšti tiems, į kuriuos kreipiamasi. Šiuo atžvilgiu internetas užtikrina galimybę kiekvienam pareikšti savo nuomonę ir nebūti tik klausytoju ar stebėtoju iš šalies. Žodžio laisvė yra būtina demokratijos užtikrinimo sąlyga, todėl internetas, lyginant su tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis, čia atlieka reikšmingesnę vaidmenį.

*3 schemoje pavaizduotos penkios svarbiausios interneto komunikacinės funkcijos [15].*

## 3 schema

## Interneto komunikacinės funkcijos



Kaip matyti iš 3 *schemas*, internetas komunikaciniu požiūriu atlieka labai daug funkcijų – neapsiriboja tik vienas su vienu komunikacija, bet palaiko ir vieno su daugeliu bei daugelio su daugeliu komunikaciją. Interneto atliekamos funkcijos labai svarbios norint į viešąją erdvę suburti kuo didesnę skaičių diskusijos dalyvių.

Interneto kuriamas rezultatas – decentralizuota, globali komunikacijos terpė, kibernetinė erdvė, kuri jungia žmones, korporacijas, institucijas ir vyriausybes. Internetas nėra fizinė ar materialinė erdvė, tai – gigantiškas tinklas, kurį sudaro mažesnės suskaičiuojamos kompiuterių grupės. Būtent todėl internetas vadinamas „tinklų tinklu“. Internetas yra atviras ta prasme, kad joks vieningas subjektas jo neadministruoja, nėra centralizuotos kontrolės. Iš tiesų vieno subjekto kontrolė internete jau ir nebeįmanoma. Internetas teikia milžiniškus kiekius informacijos ir tuo yra vertingas. „Jei anksčiau informacija platinta vieno siuntėjo ir daug gavėjų principu, tai internetas tą principą panaikina. Dabar galima skleisti bet kokią informaciją, nes cenzūros internete beveik nėra“ [17, psl. 6]. Internetas kuria tokį srautą informacijos, kuriame patikimumas sunkiai suvokiamas. Ėmė maišytis privatumo ir viešumo sąvokos – privatūs dalykai internete įpakuoti kaip pramogos, suteikiančios galimybę diskutuoti apie juos, kritikuoti. Virtualios bendruomenės jau pamiršo laikus, kai privatūs ir vieši interesai turėjo griežtą ribą. Šiandien internete nesidrovima kalbėti apie dalykus, kurie anksčiau būdavo griežtai nutylimi.

Internetas patrauklus teikiama galimybe formuoti grupes, kas neįmanoma kitose žiniasklaidos priemonėse. Vartotojai gali keliauti iš grupių į grupes – priklausyti vienai, kelioms ar net dešimtims virtualių bendruomenių, kuriose neidentifikuojant savęs galima išsakyti savo nuomonę ir pasikeisti informacija. XXI amžių galima vadinti postrašytiniu – bendravimas internete tekstu (el. laiškais, diskusijų formuose) užgožė gyvą bendravimą ir tekstinei formai suteikė didesnę galią nei iki šiol.

Atsiradus internetui, tradicinė žiniasklaida ima netekti tarpininko tarp valdžios ir visuomenės funkcijų. „Mes vis labiau įpuolame į virtualią interneto realybę, kur visi lygūs ir vienodai pajėgūs veikti vienas kitą“ [4, psl. 11].

Šiuolaikinio demokratinio gyvenimo įvaizdis yra toks, kuriame atstumas tarp priimančiųjų sprendimus ir paprastų piliečių tampa vis didesnis. Politiniai sprendimai priimami uždaruose forumuose, kur trūksta atvirumo, todėl piliečių domėjimasis politika palaipsniui ima mažėti. Piliečių dalyvavimo viešuose reikaluose trūkumas paaiškinamas gyvenimo skuba, t.y., žmonės nebeturi laiko dalyvauti politikoje. Skaidrumo trūkumas veda į vis didesnę sudėtingumą. Komunikaciniai ryšiai tarp sprendimų priėmėjų ir piliečių vis silpnėja. Dėl šių priežasčių iškyla klausimas, ar XXI a. visuomenė turi viešąją erdvę, kuri apjungtų žmones ir skatintų domėjimąsi viešaisiais reikalais.

Skaitmeninių technologijų amžiuje vis daugiau kalbama apie tai, kad virtualus pasaulis, į kurį žengia žmonija, keičia demokratijos sąvoką. Kol išlieka „tradicinė“ demokratija ir jos paveikta virtualios erdvės atmaina, pastarąją priimta vadinti kiberdemokratija. Anot Harvardo Universiteto profesorės Pippas Norris, kiberdemokratija yra virtuali politinė sistema, kuri „gali būti suprantama kaip ne skaitmeninio pasaulio atspindys, kuriame pilietinė visuomenė, įskaitant politines partijas, interesų grupes, naujus socialinius judėjimus bei žiniasklaidą, tarpininkauja tarp piliečių ir vyriausybės“ [33].

Anot Anthony Wilhelmo, kuris vadinamas visuomenės dalyvavimo virtualioje pilietinėje erdvėje pionieriumi, interneto erdvė turi tokias esmines savybes:

- *Išankstiniai resursai* - individo sugebėjimai siekti tikslo pilietiniame gyvenime. Būtent nuo jų priklauso, ar individas patekęs į virtualią erdvę dalyvaus joje kaip pilietis.
- *Įtraukimas* - individo galimybė naudotis interneto technologijomis.
- *Debatai, diskusijos ir įtikinimai*. Jų galiojimo virtualioje erdvėje principas yra tas, kad nėra viešosios idėjos ar nuomonės be konkrečių asmeninių nuomonių ir įsitikinimų apraiškos. Richardas Rorty tokią politinio interneto savybę apibūdino taip: „Ši nauja kultūra bus geresnė, nes ji turės daugiau įvairumo vienybėje – tai bus audinys, kuris turės daugiau verpalų, išaustų kartu“ [33].

Remiantis pagrindiniais J. Habermaso viešosios erdvės kriterijais, tam, kad viešoji sfera būtų laikoma veikiančia ir egzistuojančia, ji turi apimti didžiausią piliečių skaičių, diskusijos turi vykti kiek įmanoma racionaliau, o labiausiai vyraujančios diskusijų idėjos turėtų realiai veikti valdžią. Atsižvelgiant į aukščiau pateiktas interneto erdvės esmines savybes, galima jas palyginti su J. Habermaso viešosios erdvės požymiais ir atsakyti į klausimą, ar internetas dėl savo specifinių savybių gali patenkinti viešosios erdvės sąlygas. Pirmąją J. Habermaso sąlygą *į viešąją erdvę įtraukti kuo daugiau piliečių* atitinka A. Wilhelmo įtraukimo savybė. Norint, kad internetas į diskusijas įtrauktų kuo daugiau visuomenės piliečių, būtina turėti technines galimybes (kompiuterį, interneto ryšį). Būtent dėl to dauguma interneto kaip viešosios erdvės kritikų teigia, kad dėl riboto techninių galimybių

turėjimo didelė dalis piliečių lieka už viešosios erdvės ribų ir dėl informacinių technologijų neišmanymo, neturėjimo praranda galimybes dalyvauti viešojoje diskusijoje. Maksimalaus viešumo kriterijus bus nagrinėjamas kitame skyriuje, siekiant patikrinti interneto tinklapio „Delfi“ populiarumą. Interneto naudojimo platumą parodo ne tik galimybė turėti interneto ryšį. Žmogaus išitraukimą į virtualią erdvę sąlygoja ir išsilavinimas, o kaip teigia A. Wilhelmas, tarp šių veiksnių taip pat yra ir rasė, tautybė, lytis, tačiau kiti mokslininkai tai griežtai neigia sakydami priešingai: „internete tokie požymiai kaip asmens statusas, jo padėtis visuomenėje, rasė, tautybė ir lytis praranda savo reikšmę perskirstant pilietinę valdžią, o didelį vaidmenį įgauna argumentavimas“ [33].

„Piliečio apsisprendimą dėl dalyvavimo koreguoja, o dažnai ir lemia jo užimtumas arba gyvenimo būdas. Galima teigti, kad didžioji dauguma dabartinių Lietuvos politikos mokslų bakalaurų, turinčių ribotą priėjimą prie interneto, yra kiberdemokratijos dalyviai, nes tai sąlygoja jų gyvenimo būdas, bet tuo pačiu metu daugelis Lietuvos politikų, turinčių gerą išsilavinimą ir galimybę naudotis internetu, vargu ar dalyvauja kiberdemokratijoje. Šis kriterijus yra individualus kiekvienam žmogui ir priklauso nuo daugelio aplinkybių“ [32]. Kad ir ką rodytų statistika, J. Habermaso apibrėžta sąlyga viešosios erdvės arenoje dalyvauti kuo didesniai piliečių skaičiui, interneto atveju yra patenkinama. J. Habermaso ideologizuotos Anglijos miestų aikštės, kavinės ir salonai savo masiškumu internetui prilygti negali.

Viešojoje erdvėje vykstančių diskusijų racionalumą nusako J. Habermaso idealios kalbos situacija, kurios požymiai buvo aptarti ankstesniame skyriuje. Idealios kalbos situacijos esmė – kiekvienam piliečiui, dalyvaujančiam viešojoje erdvėje vykstančioje diskusijoje, užtikrinti jam laisvę ir nevaržomą galimybę bet kuriuo metu pradėti diskusiją, klausti, atsakyti, prieštarauti, kritikuoti, reikšti savo nuostatas ir įsitikinimus. Racionalių diskusijų sąlygą patikrinti be atskiros analizės būtų sudėtinga, nes internetas apjungia milijonines pasaulio piliečių grupes, kurios skaidosi į tūkstančius kitų. Jų diskusijų racionalumą galima įvertinti tik analizuojant pačias diskusijas, kas bus atliekama ir aptariama kitame šio darbo skyriuje. Remiantis tik idealios kalbos situacijos požymiais, galima daryti prielaidą, kad internetas yra ideali vieta J. Habermaso kalbos situacijos egzistavimui, nes leidžia piliečiams be jokių apribojimų dalyvauti diskusijose ir pareikšti savo nuomones. Laisvi ir lygūs individai patys nusistato tarpusavio santykius viešojoje interneto erdvėje vykstančios komunikacijos rėmuose. Pagrindinės pilietinės visuomenės nuostatos ir gimsta viešojoje sferoje. „Viešoji sfera nėra fikcija ar šiaip diskutuojanti visuomenė. Tai yra tam tikra, nebūtinai fizinė vieta, kur diskusijos turi pasekmes“ [32]. Piliečiams pradėjus burtis į interneto viešąją erdvę – ieškoti informacijos, ja dalintis, diskutuoti ir prieštarauti, atsirado terminas „virtualios bendruomenės“, kurios kaip ir realiame gyvenime sujungia tam tikrų aktualių temų interesantus. Virtualių bendruomenių apibrėžimai gana įvairūs ir netgi prieštaringi, parodantys, kad vieningos nuomonės dėl jų panašumo ar nepanašumo į realias bendruomenes neprieita. Virtuali bendruomenė [2]:

1. Tai komunikacinės erdvės dalijimasis su nematomais kitais. Tai minia, susirenkanti pomodernios kultūros tekstinėje virtualioje realybėje. Jie kuria interneto kultūrą.

2. Tai bendruomenės iliuzija, kai nėra tikrų žmonių ir tikros komunikacijos. Tai terminas, naudojamas idealistų technofilų, kurie niekaip nesuvokia, kad tikrovė negali būti perduodama per technologijas.

3. Tai žydintis sodas, esantis technologijų raizgalynėje; čia klesti demokratinės vertybės ir „artimo“ bendravimo jausmas.

Iš šių apibrėžimų matyti, kad egzistuoja du skirtingi požiūriai į virtualias bendruomenes – vieni pabrėžia teigiamus virtualių bendruomenių bruožus, kiti – neigiamus. Tai parodo vieningos nuomonės nebuvimą. Norint atskleisti interneto specifiką, kitame paragrafe bus pateikiami svarbiausi interneto požymiai, išskiriantys jį iš kitų žiniasklaidos priemonių. Šie požymiai parodys, ar interneto savybės patenkina viešosios sferos egzistavimo sąlygas, ar atvirksčiai – trukdo jai funkcionuoti.

## 2.1. Interneto specifiniai bruožai

Tęsiant A. Wilhelmo paminėtas interneto savybes, specifinių interneto bruožų galima išskirti ir daugiau. Svarbiausiais bruožais galima laikyti ypač **greitą žinių perteikimą, milžiniško informacijos kiekio prieinamumą, personalizaciją, anonimiškumą** [16].

### *Greito žinių perteikimo pavyzdžiai ir problematika*

Galimybė greitai perduoti žinias be interneto dar būdinga radijui, tačiau internete milžinišku greičiu apdorojama nepalyginamai daugiau duomenų, nei tai gali padaryti radijas. Šio interneto specifinio bruožo aptarimas svarbus dėl to, kad sukuria vertę interneto vartotojams norint greitai gauti ir pateikti informaciją, bet tuo pačiu metu panaikina kritiškos žiniasklaidos vaidmenį.

1992 m. Persų įlankos karas yra vienas iš ryškiausių JAV greitų, neredaguotų žinių pavyzdys. Žiūrėdami CNN žinias, piliečiai galėjo patirti karą jame nedalyvaudami, o tik stebėdami jį interneto svetainėje. CNN palydovai teikė tiesiogines žinias apie įvykius. Žurnalistai spėdavo tiesiog konstatuoti faktus, bet nebegalėjo spėti kritiškai įvertinti ir apibendrinti to, kas transliuojama. Iš kilo grėsmė kritiškai žiniasklaidai ir jos kokybei. Iš pirmo žvilgsnio neredaguota žiniasklaida gali pasirodyti pati idealiausia. Vienintelė bėda – ji pašalina redaktorių, kurio tikslas turėtų būti rasti prasmę informacijos sraute ir apibendrintai pateikti visuomenei [16].

Neredaguotos žiniasklaidos pavyzdžiu galėtų būti ir JAV prezidento Bilo Klintono sekso skandalas, kuomet dėl galimybės greitai perduoti žinias, keletas gerbiamų JAV dienraščių savo svetainėse pateikė nepatikrintus faktus apie Bilo Klintono elgesį. Vėliau šie faktai buvo gėdingai paneigti. Tai, kad galima tiesiogiai transliuoti įvykius, leidžia individams dalyvauti istorijoje jai dar vykstant ir suteikiant prasmę įvykiams. Tačiau neigiama pusė ta, kad kyla grėsmė kritiškai žiniasklaidai [16].

### *Milžiniško informacijos kiekio prieinamumas*

Antrasis specifinis interneto bruožas – milžiniško informacijos kiekio prieinamumas. Šį bruožą svarbu aptarti dėl jo sukuriamos vertės interneto vartotojams. Milžiniško informacijos kiekio prieinamumas padeda didinti informuotų piliečių skaičių. Skaitytojai gali atlikti norimo teksto paieškas, kada nors pasirodžiusiuose tekstuose internete. Taip pat internete pateikiamos nuorodos, kurios veda į išsamesnį rūpimos temos nagrinėjimą. Politikos žinios siūlo potencialiems balsuotojams pasinaudoti plačia politine informacija, įskaitant partijų nuostatas, pozicijas, balsavimo statistiką bei siūlomus įstatymus. „Visos svetainės veikia principu: kuo daugiau informacijos, tuo geriau“ [14]. Politinių svetainių tikslas – leisti balsuotojams pasinaudoti kiekvienu trupinėliu informacijos, tikintis sukurti labiau informuotus piliečius. Žmogui lieka tik naršyti po internetą, ir štai – jūs jau esate informuotas pilietis. Vis dėlto dar neįrodyta, kad didesnis informacijos prieinamumas piliečius padarė labiau informuotais. „S. Entmanas teigia, kad yra grėsmė susidaryti „narkotizuojančiai disfunkcijai“ – kuomet žmonės yra apkvailinami ir priverčiami tikėti, kad jei jie yra informuoti, jie jau politiškai dalyvaujantys. Ši tendencija eina vis mažesnės prasmės ir supratimo link, kuri buvo pavadinta „informaciniu apsirijimu“ (W. Postmanas), „duomenų snobais“ (M. Shenkas), „informacinėmis šiukšlėmis“ (K. Schilleris). Perpildyti informacijos kiekiai turi abejotiną vertę“ [16].

### *Personalizacija*

Kitas interneto specifikos aspektas – personalizacija. Jis tapo esminiu interneto svetainių bruožu. Personalizacijos aspektas svarbus tuo, kad jokia kita žiniasklaidos priemonė negali jo įgyvendinti ar nukopijuoti dėl technologinių galimybių.

Interneto vartotojui tereikia užpildyti formą, kokias žinias nori skaityti, kokie produktai jį domina. Užpildžius formą sukuriama individualių pasirinkimų byla, kuri užtikrina, kad kitą kartą apsilankęs šiame puslapyje žmogus turės savo žinių puslapį, sukurtą individualiai jam. Toks personalizuotas žinių tipas buvo pavadintas „kasdieniu aš“, kuris kalba apie savo privalumus. „Įsivaizduokite, kad kažkas surenka didelius kiekius informacijos, sudaro personalizuotą santrauką ir pateikia visa tai jums viename „numeryje“ [16]. Tačiau ne viskas yra taip nuostabu, kaip atrodo. Jei kažkada laikraštis tarnavo integruoti tautai, tai dabar tarnaujama tik suburiant vartotojų bendruomenes. Tokioje fragmentuotoje žiniasklaidos erdvėje individai tampa izoliuoti nuo aplinkinio pasaulio. Žmogus jau nebevaro laikraščio ir nebesutinka atsitiktinio įdomaus pasakojimo, o „kasdieniai aš“ konstruoja paties žmogaus informacinį kalėjimą. Jei anksčiau spauda turėjo monopolį pati viena perteikti žinias didelei auditorijai, tai šiandien tą galimybę pasiekti norimą auditoriją turi kiekvienas prisijungęs prie interneto. Internete kiekvienas tampa leidėju. Spauda tarnauja ne kaip informacijos šaltinis, bet kaip vadovas.

### *Anonimiškumas*

Dar vienas iš svarbiausių interneto specifinių bruožų – anonimiškumas - leidžia interneto vartotojams išlikti nežinomais. Nagrinėti šį aspektą itin svarbu, nes anonimiškumas vienu vertinamas kaip piliečių komunikacijos palengvinimas, kitų – kaip racionalaus pokalbio sužlugdymo sąlyga.

Kaip pastebi J. Katzas, „anoniminė interneto komunikacija skatina žodinę prievartą. Daug lengviau kažką užsipulti, kai nėra akis į akį kontakto. Tulžingas interneto komunikacijos pobūdis prieštarauja lygybei, kadangi įbaugina žmones ir veda į „tylos spirale“. Tokiu būdu internetas nesuteikia dalyvavimo lygybės, kuri būdinga viešajai sferai“ [16]. Iracionalūs, agresyvūs pokalbiai privertė uždaryti kai kurias interneto svetaines dėl nešvankių užuominų, rasinių, seksualinių grasinimų. J. Habermaso apibūdintas racionalias diskusijas internete dažnai keičia žodinė prievarta. Kita vertus, galėdamas pasirinkti bet kokią vaidmenį ar kaukę, interneto vartotojas kur kas atviriau reiškia savo nuomonę, gali pasakyti, ką iš tiesų galvoja.

Nuo pat savo atsiradimo pradžios internetas laikomas komunikacijos terpe. Interneto pokalbių terpę galima suskirstyti į nesinchronišką (pvz., elektroninį paštą – uždelstą tekstinį pokalbį) ir sinchronišką (internetu pokalbiai („chat“) – tiesioginė tęstinė komunikacija).

Internetas gali būti suvokiamas kaip nesibaigiantis pasaulinis pokalbis (1996 m.). Tyrimai rodo, kad interneto vartotojai yra labiau išsilavinę nei likusi visuomenės dalis. N. Fisheris interneto vartotojus laiko aktyvesniais nei kitus, nes atlikus tyrimus paaiškėjo, kad interneto vartotojai linkę labiau balsuoti nei nesinaudojantys internetu. Kita vertus, labiau išsilavinę ir didesnes pajamas gaunantys piliečiai greičiau įsigyja naujausias technologijas ir pradeda jomis naudotis. Jei viešojoje sferoje vykstančių diskusijų rezultatas – veiksmas, tai internetas gali ne tik iššaukti tą veiksmą, bet neretai ir padeda jį atlikti. Tokiu pavyzdžiu galėtų būti internetinės peticijos. Internetinės peticijos, kuomet jos elektroniniu paštu siunčiamos pasirašyti interneto vartotojams, pakankamai veiksmingos, nes greitai ir pigiai pasiekia daug žmonių. Interneto tinklo įtaka politiniam dalyvavimui nereikalauja iš organizatorių daug pastangų.

Tai, ką visuomenei suteikia interneto viešoji erdvė, nei viena reali viešoji erdvė, nei kitų žiniasklaidos priemonių kurtos erdvės atkartoti nesugeba. Pirmieji du paminėti interneto bruožai (greitas žinių perteikimas ir milžiniško informacijos kiekio prieinamumas) drąsiai pasitarnauja J. Habermaso keliamioms viešosios erdvės sąlygoms. Tai, kad bet kuris pilietis bet kuriuo metu gali gauti bet kokią jį dominančią informaciją, suteikia jam laisvę sužinoti ir dalyvauti tame, kas vieša ir liečia kiekvieną pilietį. Kita vertus, likusieji interneto bruožai: personalizacija, anonimiškumas ir interaktyvumas kai kuriais atvejais atitolina J. Habermaso viešosios erdvės pritaikymą. Kitame paragrafe bus pateikiamas J. Habermaso viešosios erdvės kritikų ir šalininkų požiūris į interneto galimybes būti viešąja erdve.



## 2.2. J. Habermaso viešosios erdvės kritikų ir šalininkų požiūris

Norint objektyviai pasverti interneto kaip viešosios erdvės egzistavimo galimybę, šiame paragrafe bus pateikti J. Habermaso kritikų ir šalininkų požiūriai bei vertinimai. Pabrėžtina, kad kai kurių interneto požymių kritikavimas dar nerodo, kad internetas negali būti viešąja erdve. Kritikų požiūris reikalingas siekiant visapusiškai išanalizuoti interneto specifiką ir pateikti jam būdingų bruožų vertinimą.

Interneto kaip viešosios erdvės kritikai regi negatyvius interaktyvumo ir anonimiškumo iššaukiamus rezultatus – jų manymu, individai, pakliuvę į virtualią erdvę iš tiesų yra valdomi stipresnių jėgų, tokių kaip viešieji ryšiai, reklama ir politinė retorika. Taip pat į virtualų bendravimą įsitraukę individai ir toliau didina visuomenės susvetimėjimą – jiems paprasčiausiai nelieka laiko žmogiškam, betarpiškam bendravimui, kuris kuria kur kas kokybiškesnę komunikaciją nei virtualus bendravimas.

Kaip pastebi A. Balčytienė, „betarpiškoje ar telefoninėje interakcijoje yra begalė užuominų, išreiškiančių mūsų tapatybę ir ketinimus. Mūsų rūbai, balso tembras, kūnas ir gestai perduoda pranešimus apie statusą, lytį ir jėgą. Mūsų gebėjimas identifikuoti leidžia mums pasitikėti arba ne žmonėmis ir atspėti jų ketinimus“ [2]. Tuo tarpu virtualioje erdvėje tokių užuominų rasti beveik neįmanoma, esi identifikuojamas tik pagal tekstinį bendravimą. Betarpiško bendravimo signalai pakeičiami sutartiniais signalais, išreiškiančiais jausmus, nusiteikimus bei ketinimus. Individui panorėjus, nustatyti jo tapatybę gali būti neįmanoma. „Virtualios bendruomenės ir skiriasi nuo realių tuo, kad jose galima apsimesti tuo, kuo nesi arba tuo, kuo norėtum būti. Čia išnyksta bet koks tapatybės pastovumas. Ji gali kisti priklausomai nuo situacijos, individo poreikių ir nuotaikos“ [2]. J. Habermaso viešoji sfera paremta sąmoningų ir politiškai aktyvių piliečių komunikacija, kuri vyksta betarpiškai, todėl vargiai pateisina tapatybės nebuvimo aspektą internete. Kita vertus, interneto galimybės naudotis informacija bei lygus dalyvavimo kultūriniame diskurse principai žymiai pranoksta tuos mastus, kuriuos turėjo galvoje J. Habermasas.

Vienas iš pagrindinių J. Habermaso kritikų Markas Posteris (1995 m.) teigia, kad internetas neturi galimybių tapti viešąja erdve. Jo manymu, „internetas, vargu, ar gali būti suvoktas kaip forumas racionalioms diskusijoms, todėl racionalių sprendimų priėmimo principas yra neįmanomas. Antra, diskusijos akis į akį identitetas išsiskleidęs fiziniame kūne, tuo tarpu, kaip teigia vienas reklaminis šūkis, interneto tinkle niekas nežino, kad tu esi šuo. Tu gali pasirinkti bet kokį identitetą ir jį kasdien ar net kas valandą keisti“ [29]. Toks nestabilumas, M. Posterio požiūriu, neatitinka jokios stabilios politinės bendruomenės ir visiškai neveda prie konsensuso. Internete esantis nesutarimas veda prie nuomonių gausybės, nes nėra sąlygų paskatinti kompromisą. Tai prieštarauja J. Habermaso dekartiškajam subjektui – racionaliam, stabiliam ir autonomiškam. Šia kritika M. Posteris nesiekia

pareikšti, kad interneto tinklas neskatina kurti dalyvaujančią demokratiją. Jis tiesiog nori pasakyti, kad istorinės J. Habermaso viešosios sferos modelis čia realiai nepritaikomas. „J. Habermaso viešoji sfera smarkiai ideologizuota, nes neapima to masto, kuriuo charakterizuojama interneto viešoji erdvė“ [29].

A. Lyotardas, kaip ir M. Posteris, yra linkęs kritikuoti J. Habermaso viešosios sferos teoriją teigdamas, kad J. Habermaso viešosios sferos sąlyga vienodomis teisėmis pokalbyje dalyvauti visiems iš tiesų nėra patenkinama. Anot jo, „mažesni, labiau vietiniai pokalbiai ar pasakojimai galutiniame taške taip ir lieka tyliomis nuomonėmis, nes mažumos nuomonių niekas nepaiso“ [25].

Svarbiausias bruožas, kuris kelia daugiausia diskusijų ir prieštaravimų ieškant atsakymo, ar internetas - viešoji erdvė, yra diskusijų racionalumas. Internetas, kasdien sujungiantis milijonus vartotojų ir išskaidantis juos į virtualias bendruomenes, mezga daugybę diskusijų – atsakymai, prieštaravimai ir klausimai sugula į virtualią erdvę keldami pagrindinį klausimą – ar tai nėra tik padrikų, individualių nuomonių kratinys, niekaip nevedantis prie racionalių išvadų ir dėl savo išsklaidymo nedarantis įtakos valdžios sprendimams? Lauras Bielinis autonomiškumą ir anonimiškumą vertina ir kaip teigiamą, ir kaip neigiamą interneto bruožą, kuris ir pasitarnauja, ir kenkia viešajai erdvei. Jo manymu, „autonomiškumas ir anonimiškumas savaip skatina ir ugdo demokratinis individus, tačiau kartu pasireiškia ir vis didėjančios žmogaus silpnybės. Mūsų komunikavimas dažnai virsta į kalbėjimą be atsako, į samprotavimą be prasmės ir teiginius be argumentų. Realybė praranda rimties būvį bei pažinimo aktualumą – ji tampa nuolat kintančia iliuzija, judančia iš patirto – į nepatirtą, iš suprasto – į nesuprastą, iš įvertinto – į planuojamą“ [4, psl. 105-106]. Specifinių interneto bruožų kuriama demokratija Lauro Bielinio knygoje „Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė“ randa ir optimistinį, ir pesimistinį viešosios erdvės egzistavimo modelį ir nei vienam iš jų nesiryžtama teikti dominuojančio vaidmens. [4, psl. 111]:

1. *Optimistinis „Agoros scenarijus“*. Internetas suteikia galimybę sparčiau plėtoti tiesioginę, atvirą, dalyvaujamąją demokratiją. Apibendrintai „Agora“ charakterizuojama kaip teisė visiems lygiai kalbėti, priimti sprendimus ir vykdyti įstatymus. Taip buvo mažoje Atėnų demokratijos valstybėje, kur piliečių skaičius buvo nedidelis. XXI amžiuje, atsiradus elektronei komunikacijai, padidėja galimybė vėl priartėti prie principinio „Agoros“ lygmens – tiesioginio dalyvavimo demokratijoje.

2. *Pesimistinis „Orvelo scenarijus“*. Yra daugybė pesimistinių elektroninės demokratijos prognozių, kurias apibendrintai galima suvesti į vadinamąjį „Orvelo scenarijų“. Čia atrandama nemažai niuansų, kurie priverčia suabejoti elektroninės vyriausybės šansais. Tai – socialinio lygmens problemos:

- komunikacijos skaidrumas užgožiamas visuotinos kontrolės;
- internetinė žiniasklaida lengvai tampa manipuliaciniu įrankiu;
- prarajos atsiradimas tarp infoturtingųjų ir infovargšų ir kt.

Interneto atsiradimas ir mėginimas jį įvardyti kaip niekada iki šiol tokiu būdu neegzistavusią viešąją erdvę, sulaukia daug kritikos ir tiek pat palaikymo. Kaip minėta darbo pradžioje, būtent interneto specifiškumas ir kelia problemą – kaip paaiškinti interneto kuriamų bendruomenių ir jų vystomų diskusijų vaidmenį? Prieš tai išsakyta kritika gali būti tiek pat argumentuota ir teisinga, kiek teisinga kitų – interneto „optimistų“ nuomonė ir argumentai, kad internetas net ir turėdamas anksčiau įvardintų trūkumų, tais trūkumais neužkerta sau kelio tapti viešąja erdve politiškai aktyviai visuomenei.

Al Gore'as išvelgia interneto aspektus, kurie teikia viltį viešajai sferai:

1. Interneto diskusijos gali pasitarnauti kaip įvairių grupių diskurso vieta.
2. Laikantis interneto etiketo, diskusijos galėtų priartėti prie idealo, t.y., demokratinio pokalbio idealo, kurio reikia demokratiniam valdymui.
3. Internetinės peticijos ir simboliniai interneto protestai išplečia politinio dalyvavimo sferą piliečiams“ [16].

Šie aspektai atskleidžia neginčijamus interneto pranašumus. Nei viena kita viešoji erdvė, anksčiau įvardinta J. Habermaso, neturi galimybės veikti kaip skirtingas grupes masiškai vienijanti erdvė, kaip tą puikiai atstoja internetas. Be to, interneto greitis padeda sparčiau pasiekti rezultatų, bandant rasti bendrą nuomonę, kuri turėtų didelį mastą. Įvedus papildomą sąlygą – interneto etiką būtų galima drąsiai pagrįsti ir racionalumo kriterijū, kuris kol kas kelia daugiausiai prieštaravimų.

Al Gore'as žada, kad tinklas ir virtualios bendruomenės sukurs naujas galimybes politiniam dalyvavimui, įdarbinimui, socialiniams kontaktams ir laisvalaikiui. Teigiama, kad šios bendruomenės sutvirtins socialinius ryšius ir praplės bendravimo galimybes.

Internetui būdingas virtualumas kritikams kelia rimtų abejonių: ar viešoji erdvė, perkelta į kibernetinę erdvę yra pajėgi atlikti realiame gyvenime egzistuojančių viešųjų erdvių funkcijas? Dėl savo virtualumo interneto viešąją erdvę kai kurie teoretikai įvardina kaip realybės simuliaciją, kur tai, kas ten vyksta, iš tiesų tėra tik bandymas nukopijuoti realų gyvenimą.

Pokalbių kanalai yra bene populiariausi internete. Žmonės daug laiko praleidžia bendraudami su kitais žmonėmis, kurių nepažįsta ir niekuomet nesutiks. Kodėl? Ką tai galėtų reikšti? Ar tai mūsų susvetimėjusios visuomenės (gal jau net ne visuomenės, o tiesiog vienišų individų samplaikos) naujai sukurtas poreikis? Gal mūsų visuomenės nariams trūksta bendravimo ir jie tenkinasi surogatu, lindėdami virtualiose erdvėse? [30, psl. 11]. Kaip teigia V. Savukynas, išmokę savo vaidmenis viešojoje erdvėje, sunkiai galime jų nusikratyti privačioje erdvėje. Būtent todėl internetas suteikia galimybę turėti erdvę, kurioje galima bendrauti ir būti anonimu. Šiuolaikinės komunikacijos priemonės, kurdamos anoniminės bendruomenės, ima laužyti viešąją erdvę. Virtualioje viešojoje erdvėje nepaisoma tradicijų, kurios išgalėjusios realioje erdvėje. V. Savukynas sako, kad „atsiradęs anonimiškas intymumas virtualiose erdvėse yra tik simuliakras (jei pasiskolinsime Jeano Baudrillard'o terminologiją). Kompiuterinė technika simuliuoja karus, gaudynes, lenktynes, seksą. Pokalbių kanalai

internete leidžia simuliuoti bendravimą, jie simuliuoja draugus“ [30, psl. 11]. Perkeliant realią viešąją erdvę į virtualią, imama suvokti, kad internetas padeda išsivaduoti iš viešosios erdvės diktato, tačiau mainais apsupa mus naujais simuliakrais. Sakiniai ir žodžiai, kuriais bendraujama interneto viešojoje erdvėje, palieka darbo fantazijai, kuri taip pat padeda kurti simuliakrus. Galiausiai „kompiuterinė technika žengia numatyta linkme: imituoja pasaulį, kuria visus įmanomus simuliakrus“ [30, psl. 12]. Simuliakru tampa ne tik virtuali viešoji erdvė, bet ir joje veikiantis „aš“. Individas papuolęs į virtualią erdvę (pavyzdžiui, registracija bet kuriame tinklapyje) iškart yra archyvuojamas kaip duomenys – vardas, pavardė, adresas ir t.t. Individas transformuojamas į duomenis ir tampa keletu bitų milžiniškoje duomenų jūroje. Internetinis aš gali būti bet koks: bet kokios lyties, amžiaus, ūgio, svorio ar netgi rūšies. Visi individo troškimai ir norai apsigyvena duomenyse, o pastarieji tūno internete.

„Taigi archyvavimo judesys yra negatyvus judesys, nes archyvas, individą prisimenantis kaip duomenis, neigia kūną, istoriją ir pačią atmintį. Internetinį aš puikiausiai nusako Baudrillard'o simuliakro sąvoka. Archyvai yra simuliakrų duomenų bazės. Individai virtualioje erdvėje transformuojami į failus, kur jie gali žinoti bet ką, daryti bet ką ir būti bet kuo. Internetinis „aš“ yra tik duomenys, tikrojo „aš“ simuliakras“. Internautai neįgdami kūno realybę, teigia bekūniškumą virtualybėje ir taip transcenduoja į ją. Virtualybėje kūnas įgauna duomenų pavidalą, jis prisikelia lyg per paskutinį teismą ir praranda sąsają su istorija; virtualus aš tampa nepažeidžiamas ir nesunaikinamas. Nesunaikinamas simuliakras gali eiti bet kur ir daryti bet ką visoje virtualios duomenų bazės būtyje“ [2].

„Virtualiam aš neegzistuoja istorinis laikas ir atmintis, jam lieka tik simuliuotos būties amžinasis dabar. Virtualybės patirtis primena viduramžių mistines patirtis. Atmintis yra užtemdoma duomenų begalybėje ir kūniškumas įgyja duomenų, mirusios informacijos ar simuliakro būtį“ [2].

„Komunikacijos ir informacijos žinija vis dažniau reiškiasi virtualia forma. Populiariai tariant, virtualus nurodo į tai, kas turėtų būti (bet nėra) tikra, autentiška ir realu. Akivaizdžiausiai virtualumas reiškiasi internete, į kurį taip pat persikelia ir nemaža kultūros gyvenimo dalis“ [22].

Praktinė hiperrealybės generavimo tarpininkė, anot Baudrillard'o, yra elektroninė žiniasklaida (media). Tradicinės priežastingumo, perspektyvos ir samprotavimo sampratos galutinai paminamos elektroninių informacijos priemonių, kurios išdildo skirtumą tarp priežasties ir pasekmės, tikslų ir priemonių, subjekto ir objekto, aktyvumo ir pasyvumo. Baudrillard'as pastebi, kad „mes turėtume galvoti apie žiniasklaidą taip, lyg ji būtų išorinėje orbitoje, tam tikras genetinis kodas, kontroliuojantis realumo virsmą į hiperrealumą, taip kaip ir kitas, mikromolekuliarinis kodas kontroliuoja signalo perėjimą iš reprezentatyvinės prasmės sferos į genetinę užprogramuoto signalo sferą.“ [23].

Žiniasklaidai (media) generuojant naujas hipererdves be „vietos suvokimo“, simuliacija peržengia laiko ir erdvės, siuntėjo ir gavėjo, terpės ir žinios, išraiškos ir turinio perskyras. „Tokiose žiniasklaidos vietovėse (mediascapes) išnyksta skirtumai, nes „niekas nebeskiria vieno poliaus nuo kito, pradžios

nuo pabaigos: tėra tam tikros tarpusavio priešybės, fantastiškas priartinimas, dviejų tradicinių polių įgriūvimas vieno į kitą. Visur - politinėje, biologinėje, psichologinėje ar žiniasklaidos sferoje, kur tik nebeišsaugomas polių atskyrimas, įžengiama į simuliaciją, o tuo pačiu ir į absoliučią manipuliaciją - ne pasyvumą, bet aktyvumo ir pasyvumo ne-atkirtumą (nondistinction)“ [23].

S. Thompsonas teigia, jog žiniasklaidos vystymasis praturtino ir pabrėžė reflektvų savęs organizavimą, tačiau daugėjant perduodamų simbolių, atsiveria naujos galimybės, dažniausiai neigiamos, asmenybės savikūrai. Jis šias galimybes suskirstė į keturias grupes [22]:

1) *Ideologijos įsiveržimas į pranešimus*: feminizmas, šovinizmas, etnis fundamentalizmas giliai įsminga asmenybėn ir gali pasireikšti neprognozuojamai santykiuose su kitais žmonėmis.

2) *Žiniasklaidos priklausomybė*: žiniasklaida, taip pat ir internetas atitolina individą nuo kasdieniškos erdvės ir laiko, o jis iš perduodamų simbolių vaizduotėje susikuria gyvenimo projektą ir tuomet tampa vis labiau priklausomas nuo simbolių formų gaminimo ir perdavimo, t.y. gyvena virtualioje erdvėje.

3) *Simbolių perkrovos ir dizorientacijos efektas*: žiniasklaida simbolių gausa perkrauna individą: jis susiduria su tūkstančiais kitų „aš“ savikūros būdų, su begalybe kitokių pasaulio vizijų bei skirtingų informacijos ir komunikacijos formų, todėl individas turi arba pats nusibrėžti taką per žiniasklaidą ir gyvenimą arba remtis ja bei kitais autoritetais, priešingu atveju pasiklysta informacijos „triukšme“.

4) *Asmens įtraukimas į netikrą (kvazi-) interakciją*: jei individo savikūra remiasi vien žiniasklaidos ir interneto perduodamais simboliais ir nėra tiesioginiu kontaktu, tai individas tampa pririštas prie informacijos sklaidos priemonių ir save suvokia (taip pat bendrauja) tik per jų siūlomus vaizdus, tekstus ir garsus.

Komunikacijos ir informacijos žinija vis dažniau reiškiasi virtualia forma. Populiariai tariant, virtualus nurodo į tai, kas turėtų būti (bet nėra) tikra, autentiška ir realu. Akivaizdžiausiai virtualumas reiškiasi internete, į kurį taip pat persikelia ir nemaža kultūros gyvenimo dalis. Ch. D. Hunteris apie internetą sako: „tinklas yra vienintelė pasaulyje egzistuojanti anarchija, tačiau greitai jis gali tapti svarbiausiu įrankiu demokratijai, leidžiant kiekvienam prieiti prie informacijos ir išgirsti bet kieno, esančių bet kur nuomones. Žmonijai duodamas kąsnelis su viena instrukcija: suvalgyk mane, kad mes galėtume augti“ (1994 m.) [16]. Pateikta citata tinka tiems, kurie tiki, jog internetas atneš stebuklingą pasikeitimą pasaulio demokratijai. Daugiau informacijos mus verčia judėti greičiau, pasibaigia nežinojimas, pilietinė kova yra kontroliuojama.

Apibendrinant skyrių galima teigti, kad internetas turi požymių, galinčių patenkinti viešosios erdvės egzistavimo sąlygas, todėl iš pradžių ketinta kelti prielaidą, kad internetas galėtų būti vieta, kur užsimezga racionalus pokalbis. Kita vertus, interneto kaip viešosios erdvės kritikai turi rimtų argumentų, paneigiančių J. Habermaso teorijos veikimo galimybę internete. Remiantis teorinėje dalyje išnagrinėtais moksliniais šaltiniais ir juose pateiktomis nuomonėmis, tyrime nuspręsta kelti priešingą

hipotezę, kad interneto tinklapyje „Delfi“ nėra sąlygų vystytis racionaliai diskusijai. Tyrimo hipotezė bus tikrinama trečiame skyriuje remiantis teoriniuose šaltiniuose išnagrinėtomis viešosios erdvės veikimo sąlygomis bei racionaliam pokalbiui keliamais reikalavimais.

Siekiant išnagrinėti, kaip interneto teikiamos galimybės atsiliepia žmonių gyvenimui ir ar jie išnaudoja internetą kaip viešąją erdvę, kitame paragrafe bus aptariami interneto dalyvių elgesio bruožai ir interneto poveikis.

### **2.3. Interneto vartotojų kaip viešosios erdvės dalyvių elgesio bruožai**

Nagrinėjant internetą kaip viešąją sferą ir apibūdinant jo bruožus, būtina aptarti ir interneto vartotojų elgesiui daromą poveikį. Interneto vartotojas šiame darbe svarbus norint suvokti, ar jis išnaudoja interneto teikiamas galimybes, ar laiko internetą vieta racionalioms diskusijoms užmegzti ir palaikyti.

Apie interneto poveikį vartotojams pradėta kalbėti jau beveik tuomet, kai tik atsirado pats internetas ir reikia pripažinti, kad daugiausia laukta neigiamų pasekmių, kurios paveiktų vartotojo sąmonę ir elgseną. Imta spėlioti, kuri specifinė interneto savybė ženkliausiai atsilieps pačiam žmogui.

Šiandien pripažįstama, kad esmingiausiu interneto bruožu laikomas anonimiškumas – galimybė neatskleisti savo tapatybės ir nesužinoti kito. Vizualaus vaidmens netekimas, manoma, veda prie nuasmenintos ir neindividualizuotos komunikacijos. Anonimiškumas privedė prie savęs pokyčio ir skirtingo kitų suvokimo, taip pat prie žemesnio varžomo elgesio slenksčio.

„Esant atitinkamoms sąlygoms (kurias sukuria internetas), atsitinka taip, kad elgesyje atsiranda „normų“ pažeidimai, tokie kaip atsakomybės sumažėjimas, pasikeitęs laiko pojūtis, jutimų perviršis, pasikeitusi sąmonė. Įžvelgiant šiuos bruožus, interneto vartotojas pradeda koncentruotis tik ties artimiausiais uždaviniais, sumažėja savireguliacija“ [18, psl. 16].

„S. Coleman‘as, atlikęs stebėjimus pateikė išvadą, kad kompiuterinės komunikacijos dalyviai labiau įsijaučia į diskusiją ir mažiau ima vertinti vieni kitus kaip atskirus individus. A. Kisleris pritaria, kad interneto vartotojai, kaip ir komunikacija per tarpininką, yra mažiau socialūs ir skatina grupės jausmą individo sąmonėje. Jis teigia, kad tam, jog susitapatintume su grupe, mums nereikia susitikti su ja akis į akį. Realiai nematant grupės, susitapatinimas su ja dar didesnis dėl to, kad nesimato skirtumų. Panašią išvalgą pateikia ir I. Lee, kuris atliko tyrimą su dviem grupėmis. Pusė dalyvių buvo vizualiai matomi, o kita pusė – ne. Analizuota, kuri dalis labiau save priskiria kolektyvui. Pasitvirtino jau keltas teiginys, jog nematydami kitų žmonės labiau save priskiria jų grupei. Taip pat buvo nustatyta, kad anonimiškumas interneto vartotojams asociavosi su padidėjusiu rūpesčiu. Tai reiškia, kad interneto vartotojai, nematydami vieni kitų, didesnę dėmesį teikia tam, ką apie juos pamans kiti pokalbio ar diskusijos dalyviai“ [18, psl. 23].

Ar internete yra kažkas specifiško, kas specialiai skatintų moralės nukrypimus ir asocialų elgesį, ar tai tiesiog yra socialinis atspindys – tokį klausimą kelia ne vienas interneto tyrinėtojas, tačiau iki šiol šis klausimas tebelieka retoriniu. Tai, kad internetas linkęs „kaupti“ gąsdinančius pasakojimus, gali duoti pagrindą įžeidžiančio, asocialaus elgesio užuomazgoms, tačiau tokių pačių bruožų galima sutikti ir kitose žiniasklaidos priemonėse (pvz., televizijoje).

Apie priklausomybę nuo interneto pradėta kalbėti 1991 metais po psichiatro S. Woltbergo satyros apie žmonių priklausymą nuo sekso, apsipirkinėjimo išspausdinimo viešame leidinyje. Tuoj po to jis ėmė gauti laiškus iš žmonių, kenčiančių nuo priklausomybės internetui. Mokslininkas A. Yang'as, siekdamas iširti šį atvejį, pats paskelbė žinutę, kviečiančią atsiliepti žmones, kurie kenčia nuo priklausomybės internetui ir gavo 396 atsakymus, iš kurių 60 proc. sudarė moterų laišakai. Pripažintieji sergantys priklausomybe nuo interneto juo naudojosi vidutiniškai 38,5 val. per savaitę dažniausiai norėdami pabendrauti, susipažinti su kitais, lošimams, naršydami po svetaines suaugusiems. Be neigiamų aspektų patologiniai interneto vartotojai išsiskyrė didesniu socialiniu pasitikėjimu ir laisve, jiems būdingas chroniškas drovumas, socialinis susirūpinimas.

Tiek daug diskutuojant apie interneto žalą vartotojams, reikėtų parodyti ir kitą šių diskusijų pusę, kur teigiama, kad internetas ne tik teigiamai veikia žmonių elgesį, bet ir gydo nuo kai kurių kompleksų ar psichologinių problemų.

„2000 metais T. McKenna's ir S. Bargh'as pareiškė, jog anonimiškumas internete nėra neigiamas aspektas vartotojo elgesiui, o greičiau priešingai – veda prie didesnio savęs atvėrimo. Anonimiškumas internete palyginamas su anoniminių alkoholikų klubais, kuriuose taip pat neverčiama atskleisti savo tapatybės. Charakterizuojant vidutinį interneto vartotoją teigiama, kad internetas dažnai padeda peržengti savo trūkumus realiame gyvenime, todėl internetą kaip „išsigydymo“ priemonę naudoja drovūs asmenys, nedrįstantis viešai diskutuoti jam svarbiais ir aktualiais klausimais“ [3].

2002 metais mokslininkas M. Stone'as atliko diskusijų svetainių pokalbių apie princesės Dianos mirtį analizę ir apskaičiavo, kad pirmą savaitę po jos mirties, interneto vartotojų kalbos apie Dianos žūtį užėmė 48 proc. visų diskusijų temų. Antrą savaitę intensyvios diskusijos nukrito iki 6 proc., o po keturių savaitžių pokalbiai beveik nebeegzistavo. Toks interneto vartotojų elgesys suvokiamas kaip kolektyvinių problemų sprendimo modelis, kuris prasideda nuo nenumatyto atvejo etapo (kai netikėtai atsiranda jaudinanti tema ir visi jaučia poreikį apie tai kalbėti) iki slopinimo etapo (kai kalbos dar vyksta, bet specialiai nebeskatamos). K. Penebacheris prisidėjo prie M. Stone'o minties apie kolektyvinį palengvinantį problemų sprendimą atlikęs tyrimą su traumas patyrusiais žmonėmis. Jis padarė išvadą, kad keturias dienas internete diskutuodami apie netikėtai patirtą traumą žmonės išsiugdo atsparesnę imuninę sistemą. Interneto nauda problemų turintiems žmonėms apibrėžiama dar plačiau – teigiama, kad interneto naudojimas sumažino asmenų, jaučiančių psichologinius nepatogumus, vizitus į medicinos centrus.

Kitas teigiamo interneto poveikio aspektas – galimybė pačiam reguliuoti savęs ir savo tapatybės atskleidimo „lygį“ internete. Asmuo su žemu savigarbos slenksčiu, kuriai didžiausią įtaką padariusi išvaizda, internete turi galimybę rinktis bendravimo formą: tekstinę komunikaciją, kai išlaikomas visiškas anonimiškumas, ar video pašnekesį, kuomet, jei ir pavyksta nuslėpti tapatybę, bendravimas vis tiek vyksta viešumoje. Tokiu būdu asmuo pats gali spręsti, kokiai komunikacijos formai yra pasirengęs.

Apskritai empirinių tyrimų apie interneto vartotojų charakteristiką atlikta labai nedaug. Vienas iš tokių – moterų ir vyrų elgsenos skirtumai internete, padėjęs nustatyti, kad naudodamiesi internetu vyrai ir moterys iš esmės siekia skirtingų tikslų, ypač naudodamiesi elektroniniu paštu. Atliekant JAV „Gyvenimo projektą“ 2000 metais nustatyta, kad moterys elektroninį pašta naudoja bendravimui su šeima (60 proc.) bei draugais (71 proc.), o vyrai tokiam tikslui skiria mažiau laiko ir dėmesio (atitinkamai 51 ir 61 proc.). Elektroninis paštas minimas todėl, kad parodo, jog nesvarbu, kokią interneto paslaugą pasirinko jo vartotojai – moterų ir vyrų elgesys internete smarkiai skiriasi.

Kitos internetinės veiklos pasirinkimas lyčių atžvilgiu taip pat skiriasi. Moterys daugiau ieško informacijos sveikatos, religijos, darbo klausimais, dažniau dalyvauja įvairiuose žaidimuose, o vyrai renkasi žinių puslapius, svetaines apie finansus ir prekybą, vykdomus aukcionus ir parduodamus gaminius. Naudojimasis pokalbių svetainėmis tarp lyčių nesiskiria. Pastebėta, kad moterys kur kas labiau nei vyrai linkusios į intensyvią komunikaciją proveržius ir interneto vartojimą socialiniams tikslams.

Motyvų spektras, kuris daro įtaką interneto vartotojų elgesiui, yra pakankamai platus ir augantis, tačiau pagrindiniais išskiriami šie [18, psl. 49]:

- savęs stiprinimas;
- savisauga;
- savigarba.

Savęs stiprinimas yra esminis egzistencijos tikslas, nes jis kartu su savisaugos jausmu skatina žmogų palaikyti vertės pojūtį. Savigarbos troškimas susijęs su žmonių noru turėti teigiamą savęs pateikimą, matyti save teigiamoje šviesoje. Interneto pagalba siekiama išnaudoti visas tris išvardintas savybes. „Interneto naudotojui savęs stiprinimo motyvas yra aiškiai susijęs su interneto paslaugos pasirinkimu ir elgesiu naudojant tą paslaugą. Pavyzdžiui, lankymasis socialinės paramos puslapiuose, kur publikuojami darbo skelbimai, tapatinamas su asmens siekiu palyginti save su kitais ir nusiramino paieška („man geriau sekasi negu jiems“). Savęs apsaugos motyvas būdingas droviems žmonėms, jaučiantiems socialinį nerimą ir turintiems žemą savigarbos jausmą“ [18, psl. 64]. Tokie žmonės itin aktyviai naudojami internetu, ypač mėgsta rašyti elektroninius laiškus ir vengia bendravimo akis į akį.



Prielaidos, pagrindžiančios interneto vartotojų norą lankytis diskusijų puslapiuose, pareikšti savo nuomonę apie internete komentuojamus įvykius, pasirodančius straipsnius, galėtų būti šios:

- žmonių susvetimėjimas realiame gyvenime;
- intensyvus gyvenimo ritmas ir laiko trūkumas bendrauti akis į akį;
- noras priklausyti grupei, rasti bendraminčių;
- savirealizacija (ko nespėja realybėje).

Apibendrinant išvardintas lankymosi internete ir dalyvavimo diskusijose prielaidas galima daryti išvadą, kad vieno atsakymo, kas žmones traukia internete, rasti nepavyks. Daugiausia pokyčių į žmonių gyvenimus įnešė greitesnis gyvenimo, darbo tempas, paskatinęs taupant laiką internete leisti sau elgtis taip (arba drąsiau ir atviriau), kaip norima elgtis realybėje.

Šiame paragrafe aptarti interneto kaip viešosios erdvės dalyvių elgesio bruožai leidžia daryti išvadą, kad daugeliu atveju interneto poveikis jo vartotojams yra teigiamas, leidžia nevaržomai bendrauti, reikšti nuomonę ir jaustis atvirai. Kita vertus, žmonių įsivaizdavimas, kad „gyvenimas“ internete yra realus ir visiškai kompensuoja realybėje vykstančią komunikaciją, veda prie priklausomybės nuo interneto. Remiantis anksčiau skyriuje pateikta kritika, galima teigti, jog kai kuriais atvejais internetas iš tiesų tik simuliuoja realybę, tačiau taip pat sukuria žmonėms naują būdą bendrauti su daugybe žmonių, gauti milžiniškus kiekius informacijos.

### 3. INTERNETO TINKLAPIO „DELFI” LANKYTOJŲ KOMENTARŲ TURINIO ANALIZĖ

Teorinėje dalyje atlikus mokslinių šaltinių analizę ir išnagrinėjus J. Habermaso viešosios sferos egzistavimo sąlygas, iškelta hipotezė, kad internetas negali patenkinti visų viešajai sferai keliamų reikalavimų ir būti vieta, kurioje užsimezga racionalios diskusijos, paskatinančios visuomenės narių pokalbius politinėmis temomis. Tam, kad būtų įrodyta arba paneigta darbe iškelta hipotezė, būtina atlikti tyrimą, kurio rezultatai padėtų rasti atsakymą į keliamus klausimus.

Atliekant tyrimą labai svarbu kuo tiksliau apibrėžti sąvoką „racionalumas“, kuo objektyviau vertinti interneto dalyvių pasisakymus ieškant racionalaus pokalbio ir viešąją erdvę apibūdinančių požymių. Racionalumo paieškos nagrinėjamuose interneto tinklapių „Delfi“ lankytojų komentaruose svarbios tuo, kad parodys, ar tikslingai išnaudojama interneto teikiama galimybė laisvai reikšti savo mintis, kritikuoti valdžią ir diskutuoti politinėmis temomis. Žmonių gebėjimas bendrauti ir vystyti racionalią diskusiją visuomenei svarbiomis temomis padeda kurti demokratiją, kuri neišivaizduojama be žodžio laisvės.

Maksimalaus viešumo kriterijus, be kurio viešoji sfera negali egzistuoti, bus tikrinamas atliekant interneto tinklapių „Delfi“ lankomumo ir lankytojų charakteristikos statistinių duomenų analizę. Patikrinus šį kriterijų toliau bus atliekama „Delfi“ tinklapių lankytojų komentarų turinio analizė.

#### 3.1. Tyrimo struktūra

##### **Tyrimo objektas**

*Tyrimo objektas* – lietuviško interneto puslapio „Delfi“ lankytojų komentarai pasirinkta tema. Siekiant susiaurinti tyrimo objektą, pasirinkti tik vienos temos komentarai. Analizuojama tema – Lietuvos Respublikos prezidento svarstymas priimti arba nepriimti Rusijos kvietimą atvykti į pergalės prieš nacistinę Vokietiją 60-mečio minėjimą. Tyrimui pasirinkti tam tikro laiko tarpo straipsniai šia tema ir diskusijas paskatinę komentarai.

##### **Tyrimo tikslas**

*Tyrimo tikslas* – nustatyti, kiek racionaliai internete geba diskutuoti „Delfi“ tinklapių vartotojai ir paaiškinti interneto kaip viešosios erdvės egzistavimo galimybę.

##### **Tyrimo uždaviniai**

*Tyrimo uždaviniai:*

1. Patikrinti interneto tinklapių „Delfi“ maksimalaus viešumo kriterijaus atitikimą atliekant statistinių duomenų analizę.
2. Išnagrinėti interneto tinklapių „Delfi“ lankytojų komentarus kaip racionalų arba neracionalų pokalbį.

### **Tyrimo hipotezė**

*Tyrimo hipotezė:* interneto tinklapis „Delfi“ nepatenkina viešosios erdvės egzistavimo prielaidų ir neskatina racionalių diskusijų užsimezgimo.

Tyrimo hipotezė bus tikrinama per išskirtus viešosios erdvės ir racionalios diskusijos pjūvius, kurie padės iširti, kaip interneto tinklapis „Delfi“ atstovauja vokiečių filosofo J. Habermaso viešąją erdvę.

### **Tyrimo metodas**

Atliekamo *tyrimo metodas* – kiekybinė ir kokybinė turinio analizė. *Turinio analizė* – tai sociologinis komunikacijos turinio tyrimo metodas, kurį galima priskirti objektyvioms šiuo metu naudojamoms tyrimo technikoms. Turinio analizės metodu bus tiriami ir sisteminami duomenys, gauti analizuojant „Delfi“ lankytojų komentarus. Turinio analizė dėl lengvo metodo pritaikymo komunikaciniams tyrimams ir buvo pasirinkta šiuo atveju.

*Kiekybiniam tyrimui* būdingas siekis ieškoti išorinių reiškinių požymių, išgaunant įvairius dydžius, kurie gali būti išreikšti skaičiais ir matuojami. Todėl kiekybinio tyrimo mokslinę vertę nusako kiekybiniai rodikliai. Be to, kiekybinis tyrimas yra labiau struktūrizuotas ir suplanuotas nei kokybinis [21, psl. 272].

Tuo tarpu *kokybinių tyrimų* metodai yra lankstūs, nes orientuoti į interpretaciją, o ne į matavimus; į procesą, o ne į išvadą. Svarbiausias kokybinių tyrimų elementas – tyrimo duomenų apibendrinimas, surinktos informacijos analizė grindžiama sugebėjimu įsigilinti į pakankamai didelius surinktos informacijos srautus, surasti juose tai, kas yra esmingiausia. „Požiūrių įvairovė ir skirtingumas teikia išvadą, kad nėra vieno teisingo kokybinės analizės būdo, t.y. nėra vienos metodologinės konstrukcijos. Ši įvairovė svarbi, bet taip pat vertingas ir mokslinis tikslumas bei disciplina“ [24, psl. 127].

Kiekybinių ir kokybinių tyrimų santykio klausimas tebėra diskusijų objektas, nes jis pradėtas nagrinėti dar visai neseniai. Mokslinėje literatūroje, vartojant sąvokas kokybinis ir kokybinis tyrimas dažniausiai turima omenyje analogiški tyrimo metodai. Nepaisant skirtingų mokslininkų požiūrių į kiekybinių ir kokybinių tyrimo metodų santykį, reikia pastebėti, jog daugeliu atveju abu metodai derinami tarpusavyje. Tiek kiekybiniame, tiek kokybiniame tyrime laikomasi loginio paaiškinimo ir objektyvumo principų, todėl jų suderinamumo prieštaravimų nekyla.

Šiame darbe derinant kiekybinę ir kokybinę interneto lankytojų komentarų turinio analizę bus sisteminami duomenys, atliekami raktinių žodžių skaičiavimai ir pateikiamos tyrimo metu gautos išvados. Skaičiuojami tyrimo vienetai – atraminiai žodžiai, frazės arba sakiniai.

Sudėtingiausia užtikrinti turinio analizės patikimumą, kuomet atliekamas konteksto vertinimas. Riba tarp neigiamo, teigiamo ir neutralaus kartais būna labia nežymi ar netgi ginčytina, todėl darbe daugiau bus remiamasi kiekybiniais skaičiavimais ir rodikliais. Tačiau kiekybiniai duomenys neleidžia daryti platesnių išvadų, kurias galima išvelgti analizuojant visumą. Būtent todėl siekiant nuosekliai išnagrinėti temą, bus atliekama tiek kokybinė, tiek kiekybinė turinio analizė.

### Pagrindiniai turinio analizės privalumai:

1. Tyrimo metodas pretenduoja į mokslinį objektyvumą dėl rezultatų, pateikiamų skaičiais, procentais, diagramomis, lentelėmis.
2. Turinio analizė santykinai nesudėtingas tyrimo metodas.
3. Tyrimo metodas tinkamiausias rašytiniams duomenims tirti.

### Pagrindiniai turinio analizės trūkumai:

1. Turinio analizė remiasi konkretaus žmogaus nuomone apie pranešimo turinį.
2. Subjektyvumas gali atsirasti iš kategorijų ar konteksto vertinimo kriterijų.

### **Tyrimo kintamieji**

Iškelta hipotezė, skelbianti, kad internetas nepatenkina viešosios erdvės egzistavimo prielaidų ir neskatina racionalių diskusijų užsimezgimo, reikalauja kruopštaus racionalumo kriterijaus apibrėžimo bei racionalių diskusijų sąvokos išgryninimo.

Tarptautinių žodžių žodynas būdvardį „racionalus“ apibrėžia kaip „protingą, pagrįstą, apgalvotą, tikslingą, aiškiai suvokiamą, išreiškiamą“ [31, psl. 620]. Daugiausia dėmesio apibrėžiant būdvardį „racionalus“ bus skiriama žodžiams „pagrįstas“ ir „tikslingas“, nes „protingumas, apgalvotumas, aiškiai suvokiamas ir išreiškiamas“ yra problemiški ir per daug subjektyviai nustatomi komentarų turinio analizėje. Siekiant išnagrinėti interneto puslapio „Delfi“ diskusijų racionalumą ir atsakyti į klausimą, ar internetas patenkina pagrindines viešosios erdvės egzistavimo prielaidas, nustatyti tokie nagrinėjami kintamieji:

#### *1. Pagarba kitų diskusijos dalyvių nuomonėms.*

Kaip apibūdino filosofas J. Habermasas, tam, kad viešoji sfera veiksmingai funkcionuotų ir palaikytų racionalią diskusiją, pokalbio dalyviai privalo gerbti vieni kitų nuomones, net jei su jomis ir nesutinka. Pagarba vieni kitiems skatina protingą pokalbį, kuris gali padėti pasiekti susitarimą. Kaip teigė M. Posteris, internete nėra asmens, kuris inicijuotų kompromiso atsiradimą, todėl susitarimas neįmanomas. Nagrinėjant diskusijų dalyvių pagarbą vieni kitiems bus galima išsiaiškinti, ar kompromisas pasiekiamas interneto diskusijos metu. Atsakymai į iškeltą klausimą, ar diskusijos dalyviai gerbia vieni kitų nuomones, bus sisteminami į: „išreiškia pritarimą pašnekovo nuomonei“, „išreiškia nepritarimą pašnekovo nuomonei“, „išreiškia nepagarbą pašnekovo nuomonei“. Atsakymai „išreiškia pritarimą pašnekovo nuomonei“ bus skaičiuojami pagal pritariamuosius žodžius: teisingai, sutinku, pritariu ir kt. teigiamą nuomonę apie išsakytas mintis parodantys veiksmazodžiai. Atsakymai „išreiškia nepritarimą pašnekovo nuomonei“ bus skaičiuojami pagal nepritarimą išreiškiančius neiginius: nesutinku, nepritariu, prieštarauju, neteisingai ir priešingą nuomonę atspindintys komentarai. Atsakymai „išreiškia nepagarbą pašnekovo nuomonei“ bus skaičiuojami pagal nepagarbius kreipinius į pašnekovą: keiksmazodžius, necenzūrinius, paniekinančius kreipinius.

Atsakymai parodys pašnekovų požiūrį į kitus diskusijos dalyvius, jų toleranciją kitokioms nuomonėms ir įrodys arba paneigs vieną iš racionalios diskusijos sąlygų.

Atsakymai „reiškiamas pritarimas“ ir „reiškiamas nepritarimas“ bus priskiriami prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymas „rodoma nepagarba“ – prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

## 2. *Necenzūrinių žodžių vartojimas kalboje.*

Nors necenzūrinių žodžių vartojimas kalboje negali tiesiogiai paneigti racionalių diskusijų buvimo ar nebuvimo, tačiau gali būti rodiklis siekiant išsiaiškinti, ar diskutuojantys žmonės yra pajėgūs protingai ir aiškiai dėstyti savo mintis, nevertodami necenzūrinių žodžių. Kita vertus, necenzūrinių žodžių vartojimas kalboje parodo žmonių emocinę būseną ir sustiprina jų reiškiamą nuomonę aptariama tema. Tačiau šiuo atveju, remiantis J. Habermaso viešosios erdvės egzistavimo sąlygomis, necenzūrinių žodžių gausa bus laikomas diskutuojančių asmenų pagarbos vienas kitam arba diskusijų objektui trūkumo rodikliu. Atsakymai į klausimą, ar daug necenzūrinių žodžių savo kalboje vartoja komentarų rašytojai, bus išreiškiami skaičiais: kokiame skaičiuje komentarų pavartoti necenzūriniai žodžiai, kokiame – ne.

Atsakymas „komentarai, kuriuose nevertojami necenzūriniai žodžiai“, bus priskiriamas prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymas „komentarai, kuriuose vartojami necenzūriniai žodžiai“ - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

## 3. *Nuomonės argumentavimas.*

Vienas svarbiausių viešosios sferos kriterijų – diskusijos forume turi vykti kiek įmanoma racionaliau. Kaip anksčiau buvo apibrėžtas racionalus pokalbis, jis negali vadintis racionali be pagrįstos nuomonės. Pagrįsti nuomonę galima pateikiant konkrečius argumentus, motyvuojant savo sprendimą ir pasisakymus. Racionali diskusija negali būti įsivaizduojama be argumentavimo. Kaip teigė J. Habermasas, idealios kalbos situacijoje šnekėtojas turi turėti galimybę teikti paaiškinimus, tvirtinimus, rekomendacijas, pareiškimus ir pagrindimus. Atsakymai į klausimą, kokia dalis diskusijos dalyvių argumentavo savo nuomonę, pareiškdami, vykti ar nevykti Lietuvos prezidentui į Rusijos pergalės prieš nacistinę Vokietiją 60-ąsias metines, bus skaičiuojami teigiamais „pateikė savo argumentus“ ir neigiamais „nepateikė savo argumentų“ atsakymais. Tam, kad būtų aišku, ar komentuose atsispindi nuomonių įvairovė, bus pateikiamos pagrindinės priežastys, paskatinusios diskusijų dalyvius palaikyti vieną ar kitą pusę (vykti arba nevykti į Rusiją). Šis rodiklis parodys, ar žmonės, diskutuojantys internete, tik savo subjektyviu nemotyvuotu vertinimu pareiškia savo nuomonę ar savo nuomonei pagrįsti turi argumentų.

Atsakymas „argumentavo“ priskiriamas prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymas „neargumentavo“ - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

#### 4. *Temos nukreipimas.*

Tarptautinių žodžių žodyne racionalumą apibūdinantis žodis „tikslingas“ reiškia, kad racionalioje diskusijoje išsakomos mintys turi būti tikslingos (turėti tikslą). Pagal J. Habermaso viešosios sferos apibūdinimus, viešoji sfera suburia į diskusiją žmones tam, kad jie išnagrinėtų rūpimą temą, pasiektų bendrą susitarimą ir padarytų įtaką valdžios sprendimams. Temos nukreipimas rodo diskutuojamos temos nesisteminę nagrinėjimą. Siekiant išsiaiškinti, ar žmonės internete geba koncentruotis ties nagrinėjama tema ir „nešokinėja“ nuo vienos temos prie naujos temos, bus skaičiuojama, kokioje dalyje komentarų nukrypstama nuo nagrinėjamos temos ir kiek užmezgama naujų temų.

Atsakymas „komentarai ta pačia tema“ priskiriamas prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymai „komentarai, nukrypstantys nuo pagrindinės temos“ ir „komentarai, užvedantys naują temą“ - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

#### 5. *Požiūris į diskusijų subjektą.*

Šiame tyrime diskusijų subjektais yra Lietuvos prezidentas Valdas Adamkus ir politikas Julius Veselka. Nagrinėjamas pūvis negalėtų būti esminiu rodikliu sprendžiant, ar diskusijos internete vyksta racionaliai, nes racionalumas niekaip nepriklauso nuo požiūrio. Šiuo atveju tikrinama, ar diskusijos dalyvis sugeba racionaliai jį išsakyti ir gerbti valstybės vadovą bei Seimo narį J. Veselką nepriklausomai nuo to, kokią nuomonę apie juos yra susiformavęs. Siekiant atsakyti į klausimą, kaip kreipiamasi, ar kaip įvardinami Valdas Adamkus ir Julius Veselka bus remiamasi jų asmenis įvardijančiais žodžiais – skaičiuojama, kokiais vardais ir žodžiais kreipiamasi į Lietuvos prezidentą bei Seimo narį. Tai parodys, ar diskutuojantys žmonės sugeba išlaikyti pagarbą svarbiausiems Lietuvos politikos veikėjams. Pabrėžtina, kad racionalumo nereiškia tik teigiami pasisakymai apie diskusijų subjektus, tiriamas klausimas svarbus tam, kad atskleistų, ar žmonės moka kritiškai, bet pagarbiai vertinti prezidento ir politikos Juliaus Veselkos nuomones.

Atsakymai „prezidentas“, „Adamkus“, „J. Veselka“ priskiriami prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymai „valdas“, „adamsas“, „kita“, „vesiolka“, „idiotas“, „Veselka“ (50 proc. skirti prie hipotezės patvirtinimo dėl įžeidžiančio konteksto, 6 proc. skirti prie hipotezės paneigimo) - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

#### 6. *Diskusijos vystymas per klausimus ir atsakymus.*

Norint išsiaiškinti, ar internete apskritai gali vykti diskusija, vertėtų apibrėžti, kaip ji suprantama. Tarptautinių žodžių žodyne daiktavardis „diskusija“ aiškinamas kaip „kurio nors klausimo, problemos viešas aptarimas, svarstymas susirinkime, spaudoje; ginčas“ [31, psl. 173]. Tai reiškia, kad diskusija nėra tik savo nuomonės pareiškimas, nebylus minčių išsakymas, kuris nesiekia įtraukti kitų. Diskusija

negali apsieiti be klausimų ir atsakymų, kurie apjungia pokalbio dalyvius ir paskatina tarpusavio ginčus, svarstymus. Būtent dėl to tikslinga tyrime skaičiuoti, kokią dalį komentarų užima diskusijos dalyvių klausimai ir atsakymai į juos, kiek dalyvių įtraukia vieno klausimo iškėlimas, kiek iškeltų klausimų sulaukia atsakymų ir kiek ne. Šio klausimo išsiaiškinimas yra vienas iš svarbiausių tyrime, nes parodo, ar interneto tinklapis „Delfi“ gali būti viešąja erdve, kurioje mezgasi ir vystosi diskusijos. Kritikai, manantys, kad internetas negali būti viešąja erdve, svarbiu argumentu laiko būtent interneto vartotojų anonimiškumą, kuris stabdo veiksmingos diskusijos vyksmą. Jų manymu, tik matydami vieni kitus asmenys gali racionaliai diskutuoti, pritarti ir prieštarauti vieni kitiems. Tyrime bus bandoma nustatyti, ar anonimiškumas stabdo žmonių norą domėtis, klausinėti, ieškoti pritarimo ir prieštarauti.

Klausimų kiekis komentuose nevertintas, vertintas tik atsakymų gavimas į klausimus. Atsakymas „atsakymus gauna“ priskiriamas prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymas „atsakymų negauna“ - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

#### *7. Konsensuso siekimas diskusijoje.*

Diskusijos, vykstančios viešojoje erdvėje, tikslas, J. Habermaso manymu, yra visuomenės pasiektas konsensusas. Konsensusas arba konsensusas tarptautinių žodžių žodyne aiškinamas kaip „susitarimas, pasiektas diskutuojant, dažnai darant kompromisus; pažiūrų sutapimas dėl ko nors“ [31, psl. 393]. Visuomenės diskusija politinėmis, visuomenei aktualiomis temomis negali neturėti tikslo ir vykti tik dėl paties pokalbio ir nuomonių išsakymo. Kiekviena diskusija turi skatinti konsensuą. Ir nors J. Habermasas nesitiki, kad maksimalų viešumą ir susidomėjimą pasiekusioje diskusijoje visi jos dalyviai prieis absoliučiai vieningą nuomonę, vis dėlto tikimasi, kad kelios dominuojančios nuomonės turėtų išsikristalizuoti ir būti tiek svarios, kad valdžia į jas privalėtų atsižvelgti priimdama politinius sprendimus. J. Habermasas sako, kad visos nuomonės turi teisę būti pareikštos ir išklausytos, tačiau diskusijos būdu iš gausybės nuomonių turėtų likti kelios, kurios įtikintų ir tuos, kurie pradėjo diskusiją manydami kitaip. Konsensusas yra pasiekiamas per ginčus, pritarimus ir prieštaravimus, apie ką ir buvo kalbėta anksčiau. Šis klausimas bus tiriamas nagrinėjant paskutinius šimtą kiekvieno straipsnio komentarų ir ieškant atsakymo, ar baigiantis diskusijai komentarai keičiasi, ar prieinama vieningos nuomonės, ar kinta rašymo stilius, ar paskutiniai diskusijos komentarai įgauna dominuojančios nuomonės „veidą“, ar jie kuo nors skiriasi nuo pirmųjų komentarų.

Požymių, rodančių konsensuso siekimą, buvimas, reikš hipotezės paneigimą, nebuvimas – hipotezės patvirtinimą.

#### *8. Veiksmo paskatinimas.*

Galutinis J. Habermaso viešojoje erdvėje vykstančio pokalbio tikslas, kurį paskatintų konsensusas, yra konkretus visuomenės veikmas. Veiksmas turėtų būti racionalios, tikslingos diskusijos pasekmė.

Veiksmas turėtų būti orientuotas į siekimą paveikti valdžią. Veiksmo išraiška galėtų būti peticijos, mitingai ar kitos valdžios dėmesio sulauksiančios priemonės. Tiriant, ar diskusijos internete iššaukia dalyvių norą veikti, imtis kokių nors realių priemonių tam, kad valdžia atkreiptų dėmesį ir atsižvelgtų į visuomenės nuomonę, bus skaičiuojami ir nagrinėjami komentarai, kuriuose galima pastebėti kokio nors veiksmo skatinimą.

Požymių, rodančių veiksmo skatinimą, buvimas, reikš hipotezės paneigimą, nebuvimas – hipotezės patvirtinimą.

#### 9. *Poveikis valdžios sprendimams.*

Šis pjūvis yra gana subjektyvus, nes nėra galimybių patikrinti, ar Lietuvos prezidento sprendimas dėl vykimo paminėti Rusijos pergalės yra susijęs su visuomenės nuomone, išsakyta „Delfi“ interneto tinklapyje. Tiriant šį klausimą bus skaičiuojamos interneto diskusijos dalyvių nuomonės, vykti ar nevykti prezidentui į Rusiją: „vykti“, „nevykti“. Atsakymų dauguma bus palyginta su Lietuvos prezidento sprendimu. Atsakymų sutapimas galėtų būti tik prielaida, kad prezidentas atkreipė dėmesį į visuomenės nuomonę, išsakyta internete, tačiau negalėtų būti pagrįsta išvada. Tuo atveju, jei prezidento sprendimas nesutaptų su visuomenės nuomone internete, būtų galima tirti, kokių veiksmų sulaukė prezidento priešingas sprendimas.

#### 10. *Internetė rašančių komentatorių aktyvumas.*

Siekiant išsiaiškinti, ar diskusija internete vyksta aktyviai ir įtraukia į diskusiją komentarus rašančius asmenis, bus nagrinėjama, kokį skaičių komentarų parašo vienas žmogus diskutuodamas viena tema. Šis skaičius parodys, ar diskutuojantys internete įsigilina į temą, ar seka kitų komentatorių nuomones ir prie jų aktyviai prisijungia.

Taip pat bus siekiama išsiaiškinti, ar gavęs atsakymą į savo iškeltą klausimą, komentatorius toliau tęsia diskusiją, ar nustoja domėtis tema ir kiek laiko apskritai trunka viena diskusija. Kaip teigė J. Habermasas, viešojoje sferoje diskutuojama ir kalbama apie tai, kas aktualu visuomenei – politinėmis temomis. Vadinasi, diskusijos apie politinius įvykius internete turėtų būti aktyviausios ir įtraukti maksimalų skaičių dalyvių.

Atsakymai „1 – 5 komentarai“, „5 – 10 komentarų“, „daugiau nei 10 komentarų“ priskiriamas prie rezultatų, paneigiančių hipotezę, atsakymas „1 komentaras“ - prie rezultatų, patvirtinančių hipotezę.

#### 11. *Komentatorių tapatybės nustatymas.*

Interneto kaip viešosios sferos egzistavimą kritikavęs M. Posteris sakė, kad dėl anonimiškumo racionali diskusija vargiai gali užsimegzti ir pasiekti kokių nors rezultatų. Siekiant nustatyti internete diskutuojančių žmonių anonimiškumo lygį bus nagrinėjama, kokia dalis komentatorių atskleidžia savo



vardą, pavardę, pateikia elektroninio pašto adresą (tokia galimybė yra). Tai leis sužinoti, ar žmonės internete naudojami galimybe neatskleisti savo tapatybės, ar atvirkščiai – nejaučia baimės po savo nuomone pasirašyti ir pasakyti, ką galvoja. Elektroninio pašto pateikimas reikštų, kad diskusija internete turi galimybę persikelti į privačią erdvę, nes komentatorius, parašęs ir savo elektroninio pašto adresą duoda galimybę norintiems padiskutuoti plačiau, pasiginčyti parašyti jam asmeniškai.

Išskirti kintamieji padės išsiaiškinti pagrindinių J. Habermaso viešosios erdvės ir racionalios diskusijos kriterijų neatitikimą internete, tačiau išsamiam tyrimui rekomenduotina gilesnė duomenų analizė. Šis žvalgomasis tyrimas galėtų pasitarnauti kaip gairės norint gauti preliminarias išvadas apie interneto kaip viešosios erdvės egzistavimą arba neegzistavimą.

Paminėjimų dažnumas tyrime bus skaičiuojamas pagal komentarų skaičių (kokiame dalyje komentarų yra ieškomi atsakymai, žodžiai, frazės). Toks skirstymas yra tiksliausias atsižvelgiant į tai, kad tyrime svarbiausia išsiaiškinti ne sakinių ir pastraipų kiekio rezultatus, bet atsakymų gausą komentarų skaičiuje. Tyrimo rezultatai ir jų analizė pirmiausia bus pateikiami atliekant kiekybinę, vėliau – kokybinę analizę.

### **Atrankos principas ir imties dydis**

Darbe aprašomas tyrimas yra žvalgomasis, išsamiam moksliniam tyrimui būtų taikomas kitas imties dydis. Šiuo atveju siekiama gauti pirmines išvadas, kurios galėtų paskatinti išsamesnio tyrimo atlikimą.

Interneto tinklapyje „Delfi“ per 2005 metų pirmuosius keturis mėnesius publikuoti 47 straipsniai nagrinėjama tema (ar Lietuvos prezidentui vykti į pergalės prieš nacistinę Vokietiją 60-mečio minėjimą Rusijoje). Iš jų pasirinkti 2005 metų sausio mėnesio interneto puslapio „Delfi“ lankytojų komentarai šia tema (trijų straipsnių: „Adamkus tik po diskusijos apsispręs, ar vykti į Rusiją“, „J. Veselka ragina V. Adamkų pagerbti rusų tautą ir vykti į fašizmo nugalėjimo metines“, „Politologai: Adamkus neturėtų vykti į Maskvą, jei Rusija nepripažins Baltijos šalių okupacijos“ komentarai). Iš viso nagrinėjama tema „Delfi“ lankytojų buvo diskutuota itin aktyviai – tema sulaukė 16 000 interneto lankytojų komentarų. Iš jų bus nagrinėjama 10 procentų (1600) visų komentarų.

Tyrimo naudotas atsitiktinis grupių parinkimo dydis – komentarai nebuvo renkami pagal kokius nors kriterijus, pasirinkimas atsitiktinis, imant 2005 metų sausio mėnesio pirmuosius 1600 komentarų. Nebuvo tikslinga daryti atranką pagal lytį (daugumoje tyrimų siekiant objektyvumo, renkama po vienodą moterų ir vyrų skaičių, jei analizei rezultatai pagal lytis nėra svarbūs), nes internete komentarus rašantys diskusijų dalyviai turi visišką laisvę įvardindami save kaip vyrą ar moterį, klastodami lytį ir vardą.

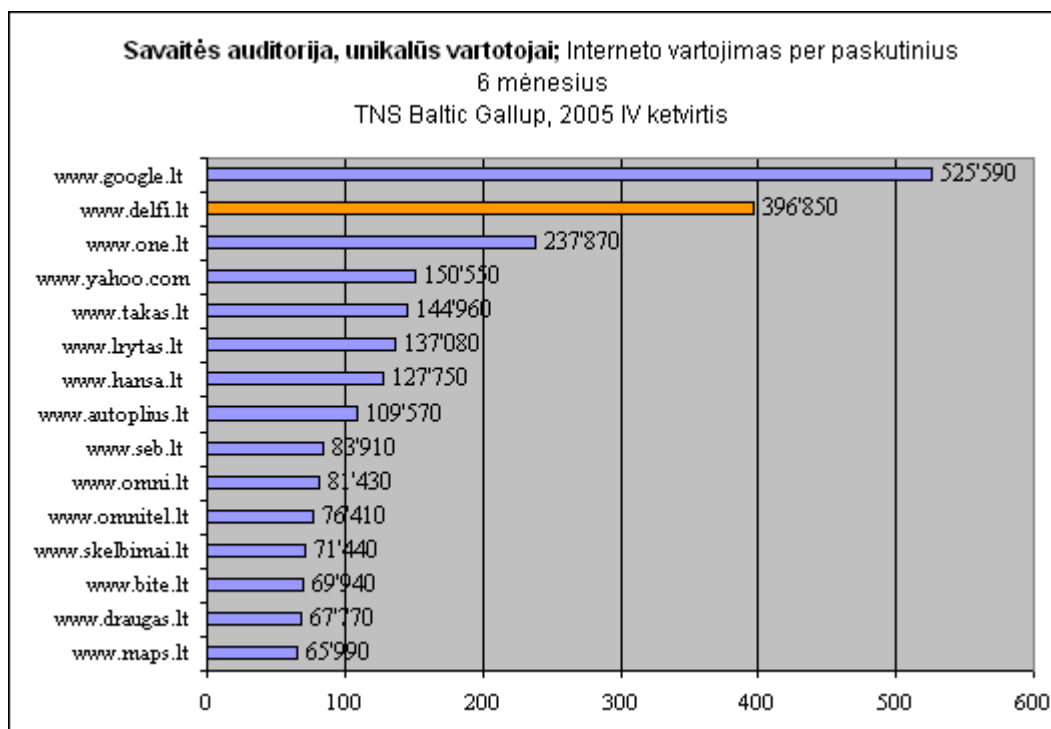
### 3.2. Interneto tinklapio „Delfi” statistinių duomenų analizė

Lietuvoje į virtualios erdvės kūrimą investuojama nedaug – interneto naujienų puslapių, užtikrinančių maksimalų viešumą, yra vos keletas. Šis trūkumas grindžiamas resursų, kurie galėtų apjungti didelį žmonių kiekį, trūkumu. Pagrindiniu Lietuvos interneto portalu, galinčiu būti viešumo arena kuo platesniam žmonių ratui, laikomas „Delfi” tinklapis ([www.delfi.lt](http://www.delfi.lt)). „Delfi” naujienų portalo auditorija Lietuvoje sudaro apie 60 proc. visų interneto vartotojų – šis puslapis laikomas absoliučiu lyderiu tarp kitų lietuviškų portalų.

Peržiūrėjus interneto tinklapio „Delfi” rubrikas ir jose publikuojamus straipsnius galima pastebėti, kad daugiausia interneto lankytojų dėmesio ir komentarų sulaukia straipsniai iš „Delfi” naujienų arba verslo rubrikų.

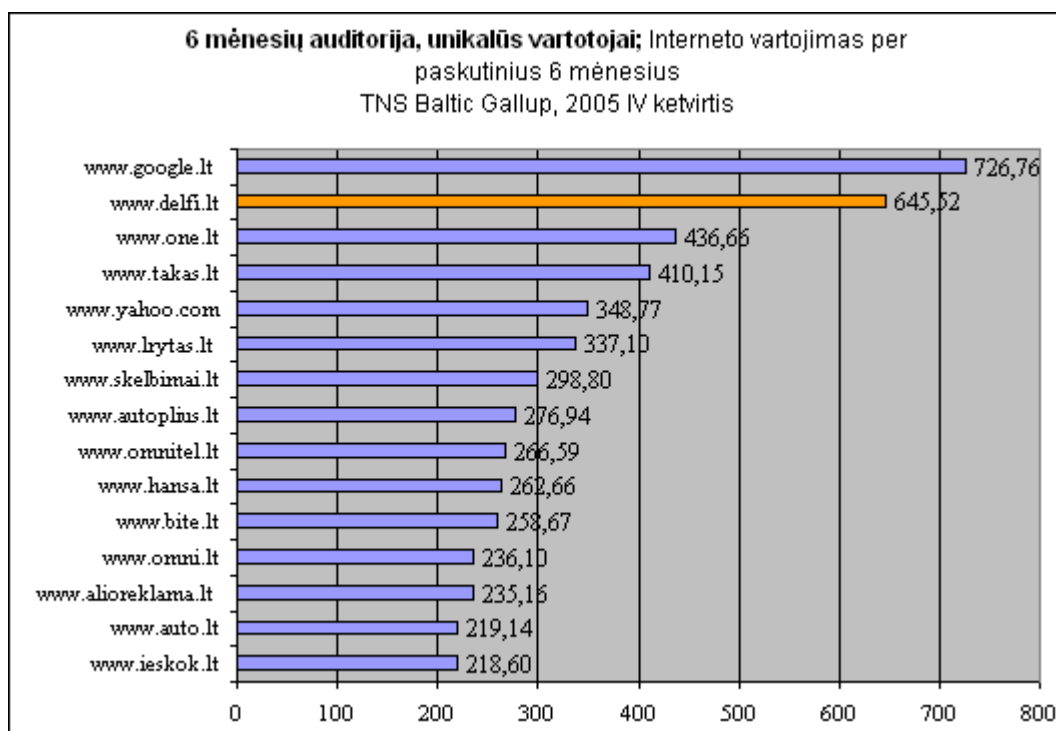
Siekiant patikrinti J. Habermaso viešajai sferai keliamą maksimalaus viešumo kriterijų, remtasi TNS Baltic Gallup duomenimis. Atliktas tyrimas parodė, kad 2005 m. IV ketvirtį savaitės interneto tinklapio „Delfi” auditorija siekė beveik 400 000 lankytojų (žr. 1 grafiką), o šešių mėnesių auditorija – daugiau nei 645 000 (žr. 2 grafiką).

**1 grafikas**



Iš 1 grafiko matyti, kad tarp naujienų interneto portalų „Delfi“ užima pirmą vietą, kiti gerokai atsilieka (puslapio „Takas“ auditorija yra daugiau nei du kartus mažesnė už „Delfi“, „Omni“ - beveik penkis kartus).

## 2 grafikas



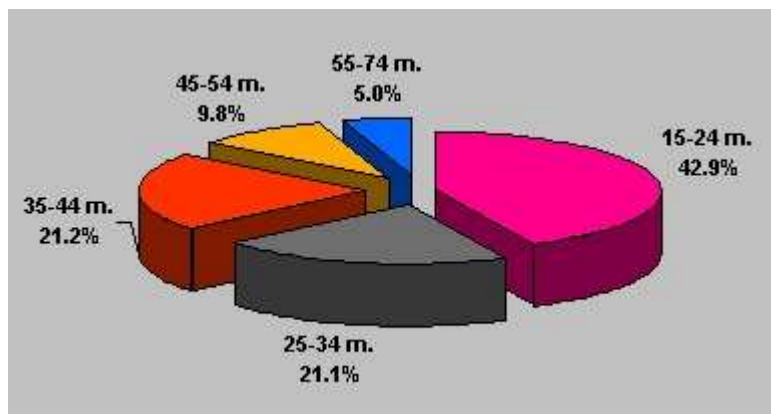
Tai, kad naujienų portalas „Delfi“ savo populiarumu lenkia visame pasaulyje lankomą „Yahoo“ tinklapį (žr. 2 grafiką) ir nusileidžia tik paieškos puslapiui „Google“ rodo, kad „Delfi“ vaidina svarbų vaidmenį Lietuvos žiniasklaidoje ir valdo didelį kiekį informacijos.

„Delfi“ populiarumas nesikeičia jau keletą metų. 2006 metų sausio mėnesio „Delfi“ pateiktais duomenimis (tyrimą atliko TSN Gallup) (žr. priedą Nr. 1), interneto portalas „Delfi“ taip pat kaip ir 2005-aisiais metais užima pirmą vietą tarp 20 lankomiausių lietuviškų interneto portalų ir per mėnesį sulaukia daugiau nei 600 000 interneto lankytojų. Vidurkis, kiek interneto vartotojas užtrunka naršydamas po „Delfi“ puslapį, yra beveik 3 minutės.

Didžiausios dalies „Delfi“ vartotojų mėnesio pajamos (žr. priedą Nr. 2) siekia iki 1200 litų (83 781 mėnesio vartotojų), mažiausios dalies (26 026 mėnesio vartotojų) pajamos viršija 3000 litų. Galima manyti, kad neaukštas pajamas gaunančių interneto vartotojų dalį ženkliai papildo studentai, nes pagal užsiėmimą būtent studentai ir moksleiviai sudaro vieną didžiausių lankytojų grupių (žr. priedą Nr. 3). Iš 600 000 mėnesio „Delfi“ lankytojų 177 772 sudaro studentai ir moksleiviai, pačią didžiausią dalį – 215 616 lankytojų sudaro specialistai/tarnautojai. Aukščiausio ir vidutinio lygio vadovai bei smulkūs verslininkai sudaro mažiausią „Delfi“ lankytojų dalį.

Skirstant interneto vartotojus pagal amžiaus grupes, 2005 metų paskutinį ketvirtį TNS Gallup atliko bendrą Lietuvos interneto vartotojų tyrimą, neskiriant, kurios amžiaus grupės labiausiai lankosi „Delfi“ interneto tinklapyje (žr. 4 schemą). Amžiaus rodiklis labai svarbus, siekiant nagrinėti „Delfi“ lankytojų komentarus (kaip ir išsilavinimas bei užimamos pajamos), nes padeda suprasti, kokie žmonės labiausiai reaguoja į pasirodančius straipsnius, į Lietuvos politinius įvykius ir kurie rašo daugiausiai komentarų, dalyvauja diskusijoje.

## 4 schema



Šaltinis: TNS Gallup (2005 m. IV ketvirtis)

Iš tyrimo rezultatų matyti, kad beveik pusę (42,9 proc.) visų interneto lankytojų sudaro 15 – 24 metų žmonės, todėl galima daryti prielaidą, kad „Delfi“ lankytojų didžiąsą dalį sudaro taip pat ši amžiaus grupė. Panašų procentą (po 21) sudaro 25 – 34 ir 35 – 44 metų interneto lankytojai.

Didžiausia dalis „Delfi“ tinklapių lankytojų (214 890) yra įgiję vidurinį išsilavinimą, 170 946 lankytojų yra įgiję aukštąjį išsilavinimą (žr. priedą Nr. 4). Šis rodiklis yra gana svarbus nagrinėjant lankytojų komentarus, nes parodo, ar lankytojai yra pakankamai išsilavinę, kad galėtų produktyviai, racionaliai diskutuoti internete politinėmis, visuomenei svarbiomis temomis. Svarbų vaidmenį „Delfi“ lankytojo portretui sudaro ir diskusijų dalyvių užimamos pareigos bei pajamos, taip pat parodančios, kokią padėtį visuomenėje jie užima. Iš to galima daryti išvadas, kuri visuomenės dalis yra politiškai aktyvi internete. Kita vertus, politiškai aktyvūs yra ir ne interneto vartotojai, tačiau jie neturi sąlygų prisijungti prie internetinių diskusijų ir taip sumažina aktyvių „Delfi“ narių skaičių.

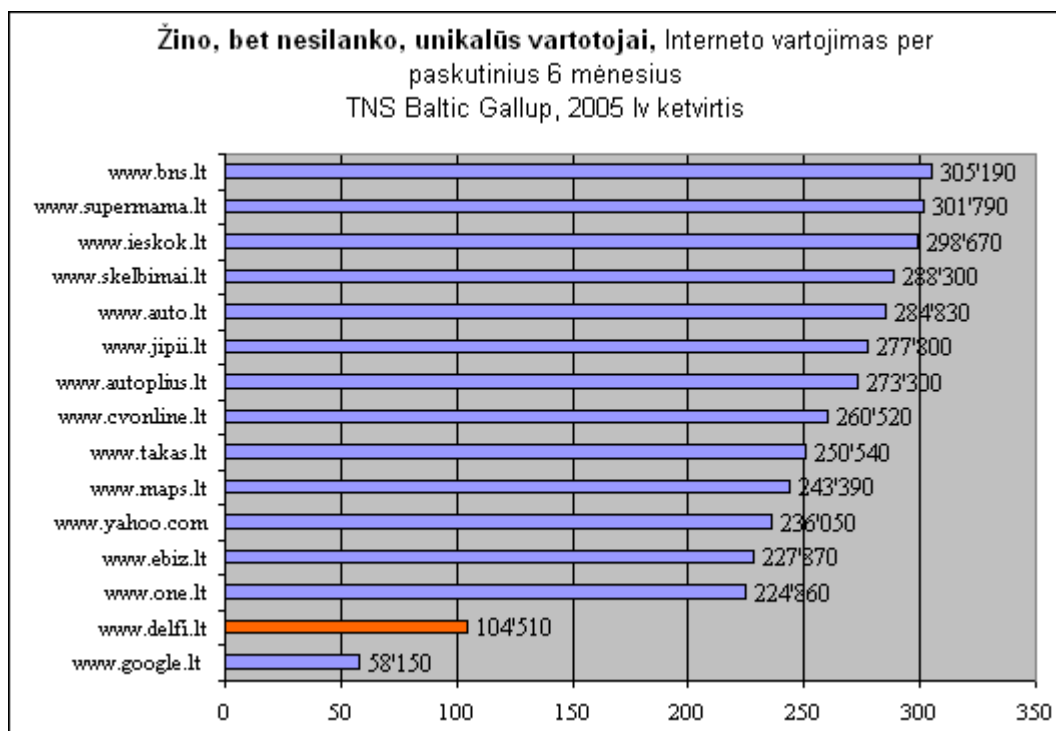
Interneto tinklapių „Delfi“ lankytojai daugiausia gyvena Vilniuje. Pagal „Delfi“ pateiktus 2006 metų sausio mėnesio duomenis, 46 proc. visų mėnesio „Delfi“ lankytojų gyvena Vilniuje, 28 proc. – Kaune, po mažiau nei 10 proc. – Klaipėdoje ir Šiauliuose (žr. priedą Nr. 5). Tai rodo, kad interneto ryšys vis dar nėra prieinamas mažesnių Lietuvos miestų gyventojams arba prieinamas kur kas mažiau nei sostinėje. Šis rodiklis nėra palankus svarstant klausimą, ar internetas gali sukurti maksimalų viešumą. Tik didžiųjų Lietuvos miestų gyventojai plačiai naudoja interneto ryšį ir palaiko internetines diskusijas, nors interneto paplitimo rodiklis kasmet gerėja.

Galima teigti, kad interneto tinklapis „Delfi“ turi monopoliją apjungiant kuo įvairesnį žmonių ratą. „Prieš porą metų Rusijoje startavus „Delfi“ portalui, pasirodė, kad jis niekam nereikalingas. „Delfi“ sėkmę Lietuvoje nulėmė tai, kad žmonės čia susirenka bendrauti, žinodami, kad tas bendravimas vyksta tiek viešai, kiek galima įsivaizduoti viešumo laipsnį Lietuvos nacionalinio interneto atžvilgiu. Informacijos paieška dar nereiškia apsisprendimo dalyvauti. Rusijoje „Delfi“ žlugimas reiškė tai, kad Rusijoje jau buvo daug bendravimo arenų, o „Delfi“, pagal savo koncepciją sukurtas „apjungti visus“, galėjo tapti tik tam tikrų grupių pilietine arena“ [33].

Tai, kad lietuviškas „Delfi“ yra užkariavęs daugiau nei pusę Lietuvos interneto lankytojų rodo, kad internetinių naujienų puslapių rinka dar nėra užpildyta ir konkurencinga. Atsižvelgiant į Rusijos atvejį, galima daryti išvadą, kad Lietuvos „Delfi“ toks populiarus dėl to, kad pasirodė palyginus seniai – prieš septynerius metus – kuomet apskritai Lietuvoje ėmė populiarėti interneto ryšys.

TNS Baltic Gallup praėjusių metų paskutinį ketvirtį tyrė, kokia dalis Lietuvos žmonių nesinaudoja internetu, bet žino interneto tinklapius (žr. 3 grafiką).

**3 grafikas**



Iš grafiko matyti, kad „Delfi“ tinklapyje nesilankančių, bet jį žinančių, nėra labai daug (lyginant su kitais populiariais interneto tinklapiais), tačiau vis tiek sudaro nemažą procentą. Tyrime nesilankančiųjų išvardintose interneto svetainėse charakteristikos nepateikiamos, todėl labai sunku spręsti, kokios priežastys lemia žmonių nesilankymą naujienų puslapyje „Delfi“.

Apibendrinant skyrių galima pasakyti, kad atliekant tyrimą interneto tinklapis „Delfi“ buvo pasirinktas dėl savo populiarumo, didelio paplitimo, aktyvaus vartojimo ir įvairiapusiškumo – didelė informacijos įvairovė padeda pritraukti visuomenę ir ją suburti diskusijoms internete. Statistinių duomenų analizė parodė, kad „Delfi“ Lietuvoje patenkina maksimalaus viešumo kriterijų, kuris būtinas viešosios erdvės egzistavimui.

### 3.3. Interneto tinklapio „Delfi“ diskusijos racionalumo ir viešosios erdvės sąlygų patenkinimo analizė ir rezultatai

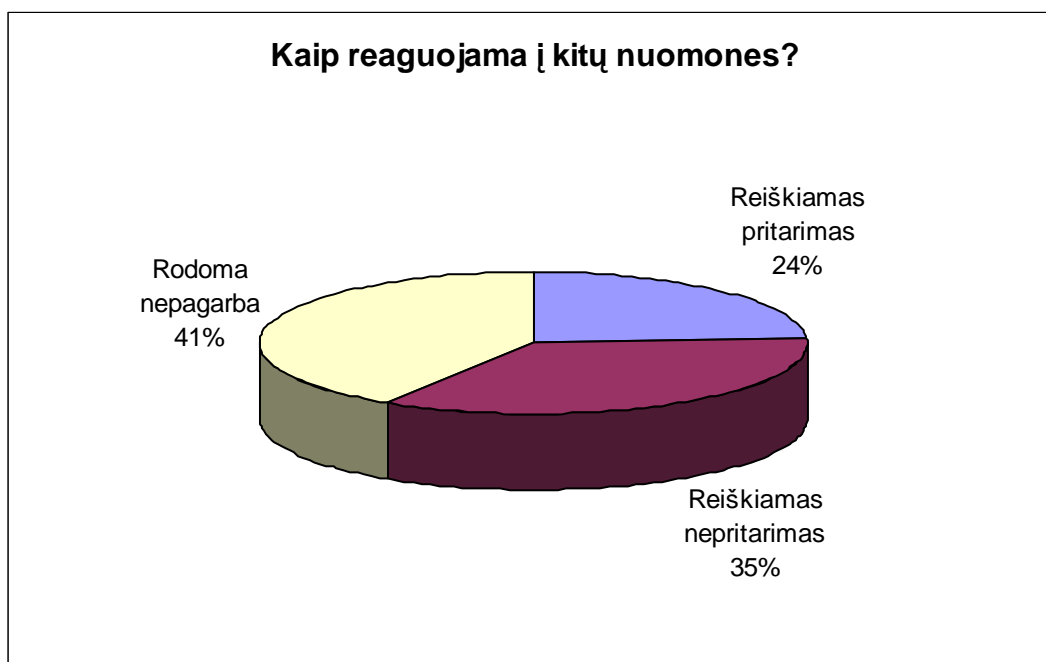
Atliekamo tyrimo rezultatai pateikiami procentine išraiška tam, kad būtų galima lengviau įvertinti vieno atsakymo atotrūkį nuo kitų. Duomenys, kuriuos paversti kiekybiniais rodikliais būtų problematiška, bus analizuojami kokybinės turinio analizės metodu. Tam, kad tyrimo atlikimas būtų objektyvesnis ir aiškesnis, po pateikiamais grafikais bus nurodomi skaičiuotų atsakymų pavyzdžiai, jie plačiau nagrinėjami. Skaičiuojami žodžiai ar sakiniai komentarų kiekyje.

#### 3.3.1. Kiekybinis tyrimas

##### 1. Pagarbos kitų diskusijos dalyvių nuomonėms skaičiavimas.

Bandant nustatyti, ar interneto diskusijos dalyviai rodo pagarbą kitų nuomonei, iš 1600 komentarų buvo išrinkti tie pasisakymai, kuriuose matyti reakcija į kitų žmonių nuomones. Nuomonės ir pasisakymai apie straipsnio temą, nereaguojantys į kitų žmonių nuomones, skaičiuojami nebuvo. Dalyje komentarų, kuriuose išreiškiama reakcija į kito diskusijos dalyvio nuomonę, buvo konkrečiai pažymima kreipiniu tam asmeniui ir taip palengvino tyrimą sisteminant duomenis (pvz., komentaro pavadinimuose dažnai parašoma: Interpteratoriui, Vaidai, paskaityk ir pan. – parodoma, kam konkrečiai skiriamas komentaras).

5 schema



Iš 5 *schemos* matyti, kad reaguodami į kitų nuomones interneto tinklapio „Delfi“ lankytojai, diskutavę apie prezidento sprendimą, daugiausiai rodė nepagarbą kitiems (41 proc.). Nepagarba kitų nuomonėms dažniausiai reiškta necenzūriniais, įžeidžiančiais kreipiniais į kitus diskusijos dalyvius: „Mąstyk, ką kalbi! Pasiskaityk Lietuvos istoriją, *ruseli!*“; „Vienintelė ir tikra *atmata* čia esi tu, KGB provokatoriau!"; „*Durniai* visi jūs čia, kas rašot“; „Kokius „istorinius“ vadovėlius skaitei, ar sovietinius? *Apsišikėlis* esi!“ ir pan. 35 proc. reiškusių nuomonę apie kitų pasisakymus rodė nepritarimą, tačiau tai nesiejama su pagarbos kitam nejautimu. J. Habermasas, apibrėždamas idealią kalbos situaciją teigė, kad kiekvienas asmuo, dalyvaujantis diskusijoje, turi galimybę reikšti prieštaravimus, ginčytis, atmesti ar pritarti nuomonei. Per ginčus prieinamas konsensusas, todėl nepritarimas kito nuomonei suvokiamas taip pat kaip ir pritarimas. Reiškiančių pritarimą diskusijos dalyvių buvo mažiausiai – 24 proc. Pritarimas daugiausiai įvardintas per tokias ir panašias frazes: „Pritariu tau 100 proc.“; „Labai teisingai pasakyta“; „Sutinku su tamsta“.

Apibendrinant šios *schemos* rezultatus, galima daryti išvadą, kad interneto diskusijos dalyviai, nematydami vieni kitų, jaučiasi ne tik atviresni nei bendraudami akis į akį, bet ir nemato reikalo gerbti kitų žmonių nuomones. Šis rodiklis pasako, kad racionaliai diskusijai vykstant pagarbos vienas kitam reikalavimo nėra laikomasi ir tai apsunkina racionalios diskusijos mezgimąsi. J. Habermaso racionaliai diskusijai keliama pagarbos kitiems sąlyga nėra visiškai patenkinama. Šio rodiklio suabsoliutinti neleidžia kitų dviejų atsakymų kiekybinė išraiška – nepritarimą ir pritarimą kitų nuomonei iš viso išreiškė 59 proc. Vadinasi, daugiau nei pusė diskusijos dalyvių geba vystyti protingą pokalbį.

## 2. *Necenzūrinių žodžių vartojimo kalboje skaičiavimas.*

Tiriant, ar komentaruose žmonės nuomonę išsako nevertodami necenzūrinių žodžių, buvo skaičiuojami komentarai be necenzūrinių žodžių ir komentarai, kuriuose vartojami necenzūriniai žodžiai. Necenzūrinių žodžių vartojimas kalboje parodo diskusijos dalyvių išsilavinimo lygį, jų požiūrį į nuomonių reiškimą ir jų gebėjimą samprotauti svarbiomis visuomenei temomis.

## 6 schema



6 *schema*je matyti, kad beveik ketvirtoje visų nagrinėtų komentarų dalyje (23 proc.) buvo pavartoti necenzūriniai žodžiai. Daugiausia necenzūriniai žodžiai naudoti išreiškiant nuomonę apie politikos veikėjus (Lietuvos prezidentą Valdą Adamkų, Seimo narį Julijų Veselką, Rusijos prezidentą Vladimirą Putiną), taip pat apie rusų tautą, kreipiantis į diskusijos dalyvius ar siekiant išreikšti panieką Lietuvos valdžiai. 77 proc. komentarų necenzūriniai žodžiai nevartojami, net jei ir išreiškiama aštri kritika anksčiau minėtiems politikams, valdžiai ar rusų tautai.

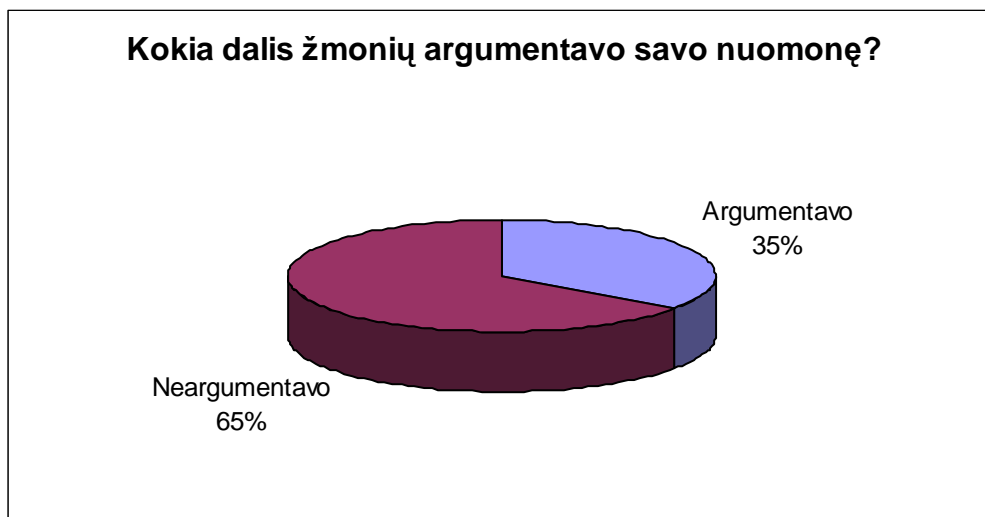
Iš šių rezultatų galima daryti išvadą, kad diskutuojantys žmonės „Delfi“ interneto puslapyje geba išreikšti nuomones nevartodami necenzūrinių žodžių.

### 3. Nuomonės argumentavimas.

Savo nuomonės pagrindimas ir argumentų pateikimas yra vienas iš svarbiausių racionalios diskusijos bruožų, todėl šio klausimo nagrinėjimas yra itin reikšmingas tyrimui. Siekiant išsiaiškinti, ar žmonių argumentai Lietuvos prezidento sprendimo dėl vykimo į Rusiją yra pakankamai rimti ir svarūs, jie bus skaičiuojami atskirai. Pirmiausia siekiama sužinoti, ar diskutuojantys žmonės internete apskritai motyvuoja savo nuomonę, ar tik pateikia padrikas mintis.

Argumentavimą kalboje rodo gramatinių formų naudojimas kalboje, t.y. šalutinių sakinių, prasidedančių jungiamaisiais žodžiais „todėl, kad“, „dėl to, kad“, „nes“ vartojimas pateikiant savo nuomonę.

7 schema



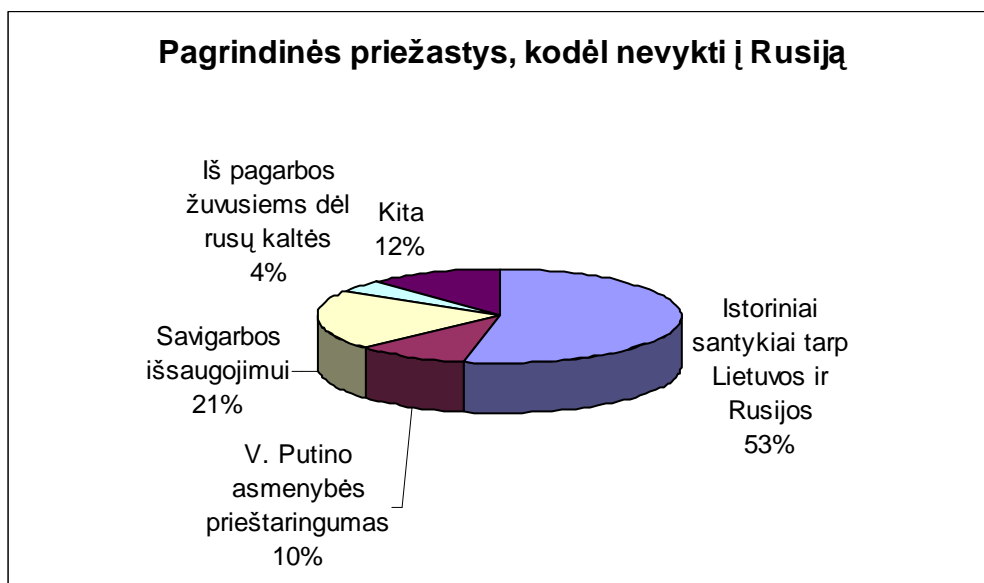
7 *schema* parodo, kad daugiau nei pusė (65 proc.) „Delfi“ interneto puslapyje pateikiamos temos komentatorių neargumentuoja savo išsakomos nuomonės, tiesiog vienareikšmiškai nurodo, vykti ar nevykti Lietuvos prezidentui į Rusijos iškilmes. Argumentus, kodėl diskusijos dalyviai laikosi vienokios ar kitokios nuomonės pateikė tik 35 proc. žmonių. Tai leidžia daryti išvadą, kad žmonės,



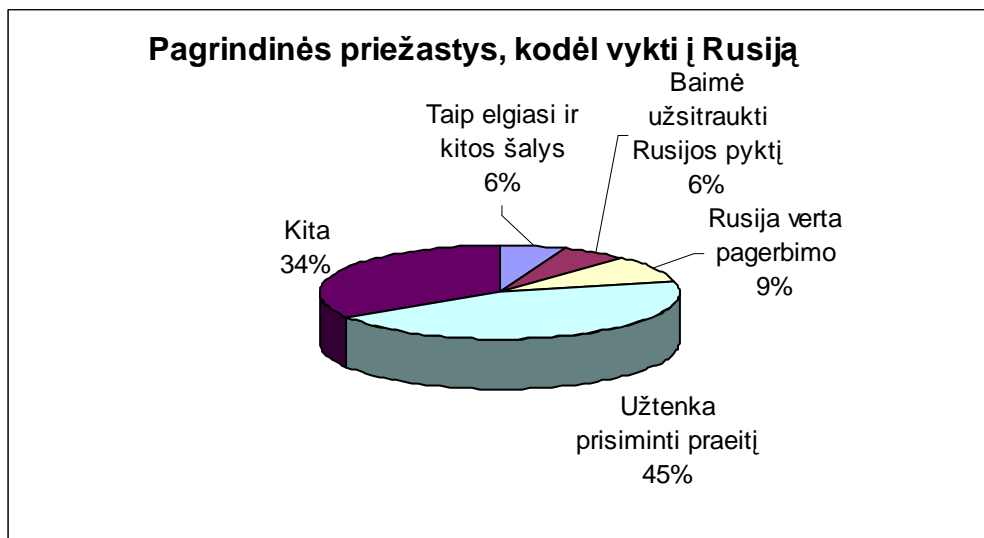
diskutuojantys aptariama tema ir išsakantys neargumentuotą nuomonę, negali įtikinti tų, kurie mąsto kitaip, nes nepateikia jokių argumentų. Kita vertus, tampa dar labiau neaišku, ar pasisakantys žmonės patys žino, kodėl laikosi vienokios ar kitokios nuomonės. Dėl to galima kelti prielaidą, kad diskutuojantys asmenys ir patys neturi tvirtos nuomonės ir nesiremia nei žiniomis, nei išgirstomis nuomonėmis, nei savo patyrimu.

8 ir 9 schemose pateikiamos priežastys, kurios paskatino interneto diskusijų dalyvius pritarti arba nepritarti Lietuvos prezidento Valdo Adamkaus kelionei į Rusijos pergalės minėjimą. Nuomonių įvairovės buvimas komentaruose patvirtina J. Habermaso mintį, kad viešojoje erdvėje vystomoje diskusijoje nuomonių įvairovė yra būtina norint vėliau priėti prie kelių svarbiausių ar vieningos visuomenės nuomonės

8 schema



9 schema

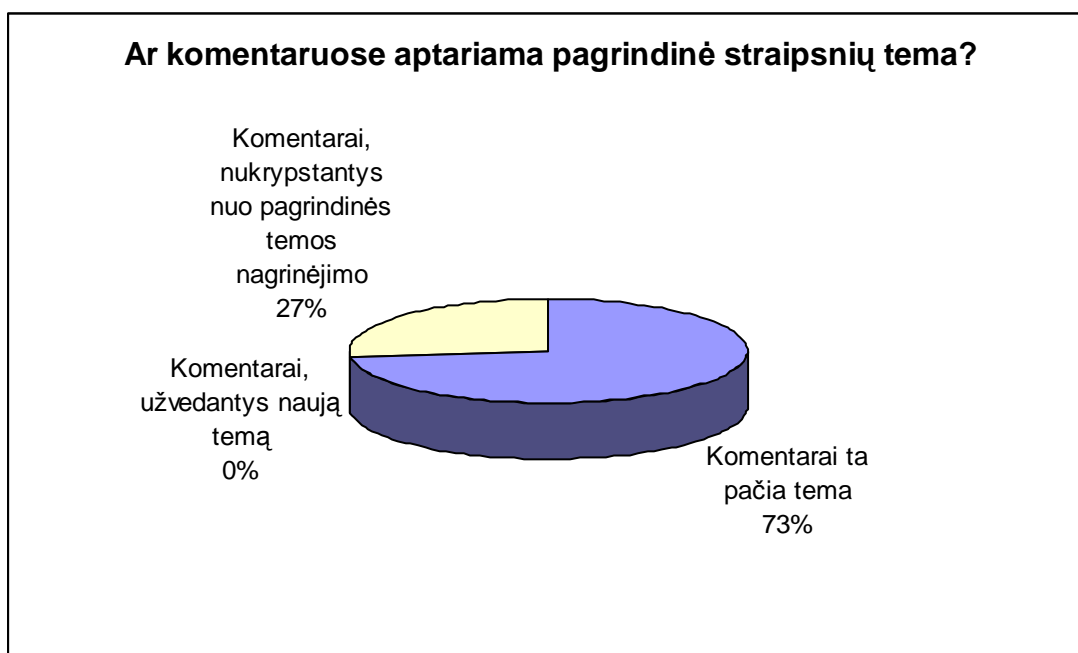


Įvardintos priežastys, dėl ko Lietuvos prezidentas turėtų ar neturėtų vykti į Rusiją yra įvairios ir argumentuotos, komentaruose aiškinamos pakankamai išsamiai. Kaip matyti iš 8 ir 9 *schemas*, diskusijos dalyviai argumentuodami nagrinėjamą situaciją laikosi panašių nuomonių ir atsakymo ieško istoriniuose Rusijos ir Lietuvos santykiuose. Vieni laikosi nuomonės, kad dėl praeityje patirtos Rusijos skriaudos Lietuvos prezidentui nederėtų vykti į Rusiją, o kiti mano, kad jau pats laikas užmiršti praeities skriaudas ir atversti naują draugiškų santykių su Rusija puslapį. Vis dėlto tikrinant nuomonių argumentuotumą svarbesniu rodikliu yra 7 *schemoje* 65 proc. užimančios neargumentuotos nuomonės. Tai rodo, kad komentarų autoriai nori tik pareikšti savo sprendimą ar nuomonę ir nepateikti argumentų, kodėl taip galvoja. Tokie neargumentuoti pareiškimai neduoda jokios naudos ir poveikio nei kitiems diskusijos dalyviams, nei turi galimybę atkreipti valdžios dėmesį. Tam, kad diskusijos nuomonės sulauktų valdžios dėmesio, jos negali būti tokios padrikos, kokias pateikia komentarus rašantys žmonės. J. Habermasas kalbėjo apie visuomenės ginčų ir diskusijų būdu pasiekiamą bendrą nuomonę, kuri dėl savo masiškumo ir vieningumo gali veikti valdžios sprendimus. Šiuo atveju negalima pasakyti, kad interneto komentatoriai sugebėjo įtikinti vieni kitus priimti vieningą nuomonę ar bent argumentuotai išvystyti pokalbį.

#### 4. Temos nukreipimas.

Norint įvertinti, ar diskusija internete vyksta tikslingai ir sistemingai, reikia patikrinti, ar interneto komentatoriai sugeba koncentruotis ties viena tema ir ją išanalizuoti. Taip pat bus siekiama išsiaiškinti, ar viena tema gali paskatinti kitos atsiradimą.

10 schema



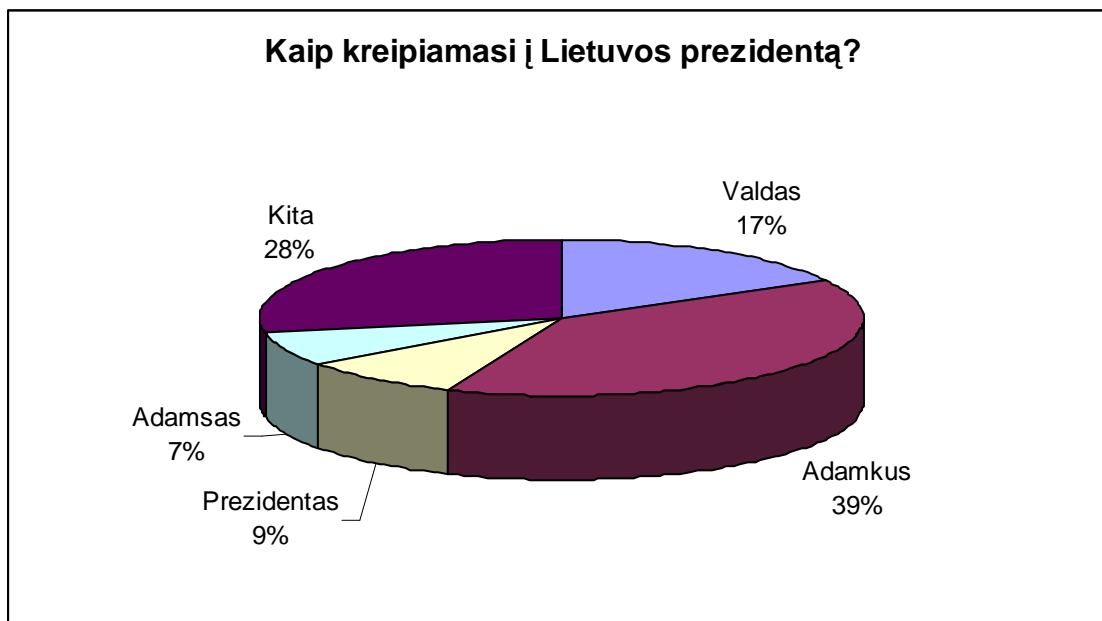
Kaip matyti iš *10 schemas*, kalbėdami apie Lietuvos prezidento vykimą ar nevykimą į Rusijos pergalės minėjimą, diskusijos dalyviai neužveda visai naujų temų (0 proc.), tuo tarpu nukrypsta nuo pagrindinės nagrinėjamos temos 27 proc. diskutuojančiųjų. Temos nukreipimas tyrime suprantamas kaip neatsakymas ir nediskutavimas straipsnyje gvildinama tema. Komentarai, užvedantys naują temą, reikštų, kad diskusijos dalyviai iškelia naują temą ir skatina kitus į ją įsijungti, tačiau tokių temų nagrinėjamuose komentaruose nepasitaikė. Stebint rezultatus galima daryti išvadą, kad diskutuojantys žmonės internete yra pakankamai koncentruoti ir linkę diskutuoti tik ta tema, kuri gvildinama straipsnyje. Skaičiuojant komentarus, nukrypstančius nuo pagrindinės temos, buvo atsižvelgta, ar komentare išsakyta nuomonė yra aiški ir suprantama kitų komentarų kontekste ir ar ji yra tikslinga, siekianti išreikšti poziciją. Kaip nukreipiantys nuo pagrindinės diskusijų temos laikyti komentarai apie prezidento aprangą, JAV politinės situacijos aptarimą, apie agurkus ir pomidorus, kurie diskusijų kontekste nesuvokiami kaip kieno nors simboliai, Hitlerio šeimos istoriją, Lietuvos gyventojų emigraciją ir kt. Šios temos nepratęsia pagrindinės diskutuojamos temos ir nesukuria jokio prasmingo konteksto. Tokios temos atsiranda labai epizodiškai ir paprastai nesulaukia didelio kitų diskusijų dalyvių dėmesio – po pavienių nuo temos nukrypstančių komentarų vėl grįžtama prie pagrindinio pokalbio apie prezidento sprendimą dėl vizito į Rusiją.

##### *5. Požiūris į diskusijų subjektą.*

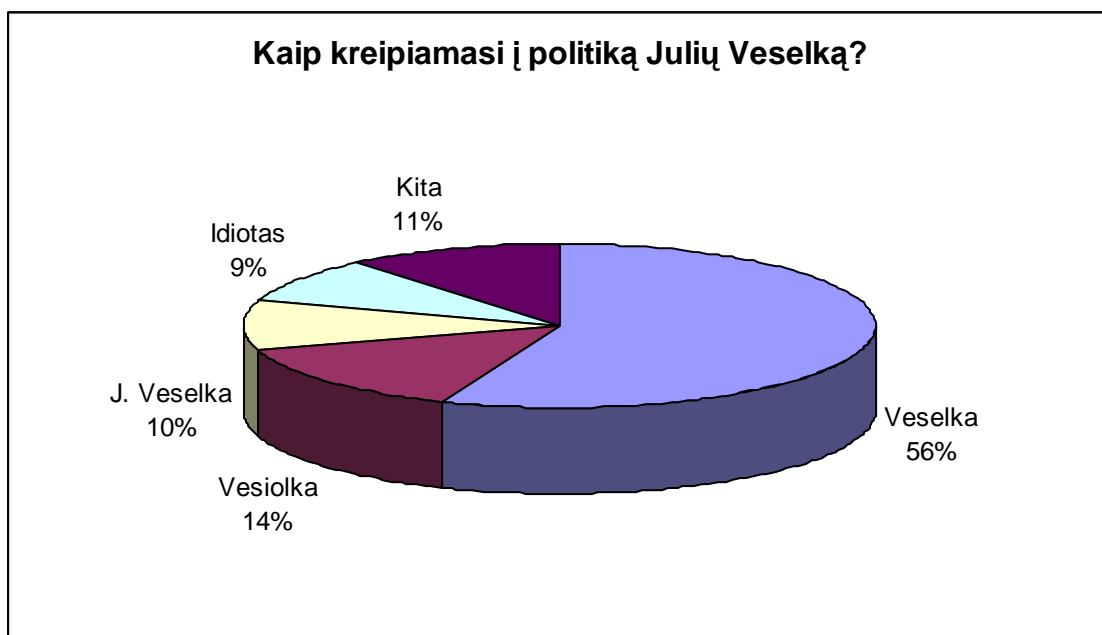
Tai, kaip diskusijos dalyviai kreipiasi ir įvardina diskusijų subjektą – Valdą Adamkų, kitame straipsnyje – politiką Julijų Veselką, galėtų parodyti, koks diskutuojančiųjų požiūris į Lietuvos politikos veikėjus, ar išlaikoma pagarba aukščiausiam Lietuvos asmeniui nepaisant to, teigiamą ar neigiamą nuomonę apie jį turi susiformavęs diskutuojantis asmuo. Šio aspekto nagrinėjimas papildo prieš tai nagrinėtą pagarbos vienas kito nuomonei kriterijų. Be pagarbos ir solidarumo J. Habermasas neįsivaizduoja racionalaus, protingo pokalbio, todėl komentarų rašytojai turėtų išlaikyti pagarbą (bet nebūtinai rodyti pritarimą ar nutylėti kritiką) tiek vieni kitiems, tiek diskusijų subjektui. Tai, kad komentaruose vartojami necenzūriniai žodžiai, įžeidžiančiais žodžiais kreipiamasi į kitus diskusijų dalyvius, parodo diskutuojančiųjų netolerantiškumą ir nepagarbą. Kaip teigia interneto kritikai, realybėje žmonės yra kur kas mandagesni ir išlaiko kur kas didesnę pagarbą vieni kitiems, o interneto suteikiama kiberdemokratija kartais peržengia ribas. Kaip buvo cituota anksčiau, „internetu niekas nežino, kad tu esi šuo“. Tai, kad gali kalbėti ką nori neribodamas savo minčių ir nevaržydamas savo laisvės, suteikia žmonėms galimybę neatskleidžiant savo tapatybės pasakyti viską tokiais žodžiais, kokiais norima.

Suskaičiavus kreipinius į Lietuvos prezidentą ir politiką Julijų Veselką, bus aišku, ar diskutuojantys išlaiko atstumą ir deramą pagarbą visuomenės išrinktiems atstovams. Necenzūrinių žodžių ir įžeidžiančių kreipinių vartojimas internete parodo diskutuojančių žmonių kultūros suvokimą.

11 schema



12 schema



11 schemoje aiškiai atsispindi diskutuojančiųjų internete požiūris į Lietuvos prezidentą. Dažniausiai į jį kreipiamasi pavarde (39 proc.) arba vardu (17 proc.), tačiau kategorijai „kita“ (28 proc.) priskirtus atsakymus sudaro tik neigiami kreipiniai tokie kaip „slepetevičius“, „tapkė“, „adamkevičius“, „valdukas“, „iškrypėlis“ ir kiti. 7 proc. kreipinių į prezidentą sudaro atsakymas „adamsas“, kuris taip pat parodo diskutuojančiųjų nepagarbą prezidentui. Palyginus kiekybiškai, kreipinių į prezidentą pavarde ir įžeidžiančių kreipinių komentaruose yra beveik po vienodą skaičių. Tai, kad diskusijų dalyviai leidžia sau prezidentą vadinti Valduku ar iškraipyti pavardę rodo, kad požiūris į aukščiausią

politinį postą užimančių asmenų yra ne tik neigiamas, bet ir paniekiantis. Interneto komentarų rašytojai prezidentui nepagarbą labiausiai reiškia dėl to, kad jis negali greitai priimti sprendimo, vyksti ar nevykti į Rusiją, kiti kaltina prezidentą jo sprendimu vyksti, nors jis dar ir nepriimtas. Be to, nagrinėdami temą ir kalbėdami apie prezidentą komentatoriai apeliuoja į Valdą Adamkų ne kaip į sprendimo priėmėją, bet kaip į asmenį. Tai prieštarauja J. Habermaso racionalaus pokalbio sąlygoms.

Politikas Julius Veselka taip pat sulaukia įvairių vertinimų. Tiesiog pavarde į jį kreipiasi 56 proc. diskutuojančiųjų ir 10 proc. kreipiasi vardu ir pavarde. Iš 12 *schemos* gali atrodyti, kad kreipiniai į J. Veselką yra neutraliesni, nes jų procentinė išraiška nėra tokia didelė, tačiau daugiau nei pusė komentarų, kuriuose J. Veselka vadinamas neutraliai – tiesiog pavarde – vartojami neigiamame kontekste. Atsakymus, priskirtus kategorijai „kita“ taip pat sudaro tik įžeidžiantys kreipiniai: „idiotas“, „debilas“, „duchelis“, „dolbas“ ir kiti.

Apibendrinant nagrinėjamą aspektą galima daryti išvadą, kad internete diskutuojančių žmonių požiūris į Lietuvos prezidentą ir politiką J. Veselką yra daugiau neigiamas nei teigiamas ir išreiškiamas įžeidžiančiais pareiškimais. Būdai, kuriais išsakomas kritiškas požiūris į valdžią, neatitinka J. Habermaso apibūdintos viešojoje erdvėje vykstančios racionalios diskusijos kriterijų.

#### 6. Diskusijos vystymas per klausimus ir atsakymus.

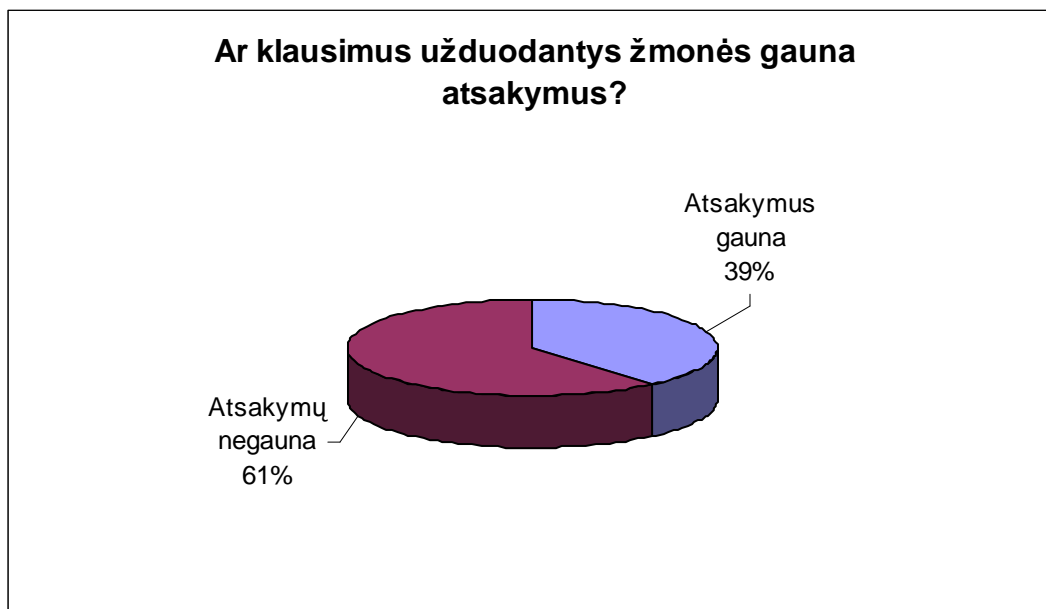
Nagrinėjant šį aspektą komentuose ieškota diskusijai būdingų bruožų. Diskusiją lengviausia atpažinti per užduodamus klausimus ir atsakymus. Jei jų nėra, diskusija negali vykti veiksmingai. Internete nėra vieno vedančiojo, kuris uždavinėtų klausimus ir taip skatintų dalyvių aktyvumą, todėl diskusijos aktyvumas priklauso nuo pačių dalyvių. Tik per klausimus ir atsakymus diskusijos dalyviai gali ginčytis, prieštarauti ir reikalauti nuomonės argumentavimo. Anot J. Habermaso, norint pasitikrinti savo teiginio teisingumą, būtina pasitikrinti jį per kitų žmonių vertinimus. Nagrinėjant šį aspektą tikslinga suskaičiuoti, kokioje dalyje komentarų žmonės užduoda klausimus ir kokia jų dalis sulaukia atsakymų.

13 schema



Kaip matyti iš 13 schemos, 14 proc. visų nagrinėjamų komentarų yra pateikiami klausimai kitiems interneto diskusijos dalyviams. Vertinti, kokią dalį diskusijoje turėtų sudaryti klausimai ir atsakymai labai sunku, todėl vertėtų išnagrinėti, ar užduodami klausimai sulaukia kitų diskusijos dalyvių dėmesio, ar į juos atsakoma.

14 schema



14 schemoje rezultatai rodo, kad mažiau nei į pusę klausimų žmonės sulaukia atsakymų (39 proc.) ir net 61 proc. klausimų taip ir lieka neatsakyti. Iš to galima daryti išvadą, kad didžiąją dalį komentarų sudaro atskiros nuomonės, o diskutuojantys žmonės nėra linkę tikrintis savo nuomonės ar gilinti temą vystydami diskusiją su kitais. Stebint komentarų eiliškumą galima pamatyti, kad klausimų ir atsakymų pateikimas internete vyksta gana epizodiškai. Paprastai pateikus klausimą, atsakymas duodamas iškart (per 5 – 10 min.). Jei per tą laiką į klausimą neatsakoma, į jį nebeatsakoma iš viso. Tai nulemia internetinės diskusijos sparta – nauji komentarai pasirodo kiekvieną minutę, todėl po kelių minučių prie komentatorių prisijungęs naujas žmogus nemato prasmės perskaityti visus iki tol buvusius komentarus. Kita vertus, komentarai nėra skirti tiesioginei diskusijai internete. Komentarų rašymo tikslas – išreikšti savo nuomonę nagrinėjama tema, išgirsti kitų nuomones ir tik tuomet užmegzti pokalbį norint išsiginčioti bendrą visuomenės nuomonę. Išlaikyti dėmesį sau internete vykstančioje diskusijoje labai sunku – pasirodęs klausimas paprastai sulaukia ne daugiau trijų atsakymų, o vėliau pamiršamas atsiradus naujiems, todėl tikimybė, kad diskusijos dalyvis sugebės savo klausimu pakreipti diskusiją nauja linkme, yra labai maža.

Apibendrinant galima teigti, kad nagrinėtas aspektas (klausimų ir atsakymų atsiradimas komentuose) atitinka racionalios diskusijos ir idealios kalbos situacijos bruožus, tačiau galbūt nėra pakankamas siekiant išvystyti pokalbį, kuriame nuolat keičiamasi nuomonėmis, klausiama, atsakoma.

### 7. Internete rašančių komentatorių aktyvumas.

Nagrinėjant, ar diskusijos dalyviai yra aktyvūs, ar dažnai reiškia savo nuomonę ir įsitraukia į pokalbį, buvo skaičiuojama, kiek komentarų parašo vienas žmogus. Atsakymai skirti į keturias kategorijas: 1 komentaras, 1 – 5 komentarai, 5 – 10 komentarų, daugiau nei 10 komentarų.

**15 schema**



15 schema parodo, kad daugiausia diskusijos dalyvių parašo tik po vieną komentarą (43 proc.), aktyviausieji, kurie parašo po daugiau nei dešimt komentarų sudaro 9 proc. Atsakymų skaičius nėra visiškai teisingas ir objektyvus todėl, kad kiekvienas straipsnio komentatorius kiekvieną kartą gali pasivadinti vis kitu vardu. Tokiu atveju, jei kiekvieną kartą komentatorius pasivadina nauju vardu, jo parašytų komentarų skaičius yra didesnis nei vienas. Tokią galimybę parodo komentatorių vietoj vardų rašomi pavadinimai, kuomet greičiausiai kituose komentaruose būna nauji: „Ką darytumėte“, „Tiesa“, „Ar teisybė“, „Siūlau“ ir pan. Šie pavadinimai, rašomi vietoj vardų, greičiausiai keičiami pagal komentare išsakomą nuomonę. Remiantis gautais rezultatais ir laikant juos teisingais, 57 proc. komentuotojų diskutuodami parašo daugiau nei vieną komentarą. Iš to galima daryti išvadą, kad daugiau nei pusė diskusijos dalyvių yra linkę labiau įsigilinti į temą ir diskutuoti su kitais.

Sprendžiant, dėl kokių priežasčių komentatoriai nustoja diskutuoti parašę tik po vieną komentarą, kelta prielaida, kad iš diskusijos pasitraukia tie, kurie užduoda klausimus ir gavę atsakymus nebemato prasmės toliau gilintis į temą.

## 16 schema



Iš 16 schemos matyti, kad prielaida nepasitvirtino – komentatoriai, kurie pateikia klausimus, gavę atsakymus nepasitraukia iš diskusijos ir dalyvauja toliau (83 proc.). Tie, kurie parašę savo nuomonę iš karto pasitraukia iš diskusijos parodo, kad komentarai rašomi tik tam, kad būtų išsakytos atskirų individų nuomonės neturint tikslo išgryninti bendrą visuomenės nuomonę. Greičiausiai šiems žmonėms internetas yra tik priemonė pareikšti savo nuomonę, nors realiai jos pareiškimas ar nepareiškimas be tolimesnių veiksmų neduoda jokios naudos.

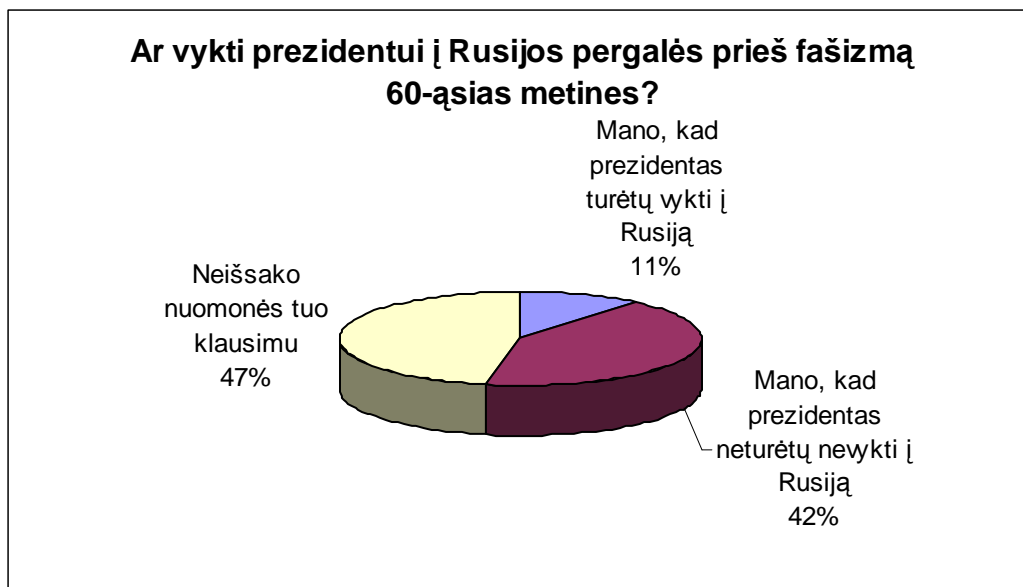
Vienos diskusijos trukmė – nuo 2 iki 11 dienų. Galima pastebėti, kad aktyvi diskusija negali vykti visas 11 dienų, kurioje dalyvautų tie patys interneto lankytojai, todėl paskutinėmis dienomis komentarų parašoma nedaug ir jie nebeatgaivina aktyvaus pokalbio.

#### 8. Poveikis valdžios sprendimams.

Nustatyti, ar interneto tinklapio “Delfi” komentatorių nuomonė, kaip turėtų pasielgti Lietuvos prezidentas, gavęs kvietimą vykti į Rusiją, turėjo įtakos prezidento sprendimui, atliekant šį tyrimą neįmanoma. Būtent todėl nagrinėjant šį aspektą bus tik lyginama, ar prezidento ir visuomenės nuomonė, išreikšta komentaruose, sutapo ir kokios reakcijos sulaukė straipsniai, pranešantys apie prezidento sprendimą.



## 17 schema



17 *schema*je matyti, kad diskutavusių internete žmonių nuomonė nebuvo visai vieninga, tačiau didesnė dalis išreiškusiųjų savo nuomonę (42 proc.) nepritarė prezidento vykimui į Rusiją. Didelė dalis komentatorių (47 proc.) apskritai neišsakė savo pozicijos.

Tyrime nagrinėjamų straipsnių komentaruose išsakoma nuomonė (nevykti į Rusiją) nebūtinai sutampa su pačiuose straipsniuose išsakoma nuomone, todėl galima sakyti, kad patys straipsniai įtakos komentatorių pareiškimams neturi.

Didesnės daugumos komentatorių nuomonės (nevykti į Rusiją) buvo laikomasi ir kituose straipsnių komentaruose šia tema. Nežinia, ar prezidento sprendimui nevykti į Rusiją turėjo įtakos visuomenės nuomonė, išreikšta internete, tačiau jo žodžiai, išspausdinti “Delfi” straipsnyje, leidžia kelti tokią prielaidą: “Šiuo klausimu reikalinga platesnė visuomenės, Seimo ir Vyriausybės diskusija. Kai ta tema bus išdiskutuota ir bus prieita tam tikra išvada, padarysime ir sprendimą” [9]. Ši citata leidžia manyti, kad priimant sprendimą, ar vykti į Rusijos pergalės minėjimą, buvo atsižvelgta ir į visuomenės nuomonę.

Remiantis J. Habermaso apibūdinta viešąja sfera ir racionalios diskusijos sąlygomis, galima daryti išvadą, kad poveikio valdžios sprendimui daryti “Delfi” komentatoriai nesiekė aktyviai ir sąmoningai, greičiau tai buvo diskusija norint išreikšti nuomonę vieni kitiems, pakalbėti aktualia tema.

#### 9. Komentatorių tapatybės nustatymas.

Skaičiuojant diskusijos dalyvius, kurie prie savo komentaro pateikia vardą ir elektroninio pašto adresą pasirodė, kad žmonių, norinčių atskleisti savo tapatybę, internete beveik nėra. Iš 1600 komentuotojų tik du pateikė savo elektroninio pašto adresus. Dėl to galima teigti, kad diskutuojantiems išties svarbu, kad jų tapatybė nebūtų atskleista. Norą iš viešosios erdvės diskusiją perkelti į privačią erdvę išreiškė tik vienas diskusijos dalyvis, prašęs, kad kas nors duotų jam kito dalyvio telefono

numerį, tačiau nei dalyvis, kurio telefono buvo prašoma, nei kiti į šią norą nesureagavo. Labai mažai diskusijos dalyvių pasirašo vardais, kurie taip pat gali būti išgalvoti ar bent jau niekaip neidentifikuoja rašančiojo. Didžioji dalis diskusijos dalyvių pasirašo pseudonimais, kurie iš karto parodo, jog žmogus tapatybės atskleisti neketina. Dažniausiai nustatyti lytį iš pseudonimo ar komentaro turinio taip pat neįmanoma.

Šis aspektas akivaizdžiai parodo, kad atvira diskusija su įžeidžiančiais kreipiniais gali vykti tik tuomet, kai žmogus turi galimybę likti nežinomas. Kitu atveju diskusija greičiausiai vyktų labiau apgalvotai, nepagarbos vienas kitam būtų mažiau.

### 3.3.2. Kokybinis tyrimas

#### 1. *Konsensuso siekimas diskusijoje.*

Išnagrinėjus visų trijų diskusijų paskutinius (po 100) komentarus ir stebint, ar keičiasi komentarų pobūdis, ar prieinama prie vieningos nuomonės ir ar rodomas didesnis pritarimas vieni kitų nuomonei, nepastebėti jokie pasikeitimai. Paskutiniai komentarai savo turiniu niekuo nesiskiria nuo pirmųjų – komentatoriai pateikia savo nuomones ir požiūrius, užduoda klausimus, rodo pritarimą arba nepritarimą kitų diskusijos dalyvių nuomonei. Konsensusas diskusijose nepasiekiamas, nors dominuojanti nuomonė yra viena. Pagal J. Habermaso apibūdintą viešąją sferą, diskutuodami ir ginčydamiesi diskusijos dalyviai pasiekia konsensuą, tačiau šiuo atveju diskusijos dalyvių nuomonės neveda prie jokio rezultato – žmonės internete savo nuomones reiškia kaip atskiri individai. Internetas čia tampa vieta, kurioje “suberiamos” pavienės nuomonės. Internete suteikiama galimybė būti išgirstoms visų nuomonėms šiuo atveju nesukuria pasekmės (nebent valdžios atstovai patys savo iniciatyva domisi, apie ką diskutuoja visuomenė ir kokios nuomonės dominuoja). Remiantis objektyviais rezultatais, gautais anksčiau nagrinėtuose pjūviuose, galima daryti išvadą, kad konsensuso nebuvimą patvirtina ir nepagarbos vieni kitiems išreiškimas, mažas atsakymų kiekis į užduodamus klausimus.

#### 2. *Veiksmo paskatinimas.*

Racionalios diskusijos rezultatas – veiksmo paskatinimas. Diskusijos, kurios nedaro įtakos valdžios sprendimams, kur neprieinama bendra nuomonė ir kur nepaskatinamas joks veiksmas neatlieka savo funkcijų. J. Habermasui diskusija be išvardintų elementų neatitinka racionalios diskusijos, vykstančios viešojoje sferoje, bruožų. Internete vykstančiai diskusijai šią sąlygą patenkinti iš tiesų sunku, nes dalyviai nemato vieni kitų ir nėra kas paskatintų jų bendrumą. Nagrinėjant šį aspektą komentaruose ieškota tokių, kurie skatintų kitus dalyvius imtis kokių nors veiksmų kovojant už savo nuomonę arba norint atkreipti valdžios dėmesį.

Atlikus komentarų analizę paaiškėjo, kad iš 1600 nagrinėtų komentarų tik trijuose iš jų galima išvelgti veiksma skatinančių užuominų, tačiau jos nėra rimtos ar stiprios, kad galėtų sulaukti kitų diskusijos dalyvių pritarimo. Kaip paskata veikti išskiriami šie komentarai:

1. „Geriau organizuoti grandinę nuo Vilniaus iki Berlyno su svastika ir fakelais“.
2. „Kas trukdo padaryti išsamią kroniką su šiuolaikine technika, apklausiant ir gynėjus ir bandant rasti kai kuriuos vykdytojus ir tai parodant taip, kad ir Rusija pamatytų? Kas trukdo išspausdinti ir išplatinti lankstinukus“?
3. „Manau, reikėtų mums, chebra, susirinkti, išspardyti subines šitiems Maskvos laižytojams. O po kokio šimtmečio mūsų proanūkiams pakviesti jų proanūkius išgerti arbatos už tai, kad neleidom spardyti jų užpakalių kitiems“.

Iš tiesų nei vienas iš išvardintų paskatinių imtis kokių nors veiksnių nėra įtikinantis, nes greičiausiai ir patys komentarų autoriai nesiekia rimtai paskatinti kitus veikti. Neužtikrintumą parodo tik patarimo, o ne skatinančio pobūdžio žodžiai: „geriau organizuoti“, „kas trukdo“, „manau, reikėtų“. Be to, pirmuoju ir trečiuoju komentaru labiau siekiama parodyti savo ironišką požiūrį nei ketinimus kažko imtis. Antrajame komentare tik klausiama, tačiau iš platesnio konteksto galima išvelgti komentatoriaus norą parodyti lietuvių neaktyvumą ir taip sukelti veiksma. Nei vienas iš trijų komentarų nesulaukė nei pritarimo, nei prieštaravimų iš kitų diskusijos dalyvių. Tai parodo, kad veiksmo užuomazgos yra labai silpnos ir jų net negalima laikyti rimtais ketinimais paskatinti žmones veikti ir ne tik nuomonėmis, bet ir konkrečiais veiksmais bandyti veikti valdžios sprendimus. Be to, nei vienas iš komentatorių nesiekia skatinti veiksmo, nukreipto į valdžios sprendimus. Išvardinti komentatorių veiksmai yra skirti Rusijos ir Lietuvos santykiams parodyti ir yra nukreipti prieš Rusiją.

Apibendrinant galima daryti išvadą, kad „Delfi“ interneto tinklapyje nagrinėjama tema komentarus rašantys žmonės neturi tikslo paveikti valdžios sprendimų savo išsakomomis nuomonėmis. Burti žmones atkreipti Lietuvos politikų dėmesį nesiima nei vienas interneto komentatorius, todėl jų išsakomos nuomonės yra pakankamai pasyvios, nors ir išreiškiamos gana emociškai, paaštrinant nuomones necenzūriniais žodžiais.

### 3.4. Tyrimo išvados

Išvedant bendrą rodiklį, kuris parodytų tyrimo hipotezės patvirtinimą arba paneigimą, rezultatai procentais, nusveriantys hipotezės teisingumą į vieną ar kitą pusę, surašyti į žemiau pateikiamą lentelę. Kaip rezultatai priskirti vienai ar kitai kategorijai, paaiškinta 3.1. skyriuje.

| <b>Nagrinėti požymiai</b>                                 | <b>Požymis, nepatvirtinantis hipotezės</b><br>(skaičiuotų vienetų procentinė išraiška) | <b>Požymis, patvirtinantis hipotezę</b><br>(skaičiuotų vienetų procentinė išraiška) |
|---|--|---|
| <b>1. Pagarba kitų diskusijos dalyvių nuomonėms.</b>      | 59   | 41  |
| <b>2. Necenzūrinių žodžių vartojimas kalboje.</b>         | 77   | 23  |
| <b>3. Nuomonės argumentavimas.</b>                        | 35   | 65  |
| <b>4. Temos nukreipimas.</b>                              | 73   | 27  |
| <b>5. Požiūris į diskusijų objektą.</b>                   | 64   | 112   |
| <b>6. Diskusijos vystymas per klausimus ir atsakymus.</b> | 39   | 61  |
| <b>7. Konsensuso siekimas diskusijoje.</b>                | 0  | 100   |
| <b>8. Veiksmo paskatinimas.</b>                           | 0  | 100   |
| <b>9. Poveikis valdžios sprendimams.</b>                  | --- (žr. *)  | --- (žr. *)   |
| <b>10. Interneto rašančių komentatorių aktyvumas.</b>     | 57   | 43  |

\* Poveikio valdžios sprendimams kriterijus nebuvo vertintas nei kaip patvirtinantis, nei kaip paneigiantis hipotezę todėl, kad nėra objektyvių duomenų apie tai, ar prezidentas priimdamas sprendimą rėmėsi interneto tinklapio „Delfi“ komentatorių nuomonėmis.

Suskaičiavus rezultatus ir priskyrus juos prie kategorijų, rodančių hipotezės teisingumą ir rodančių hipotezės paneigimą, didesnė dalis rezultatų parodė hipotezės pagrįstumą (58,6 proc. rezultatų lyginant su 41,4 proc.), tačiau rezultatai nėra absoliutūs.

Hipotezės pasitvirtinimas rodo, kad diskutuodami interneto tinklapyje „Delfi“ dalyviai neužmezga protingos, racionalios diskusijos, kuri atitiktų J. Habermaso apibūdintą racionalią diskusiją, idealios kalbos situaciją ir nepatenkina visų viešosios erdvės egzistavimo sąlygų.

Hipotezę patvirtinta tikrinant diskusijos dalyvių pagarbą ir požiūrį į kitų nuomones, pagarbą politikams, diskusijos per klausimus ir atsakymus palaikymą, konsensuso siekimą ir veiksmo skatinimą. Atlikus žvalgomąjį tyrimą paaiškėjo, kad interneto diskusijos dalyviai nevertina aukščiausius postus užimančių politikų, vertina juos kaip asmenis remdamiesi subjektyviais kriterijais, o ne žiūrėdami kaip į sprendimų priėmimo teisę turinčius politinius veikėjus.

Gana mažas atsakomumas į diskusijoje užduodamus klausimus rodo, kad internete vystomo pokalbio dalyviai neišnaudoja interneto teikiamos funkcijos – daugelio su daugeliu komunikacija. Pokalbio dalyviai nesuvokia jo kaip diskusijos ar vietos, skirtos nuomonių keitimuisi, internetas čia atlieka atskirų nuomonių „paskelbėjo“ vaidmenį.

Hipotezė nepaneigta absoliučiai, nes rezultatų persvara nebuvo labai didelė. Hipotezės nepagrįstumui įtakos turėjo necenzūrinių žodžių vartojimo kalboje, temos nukreipimo, komentatorių aktyvumo kriterijų tyrimas. Atmetus necenzūrinius žodžius, kuriais kreipiamasi į Lietuvos prezidentą ir politiką J. Veselką, necenzūrinių žodžių vartojimo kalboje procentinė išraiška nėra didelė. Kita vertus, bet koks viešas nuomonės reiškimas internete naudojant necenzūrinius žodžius rodo komentatorių nebrandumą ir nesugebėjimą protingai kritikuoti.

Vertinant temos nukreipimo aspektą pastebėta, kad žmonės internete geba koncentruotis ties nagrinėjama tema, nes nuo pagrindinės temos nukreipiančių minčių pasitaikė nedaug.

Interneto diskusijos dalyviai aiškiai išreiškia nepagarbą kitiems diskusijos dalyviams, taip pat politikams, apie kuriuos diskutuojama. Tai prieštarauja racionalios diskusijos vystymo galimybei, nes pagarba vieni kitiems yra būtina sąlyga norint palaikyti protingą pokalbį.

Internetu diskutuojantys individai neturi tikslo savo išsakomomis nuomonėmis veikti valdžios sprendimų, neskatina jokių tolimesnių veiksmų atkreipti valdžios dėmesį. Tai rodo, kad internete nėra išnaudojama galimybė aptarti politinius įvykius ir priešus bendrą nuomonę daryti įtaką valdžiai.

Diskusijų dalyviai savo nuomonių pareiškimu nesiekia konsensuso, nuomonių išsakymas suprantamas kaip atskirų individų požiūris be noro diskutuojant suformuoti bendrą visuomenės nuomonę.

Diskusijos dalyviai geba susikoncentruoti ties viena tema ir yra aktyvūs rašydami komentarus. Diskusijų trukmė parodo, kad politiniai įvykiai susilaukia daug komentatorių dėmesio, visuomenei politinės temos yra aktualios ir svarbios.

Pagrindinio racionalios diskusijos principo – nuomonės argumentavimo nagrinėtoje interneto tinklapije „Delfi“ diskusijoje nesilaikoma, beveik du trečdaliai komentatorių pateikė nepagrįstą nuomonę. Tai parodo, kad Lietuvos interneto tinklapije „Delfi“ komentatoriai nėra pasirengę brandžiai politinei diskusijai.

Nors „Delfi“ komentatorių daugumos nuomonė sutapo su Lietuvos prezidento priimtu sprendimu, nėra rodiklių, kuriais remiantis būtų galima patikrinti komentatorių nuomonės poveikį valdžiai.

Tipinis „Delfi“ komentatorius internete elgiasi taip, tarsi norėtų sumenkinti oponento nuomonę neturėdamas pagrįstų argumentų, kodėl jo nuomonė neteisinga. Tai patvirtina 2003 metais atliktos Lietuvos ir Latvijos interneto kaip viešosios erdvės lyginamosios analizės išvadą, kad internete vyrauja emocijos ir prietarai.

Pabrėžtina, kad atliktas tyrimas yra žvalgomasis, o gauti rezultatai ir prieitos išvados netaikomos visiems internete vykstantiems pokalbiams bei diskusijoms. Tyrime nagrinėti tik „Delfi“ tinklapiu vienos temos komentarai.

## IŠVADOS

Smarkiai pakitęs šiuolaikinės žiniasklaidos vaidmuo, taip pat visuomenės tarpusavio santykiai, pakeitė ir viešąją sferą, atitolino nuo tos, kurią įsivaizdavo egzistuojant vokiečių filosofas J. Habermasas. Jo viešosios sferos modelis šiuolaikinėje visuomenėje atrodo ideologizuotas ir sunkiai įgyvendinamas pagal tas sąlygas, kurias apibrėžė J. Habermasas.

Internetas kaip viešoji sfera nėra pajėgus patenkinti visų J. Habermaso viešajai sferai keliamų reikalavimų. Jo apibūdintas racionalus pokalbis ir ideali kalbos situacija internete nevyksta pagal tuos principus, kurie užtikrina viešosios nuomonės susiformavimą ir paskatina veiksmą.

Internetas dėl savo specifinių bruožų, kurie nėra būdingi jokiai kitai tradicinei žiniasklaidos priemonei, yra problemiškas ir keičia viešosios sferos sąvoką. Išskirtiniais interneto bruožais laikomi anonimiškumas, personalizacija, itin greitas žinių perdavimas ir milžiniško duomenų kiekio prieinamumas. Anonimiškumas daugeliu atveju prisideda prie kiberdemokratijos kūrimo, bet taip pat suteikia nežabotą žodžio laisvę, kuri kartais peržengia pagarbos kitiems ribas.

Kita vertus internetas, skirtingai nuo kitų žiniasklaidos priemonių, sugrąžina visuomenei tokią viešąją erdvę, kurioje asmenys gali pareikšti savo nuomonę nepriklausomai nuo socialinio statuso, tautybės, lyties ar kitų veiksnių. Internetas suteikia lygias galimybes kritikuoti, reikšti pritarimą, nepritarimą, klausti, atsakyti, diskutuoti. Tokiu būdu internetas prisideda prie demokratiškos visuomenės kūrimo. Žodžio laisvė suteikiama ne tik žiniasklaidai, bet ir kiekvienam individui.

Remiantis TNS Gallup pateiktų statistinių duomenų analize, galima teigti, kad interneto suteikiamų galimybių naudojimas Lietuvoje dėl turinės diferenciacijos ir skaitmeninės atskirties kol kas yra ribotas – jo vartojimas labiausiai paplitęs tik didžiuosiuose Lietuvos miestuose. Tai trukdo užtikrinti maksimalų viešumą.

Anonimiškumas internete suteikia galimybę žmonėms išsakyti tai, ko nedrįsta pareikšti realybėje. Tai skatina visuomenės politinį aktyvumą, leidžia internete kalbėti visuomenei aktualiomis temomis.

Vieningos nuomonės dėl interneto kaip viešosios erdvės egzistavimo mokslininkams priėti nepavyko. Dėl virtualumo internetas kartais vadinamas viešosios erdvės iliuzija. T. W. Luke, V. Savukynas ir A. Balčytienė savo darbuose teigia, jog tai, kas vyksta internete, yra tik realaus pasaulio iliuzija. Dėl to galima daryti išvadą, kad interneto viešoji erdvė negali veikti pagal visas sąlygas, kurios taikomas realybėje veikiančioms viešosioms erdvėms.

J. Habermaso apibūdinta viešoji sfera idealiai atitinkdama visas keliamas sąlygas neegzistavo nei vienoje visuomenėje nei vienais laikais, todėl internetas taip pat negali sukurti idealaus viešumo modelio. Kaip bebūtų, internetas įnešė svarbų indėlį kuriant demokratiją ir skatinant politinį aktyvumą.

Internetas pakeitė masinės žiniasklaidos santykius su visuomene – iš vienas daugeliui komunikacijos pereita prie daugelio su daugeliu komunikacijos. Dėl to galima kelti prielaidą, kad taip susilpninta žiniasklaidos galia ir suteiktos didesnės galios visuomenei.

Atlikus kiekybinę ir kokybinę interneto tinklapio „Delfi“ lankytojų komentarų turinio analizę paaiškėjo, kad interneto vartotojai, rašantys komentarus ir diskutuojantys politinėmis temomis, nėra pasiruošę racionaliai diskusijai. Brandžios diskusijos nesivystymo priežastys nenagrinėtos, tam reikėtų atskiro tyrimo, tačiau akivaizdu, kad „Delfi“ vykstantis pokalbis daugiau yra atskirų dalyvių monologai, nei dialogas su kitais diskusijos dalyviais.

Tyrimo metu paaiškėjo, kad diskusijos dalyviai interneto teikiama galimybė likti nežinomais naudojami labai dažnai. Tai leidžia kelti prielaidą, kad pokalbis internete vyksta būtent dėl galimybės likti anonimu, nes jų pateikiami požiūriai ir vertinimai yra gana atviri, drąsūs, o neretai ir rodantys nepagarbą.

Norint suvokti, kodėl lankomiausiame lietuviškame interneto tinklapyje „Delfi“ brandi politinė diskusija nesivysto, ateityje reikėtų išnagrinėti Lietuvos kultūros ir patyrimo tradicijų susiformavimą. Darbe nebuvo vertinama politinės diskusijos kultūra ir jos formavimuisi turėję įtakos įvykiai, todėl ateityje tęsiant pradėtą temą reikėtų analizuoti Lietuvoje veikiančios demokratijos sampratą. Taip pat būtų naudinga išnagrinėti kitų šalių kultūras, kur demokratija ir politinė diskusija yra brandesnė, kur internetas naudojamas kaip viešosios erdvės arena, skirta racionalioms diskusijoms vystytis.



## BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ALEXY, Robert. *Teisinio argumentavimo teorija*. Vilnius, 2005.
2. BALČYTIENĖ A. *Apie naujosios žiniasklaidos kuriamas iliuzijas*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.infovi.vu.lt/ivs/biblioteka/temos/kiz.htm>>.
3. BAUDRILLARD, Jean. *Simuliakrai ir simuliacija*. Vilnius, 2002.
4. BIELINIS, Lauras. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilnius, 2005.
5. *Changing Perceptions of the Public Sphere* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://lang.rice.edu/pubsphere/summary.htm>>.
6. COLDIRON, A. E. B. *Public sphere/contact zone: Habermas, early print and verse translation*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.findarticles.com/p/articles/mi\\_m2220/is\\_2\\_46/ai\\_n9510585/pg\\_5](http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m2220/is_2_46/ai_n9510585/pg_5)>.
7. CROSSLEY N. *After Habermas: new perspectives on the public sphere*. NY, 2003.
8. DONSKIS, Leonidas. Neapykantos kultūra ir viešosios erdvės iliuzija internete. *Pilietinė visuomenė ir jos priešai: autoritetas, tiesa ir viešoji erdvė XXI a. pr. Lietuvoje*, Vilnius, 2004.
9. ELTA. *Adamkus tik po diskusijos apsispręs ar vykti į Maskvą*. [interaktyvus], 2005m. sausio 13 d., [žiūrėta 2006 m. kovo 4 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.delfi.lt>>.
10. GUDONIENĖ, Vilija. *Pilietinė visuomenė ir informacija* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m 9/gudoniene.html>>.
11. HABERMAS J. *The structural transformation on the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois*, UK, 2003.
12. *Habermas' public sphere* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.georgetown.edu/faculty/bassr/gaynor/publics.htm>>.
13. *History of the internet*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.netvalley.com/archives/mirrors/davemarsh-timeline-1.htm>>.
14. *Interactive features of online newspapers*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.firstmonday.org/issues/issue5\\_1/kenney/](http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/)>.
15. *Interactivity of the internet* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ifla.org/faife/papers/others/ife03.pdf>>.
16. *Internet as a public sphere* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.asc.upenn.edu/usr/chunter/public\\_sphere.html](http://www.asc.upenn.edu/usr/chunter/public_sphere.html)>.
17. JENS, Ulrich. *The internet as a political public sphere*. Denmark, 2004.

18. JOINSON A. *Understanding the psychology of internet behavior: virtual worlds, real lives*. Chicago, 2002.
19. JUOZAPAVIČIUS, Rytis. *Ar nyksta viešumas Lietuvoje?* [interaktyvus], 2006 m. kovo 16 d., [žiūrėta 2006 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www3.lrs.lt/pls/inter/w3\\_viewer.ViewDoc?p\\_int\\_tekst\\_id=15850&p\\_int\\_tv\\_id=1912&p\\_org=0](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w3_viewer.ViewDoc?p_int_tekst_id=15850&p_int_tv_id=1912&p_org=0)>.
20. KAKLAUSKAS, L. *Kompiuterių tinklai*. Šiauliai, 2003.
21. KARDELIS, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai, 2005.
22. *Komunikacijos ir informacijos žiniijos kultūriniai aspektai* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://infas.lzua.lt/algikurl/Internetas.htm>>.
23. LUKE, Timothy W. *Galia ir politika hiperrealybėje: kritinis Jean Baudrillard'o projektas*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.infovi.vu.lt/ivs/biblioteka/temos/KIZ.htm>>.
24. LUOBIKIENĖ Irena. *Socialinių tyrimų metodologija*. Vilnius, 2004.
25. LYOTARD, A. *The ideal speech situation*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.georgetown.edu/faculty/bassr/gaynor/end.htm>>.
26. McLUHAN, Marshall. *Kaip suprasti medijas: Žmogaus tęsiniai*. Vilnius, 2003.
27. MICKĖNAS, Albertas. *Internetiniai dienoraščiai – naujos viešosios sferos paadas*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. balandžio 14 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.culture.lt/lmenas/?leid\\_id=3026&kas=straipsnis&st\\_id=5825](http://www.culture.lt/lmenas/?leid_id=3026&kas=straipsnis&st_id=5825)>.
28. PAULAUSKAS M. P. *Skaitmeninės Lietuvos profiliai*. Vilnius, 2004.
29. POSTER, Mark. *The net as a public sphere?* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.wired.com/wired/archive/3.11/poster.if\\_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/3.11/poster.if_pr.html)>.
30. SAVUKYNAS, S. *Lietuviškojo interneto kontūrai*. Šiaurės atėnai. 1999 m. rugsėjo 18-25; spalio 9 d.
31. *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius, 2005.
32. *Trends & Statistics: The Web's Richest Source* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.clickz.com/stats/web\\_worldwide/](http://www.clickz.com/stats/web_worldwide/)>.
33. *Virtualių pilietinių erdvių Latvijoje ir Lietuvoje lyginamoji analizė*. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.valsty.be/?name=university&do=o\\_theme&oId=1&oType=university&fld=17&id=2](http://www.valsty.be/?name=university&do=o_theme&oId=1&oType=university&fld=17&id=2)>.

## 1 Priedas

### Populiariausi Lietuvos interneto tinklapiai

| <b>Tinklapis</b> | <b>Lankytojai</b> | <b>Vidutiniška<br/>apsilankymo<br/>trukmė</b> | <b>Pasiekiamumas</b> |
|------------------|-------------------|---|----------------------|
| delfi.lt         | 603,045           | 02:56   | 73,46%               |
| one.lt           | 467,533           | 09:49   | 56,95%               |
| takas.lt         | 403,445           | 00:51   | 49,15%               |
| autoplius.lt     | 276,554           | 01:44   | 33,69%               |
| omni.lt          | 242,245           | 00:31   | 29,51%               |
| klase.lt         | 221,965           | 00:40   | 27,04%               |
| draugas.lt       | 205,877           | 00:51   | 25,08%               |
| pazintys.lt      | 191,859           | 04:11   | 23,37%               |
| lrytas.lt        | 178,72            | 00:39   | 21,77%               |
| ieskok.lt        | 156,765           | 05:02   | 19,10%               |
| jippii.lt        | 152,968           | 01:08   | 18,63%               |
| eniro.lt         | 137,978           | 00:11   | 16,81%               |
| day.lt           | 131,979           | 00:13   | 16,08%               |
| supermama.lt     | 130,809           | 01:54   | 15,94%               |
| kompiuteriai.lt  | 102,689           | 00:13   | 12,51%               |
| greitai.lt       | 100,975           | 00:10   | 12,30%               |
| games.lt         | 95,281            | 00:27   | 11,61%               |
| point.lt         | 89,55             | 01:46   | 10,91%               |
| cv.lt            | 84,167            | 00:15   | 10,25%               |
| m-1.fm           | 83,79             | 00:14   | 10,21%               |

Šaltinis: TNS Gallup, 2006 m. sausis

## 2 Priedas

### Interneto lankytojų skirstymas pagal pajamas

| Tikslinė grupė       | Numeris | Tinklapis                   | Lankytojai | Pasiekiamumas |
|----------------------|---------|-----------------------------|------------|---------------|
| Daugiau nei 3000 lt  | 1       | delfi.lt                    | 26,026     | 76,44%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 19,488     | 57,24%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 16,14      | 47,41%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 15,171     | 44,56%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 10,878     | 31,95%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 7,137      | 20,96%        |
| Nuo 2301 iki 3000 lt | 1       | delfi.lt                    | 24,501     | 78,67%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 18,821     | 60,29%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 14,483     | 46,39%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 14,414     | 46,17%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 10,42      | 33,38%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 7491       | 23,99%        |
| Nuo 1501 iki 2300 lt | 1       | delfi.lt                    | 59,989     | 78,56%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 44,706     | 58,55%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 35,094     | 45,96%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 34,261     | 44,87%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 26,529     | 34,74%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 20,273     | 26,55%        |
| Nuo 1201 iki 1500 lt | 1       | delfi.lt                    | 64,863     | 77,17%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 47,678     | 56,73         |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 38,813     | 46,18%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 32,797     | 39,02%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 25,714     | 30,59%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 21,166     | 25,18%        |
| Nuo 901 iki 1200 lt  | 1       | delfi.lt                    | 83,781     | 75,91%        |
|                      | 2       | delfi.lt - Dienos naujienos | 56,579     | 51,26%        |
|                      | 3       | takas.lt                    | 54,77      | 49,62%        |

Šaltinis: TNS Gallup, 2006 m. sausis

## 3 Priedas

Interneto lankytojų skirstymas pagal užsiėmimą

| Tikslinė grupė                       | Numeris | Tinklapis                   | Lankytojai | Pasiekiamumas |
|--------------------------------------|---------|-----------------------------|------------|---------------|
| Aukščiausio /vidutinio lygio vadovas | 1       | delfi.lt                    | 57,989     | 73,56%        |
|                                      | 2       | takas.lt                    | 42,508     | 53,92%        |
|                                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 33,231     | 42,16%        |
|                                      | 4       | omni.lt                     | 33,113     | 42,01%        |
|                                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 23,843     | 30,25%        |
|                                      | 6       | lrytas.lt                   | 16,819     | 21,34%        |
| Specialistas/<br>tarnautojas         | 1       | delfi.lt                    | 215,161    | 77,48%        |
|                                      | 2       | takas.lt                    | 155,472    | 55,98%        |
|                                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 125,922    | 45,34%        |
|                                      | 4       | omni.lt                     | 114,467    | 41,22%        |
|                                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 84,605     | 30,46%        |
|                                      | 6       | lrytas.lt                   | 68,766     | 24,76%        |
| Darbininkas                          | 1       | delfi.lt                    | 60,867     | 72,72%        |
|                                      | 2       | takas.lt                    | 45,594     | 54,47%        |
|                                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 39,225     | 46,86%        |
|                                      | 4       | omni.lt                     | 25,679     | 30,68%        |
|                                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 25,182     | 30,08%        |
|                                      | 6       | lrytas.lt                   | 21,489     | 25,67%        |
| Smulkus verslininkas                 | 1       | delfi.lt                    | 26,245     | 69,29%        |
|                                      | 2       | takas.lt                    | 21,717     | 57,33%        |
|                                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 16,789     | 44,32%        |
|                                      | 4       | omni.lt                     | 11,26      | 29,73%        |
|                                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 10,98      | 28,99%        |
|                                      | 6       | lrytas.lt                   | 7,547      | 19,02%        |
| Moksleivis/<br>studentas             | 1       | delfi.lt                    | 177,772    | 70,42%        |
|                                      | 2       | takas.lt                    | 129,58     | 51,33%        |
|                                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 105,059    | 41,61%        |

Šaltinis: TNS Gallup, 2006 m. sausis

#### 4 Priedas

Interneto lankytojų skirstymas pagal išsilavinimą

| Tikslinė grupė             | Numeris | Tinklapis                   | Lankytojai | Pasiekiamumas |
|----------------------------|---------|-----------------------------|------------|---------------|
| Vidurinis išsilavinimas    | 1       | delfi.lt                    | 214,89     | 71,10%        |
|                            | 2       | takas.lt                    | 158,038    | 52,29%        |
|                            | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 130,415    | 43,15%        |
|                            | 4       | omni.lt                     | 89,293     | 29,54%        |
|                            | 5       | delfi.lt - Verslas          | 82,319     | 27,24%        |
|                            | 6       | lrytas.lt                   | 59,926     | 19,83%        |
| Aukštesnysis išsilavinimas | 1       | delfi.lt                    | 92,58      | 72,91%        |
|                            | 2       | takas.lt                    | 63,858     | 50,29%        |
|                            | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 58,336     | 45,94%        |
|                            | 4       | omni.lt                     | 43,972     | 34,63%        |
|                            | 5       | delfi.lt - Verslas          | 34,614     | 27,26%        |
|                            | 6       | lrytas.lt                   | 28,638     | 22,55%        |
| Nebaigtas aukštasis        | 1       | delfi.lt                    | 30,374     | 75,02%        |
|                            | 2       | takas.lt                    | 20,171     | 49,82%        |
|                            | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 18,452     | 45,57%        |
|                            | 4       | omni.lt                     | 13,983     | 34,53%        |
|                            | 5       | delfi.lt - Verslas          | 13,191     | 32,58%        |
|                            | 6       | lrytas.lt                   | 8,585      | 21,20%        |
| Aukštasis                  | 1       | delfi.lt                    | 170,946    | 79,41%        |
|                            | 2       | takas.lt                    | 130,695    | 60,72%        |
|                            | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 100,03     | 46,47%        |
|                            | 4       | omni.lt                     | 94,535     | 43,92%        |
|                            | 5       | delfi.lt - Verslas          | 69,528     | 32,30%        |
|                            | 6       | lrytas.lt                   | 57,703     | 26,81%        |

Šaltinis: TNS Gallup, 2006 m. sausis

## 5 Priedas

Interneto lankytojų skirstymas pagal gyvenamąją vietą

| Tikslinė grupė       | Numeris | Tinklapis                   | Lankytojai | Pasiekiamumas |
|----------------------|---------|-----------------------------|------------|---------------|
| Vilniaus gyventojai  | 1       | delfi.lt                    | 189,454    | 77,09%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 135,807    | 55,26%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 111,319    | 45,30%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 98,012     | 39,88%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 75,642     | 30,78%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 56,4       | 22,95%        |
| Kauno gyventojai     | 1       | delfi.lt                    | 117,339    | 74,17%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 78,325     | 49,51%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 74,098     | 46,84%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 49,218     | 31,11%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 48,731     | 30,80%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 35,699     | 22,57%        |
| Klaipėdos gyventojai | 1       | delfi.lt                    | 37,648     | 62,78%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 29,989     | 50,01%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 22,821     | 38,05%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 17,427     | 29,06%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 15,01      | 25,03%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 12,377     | 20,64%        |
| Šiaulių gyventojai   | 1       | delfi.lt                    | 33,906     | 75,07%        |
|                      | 2       | takas.lt                    | 21,692     | 48,03%        |
|                      | 3       | delfi.lt - Dienos naujienos | 20,675     | 45,78%        |
|                      | 4       | omni.lt                     | 14,464     | 32,02%        |
|                      | 5       | delfi.lt - Verslas          | 11,552     | 25,58%        |
|                      | 6       | lrytas.lt                   | 9,558      | 21,16%        |

Šaltinis: TNS Gallup, 2006 m. sausis

## SUMMARY

*Title:* Internet as a Public Sphere Arena: Analysis of the Visitors' Comments

*Author:* Akvilė Verbliugevičiūtė

Internet as a new form of communication emerged in the sixties (1969) when the idea of connecting computers into one network spread across the world. While accommodating and processing tremendous information flows Internet raised discussions whether the integration of many texts and voices into its space leads to anarchic or to democratic communication form. German philosopher J. Habermas laid the foundations for the Theory of Publicity's Structural Transformation. When new communication forms emerged it was attempted to apply the model of ideal publicity to the Internet as a means of mass media which can restore the situation of the ideal language and the discussion among different layers of society. Nevertheless even when considering Internet to be a standoff for traditional monopolized mass media scientists and theoreticians continue deliberations whether we can consider Internet to be the public space arena in the sense that J. Habermas meant it?

The *relevance of the topic* of this work is based on the attempt to analyze the properties of Internet and to attribute them to the public sphere. Now when it is considered that public spheres are disappearing from our lives it is very important to research the possibilities of Internet and its application to public interests of society.

*Object of this work* – Internet as a public sphere arena. *The main problem of this work* – specificity of Internet, difficulty in meeting the conditions for the existence of public sphere model. *The aim of this work* – to uncover the specific features of Internet and its differences from traditional mass media, and to analyze how much Internet matches or does not match the ideal model of public sphere. *The main tasks in this work:* to analyze Internet in the context of J. Habermas' theory of public sphere; to evaluate Internet as a public sphere arena; to generalize and present the features of Internet users' behavior; to compare Internet to other means of mass media. *The hypothesis:* Internet meets the preconditions for the existence of the public sphere and stimulates rational discussions. *The method of the research* carried out: quantitative and qualitative content analysis.

Building on the analysis of scientific resources it was concluded that Internet cannot meet all the conditions for the existence of public sphere described by J. Habermas because of its specificity. But contrary to the traditional mass media Internet provides society with the opportunity to freely express its opinions, to react to political events.

Internet unlike other mass media restores public space for the society. Here people can express their opinion regardless of their social status, nationality, sex or other factors. Internet provides equal opportunities to criticize, express approval, disapproval, to ask, answer, discuss. Thus Internet



contributes to the creation of democratic society. Freedom of speech is granted not only to the mass media but also to every person.

The research carried out revealed that while discussing in the Internet portal *Delfi* participants do not start reasonable, rational discussion that would match the rational discussion and ideal language described by J. Habermas and this does not satisfy all the conditions for the existence of public sphere. The hypothesis was improved after analyzing discussion participants' respect and attitude toward others' opinions, respect toward politicians, furtherance of the discussion through questions and answers, striving to reach consensus and stimulation of action.

The hypothesis was not absolutely improved because the overbalance of the results was not big. The analysis of such criteria as usage of taboo words in speech, topic diversion, commentators' activity had impact on the invalidity of the hypothesis. The participants in Internet discussion clearly express their disrespect for other discussion participants as well as for the politicians under discussion. This conflicts with the possibility to develop rational discussion. Individuals participating in the Internet discussion do not have the purpose of influencing government's decisions through the opinions they are expressing, they do not stimulate any further action to draw government's attention.

This master's degree paper may be interesting for the teachers and students in the field of communication.