

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Žurnalistikos institutas

Vyka Večkytė - Kavaliauskienė,
Žurnalistikos magistro studijų programos studentė

**SKAITMENINĖS EROS ŽURNALISTIKA: FUNKCIJOS, PRIEMONĖS,
TURINYS**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas prof. dr. Ž. Pečiulis

Vilnius, 2010

Vyka Večkytė-Kavaliauskienė

Skaitmeninės eros žurnalistika: funkcijos, priemonės, turinys

The journalism of digital era: functions, tools and content

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudoti 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)

Magistro baigiamąjį darbą ginti _____

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(instituto, kurioje vyksta studijų programą, pavadinimas)

(data)

(instituto reikalų tvarkytojos parašas)

Recenzentu skiriu _____

(recenzento vardas, pavardė)

(data)

(instituto vadovo parašas)

Darbą recenzuoti gavau. _____

(data)

(recenzento parašas)

REFERATAS

Večkytė-Kavaliauskienė, Vyka

Ve09 Skaitmeninės eros žurnalistika: funkcijos, priemonės, turinys: magistro darbas/ Vyka Večkytė-Kavaliauskienė; mokslinis vadovas prof. dr. Žygintas Pečiulis; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Žurnalistikos institutas. – Vilnius, 2010. – 104, [1] lap.: lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 65 – 69 (50 pavad.).

UDK 070 (004)

Raktiniai žodžiai: *internetas, skaitmeninis garsas, skaitmeninis vaizdas, skaitmeninė televizija, skaitmeninis radijas, internetinė žurnalistika, interaktyvumas, hipertekstas, multimedija.*

Magistro *darbo objektas* – skaitmeninės eros žurnalistika. *Darbo tikslas* – išanalizuoti skaitmeninės eros medijų ypatumus bei praktinę naudą ir perspektyvas. *Darbo uždaviniai* – pateikti ir išanalizuoti interneto sampratą; pateikti ir išanalizuoti skaitmeninio audio ir video sampratą; pateikti ir išanalizuoti radijo bei televizijos sampratą skaitmeninėje eroje; apžvelgti skaitmeninių technologijų vartojimo kaitą; atskleisti internetinės žurnalistikos sampratą; išskirti ir išanalizuoti internetinės žurnalistikos ypatybes; pateikti mokslininkų ateities prognozes apie technologijų vystymąsi, tradicinę ir skaitmeninę žurnalistiką; atlikti informacinių portalų funkcionalumo tyrimą.

Naudojantis mokslinės literatūros analizės metodais, prieita prie išvados, jog skaitmeninės eros medijos įgyja vis svarbesnį vaidmenį šiuolaikinėje. Tobulėjančios skaitmeninės technologijos suteikia daugiau galimybių tiek žurnalistams, tiek vartotojams. Žurnalistai gali vaizdingiau, informatyviau pateikti norimą informaciją. Tuo tarpu, vartotojai gali ne tik priimti informaciją, pateikiamą įvairiomis technologijomis, bet taip pat ir reikšti savo nuomonę, komentuoti, lengvai susisiekti su žurnalistais. Analizuojant skaitmeninės eros žurnalistiką, atkreiptas didelis dėmesys į internetinės žurnalistikos ypatybes, kurias nagrinėja daugybė mokslininkų (A. Balčytienė, B. Kovach, T. Rosenstiel, M. Deuze, N.Thurman, B. Franklin, K. Kawamoto, T. Guay ir kt.). Ateitis neatsiejama nuo technologijų tobulėjimo, tradicinės ir skaitmeninės žurnalistikos reikšmės visuomenei kitimo Atlikus sociologinį tyrimą „Informacinio portalo funkcionalumas“ ir išanalizavus surinktą informaciją, prieita prie išvados, kad žiniasklaidos atstovai tiki, jog skaitmeninė žurnalistika tobulės ir jos reikšmė tik didės. Taip pat

pastebėta, jog žiniasklaidos atstovai akimirksniu, praleistas tradicinės žurnalistikos šaltiniai, vertina teigiamai. Palyginus teorinę ir praktinę dalį galima pastebėti, jog tiek Lietuvos bei užsienio mokslininkai, tiek Lietuvos žiniasklaidos atstovai išvelgia tuos pačius skaitmeninės žurnalistikos privalumus. Be to, reikia pabrėžti, kad trūkumai, išskirti mokslininkų K. Kovach bei T. Rosenstiel, sutampa su Lietuvos žiniasklaidininkų išskirtais. Tyrimo rezultatai parodė, jog ne tik mokslininkai, teoretikai, besidomintys skaitmenine era, bet ir Lietuvos žiniasklaidos atstovai, samprotauja apie technologijų bei žurnalistikos ateitį, nurodydami, ko galime sulaukti per artimiausius 10 ar 20 metų.

Magistro darbas gali būti naudingas žiniasklaidos organizacijoms, informacinių technologijų, komunikacijos ir informacijos disciplinų dėstytojams bei studentams.

TURINYS

ĮVADAS	7
1. SKAITMENINĖS EROS MEDIJOS	10
1.1. Internetas ir jo teikiamos paslaugos	11
1.2. Skaitmeninis garsas ir vaizdas	16
1.3. Radijas ir televizija skaitmeninėje eroje	17
1.4. Skaitmeninių technologijų vartojimas ir auditorija	21
2. INTERNETINĖS ŽURNALISTIKOS SAMPRATA	23
2.1. Žurnalistikos sąvoka ir jos funkcijos	23
2.2. Internetinės žurnalistikos samprata	25
2.3. Internetinės žurnalistikos ypatybės	31
2.3.1. Internetinės žurnalistikos ypatybių klasifikavimas	31
2.3.2. Internetinės žurnalistikos pagrindinių privalumų samprata	32
2.3.2.1. Interaktyvumas	33
2.3.2.2. Hipertekstas ir hypermedia	37
2.3.2.3. Multimedia	40
3. TECHNOLOGIJŲ RAIDOS, TRADICINĖS IR SKAITMENINĖS ŽURNALISTIKOS ATEITIES PROGNOZĖS	43
4. INFORMACINIO PORTALO FUNKCIONALUMO TYRIMAS	50
4.1. Tyrimo metodologija	50
4.2. Tyrimo rezultatai ir analizė	52
4.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas	58
IŠVADOS	61
The journalism of digital era: functions, tools and content (summary)	63
Literatūros ir bibliografinių nuorodų sąrašas	65
Priedai	70
1 priedas. Preliminarūs interviu klausimai	70
2 priedas. Interviu su R. Valatka	71
3 priedas. Interviu su M. Garbačiauskaite	79
4 priedas. Interviu su Artūru Raču	83
5 priedas. Interviu su Egle Čepavičiene	88

<i>6 priedas.</i> Interviu su Arūnu Brazausku	90
<i>7 priedas.</i> Interviu su Džiugu Paršoniū	93
<i>8 priedas.</i> Interviu su Karoliu Vyšniausku	100

IVADAS

Šiandieninė visuomeninė vis dažniau susiduria su technologinėmis naujovėmis. Technologijų tobulėjimas įgijo pagreitį. Kažkada neįsivaizduojami technologiniai stebuklai, kaip antai, radijas, televizija, kompiuteris, tapo realybe. Šiandien jie niekieno nestebina. Šiuolaikinės technologijos pranoksta visuomenės lūkesčius, pvz., internetu galima bendrauti, matyti žmogų kitoje žemyno pusėje, išsirinkti ir nusipirkti patinkantį drabužį iš JAV net nenuvykus ten, klausytis ne tik savo šalies radijo, bet ir tolimųjų kraštų, žiūrėti viso pasaulio televiziją tiesiog sėdint namuose. Tai tik keletas technologinių pranašumų, kuriuos vis aktyviau mūsų visuomenė priima.

Dabartinė visuomenė nuolat tobulėja, semiasi informacijos, žinių, norėdami išgyventi turi būti aktyvūs. Informacija ir žinios neatsiejami nuo šiuolaikinės visuomenės. Pamažu visuomenė įeina į naują skaitmeninę erą. Šių dienų informacija ir žinios žmones pasiekia akimirksniu. Nereikia laukti mėnesių, savaitių, netgi dienų. Tradicinės žiniasklaidos žengimas į skaitmeninę erą atvėrė vartus į staigų naujos informacijos perdavimą, virtualų bendravimą, artimesnę sąsają su visu pasauliu.

Skaitmeninė era susideda iš daugelio skirtingų medijų: internetas, skaitmeniniai garsai, vaizdai, televizija, radijas, elektroninė knyga, elektroninė prekyba, bankininkystė, mobilusis telefono ryšys ir kt. Dauguma minėtų medijų sudaro skaitmeninės eros žiniasklaidos pagrindą.

Temos naujumas ir aktualumas. Lietuvoje skaitmeninėmis technologijomis, jomis perduodama tekstine, garso bei vaizdo informacija vis labiau domimasi. Skaitmeninės eros žurnalistika yra aktuali, nauja ir mažai nagrinėta tema Lietuvoje. Tai parodo ir itin skurdus lietuvių literatūros sąrašas apie skaitmeninę mediją. Temos pasirinkimą lėmė tai, kad skaitmeninė žurnalistika dar nėra plačiai pateikta ir išanalizuota lietuvių literatūros šaltiniuose. Žengdami pirmuosius žingsnius skaitmeninėje eroje, turime plačiau su ja supažindinti ne tik skaitmeninės eros vartotojus, t.y. jaunąją kartą, bet ir vyresniąją kartą, kuri sunkiai suvokia, kas tai yra. Platus esmės supažindinimas su skaitmeninės eros medijomis padidintų vartotojų skaičių ir leistų plačiai visuomenės daliai pasinaudoti šios eros pranašumais. Šiuo darbu siekiama atskleisti skaitmeninės eros medijų sampratą, išskirti pagrindinius internetinės žiniasklaidos privalumus.

Magistro *darbo objektas* – skaitmeninės eros žurnalistika.

Magistro *darbo tikslas* – išanalizuoti skaitmeninės eros medijų ypatumus bei praktinę naudą ir perspektyvas.

Siekiant įgyvendinti darbo tikslą, buvo iškelti tokie *darbo uždaviniai*:

- pateikti ir išanalizuoti interneto sampratą;

- pateikti ir išanalizuoti skaitmeninės garso ir vaizdo raiškos sampratas;
- pateikti ir išanalizuoti radijo ir televizijos sampratą skaitmeninėje eroje;
- apžvelgti skaitmeninių technologijų vartojimo kaitą;
- atskleisti internetinės žurnalistikos sampratą;
- išskirti ir išanalizuoti internetinės žurnalistikos ypatybes;
- pateikti mokslininkų ateities prognozes apie technologijų raidą, tradicinę ir skaitmeninę žurnalistiką;
- atlikti informacinių portalų funkcionalumo tyrimą.

Magistro darbas suskirstytas į keturis skyrius. Pirmame, antrame ir trečiame skyriuose pateikiama teorinė medžiaga, o ketvirtajame, pristatomas atliktas tyrimas.

Pirmame šio darbo skyriuje pateikiama informacija apie tai, kas sudaro skaitmeninės eros medijas, kokie jų privalumai. Taip pat pristatytas skaitmeninių technologijų vartojimas bei jų sąsaja su auditorija.

Antrame šio darbo skyriuje nagrinėjama internetinės žurnalistikos samprata, jos ypatybės, pranašumai lyginant su tradicine žiniasklaida.

Trečiajame skyriuje aprašomos technologijų raidos, tradicinės ir skaitmeninės eros žurnalistikos ateities prognozės mokslininkų akimis.

Rašant magistro darbo teorinę dalį buvo naudojamos šiais tyrimo metodais:

- Mokslinės literatūros studijavimas ir analizė;
- Internetinių šaltinių studijavimas ir analizė.

Ketvirtajame skyriuje aprašomas „Informacinio portalo funkcionalumo tyrimas“. Jis atliktas kokybinio tyrimo metodu. *Tyrimo objektas* – internetinė žurnalistika. *Tyrimo tikslas* – iširti informacinio portalo kaip vienos iš internetinės žurnalistikos priemonės naudą bei perspektyvas.

Tyrimo uždaviniai:

- Sužinoti žiniasklaidos atstovų nuomonę apie tradicinės žurnalistikos ateitį;
- Išsiaiškinti, ką žiniasklaidininkai mano apie skaitmeninės eros žurnalistiką ir jos perspektyvas;
- Išsiaiškinti, kokius internetinės žiniasklaidos privalumus ir trūkumus išvelgia žiniasklaidos atstovai;
- Sužinoti, į kokią auditoriją ir, kokius jos poreikius orientuojamasi kuriant informacinius portalus;
- Išsiaiškinti, kaip pasirinkti žiniasklaidos atstovai vertina skaitmeninę žurnalistiką.

- Palyginti interviu būdu surinktą medžiagą su darbe išdėstyta teorija.
- Sužinoti žiniasklaidininkų nuomonę apie technologinių pasiekimų ateitį;

Tyrimo hipotezės:

1. Tikėtina, kad visi respondentai mano, jog tradicinė žiniasklaida Lietuvoje išnyks.
2. Tikėtina, kad žiniasklaidos atstovai laisvalaikiu renkasi tradicinę žiniasklaidą.
3. Tikėtina, kad Lietuvos ir užsienio mokslininkų, rašančių apie internetinę žurnalistiką, išskirtos pagrindinės internetinės žurnalistikos ypatybės skirsis nuo ypatybių, kurias išvardino Lietuvos žiniasklaidos atstovai.

Duomenys gauti atliekant *ekspertų interviu*. Tyrimui atlikti pasirinkta 10 ekspertų, iš kurių 7 dalyvavo tyrime.

Tyrimas buvo atliekamas 2010 balandžio 12 – balandžio 26 dienomis.

Tiek teorinėje, tiek praktinėje dalyse buvo vartojami šie žodžių sinonimai: multimedija – daugialypė terpė, konvergencija – susiliejimas, internetinė žurnalistika – skaitmeninė žurnalistika.

Šiame darbe buvo pasitelkti Lietuvos bei užsienio literatūros šaltiniai, elektroniniai ištekliai, siekta kuo tiksliau, objektyviau ir informatyviau atskleisti skaitmeninės eros žiniasklaidos sampratą. A. Vaišnio, Ž. Pečiulio, V. Urbono, M. Castells'o, B. Franklin'o, T. Objak'os ir kitų Lietuvos bei užsienio autorių darbai analizuojami aprašant interneto sampratą. Pateikiant skaitmeninio garso bei vaizdo sampratas darbe cituojamas A. Vidžiūnas ir J. Burg. Poskyryje apie radiją ir televiziją skaitmeninėje eroje analizuojami M. Castells'o, E. Dennis'o, L. Kung'o, A. Vaišnio bei kitų autorių darbai. Apie žurnalistikos sampratą rašo B. Kovach, T. Rosenstiel, B. Franklin, D. Randall, D. McQuail, V. Urbonas, A. Vaišnys. Internetinės žurnalistikos sampratą nagrinėja daugybė autorių: K. Kawamoto, S. O'Neill, M. Deuze, B. Kovach, D. Chaffey, C. Harper, Ž. Pečiulis ir kt. Pagrindinius internetinės žurnalistikos privalumus, t.y. interaktyvumą, hipertekstualumą ir multimediją, analizuoja A. Balčytienė, R. Skyrius, K. Kenney, T. Oblak, M. Deuze, B. Franklin, N. Negroponte, B. Lupton, N. Thurman, T. Schultz, B. Kovach ir daugybė kitų. Kadangi Lietuvoje skaitmeninės medijos vis dar formuojasi, informacijos apie ją lietuvių kalba yra labai mažai. Aprašant skaitmeninės eros žiniasklaidą buvo naudojamosi literatūra, parašyta anglų kalba. Terminų vertimas bei lietuviškų atitikmenų ieškojimas sukėlė nemažai keblumų.

Magistro darbas gali būti naudingas tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos atstovams, žurnalistikos, informacijos ir komunikacijos disciplinų dėstytojams bei studentams.

1. SKAITMENINĖS EROS MEDIJOS

Gyvendami šiuolaikiniame, vis labiau tobulėjančiame pasaulyje, turime išmanyti mus supančius dalykus. Šiandieninę erą galima pavadinti skaitmenine, nes kuo toliau, tuo labiau visuomenė tampa priklausoma nuo skaitmeninių technologijų.

Richard Watson knygoje „Ateities failai. Kaip gyvensime po 50 metų“ rašo, kad mes visi pamažu virstame skaitmeniniais klajokliais. Skaitome, klausomės ir žiūrime viską, ką tik norime, ir kada tik norime. Mes nebeturime laiko (bent jau darbo dienomis) laikraščiams skaityti, todėl akis ir ausis nukreipiame į internetinius informacijos šaltinius, kurie mums tapo dar prieinamesni, pavyzdžiui, mobiliuosiuose telefonuose ar iPoduose. Naujienas sužinoti internete ypač verta, nes jų turinį galima kontroliuoti ir suasmeninti. Trumpai tariant, tai, kas anksčiau buvo pasyvus vienkryptis informacijos perdavimas, dabar tampa aktyviu bendravimu. Informacijos turinys cirkuliuoja abiem kryptimis, taip pat pasikeitė jos vartojimo laikas ir net vieta [1].

Skaitmeninimas (angl. – *digitization*) – tai duomenų konvertavimas į skaitmeninį formatą. Skaitmeninant iš esmės vyksta du skirtingi procesai:

- tikrovės duomenų fiksavimas skaitmeniniu formatu (vadinamieji *born digital* dokumentai);
- analoginiu būdu sukauptos informacijos apie tikrovės objektus vertimas skaitmenine (vadinamieji *digitized* dokumentai).

Abiem atvejais gautas rezultatas – skaitmeninė informacija (angl. – *digital information*) kompiuteriui suprantama dvinare forma saugoma informacija, kuri pateikiama kaip skaitmeninis dokumentas. Skaitmeninis dokumentas kuriamas, tvarkomas ir saugomas tik kompiuterinėmis priemonėmis. Skaitmeninių dokumentų pranašumai yra šie:

- didelės duomenų mobilumo galimybės (galintis lengvai judėti);
- skaitmeninės laikmenos yra ilgaamžės ir atsparios fizinės aplinkos poveikiams;
- didelis informacijos kiekis fiziškai užima mažai vietos;
- kopijuojant išsaugoma visa pirminės informacijos kokybė;
- paprastesnis dokumentų atsiradimo, judėjimo, realizacijos valdymas;
- aukštesnis darbų reglamentavimo ir standartizacijos lygis;
- taupomi žmonių resursai, reikalingi procesams administruoti ;
- supaprastinami ir pagreitinami biurokratiniai procesai;
- greiti antriniai dokumentai;

- galimybė daugeliui vartotojų tuo pat metu dirbti su tuo pačiu dokumentu;
- aukštesnis dokumentų saugumo (nuo praradimo, sugadinimo) lygis;
- dokumentų ieškos laiko trumpėjimas;
- efektyvi esminės informacijos prieiga;
- kūrybiškumo ir inovacijų gerinimas;
- nuotolinio darbo galimybė;
- įvairių formų dokumentų prieinamumas (tekstai, foto, vaizdo ir t.t.);
- didesnė diferenciacija pagal lankytojų poreikius [2].

1.1. Internetas ir jo teikiamos paslaugos

Mokslinėje literatūroje yra daug rašoma apie interneto sampratą. Interneto sąvoką, jo funkcijas bei teikiamas paslaugas nagrinėja M. Castells, L. Geert, B. Franklin, T. Oblak ir daugelis kitų mokslininkų.

Nors elektroninių informacinių technologijų pirmtakų mokslo ir pramonės srityse galima aptikti iki XX a. penktojo dešimtmečio (ryškiausi jų pavyzdžiai yra Bello 1876 metais išrastas telefonas, Marconio 1898 metais išrastas radijas ir De Foresto 1906 metais išrasta elektroninė lempa), tačiau svarbiausi technologiniai lūžiai įvyko per Antrąjį pasaulinį karą ir pokario laikotarpiu. Tuomet buvo sukonstruotas pirmasis programuojamas kompiuteris bei tranzistorius – mikroelektronikos šaltinis – XX a. informacinių technologijų revoliucijos šerdis [3].

XIX amžiaus pabaigą laikytume kompiuterių istorijos pradžia, kuomet vokiečių logikas, matematikas ir filosofas Gotlobas Frege savo veikaluose ėmė nagrinėti natūralios ir taisyklingos kalbos logiką, išskirdamas kalbos logiką ir kalkuliavimo logiką. 1936 m. Alanas Turingas pagrindė mechaninės skaičiavimo mašinos idėją, o po karo buvo pagaminta elektroninė. Pirmą kartą masinės informacijos priemonių, būtent žinių agentūros darbe kompiuteris buvo panaudotas per 1952 metų JAV prezidento rinkimus, nuo 1954 metų pradėdama IBM gamyba. Lietuvos masinės informacijos priemonės, būtent laikraščiai pradėjo naudoti kompiuterius rankraščiams rinkti bei maketuoti nuo 1989 m., įkurdami techninius centrus [4].

Pirmasis kompiuterinis tinklas, pavadintas ARPANET, pradėjo veikti 1969 metų rugsėjo 1 dieną. Pirmieji keturi tinklo mazgai buvo įrengti Kalifornijos universitete Los Andžele, Stanfordo tyrimų institute, Kalifornijos universitete Santa Barbaroje bei Jutos universitete. Jie buvo skirti su JAV

gynybos departamentu bendradarbiavusiems tyrimų centrams, tačiau mokslininkai pradėjo juos naudoti tarpusavio bendravimui, sukūrę, mokslinės fantastikos entuziastų ryšio tinklą.

1981 metais *IBM* pristatė savo mikrokompiuterio versiją pavadinimu „Asmeninis kompiuteris“ (angl. *personal computer, PC*), tapusiu bendru asmeninių mikrokompiuterių pavadinimu. Apple, 1984 metais sukūrusi „Macintosh“ kompiuterį, žengė pirmąjį žingsnį į vartotojui parankią kompiuteriją, naudojančią piktogramomis grįstą sąveikos vartotojas-sietuvas technologiją, kurios kūrėju laikomas *Xerox* korporacijos Palo Alto tyrimų centras [3].

Paskutiniajame XX a. dešimtmetyje visame pasaulyje sparčiai ėmė plisti nauja komunikacijos priemonė – internetas (angl. inter (national) – tarp(tautinis) + net (work) tinklas). Tai – specifinė žiniasklaidos priemonė, apimanti ir spausdintinę, ir audiovizualinę (TV, radijas) žurnalistiką. Ji informacijos vartotojui teikia ne tik tekstinę, bet ir vaizdinę bei garsinę informaciją. Internetą sudaro kompiuterių tinklas, į kurį įeina įvairiose pasaulio šalyse esantys kompiuteriai su juose sukaupta informacija apie atskiras valstybes, institucijas, įstaigas, organizacijas, visuomenės informavimo priemones, žymius žmones, su naujausiomis žiniomis apie pasaulio įvykius, reiškinius, procesus [5].

Daugybė mokslininkų nagrinėja interneto sąvoką, tačiau kiekvienas ją apibrėžia skirtingai.

Anot Manuel'o Castells'o, internetas yra globalaus kompiuterinio komunikavimo (computer-mediated communication, CMC) stuburas: tai tinklas, jungiantis daugumą kompiuterinių tinklų [3].

Knygoje „Key concepts in journalism studies“ internetas apibrėžiamas kaip milžiniškas kompiuterių tinklas ir mažesni tinklai, susijungę visame pasaulyje, kurie leidžia žmonėms gauti prieigą prie informacijos ir susisiekti vienas su kitu [6].

Palyginti trumpa interneto istorija skirstoma į dvi epochas: pirmoji prasidėjo su *Netscape*, *Google*, antrojoje (*Web 2.0*) buvo sukurti *Myspace*, *Youtube*. Pirmąją epochą simbolizuoja galimybė internete skaityti *Encyclopedia Britannica*, antrąją visų kuriama elektroninė enciklopedija *Wikipedia*.

Naujoji epocha suteikė galimybę kiekvienam vartotojui kurti asmeninę erdvę, manipuluoti teksto, garso, statiško ir filmuoto vaizdo turiniu, dalyvauti renkant ir vertinant informaciją (apklausos, balsavimai, komentarai) [7].

L. Geert knygoje „Zero comments : blogging and critical internet culture“ interneto kultūroje išskiria tris fazes: pirmoji – mokslinis, ikikomercinis, tik tekstinis periodas iki žiniatinklo. Antroji – euforiškas periodas, per kurį internetas atsivėrė visuotinei auditorijai ir pasiekė kulminacinį tašką 1990-ųjų pabaigoje. Trečiasis periodas, kuomet priartėjama prie antrosios kartos žiniatinklo (*Web 2.0*). Blogai ar Weblogai iš tikrųjų atsirado apie 1996 m. – 1997 m. Po to vyko tolimesnė interneto internacionalizacija. 2005 m. buvo peržengta vieno milijardo vartotojų riba [8].

V. Savukynas pabrėžia, kad pasaulis iki interneto atrodė kitaip. Pirma, jis buvo apribotas geografiškai. Dienraščiai, žurnalai buvo leidžiami tam tikrai geografinėi erdvei. Paprastai ta erdvė buvo įrėminta tautinės valstybės sienomis. Žmogus, esantis kitame pasaulio taške, be abejo, galėjo sekti jį dominančios šalies įvykius, tačiau tai jis galėjo daryti tik tam tikru laiku – tol, kol laikraščiai pasieks jį. Internetas panaikino šį geografinį ir laiko barjerą. Taigi tam tikroje geografinėje erdvėje gyvenantys žmonės, turėdami specifinių interesų, linksta tarptautinių leidinių link, tuo tarpu po pasaulį išsibarstę tautiečiai gali sekti savo tautos naujienas internete. Taigi internetinių leidinių vaidmuo palaikant tautiškumą tampa labai svarbus.

Ikiinternetinis pasaulis, apribotas erdvės ir laiko, pateikdavo ribotą informaciją. Paprastai būdavo kelios televizijos, keli laikraščiai, iš kurių buvo galima rinktis. Internetas leidžia pasirinkti žymiai daugiau alternatyvių naujienų šaltinių [9].

Lietuvoje interneto užuomazgos sietinos su 1991 m., pradėjusiu veikti Vilniaus Matematikos ir informatikos instituto bei Oslo universiteto kompiuterių tinklu „Litnet“. Iš pradžių internetas mūsų šalyje nebuvo labai populiarus (tai lėmė palyginti nedidelis turimų kompiuterių skaičius ir aukštos interneto paslaugų kainos). Tačiau vėliau jo vartotojų ėmė sparčiai didėti. 1998 m. Lietuvoje buvo 70 000 interneto vartotojų, 2000 m. – 225 000, 2002 m. – 700 000, o 2006 m. pabaigoje – apie 1,5 mln., t.y. internetu naudojosi apie 45 procentai šalies gyventojų [5]. Kompanijos „TNS Gallup“ tyrimo duomenimis, 2009 m. internetu Lietuvoje naudojosi 55,1 proc. gyventojų.

Reiktų paminėti, kad kai kurie mokslininkai plačiau apibrėžia interneto sąvoką.

T. Oblak mano, kad internetas – tai šiuo metu populiariausia kompiuterinių tinklų sistema, kuri siūlo turtingą ir sudėtingą komunikacijos aplinką, kuri vis dar sparčiai plėtojasi. Palyginti su analogine žiniasklaida, internetas suteikia daug platesnį galimybių diapazoną viešiesiems debatams. Internetas aiškiai kuria „dialoginę erdvę“, kur dalyviai gali aptarti bendras rūpimas problemas [10].

A. Vidžiūnas knygoje „Informacinių technologijų taikymas“ teigia, kad internetas yra ne tik patogi bendravimo aplinka, bet taip pat ir didžiulė įvairių duomenų saugykla. Interneto vartotojai gali naudotis milijonuose tinklo kompiuterių saugomais duomenimis. Tai tekstai, statistinių duomenų rinkiniai, taikomųjų programų kodai, paveikslėliai, diagramos, fotografijos, vaizdo bei garso klipai ir daug kitokių duomenų tipų įvairios tematikos. Leisdamas pasinaudoti šiais duomenimis, internetas teikia informacijos paslaugas. Populiariausi yra World Wide Web (WWW) tinklalapiai ir USENET naujienų grupės [11].

Šiuo metu žiniatinklis (www) tampa populiariausia interneto informacijos paslauga. Populiarumo priežastis paprasta: vadinamuosiuose tinklalapiuose (žiniatinklio puslapiuose) pateikiami įvairialypiai elektroniniai dokumentai (tekstinė, grafinė, garsinė, vaizdo ir kt. informacija), tarpusavyje susieti

nuorodomis, leidžiančiomis sparčiai ir patogiai vartyti šiuos puslapius.

USENET – tai naujienų, diskusijų bei elektroninių konferencijų paslauga internete. Darbas su juo organizuotas vadinamosiose naujienų grupėse (newsgroups) [12].

Visos interneto teikiamos paslaugos gali būti suskirstytos į dvi pagrindines grupes: ryšio paslaugas ir informacines paslaugas.

Ryšio paslaugos leidžia pasinaudoti įvairiomis patogiomis ryšio priemonėmis, kurios yra internete. Naudojantis šiomis priemonėmis galima siųsti įvairių tipų žinutes draugams ir partneriams, organizuoti ryšio seansus grupei interneto naudotojų realiu laiku ir t.t. Šiuo metu internete naudojamos pagrindinės ryšio paslaugos yra tokios:

- elektroninis paštas (e-paštas);
- faksogramų siuntimas;
- failų persiuntimas (FTP);
- prisijungimas prie kito kompiuterio (Telnet);
- pokalbis internete (Talk);
- interneto konferencija (IRC);
- interneto telefonija;
- interneto vaizdo konferencija;
- vietinių tinklų (LAN) sujungimas.

Elektroninis paštas (e-paštas) yra seniausia ir populiariausia Interneto ryšio priemonė. Jis buvo pradėtas naudoti nuo pat Interneto atsiradimo [11]. Elektroninis paštas greitas ir patogus, kaip ir telefono ryšys. Kaip ir paprastus laiškus, elektroninius laiškus galima skaityti patogiu laiku, neskubant, grįžti prie įdomesnių vietų, juos galima išspausdinti popieriuje, padauginti ar saugoti bet kokia patogia forma. Atsakymą taip pat galima parašyti, kai yra laiko. Elektroninis laiškas gali būti ne tik tekstinis. Šiuolaikinės elektroninio pašto kliento programos leidžia prijungti (angl. *Attach*) prie laiško bet kokias rinkmenas (pavyzdžiui, *Word*, *Excel* dokumentus, garso ar vaizdo rinkmenas, piešinius ir kt.) [13].

Faksogramų siuntimas per Internetą yra ne tik patogesnis, bet ir pigesnis. Siunčiant faksogramas į užsienio šalis, mokama kelis ar net kelias dešimtis kartų mažiau [11].

Informacijos persiuntimui iš ar į savo kompiuterį naudojama FTP (File Transfer Protocol – bylų persiuntimo protokolas) paslauga. Ja naudojamosi dviem būdais. Pirmasis: pasitelkus specializuota programa (pvz.: *Ws_ftp*, *Ftpx* ar *CuteFTP*), antrasis – FTP protokolo naudojimas žiniatinklio standartinėse naršyklėse Internet Explorer ir Netscape Navigator.

TELNET – viena pagrindinių interneto paslaugų, leidžianti naudotis kito kompiuterio ištekliais taip, tarsi jie būtų vartotojo kompiuteryje. Pavyzdžiui, galima prisijungti prie bibliotekos kompiuterio ir naudotis kompiuterine bibliotekos katalogo versija [12].

Jei reikia surengti diskusiją realiu laiku tarp keleto draugų ar partnerių, internetas siūlo patogias priemones šiam tikslui pasiekti. Paprasčiausia šio tipo paslauga yra interneto pokalbio paslauga, leidžianti dviems interneto naudotojams susirašinėti realiu laiku. Šiuo atveju, kiekvieno iš jų ekrane atsiranda du langai, kurių viename matomos jo paties, o kitame – partnerio parašytos frazės. Tai paprasčiausia interneto konferencijos forma [11].

IRC (angl. *Internet Relay Chat*) – tai ryšio protokolas ir interneto paslauga internete vykstančiai tekstinei komunikacijai (pokalbiui) realiu laiku. Ji įgyvendinama greito pranešimų perdavimo (angl. *Instant Messaging Service – IMS*) programomis. IRC sistema – tai aplinka, kurioje IRC klientai, prisijungę prie IRC serverio, komunikuoja vienas su kitu, pokalbyje vienu metu gali dalyvauti ir daugiau pašnekovų. IRC serveriai pateikia atskirus pokalbių kanalus tam tikroms temomis (angl. *Topic*) arba skirtus tam tikroms vartotojų grupėms. Kiekvienas IRC vartotojas bendrauja per kliento programą. Populiariausios IRC protokolą naudojančios programos – *mIRC*, *Xchat*, *Visual IRC*, *PIRCH* [13].

Dar sudėtingesnis ir patogesnis bendravimo realiu laiku būdas yra interneto telefonija, t.y. galimybė perduoti balsą internetu. Aprūpinus kompiuterį reikalinga garso įranga (garso plokštė, kolonėlės arba ausinės, mikrofonas), galima paskambinti į bet kurį telefoną pasaulyje.

Vaizdo konferencija yra tobuliausias bendravimo realiu laiku internete būdas. Speciali programinė įranga leidžia bendrauti iš karto su keliais partneriais, ne tik apsikeičiant tekstone informacija ir girdint pašnekovą, bet ir matant jį kompiuterio arba specialaus monitoriaus ekrane. Microsoft NetMeeting gali būti interneto vaizdo konferencijų rengimo programinės įrangos pavyzdžiu [11].

Mokslininkai Burnett, Marshall bei Rice teigia, kad viena iš svarbiausių interneto savybių yra ta, kad jis sulieja skirtingas žiniasklaidos formas į tinklus ir suteikia galimybę skirtingų būdų komunikacijai. Atsižvelgiant į auditorijos dydžio ir tipo kriterijus, leidžiančius tarpusavyje sąveikauti tarp komunikatorių, dažnai teigiama, kad kompiuterinė komunikacija suteikia vienas vienam, vienas daugeliui ir daugelis daugeliui modelius, tradiciškai apibrėžiant asmeninę, tarpasmeninę ir masinę komunikaciją (Burnett ir Marshall, 2003: 48; Rice, 1999: 26) [10].

1.2. Skaitmeninis garsas ir vaizdas

Skaitmeniniai garsai ir vaizdai vis dažniau naudojami perteikiant informaciją. Skaitmeninėje eroje jie atlieka svarbų vaidmenį.

Skaitmeninis garso kodas gaminamas konvertuojant analoginį garso signalą specialiu įtaisu, kuris vadinamas analoginiu – skaitmeniniu keitikliu.

Kompiuteriai paprastai dirba su kelių tipų skaitmeniniais garsais:

- garsu, kuris į skaitmeninį formatą paverčiamas panaudojant kompiuterio garso kortą (failai su *.wav* vardo plėtiniu),
- *MIDI (Musical Instrument Digital Interface)* garsu, kuris įvedamas elektroniniais muzikos instrumentais,
- kompaktinių diskų skaitmeniniu garsu (*CD-DA*), kuris naudojamas standartiniuose audio CD-ROM (kompaktinius diskus).

Skaitmeninis vaizdas taip pat labai svarbus multimedia technologijai [11]. J. Burg knygoje „The science of digital media“ atskleidžia skaitmeninio vaizdo pranašumus lyginant su analoginiu. Taigi, skaitmeninis vaizdo standartas yra pranašesnis už analoginį, nes:

- Skaitmeninis vaizdas yra geresnės kokybės.
- Analoginis vaizdo standartas yra imlesnis trukdžiams.
- Skaitmeninį vaizdą lengviau kopijuoti. Darant analoginio vaizdo įrašo kopiją, mechaniškai perrašoma į kasetę, ir dėl to kiekviena kopija yra prastesnės kokybės. Visos skaitmeninės kopijos yra tokios pat kokybės.
- Nesudėtingas skaitmeninio vaizdo redagavimas. Be to, vienu metu gali būti redaguojami keli vaizdai.
- Skaitmeninis redagavimas leidžia lengvai atskirti vaizdą ir garsą. Skaitmeninio vaizdo redagavimo procesas yra daug lengvesnis. Kompiuterinėse redagavimo programose (pavyzdžiui, Avid, Premiere Pro, Final Cut ir taip toliau) klipų rūšiavimas, jų trumpinimas į pageidaujamą ilgį bei jų sujungimas kartu yra paprastas pelės ir klaviatūros spragtelėjimo sprendimas.
- Specialieji efektai, tokie kaip blankinimas, sulėtintas vaizdas, matinis fonas, spalvų reguliavimas yra lengviau pritaikomi skaitmeniniame standarte.
- Skaitmeninio vaizdo rezultatai pamatomi greičiau.

- Skaitmeninis vaizdo failas yra ilgaamžiškesnis. Skaitmeninis vaizdas gali būti saugomas kompiuterio kietajame diske.
- Vertingų dalykų valdymas yra lengvesnis su skaitmeniniu vaizdu. Pavyzdžiui, specialiųjų efektų grupė turi 3D modeliuotojus, apšvietimo ekspertus ir taip toliau. Pasikeitimas failais gali būti staigus, net tarp bendradarbių, kurie yra kitoje Žemės rutulio pusėje [14].

1.3. Skaitmeninis radijas ir televizija

Žurnalistinę informaciją periodiškai teikia radijas bei televizija. Radijas – tai garsinių signalų transliavimas, reguliariai pradėjęs veikti nuo 1919 m. Olandijoje, o Lietuvoje – 1926 m. Televizija – vaizdo signalų perdavimas per atstumą. Reguliarios TV transliacijos Europoje pradėtos 1936 (D.Britanijoje), Lietuvoje – nuo 1957 m. [4].

Radijas, kaip žiniasklaidos priemonė, ypatingas tuo, kad jis skirtas plačiai žmonių auditorijai, vienu metu klausytis ir suvokti perduodamą informaciją. Ji teikiama radijo bangomis garso signalais (kalba, muzika, triukšmas ir jų deriniu). Todėl radijo kalba yra ypatinga: ji turi klausytojui pateikti ir pačią aktualesnę informaciją, jį sudominti, sukelti emocijas, ir tai, kas nematoma, padaryti matomu.

Svarbi radijo ypatybė yra jo operatyvumas. Šiuo požymiu jis gerokai aplenkia visas žiniasklaidos priemones, išskyrus internetą. Labai dažnai informaciją apie svarbius, reikšmingus įvykius ar reiškinius pirmiau paskelbia radijas, o tik paskui televizija, laikraščiai [5].

Radijas yra kaip papildoma priemonė. Dauguma radijo klausosi tuo metu, kai daro kažką kitą – vairuoja, dirba, mokosi, bando užmigti, tvarkosi ir taip toliau. Radijas yra retai mūsų dėmesio centre; jis yra garsinis fonas, užsiimant kokia nors veikla.

Radijas yra visuotinis. Faktiškai kiekvienas namų ūkis turi bent jau vieną dirbantį radiją. Iš tikrųjų, vidutiniškai kiekvienas namų ūkis turi maždaug šešis (JAV). Beveik kiekviename automobilyje yra įrengtas radijas. Vidutinę dieną apytiksliai 70 procentų amerikiečių klauso radijo [15].

Skaitmeninis radijas yra svarbiausia naujovė radijo pramonėje nuo dažnio moduliacijos (FM) įdiegimo. Skaitmeninis radijas nėra vienietinis globalinis standartas, ir skirtinguose žemynuose dominuoja skirtingos technologijos. Tačiau, daugelio šitų standartų esmė yra ta, kad kodavimas yra pagrįstas signalų kodavimo/suspaudimo (MPEG) sprendimais.

Dažnių juostos kanalas (IBOC) yra standartas, panaudotas JAV. Tai buvo įvesta 2002 m. ir technologija suteikia FM ir AM stotims galimybę nusiųsti vieną ar du skaitmeninius radijo kanalus tų pačių dažnių grupėje. Vadinasi, IBOC nereikia naujų dažnio paskyrimų, kuris yra vienas iš svarbiausių technologijos pranašumų [16].

Radio pramonė įveda HD (high-definition) radiją, skaitmeninę paslaugą, kuri labai pagerina pasaulio radijo stočių signalo kokybę. HD radijuje FM (frequency modulation) stotis skamba taip pat gerai kaip kompaktinis diskas, tuo tarpu, AM (amplitude modulation) stotis skamba taip pat gerai kaip dabartinė FM stotis. Be to, skaitmeniniai signalai gali būti suspausti taip, kad viena radijo stotis galėtų transliuoti daugiau kaip vieną programą vienu metu.

2007 m. apytiksliai 1200 radijo stočių transliavo skaitmeninį signalą (tai yra mažiau kaip 10 procentų visų stočių), bet kuo toliau tuo daugiau tampa skaitmeninėmis.

Yra du interneto radijo stočių tipai: (1) tradicinio eterio transliacijos, kurie taip pat transliuojami internete ir (2) tik interneto stotys. Kartu šitos stotys pritraukia apytiksliai 50 milijonų klausytojų per savaitę.

Daug interneto stočių siūlo specializuotus tam tikros muzikos formatus, tokius kaip regi ar techno rokas. Kai kurios stotys transliuoja tokią muziką, kurios niekada neišgirsi per tradicinį radiją. Pavyzdžiui, vienas stotis šiuo metu internete transliuoja tiktai akordeono muziką.

Interneto stotys bando pritraukti tą auditoriją, kuri yra nepatenkinta tradiciniu radiju. Interneto radijo klausymas per metus (nuo 2005 m. iki 2006 m.) šoktelėjo 71 procentą. Didžiausi interneto radijo tiekėjai yra Yahoo, Amerikos Internetinis Radijas ir Live365. Interneto radijas tampa mobilesniu.

Radijas taip pat vis dažniau pasirodo mobiliuosiuose telefonuose. Kadangi yra maždaug 2 milijardai mobiliojo ryšio telefonų vartotojų visame pasaulyje, radijo diktoriai rimtai žiūri į būdus pasiekti šią auditoriją. Motorola, pavyzdžiui, siūlo iRadio, paslaugą, kuri leidžia prenumeratoriams klausytis iš anksto pasirinktų stočių jų mobiliojo ryšio telefonuose [15].

Televizija (gr. tele- tolumoje, toli + lot.visio – regėjimas) – viena populiariausių visuomenės informavimo priemonių, pagrįsta judamų ir nejudamų objektų atvaizdų ir garso perdavimu per atstumą laidais arba radijo ryšio įrengimais.

Prie televizoriaus ekrano paprastai būna nedidelė žmonių grupė (dažniausiai šeimos nariai), ir perduodama informacija suvokiama namų sąlygomis [5].

Televizijos išpopuliarėjimas per tris pokario dešimtmečius (įvairiose šalyse skirtingu laiku ir intensyvumu) sukūrė, vartojant McLuhano terminiją, naują komunikacijos galaktiką.

Kalbant apie televiziją, „pramogos yra aukščiausia visų televizijos aptarimų ideologija. Nesvarbu, ką televizija vaizduoja arba kokį požiūrį pristato, vyrauja prielaida, kad ji sukurta mums linksminti bei teikti malonumą“ – teigia M. Castells. Televizinės komunikacijos modalumas yra iš esmės naujo tipo informacijos sklaidos būdas, kuriam būdingos gundymo, jutiminės tikrovės imitavimo savybės bei minimalių psichologinių pastangų reikalaujantis, lengvas informacijos perdavimas.

Televizijos dėka per pastaruosius tris dešimtmečius visą pasaulį užplūdo neregėta komunikavimo galimybių lavina.

Mes gyvename drauge su medijomis ir per jas. McLuhan technologines medijas vadina pagrindiniais produktais (staples) arba gamtiniais ištekliais (natural resources). Medijos, ypač radijas ir televizija, tapo garsine bei vaizdine aplinka, su kuria mes automatiškai ir nepaliaujamai sąveikaujame. Televizorius namuose labai dažnai tampa tarsi dar viena gyva būtybe.

Eco ir Postmanas taip pat pastebėjo, jog tikroji televizijos galia – išpurenti dirvą visiems procesams, apie kuriuos ketinama pranešti plačiajai visuomenei – nuo politikos iki verslo, nuo sporto iki meno. Televizija formuoja visuomenės komunikavimo kalbos struktūrą [3].

E. Dennis teigia, kad bene svarbiausia aplinkybė, leidusi visuomenei pasisakyti per informavimo priemones, buvo kabelinės televizijos atsiradimas. Kadangi 9-ąjį ir 10-ąjį dešimtmečiais Amerika buvo apraizgyta kabelinių tinklų, vietiniai televizijų valdytojai suteikė eterio laiko ir gyventojams. Visuomenės pasisakymai per tokias televizijas sėkmingai išmėginti kai kuriuose miestuose. Niujorke kabeline televizija visuomenė gali naudotis jau nuo 1970 metų, statistika rodo, kad šią galimybę sėkmingai išnaudoja privatūs asmenys, ypač juodaodžių bendruomenės nariai, kuriems sunku patekti į komercinę televiziją. Galimybė pasisakyti leidžia eiliniams žmonėms prisiliesti prie elektronikos amžiaus stebuklų ir kreiptis į savo bendrapiliečius [17].

L. Kung knygoje „The Internet and the mass media“ rašoma, kad skaitmeninė transliacija nurodo transliavimo sistemą, kur transliavimo signalas yra skaitmeninis visoje grandyje, t.y. nuo turinio sukūrimo iki patekimo vartotojams.

Paprastas analogiško signalo skaitmeninimas tapo perversmu tuomet, kai jis buvo išrastas, bet tai nebėra naujas reiškinys. Skaitmeninės technologijos buvo panaudotos telekomunikacijos tinkluose nuo 1960-ųjų pradžios. Transliacijose skaitmeninių technologijų naudojimas signalų perdavimui tapo tinkamas pastaraisiais metais dėl plataus išsivystymo garso/vaizdo kodavime ir skaitmeninių signalų moduliacijoje, kurie leidžia „suspausti“ skaitmeninius duomenis ir drastiškai sumažinti reikalingą perdavimo talpą.

Skaitmeninės antžeminės televizijos išsivystymo lygmuo yra skirtingas skirtingose šalyse ir paveiktas politinių procesų bei strategijų. Europoje, Jungtinė Karalystė, Švedija ir Ispanija, buvo skaitmeninės televizijos pradininkės. Šiuo metu beveik visos Europos šalys įvedė skaitmeninę televiziją ar planuoja ją įsivesti [16].

Lietuvoje taip pat vis daugiau rašoma, domimasi skaitmenine televizija, kadangi 2012 metų spalio mėn. 29 d. bus išjungta analoginė televizija. Skaitmeninė televizija nuo analoginės skiriasi tuo, jog vaizdas ir garsas čia perduodamas skaitmeniniu signalu (dvejetainių kodų – vienetukų ir nuliukų –

seka). Elektroniniai prietaisai suglaudina žmogaus akiai nematomus tuščius tarpus, pašalina trukdžius ir taip sukuriama skaitmeninis signalas, kuris yra daug atsparesnis trukdžiams nei analoginis. Ryšio tinklais signalas perduodamas be klaidų – programų transliuotojų siunčiamas vaizdas ir garsas pasiekia žiūrovus nepakitusios kokybės – televizoriaus ekrane rodomas ypatingai kokybiškas vaizdas.

Žiūrint skaitmeninę TV, ekrane nepamatysi „sniego“, atspindžių, šešėlių – jokių vaizdo iškraipymų. Skaitmeninė TV leidžia tuo pačiu dažnių ruožu vienu metu transliuoti kelias TV programas, tad, greta puikios vaizdo ir garso kokybės, atsiranda galimybė žiūrėti daugiau kanalų. Todėl paslaugos teikėjo siūlomi skaitmeninių programų rinkiniai būna akivaizdžiai didesni.

Skaitmeninė televizija – tai ne tik kita vaizdo kokybė, bet ir daug įvairių, žiūrovo patogumui skirtų funkcijų.

Skaitmeninės televizijos signalams priimti reikia specialaus priedėlio arba naujos kartos televizoriaus, turinčio integruotą priedėlį. Šis priedėlis ne tik užtikrina skaitmeninį vaizdą, jis taip pat leidžia žiūrovui pasirinkti programų transliacijos kalbą, naudotis elektroniniu programų gidu (EPG). Vienu EPG mygtuko spustelėjimu televizoriaus ekrane pasirodo šios ir kitos dienos programa, filmų ir programų aprašymai bei anonsai – visa tai, kas būna TV programos spausdinančiuose leidiniuose.

Daugiafunkcės TV žiūrovai gali pasirinkti daugelio transliuojamų filmų ir laidų įgarsinimą arba subtitrus norima kalba. Taip pat daugiafunkcė televizija yra draugiška kurtiesiems ar silpnos klausos žmonėms – nemažai programų transliuojama su specialiais titrais.

TV laidų įrašymo funkcija – viena iš daugelio naujų galimybių, kurios atsiveria pasirinkus skaitmeninę televiziją. Specialūs skaitmeninės televizijos priedėliai leidžia nepražiopsoti mėgstamų laidų ar filmų, prireikus – sustabdyti programos žiūrėjimą ir pratęsti jį tinkamu metu. Jie veikia ir kaip vaizdo grotuvas su įrašymo funkcija PVR (angl. Personal Video Recorder). Bene šauniausias tokio priedėlio privalumas, jog prireikus kelioms minutėms pasišalinti nuo televizoriaus, pakanka spustelėti mygtuką ir grįžus žiūrėti nuo tos vietos, kur sustota. Įrenginys įrašinė ir rodys programą tol, kol bus „pasivyta“ reali transliacija. Be to, galima užprogramuoti, kad jis įrašytų mėgstamą filmą ar TV laidą ir ją peržiūrėti patogiu metu.

Visus skaitmeninės televizijos priedėlius galima nustatyti taip, kad kai kurios programos būtų matomos tik įvedus slaptažodį. Tokiu būdu galima apsaugoti vaikus nuo jiems netinkamų programų.

Kitos skaitmeninėmis technologijomis pagrįstos televizijos paslaugos: karaokė, videonuoma, žaidimai.

Turintieji įdiegtą skaitmeninę TV, gali džiaugtis dar viena naujų technologijų galimybe – raiškiaja televizija HD TV (angl. High Definition Television). Šis visiškai naujas formatas užtikrina penkis kartus ryškesnį vaizdą, erdvinį garsą. Jis puikiausiai tinka plačiaekranams televizoriams, nes

yra transliuojama būtent jiems pritaikytu formatu – 16:9. Įprastinės raiškos televizijoje naudojamas 4:3 formato vaizdas [18].

1.4. Skaitmeninių technologijų vartojimas ir auditorija

Per pastaruosius keturiasdešimt metų tapome daugiakanalės televizijos, skaitmeninės televizijos, visą parą galimo programavimo, VHS, DVD, kabelinės televizijos, palydovinės televizijos, naujienu kanalų, MTV, CNN, spalvotų laikraščių, orų kanalų, TiVo, „Sony“ Walkmanų, iPodų ir vaizdo informacijos perdavimo, specialiai ją užsisakius, vadinamosios Martini žiniasklaidos, pristatomos bet kuriuo metu į bet kurią vietą, atsiradimo liudininkais. Jaunimui iki dvidešimt penkerių tokia daugiakanalė skaitmeninė visata – visiškai įprastas dalykas [1].

Svarbus informacinės visuomenės išsivystymo lygio rodiklis yra kompiuterių ir interneto naudojimo mastas. Lietuva pagal interneto vartotojų skaičių dar atsilieka nuo labiausiai išsivysčiusių pasaulio valstybių, nors pastarųjų metų augimo tempai ir yra įspūdingi. 2005 m. pradžioje savo veikloje naudojo kompiuterius apie 90 proc. organizacijų, apie 80 proc. organizacijų (beveik 93 proc. – turinčių kompiuterius) buvo prisijungusios prie interneto. 2005 m. pastovių interneto vartotojų skaičius nepasiekė apie 1 mln., tai – 31,2 proc. šalies gyventojų. Pastaruoju metu naudojimosi kompiuteriais ir internetu mastas Lietuvoje sparčiai auga. Pastovių interneto vartotojų skaičius siekia apie 60 proc. Lietuvoje pagrindinė naudojimosi internetu vieta išlieka darbovietė. Įsigalėjusi tendencija – kompiuteriais ir internetu daugiausiai naudojasi jauni, gaunantys sąlygiškai dideles pajamas, didmiesčiuose gyvenantys žmonės. Didelė interneto vartotojų dalis – mokiniai ir studentai – apie 85 proc. internautų, o darbuotojai – 31 proc. Labai nedaug interneto vartotojų yra vyresnio amžiaus žmonės (65-74 metų) – 4 proc., bet analogiška padėtis (tik procentiniai dydžiai skiriasi) yra ir kitose šalyse. Reikia pažymėti, kad naudojimosi internetu masto augimo tendencijos yra bendros ir nepriklauso nuo naudojimosi internetu dažnumo. Bet pagal interneto ryšio prieinamumą visuomenėje Lietuva yra 41 vietoje iš visų vertintų 133 valstybių (WEF „Networked Readiness Index“ 2009-2010 m.). Vertinant priežastis, kodėl nesinaudojama internetu, dažniausiai nurodoma, kad nėra galimybių naudotis internetu – 37,2 proc. (finansinių – 23,4 ir techninių – 13,8), nemoka naudotis 20 proc. ir neturi poreikio 35,2 proc. Galima daryti prielaidą, kad, įgyvendinus tam tikras ES remiamas programas, augant ekonominiam šalies lygiui ir įsiliejant į aktyvią darbinę ir visuomeninę veiklą dabartiniams mokiniams ir studentams, interneto vartotojų skaičius didės, ir tam reikia ruoštis dabar, o ne po kelerių metų [19].

Dabartinė Lietuvos situacija yra tokia, kad naujų technologijų dėka informacijos srautai intensyvėja ir eilinis pilietis vis dažniau suvokia, kad jo informacinių galimybių riba tolsta ir tampa beveik nepasiekiamo. Formuojasi įspūdis ir įsitikinimas, jog laisvai galima gauti bet kokią informaciją, netgi tokia, kuri susijusi su valdžios ir piliečio santykiais.

Šiandienos visuomenė nuo protėvių skiriasi: 1) komunikavimo sudėtingumu; 2) pagalbinių komunikavimo priemonių bei technologijų gausa; 3) komunikacinių greičių gausa.

Nors teigiama, kad elektroninėje visuomenėje visų elektroninių piliečių priėjimas prie informacijos ir laisvė teikti informaciją yra vienodi, tačiau jau net dabar informaciją įneša tik tas, kuris gali prieiti prie tam skirtų įrengimų, kad įneštų kažką, kažkur, kažkada ir kažkaip [20].

Gana akivaizdžiai matosi, kad masinė auditorija žlunga, ypač televizijoje, kaip rezultatas kanalų ir platinimo priemonių gausėjimo. Yra daugiau žiūrima individualiai dėl namų ūkių sudėties bei daugiau įsigyjamų televizorių. Naujos technologijos leidžia būti mažiau priklausomam nuo laiko ir namų ūkis daugiau nebėra apribotas vienu ar dviem siūstuvais. Įrašyta muzika ir radijas gali būti klausomi bet kur bet kuriuo metu, ir technologiniai pasikeitimai suteikia daugiau galimybių lanksčiam interneto ir mobiliųjų telefonų, kaip turinio nešėjų, naudojimui. Naujos formos išorinių ir viešųjų demonstravimų užpildo viešąsias vietas reklaminiais įvaizdžiais ir kita medžiaga [21].

A. Balčytienė teigia, kad naujos technologijos leidžia aktyviems žiūrovams/skaitytojams dalyvauti informacijos mainuose. Internetas ir mobilios telekomunikacijos sparčiai skverbiasi į tradicinės žiniasklaidos sektorių ir veikia naujienų atranką, redagavimą, platinimą. Pliuralistinė ir interaktyvi komunikacija vartotojams suteikia daugiau galimybių personifikuoti informaciją – pasirinkti tik tai, kas svarbu, ir gali geriau tenkinti jų poreikius [22].

Reiktų pabrėžti, kad ne tik naujosios technologijos daro įtaką tradicinei spaudai. Keičiasi skaitytojo santykis su žiniasklaida. Šiuolaikinė auditorija vis labiau pageidauja nemokamos informacijos ir pramogų, o tai stipriai veikia spaudos, radijo, televizijos funkcijas. Televizija tampa pramoga, spauda – įvykių ir reiškinių analizės, o radijas ir internetas – operatyvių naujienų šaltiniais [23].

Anot Ž. Pečiulio, naujasis vartotojas iš pasyvaus vartotojo tampa savo reikmių programuotoju, galinčiu pasirinkti statinį (tradicinė spauda, archyvai) arba srautinį (radijas, TV, internetas) informacijos vartojimo būdą [7].

Outing (1998) teigia, kad internetas yra dvipusė žiniasklaidos priemonė, ir svetainės, norinčios pranokti kitus „interaktyvume“, turi suburti žmones ir skatinti komunikaciją tarp interneto vartotojų taip pat, kaip komunikaciją tarp interneto vartotojų ir personalo narių bei vadybininkų [24].

2. INTERNETINĖS ŽURNALISTIKOS SAMPRATA

2.1. Žurnalistikos sąvoka ir jos funkcijos

Šiuolaikinė žurnalistika atsirado septyniolikto šimtmečio pradžioje iš pasikalbėjimų viešose vietose, kavinėse Anglijoje, ir aludėse, ar „viešose įstaigose“ Amerikoje. Baro savininkai, vadinti smuklininkais, rinko informaciją iš keliautojų, kurie dažnai papasakodavo tai, ką jie pamatė ir išgirdo. Pirmi laikraščiai šiose kavinėse atsirado apie 1609 m., kai iniciatyvūs spaustuvininkai pradėjo rinkti žinias apie laivybą, paskalas ir politines diskusijas iš kavinių bei spausdinti tai popieriuje [25].

Pagal McNair (2002: 9), žurnalistika yra „pranešimas apie egzistuojantį realųjį pasaulį, pateiktą žurnalisto ir parengtą pagal tam tikrus žurnalistinės informavimo priemonės reikalavimus, kuri tai skleis visuomenei“. McQuail (2000) apibūdina žurnalistiką, kaip mokamą kūrinį ar audiovizualinį produktą viešai žiniasklaidai.

Kai kurie rašytojai išskiria keletą žurnalistikos tipų, pavyzdžiui, paskalų žurnalistika, nedidelio formato laikraščio žurnalistika, „naujoji“ žurnalistika, tiriamoji žurnalistika ir įrašo žurnalistika (McQuail, 2000). Randall'ui (2000) yra tikrai dvi žurnalistikos rūšys: gera arba bloga [6].

Žurnalistika vadinama ketvirtąja valdžia. Ji gali turėti įtakos, kaip informacijos tarpininkas, kai kuriems svarbiems politiniams nutarimams, nes rinkėjai, gavę informaciją, atitinkamai reaguoja politikų atžvilgiu. Juk politikai bijo prarasti pasitikėjimą [4].

Žodis žurnalistika turi keletą reikšmių. Pirmiausia juo apibūdinama žmogaus veiklos sritis, apimanti aktualios socialinės informacijos rinkimą, apdorojimą ir platinimą visuomenės informavimo priemonėmis. Žurnalistika tam tikra prasme numato perspektyvas, formuoja, modeliuoja visuomenės gyvenimą, padeda visuomenei tapti atvira, tikra laisva žmonių visuomene.

Žurnalistika, kaip glaustai apibūdino JAV žurnalas „Time“, yra tikslios ir aktualios informacijos greitas perdavimas iš vienos vietos į kitą, išsaugant tiesos objektyvumą ir pateikiant ją žmonėms aiškiai, kad visi suprastų. Londono laikraščio The Times redaktorius Vikamas Stidas (Wickham Steed) daro išvadą: „Žurnalistika – tai daugiau negu amatas ar pramoninė gamyba, tai kažkas tarp meno ir valdžios“ [5].

D. McQuail tikina, kad žurnalistika funkcionuoja kaip demokratijos sarginis šuo ir kaip tarpininkas. Tvirtai dominuoja sąsaja tarp žiniasklaidos, gyventojų ir vyriausybės (McQuail, 2000). Likimas ir demokratijos kokybė yra išsilavinusios, apskaičiusios visuomenės rankose [26].

Ne tik parašyta, įrašyta, nufilmuota kronika, ataskaita, reportažas, interviu, korespondencija, žinutė, publicistinis portretas yra žurnalistika, bet ir leidinio ar laidos projektavimas (maketavimas), aptarimas, redagavimas, reklamavimas, platinimo organizavimas.

Žurnalistikos funkcijas, jų pobūdį bei turinį lemia visuomenės išsilavinimas, demokratijos lygis, socialinės bei istorinės sąlygos, tradicijos.

Jungtinėse Amerikos Valstijose pagrindinėmis laikomos keturios žurnalistikos funkcijos: informacinė, aiškinamoji (interpretacinė), auklėjamoji (valdymo, vadovavimo) ir pramoginė.

Skandinavijos šalių žurnalistikos tyrinėtojai nustatė, kad demokratinėje visuomenėje žurnalistika šiandien atlieka tokias keturias funkcijas: teikia visuomenei informaciją, kontroliuoja valdžią, gina, užtaria nuskriaustuosius (siekia teisybės) ir linksmina (paprastais komerciniais tikslais) skaitytojus, klausytojus bei žiūrovus. Kai kurios visuomenės informavimo priemonės dar atlieka ir penktąją – politinės propagandos – funkciją.

Atsižvelgiant į šiandienines tendencijas, matyt, tikslinga išskirti penkias svarbiausias žurnalistikos funkcijas: informacinę, aiškinamąją, auklėjamąją, kultūrinę ir pramoginę.

Žurnalistikos informacinė funkcija kartais dar vadinama socialine. Tačiau terminas informacinė tiksliau nusako šios funkcijos turinį – operatyviai ir teisingai informuoti visuomenę apie socialinės veiklos rezultatus, naujausius įvykius, reiškinius ir procesus.

Šiandieninės žurnalistikos pareiga – padėti žmonėms geriau orientuotis sudėtingame pasaulyje, plačiau vadovautis pažintais gamtos dėsniumais, remtis sukaupta patirtimi, kasdieninės veiklos rezultatais. Čia svarbus vaidmuo tenka aiškinamajai žurnalistikos funkcijai.

Žurnalistikos auklėjamoji funkcija itin pasireiškia ugdant teigiamus žmonių bruožus. Norėdama pasiekti auklėjamąjį efektą, žurnalistika ne tik skleidžia tikrovės žinias, perduoda informaciją apie visuomeninio gyvenimo įvykius, reiškinius ir procesus, bet būtinai siekia ir teigiamai paveikti auditoriją.

Spaudos publikacijos ir radijo bei televizijos laidos padeda atgauti dvasines ir fizines jėgas, pailsėti po darbo dienos. Todėl ši žurnalistikos funkcija ir vadinama kultūrine, pramogine bei rekreacine [5].

Svarbiausia žurnalistikos funkcija – informuoti. Kita svarbi funkcija – nuomonės formavimas. Žurnalistika atlieka reklaminę funkciją. Šiai funkcijai priskirtina ne tik skelbimų šūsny: juk recenzijos, komentavimai, apžvalgos, taip pat padeda auditorijai pasirinkti tinkamą knygą ar spektaklį [4].

JAV ir Vakarų Europos žurnalistikos tyrinėtojai paprastai kalba ne apie visuomenės informavimo priemonių efektyvumą, o apie efektus (lot. effectus – įvykdymas; poveikis; rezultatas), kuriuos sukuria konkrečios žiniasklaidos priemonės. Minimi tokie efektai, kaip auditorijos nuomonės pokytis, požiūrio

į tam tikrą objektą pasikeitimas, emocijų sustiprėjimas arba susilpnėjimas, elgesio pasikeitimas. Psichologas V.Vaisas (W.Weiss) visus efektus klasifikuoja į dvi grupes – kiekybinius ir kokybinius. Kiekybiniams efektams priskiria visos žiniasklaidos priemonės arba tik konkretaus žurnalistikos kūrinio daromą efektą, auditorijos ir ją sudarančių grupių dydį (ar ji mažėja, ar plečiasi), laiką, kurį auditorija skiria tam tikrai žiniasklaidos priemonei (jis trumpėja ar ilgėja). Kokybiniai efektai – tai žinių, požiūrio, emocijų, socialinių nuostatų, elgesio, interesų, požiūrių, vertybinių orientacijų pokyčiai [5].

Išsiaiškinus, kas yra žurnalistika, kaip ji atsirado, kokios jos funkcijos, galima nagrinėti ir atskiras žurnalistikos rūšis.

2.2. Internetinės žurnalistikos samprata

Šiuolaikinėje visuomenėje internetu pateikiamai informacijai skiriamas vis didesnis dėmesys. Norint išsamiai išnagrinėti internetinę žurnalistiką, jos įtaką visuomenei, būtina apibrėžti internetinės žurnalistikos sąvoką. Daugybė mokslininkų aktyviai nagrinėja naują žurnalistikos kryptį, t.y. internetinę žurnalistiką. Apibrėždami internetinės žurnalistikos sąvoką, jie perteikia savo mintis, suvokimą.

Skaitmeninės informacijos kūriniais integruojant į kasdieninę žmogaus veiklą pagrįstai atsiranda naujas terminas – naujoji žiniasklaida (angl. *new media*).

Mūsų dienų kultūroje komunikabiliam žingeidumui reikštis sąlygas sukuria naujoji (kompiuterinė) žiniasklaida. Geriausi naujosios žiniasklaidos pavyzdžiai – tai įvairiausios hiperteksto (vadinamojo netiesinio skaitymo) principu dirbančios programos, daugialypės terpės kūriniai, internetas.

A. Balčytienė straipsnyje „Naujosios žiniasklaidos taikymo perspektyvos: modernaus kūrinio ir skaitytojo paieškose“ teigia, kad naujoji žiniasklaida – tai visiškai nauja daugelio informacijos terpių koegzistencija, užtikrintai įsitvirtinanti informaciją skleidžiančių terpių jūroje. Geriausias tokio įsitvirtinimo pavyzdys – tradicinė žiniasklaida priima moderniosios informacijos technologijos pasiūlytą iššūkį ir savaip bando taikytis prie naujų darbo sąlygų. Anot A. Balčytienės, Lietuvoje dar nėra populiarūs interaktyvios žurnalistikos maniera, tačiau Vakarų šalyse svarbaus dėmesio sulaukia būtent toks leidinys, kuriame atsiskleidžia modernios žurnalistikos žanrai: tokio pobūdžio kūriniai ieško sąsajų su skaitytoju – gyvai reaguoja į jo poreikius bei nuomonę.

Naujosios žiniasklaidos panaudojimo įvairiems tikslams – informavimui, mokymui, pramogoms, bendravimui – galimybės ir svarba jau nebekelia abejonių. Pavyzdžiui, naujos informacijos

technologijos pritaikymas švietime sudarė prielaidas atsirasti ir vystyti naujoms mokymo formoms ir naujiems mokymo metodams. Nuotolinis mokymasis – šiuo metu vis didesnę reikšmę įgaunanti sritis. Šis mokymas ypač aktualus nuolat besikeičiančios visuomenės sąlygomis – čia reikalingas nuolatinis informacijos atnaujinimas ir profesinis tobulėjimas [27].

M. Deuze straipsnyje „The WebCommunicators: Issues in research into online journalism and journalists“ samprotauja: „Nors internetinė žurnalistika yra vis dar labai jauna, profesijos tyrinėjimas turi būti pradėtas nuo paties supratimo, kuris daro internetą masine komunikacijos priemone: jo globalinė prigimtis“.

Yra didelis poreikis žinoti visame pasaulyje. Taigi internetinė žurnalistika čia atlieka svarbų vaidmenį.

Pasak M. Deuze, žurnalistika yra apibrėžta kaip profesionalus aktualių naujienų, faktų parinkimas auditorijai, pasitelkiant technologinius platinimo priemonių metodus. Ypač pastaraisiais metais technologijų vaidmuo žiniasklaidos žinučių platinime efektyviai pasikeitė ir užėmė pagrindinę vietą šiuolaikiniame žurnalistiniame teatre ir tai pateikiama kaip būtinas ar net pradinis taškas į bet kokią mokslo avantiūrą internetinėje žurnalistikoje.

Esmė naujienų publikacijų internete yra jų integruotos savybės: internetinė žurnalistika yra garso, vaizdo ir teksto susiliejimas (konvergencija), žiniatinklio liejinys yra kombinacija visų žurnalistinių žanrų [28].

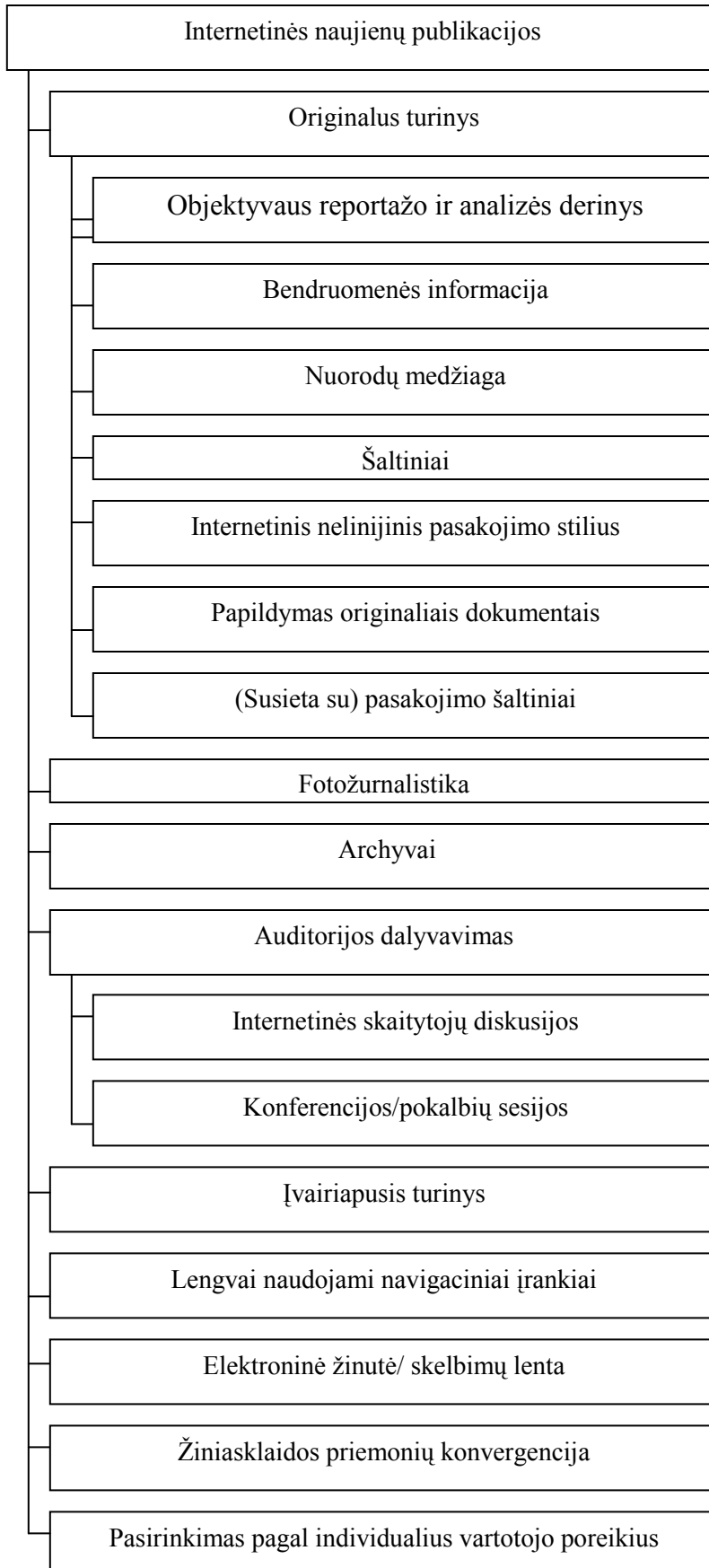
Internetinė žurnalistika skiriasi savybėmis nuo tradicinių žurnalistikos tipų. Internetinė žurnalistika gali būti funkciškai atskirta nuo kitų žurnalistikos rūšių vartojant jos technologinį komponentą kaip pagrindinį faktorių išreiškiant apibrėžimą [29].

Žiniasklaidos profesionalai kartais net reikalauja skirtingo statuso, sakydami, kad internetiniai žurnalistai yra neabejotinai „atskira rūšis“ (Meek, 2000). Pavyzdžiui, kaip Lynn Zoch teigia, kad rytojaus žiniasklaidos specialistai yra (ar turi būti) visiškai kitokie nei tie, kurie šiandien dirba internete [30].

De Wolk internetinę žurnalistiką apibūdina kaip „kokybiškos žinios ir informacija, kuri skelbiama internete (ypač žiniatinklis)“ (De Wolk, 2001).

M. Deuze sukūrė schemą, kurioje vaizduoja geros internetinės žurnalistikos apibrėžimą (žr. 1 schemą) [28].

1 schema. Geros internetinės žurnalistikos apibrėžimas [28]



Ž. Pečiulio straipsnyje „Žiniasklaida ir žurnalistika daugiaterpės raiškos eroje“ teigiama, kad interneto eroje skatinamas universalumas, gebėjimas vienam atlikti daug darbų (parengti tekstą ir iliustracijas, įrašyti garsą, filmuoti vaizdus, naudotis skaitmeninio montažo programomis, parengtus dokumentus įkelti į tinklalapį, gebėti nuolat papildyti informaciją) [7].

V. Mackonis straipsnyje „Internetinės žiniasklaidos autoriai ir autoritetai“ samprotauja, kad šiandien save pavadinti internetinės žiniasklaidos autoriumi gali retas žurnalistas, kurio rašiniai publikuojami internete. Internetinės žiniasklaidos tradicijos Lietuvoje per jaunos, kad būtų suspėta išugdyti savo žurnalistų kartą, todėl dažniausiai augantys naujienų portalai persivilioja anksčiau spaudoje, TV ar radijuje dirbusius žmones. Internetinių portalų „veidais“ arba „prekės ženklais“, tampa poetai, eseistai, rašytojai, visuomenininkai, politikai, tie patys TV ir radijo laidų vedėjai ir apžvalgininkai [31, p. 130-134].

B. Kovach ir T. Rosenstiel teigimu, naujosios žiniasklaidos žurnalistas nesprenžia to, ką visuomenė turi žinoti. Pagrindinė naujo žurnalisto užduotis yra patikrinti, ar informacija yra patikima, ir tik paskui užsakyti ją [25].

M. Deuze įsitikinęs, kad internetinis žurnalistas turi priimti sprendimus, koks žiniasklaidos formatas geriausiai atpasakoja tam tikrą istoriją (daugialypė terpė), turi duoti galimybę visuomenei reaguoti, kartu veikti ar net kurti tam tikras istorijas (interaktyvumas) ir turi apgalvoti, koku būdu prijungti vieną istoriją prie kitų istorijų, archyvų, išteklių ir taip toliau per hipersaitus (hipertekstualumas). Tai yra ideali, tipiška internetinės žurnalistikos forma [29].

Ward pažymi, kad naujosios žiniasklaidos žurnalistas gali vos per keletą sekundžių pasiekti didelį ir įvairų informacijos kiekį (ir senos, ir naujos), tuo sustiprindamas tyrimo ar pranešimo turinio vertę (Ward, 2002: 19,23) [6].

C. Harper savo straipsnyje „Journalism in a Digital Age“ išskiria tris pagrindinius elementus, apibūdinančius internetinę žurnalistiką. Pirma, internetinė žurnalistika suteikia daugiau galių vartotojui. Vartotojas gali peržiūrėti pasirinkto žurnalisto darbus, tyrinėdamas autentiškus šaltinius ir lengvai lygindamas vieno žurnalisto istoriją su kito. Archyvai taip pat tampa lengvai prieinami. Antra, internetinė žurnalistika atveria naujus pasakojimo kelius, pirmiausia per techninius naujos žiniasklaidos priemonės komponentus. Paprastai tariant, skirtingai nuo kitų žiniasklaidos priemonių internetiniai žurnalistai gali aprūpinti žiniasklaidą įvairove – tekstu, garsu, vaizdu ir fotografijomis. Trečia, internetinė žurnalistika gali aprūpinti realizavimo rinkas netradicinėmis naujienų ir informacijos priemonėmis [32].

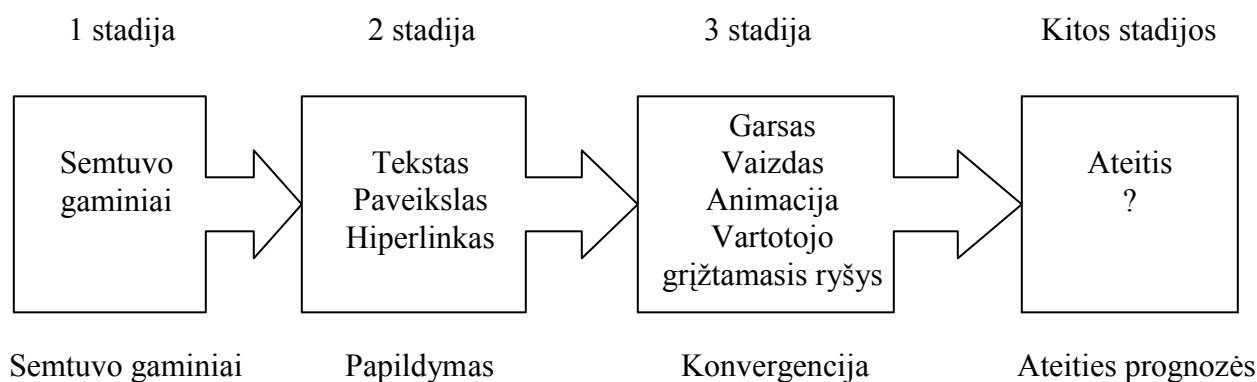
John Deighton buvo vienas iš pirmų autorių, kuris apibendrinio pagrindines interneto savybes (Deighton, 1996):

- vartotojas inicijuoja kontaktą;
- vartotojas siekia informacijos;
- tai visuomenės informavimo priemonė, kuri pritraukia šimtaprocentinį asmens dėmesį;
- žiniasklaidos kompanija gali rinkti ir kaupti skaitytojų atsiliepimus;
- atsižvelgiama į individualius vartotojo poreikius [33].

Pavlik nuomone, naujosios žiniasklaidos turinys gali būti pateiktas turtingiau nei tradicinės žiniasklaidos turinys dėl technologinių priemonių pažangos. Naujosios žiniasklaidos technologijos palengvina multimedijos, interaktyvumo, hipertekstualumo naudojimą ir pritaikymą individualiems poreikiams (Pavlik, 2001: 217) [6].

Pavlik (1997) suvokė internetinę žurnalistiką kaip susidedančią iš trijų svarbiausių stadijų: 1 stadija apima pranešimų, paimtų iš tradicinės žiniasklaidos, talpinimą internete; 2 stadija apima teksto turinio papildymą internetiniais elementais, tokiais kaip interaktyvumas; ir 3 stadija apibūdina pažangių technologijų naudojimą vartotojų panardinimui internetiniame žinių turinyje (Pavlik, 1997) (žr. 2 schemą).

2 schema. Trys internetinės žurnalistikos stadijos [34]



1 stadija: Semtuvo gaminiai

Didžioji dalis to, kas sudaro naujienų žiniatinklio svetaines, susideda iš istorijų, paimtų iš tradicinės žiniasklaidos (laikraščių, televizijos laidų), skelbiamų internete. Deuze tai vadina „semtuvo gaminiais“ (Deuze, 1999).

2 stadija: Papildytas internetinis žinių turinys

Žinių organizacijos gali papildyti savo internetinį žinių turinį daugybe būdų. Vienas paprastas ir efektyvus kelias yra pridėdant hypernuorodas. Paul (1995) aiškina, kaip hypernuorodos gali praturtinti naujienų pranešimą, pridėdant foninę informaciją ir aprūpinant pranešimą platesniu kontekstu. Pavyzdžiui, nuorodos gali būti naudingos, suskirstant ilgą istoriją į logiškas dalis ar „gabalus“ (Pape & Featherstone, 2005). Hypernuorodų įdėjimas skaitytojams suteikia daugiau pasirinkimo galimybių (Deuze, 1999, p. 378). Skaitytojai gali gauti prieigą prie archyvų, skaityti originalius šaltinius ar susisiekti su žurnalistais pelės spragtelėjimu dėl hypernuorodų, esančių internetiniame tekste.

Žiniatinklis taip pat leidžia žinių gamintojams pateikti itin vizualų kūrinių. Lengviausias būdas tai pasiekti – įdėti didelį kiekį fotografijų. Tuo metu, kai tradicinė spausdintinė žiniasklaida tipiškai leidžia ribotą atvaizdų pasirinkimą, žinių organizacijos gali sukurti internetines galerijas, pateikdamos vartotojui daug vizualesnį turinį. Fotografijos yra efektyvios tuomet, kai norime papildyti tekstinį turinį ir internetinio skaitytojo dėmesį sufokusuoti ties įdomiausiais naujienų pranešimo aspektais.

3 stadija: Konvergencija

Žurnalistams interneto galimybė pateikti asmeniniams poreikiams pritaikytas, netiesiogines ataskaitas su vaizdo ir garso pristatymais atveria naujas galimybes pristatymams. Konvergencijos procese tradicinis tekstas yra sumaišomas su judančiais vaizdais, garsu ir nuorodomis tam, kad būtų pateikiama kuo daugiau informacijos tame pačiame kūrinyje. Deuze (1999) suvokia šį formų susiliejimą kaip ypatybę, pirmiausiai pritaikytą žurnalistams, o tik po to auditorijoms. Konvergencija suteikia auditorijai pasirinkimo galimybes, o technologijos žurnalistams suteikia daugiau laisvės pristatant naujienas įvairiais būdais. Nors konvergencijos apibrėžimai keičiasi, dauguma autorių sutinka, kad ji tipiškai apima susivienijančią daugialypę terpę (teksto, garso ir vaizdo turinio mišinys paprastai perduoda informaciją) internetinėje žinių aplinkoje.

Internetinės žurnalistikos trečiasis etapas apima galimybes vartotojui dar labiau susisiekti su internete pateiktu turiniu. Pateiktame modelyje ši stadija apima internetinę žinių skaitytojų prieigą prie pasikalbėjimo kambarių, diskusijų forumų, ir internetinių apklausų, kurios leidžia jiems išreikšti nuomones. (Dibeau & Garrison, 2001) [34].

2.3. Internetinės žurnalistikos ypatybės

2.3.1. Internetinės žurnalistikos ypatybių klasifikavimas

Norint suvokti internetinės žurnalistikos teikiamą naudą, svarbą modernioje visuomenėje, svarbu išsiaiškinti jai būdingas ypatybes. Įvairioje literatūroje galima rasti nuo kelių iki keliolikos išskirtų internetinės žurnalistikos ypatybių. Daug skirtingų teoretikų pabandė identifikuoti interaktyvios žiniasklaidos savybes. Daugelio mintys yra panašios, bet tik keletas iš jų pasiūlyti aiškūs apibrėžimai, kokios yra fundamentalios interaktyvios žiniasklaidos ypatybės.

Internetinis žinių pristatymas skiriasi nuo tradicinės žurnalistikos interaktyvumo ir grįžtamojo ryšio, pasiekiamo skaitytojams [34].

K. Kawamoto išskiria šias tipiškas skaitmeninės žurnalistikos savybes:

- Hipertekstualumas: skaitmeninės informacijos jungimas ir „sluoksniavimas“ per netiesinę hierarchinę struktūrą;
- Interaktyvumas: aktyvus žmonių ar mašinų įtraukimo į informacijos ieškojimo ir dalijimosi informacija procesas;
- Nelinijškumas: lanksti informacijos tvarkymo sistema;
- Daugialypė terpė: naudojimas daugiau kaip vieno žiniasklaidos tipo viename produkte;
- Konvergencija: skelbimas ar suliejimas istoriškai atskirų technologijų ir paslaugų;
- Pritaikymas asmeniniams individualaus vartotojo poreikiams[35].

M. Lister ir jo kolegos apibrėžia naują žiniasklaidą, akcentuodami šias savybes: skaitmeninimas, interaktyvumas, hipertekstualumas, išsklaidymas ir virtualumas.

R. Packer ir K. Jordan pateikia multimedijos savybių klasifikavimą knygoje „Multimedia from Wagner to Virtual Reality“. Jos apima integraciją, interaktyvumą, hypermedia, panirimą ir pasakojimą. Panašiai, Lev Manovich knygoje „The language of Interactive media“ pateikia kitą savybių sąrašą: skaitmeninis vaizdavimas, modalumas, automatizavimas, kintamumas ir šifravimas pagal kodus.

Yra svarbu identifikuoti būtinas interaktyvios žiniasklaidos savybes, kurios atskirtos nuo ankstesnės žiniasklaidos ir kitų technologijų. Interaktyviai žiniasklaidai būdingas technologinis daugialypių žiniasklaidos formų susilieėjimas, kitimo į skaitmeninę formą, abstrakcijos ir senos žiniasklaidos imitavimo bei interaktyvaus kūrimo ir reikšmės interpretacijos [36, p.14-27].

Dahlgren (1996: 64) atskleidė kompiuterinės komunikacijos aspektų kompleksą, kurie yra svarbūs „internetinės žiniasklaidos logikos išsivystymui“: multimedialumas, hipertekstualumas, interaktyvumas ir archyvavimas. Terminas multimedialumas apibūdina susiliejimą žiniasklaidos formatų ar žiniasklaidos formų lygmenyje, per kurias žiniasklaida perduoda savo turinius. Tai susiejama su tekstų integracija su atvaizdais, balsais ir garsais, kurie yra vis daugiau ir daugiau išversti į bendrą skaitmeninę formą.

T. Oblak teigia, kad archyvavimas leidžia prieigą prie gausios duomenų bazės ir archyvų. Todėl vartotojai nėra taip ribojami dabartinės informacijos, jie gali jos ieškoti anksčiau paskelbtose istorijose ir foninėje medžiagoje. Tai padaryti leidžia hipertekstualumas, kuris apskritai remiasi atskirų žinutės dalių sujungimu išplėstinėje integruoto turinio grandinėje.

Interaktyvumas technine prasme yra ypatinga kompiuterinė komunikacijos savybė, kur vyksta abipusė komunikacija, grįžtamasis ryšys.

Glausti hiperteksto tekstai yra tam tikra prasme sutampantys su kita kokybiška naujos žiniasklaidos logikos ypatybe – multimedialumu [10].

Nors dauguma mokslininkų pateikia tik teigiamas internetinės žurnalistikos ypatybes, K. Kovach ir T. Rosenstiel išskyrė didžiausius elektroninėje erdvėje skleidžiamos informacijos trūkumus (Kovach, Rosenstiel, 2001):

1. Plinta nepalaujamas ir neaprepiamas informacijos srautas.
2. Šaltinių reikšmė ir įtaka tampa svarbesnė nei jų interpretatorių (žurnalistų).
3. Kiekvienas panorėjęs gali skleisti informaciją.
4. Informacijos prieštaravimas kelia nepasitikėjimą ja.
5. Siekiant patraukti auditoriją, daugėja sensacingų pranešimų [7].

Apibendrinant mokslininkų pateiktą internetinės žurnalistikos ypatybių klasifikavimą, galima išskirti šešias dažniausiai išskiriamas ypatybes: skaitmeninimas, hipertekstualumas, interaktyvumas, multimedia, konvergencija ir archyvavimas. Vis dėlto, interaktyvumą, hipertekstualumą ir multimedia galima įvardinti kaip pagrindinius privalumus, nes juos paminėjo beveik visi mokslininkai.

2.3.2. Pagrindinių privalumų samprata

2.3.2.1. Interaktyvumas

Mokslinėje literatūroje išskiriama daug interaktyvumo apibrėžimų bei jo skirstymų į lygius, dimensijas, tipus ir pan.

A. Balčytienė publikacijoje „Naujos technologijos ir žurnalistika“ teigia, kad internetinės aplinkos interaktyvumas – tai skaitytojui suteikiama abipusės komunikacijos galimybė, kuri leidžia ne tik susisiekti su žurnalistais ar leidėjais (elektroniniu paštu), bet ir sudaro sąlygas internete tikslinti informacijos turinį: rašyti komentarus, dalyvauti diskusijų forumuose, reikšti nuomonę balsuojant. Yra priežasčių manyti, kad interaktyvumo dėka skatinamas skaitytojo lojalumas tinklapiui. Kvietimas bendrauti ir skambinti telefonu į radijo ar televizijos studiją, balsuoti atsakant į įvairius klausimus internete, reikšti nuomonę komentuojant ne tik patvirtina skaitytojų lojalumą, bet ir turi ekonominių pasekmių. Dalyvaujant sukuriama artimesnis ryšys tarp informacijos siuntėjo ir vartotojo, o tai aštrios konkurencijos sąlygomis yra labai svarbu: žiniasklaidos organizacija gali geriau pažinti auditoriją, o skaitytojai – tenkinti informacinius poreikius [22].

A. Balčytienės teigimu, interaktyvumas – tai naujosios žiniasklaidos išskirtinė savybė, be kurios neįsivaizduojamas nei vienas šiandieninis kūrinys. Labai dažnai sakoma, kad interaktyvi žiniasklaida – tai galimybės kurti kūrinius, gebančius „prisiderinti“ prie būsimąjį informacijos vartotojo interesų ir poreikių. Dirbdamas su tokiu kūriniu kiekvienas skaitytojas tarytum pasiima tam tikrą, tik jam vienam reikalingą informacijos dalį. Todėl galime sakyti, kad interaktyvios kompiuterinės žiniasklaidos kūrinys yra demokratiškas – jis derinasi prie kiekvieno skaitytojo norų bei pageidavimų. Kažką panašaus galime atrasti ir tradiciniame dienraštyje: retas iš mūsų perskaitome absoliučiai visą dienraščio medžiagą, bet atsirenkame tik tai, kas mus domina ir skaitymo metu pasirodo esą svarbu. Dienraštyje informacijos apimtys yra ribotos, tačiau kompiuterinis kūrinys gali pateikti praktiškai neribotos apimties tekstus. Be to, kompiuteriniame kūrinyje informacija gali būti praturtinta judančiais vaizdais ir garsu [27].

Anot Levinson, procesas, susijęs su multikryptiniu informacijos srautu tarp atstovų, kurie galėtų apimti kompiuterius, žiniasklaidą ir auditoriją, yra matomas kaip interaktyvus. Netiesinės savybės ir technologinės žiniatinklio galimybės suteikė interaktyvumui naują matmenį su beveik neribotu potencialu. Tradiciškai knygų, laikraščių ir žurnalų vartojimas daugiausia buvo vienpusis skaitymo išsipareigojimas: „internetinė patirtis yra dvipusė, leidžianti skaitytojams bendradarbiauti per elektroninį pašta, skelbimų lentos diskusijas, ir visas anotacijų klausimus, kadangi jie valdo tinklą, turėdami demokratizavimo padarinį (Levinson, 1999: 38). Daug laikraščių įdeda reporterio elektroninio pašto adresą straipsnio pabaigoje, tokiu būdu skaitytojai gali siųsti elektroninį pašta jam ar jai tiesiogiai [6].

A. Balčytienės straipsnyje „Naujosios žiniasklaidos taikymo perspektyvos: modernaus kūrinio ir skaitytojo paieškose“ samprotaujama apie ankstesnių ir naujųjų technologijų įtaką informacijai. Išpopuliarėjus interaktyviai technologijai, baigiasi vienakrypčio informacijos srauto era. Ankstesnės informacijos technologijos griežtai apibrėžė informacijos ribas. Pavyzdžiui, knyga yra jau išbaigtas

kūrinyse, kuriame nėra jokių galimybių autoriui ir skaitytojui derėtis. Nesunku pastebėti, kad tas pat modelis tinka ir kitoms žmogaus veiklos sritims – tapybai, teatrui, kinui, televizijai, architektūrai. Nesvarbu, kas bus skaitytojas (žiūrovas, dalyvis ar gyventojas), kiekvienas jų sudaro nediskutuojamą sandėrį su autoriumi (rašytoju, režisieriumi, architektu), kuriuo susitariama, kas bus kūrėjas, o kas bus vartotojas. Šiuose kūrinuose (knygoje, spektaklyje, kine) auditorijai suteikiama tam tikra erdvė interpretacijai, erdvė reakcijai, tačiau ne interakcijai. Be abejo, galima teigti, kad interpretacija gali būti suprasta kaip tam tikras (žemo lygio) interaktyvumas, tačiau interpretuojant kinta tik skaitytojo požiūris, o pats kūrinys nesikeičia [27].

T. Schultz nuomone, interaktyvumas gali būti suprastas kaip oficialus pasikalbėjimo elementas (tiesioginis ar netiesioginis). Nors tai dažnai suprantama kaip dialogo apibūdinimas, tačiau interaktyvumas nėra apribotas nei dviejų žmonių, nei akis į akį komunikacijos. Tai gali būti matoma kaip besikeičianti reakcija tarpasmeninėje ir socialinėje komunikacijoje.

Rafaeli tvirtina, kad interaktyvumas reikalauja žinučių srauto, t.y. susijusių žinučių grandinės. Vienpusėje komunikacijoje vienas šaltinis nustato darbotvarkę, negaudamas grįžtamojo ryšio. Dvipusėje ir reaguojančioje komunikacijoje abi pusės siunčia žinutes. Dvipusė komunikacija yra žinučių tekėjimas iš abiejų pusių. Reaguojanti komunikacija reikalauja, kad vėlesnės žinutės sietųsi su ankstyvesniosiomis (Rafaeli, 1988, p. 119) [37].

Literatūroje apie internetinę žurnalistiką interaktyvumas nurodomas kaip interneto savybė, kuri lengvina bendravimą, leisdama žmonėms ne tik gauti informaciją, bet taip pat ir ją skleisti (Kopper ir al., 2000: 509).

M. Deuze nuomone, interaktyvios galimybės žiniatinklyje gali būti padalytos į tris tipus:

(1) navigacinis interaktyvumas: vartotojui leidžiama „vairuoti“ daugmaž suformuotu būdu per svetainės turinį.

(2) funkcinis interaktyvumas: vartotojas gali dalyvauti tam tikru lygiu svetainės gamybos procese, bendraudamas su kitais vartotojais ar tam tikro puslapio ar svetainės gamintojais.

(3) adaptyvus interaktyvumas: kiekvienas vartotojo veiksmas turi pasekmių svetainės turiniui, kadangi svetainė taip užprogramuota, kad pati prisitaiko prie kiekvieno individualaus naudotojo naršymo elgesio ir prisimena naudotojo pirmenybes [30].

Guay taip pat tikina, kad interaktyvūs pasirinkimai žiniatinklio svetainėse gali būti padalyti į tris tipus ar formas: navigacinis interaktyvumas (per „Next page“ ir „Back to Top“ mygtukus ar slenkant meniu valdymo mygtukais), funkcinis interaktyvumas (per tiesioginį paštą: -saitai, skelbimų lentos sistemos (BBS) ir sumažintas diskusijų sąrašas), ar adaptyvus interaktyvumas (siūlantis pokalbių kambarius ir asmeninį pritaikymą per „protingąjį žiniatinklio dizainą“ (Guay, 1995) [29].

Massey ir Levy (1999) interaktyvumą skiria į dvi dalis: turinio interaktyvumas, apibrėžtas kaip vartotojų galimybė judėti turiniu kaip patinka; ir tarpasmeninis interaktyvumas, auditorijos galimybė kalbėti žiniatinklio svetainėje.

McMillan ir Hwang (2002) pripažįsta kitą daugiamatį interaktyvių elementų pristatymo sluoksnį: skaitytojo suvokimą. Interaktyvumas apima tris elementus: komunikacijos kryptį, siekiant sustiprinti grįžtamąjį ryšį; vartotojų kontrolę, kuri suteikia vartotojams galimybę judėti turiniu taip, kaip patinka; ir laiką, kuris apima techninį žinutės pristatymo tempą vartotojui [34].

Apskritai, manoma, kad interaktyvumas yra teigiama naujų technologijų savybė. Rafaeli (1988) rašo, kad interaktyvumo pasekmės yra pasitenkinimas, motyvacija, malonumo, pažinimo ir studijavimo prasmė.

Interaktyvumas kyla iš sociologinės ryšio sąvokos, kur tai apibrėžiama kaip santykis tarp dviejų ar daugiau žmonių, kurie tam tikroje situacijoje bendrai reguliuoja savo elgesį ir vienas kito veiksmus (Jensen, 1998). Duncan (1989) vadina sąveiką kaip abipusio supratimo būseną. Per pastaruosius 10–15 metų bendravimo sąvoka surado savo kelią naujų komunikacijos technologijų diskusijose, tokiose kaip internetas. Komunikacijos mokslininkai įvardina bendravimą internete kaip „interaktyvumą“. Daug komunikacijos tyrėjų naudoja akis į akį komunikaciją kaip interaktyvumo standartą ir žiniatinklio svetainių interaktyvumą vertina pagal tai, kiek jose egzistuojantis interaktyvumas panašus į tokią komunikaciją (Walther & Burgoon, 1992).

Iki šiol, interaktyvumas buvo aptartas per įvairius apibrėžimo modelius (Bordewijk & van Kamm, 1986; Rogers, 1986; Rafaeli, 1988, Rafaeli & Sudweeks, 1997; Heeter, 1989; Steuer, 1995; Kioussis, 2002). Dėl daugybės interaktyvumo apibrėžimų yra naudinga atskirti žiniasklaidos interaktyvumą nuo žmogaus interaktyvumo (Outing, 1998; Lee, 2000; Stromer-Galley, 2000, 2004; Bucy, 2004; Chung, 2007). Žiniasklaidos interaktyvumas, taip pat žinomas kaip vartotojo sistemos/dokumento ar turinio interaktyvumas, yra interaktyvi komunikacija tarp vartotojų ir technologijos, kuri yra pagrįsta technologijos prigimtimi ir tuo, ką technologija leidžia vartotojams padaryti. Žmogaus interaktyvumas, taip pat žinomas kaip vartotojas vartotojui ar tarpasmeninis interaktyvumas, yra komunikacija tarp dviejų ar daugiau vartotojų, kuri vyksta per komunikacijos kanalą. Stromer-Galley (2000) mano, kad žmogaus interaktyvumas yra labiau interaktyvus negu žiniasklaidos interaktyvumas todėl, kad ši sąveikos rūšis yra pagrindas viešam svarstymui.

D. S. Chung teigia, kad ypatybės, skatinančios žmogaus interaktyvumą bei lengvinančios vartotojo vartotojui abipusę komunikaciją ar tarpasmeninę komunikaciją, yra laikomos aukštesniais interaktyvumo lygmenimis. Šios ypatybės gali išsiskirti per elektroninio pašto sąsajas, skelbimų lentas ir pasikalbėjimus. Šių ypatybių naudojimas reikalauja daugiau pastangų, t.y. žmonės turi padaryti

daugiau negu tik spragtelėjimas ar rinkimasis, kad aktyviai panaudotų juos. Žmonių interaktyvumas prisideda prie pagrindinio skirtumo tarp tradicinių formų naujienų pristatymo ir internetinių naujienų, kuriose auditorija, jeigu reikia, gali dalyvauti kaip aktyvūs veiksniai tarpasmeniniame bendravime [24].

Jensen nuomone, interaktyvumas, kaip kompiuterinės visuomenės informavimo priemonės apibrėžianti charakteristika, atspindi save trim skirtingais analizės lygiais: 1) priemonės-naudotojo bendravimo santykis 2) platesnis santykis tarp informavimo priemonės ir likusios socialinės struktūros ir galiausiai 3) individualus-visuomenės santykis, tarpininkaujant kompiuterinei žiniasklaidai (Jensen, 2002: 184–6). Iš kitos pusės, interaktyvumo sąvoka suteikia naujas galimybes tiesioginiam ryšiui tarp žiniasklaidos prodiuserių ar žurnalistų ir jų publikos. Dahlgren nuomone, interaktyvumo suvokimas suteikia naujas galimybes stipresniam tiesioginiam ryšiui tarp žiniasklaidos gamintojų ar žurnalistų ir jų visuomenės [10].

Kenney ir al. (1999) surado, kad yra bent jau šešios sąlygos, kurios daro įtaką žiniasklaidos interaktyvumo skirtumams. Jų nuomone, interaktyvumas padidėja, (1) kai komunikacijos tikslas yra apsikeisti informacija, o ne įtikinti; (2) kai dalyviai turi didesnę komunikacijos aplinkos kontrolę; (3) kai jie aktyviai veikia, kad turėtų naudoti iš komunikacijos; (4) kai jie veikia ir reaguoja į žinutes per dvipusę komunikaciją; (5) kai komunikacijos laiko parinkimas yra lankstus ir reaguojantis į dalyvių poreikius; ir pagaliau, (6) kai komunikacijos aplinka sukelia pareigos jausmą (Kenney ir al., 1999: 4).

Heeter (1989) identifikavo šešias interaktyvumo dimensijas: prieinamo pasirinkimo kompleksiskumas, pastangos, kurias naudotojai turi įdėti, atsakingumas prieš naudotoją, informacijos naudojimo valdymas, informacijos papildymo lengvumas ir palengvinimas tarpasmeninio bendravimo. (Kenney et al., 1999). Pasirinkimo kompleksiskumas buvo sukurtas kaip indeksinė priemonė kalbos pasirinkimui, aplinkos, fono pasirinkimui, paieškos sistemos, naujų istorijų įdėjimui į pagrindinį puslapį, ryšiams tarp naujienų ir hyperryšių. Atsakingumas prieš naudotoją buvo rezultatas prieinamų reporterių elektroninių adresų ir tinklo administratoriaus elektroninių laiškų. Tarpasmeninės komunikacijos palengvinimas, sudarytas iš pasiekiamų pasikalbėjimo kambarių, diskusijų grupių, grįžtamojo ryšio mechanizmų ir bent jau vieno elektroninio pašto adreso pagrindiniame puslapyje [10].

Pavlik sako, kad interaktyvus pasakojimas apima platų komunikacijos modalumų diapazoną, įskaitant skirtingų žiniasklaidos formų naudojimą, tokių kaip tekstas ir grafika, kurie „siūlo galimybes nepaprastam pritaikymui ir sustiprintam auditorijos dalyvavimui“ (Pavlik, 2001: 1). Tekstas tampa labiau interaktyvus, kai skaitytojai gali pertvarkyti jį pagal savo poreikį, naudodami hierarchinių įėjimo punktų sritį, kaip su naudojimu hiperteksto sąsajų, kurios gali nustatyti žinių dalį kontekste taip pat,

kaip jo skaitytojų vadovavimą jame (Hall, J., 2001: 49). Archyvai ir paieškos sistemos yra kiti interaktyvumo pavyzdžiai internete, kurie siūlo nepaprastai naudingus išteklius žurnalistui.

Interaktyvi televizija taip pat suteikė žiūrovams papildomo pasirinkimo ir papildomų savybių diapazoną [6].

Nors interaktyvumo sąvoką dauguma mokslininkų apibrėžia beveik vienodai, tačiau savo suvokimą apie interaktyvumą jie atskleidžia skirtingais būdais, t.y. vieni išskiria tam tikrus interaktyvumo tipus, kiti išskiria interaktyvumo lygius, treči – dimensijas ir t.t.

2.3.2.2. Hipertekstas ir hipermedia

Terminą „hipertekstas“ pirmą kartą pavartojo JAV informatikas ir filosofas Tedas Nelsonas, aprašydamas savo sukurtą sistemą Xanadu. Pirmieji hiperteksto taikymai apsiribojo duomenų susiejimu vieno kompiuterio ar netgi vieno dokumento informacinėje erdvėje; iš tokio pobūdžio taikomųjų programų galima paminėti Apple kompanijos Macintosh asmeniniams kompiuteriams skirtą programinį paketą HyperCard, taip pat Microsoft Windows pagalbos vartotojui sistemą. Vėliau hiperteksto formatas pasirodė esąs labai patogus susieti duomenis interneto WWW erdvėje. Naudojant šį formatą hiperteksto jungtimis gali būti susiejami duomenų fragmentai, esantys tame pačiame dokumente, kompiuteryje, organizacijoje, internete – bet kur, kur tik siekia hiperteksto adresų erdvė. Galima sakyti, kad būtent hiperteksto principas ir leido sukurti pasaulinę WWW erdvę, kuri galų gale yra ne kas kita kaip milžiniškas informacijos kiekis, sujungtas į vieningą struktūrą hiperjungtimis.

Analizuojant mokslininkų darbus galima išvėlyti daug skirtingų hiperteksto, hipertekstualumo apibrėžimų.

Hipertekstas yra duomenų (dažniausiai teksto) organizavimo būdas, kuriuo duomenys – dokumentai, duomenų grupės, fragmentai – susiejami vadinamosiomis hiperjungtimis ar tiesiog jungtimis (angl. *hypertext links*, *hyperlinks*). Kai kurie autoriai hiperteksto formatą vadina hierarchiniu, tačiau kryžminių ir žiedinių ryšių galimybės šiam formatui suteikia greičiau tinklinę struktūrą.

Hipertekstas – tai tekstas, turintis nuorodų į kitas to paties ar kito dokumento vietas, nesvarbu, tie dokumentai laikomi tame pačiame kompiuteryje ar bet kuriame kitame žiniatinklio kompiuteryje. Tokios nuorodos vadinamos hipernuorodomis (hipersaitais) [13].

Pagal Burnett, hipertekstą galime suprasti kaip terminą, kuris apibūdina „egzistuojančio teksto išplėtimą į kitas vietas ir kitas sritis“ (Burnett ir Marshall, 2003: 83–4). Tokiu būdu, viename tekste yra įterpiama daug susijusių tekstų.

Burnett ir Marshall „žiniatinklio teorijos“ sampratoje, hipertekstas yra iš tikrųjų suprastas ir kaip ryšio technologija, ir kaip galinti keistis estetinė išraiškos forma (Burnett ir Marshall, 2003: 81) [10].

Pasak A. Balčytienės, tai antroji pagal dažnumą minima internetinės aplinkos savybė. Hipertekstualumas yra artimas interaktyvumui, tačiau juo siekiama ne abipusės komunikacijos, bet išreiškiamas informacijos junglumas. Interaktyvumas tiesiogiai skirtas vartotojui, o hipertekstualumas reiškia savybę, kuria nusakomas kompiuterinės aplinkos laisvumas. Svarbus žurnalistinis ypatumas – hipertekstualumu aprašomam įvykiui gali būti suteiktas platesnis ir išsamesnis kontekstas. Šitaip galima sukurti net kelių matmenų žurnalistinį kūrinį, kurio prasmė atsiskleistų tarytum sluoksnis po sluoksnio, o žemiausiame lygyje skaitytojas galėtų rasti informacinius šaltinius. A. Balčytienė straipsnyje „Naujos technologijos ir žurnalistika“ rašo, kad kai kurie autoriai hipertekstualumą vadina sąlygomis žurnalistikai tapti skaidresnei ir atsakingesnei, nes kiekvienas skaitytojas gali patikrinti, kokią originalios informacijos dalį žurnalistas atrinko ir pateikė skaitytojui, o kas buvo atmesta kaip mažiau svarbu [22].

A. Vidžiūno knygoje „Informacinių technologijų taikymas“ hipertekstu vadinama hierarchinė teksto struktūra su nuorodomis į teksto fragmentus, kurie gali būti saugomi tame pačiame arba kituose dokumentuose. Nuorodos yra su teksto fragmentų adresais susiję žodžiai arba frazės.

Hipertekstą taip pat galima apibrėžti kaip indeksavimo technologiją, kuri leidžia indeksuoti kiekvieną dokumento žodį ir sukurti nuorodas (*links*) tarp skirtingų dokumento dalių. Tokia struktūra padaro tekstą suprantamesnį, nes žmogui lengviau skaityti tekstą, šokinėjant nuo temos prie temos, jei tai padeda išsiaiškinti aprašomų sąvokų prasmę. Ypač tai naudinga dirbant su vadovėliais ir žinynais, kuriuos dažnai naudojame tam, kad išsiaiškinti tikrai atskirą sąvoką arba temą.

Hipertekstus galima sudaryti tik kompiuterio aplinkoje, nes čia būtina valdyti perėjimą pagal nuorodas (navigaciją) nuo vieno teksto fragmento prie kito. Kompiuteris yra idealus įrankis tokiam darbui.

Praktiškai visos hierarchinės meniu struktūros taip pat yra hiperteksto pavyzdžiai. Elektroninė knyga yra kitas hiperteksto pavyzdys. Čia galima kiekvieną turinio eilutę paversti nuoroda į atitinkamo knygos skyriaus tekstą. Žinoma, patys skyriai taip pat gali būti sutvarkyti kaip hipertekstas, atskiriant skyrelius ir apibrėžiant nuorodas tarp jų ir pagrindinio teksto.

Daugelio komercinių programų (*MS Word*, *MS Excel* ir t.t.) elektroniniai aprašymai (pagalba) taip pat yra tipiškai hiperteksto pavyzdžiai. Juose lengva pastebėti, kad hiperteksto sistema susideda iš dviejų pagrindinių dalių – struktūrizuoto elektroninio teksto ir jo fragmentų paieškos bei išrinkimo mechanizmo [11].

Hiperteksto principų panaudojimas leido sukurti ir tokias dinamiškas informacijos kaupyklas,

kaip elektroninė enciklopedija Wikipedia. Kitaip negu įprastuose vieno autoriaus tekstuose, čia turinį kuria ir hipersaitais sieja vartotojų-dalyvių bendruomenė. Šis principas paplito ir įgijo bendrinį vadinamųjų vikių pavidalą. Vikiai – interneto svetainės, kurių turinį gali pildyti ir taisyti jų lankytojai. Jos turi paprastų priemonių tekstui formatuoti, saitams, paveikslams ir kt. tinklalapių elementams įterpti ir kurti. Pats žodis „viki“ yra kilęs iš havajų kalbos žodžio „wikiwiki“ (spartus) trumposios formos „wiki“ – tai rodo informacijos pateikimo ir pavaizdavimo operatyvumą [13].

Deuze (2001) ištyrė hipertekstualumo sąvoką, kuri tam tikru laipsniu panaudoja pagrindines tinklo kompiuterių aplinkos savybes. Bandydamas identifikuoti skirtingus „internetinės žurnalistikos gamybos tipus“, Deuze skiria tris paradigmas – hipertekstualumas, multimedialumas ir interaktyvumas – ir tam tikra prasme, jis seka naujos žiniasklaidos logikos idėją, tyrinėtą jau Dahlgren. Tačiau hiperteksto sąvokoje Deuze pabrėžia svarbų skirtumą tarp vidaus ir išorinių hipertekstualumo matmenų. Pirmas matmuo, susijungimas, per sąsajas gali sietis viduje su kitais teksta vieno teksto srityje, tuo tarpu antras – išorinis matmuo – nurodo tekstus, esančius kitur kibererdvėje.

Kaip rodo duomenys, vidinį hipertekstualumo mastą lemia ir publikacijos dydis, ir žiniasklaidos tipas. Kuo mažesnis naujienų turinys, tuo labiau tikėtina, kad jis yra prijungtas prie kažkokio kito turinio, ar tame pačiame naujienų leidinyje, ar kitame leidinyje to paties dienraščio.

Išorinis hipertekstualumas nors bendrai ir yra neįprastas visos žiniasklaidos formatų bruožas yra ypač svarbus internetinėms naujienoms. Vidinis hipertekstualumas svarbesnis spausdintiniams dienraščiams ir jų internetinėms versijoms [10].

Hiperteksto idėja vėliau buvo išplėtotą iki hipermedia (*hypermedia*) idėjos, leidžiančios panaudoti įvairias informacijos aplinkas (vaizdus, vaizdo ir garso klipus) kartu su hipertekstu. Taigi, hipermedia yra informacijos organizavimo būdas, kuris derina hipertekstą ir multimedia. Hipermedia dokumente nuorodos gali būti ne tik žodžiai arba frazės, bet ir vaizdai [11].

Su hipertekstu ir multimedija siejamas giminingas duomenų organizavimo, kartu pateikimo būdas, vadinamas hipermedija (angl. *hypermedia*). Čia įvairiose tinklo vietose esančiuose duomenų fragmentuose greta teksto simboliais išreikštų duomenų gali būti ir kitokios multimedija pagrįstos duomenų pateikimo formos – grafiniai vaizdai, filmuoti vaizdai, garsas. Visi šie įvairiomis formomis išreikšti duomenys taip pat sujungiami hiperjungtimis. Pateikimo formų įvairovės dėka hipermedijos terpė gali suteikti vartotojui dar didesnių sąveikos su informacijos tinklu galimybių nei hipertekstas. Pavyzdžiui, hipermedijos dėka galima organizuoti virtualias konferencijas realiu laiku, dalyviams matant ir girdint vieniems kitus, taip pat sąveikos lauką papildant dalykiniais duomenimis.

Pagrindinė hipermedijos skatinamoji jėga gali būti laikomas trijų technologijų – kompiuterių, ryšių ir visuomenės informavimo priemonių susilieėjimas. Tai lemia skaitmeninių formatų įdiegimas

visose šiose technologijose. Atsirandančios naujos tinklo dalyvių sąveikos formos nebeturi trūkumų, kurie būdingi atskiroms technologijoms, pavyzdžiui, visuomenės informavimo priemonės neturi arba beveik neturi grįžtamojo ryšio su savo nežinomos sudėties auditorija, o telefono technologija ne itin tinka žmonių grupių sąveikai [13].

Hipermedia technologija sukurtos elektroninės knygos patrauklesnės už hipertekstines, nes čia nuorodos gali būti vaizdai. Be to, galima pridėti video bei garsą, o tai padidina knygų informatyvumą ir daro jas dar įdomesnes.

World Wide Web (WWW) yra hipermedia dokumentų ir ryšio tarp šių dokumentų priemonių rinkinys, kuris saugomas Interneto serveriuose. Šio dokumentų rinkinio struktūra primena voratinklį. Pradėjus skaityti vieną dokumentą, per nuorodą galima patekti į kitą dokumentą visai kitame kompiuteryje (gal net kitoje šalyje), po to dar į kitą kompiuteri, ir t.t. Jausitės tarsi keliaudami gigantiško voratinklio gijomis (*World Wide Web* pažodžiui išvertus reiškia „pasaulinis voratinklis“).

WWW dokumentai kuriami specialia hiperteksto formavimo kalba HTML (*HyperText Markup Language*). Ši kalba leidžia ne tik formuoti hiperteksto struktūrą, bet ir įterpti paveikslėlius, audio bei video klipus. Taip sukuriama patraukli informacijos peržiūrėjimo tvarka [11].

2.3.2.3. Multimedia

Šiuolaikiniame besivystančiame pasaulyje naujienų agentūros virtualius tekstus ir paveikslėlius papildo labiau dinamiškomis priemonėmis – vaizdu. Vaizdas, interaktyvi grafika ir garso priemonės papildo tradicinius būdus. Tokias naujoves naudoja žurnalistai, ieškantys naujų būdų pritraukti skaitytoją, kuris daug laiko praleidžia internete, vis labiau įsitraukdamas į multimedijos aplinką [38].

Dar 1970-aisiais Nicholas Negroponte, tuomet Masačusetso technologijos instituto darbuotojas, pirmą kartą terminą „daugialypė terpė“ (angl. *multi-media*) susiejo su įvairialype skaitmenine informacija [27].

Multimedijos naudojimas naujienų svetainėse nėra naujas reiškinys. BBC naujienų svetainėje „vaizdo naujienos“ ir „garso naujienos“ buvo talpinamos nuo 1997 m., ir nuo naujo tūkstantmečio pradžios The Guardian svetainė pasiūlė garso ir „interaktyvų gidą“, kuris jungia daugialypes žiniasklaidos priemones (GuardianUnlimited, 2000) [38].

A. Balčytienė pabrėžia, kad daugialypiškumas yra savybė, turėsianti daug įtakos žurnalistikai: kūrybingai panaudojus įvairiopą teksto, vaizdo ir garso informaciją, galima sukurti daugiaformačius žurnalistinius tinklapius. Kitaip sakant, dėl daugialypiškumo išryškėja informacijos terpių niveliacijos tendencija, ir tai įrodo aktyviai besikuriančios įvairaus pobūdžio veikla užsiimančios žiniasklaidos

organizacijos: dienraštis tampa internetine naujienų agentūra („Verslo žinios“ ir Vz.lt), radijo programos transliuojamos internete, o išsamias naujienas pateikia internetinės informacijos vartuose (M-1, M1 Plus, Lietus, Laluna ir Sala.lt), visuomeninė televizija transliuoja eteryje ir informaciją atnauja interneto vartuose (LRT ir lrt.lt). Mokslininkės teigimu, vyksta nuolatiniai informacijos mainai, kuriuose dalyvauja internetas ir mobilios technologijos: svarbiausias naujienas galima užsisakyti į mobilųjį telefoną („Verslo žinių“ mobili paslauga), sužinoti, koks muzikos kūrinys šiuo metu groja eteryje (radijo stotis M-1), užsisakyti pokalbio temą televizijos laidoje (LRT laida „SMS interviu“) arba balsuoti televizijos šou laidose (TV3 projektai „Robinsonai“ ir „Akvariumas“). Žanrų ir informacinių terpių niveliacijos rezultatas – daugialypiai tinklapiai, kuriuose galima klausyti balsu skaitomus tekstus, prie naujienų agentūrų žinučių matyti televizijos laidų įrašus ir pan. Tiesą sakant, internetinio rašymo žanru galime laikyti žanro nebuvimą, nes naujų technologijų dėka informacija internete gali laisvai keistis, judėti ir griauti tradicinės žiniasklaidos taisykles [22].

B. Franklin knygoje „Key concepts in journalism studies“ multimediją apibūdina kaip skirtingų žiniasklaidos priemonių kombinaciją, pristatančią turinį skirtingomis formomis. Internetas gali palengvinti multimedijos naudojimą savo plačiausia prasme, gebėdamas pritaikyti tekstą, garsą, paveikslus ir grafiką, multiplikaciją ir vaizdą. Naršyklės ne visada atveria visas reikiamas rinkmenas, ir papildomi įjungimai kaip Makromedia Flash ar Apple QuickTime yra paprastai būtini, kad gautų prieigą prie tam tikros žiniasklaidos kaip muzika ir video klipai [6].

Multimedia technologija naudojama skirtingoms duomenų vaizdavimo ir perdavimo aplinkoms integruoti. Šiuolaikiniai kompiuteriai yra aprūpinti specializuota multimedia elementų (garso, animacijos, grafinių vaizdų, vaizdo) valdymo techninė įranga. Įvairius elektroninių leidinių variantus, tame tarpe ir mokomąją medžiagą, galima sukurti, įterpiančios nuorodas ir sudarant hierarchines informacijos struktūras, t.y. panaudojant hiperteksto ir hipermedia technologijas.

Nors multimedia terminas yra plačiai naudojamas, jo apibrėžimas nėra paprastas. Dažniausiai sakoma, kad multimedia yra technologija, padedanti integruoti tekstą, garsą, animaciją, grafinius vaizdus, video ir kitus duomenis kompiuterių aplinkoje. Ši technologija sukurta jungiant į vieningą sistemą įvairius skaitmeninio duomenų atvaizdavimo ir skaitmeninio valdymo principus, kuriuos galima realizuoti moderniose kompiuterių sistemose. Žodis „multimedia“ sudarytas iš dviejų žodžių, „multi“ ir „media“, kurie pabrėžia, kad multimedia technologija apima įvairias terpes, įvairius informacijos vaizdavimo būdus.

Multimedia yra technologija, leidžianti integruoti tekstus, garsą, animaciją, grafinius vaizdus ir video kompiuterių aplinkoje. Elektroninės knygos ir šiuolaikiniai kompiuteriniai žaidimai yra tipiški multimedia pavyzdžiai [11].

R. Skyrius ir kiti duomenų pateikimo būdai, kai naudojama daugiau negu viena išraiškos terpė pateikiant duomenis iš to paties šaltinio, vadina multimedia. Multimedijoje derinamos, pavyzdžiui, tokios terpių kombinacijos:

- tekstas ir garsas;
- tekstas, garsas, statiniai ar judantys grafiniai vaizdai;
- tekstas, grafika ir filmuoti vaizdai;
- vaizdas ir garsas;
- įvairios vaizdo sritys, pateikiamos vienu metu;
- kalbėtojo pranešimas derinamas su įrašytu garsu, vaizdais ir videovaizdais.

Nors multimedia savo savybėmis gali priminti paprastą kino filmų technologiją, tačiau nuo jos skiriasi daugiausiai dviem svarbiomis savybėmis: interaktyvumu – vartotojo ir duomenų terpės sąveika gali būti dvipusė; ir nebrangumu – multimedia kainuoja gerokai mažiau nei tradicinė filmavimo technologija.

Multimedia naudojama įvairiomis aplinkybėmis:

- WWW puslapiuose – pateikti informaciją įvairiu formatu, pavyzdžiui, televizijos naujienos kartu su teksto komentarais;
- Kompaktiniuose diskuose – pavyzdžiui, enciklopedijos su nuorodomis ir iliustracijomis;
- Pristatymuose ir pranešimuose – papildant gyvą kalbą vaizdais ir garsu; ir kt. [13].

Tinklo projektuotojas Tim Guay 1995 m. parašė: „jeigu multimedia yra naudojama negalvojant, kodėl ji yra naudojama, arba turi prastą išdėstymą ir turinį, visa tai gali baigtis beprasmišku estetiniu fiasko” (1995: p. 5). Nors ir labai retai internetinėse svetainėse įdiegiama multimedia, dauguma svetainių, kurios tai daro, elgiasi taip dėl viešosios nuomonės. Keletas žiniasklaidos kritikų išreiškė abejones dėl nuolatinio poreikio pateikti į žiniasklaidos dėmesio centrą, teigdami, kad tai būtų tik kitas kelias gaminti didesnę kiekį žinių su mažiau žiniasklaidos atstovų (Jenkins, 2001), arba tai, kad atsakingi naujienų prodiuseriai savyje turėtų naujas technologijas, o ne savo potencialias demokratizuojančias ypatybes, tokias kaip rankinių įrašymo prietaisų naudojimas ne tik tam, ką įrašytų tradicinės kameros ar mikrofoni (Devyatkin, 2001). Tai atspindi dvejopas multimedijos vystymosi pasekmes: iš vienos pusės, tai gerai, nes vyksta ryškus technologijų progresas, tačiau kita vertus, šių technologijų poveikis internetinės žurnalistikos kultūrai [29].

Galima daryti išvadą, kad multimedijos atsiradimas suteikė daugiau galimybių ne tik žurnalistams, norintiems pateikti kūrinį, bet ir vartotojams, kurie žurnalistų pateiktą kūrinį gali įsisavinti per daugialypes terpes.

3. TECHNOLOGIJŲ VYSTYMO SI, TRADICINĖS IR SKAITMENINĖS ŽURNALISTIKOS ATEITIES PROGNOZĖS

Žmonijos civilizacijos istorija – tam tikra prasme technologijų istorija. Taigi ir artimiausių penkiasdešimties metų istoriją iš esmės lems tai, ką išras Bangaloro specialistai ar Niujorko mokslininkai. Tiksliau pasakius, ateitis visiškai priklausys nuo to, kam mes, kaip visuomenė, leisime įvykti mokslo bei technologijų pritaikymo srityje [1].

Artimojoje ateityje elektroninės priemonės ir toliau plis, televizijos kanalų skaičius didės, ateis tiesioginės kompiuterinės vaizdo sistemos, internetas, bus lengviau prieinamas ir didesnis priemonių, konkuruojančių su spauda, skaičius, skaitytojai ir reklamuotojai turės vis daugiau alternatyvų laikraščiams ir žurnalams [39].

Kaupiamos informacijos kiekis interneto svetainėse nuolat didėja. Manoma, jog ateityje visa reikšminga informacija, visa literatūra, laikraščiai, žurnalai, televizijos laidos, moksliniai duomenys bus įrašyta ir į kompiuterių atmintį. Čia juos per kelias sekundes ar minutes galės surasti kiekvienas prie tinklo prijungtas kompiuteris, esantis bet kurioje pasaulio šalyje [5].

Kompiuteriai ir kompiuterio schemas mažėja. Netrukus, mažytis kompiuteris bus dalis mūsų buitinių prietaisų ir galbūt net mūsų drabužių. Šitie prietaisai bus tokie maži, kad mes turbūt net nesuprasime, kad jie ten yra. Be to, ekspertai numato, kad per artimiausius 10 metų progresas technologijoje bus labai ryškus. Galime įsivaizduoti naudoti skirtą mažytį kompiuterį, kuris automatiškai atrakina automobilį, atidaro garažo duris, moka už žmogaus padarytą žalą ir automobilių aikštelės mokestį, bei primena, kad laikas keisti padangas.

Evernetas (taip pat vadinamas Supranetu ar internetu II) pažymės susiliejimą bevielės, plačiajuostės radijo signalų sistemos ir kitų įtaisų, kurie turi įtakos pastoviam žmogaus prisijungimui prie interneto bet kur, naudojant bet kokią informacinį įtaisą. Tu daugiau neturėsi prisijungti prie interneto, tu ir visi kiti įtaisai, kurie turi kompiuterinę schemą bus automatiškai „online“ visą laiką ir sujungti vieni su kitais. Evernetas sujungs virtualų pasaulį su fiziniu pasauliu [15].

Pavyzdžiui, apie 2030 metus kompiuteriai taps protingesni už žmones. Tuomet žmonės susidurs su tam tikra dilema. Jei mašinos taps protingesnės nei jų kūrėjai, kas joms sukliudys užvaldyti pasaulį? Kitas intriguojantis, jei ne tiesiog pavojų skelbiantis, šios problemos aspektas yra kompiuterijos, robototeknikos ir nanotechnologijų konvergencija, dėl kurios taps įmanomas mašinų savaiminis atkūrimas. Dar prie viso to pridėkime galimybę mašiną aprūpinti ne tik intelektu, bet ir sąmone, ir jau spręsimė dilemą, kas geriau – amžinai gyventi ir būti mašina, ar gyventi ribotą laiką ir būti anglies

pagrindu veikiančiu dvikoju padaru? Richard Watson mano, kad neįmanoma suteikti mašinoms žmogaus sąmonės, tačiau geriau niekada nesakyti niekada. Ianas Pearsonas, vadovaujantis British Telecom futurologijos skyriui, teigia, kad dar šio šimtmečio viduryje bus įmanoma perkelti visą žmogaus smegenų turinį į kompiuterį. Jei tada žmogaus protas suvoks, kas atsitiko, nuo to prasidės žmonijos pasidalijimas į dvi dalis – natūraliąją ir patobulintąją.

Jau dabar futurologai vartoja terminą „singuliarumas“, kuriuo nusako momentą, kai mašinos išsivystys tiek, kad žmonės bus nebeįstoję suprasti ar prognozuoti jų gebėjimų.

Tačiau nors amerikiečių futurologas Kurzweil'as deramai įvertino dvigubai padidėjusį kompiuterių greitį bei galingumą, nors programuotojai karštligiškai siekia savo tikslo, mokslininko Kaporo nuomone, žmonės taip smarkiai skiriasi nuo mašinų, kad šios taip niekada ir neįveiks Turingo testo vien dėl to, kad turime kūnus, galinčius jausti malonumą ir skausmą, kaupiami patirtį bei žinias, kurių dauguma yra neišreiškiamos žodžiais. Kiti specialistai, pavyzdžiui, Billas Calvinas teigia, jog žmogaus smegenys yra tokios „išprotėjusios“, kad kompiuteris niekada nesugebės jų imituoti [1]. Naujosios technologijos kaltinamos *kanibalizmu*, tradicinės žiniasklaidos naikinimu (prognozuojama, kad per ateinančią dešimtmetį pasaulyje išnyks pusė popierinių laikraščių pavadinimų, kad 2018 metais jų visiškai neliks arba liks vienetiniai popierinės spaudos egzemplioriai, paguosti nostalgijos kankinamiems pagyvenusiems intelektualams (Fogel, Patino, 2007) [7].

Prieš penkiasdešimt metų dienraščius skaitydavo 80 procentų amerikiečių. Šiandien šis skaičius priartėjo prie 50 procentų ir toliau mažėja. Ta pati tendencija pastebima visame pasaulyje. Nuo 1995 iki 2003 metų laikraščių tiražai tarptautiniu mastu sumažėjo 5 procentais. Jeigu panašios tendencijos vyraus ir toliau, paskutinis fizinis laikraščio egzempliorius Žemėje bus išspausdintas maždaug 2040 metais.

Kažkas yra taikliai pastebėjęs: jei laikraščiai būtų išrasti rytoj, jie tikrai būtų laikomi stulbinamu išradimu. Juos išleisti nebrangu, jie spausdinami ant plono popieriaus, juose perskaitytą informaciją paprasta aptarti, jiems nereikia baterijų. Laikraščius galima skaityti vonioje, lauke šildantis prieš saulutę (ypač susegtus – jų lapų neišsklaido vėjas), o perskaitytus paprasčiausiai išmetame, ir jie saugiau perdirbami. Deja, blogybė ta, kad vos išspausdinus laikraštį, visa jame pateikta informacija pasensta, itin brangiai kainuoja platinimas, pačių skaitytojų sukurtas turinys juose apsiriboja laiškų skiltimi ir klasifikuotais skelbimais. Būtent čia slypi problema.

Richard Watson netiki, kad laikraščiai iš viso išnyks ir kad žmonės nustos skaityti knygas. Viena iš galimų jų išlikimo priežasčių yra istorinė (kartą įsitvirtinę įpročiai ir tradicijos sulig viena karta nemiršta), kita – psichologinė. Laikraštis yra gana „ritualinis“ pirkinys ir ištikimybė vienam kuriam nors leidiniui paprastai yra giliai įsišaknijusi. Jei per teminę apklausą paklaustume žmonių, kodėl jie

skaito laikraščius, daugelis iš viso negalėtų atsakyti į šį klausimą. Tipinis atsakymas būtų – „todėl, kad visada tai darau“.

Kita priežastis, dėl kurios laikraščių populiarumas ateityje gali sugrižti, yra visur esanti internetinė žiniasklaida. Šiuo metu kuriama tiek daug skaitmeninio turinio, kad jis tampa beveik bevertis ir nepastebimas. Fizinę išraišką turinčias žiniasklaidos priemones, ypač popieriuje atspausdintus laikraščius, žurnalus bei knygas, priešingai, kuria, redaguoja ir apipavidalina profesionalai, todėl jos gerokai išsiskiria iš viso to chaoso.

Gyvenimo tempui spartėjant, žmonės vis labiau trokšta atsipalaiduoti. Ir svarbiausia, jei žmonės dirba ar gyvena vieni, jie labai nori fiziškai kontaktuoti su žmonėmis. Taigi, nors taupant laiką daug patogiau filmą išsinuomoti ir pažiūrėti namie, tai niekada neprilygs apsilankymui kine su draugais, kai po filmo galima pasidalyti išpūdziais apie tai, ką išvydote. Būtent todėl ateityje kaip niekad išpopuliarės gyvi pasirodymai (viena iš skaitmeninio turinio fizinės raiškos priemonių). Net bus galima įsigyti specialius „socialinių ryšių“ bilietus, kuriuose bus nurodyta, ar ir jūsų draugai žiūri tuo pat metu kaip ir jūs, arba kurie padės susipažinti su panašių pomėgių žmonėmis. Žinoma, pilno metražo juostas bus galima žiūrėti mobiliajame telefone, tačiau dauguma žmonių to nedarys dėl tos pačios priežasties, dėl kurios daugelis žmonių vis dėlto nesinaudoja skalbykle maistui gaminti.

Knygų leidybos verslas netrukus patirs gana stiprų smūgį. Richard Watson užtikrina, kad tokios knygos, kokias mes įpratę matyti, išliks, tačiau ateityje mūsų lauks daugybė naujų skaitymo tyrinio ir būdų galimybių. Ši revoliucija jau artinasi. Pavyzdžiui, vis mažiau žmonių skaito grožinę literatūrą. O kas ją pakeitė? Dažniausiai įvairių kitų žiniasklaidos rūšių turinys, įvilktas į knygos drabužį.

Čia aiškiai ryškėja viena tendencija – žiniasklaidos demokratizavimas. Nesvarbu, ko norite, galite tai gauti; jei norite viską padaryti pats, savomis rankomis, ir tai galite.

Knygų persiuntimo į kompiuterius ar nešiojamuosius prietaisus idėja gyvuoja jau seniai. Kai kurie žmonės iš tiesų nuolat taip skaito knygas bei komiksus. Tačiau ši idėja niekada taip ir netapo masiškai populiari greičiausiai dėl to, kad didelius kiekius teksto iš tiesų sunku skaityti santykinai mažuose ar iš viso neįskaitomuose ekranuose.

Tačiau jau dabar Japonijoje padėtis sparčiai keičiasi. Jaunimas parsisiunčia elektronines knygas į savo 3G telefonus. Nenuostabu, kad dažniausiai yra siunčiamos mangos komiksų knygos, kurių animacinių paveikslėlių formatas puikiai tinka mobiliųjų telefonų ekranams. Grožinės literatūros serijos taip pat nuolat populiarėja.

Kaip ir galima tikėtis, dauguma šių skaitytojų yra jaunesni nei trisdešimties metų, o moterys sudaro stebėtinai didelį segmentą šioje skaitytojų grupėje (pasak kai kurių ataskaitų, net iki 70 procentų). Už tokią „literatūrą“ paprastai reikia mokėti mėnesinį abonentinį skaitmeninės virtualios

bibliotekos mokestį, leidžiantį skaitytojams nuolat siųstis knygas.

Stambios elektronikos korporacijos, pavyzdžiui, „Sony“ ar „Philips“, mano būtent taip, todėl jau pristatė produktus, kuriais siekiama imituoti „tikrų“ knygų išvaizdą ir pojūtį.

Šiuose prietaisuose naudojama technologija vadinama „*e-ink*“ (elektroniniai spaustuviniai dažai), mažų taškelių serijomis imituojanti tikruosius spaustuvinius dažus. Įdomu, jog tekstas prietaiso ekrane rodomas šiai technologijai nevarojant energijos tol, kol neatverčiamas kitas elektroninės knygos „puslapis“. Taigi, kol skaitytuvo bateriją prireikia iš naujo įkrauti, juo galima perskaityti iki dvidešimties knygų. Tikiuosi, kad netrukus ir „Apple“ išleis kažką panašaus, vien jau todėl, kad *iTunes* muzikos parduotuvės modelis gali būti visai lengvai pritaikytas literatūrai.

Tačiau klaidinga būtų tvirtinti, kad internetas visiškai pakeis senąsias žiniasklaidos priemones. Internetas visų pirma – tai vieta, kur žmonės ieško informacijos ar pramogų arba bando susipažinti su kitais, panašiai maščiančiais žmonėmis. Tai reiškia, kad ateityje reklama bus „supakuota“ į naują pakuotę – atrodys vis panašesnė į paprastą informaciją ar pramogą ir bus įterpiama į dialogus tarp žmonių, kurie tam tikrus dalykus (pavyzdžiui, prekių ženklus) išmano, ir tų, kurie jų nesupranta. Taigi, vis svarbesni taps įvairūs vartotojų atsiliepimai bei vertinimai.

R. Watson knygoje „Atities failai. Kaip gyvensime po 50 metų“ svarsto, ar vis dėlto įmanoma, kad internetas kada nors visiškai užims tradicinių žiniasklaidos priemonių vietą. Žurnaluose spausdinama reklama vis dar turi ateitį, nes skaitydami žurnalus žmonės atsiduria tarsi kitoje erdvėje, juos lengvai galima suvilioti produkto nuotraukomis, kurios internete niekada neatrodys taip gerai kaip žurnale. Dažnai net laikraščiai dizaino ar praktiškumo prasme pranašesni už internetą. Taip pat niekur neišnyks ir radijo reklamos, nes radijas, kitaip negu internetas, iš tiesų yra mobilus ir gali būti vartojamas tuo pat metu darant kitus dalykus. Be to, jis turi vieną unikalią savybę – visuomet kažkuo patraukia dėmesį. Televizija, o pastaruosiu metu ir internetas, žiūrovų pojūčius puola visu frontu. Televizija ir internetas tiesiog šaukia. O radijas, priešingai, tyliai šnabžda. Klausydamiesi radijo, visuomet turime pasitelkti vaizduotę.

Turint galvoje, kad dėmesys ateityje bus tikras deficitas, galime spėti, kad radijui turėtų puikiai sektis.

Knygoje „Ateities failai. Kaip gyvensime po 50 metų“ teigiama, kad net televizija (nors žmonės kalba, kad ji miršta) iš tiesų niekur nedings. Be abejo, TV pastaruosiu metu įgijo gana nemažai konkurentų, pradedant kompiuteriniais žaidimais ir baigiant žiūrovų užimtumą, - žmonės dabar nebūna namie tiek, kiek anksčiau. Tačiau nereikia dėl to nieko kaltinti. Juk net neįmanoma įtikinamai įrodyti, kad žiūrovų dėmesio likučiai yra pernelyg menki, kad ateityje kas nors žiūrėtų dvi valandas trunkantį filmą. Aišku, niekas nežiūrės dviejų valandų trukmės šlamšto; taigi, jeigu

norite, kad kas nors žiūrėtų jūsų sukurtą šlamštą, bent jau pasistenkite, kad jis būtų trumpas.

Ateityje žmonės vis tiek žiūrės televizorių. Tai, kas iš tiesų verta dėmesio, sutrauks prie ekranų dešimtis ar šimtus milijonų žmonių, net jei tai truks dvi valandas. Taigi, vienintelė problema – kokybiško turinio trūkumas. Kurkite jį ir žiūrovų atsiras.

Visa ateities žiniasklaida bus nukreipta tik į tave. Toks jos suasmėninimas turės ir neigiamą bruožą. Jei žiniasklaida bus smarkiai „specializuota“ (kuriama bei vertinama mažų gyventojų grupių ir į jas orientuota), visa tai tik dar labiau sustiprins esamas išankstines nuostatas. Kitaip sakant, įvykiai bus nušviečiami labai vienpusiškai. Tai bloga žinia ir atskiriems individams, nes sužinosime vis daugiau, tačiau mūsų susidomėjimo objektų liks vis mažiau. Ateityje nedaug liks ir užuojautos bei supratimo.

Rupertas Murdochas visiškai teisus, sakydamas, kad žiniasklaida bus lyg maistas, kuriuo nuolat užkandžiausime. Bet Richard Watson nuomone, tai bus greitas ir organizmui nenaudingas maistas. Žiniasklaida bus pasiekama bet kuriuo metu ir bet kurioje vietoje, be to, patiekama iš anksto sukramtyta, kad patrauktų mūsų dėmesio likučius, todėl taps beveik visiškai bevertė, tarsi užkandžiavimas, siekiant nusiramavimo ar ginantis nuo nuobodulio.

Tas žiniasklaidos buvimas visur taps tikra problema žiniasklaidos bendrovėms, nes skaitmeninio turinio perteklius turės įtakos kainoms: žmonės į jį žiūrės kaip į pigią ar net nemokamą prekę. Ir tai sukels didelių problemų šiam verslui, pavyzdžiui, laikraščiams, kurie daug investuoja į žurnalistus, redaktorius bei fotografus vien tam, kad šių profesionalų sukurta produkcija būtų toliau kopijuojama, iš naujo pristatoma ir nemokamai platinama elektroniniuose dienoraščiuose internete. Vienas galimas sprendimas – apriboti atskleidžiamą informaciją, ir tai šiuo metu tam tikra prasme jau vyksta: kai kurių žiniasklaidos kompanijų nuosavybė telkiama keleto įtakingų organizacijų rankose. Tačiau tuo pat metu žiniasklaida smulkėja, atsiranda vis daugiau informacijos perdavimo būdų, todėl visiškai apriboti prieigas prie informacijos beveik neįmanoma, bent jau Internete [1].

J. R. Dominick fantazuoja, kad ateityje galimi „Protingi namai“, kurie valdo save. „Protingas namas“ informuos jus apie jūsų kasdieninius susitikimus ir namų ruošas, vaizduoklio apsaugos sistemas, plano palaikymą ir taisyką, maisto užsakymą, kai pateikimas buvo prastas, reguliuotą temperatūrą ir apšvietimą, pradėtų kavos darymą, ir net prileistų karšto vandens į vonią.

Kas apie sveikatą? Žmonės, nešiojantys širdies stimulatorius, galėtų turėti savo širdies dažnį ir kitus medicinos duomenis, be perstojo perduodamus jų gydytojams. Jei kažkas būtų blogai, asmuo gautų signalą iš jo ar jos gydytojo kompiuterio: „Jūsų kraujospūdis yra per aukštas. Ar jūs geriate savo tabletes?“

Atsižvelgiant į tai, visa tai atrodo truputį panašu į mokslinę fantastiką, ir yra visada galimybės, kad naujos technologijos nedarys išpūdžio vartotojams. Vis dėlto, tik prieš 30 metų, internetas taip pat atrodė panašus daugiau į mokslinę fantastiką [15].

R. Watson išskiria penkias žiniasklaidą pakeisiančias tendencijas

Mobilumas. Patys vartotojai formuos žiniasklaidą, pritaikydami ją savo individualiems reikalavimams. Pavyzdžiui, vaizdo informacijos perdavimas pagal užsakymą (arba mobilusis video) pakeis žmonių televizijos žiūrėjimo įpročius, panašiai kaip garso įrašų platinimas internetu (*podcastingas*) pakeis radijo klausymosi įpročius. Abiem šiais atvejais žiūrovai ir klausytojai taps tiesiogiai atsakingi už programavimą. Ateityje žmonės žiūrės, skaitys ir klausys to, ko nori, kada nori ir kaip nori, naudodamiesi bet kuriomis pageidaujamosiomis priemonėmis. Žiniasklaidos turinys bus kuriamas, redaguojamas ir pritaikomas konkrečioms asmeniniams poreikiams bei pageidavimams, konkrečioms fizinėms vietoms ir situacijoms.

Laiko badas. Dėl spartesnių technologijų ateityje būsimė dar labiau užsiėmę ir turėsime dar mažiau laisvo laiko. Mus kankins stresas ir nuolatinis miego trūkumas, taigi, norint patraukti žiūrovų, klausytojų ar skaitytojų dėmesį ateityje teks tai daryti ypač greitai ir jų neapsunkinant. Todėl itin populiarūs bus nedideli, greitam vartojimui pritaikyti formatai ir keletas skirtingų dydžių bei ilgio turinys. Panašiai pasikeis ir senasis „pirma redaguojau, paskui spausdinu“ modelis. Turinys pirmiausiai bus pateikiamas auditorijos dėmesiui, o vėliau redaguojamas (jos filtruojamas). Ilgesnėms turinio versijoms ar išsamioms įvykių analizėms sukurti reikės samdyti specialistus, jas bus galima skaityti tik sumokėjus už peržiūrą. Tuo pačiu principu bus mokama ir žurnalistams. Iškilis kokybės poreikis – žmonės sieks įsigyti kokybišką turinį, nekreipdami dėmesio į jo formatą ar ilgį, taip pat bus nesvarbu, kokia kalba jis sukurtas. Dėl to kils milžiniškas kokybiškos paieškos, redagavimo, taip pat informacijos bei pramogų mobilumo poreikis.

Beribis žiniasklaidos turinys. Turinio pateikimas taps iš esmės begalinis. Vadinamoji „milijono kanalų visata“ sudarys ne tik tradicinį žiniasklaidos turinį, kuriamą įprastų žiniasklaidos bendrovių, bet ir visai naują, naujų rinkos dalyvių (pavyzdžiui, telekomunikacijų ar interneto paieškos bendrovių, elektronikos prietaisų gamintojų) kuriamą turinį. Viskas, pradedant sienomis ir paprasčiausiais stalais, baigiant javainių pakuotėmis ir gaiviųjų gėrimų skardinėmis pavirs ekranais ar taps interaktyviosios žiniasklaidos turiniu. Nuolat krentantys turinio sukūrimo ir platinimo kaštai leis iškilti naujai talentingų (ir, aišku, neturinčių talento) rašytojų, apžvalgininkų, fotografų ir filmų kūrėjų kartai, tačiau viso šio nesibaigiančio triukšmo fone vis sunkiau bus patraukti skaitytojų, žiūrovų ar klausytojų dėmesį.

užsitikrinti jų ištikimybę konkrečiam prekės ženklui.

Vartotojų kuriamas turinys. Vartotojų kuriamas turinys pakeis pramogų, ypač kompiuterinių žaidimų verslą ir kitas sritis, susijusias su socialiniais ryšiais ar nuo jų priklausomas. Naujosios kartos interneto *Web 2.0* bendradarbiavimo ir koncentracijos tendencija toliau darys įtaką žiniasklaidos turinio kūrimui, nors tokia kolektyvinė kūryba daugiausiai apsiribos vietinėmis žiniomis, gyvenimo būdo ir pramogų pasaulio „naujienomis“. Aktualios politinės naujienos ir toliau liks itin profesionalių žiniasklaidos organizacijų sritis, nors vartotojai mėgėjai filtruos ir modifikuos jų turinį ir net kartais varžysis su jomis dėl įtakos kitiems vartotojams.

Suasmėninimas ir fizinės formos suteikimas. Jei skaitmeninio turinio kūrimas ir platinimas praktiškai yra nemokamas, jis tampa prieinamas visiems ir iš esmės bevertis. Ateityje bus itin trokštama suasmėnintos ir ypač fizinę formą įgavusios informacijos. Mes žiūrėsime filmus namuose, bet mokėsime brangiau, kad juos pamatytume kino teatre. Turint omenyje mums visiems bendrą kokybės siekį, paaiškės, kad žiniasklaidai, pavyzdžiui, kokybiškiems vietiniams laikraščiams ar gyviems pasirodymams, ateityje seksis kuo puikiau [1].

Pateiktos mokslininkų fantazijos apie technologijų, žiniasklaidos ateitį bei tų fantazijų pagrindimas suteikia vilčių, kad ateityje visa tai taps realybe.

4. INFORMACINIO PORTALO FUNKCIONALUMO TYRIMAS

4.1. Tyrimo metodologija

Tyrimas atliktas kokybinio tyrimo metodu.

Tyrimo objektas – informaciniai portalai kaip viena iš skaitmeninės eros informavimo priemonių.

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti, ką žiniasklaidos atstovai mano apie skaitmeninės eros žurnalistiką.

Tyrimo uždaviniai:

- Sužinoti žiniasklaidos atstovų nuomonę apie tradicinės žurnalistikos ateitį;
- Išsiaiškinti, ką žiniasklaidininkai mano apie skaitmeninės eros žurnalistiką ir jos perspektyvas;
- Išsiaiškinti, kokius internetinės žiniasklaidos privalumus ir trūkumus išvelgia žiniasklaidos atstovai;
- Sužinoti, į kokią auditoriją ir kokius jos poreikius orientuojamasi kuriant informacinius portalus;
- Išsiaiškinti, kaip pasirinkti žiniasklaidos atstovai vertina skaitmeninę žurnalistiką;
- Sužinoti žiniasklaidininkų nuomonę apie technologinių pasiekimų ateitį;
- Palyginti interviu būdu surinktą medžiagą su darbe išdėstyta teorija.

Sąvokos

Tyrimė išskiriamos tokios apibrėžtinios sąvokos: tradicinė žurnalistika, skaitmeninė žurnalistika, internetinė žiniasklaida, informacinis portalas.

Tradicinė žurnalistika – žurnalistikos rūšis, apimanti spaudą, televiziją bei radiją.

Skaitmeninė žurnalistika – žurnalistikos rūšis, apimanti skaitmeninę televiziją, skaitmeninį radiją bei internetinę žiniasklaidą.

Internetinė žiniasklaida – skaitmeninis garsas, vaizdas bei informaciniai portalai.

Informacinis portalas – tai informacijos perdavimo priemonė internete, teikianti didžiausią dėmesį visuomenės informavimui, naujienų pateikimui.

Tyrimo hipotezės

1. Tikėtina, kad visi respondentai mano, jog tradicinė žiniasklaida Lietuvoje išnyks.
2. Tikėtina, kad žiniasklaidos atstovai laisvalaikiu renkasi tradicinę žiniasklaidą.

3. Tikėtina, kad Lietuvos ir užsienio mokslininkų, rašančių apie internetinę žurnalistiką, išskirtos pagrindinės internetinės žurnalistikos ypatybės skirsis nuo ypatybių, kurias išvardino Lietuvos žiniasklaidos atstovai.

Duomenų rinkimo metodas – interviu. Interviu yra vienas pagrindinių tyrimo metodų kokybinėje metodologijoje. Tyrimo metu buvo atliekamas struktūrizuotas interviu (klausimai ir visa procedūra numatomi iš anksto ir interviu eigoje mažai kas keičiama; šiuo atveju situacija esti apibrėžta) [40]. Prieš vykdant interviu, buvo sugalvota 10 preliminarių klausimų, kurie vėliau buvo koreguojami atsižvelgiant į interviu eigą (žr. 1 priedą).

Tyrimo atranka. Tyrimui atlikti buvo atsižvelgiama į gemiusAudience 2010m. kovo mėnesio tyrimo apie populiariausias interneto svetaines rezultatus (žr. 1 lentelę). Tyrimui buvo atrinkti populiariausi informaciniai portalai: www.delfi.lt, www.lrytas.lt, www.balsas.lt bei keletas kitų atrinktų atsitiktiniu būdu. Buvo apklausiami ne tik atrinkti populiariausių informacinių portalų vyr. redaktoriai, bet ir naujienų agentūros „BNS“, laikraščio „Studentų era“, žurnalo „Tavo vaikas“ vyr. redaktoriai. Tokiu būdu buvo siekiama gauti kuo didesnę nuomonių įvairovę, nes šiame tyrime dalyvavo ne tik skirtingų požiūrių, bet ir skirtingo amžiaus vyr. redaktoriai.

1 lentelė. Populiariausių interneto svetainių dešimtukas pagal gemiusAudience

All results by Visitors (Real Users) March 2010		
No.	Name	Visitors (Real users)
1.	delfi.lt	1 003 791
2.	one.lt	766 423
3.	lrytas.lt	757 397
4.	balsas.lt	665 740
5.	draugas.lt	609 752
6.	alfa.lt	592 062
7.	skelbiu.lt	589 169
8.	plus.lt	561 033
9.	15min.lt	548 557
10.	zebra.lt	496 880

Tyrimo imtis. Tyrimo metu buvo išsiųsta 11 elektroninių laiškų su prašymu duoti interviu. Buvo gauti 7 sutikimai duoti interviu, iš kurių vienas – elektroniniu būdu pateikti klausimai. Šeši respondentai sutiko susitikti ir duoti interviu. Trys vyr. redaktoriai į laišką nesureagavo, viena vyr. redaktorė dėl laiko stokos atsisakė duoti interviu.

Tyrimas buvo atliekamas 2010 balandžio 16 – balandžio 26 dienomis. Interviu trukmė svyravo nuo 15 minučių iki 1 valandos.

4.2. Tyrimo rezultatai ir analizė

Tradicinės žurnalistikos likimas

Mokslininkai ir dauguma žiniasklaidos atstovų visame pasaulyje vis dažniau užsimena apie tradicinės žurnalistikos mirtį.

Tačiau tyrime dalyvaujantys žiniasklaidos atstovai mano, kad tradicinė žurnalistika išliks, tačiau jos reikšmė sumažės. Tradicinė žurnalistika išliks jau vien dėl įpročių ir ritualų naudotis ja.

Portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktorius Rimvydas Valatka, laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktorius Karolis Vyšniauskas bei tinklaraščio „nezinau.lt“ autorius Džiugas Paršonis pesimistiškai žiūri į laikraščių ateitį. Jų nuomone, bent jau Lietuvoje jie gali išnykti.

Kalbėdamas apie tradicinę žurnalistiką bei jos ateitį portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktorius prisimena istorinius žmonijos procesus. Jo nuomone, žmonija išlieka tokia pati, bet keičiasi jos įpročiai ir poreikiai. „Kazkada beveik kiekvienas skaitydavo knygas, o šiandien knyga – elito gyvenimo atributas“ – teigia R. Valatka (žr. 2 priedą).

Dž. Paršonio nuomone, žiniasklaida apskritai negali išnykti. „Žmonės be žinių, be informacijos yra daržovė, o ne žmogus“ (žr. 7 priedą). Jis negali priimti jokių sprendimų. Jis negali pažinti pasaulio. Kitas dalykas, kai mes kalbame apie priemones. Tai tos priemonės patiria transformacijas ir patirs dar daugiau. „Popieriaus, kaip informacijos nešėjo, funkcijos labai menksta. Galbūt tam tikroje auditorijoje jos visiškai išnyksta“, – teigia tinklaraščio „nezinau.lt“ autorius (žr. 7 priedą).

Nuomonė apie žurnalų išlikimą yra daugiau optimistiška. Anot portalo „delfi.lt“ vyr. redaktorės Monikos Garbačiauskaitės ir laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktoriaus, žurnalai buvo ir bus, jei tik nebijos tobulėti.

Skaitmeninės žurnalistikos perspektyvos

Tyrime dalyvavę žiniasklaidos atstovai teigia, kad skaitmeninė žurnalistika žengia pirmuosius žingsnius Lietuvoje. Visi apklaustieji respondentai įsitikinę, kad ši žiniasklaidos rūšis tobulės.

Anot A. Brazausko, mažėjant tradicinės žurnalistikos reikšmei, didėja skaitmeninės žurnalistikos reikšmė.

M. Garbačiauskaitė ir K. Vyšniauskas neabejoja, kad skaitmeninė žurnalistika susilies su pilietine. Jų nuomone, paprastas žiniasklaidos vartotojas galės tapti žiniasklaidos produkto kūrėju. Tokiu būdu net ir eilinis pilietis bus išgirstas, jo vaidmuo visuomenėje sustiprės.

Galima daryti išvadą, kad skaitmeninės žurnalistikos ateitis bus perspektyvi, jeigu mes nebijosime įsileisti naujovių. Be to, ateityje žurnalistika, tikėtina, kad taps pilietine, kur vartotojai patys taps žurnalistinio produkto kūrėjais.

Internetinės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai

Didžioji dalis tyrime dalyvavusių respondentų kaip pagrindinį internetinės žiniasklaidos trūkumą įvardijo nepakankamą prieinamumą. Lietuvoje vis dar apie pusę Lietuvos gyventojų neturi prieigos prie interneto. Tai sumažina internetinės žiniasklaidos vartojimą bei domėjimąsi ja. Kitas dažnai pastebimas trūkumas – kalbos kultūros grimzdimas žemyn. Barbarizmai, anglicizmai, skyrybos ir netgi rašybos klaidos neretai pastebimos internetinės žiniasklaidos turinyje.

„Pagrindinis trūkumas yra tai, kad greitis yra atvirkščiai proporcingas kokybei“, teigia portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktorius (žr. 2 priedą).

Galima teisintis, kad norint kuo greičiau pateikti informaciją, užmirštama pataisyti klaidas, bet to neužtenka. Kalba – kultūros dalis, tautos simbolis, kurį privaloma gerbti ir saugoti.

Kalbant apie skaitmeninės žiniasklaidos privalumus, visi respondentai paminėjo informacijos greitį, interaktyvumą, daugialypiškumą, kuomet tekstas gali būti paįvairinamas nuotraukomis, garso bei vaizdo medžiaga.

Kai kurie respondentai, pavyzdžiui, portalo „delfi.lt“ vyr. redaktorė akcentavo, kad internetinė žiniasklaida leidžia kaupti archyvus bei dėti nuorodas.

Pirmiausia, galima teigti, kad skaitmeninės eros žurnalistas turi būti universalus, t.y. mokėti ne tik rašyti, bet ir mokėti naudotis įvairiomis technologinėmis priemonėmis, t.y. fotokameromis, videokameromis, įvairiomis montavimo programomis. Antra, interaktyvi internetinė žiniasklaida leidžia skaitytojams išsakyti savo nuomonę, parašyti komentarą apie ką tik perskaitytą publikaciją, apie vieną ar kitą visuomenės asmenį. Komentuodama bei reikšdama savo nuomonę, ji iš dalies kuria turinį, kurio dėka dalis visuomenės gauna papildomą naudingą informaciją.

Reikia pabrėžti, kad kartais privalumai tampa ir trūkumais. Informacijos greitis yra atvirkščiai proporcingas kokybei.

Pagrindiniai tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos skirtumai

Tradicinę ir skaitmeninę žiniasklaidą galima nesunkiai atskirti dėl jos pateikimo formos. Pavyzdžiui, naujienų pateikimas laikraštyje ar žurnale ir informaciniame portale.

A. Brazausko nuomone, esminiai skirtumai – pati laikmena, kurioje pateikiama informacija, bei internetinės žiniasklaidos galimybė dėti bet kokio ilgio tekstus. Kaip sako patarlė, popierius viską kenčia, bet popieriuje apimtis yra ribota.

Portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktorius mano, kad pagrindinis skirtumas – atvirkštinė redakcinė kultūra. „Laikraštyje tekstas praeina nuo gimimo iki brandos ir jis vis gražėja, o portale priešingai. Pirmiausia įdedamas žalias tekstas ir, jeigu svarbus tekstas, tai galbūt kažkas padirbės prie jo, o jeigu ne, tai taip ir nueis“ – dėsto R. Valatka (žr. 2 priedą). Reiktų nepamiršti dar vieno svarbaus skirtumo tarp tradicinės, t.y. popierinės, žiniasklaidos ir internetinės žiniasklaidos. Tai – ekologinis aspektas. Norint išleisti popierinį laikraštį, žurnalą ar knygą, reikia nukirsti šimtus ar tūkstančius medžių, o tai daro neigiamą įtaką mūsų gamtai.

Svarbiausias informacinio portalo pranašumas

Informaciniai portalai pateikia didelį, nuolat atsinaujinančios informacijos srautą.

Tyrimo dalyviai priėjo prie vieningos nuomonės, kad svarbiausi informacinio portalo pranašumai yra būtent informacijos pateikimo greitis bei didelis jos srautas.

Portalo „delfi.lt“ vyr. redaktorė bei naujienų agentūros „BNS“ vyr. redaktorius be įvardintų pranašumų taip pat paminėjo interaktyvumą.

Galima daryti išvadą, kad nuolat skubančiai, žinių ištroškusiai visuomenei, svarbiausia greitas, įvairaus pobūdžio naujienų pristatymas.

Internetinės žiniasklaidos auditorija

Didžioji dalis visuomenės teigia, kad internetinės žiniasklaidos vartotojai yra jaunoji karta, o vyresnioji karta dažniausiai renkasi tradicinę spaudą, radiją ar televiziją (pagal TNS Gallup tyrimo duomenis 2010 m. žiemą apie 60% vartotojų buvo iki 34m. amžiaus, 7,3% vartotojų – 55-74 m. amžiaus).

Tinklaraščio „nezinau.lt“ kūrėjas nedvejodamas atsakė, kad skaitmeninė žiniasklaida skirta absoliučiai visiems, pateikdamas keletą pavyzdžių iš savo asmeninio gyvenimo, kuomet eiliniai žmonės, neturintys spec. išsilavinimo, perkopę 70 metų puikiai naudojami interneto teikiamomis galimybėmis. Dž. Paršonio teigimu, vyresniajai kartai reikia labiau paaiškinti, reikia daugiau pademonstruoti ir svarbiausia išryškinti tas internetinės žiniasklaidos savybes, kurios paperka, pvz. skaitmeninis tekstas gali būti didinamas.

Portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktorius drįstų abejoti, kad laikraščiai turi įvairesnę publiką nei internetinė žiniasklaida. Jo nuomone, internetinės žiniasklaidos auditorija panaši į televizijos, o gal net ir platesnė.

Kitų tyrimo dalyvių, naujienų agentūros „BNS“ vyr. redaktoriaus A. Račo, laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktoriaus K. Vyšniausko bei žurnalo „Tavo vaikas“ vyr. redaktorės E. Čepavičienės, nuomone, internetinė žiniasklaida vis dėlto orientuojasi į jaunesniąją kartą. Visų pirma, jaunajai kartai internetas labiau suprantamas, pažįstamas. Antra, dauguma jaunimo moka naudotis internetu.

Taigi galime daryti išvadą, kad internetinė žiniasklaida yra skirta visiems, kurie turi prieigą bei nebijo technologijų.

Auditorijos poreikiai

Tyrimo duomenys parodė, kad informacinių portalų kūrėjai orientuojasi į nuolat skubančius ir informacijos ištroškusius žmones. Anot tyrimo dalyvavusių žiniasklaidos atstovų, kuriant informacinius portalus atsižvelgiama būtent į žmogaus poreikį sužinoti naujienas čia ir dabar, gauti kuo įvairesnę informaciją bei poreikį įdėti kuo mažiau pastangų, kad gautum rūpimą atsakymą, sprendimą ir pan.

Pasak portalo „balsas.lt“ vyr. redaktoriaus, pažiūrėjus į statistinius duomenis, kokiomis naujienomis Lietuvos skaitytojai dažniausiai susidomi, pastebėtume, kad būtent juokingais ar nereikšmingais dalykais, t.y. erotika, skandalais, įžymybių gyvenimu ir pan.

Vadinasi, informacinių portalų redaktoriai turi gerai apsvarstyti portalo struktūrą, kad skaitytojas nepasimestų informacijos sraute ir lengvai rastų jį dominančią informaciją. Deja, kartais tenka nusivilti mūsų skaitytojais. Rimta, aktuali informacija praleidžiama pro pirštus. Tiek tradicinės, tiek internetinės žiniasklaidos skaitytojai dažniau domisi karštais, pikantiškais dalykais.

Šaltinio vertė

Tradicinė žurnalistika mums nuo seno yra žinoma. Skaitmeninė, naujoji žurnalistika yra naujas produktas. Lietuvoje vis dar labiau vertinama, pasitikima senąja, tradicine žurnalistika, nors po dešimties ar daugiau metų visuomenės požiūris gali ir pasikeisti.

Apklaustieji respondentai teigia, kad viskas priklauso nuo turinio, o ne pateikimo formos. Turinio kokybė priklauso nuo to, kas rašo publikaciją, kokio ilgio ta publikacija, kokia yra redakcinė politika.

Laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktorius pabrėžia, kad internete yra mažai gilaus turinio publikacijų, kadangi ten yra žaidžiama greičiu, norisi aplenkti konkurentą, norisi pateikti kuo daugiau kiekybine prasme, bet mažiau kokybine. Pateikęs šį argumentą jis mano, kad daugiau kokybiško turinio yra spausdintinėje žiniasklaidoje, t.y. žurnaluose, specifinėse knygose.

Tinklaraščio „nežinau.lt“ kūrėjas pateikia JAV interneto žiniasklaidos priemonių pavyzdį, kaip sukurti vertingesnį išpūdį. „Norėdama išsiskirti bei parodyti savo vertę, JAV interneto žiniasklaida įvairiais formatais bando imituoti spaudą, pvz. sudeda puslapiams, pasistengia, kad tipografija būtų gražesnė ir pan.“ – dėsto Dž. Paršonis (žr. 7 priedą).

Internetinės žiniasklaidos vertinimas

Tyrimo metu buvo siekiama sužinoti, kaip internetinę žiniasklaidą vertina žiniasklaidos atstovai. Apklausoje dalyvavę vyr. redaktoriai įvairiapusiškai vertina šią žiniasklaidos rūšį.

M. Garbačiauskaitė teigia, kad vis dėlto kažkokiems ilgesniam analitiniams tekstams yra patogiau skaityti popieriuje, o ne ekrane.

A. Račas visiškai nekreipia dėmesio į informacijos pateikimo formą. Jo nuomone, turinys yra visa ko pradžia. „Galima būtų teigti, jeigu išnyks turinys, tai išnyks apskritai visa žiniasklaida. Jeigu turinys išliks, tai žiniasklaida išliks įvairių formų“ – samprotauja naujienų agentūros „BNS“ vyr. redaktorius (žr. 4 priedą).

R. Valatka visą savo laisvalaikį skiria istorinėms bei ekonominėms knygoms, tačiau priduria, kad kompiuteris, deja, suryja vis daugiau laiko. Popierinis laikraštis portalo „lrytas.lt“ vyr. redaktoriaus nebedomina: „Informacine prasme man tai yra vakarykštė diena, o aš turiu eiti į priekį“ (žr. 2 priedą).

Žurnalo „Tavo vaikas“ vyr. redaktorė neslepia, kad ji nemėgsta skaitmeninės žiniasklaidos, bet skuba pabrėžti, kad ji neišvengiama.

Laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktorius džiaugiasi visais plusais, kuriuos teikia skaitmeninė žiniasklaida. Reiktų paminėti, kad K. Vyšniauskas yra studentas. Taigi jis labai vertina visą internete gaunamą informaciją, kuri yra laisvai prieinama bei nemokama. „Man trūktų pinigų nusipirkti tiek informacijos. Internete aš turiu tokį priėjimą prie informacijos, kad praktiškai nesugebu jo aprėpti.“ – teigia K. Vyšniauskas (žr. 8 priedą). Laikraščio „Studentų era“ vyr. redaktorius yra sunerimęs, kad visi užmiršta fizinius dalykus, tokius kaip judėjimo trūkumas, netaisyklinga laikysena, nemokėjimas bendrauti realiame gyvenime.

Dž. Paršoniui internetinė žiniasklaida labai priimtina, bet retkarčiais jis jaučia malonumą nusipirkti kokį nors žurnalą. „Žurnalo skaitymas, buvimas su popieriniu daiktu rankose yra pusiau filosofinė būseną, savotiškas meditavimas. O darbas prie kompiuterio yra truputėlį kitokia veikla. Todėl man tai yra lygiagrečiai dalykai. Ir kuo daugiau aš naudojuosi skaitmenine žiniasklaida, tuo labiau aš vertinu tas retas akimirkas su žurnalu“ (žr. 7 priedą).

Portalo „balsas.lt“ vyr. redaktorių galima būtų vadinti absoliučiu internetinės žiniasklaidos šalininku: „Jeigu reikia tam tikros informacijos net ir ne darbo metu, mieliau ieškau internete. Aišku, yra knygos. Kaip daiktas man knyga nėra patogi. Jei mėgstama knyga būtų elektroniniame variante, tai rinkčiausi jį“ (žr. 6 priedą).

Žiniasklaidos atstovų samprotavimai apie ateities technologijas

Pasiekimai technologijų srityje pranoksta mūsų lūkesčius. Vis dažniau išgirstame apie tobuliau sukurtus mobiliuosius telefonus, kompiuterius ar automobilius. Dar visai neseniai neįtikėti dalykai tapo realybe. Pvz. niekas negalėjo pagalvoti, kad mobilusis telefonas taps ne tik komunikavimo priemone, bet ir priemone, leidžiančia fotografuoti, filmuoti, klausytis muzikos, naršyti internete.

Tyrimo metu respondentams buvo užduodamas klausimas apie tai, kokie technologiniai pasiekimai mus pasieks per artimiausią dešimtmetį. Apklaustieji įvardino elektronines knygas, kurias pamažu jau įžengia į Lietuvą, taip pat smartphones ir iphones, kurie vis labiau populiarėja.

A. Račas neabejoja, kad į mūsų gyvenimą greitai ateis ir mobilioji televizija.

Anot M. Garbačiauskaitės, tai, ką matėme fantastiniuose filmuose, pvz. įvairi informacija kybanti ore, greitai taps realybe.

A. Brazauskas fantazuoja, kad galbūt turėsime miniatiūrines ryšio priemones, panašias į akinius, kur bus galima ir matyti, ir klausyti, ir girdėti, ir prieiti.

Dž. Paršonis tiki, kad ateityje sulauksime programų robotų, kurie atliks kai kuriuos žiniasklaidos darbus. „Šie robotai sugebės parašyti standartines žinutes, t.y. duomenis iš statistikos, įprastinius

kriminalinius duomenis, orus ir pan. Taip pat kiti robotai, kurie padės žmonėms atsirinkti skaitomą medžiagą pagal jų interesus“ – sako tinklaraščio „nezinau.lt“ autorius (žr. 7 priedą). Ateitis parodys, ką iš tiesų turėsime po dešimt metų. O dabar galime tik paspėlioti, kurių žiniasklaidos atstovų samprotavimai taps realybe.

4.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas

Tyrimo duomenys parodė, kad Lietuvoje žiniasklaidos priemonių atstovai pesimistiškai vertina tradicinių laikraščių išlikimą. Tikima, kad ateityje jie gali išnykti. Tačiau yra priešingai manoma apie žurnalų išnykimą. Apskritai, žiniasklaidos atstovai neabejoja, kad tradicinė žurnalistika išliks jau vien dėl įpročio ir ritualo.

Tyrimo dalyviai mano, kad skaitmeninė žurnalistika dar „jauna“, pirmus žingsnius dedanti žurnalistikos rūšis. Visi apklaustieji tikina, kad skaitmeninės žurnalistikos reikšmė didės, o ji pati tobulės.

Greitis, interaktyvumas, daugialypiškumas – tai pagrindiniai skaitmeninės žurnalistikos privalumai, kuriuos minėjo žiniasklaidos atstovai. Galimybė kaupti archyvus bei dėti hipernuorodas taip pat buvo vertinama kaip reikšmingas privalumas. Teoretikai, tokie kaip Dahlgren, K. Kawamoto, interaktyvumą, daugialypiškumą, hipertekstualumą, archyvavimą irgi įvardina kaip svarbiausius skaitmeninės žurnalistikos privalumus.

Prieiga – tai pagrindinis visų pašnekovų įvardintas trūkumas. Kitas svarbus trūkumas – greitis atvirkščiai proporcingas kokybei. Iš to išplaukia, kad norint greitai perduoti žinias, dažnai nepaisoma kalbos kultūros taisyklių, paliekama rašybos ar skyrybos klaidų, taip pat publikacijos tampa daugiau paviršutiniško turinio, o ne gilios. Mokslininkai K. Kovach ir T. Rosenstiel teigia, kad plinta nepaliaujamas ir neaprėpiamas informacijos srautas; kiekvienas panorėjęs gali skleisti informaciją; informacijos prieštaravimas kelia nepasitikėjimą ja; siekiant patraukti auditoriją, daugėja sensacingų pranešimų. Šių mokslininkų įvardintus trūkumus pastebi ir tyrime dalyvavę respondentai.

Kaip pagrindinis skirtumas tarp tradicinės ir skaitmeninės žurnalistikos, buvo paminėta laikmena, kuria pateikiama informacija. Kitas skirtumas, kuris buvo įvardintas apklaustųjų, – informacijos ribojimas tradicinėje žurnalistikoje. Tai pažymima ir teorinėje dalyje. Anot A. Balčytienės, dienraštyje informacijos apimtys yra ribotos, o kompiuterinis kūrinys gali pateikti praktiškai neribotos apimties tekstus. Be to, kompiuteriniame kūrinyje informacija gali būti praturtinta judančiais vaizdais ir garsu.

Tyrimo rezultatai parodė, kad skaitmeninės eros didžiausias privalumas yra informacijos greitis ir jos gausa.

Apibendrinus gautus tyrimo duomenis, prieita prie išvados, kad skaitmeninė žurnalistika yra skirta ne tik jaunajai, bet ir vyresniajai kartai.

Apklaustieji redaktoriai tikina, kad kuriant informacinius portalus orientuojamasi į greitos, įvairiapusiškos informacijos pateikimą, nes to reikalauja šiuolaikinė auditorija.

Šaltinio vertė nepriklauso nuo formos. Viskas priklauso nuo turinio, kurio kokybė priklauso nuo žurnalisto darbo, turimos informacijos tam tikrai publikacijai parašyti. Nors dauguma apklaustųjų vis dėlto mano, kad tradicinės žurnalistikos publikacijos yra vis dar vertingesnės, tačiau keletas žiniasklaidos atstovų paminėjo, kad kai kuriais atvejais internetinė žurnalistika pateikia kur kas rimtesnių kūrinių, pvz. portalas „lrytas.lt“ per savaitę pateikia dvigubai, o kartais ir daugiau profesionalų komentarų; portale talpinamos kokybiško turinio žurnalų „Kultūros barai“ arba „Naujasis židinys – aidai“ publikacijos. Tai, kad internetinė žurnalistika teikia kokybišką, vertingą informaciją, atskleidžia ir mokslininko De Wolk internetinės žurnalistikos apibrėžimas. „Internetinė žurnalistika – kokybiškos žinios ir informacija, kuri skelbiama internete (ypač žiniatinklis)“.

Visi respondentai vieningai pritarė, kad šiandien susidūrimas su skaitmenine žiniasklaida yra neišvengiamas. Nors dauguma apklaustųjų dažniausiai naršo Internete, tačiau vis dėlto gilesnių straipsnių vis dar ieško tradicinėje spaudoje, pvz. žurnaluose.

Kalbėdami apie ateities technologijas, vieni respondentai sau leido pafantazuoti, kiti ateitį siejo su jau po truputį pasirodančiomis technologijomis, tokiomis kaip e-knygos, smartphones, iPodes ar mobilioji televizija. Fantaziją pasitelkę respondentai teigė, kad išvysime kažką panašaus, ką matėme fantastiniuose filmuose, turėsime miniatiūrines ryšio priemones, panašias į akinius ir leidžiančias ne tik matyti, klausyti, girdėti, bet ir prieiti. Be to, buvo fantazuojama ir apie programas robotus, kurie ateityje gali atlikti žurnalistinį darbą, rašydami trumpas statistines arba įprastines žinutes. Teorinėje dalyje pateiktos mokslininkų R. Murdoch, D. Randall, R. Watson, I. Pearson, mintys apie technologijų, žiniasklaidos ateitį siejasi su Lietuvos žiniasklaidos atstovų pareikštomis mintimis.

Atlikus tyrimą, iš dalies pasitvirtina iškelta hipotezė, jog tyrime dalyvavusių respondentų nuomone, tradicinė žiniasklaida Lietuvoje išnyks. Jų teigimu, laikraščiams, nors ir negreitai, bet gresia išnykimas. O žurnalai turėtų išlikti.

Kita iškelta hipotezė apie tai, kad žiniasklaidos atstovai laisvalaikiu renkasi tradicinę žiniasklaidą, pasitvirtino. Dauguma respondentų teigė vertinantys retas akimirkas, praleistas su žurnalu ar knyga rankose.

Tyrimo metu nepasitvirtino trečioji iškelta hipotezė, kad Lietuvos ir užsienio mokslininkų, rašančių apie internetinę žurnalistiką, išskirtos pagrindinės internetinės žurnalistikos ypatybės skirsis nuo ypatybių, kurias išvardino Lietuvos žiniasklaidos atstovai. Tyrimo dalyviai taip pat, kaip Lietuvos

ir užsienio mokslininkai, išskyrė interaktyvumą, hipertekstualumą, multimedia, tikindami, kad tai yra pagrindinės internetinės žurnalistikos savybės.

Atlikus tyrimą bei išanalizavus gautus rezultatus, pasiektas tyrimo tikslas bei uždaviniai.

IŠVADOS

Skaitmeninė era – tai era, į kurią mes vis sparčiau žengiame. Vis labiau mes esame priklausomi nuo technologinių naujovių, kurios mus pasiekia vis dažniau.

Skaitmeninės eros žurnalistika – tai tradicinės spaudos, televizijos, radijo perėjimas į skaitmeninį formatą.

Atsiradus internetui, visuomenės įpročiai bei poreikiai ėmė po truputį kisti. Interneto galimybės plėtėsi, kol galiausiai tapo beribės. Šiandien internetu galima susisiekti su visu pasauliu, galima bet kur bet kurią minutę rasti rūpimą informaciją. Neaprepiami informacijos klodai bei greitis tapo informacinės, žinių, modernios visuomenės variklis.

Skaitmeninis garsas ir vaizdas atvėrė galimybes vaizdingiau, efektingiau pristatyti informaciją, esančią internete.

Skaitmeninės televizijos bei radijo pasirodymas pateikia žmonėms itin kokybiškas transliacijas, kalbant apie garsą bei vaizdą. Raiškos kokybė yra nepalyginama su tradicine televizija.

Lietuvoje interneto poreikis didėja ir tai rodo vis didėjantis interneto vartotojo skaičius. Pagal „TNS Gallup“ duomenis 2009 m. interneto vartotojų skaičius siekė daugiau nei 55 proc. Pagal naujausius duomenis Lietuva yra 41 vietoje iš 133 vertintų valstybių pagal interneto ryšio prieinamumą (WEF „Networked Readiness Index“ 2009-2010 m). Didėjanti interneto plėtra suteikia galimybę didesnei visuomenės daliai naudotis skaitmeninės eros žurnalistikos privalumais.

Žvelgiant į išdėstytą teoriją, gali teigti, kad internetinė žurnalistika suteikia daug galių vartotojui, atveria naujus informacijos pateikimo kelius per techninius naujosios žiniasklaidos elementus, pateikia milžiniškas informacijos saugyklas.

Internetinė žurnalistika vartotojams leidžia ne tik gauti pačią naujausią informaciją, naudotis milžinišku informacijos srautu, bet taip pat aktyviai dalyvauti kuriant šią informaciją.

Nors Lietuvoje skaitmeninė žurnalistika dar tik žengia pirmuosius žingsnius, galima pasidžiaugti, kad tyrime dalyvavę žiniasklaidos atstovai gerai išmano, kas yra toji skaitmeninės eros žurnalistika, kokie jos privalumai bei trūkumai, žvelgiant į Lietuvą ir pan. Tyrimo metu paaiškėjo, kad Lietuvos žiniasklaidininkai suvokia, jog skaitmeninės eros žurnalistikos įtaka ateityje didės, o ji pati tobulės. Tyrime dalyvavę žiniasklaidos atstovai mano, kad tradicinės žurnalistikos reikšmė ateityje išliks, tačiau ji bus nedidelė. Ji išliks būtent dėl visuomenės įpročio ar ritualo, o galbūt vadinama tradicinė žurnalistika taps elitiniu dalyku.

Skaitmeninių technologijų gausa, nuolatinis technologijų tobulėjimas, skverbimasis į įvairias gyvenimo sritis verčia jomis domėtis ne tik išmanančius bei besidominčius, bet ir tuos, kuriems tai neįprasta, nežinoma. Norint išgyventi moderniam pasaulyje, būti pilnavertišku žmogumi, reikia nebijoti, neatsiriboti nuo skaitmeninės eros daromos įtakos.

Nors visuomenėje yra susiformavusi nuostata, kad skaitmeninės technologijos – tai jaunosios kartos reikalas, ateitis, tačiau nereiktų aplenkti ir vyresniosios kartos atstovų. Darbo tyrimo rezultatai parodė, kad ir vyresnioji karta gali puikiai valdyti skaitmenines technologijas. Svarbiausia yra mokėti pateikti, įtikinti, atskleisti svarbiausias skaitmeninės eros technologijų ypatybes, privalumus.

Darbe pateikiamos schemos, lentelės, kurios padeda lengviau įsisavinti pateiktą medžiagą.

Apibendrinant darbą, galima pasakyti, kad skaitmeninės eros žurnalistika yra svarbi bei stiprų poveikį nuomonės formavimui daranti žurnalistikos rūšis. Žurnalistų gebėjimas pateikti informaciją, naudojantis įvairiomis multimedijos priemonėmis, taip pat visuomenės galimybės bet kur bet kuriuo metu gauti reikiamą informaciją, taip pat reaguoti, komentuoti pateikiamą informaciją atskleidžia skaitmeninės eros žurnalistikos vertę.

THE JOURNALISM OF DIGITAL ERA: FUNCTIONS, TOOLS AND CONTENT

Summary

Vyka Večkytė-Kavaliauskienė

Today's society more often faces to technological innovation. Once technological miracles, as the radio, TV, computer, became a reality. Modern technologies surpass society's expectations. The society little by little enters the new digital era. The information and knowledge of these days reach the people momentarily. The traditional media's step to the digital era opened the new gates to sudden new information transmission, virtual communication, closer connection with all the world.

In Lithuania it is more interested in the digital technologies, their transferred textual, audio and video information. The journalism of the digital era is the actual, new and little analyzed subject in Lithuania. It shows a very poor list of Lithuanian literature about the digital media. By doing first steps in the digital era we must familiarize more widely with it not only the digital era's users, but also those who hardly understand what it is. Familiarization with the medium of the digital era would increase the number of users and let for a big part of society to use these era's advantages.

The aim of the master's study is to analyze the peculiarities of digital era's medium, practical benefit and perspectives.

In order to implement the aim of the study the following goals have been projected:

- to present and analyze the conception of internet;
- to present and analyze the conception of the digital audio and video;
- to present and analyze the conception of the radio and TV in the digital era;
- to overlook the alternation of use of the digital technologies;
- to reveal the conception of online journalism;
- to accentuate and analyze the features of online journalism;
- to present scientist's future prognoses for technological evolution, traditional and digital journalism;
- to perform the analyses of the function of information portals.

In order to achieve these goals scientific literature has been analyzed and research „The function of information portals “ has been carried out. The aim of the research is to analyze benefit and perspectives of the information portal as the one of online journalism media. The goals of research are:

- to find out the opinion of media representatives about the future of traditional journalism;
- to find out what the media men think about the journalism of digital era and its perspectives;
- to find out which advantages and disadvantages of online journalism media representatives envisage;
- to find out to what audience and its needs it is oriented while creating the information portal;
- to find out how the chosen media representatives assess the online journalism;
- to find out media men opinion about the future of technological achievements;
- to compare the information gathered by interview method with the theory reported in this study.

The method of the research is a quantitative analysis. The source of information is the interview. The object of the research is the Lithuanian media representatives.

The results of the research have shown that the media representatives in Lithuania pessimistically assess the survival of traditional newspapers. They believe that the newspapers disappear in the future. Overall, the media representatives don't doubt that traditional journalism will survive due to habit and ritual. All participants of the research state that the interest of digital journalism will increase and it will improve by itself. Speed of information, interactivity, multimedia are the main advantages of digital journalism which were mentioned by the media representatives. All the media men think that the main disadvantage of online journalism is access. Summing up the data of the research, conclusion comes that digital journalism is not for only for young generation, but also older generation. It became evident that media representatives assess the content of the information source but not the form most.

LITERATŪROS IR BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. WATSON, Richard. Iš *Ateities failai. Kaip gyvensime po 50 metų*. Vilnius: Verslo žinios, 2009, 278p. ISBN 978-9955-460-87-9.
2. LAUŽIKAS, Rimvydas. Skaitmeninių duomenų saugojimas muziejuose [interaktyvus]. Vilnius: [b.l.], [b.m.]. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:< http://www.museums.lt/Ateitis/images/Kurkime_ateities_muz_leidinys/leidinys_37_42.pdf >.
3. CASTELLS, Manuel. Iš *Informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra. Tinklaveikos visuomenės raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2005, 536 p. ISBN 9986-850-52-5.
4. VAIŠNYS, Andrius. Iš *Profesionalioji žurnalistika. Įvadas*. B.v.: Europos centras, 1992, 60 p.
5. URBONAS, Vytas. Iš *Žurnalistikos pagrindai*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007, 252 p. ISBN 978-9955-18-202-3.
6. FRANKLIN, Bob. Iš *Key concepts in journalism studies*. Los Angeles: SAGE Publications, 2008, 362 p. ISBN 978-0-7619-4482-9.
7. PEČIULIS, Žyngintas. Žiniasklaida ir žurnalistika daugiaterpės raiškos eroje. Iš *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2009. ISSN 1392-0561. [žiūrėta 2010 m. kovo 6d.]. Prieiga per internetą:< http://www.leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/51/37-53.pdf >.
8. GEERT, Lovink. Iš *Zero comments : blogging and critical internet culture*. New York: Routledge, 2008, 312 p. ISBN 0-415-97316-3 .
9. SAVUKYNAS, Virginijus. Internetinė žiniasklaida globalizacijos akivaizdoje. Iš *žiniasklaida* [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], 2004. [žiūrėta 2010 m. kovo 6d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.straipsniai.lt/ziniasklaida/puslapis/5939> >.
10. Oblak, Tanja. The lack of interactivity and hypertextuality in online media. Iš *The international journal for communication studies* [interaktyvus]. London: Sage Publications, 2005. [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą:< <http://gaz.sagepub.com/cgi/reprint/67/1/87>>.
11. VIDŽIŪNAS, A.; VITKUTĖ, D.; MACIULEVIČIUS, S.; VALTERYTĖ, R. Iš *Informacinių technologijų taikymas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 1999, 325 p. ISBN 9986896894.
12. Iš *Informacija ir komunikacija*. Vilnius: Informacinių technologijų institutas, 2001, 72 p. ISBN 9986-34-068-3.
13. SKYRIUS, R.; MIKALAUSKIENĖ, A.; ZALIECKAITĖ, L. Iš *Informacijos ir komunikacijos technologijos*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2008, 359 p. ISBN 9789955333241.

14. BURG, Jennifer. Iš *The science of digital media*. Upper Saddle River (N.J.): Pearson : Prentice Hall, 2009, 483 p. ISBN 9780135062227.
15. DOMINICK, Joseph R. Iš *The dynamics of mass communication: media in the digital age*. 10th ed. Boston: McGraw-Hill, 2008, 494 p. ISBN 9780071284264.
16. KUNG, L.; PICARD, R.G.; TOWSE, R. Iš *The Internet and the mass media*. Los Angeles: Sage, 2008, 182 p. ISBN 978-1-4129-4734-3.
17. DENNIS, E.E.; MERRILL, J.C. Iš *Pokalbiai apie žurnalistiką*. Vilnius: Vilniaus universiteto Žurnalistikos institutas, 1997, 224 p. ISBN 9986-19-231-5.
18. Kas yra toji skaitmeninė TV? [interaktyvus]. [b.v.]:[b.l.], 2009. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.alytausgidas.lt/lt/naujienos/informacines-technologijos-ziniasklaida/kas-yra-toji-skaitmenine-tv/>>.
19. GINEVIČIUS, R.; PALIULIS N.K.; CHLIVICKAS, E.; MERKEVIČIUS, J. Iš *XXI amžiaus iššūkiai: organizacijų ir visuomenės pokyčiai*. Vilnius: Technika, 2006, 548 p. ISBN 9955-28-057-3.
20. BIELINIS, Lauras. Iš *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė*. Vilnius: Eugrimas, 2005, 127 p. ISBN 9955-682-10-8.
21. MCQUAIL, Denis. Iš *Mass communication theory*. 5th ed. London: SAGE Publications, 2005, 616 p. ISBN 1-4129-0372-6.
22. BALČYTIENĖ, Auksė. Iš *Naujos technologijos ir žurnalistika* [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], [b.m.]. [žiūrėta 2010 m. vasario 5d.]. Prieiga per internetą:< <http://fcim.vdu.lt/e-media/ivit/darbai&dienos-2002.pdf> >.
23. SERBENTIENĖ, Sigitā. Jo Didenybė Internetas [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], 2006. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.bendruomenes.lt/news.php?id=39585&strid=11791> >.
24. CHUNG, Deborah S. Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. Iš *Journal of Computer-Mediated Communication* [interaktyvus]. Lexington: [b.l.], 2008. [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/119414160/HTMLSTART>>.
25. KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. Iš *The elements of journalism : what newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers, 2001, 205p. ISBN 0-609-60783-9.
26. HERMES, Joke. Citizenship in the Age of the Internet. Iš *European Journal of Communication* [interaktyvus]. [b.v.]: Sage Publications, 2006. [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą:< <http://ejc.sagepub.com/cgi/content/abstract/21/3/295>>.

27. BALČYTIENĖ, Aukšė. Naujosios žiniasklaidos taikymo perspektyvos: modernaus kūrinio ir skaitytojo paieškose [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], [b.m.]. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:< http://np.ipc.lt/projektai/01-31_lt.html >.
28. DEUZE, Mark. The WebCommunicators: Issues in research into online journalism and journalists. Iš *First Monday* [interaktyvus]. Volume 3, Nr. 12, 1998. [žiūrėta 2010 m. sausio 28d.]. Prieiga per internetą:< <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/634/555> >.
29. DEUZE, Mark. Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. Iš *First Monday* [interaktyvus]. Volume 6, Nr. 10, 2001. [žiūrėta 2010 m. sausio 28d.]. Prieiga per internetą:< <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/893/802> >.
30. DEUZE, Mark. The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. Iš *New Media Society* [interaktyvus]. London: Sage Publications, 2003. [žiūrėta 2010 m. kovo 18d.]. Prieiga per internetą:< <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/5/2/203>>.
31. MACKONIS, Vilius. Internetinės žiniasklaidos autoriai ir autoritetai. . Iš *Almanachas „Žurnalistika 1990-2007“*. Vilnius: Žurnalistų sąjungos fondas, 2008, p. 130-134. ISSN 0135-1346.
32. HARPER, Christopher. Journalism in a Digital Age. Iš *mit communications forum* [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], [b.m.]. [žiūrėta 2010 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą:< <http://web.mit.edu/comm-forum/papers/harper.html> >.
33. CHAFFEY, D.; et al. Iš *Internet marketing. Strategy, Implementation and Practice*. 2nd ed. Harlow : Prentice-Hall : Financial Times, 2002, 484 p. ISBN 0273658832.
34. DIMITROVA, Daniela V.; NEZNANSKI, Matt. Online Journalism and the War in Cyberspace: A Comparison Between U.S. and International Newspapers. Iš *Journal of Computer-Mediated Communication* [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], 2006. [žiūrėta 2010 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: < <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/dimitrova.html> >.
35. KAWAMOTO, Kevin. Iš *Digital journalism– emerging media and the changing horizons of journalism* [interaktyvus]. USA: Rowman&Littlefield Publishing Group, 2003. [žiūrėta 2010 m. sausio 28d.]. Prieiga per internetą: < http://books.google.lt/books?id=dG9vHwHyDFUC&printsec=frontcover&dq=digital+journalism&source=bl&ots=IjXQ7FOsRn&sig=jc3bpEIPyZqifa6uJF4aQdNz46U&hl=lt&ei=WxOaS-jaNo75_AbSjem7Cw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CBoQ6AEwAg#v=onepage&q=&f=false >.

36. O'NEILL, Shaleph. Iš *Interactive media: the semiotics of embodied interaction*. London: Springer, 2008, p. 14-27. ISBN 9781848000353.
37. SCHULTZ, Tanjev. Iš *Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers* [interaktyvus]. Bremen: [b.l.], 1999. [žiūrėta 2010 m. vasario 5 d.]. Prieiga per internetą:< <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html#100%20newspapers> >.
38. THURMAN, Neil; LUPTON, Ben. Convergence Calls. Iš *The International Journal of Research into New Media Technologies* [interaktyvus]. London: Sage Publications, 2008. [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą:< <http://con.sagepub.com/cgi/reprint/14/4/439> >.
39. RANDALL, David. Iš *Universalus žurnalistas*. Amsterdam: The management&Media Academy, 1998, 224 p. ISBN 9955-581-38-7.
40. KARDELIS, Kęstutis. Iš *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. 4-asis leid. Šiauliai: Lucilijus, 2007, 398 p. ISBN 9955-655-35-6.
41. ENGBRETSSEN, Martin. Iš *Writing for the Web: an introduction to online journalism*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2006.
42. DOMINGO, David. Iš *Inventing online journalism. Development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms* [interaktyvus]. Tarragona: [b.l.], 2006. [žiūrėta 2010 m. vasario 5 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1219106-153347//dd1de1.pdf >.
43. KENNEY, K.; GORELIK, A.; MWANGI, S. Interactive Features of Online Newspapers. Iš *First Monday* [interaktyvus]. Volume 5, Nr. 1, 2000. [žiūrėta 2010 m. sausio 28d.]. Prieiga per internetą:< <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/720/629> >.
44. PEČIULIS, Žygintas. Iš *Televizijos žurnalistika*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2002, 304 p. ISBN 9986-19-456-3.
45. PRINGLE, P.K.; STARR, M.F.; MCCAIVITT, W.E. Iš *Electronic media management*. 3rd ed. Boston: Focal Press, 1995, 425 p. ISBN 0-240-80199-7.
46. ORLIK, Peter B. Iš *The electronic media: An introduction to the profession*. Boston: Allyn and Bacon, 1992, 491 p. ISBN 9780335221974.
47. CREEBER, G.; MARTIN, R. Iš *Digital cultures*. Maidenhead : McGraw-Hill : Open University Press, 2009, 205 p. ISBN 9780335221974.
48. Dž.Paršonis: tik laiko klausimas, kada internetas išstums televiziją, radiją ir spaudą. Iš *Informacinės technologijos, žiniasklaida* [interaktyvus]. [b.v.]:[b.l.], 2009. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.alytausgidas.lt/lt/naujienos/informacines-technologijos-ziniasklaida/dz-parsonis-tik-laiko-klausimas-kada-internetas-isstums-televizija-radija-ir-spauda/>>.

49. JASTRAMSKIS, Deimantas. Skaitmeninė žiniasklaidos tikrovė [interaktyvus]. [b.v.]: [b.l.], 2007. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per internetą:<

<http://www.balsas.lt/naujiena/175195/deimantas-jastramskis-skaitmenine-ziniasklaidos-tikrove/>>.

50. Online–The Future of Newspapers? Germany's Dailies on the World Wide Web. Iš Journal of Computer-Mediated Communication [interaktyvus]. [b.v.]:[b.l.], 2006. [žiūrėta 2010 m. balandžio 6d.]. Prieiga per I=internetą:<

<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/120837748/HTMLSTART>>.

1 priedas. Preliminarūs interviu klausimai

1. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žurnalistiką bei jos ateitį?
2. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos perspektyvos?
3. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?
4. Kokie pagrindiniai skirtumai tarp tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos?
5. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?
6. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?
7. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiama kuriant informacinius portalus?
8. Koks, jūsų manymu, informacijos portalo pranašumas yra pats svarbiausias?
9. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?
10. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

2 priedas. Interviu su R. Valatka

1. Trumpas prisistatymas.

Aš esu žmogus ant dviejų kėdžių. Esu popierinio laikraščio „Lietuvos rytas“ vyr. redaktoriaus pirmasis pavaduotojas, taigi šiek tiek dirbu ir popieriuje. Visa, kas susiję su redakcijos nuomone, „Laiko ženklai“, kai kurie interviu, eina per mane. Bet didžioji dienos darbo dalis praeina kitoj žiniasklaidos priemonėj ir kitoj bendrovėj, t.y. „lyrtas.lt“, kurios vyriausias redaktorius esu jau ketveri metai ir du mėnesiai.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žurnalistiką, žiniasklaidą bei jos ateitį?

Visi tokie žmonijos procesai, kai studijuoji istoriją, labai gerai atsiskleidžia. Tarkim, laikraštis yra labai nauja žmogaus veiklos rūšis. Galima jų atrast ir XVIII a., bet iš esmės pora šimtų metų. Knyga yra žinoma nuo pat papiruso atsiradimo ir t.t. Knyga turėjo išnykti pagal tokias prognozes, bet ji neišnyko. Tačiau pasikeitė poreikis jai. Pvz., jeigu XIX a. 2-oje pusėje Prancūzijoje arba Lietuvoje, o prieš karą, pokario metu knyga buvo iš esmės kiekvieno žmogaus gyvenime, kiekvienas kažką daugiau mažiau skaitydavo, tai šiandien knyga yra elito gyvenimo atributas. Vadinasi, neišnyko, bet pasikeitė. Aš taip spėju, kad laikraščiai gali išlikti kaip elito bendravimo priemonė. Jeigu šiandien laikraštyje mes rasime informavimą, tai galima prizą žmogui duot. Visa tai jau kažkur buvo, t.y. internete. Išskyrus vieną kitą dalyką, pvz. tyrimų internete nebus. Tai laikraštis jau yra nebe informavimo priemonė, o tarsi šou dalis, lengvas ar sunkesnis skaitalas. Žmogus tai, kas įvyko pasaulyje, sužino jau labai seniai ne iš laikraščio. Radijas, televizija, o dabar dar ir internetas, kuris akimirksniu tą patį praneša. Gali būti, kad laikraščiai Lietuvoj išnyks, o kokioje nors Estijoje gal ir ne. Arba kokioje nors Švedijoje neišnyks, o Italijoje išnyks. Arba priešingai. Interneto skvarba Europos pietuose yra labai silpna. Lietuvoje artėja prie 60 proc. Beveik 60 proc. namų ūkių turi kompiuterius. O kadangi pigiausias internetas yra turbūt 9lt, o net galima nemokamai kažkiek laiko gaut, vadinasi, yra ir prieiga skaityti. Taigi gali įvairiai būti. Be abejo, laikraščiai neteks to svorio, kurį turėjo. Pvz. „New York Times“ dar prieš kelerius metus turėjo daugiau kaip 1000 darbuotojų, o ar šiandien jie turi 700 darbuotojų neaišku. Mažėjant darbuotojų, krenta kokybė. O internetas niekada negalės turėti tiek darbuotojų jau vien todėl, kad konkurencija bus didesnė. Jeigu suskaičiuotume portalus ir laikraščius, tai paaiškėtų, kad nacionalinių portalų yra daug daugiau negu laikraščių. Taigi kokybiniai, kiekybiniai parametrai perauga į kokybinius pokyčius ir atvirkščiai. Aš manau, kad Lietuvoje laikraščių tikrai neliks ir neliks labai greitai. Pirmiausia mūsų tauta yra ne rašto tauta. Lietuviams raštas trunka 106 metus, nors mes vedam viską nuo Mažvydo. Bet

tai, kas nuo Mažvydo, buvo Prūsija, Prūsijos kunigaikštystė. Ten skaitė, o čia, už Nemuno, niekas neskaitė. Pradėjo skaityti tada, kai caras panaikino spaudos draudimą 1904 m. gegužės 7 d. Tai reiškia, kad mums ir nereikia. Lietuviams atrodo, kad to nereikia. Ir šiaip lietuviams atrodo, kad būt kvailam yra didelis prestižas, t.y. kuo kvailesnis, tuo geriau. Bet aš manau, kad Britanijoje laikraščiai neišnyks. Kultūra, religija – daug kas turi įtakos. Ir šiaip iš daikto, už kurį nebemokama, už kurį žmogus nemoka pinigų, žmogus negali nieko reikalaut. Pvz. iš laikraščio aš galiu pareikalaut, nes aš mokėjau už prenumeratą, aš perku. Tačiau internete gaudamas nemokamą informaciją, tu negali nieko reikalauti. Apskritai žiniasklaidoje diletantų daugėja, t.y. žmonių, kurie nėra išsilavinę ir dirba. O išmirs ar neišmirs, tai vienas Dievas težino. Mažose tautose tas pavojus yra, kad laikraščiai išnyks, bet didelėse tautose turbūt visada bus žmonių, norinčių šeštadienį prisėst prie arbatos, pyragaičio ir išsiskleisti storą laikraštį. Galbūt už tai žmonės mokės ir didelius pinigus.

3. Kokios skaitmeninės eros žiniasklaidos, žurnalistikos perspektyvos?

Technologinio tobulumo ribų nebus. Pati technologija tobulėja, pvz. „lrytas.lt“ pirmieji pradėjo video dėt, o dabar jau portalų be video, galima sakyti, nėra, gal tik „bernardinai.lt“ ir dar keli liko. Technologiniam tobulėjimui ribų nėra, bet profesiniam tobulėjimui, profesionalumui, bijau, kad mes dabar esam pike, jeigu imt portalus, kurie pateikia naujienas. Todėl, kad dabar yra kuo naudotis: mes naudojames laikraščiu, mes naudojames televizija. Mes esam labai turtingi. Mes galim paleisti tekstų, kurie yra visai neblogi. O jeigu dar patys pridedam... Plius mes dedam „Kultūros barus“ – viską, kas ten įdomu, mes sudedam. Mes dedam „Naujojo Židinio – Aidu“ po tris keturis gerus tekstus. Tai yra aukštos prabos tekstai. Tačiau tie žurnalai yra irgi ant tokios egzistencinės ribos. Jeigu jie išnyks, tai pas mus portale per mėnesį apie 10 solidžių tekstų nebelieka. Arba sakysim net ir „delfi.lt“ pavogia iš „lrytas.lt“ tam tikrą informaciją, ne copy paste, bet patrumpina ir pan. Jis turi iš ko pavogt. Jeigu „lrytas.lt“ išnyksta, tai reiškia, kad kokybė krenta. Kita vertus, kadangi portalai turi daug vietos, jie gali įdėti daugelį straipsnių, o laikraštyje vieta pasirinkimą labai riboja. Per paskutines keturias dienas „lrytas.lt“ įdėjo dvylika komentarų ir savaitė dar nesibaigė, o laikraštis per savaitę įdėda šešis komentarus. Kitaip sakant, kai kur ta kokybė yra net aukštesnės prabos. Taip pat mes duodam labai rimtų interviu arba netgi tokias rubrikas: istorija, religija. Taigi ploname laikraštyje nėra šansų sutalpinti ir tokias temas. Nors stori Vokietijos laikraščiai už garbę laiko, kad būtinai turi būti bent vienas religijos puslapis. Yra tam tikras lygis pas mus, tačiau tą lygį bus galima palaikyti, jeigu užsidirbsi pinigų. Jeigu portalų skaičius dauginsis greičiau negu skaitytojų skaičius, o Lietuvoje skaitytojų vis mažėja, tauta nyksta, tai kokybei ir augimui tai yra pagrindinis peilis. Labai daug pinigų, politinių žmonių į šitą verslo sritį veržiasi ne dėl to, kad pragyvenimas juos verčia, o dėl to,

kad jie nori kokią nors įtaką daryti, manipuliuoti, veikti. Dabar didžioji dalis mūsų konkurentų yra tie, kuriems piniginis klausimas nėra svarbus. Jeigu jiems tai nesvarbu, tai kaip su jais konkuruoti. Niekaip.

4. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?

Pagrindinis privalumas yra greitis. Informacijos pateikimas tarsi automatu. O pagrindinis trūkumas yra tai, kad greitis yra atvirkščiai proporcingas kokybei. Kiekvienam tekste galima rasti klaidų. Jeigu popierinė žiniasklaida, tai aš, kaip redaktorius, skaitau po žmogaus, kuris yra profesionalas, po korektorės ir t.t. Aš galiu būt ketvirta ar penkta galva ir po to dar vyriausioji kalbos redaktorė skaitys. Tai čia, portale, yra priešingai. Pirmiausia yra įdedamas tekstas, o po to skaito kalbos redaktorius ir galbūt skaitau aš kaip redaktorius. Aš kaip redaktorius didžiąją dalį tekstų skaitau kaip skaitytojas. Ir dar trūkumas yra tai, kad kuo mažiau žmonių, tuo mažiau tu gali tikrint. Tu gavai žinią ir įdėjai. Aišku, skiriasi pagal rubrikas. Tos rubrikos, kurios nėra informacinės, pvz. interviu, religija, istorija, galbūt yra „kietesnės“ nei popierinėje žiniasklaidoje, televizijoje ir t.t. Bet rubrikos: „Lietuvos diena“, „Sportas“, „Krepšinis“, „Kriminalai“ yra srautas. Ir plus privalumas yra palyginti su popierine žiniasklaida, su televizija, kad tu nesi ribojamas apimčių. Aš galiu sudėti viską. Laikraštyje yra *super* atranka. Kuo mažiau puslapių, tuo didesni reikalavimai tekstui, įvykiui ar dar kažkam. Dar vienas iš privalumų – tai grįžtamasis ryšys. Portale grįžtamasis ryšys yra pats geriausias. Jeigu televizija turi remtis metrais, ar laikraščio redaktorius apskritai įsivaizduot, ką skaitys, tai portale išvis nieko nereikia įsivaizduot. Atitinkama programa parodo, kiek lankytojų kokį straipsnį skaitė. Budintis redaktorius pagal tai ir orientuojasi. Jeigu skaito gerai, tai laiko viršuje, jeigu skaito prastai, tai kartais ką nors keičiam, pvz. pavadinimą. Po teksto įdėjimo praėjus dešimčiai minučių galima pastebėti, kaip jis skaitomas: ar jį išlėto skaito, ar silpnai ar nesilpnai. Taigi grįžtamasis ryšys yra labai svarbu. Šiuo atžvilgiu nėra labai svarbi redaktoriaus nuomonė, pasaulėžiūra, ideologija, nes teksto skaitomumas skaičiai parodo žmonių susidomėjimą tam tikra tema. O laikraštyje aš galiu dėti į priekį tai, kas man atrodo kaip žmogui, kaip redaktoriui, kaip kultūringam ar nekultūringam padarui, įdomu ir svarbu. Portale už redaktorių dirba skaitytojas. Jis nuolat balsuoja. Apskritai, trūkumų yra daug: negebėjimas patikrinti, didelis srautas, kalbos kultūra nuo to kenčia. Apskritai reikia visiškai kitokių žmonių. Jeigu laikraščiui reikėjo *specializanto*, tai čia reik universalo. Mano budintys redaktoriai yra surinkti pagal principą – smegenys, gebančios atskirti, kas yra svarbu, nuo sporto iki ekonomikos, kultūros ir t.t. Žodžiu, žmogus turi būti įvairiose srityse labai išlavinęs save ir nebe taip svarbu, kaip jis rašo, t.y. ar jis gerai rašo, ar jis blogai rašo. Aišku, mokėti kuo geriau kalbą yra privalumas. Laikraščio ar televizijos žurnalistai yra baltarankiai palyginus su interneto portalo.

5. Kokie pagrindiniai (esminiai) skirtumai tarp tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos?

Atvirkščia redakcinė kultūra. Kaip aš ir minėjau, kad laikraštyje tekstas praeina nuo gimimo iki brandos ir jis kylančia linija vis gražėja, tvarkingėja (kableliai sudedami, netgi sinonimai keičiami, jeigu neįdomūs veiksmažodžiai). O portale priešingai. Pirmiausia įdedamas žalias tekstas ir, jeigu tekstas svarbus, tai galbūt kažkas padirbės prie jo, o jeigu ne, tai taip ir nueis. Redaktoriaus uždavinys tampa tik žiūrėti į skaičius, laiku informuoti ir pasižiūrėti, kokia kita informacija dar labiau domina skaitytoją. Tai visiškai atvirkščias darbas. Tai turbūt ir yra pagrindinis skirtumas. Aišku, galima būtų, jeigu būtum ekologas arba ekologinio judėjimo dalyvis, sakyti, kad tai yra vienas milžiniškas skirtumas. Kiek medžių reikia nukirsti, norint išleisti laikraštį. O portalui nieko. Gal truputį elektros suvartojama ir pan. Taip pat galbūt pagrindinis dalykas laikraštis ir net televizijoje bei radijuje yra tai, kad iš esmės nėra jokios konvergencijos. O čia tu gali duot tekstą, nors ir šimtą nuotraukų, nors ir penkis vaizdo reportažus ir dar garsą. Žodžiu, viską, ką žmogus šioje srityje yra gebantis sukurti, galima sudėti į vieną krūvą. O į laikraštį tu gali įdėti vieną ar dvi nuotraukas ir viskas.

6. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Jeigu kalbėtume apie 2000-uosius metus, tai tada kiekvienas jums būtų pasakęs, kad tai jaunas žmogus, taip pat valdininkas, kuris turi galimybę prie interneto prieit, universiteto profesūra, moksleiviai. Dabar tikriausiai internete yra įvairesnė publika nei laikraštyje. Todėl kad, pvz. dienraštį „Lietuvos rytas“ rast kaime sudėtinga. Reikėtų prizus duot, kurie juos prenumeruoja, nes paštas prašo dukart brangiau už atnešimą negu laikraštis kainuoja. Dėl to suma susidaro milžiniška. O pas mus pensininkai, jei turi prieigą, tai skaito, jeigu ne, tai neskaito. Bilo Geitso ir Kazicko dėka kaimų bibliotekos yra kompiuterizuojamos ir žmonės labai greitai išmoksta skaityti. Taigi turėčiau pasakyti, kad neskaito interneto dar tie, kurie iš principo bijo technikos ir net neskaito. Mano tėvai, be abejo, neskaito, nors jeigu nupirkčiau kompiuterį, pastatychiau ir parodychiau, kaip ten įlįsti, tai galbūt paskaitinėtų šį bei tą. Kitaip sakant, dabar jau galima sakyti, kad šita auditorija yra panaši į televizijos, o gal net ir platesnė.

7. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Labai lengvai į šitą klausimą atsakyčiau Amerikoje. Be abejo, kad laikraščiai, po to eina televizijos ir tik po to eina interneto portalai. O Lietuvoje... Jeigu imčiau dienraštį „Lietuvos rytas“ ir portalą „rytas.lt“, tai sakyčiau, kad laikraštis gamina geresnę produkciją, t.y. išbaigtesnę. Bet jeigu susidėčiau visus laikraščius ir portalus, tai būtų nelengva atsakyti, kur daugiau profesionalumo, nes kai kurie laikraščiai dabar yra jau totaliai beviltiški. Žodžiu, Lietuvoje yra labai komplikuota atsakyti.

Amerikoje, Didžiojoje Britanijoje, Vokietijoje yra aišku. Režiuojant galima pasakyti taip: negalima daryti vienareikšmės išvados, kai kalbama apie Lietuvos portalus ir Lietuvos laikraščius.

8. Koks, Jūsų manymu, yra pagrindinis, svarbiausias informacijos portalo pranašumas?

Kad ir kaip būtų keista, aš turėjau tokią idėją ir man atrodo, kad ją pavyko įgyvendinti. Galiu pasakyti, kad portalas „lrytas.lt“ duoda labai daug rimtos informacijos, pamąstymų, interviu su įdomiais žmonėmis, tokių tekstų, kurių niekas neduoda Lietuvoje. Iš esmės *websaitais*, jeigu panaudoji jų teikiamas galimybes, tai norint ir turint šiek tiek pinigų, galima užmušti ir televiziją, ir laikraščius, ir ką tik nori. Galimybės yra didelės. Pirmiausia yra talpumas, taip pat visokie būdai parodyti, nueiti, išeiti, t.y. įvairūs subportalai. Kitaip sakant, tu gali patenkinti ir *soft*, ir rimtų tekstų ištroškusius žmones.

9. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Kai ką jau dabar galima spėti. Pvz. naujieji telefonai iPhone ir t.t. Tai „lrytas.lt“ kiekvienam iš tų naujų telefonų yra sukūręs atskirą dizainą ir atskirą informacijos pateikimo taką. Ir tame telefone, pvz. vaizdo siužetai yra daug geriau įžiūrimi negu kompiuteryje, t.y. raiškesni. Ir mano nuomone, kompiuteris nėra toks labai ilgaamžis. Žiūrint į ateitį, viskas gali būti mobiliajame telefone. Aišku, tai didina paviršutiniškumą. Kuo mažėja daiktas, į kurį žiūrėdamas matai raides, tuo atsiranda toks dalykas: pažiūrėjau antraštę, užmečiau akį į nuotrauką ir bėgu tolyn. Bet tikriausiai ta kryptimi viskas juda. Mes turim atskirus duomenis pagal mobiliuosius. Vienam yra apie 1000 pastovių lankytojų per dieną, mūsų portale dienos norma yra maždaug iki 230 tūkstančių, savaitės – iki 630 tūkstančių. Kai atsirado iPhone, tai iš pradžių buvo penki lankytojai, o dabar yra 1000. Maždaug tiek jų ir yra. Vadinasi, kiekvienas šito brangaus mobiliojo savininkas yra mūsų žiūrėtojas. Kad jį žiūrėtų, tam reikėjo sukurti specialius algoritmus. Ši sritis yra svarbi, tačiau iš jos pajamų dar negaunam. Tai yra blogai, bet, matyt, ateity turėtume gauti. Taip pat yra Amerikoje dar „neišmestas“ naujas telefonas į rinką, o mes jau kuriam parametrus, kad galėtume visą „lrytas.lt“ produkciją pateikti į tą telefoną. Yra dar toks dalykas, jeigu laikraštį redaktorius užsimanė sukeisti rubrikas, tai nėra sudėtinga. Tačiau rubrikų pakeitimas portale nėra lengvas dalykas. Redaktorius šioje vietoje yra tarsi surištomis rankomis. Jis turi kreiptis į kompiuterininkus, kurie pasako per kiek laiko sugebės tai pakeisti. Šioje vietoje technologai ar informatikai tampa netgi svarbesni už redaktorių.

10. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Portalo „lrytas.lt“ naršymas, stebėjimas yra jau kaip liga. Aš grįžtu namo, ten yra kitas toks pat kompiuteris įjungtas ir aš toliau seku, kaip viskas vystosi ir pan. Popierinio laikraščio aš jau nelabai galiu skaityt. Pirmiausia informacine prasme man tai yra vakarykštė diena, o aš turiu eiti į priekį. Iš ryto aš perverčiu laikraštį, pažiūriu gal kažko „lrytas.lt“ neturi ir tiek. Šiaip daugelį tekstų skaitau internete. Jeigu kalbėčiau apie spausdintą produkciją, tai aš skaitau knygas. Kadangi aš skaitau daug istorinės, ekonominės literatūros, tai aš tiesiog laisvą laiką skiriu knygoms. Bet šiaip keičiasi įgūdžiai ir poreikiai. Kompiuteris suryja vis daugiau laiko.

11. Jums tenka rašyti straipsnius, komentarus. Ar yra skirtumas ir, jei yra, tai koks skirtumas rašant komentarus laikraštyje, internetinėje erdvėje, skaitant per televiziją?

Pastaruoju metu aš rašau du variantus. Pirmame parašau viską, kas man atrodo svarbu, suredaguojau. Po to pasižiūriu, kad tam tikras kiekis informacijos į popierių netilps. Tuomet darau antrą variantą: kai kur nuredaguojant, kai kur perrašant mintį. Vadinasi, jau skirtumas yra. Antra, dar reiktų žiūrėti į patį autorių. Vieni yra internetiniai autoriai, kiti - ne. Bandyčiau apibrėžti, kad internetinis autorius yra tas, kuris turi labiau provokatyvią rašymo manierą, t.y. trumpesni sakiniai, užaštrinta problema ir iš pat pradžių, intriga ir užerzinimas. Kitaip sakant, kuo dinamiškesnis tekstas, tuo internete yra geriau. Bet tas ir laikraščiu nekenkia. Tik tiek, kad laikraštyje tu gali labiau dėstyti. Nors kita vertus, internete galiu išdėstyti viską, kas man atrodo. O čia, t.y. laikraštyje, turi sutilpti į tam tikrą duotą skiltį. Niekas neduos daugiau parašyt. O radijuje reikia į minutes įtilpti. Bet vėl, jeigu pats skaitai ir esi greitas, tai tu gali ilgesnį tekstą perskaityti, o jeigu lėtai skaitai, tai perskaitysi trumpesnį. Televizijoje yra visiškai kita specifika. Tave įdės gal 20 ar 30 sekundžių. Taigi tu turi orientuotis, kad kažką tokio išmest, kad suklustų. O pokalbių laidose yra taip: jeigu tu neapgalvosi poros ar trejeto sakinių, tai pirmiausia tave nureks, perklaus, nutildys ir net, jeigu tau duos šnekėt penkias minutes, tai žmogus nueis į virtuvę galbūt sumuštinį pasidaryt ir t.t. Tu turi tarsi susprogdinti mažas granatas arba minas ir tas sakinyt turi būti trumpas, kad kitą dieną žmogus galėtų tai pacituoti. Daugelis žiūri pokalbių laidas, o kitą dieną jas su kaimynu, darbe aptaria. Ir kaip tu aptarsi, jeigu negali pacituot. Labiausiai įsimenami tie, kurie pagamina sakinius tam, kad žmogui lengva būtų atsimint. Kitaip sakant, tai turi būti metaforiška, nedaug žodžių, lengvai įsiminama. Žodžiu, labai vaizdinga kalba. Taip pat internete yra labai sunku objektyviam komentatoriui. Pvz. iš pradžių rašai – iš vienos pusės, o kitoje dalyje – iš kitos pusės. Ir čia yra taip. Jeigu skaitytojas perskaitė „iš vienos pusės“ ir jis mąsto kitaip, tai jis iškart pradeda rašyt, kad

yra kitaip, nors tu pats tą patį esi išdėstęs toliau. Bet bendras bruožas visur – reikia galvoti apie tai, ar tu turi ką pasakyti. O jeigu turi ką pasakyti, tai kaip, kokia forma tu tai pasakysi.

12. Koku tikslu buvo sukurtas internetinis portalas „lrytas.lt“? Ar nemanote, kad taip galite atitraukti vis didesnę skaitytojų dėmesį nuo vadinamojo tradicinio laikraščio?

Jis turėjo būti sukurtas gerokai anksčiau. O nebuvo sukurtas tik todėl, kad būtent ir vyko valdyboj laikraščio nuolatinė dvikova tarp modernių ir konservatyviųjų nuomonių. Mes pirmieji laikraštį išmetėm į elektroninę erdvę. Tai buvo 1997 m. liepos mėnuo. Portalas „delfi.lt“ atsirado 1999 m. Aš sakau taip, kad „Lietuvos rytas“ sukūrė „delfi.lt“. Jeigu mes tuo metu būtume neuždarę priėjimo prie „lrytas.lt“, t.y. mes įvedėm mokamą ir tai buvo klaida, tai „delfi.lt“ šiandien nebūtų arba jis būtų toks menkas kaip „balsas.lt“. Ir ta klaida buvo ištaisyta tik 2006 metais, kai jau matėsi pasaulyje, kaip reklama pradeda ateiti į portalus. Ir aišku, kad sukūrus portalą, pirmus metus man ir mano visai komandai sunkiausias uždavinys buvo kaip nors susiderinti su laikraščiu, kad tik jie neriaumotų, nepyktų, nesinervintų. Kai kurie net slėpė tam tikrą informaciją nuo mūsų. Žmonės pradėjo galvoti, ko tu nenuslėpsi iki ryto arba kam slėpti iki ryto, jeigu mes galim įdėti į laikraštį, o portale paleist maždaug nuo 22.45 val. Po to nėra nei televizijos žinių, nei radijo. Taigi niekas nebeįdės, o tu jau įdedi. Kas penktas mūsų skaitytojas yra užsienyje. Tuo metu generuojam srautą. Žodžiu, dabar jau pradėjo veikti vidinė konvergencija, nors iš pradžių buvo labai sudėtinga <...>.

13. Ar portale „lrytas.lt“ galime rasti visus straipsnius, publikuojamus dienraštyje „Lietuvos rytas“?

Visus, išskyrus „Gyvenimo būdą“, iš kurio dedami 3-4 straipsniai, iš „Vartų“ taip pat ne visus, t.y. iš priedų parenkami tik keletas straipsnių. Dienraštis dedamas visas ir su juo yra taip: dienraščio informacija yra laikoma nuo 5 val. ryto iki kito ryto 5 val. Žodžiu, 24 valandas. O po to jokioj sistemoj buvusių straipsnių nerasi. Portale esantis archyvas archyvuoja tik „lrytas.lt“ straipsnius. Tačiau tai, kas yra paimta kaip naujiena iš dienraščio „Lietuvos rytas“ ir išgryninta portalo „lrytas.lt“, tą irgi galima rasti archyvuose.

14. Portalas „lrytas.lt“ turi video naujienų skyrelį, foto skyrelį – žodžiu įvairių multimedijos elementų. Ar artimiausiu metu Jūsų portalas žada dar kuo nors sudominti skaitytojus, kažką naujo parodyti?

Mūsų pastarųjų metų naujienos yra tik su pačiais moderniausiais mobiliaisiais telefonais. Ten galimybės yra praplėstos iki to, kas yra kompiuteryje, tas yra ir telefone. Ne visi Lietuvos portalai tą turi. Žodžiu, tokiu pat lengvai prieinamu principu, t.y. su visom nuotraukom, visais video.

15. Ar „lrytas.lt“ visuomet turi aktualiausias tuo metu naujienos skyrelį, pvz. Lenkijos tragedija, ugnikalnis ir pan.?

Ne, ne visada. Tuomet, kai būna kažkokia labai aktuali tema. Įvesdamas papildomą rubriką, tu skaitytojui tarsi parodai, kas šiuo metu yra einantis dalykas. Tai darom ne tik mes, bet ir „delfi.lt“. Dar kas yra gerai dėl tokių rubrikų įkėlimų, pvz. D.Kedžio istorija turėtų eiti rubrikoje „Lietuvos diena“, arba „Kriminalai“, o tos rubrikos ir taip yra užkimštos informacija ir tu gali pasimest. Dabar tu įgyji papildomą lauką, kuriame gali eksponuoti papildomas medžiagas. Kitaip sakant, redaktorius įgyja papildomų galimybių pateikti skaitytojui tai, kas yra labai svarbu. Bus pasaulio futbolo čempionatas, tai atsiras rubrika „Pasaulio futbolo čempionatas“ ir pan. Žodžiu, tas įvykis, kuris prikausto pasaulio arba bent jau Lietuvos dėmesį, turi galimybę tapti atskira laikina rubrika. <...>.

16. Žvelgiant „lrytas.lt“ tematiką, ar ji yra gausesnė nei dienraščio „Lietuvos rytas“? O gal tokia pati, tiesiog labiau išskaidyta, susmulkinta?

Čia, galima sakyti, yra visiškai kitos. Laikraštyje yra ne „Verslas“, o „Ekonomika“ arba „Vartai“. „Lietuvos diena“ yra „Aktualijos“. Rubrika „Sportas“ yra ir ten, ir ten, bet portale yra atskira rubrika „Krepšinis“. Arba rubrikos „Laiškai redaktoriui“ laikraštyje iš viso nėra.

3 priedas. Interviu su M. Garbačiauskaite

1. Trumpas prisistatymas.

Esu Monika Garbačiauskaitė, „Delfi“ vyr. redaktorė. „Delfi“ dirbu nuo pirmos dienos, t.y. truputėlį daugiau nei dešimt metų. Kai „Delfi“ įsikūrė, jis buvo žymiai mažesnis. Be to, išleisdavo ir mažiau informacijos, neturėjo tiek daug paslaugų, kiek dabar. Ir per visus tuos metus augo, plėtėsi ir iš vieno žmogaus išaugo iki 70.

2. Kokia jūsų nuomonė apie tradicinę žiniasklaidą bei jos ateitį?

Aš manau, kad jau nebegalima daryti takoskyros tarp tradicinės, t.y. popierinės, televizijos, ir internetinės, nes internetinė jau irgi tampa visiškai ganėtinai tradicine. Apie perspektyvas... Čia dabar iš tiesų nemažos diskusijos verda ir pasaulyje, ir Lietuvoje apie tai, kas gi bus iš tiesų, ar išliks ta spauda ir žurnalai. Taigi manau, kad tai, kas vyksta ypatingai su spauda pastaraisiais metais visame pasaulyje, netgi ne tik Lietuvoje, tai jiems tai yra labai svarbūs lūžio metai. Sprendžiasi tam tikri jų išlikimo klausimai. Ir manau, kad jiems išlikti yra iš tikrųjų labai sudėtinga ir sunku. Jiems tenka persiorientuoti nuo įvykinės informacijos prie analitinės informacijos ir kažkaip bandyti išgyventi. Vis dėlto aš netikiu tuo, kad spauda iš tikrųjų išnyks. Ypatingai žurnalai, aš manau, kad liks, bet jiems reikia galvoti ir apie kitas platformas: kaip savo veiklą koordinuoti taip, kad jie būtų pasiekiami skaitytojams per kuo daugiau platformų, t.y. nebijoti ir to paties interneto ar kažkokių kitų priemonių.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos, žiniasklaidos perspektyvos?

Ji yra šiek tiek kitokia. Ji yra kitokia negu buvo ne skaitmeninės eros žiniasklaida bei žurnalistika. Ji yra greitesnė. Ji yra tarsi, iš vienos pusės skaitytojui duodanti greičiau ir daugiau, o iš kitos pusės duodanti mažiau todėl, kad visame pasaulyje ir Lietuvoje dėl įvairių priežasčių, pirmiausia dėl to, kad akcininkai taupo ir galvoja, kaip čia uždirbti daugiau iš tų savo žiniasklaidos priemonių. Taigi mažiau skiriama pinigų tiriamajai žurnalistikai, kuri suryja daug laiko. Bet koks kokybiškas produktas reikalauja laiko ir resursų. O mūsų greitėjančiame pasaulyje to laiko vis mažėja ir mažėja. Ir visi viską vartoja vis greičiau ir paviršutiniškiau. Ir apskritai žiniasklaidai yra ganėtinai sunku todėl, kad ji konkuruoja ne tik tarpusavyje, tarkim įvairios jos rūšys, bet konkuruoja ir su kitomis pramogų rūšimis, t.y. bet kuo, kas valgo žmogaus laiką, atitraukia jo dėmesį. Skaitytojas tikrai dabar turi iš daug ko pasirinkti. Ir niekada nebuvo Lietuvoje tiek daug portalų, tiek daug nuotraukų. Arba nueini į kokią renginį, tai iš tiesų atrodo, kad mes gyvename kažkokiam Niujorke, Milane ar Londone, nes sueina tiek

daug fotografų. Tačiau manyčiau, kad tų pačių žinių kokybė kartais nukenčia dėl to tempo. Na, aišku, dar reikia pridurti tokį momentą, kad svarbi tendencija, kuri pasaulyje prasidėjo žymiai anksčiau, ateina ir į Lietuvą, tai yra tai, kad profesionali žurnalistika pradeda egzistuoti pramaišiu su pilietine žurnalistika. Tai yra su žmonių atsiųstom nuotraukom, parašytom naujienom, atsiųstais vaizdo failais ir pan. Įdomu, kiek vietos užims auditorijos žinios palyginus su profesionaliom žiniom?! Vis tikrai, aš manau, kad profesionali žurnalistika yra svarbesnė ir ji tikrai turės daugiau dėmesio sufokusavimo į save nei auditorijos žinios.

4. Kokius būtų galima išskirti skaitmeninės žiniasklaidos privalumus ir trūkumus?

Ji turi labai daug privalumų palyginus su senąja žiniasklaida. Tai yra tai, kad ji gali talpinti savyje ir tekstą, ir garsą, ir vaizdą. Ji taip pat yra interaktyvi. Yra galimybės kaupti archyvus, dėti nuorodas, skaitytojams reaguoti. Taip pat komentarai. Trūkumai? Geras klausimas. Ką gi, ji prieinama per tam tikrą prieigą. Šiuo atveju yra konkrečiai internetas. Tai reiškia, kad internetas turi būti pasiekiamas. Tarkim, Lietuvoje visiškai dar nėra padengta šalies teritorija. Į mažesnius miestelius, regionus internetas dar tik ateina.

5. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Aš manau, kad dabar tai visai auditorijai. Kuo auditorija jaunesnė, tuo ji bus labiau linkusi vartoti skaitmeninę žiniasklaidą, nes ji augusi bus su visiškai kitais įpročiais: kompiuteriais, internetu, visai kitais įgūdžiais. Bet kas, pvz. tie emigrantai, kurie dabar išvažiavo į užsienį, tai jų vienintelis iš tikrųjų ir žinių šaltinis apie Lietuvą, ir pagrindinė komunikacijos priemonė (visokiais Skype) su namie likusiais tėvais, giminaičiais ir draugais. Jie netgi savo tėvus (vyresnio amžiaus) išmoko naudotis internetu.

6. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiama kuriant informacijos, naujienų portalus?

Manau, kad tai priklauso nuo portalo, koks tai projektas ir ko jis siekia. Vienas dalykas, pvz. kai kūrėsi portalas „delfi.lt“, kai rinka buvo beveik tuščia, ir kitas dalykas, kai ateina dabartiniai portalai, kur jau pakankamai prisotinta rinka. Dabar ganėtinai sunku įeiti. Bet kalbant apie tolesnę eigą, tai portalams yra ganėtinai paprasta pamatuoti savo auditoriją, t.y. ją suskaičiuoti, pasižiūrėti, ką jie konkrečiai skaito, kas jai patinka, kas nepatinka. Tai yra didelis pranašumas prieš visą likusią žiniasklaidą. Spauda, radijas daro tyrimus dienoraščio metodu. TV daro TV metrus, kurie, kaip žinome, nėra tobuli ir kartas nuo karto nuskamba įtartinos istorijos dėl jų. Internete realiu laiku matai tą statistiką, pvz.

iškeli tekstą ir matai, ar jį skaito ar ne, bei žinai, kaip elgtis, gali pakeisti antraštę ar kažką, arba labai gerai skaito ir pagal tai gali orientuotis.

7. Koks, jūsų manymu, informacijos portalo pranašumas yra pats svarbiausias?

Sunku išskirti. Manau, vis tiek svarbiausia, kad jis gali kalbėti kažkokiai auditorijai. Galimybė atnaujinti informaciją realiu laiku. Be abejo, ir interaktyvumas labai svarbu. Be komentarų, be žmonių reakcijos portalas bus pusiau gyvas.

8. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Akivaizdu, kad technologijos tampa prieinamos vis daugiau žmonių ir informaciją žmonės pasiekia vis per daugiau kanalų. Ir tais pačiais telefonais. Dabar plinta, pvz. smartphone arba vadinami išmanieji telefonai. Tai pat Apple neseniai išleido gudrųjį kompiuterį. Yra įrankis knygoms skaityti. Na, yra įvairios platformos. Manau, kad tai, ką išvysime po penkerių ar dešimties metų, mus pačius nustebins. Tai ką, mes matėm fantastiniuose filmuose (įvairi informacija kabanti ore, be jokių ekranų ir pan.), manau, kad greitai taps realybe.

9. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji jums priimtina?

Aš skaitau žurnalus. Vis dėlto kažkokius ilgesnius analitinius tekstus yra vis tiek patogiau skaityti popieriuje, o ne ekrane. Bet žinoma, kad internetas duoda neribotas galimybes. Ten yra neišsenkantys informacijos klodai. Tik klausimas, kiek gali tam skirti laiko.

10. Apsilankymas naujienų portale „Delfi“ yra daugelio žmonių kasdienis ritualas, įprotis. Kaip manote, kas lemia tokį pasirinkimą?

Mes atsidūrėme ganėtinai seniai šioje rinkoje, užėmėme tuščią rinką ir pasiūlėme skaitytojui įvairių naujienų, įvairių tekstų, įvairių nuotraukų, t.y. įvairaus turinio, tuo metu, kai nepasiūlė kiti. Aišku, iš vienos pusės susiformavo įprotis, iš kitos pusės mes iš tikrųjų buvome išsikėlę ganėtinai aukštą standarto kartelę. Nors tada ir nebuvo rimtos konkurencijos (ji atsirado maždaug prieš keturis metus), bet mes vis tiek turiniui skyrėme daug dėmesio. Tai ir lėmė tą suvokimą, kad „Delfi“ tapo sinonimu kaip pagrindinių naujienų kanalo internete lietuvių kalba, kur skelbiama kokybiška, patikima informacija. Informacija yra solidi, greitai. Stengiamės ir toliau laikytis tų standartų.

11. Naujienų portale „Delfi“ daug multimedia elementų. Galima pamatyti ir foto skyrelį, ir delfiTV, ir delfi blogą. Kuo dar „Delfi“ mus žada sudominti, nustebinti?

Mes nuolat turime visokių projektų. Jie visą laiką verda. Tik kažkiek jie buvo apstabdyti krizės. Vienas iš projektų yra tai, kad mes ketiname pertvarkyti komentarų sistemą ir įvesti ten daug įvairių papildomų dalykų, kad skaitytojai galėtų ir registruotis, ir matyti, pvz. tik prisiregistravusiųjų autorių komentarus bei matyti kitus komentarus, kuriuos tas pats autorius parašė prie kitų tekstų ir pan. Turime ir kitų planų, pvz. su pilietine žurnalistika. Žodžiu, turime įvairių idėjų ir minčių. Parodysime tai per artimiausius keletą mėnesių.

4 priedas. Interviu su Artūru Raču

1. Trumpas prisistatymas.

Atstovauju naujienų agentūrai „BNS“. Tai didžiausia naujienų agentūra Baltijos valstybėse. Be to, tai pagrindinis informacijos šaltinis didžiajai daliai Lietuvos žiniasklaidos.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žurnalistiką bei jos ateitį?

Žurnalistika turėtų būti tokia pati visur: ir tradicinėje, vadinamoje popierinėje, ir televizijoje, ir radijuje. Visi pranašauja mirtį tradicinės, t.y. popierinės. Tačiau, manau, kad per artimiausią dvidešimt metų ji tikrai neturėtų mirti, nes daugeliui žmonių tai yra įprotis, ypač vyresniajai kartai. Pvz. aš visuomet renkuosi laikraštį arba žurnalą, jeigu turiu galimybę pasirinkti tarp interneto ir laikraščio arba žurnalo. Aš visuomet pasirinksiu popierinį variantą, nepaisant to, kad tai yra brangesnis, bet tai tiesiog yra įpročio dalykas. O kaip tradicinę vertinant, pvz. radiją ir televiziją, aš manau, kad internetas galbūt atkovoja dalį, bet, kad visiškai pakeistų, kol kas aš nematau galimybių. Gal tolimoje ateityje, kurios aš turbūt nesulauksiu. Tie pastaruoju metu girdimi perspėjimai, kad tradicinės žiniasklaidos dienos yra visiškai suskaičiuotos yra perdėti ir galbūt yra daugiau noro nei realybės. Pagaliau vien užtenka pasižiūrėti į interneto vartojimą bent jau Lietuvoje ir pamatysime, kad dar tik pusė gyventojų nuolat naudojami internetu, iš tų pusės tikriausiai dar pusę nuolat naudojami darbe. Tai visai kita dalis, kuri parėjusi namo interneto nebeturi arba bent jau nesinaudoja taip aktyviai, kaip naudojami darbe. Ir tai vis dėlto leidžia tikėtis, kad tradicinė žiniasklaida išliks ir bus naudojama pakankamai intensyviai dar nemažai laiko.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos perspektyvos?

Dabar dirbant ypač žiniasklaidoje sunku atsispirti ir nenaudoti internetinės žiniasklaidos. Tiesiog gyvenimas priverčia tave ja naudotis. Bet aš manau, kad yra labai daug žmonių Lietuvoje ir ne tik joje, ypač vyresnės kartos žmonių, kurių niekada nebeįpratinsi, pvz. internete skaityti laikraščius arba naujienas. Jie yra įpratę ir tas įprotis tikriausiai yra svarbesnis negu kiti iš gyvenimo tempo. Kita vertus, santykis tarp tų naudojančių vadinamosios skaitmeninės eros žiniasklaidą ir tradicinę keisis be abejonės pirmųjų naudai. Kai žiūri į savo sūnus, tai jie iš tiesų jau pirmenybę teikia būtent internetui. Visa informacija, visi įrankiai, pvz. google reader ir kiti įrankiai – jie iš tiesų jiems labiau priimtini negu popierinis variantas, t.y. laikraštis ar žurnalas. Visą laiką jie stengsis rūpimą informaciją pirmiausia rasti internete ir tik po to eis į tradicinę žiniasklaidą. Be abejonės, žmonėms, kurie jau užaugo arba

netgi vos ne nuo gimimo matė ir užaugo, tai, kas yra mums netradicinė, jiems yra tradicinė. Ir žiūrint į perspektyvas, ateitis skaitmeninės žiniasklaidos yra gera. Gerbėjų ji turės daugiau. Ar ji visiškai išstums tradicinę? Gal kada nors, bet vėl sakau, kad tai bus dar negreit. Kiekis be abejonės keisis. Taip kad perspektyvos yra didžiulės. Jeigu pasižiūrėsime, tarkim dešimt metų atgal, Lietuvoje tuo metu buvo gal du interneto naujienų portalai ir tų lankytojų tuo metu galėjo būti koks šimtas tūkstančių, kai dabar yra tikriausiai milijonas su viršum. Tai tas santykis keisis. Bet tas irgi priklausys nuo bendros situacijos, nuo interneto plėtros, ypačingai į kaimo regionus, į visos infrastruktūros galimybes, kaip sparčiai ateis į namus.

4. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?

Tai prieinamumas pirmiausia. Vis dėlto šiandien Lietuvoje jis yra ne visą apimantis. Na, televizijos, aišku, nėra ką lyginti, kuri iš tikrųjų yra prieinama visiems be išimties. Taigi, trūkumas būtų prieinamumas. O privalumas tikriausiai yra greitis. Greitis, turiu galvoj, kad tau nereikia laukti rytojais, kol galėsi paskaityt laikraštį arba žurnalą. Pagaliau netgi nereikia laukti vakaro, kol per televiziją ateis žinių metas, tu gali viską gauti čia ir dabar. Ir galbūt dar vienas privalumas yra didesnis interaktyvumas, kai tu gali reaguoti. Jeigu žiniasklaidos priemonė yra iš savo pusės pakankamai interaktyvi, ji taip pat gali reaguoti į skaitytojų pageidavimus ir klausimus bei atsakyti ir komentuoti, ko vis dėlto nei televizija, nei spausdintinė žiniasklaida nesuteikia. Radijas suteikia turbūt daugiau tiesioginio pokalbio galimybę.

5. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Tas turbūt susiję su įgūdžiais ir iš dalies su socialine padėtimi. Tai su įgūdžiais pirmiausiai, aišku, skaitmeninė žiniasklaida orientuojasi labiau į jaunesnį skaitytoją arba klausytoją, nes žmonės apie 50-60 metų, jeigu imtume bendrą vartotojų grupę, sudarytų max apie 20 proc. besinaudojančių internetu. Tai yra vienas dalykas. O socialinis faktorius irgi lemia gebėjimą būti internete. Aišku, galima skaityti žiniasklaidą, netgi žiūrėti internetinę televiziją nuėjus į viešąją biblioteką. Tačiau tam, kad tu būtum nuolatinis vartotojas, tu turi turėti internetą namuose. O tai vis dėlto reikalauja šiek tiek daugiau investicijų negu radijas, televizija ar netgi koks regioninis laikraštis.

6. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Aš neskirstyčiau ir tikriausiai neišeitų suskirstyti pagal vertę. Turim daug gerų ir blogų pavyzdžių tiek vienoj, tiek kitoj pusėj. Gali būti pakankamai kokybiškas turinio prasme interneto naujienų portalas, pvz. „alfa.lt“ arba „bernardinai.lt“, savo kategorijoje, savo skaitytojų grupėje. Yra iš tikrųjų

pakankamai objektyvūs visom prasmėm: ir turinio prasme, ir etikos prasme. Lygiai taip pat galime turėt turinio prasme visiškai menkaverčių laidų ir nacionalinėje televizijoje, ir nacionaliniam dienrašty. Ir taip pat objektyvumo bei turinio požiūriu. Aš nemanau, kad žiniasklaidos forma lemia turinį. Vis dėlto turinį lemia kiti dalykai. Ne tai, ar tai yra laikraštis, žurnalas, televizija ar internetas, bet tai, kokia yra redakcinė politika, kokie žurnalistai, kokiom vertybėm vadovaujasi. Tie dalykai pagrinde lemia.

7. Koks, jūsų manymu, tinklaraščio (informacijos portalo) pranašumas yra pats svarbiausias?

Interaktyvumas. Jeigu tinkamai naudojamosi ir redakcija į tai rimtai žiūri, tai yra kaip papildomas krūvis. Kartais redakcija tą negatyvų srautą praleidžia pro pirštus. Ir tuo pačiu gal net turinį gadina, bet daugeliu atvejų diskutuoja žmonės, nes išmano apie tą dalyką ir tu tuo metu gali gauti ne tik atsaką, bet tu gali gauti ir labai vertingų žinių.

8. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Aš vis dėlto įsivaizduoju, kad reikėtų tikėtis, tarkim, jei mes turime mobilųjį internetą, tai nuo mobilaus interneto, man atrodo, yra tik vienas žingsnis iki mobilios televizijos. Ir tas turbūt gali turėti kažkokį efektą ir tai tradicinei televizijai. Taip, kaip turėjo internetas popierinei žiniasklaidai, t.y. popieriniai laikraščiai arba žurnalai. Tai vienas iš tokių dalykų, kuris gali būti iššūkiu ir pakankamai greitai laiku. Ir galbūt kažkokia samplaika tarp elektroninės knygos, kuri jau netgi į Lietuvą atkeliauja ir Lietuvoje pamažu jau atsiranda entuziastų. Tai gali būti per keletą metų su dabartiniu greičiu. Ta kombinacija e-knygos ir e-laikraščio gali būti dar vienu nauju iššūkiu popierinei žiniasklaidai. Vėlgi, ar Lietuvoj tas įvyks greitai, truputėlį abejočiau, nes vėl turbūt yra nepakankama ekonominė gerovė, kad masiškai visi pereitų į šitą, ir plius vis dėlto yra nepakankama infrastruktūra tam. Ta tendencija tikriausiai bus, bet Lietuvoje visa tai bus po truputėlį lėčiau ir vėliau nei visame pasaulyje.

9. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Aš galvočiau, kad mes į žiniasklaidą turėtume žiūrėti kaip į reiškinį arba kaip į gyvenimo sritį. Ir pirmiausia turėtume žiūrėti turinį, tam tikra prasme į sąsają su vartotoju, kiek ji aktyvi, kokia ji yra. O visa kita yra forma. Kai mes kalbame apie skaitmeninę žiniasklaidą, apie televiziją, laikraščius, žurnalus, tai yra forma. Kartais ta forma gali padėti lengviau pasiekti skaitytoją. Kartais ta forma galbūt yra priimtinesnė, patogesnė, bet vis dėlto, ar internetas, ar radijas, ar televizija, tai yra tik priemonė perteikti turiniui. Pirmiausia yra turinys. Mano supratimu, tas turinys yra visa ko pradžia. O jau formą

kiekvienas pasirenka pagal savo būseną. Pvz. jei deginiesi prie ežero, tau vis dėlto yra patogiau skaityti atsigulus laikraštį nei atsinešti televizorių ir bandyti jį ten įsijungti. Tas pats su kompiuteriu: saulė spigina, nieko nesimato, yra nepatogu. Taigi kiekvienas renkasi pagal galimybes. Kai tu esi nuolatos prie interneto, kai visą laiką tu laisvai gali prisijungti prie bet ko, tai tau galbūt yra patogesnė skaitmeninė forma. Bet net naudojant skaitmeninę formą, pirmiausia tu ieškai turinio. Tu ne tik būtinai renkiesi internetą tam, kad internetas yra gerai, bet galvoji, kad tau yra daugiau galimybių surasti tinkamą turinį. Galima būtų teigti, jeigu išnyks turinys, tai išnyks apskritai visa žiniasklaida. Jeigu turinys išliks, tai žiniasklaida išliks įvairių formų.

10. Jūs buvote išrinktas Login 2009 metų interneto žmogumi, taip pat jūsų tinklaraštis buvo įvertintas kaip geriausias naujas tinklaraštis. Ar jums tai svarbus įvertinimas?

Be abejonės. Visi įvertinimai yra svarbūs.

11. Iškovotas titulas „metų interneto žmogus“. Ar tai reiškia, kad internetas jūsų gyvenime atlieka labai svarbų vaidmenį?

Jeigu žiūrėti darbo prasme, tai aš visą laiką kabu *online*. Čia būtent labiau susiję su darbu. Tarkim mūsų pagrindinė informacijos teikimo priemonė jau pagal darbo pobūdį yra informacijos teikimas internetu. Bet aš nesakyčiau, kad esu interneto maniakas. Kai dirbu, dirbu. Bet iš tikrųjų aš su malonumu pasiimu laikraštį, žurnalą ar knygą ir man iš tikro yra maloniau skaityt vis dar popierių, o ne internetą. Taip jau atsitiko, kad internetas gavosi pagal darbo pobūdį. Aš netgi savęs nelaikau tikru interneto žmogumi ir tas interneto žmogus tikriausiai turėtų būti žmogus, kuris yra pritaikęs internetą kažkam tokio, ko nebuvo Lietuvoje. Tai galvoju, kad čia gal labiau buvo to tinklaraščio įvertinimas, kuris galbūt buvo šiek tiek kitoks negu visi iki tol Lietuvoje buvę. Tokio nuolatinio rašymo politinėmis, ekonominėmis temomis ir diskusijų, t.y. to interaktyvumo, Lietuvoje iki tol nelabai buvo. Aš manau, kad tai būtent daugiau to naujumo įvertinimas buvo negu manęs pripažinimas kaip interneto žmogaus. Aš nesu iš tiesų tiek gerai įvaldęs technologijas, kad galėčiau vadinti save skaitmeninės eros žurnalistu. Jeigu būtų greičiau, tai aš vis dar maloniai rašyčiau ranka, o ne klaviatūra.

12. Jums teko susidurti, dirbti įvairiose informavimo priemonėse. Tiek laikraštyje, tiek radijuje, tiek naujienų portaluose, taip pat turite savo tinklaraštį. Kuri iš išbandytų informavimo priemonė jums priimtinausia?

Man iš tiesų labiausiai patinka skaitmeninė forma dėl savo interaktyvumo, ko nelabai suteikia kita žiniasklaida.

13. Jums tenka rašyti komentarus. Ar yra skirtumas ir, jei yra, tai koks skirtumas rašant komentarus laikraštyje, internetinėje erdvėje, skaitant radijuje?

Ir turinio, ir formos prasme skirtumas yra. Tiek radijuje, tiek televizijoje lemia ne tik turinys, bet ir forma. Visi žinome, kad gali būti labai geras, įdomus komentaras, bet jeigu balsas tave erzins (bus per garsus, per tylus ar greitakalbė), tai tas trukdys suvokti turinį. Lygiai taip pat televizijoje. Televizijoje apskritai sako, kad pirmą įspūdį žiūrovas susidaro per septynias sekundes. Pasižiūrėjęs jis iškart nusprendžia, ar jam patinka, ar ne. Jis sprendžia ne vien iš to, ką žmogus pasako, bet ir iš to, kaip žmogus atrodo (ar jam patinka personažas, balso tembras, povyza, kaip jis stovi ir pan.). Tai iš tikrųjų reikšmės turi. Kalbant apie save, man pastaruoju metu labai patiko rašyti tinklaraštyje, nes ten tu iškart gauni reakciją, kas yra pakankamai svarbu. Tu gali pasiginčyti, tu gali padiskutuoti. Aišku, tas turi ir neigiamų savybių, ką pergyvena visa interneto erdvė Lietuvoje. Tai yra labai daug norinčių ne tik padiskutuoti, bet ir pasikeikti, pasiūsti ką nors kur nors. Taigi kartu prisiimi atsakomybę. Na, kartais tenka kai kuriuos komentarus trinti, perspėti žmones. Bet vis dėlto tas interaktyvumas ir supratimas, kad tai, ką tu rašai kažkam patinka, kažką verčia pagalvoti, kažkam suteikia minčių, tau duoda labai aiškų įvertinimą. Televizijoje ir radijuje to atgalinio ryšio, jei tai nėra tiesioginė laida, negaunama. Rašant į spaudą, dienraštį būdavo, kad gauni kelis laiškus, bet palyginus su komentarų skaičiumi nepasitenkinimo ir pritarimo kiekiu, kurį gauni internete, yra didelis skirtumas. Šia prasme internetas yra daug geresnis.

Pabaigai. Visuomenėje suvokimo, įtakos prasme tradicinė žiniasklaida iki šiol vertinama kaip solidesnė. Ir bendras visuomenės suvokimas, kad jeigu tai yra laikraštyje ar televizijoje, tai yra solidžiau ir labiau tikėtina nei internete. Nors iš tiesų taip ir nėra. Vėl svarbiausia yra turinys. Bet tai turi būti bendroj visuomenės sąmonėj, imant visą visuomenę, o ne tik jaunesnę dalį. Aš manau, dar ir tai lemia, kad mes vis dar bandom laikytis laikraščių. Netgi pasižiūrėjus reklamos kainas, tas irgi atspindi. Kodėl reklama laikraštyje, nekalbant apie televiziją, tiek daug brangesnė negu internete?! Nepaisant to, kad tas pats „delfi.lt“, aš manau, auditoriją turi tokią pačią kaip ir LTV, o gal net didesnę. Taigi visuomenei dar reikia persilaužimo, kad internetas gautų tokią galią, kurios jis dar neturi Lietuvoje. Ir vėl tai tikriausiai ateis su kartu pasikeitimu ir didesne interneto plėtra.

5 priedas. Interviu su Egle Čepavičiene

1. Trumpas prisistatymas

Esu žurnalo „Tavo vaikas“ vyr. redaktorė.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žurnalistiką bei jos ateitį?

Kokybiška tradicinė žurnalistika kaip ir klasikinė muzika – tad mano nuomonė apie ją yra gera. Gaila, kad tokios mažėja. Jei kalbame apie spausdintą žodį ir internetą, vaizdelis kiek liūdnesnis, nes virtualioji žurnalistika visgi greičiausiai tradicinę nustums į kamputį. Tačiau visada bus tokių, kurie jaus sentimentus tradicijoms ir tas tradicijas puoselės. O gyvenimo ratas, kaip žinia, sukasi, tad labai tikėtina, kad ilginiui prisiragavę virtualios žiniasklaidos grįšime prie „popierinės“.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos perspektyvos?

Plačios, žaibiškos, be konkurencijos.

4. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?

Privalumai: žinia tave pasiekia žaibo greičiu, kad ir kur būtum. Gali reaguoti ir prisitaikyti labai greitai. Tačiau privalumas yra ir didžiausias trūkumas: greitis, skubėjimas, nesigilinimas. Skaitmeninė žiniasklaida skatina greitą vartojimą, nepalieka vietos malonumui. Kitiems malonumams taip pat, nes žadindama naujų žinių alkį, ji suryja beveik visą laiką. Beje, dar vienas privalumas – galimybė komentuoti ir skaityti komentarus čia ir dabar. Komentarai – nauja, įdomi, labai įvairialypė ir visapusiška žinios sklaida.

5. Kokie pagrindiniai skirtumai tarp tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos?

Greitis, ritualas, malonumas.

6. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Mano kartos ir jaunesniems. Pastariesiems ypač.

7. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Tradicinės. Skaitmeninė turi kitą savo vertę – komentarų galimybę. Dažniausiai tiesa slypi juose.

8. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiama kuriant tinklaraščius (informacinius portalus)?

Labiausiai į poreikį žinoti greitai, čia ir dabar, poreikį įdėti mažiau pastangų, kad gautum atsakymą/žinia/sprendimą.

9. Koks, jūsų manymu, tinklaraščio (informacijos portalo) pranašumas yra pats svarbiausias?

Galimybė vienu metu rasti įvairiapusės informacijos, lengvai prieinami archyvai ir nuomonių laisvė.

10. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Beveik be abejonių – elektroninės knygos ir laikraščiai.

11. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Patenkinamai. Nes ji neišvengiama, tačiau yra mano nemėgiama.

12. Ar kurdami elektroninę žurnalo versiją nebijote prarasti savo klientų, perkančių popierinę versiją? Kas pastūmėjo žurnalą „Tavo vaikas“ publikuoti Internete?

Elektroninė žurnalo versija nėra itin aktyvi, jos funkcija labiau savireklaminė, papildoma galimybė suburti mamas, mylinčias internetą. Galimybė būti rastam ir virtualioje erdvėje. Kiekvieną mėnesį publikuojamos tik 2 naujos temos (jų žurnale yra dešimteriopai daugiau) turbūt yra labiau paskata susidomėjusiems pirkti popierinį variantą.

13. Kodėl Jūsų žurnalo klientai turėtų rinktis popierinį, mokamą žurnalo variantą, o ne lengvai prieinamą bei nemokamą elektroninę versiją?

Popierinis variantas turi išliekamąją vertę (juolab, kad daug konkursų, kuriuose publikuojamos skaitytojų vaikų nuotraukos – o tai yra mėgstama „dovana“ – kai vaikas užaugs), yra pilnesnis informacijos prasme, be to, žindančioms mamoms kompiuteris sveikatos negerina.

14. Ar elektroninėje žurnalo versijoje yra pateikiama tokia pat informacija kaip ir popierinėje?

Tokia pat – taip, bet ne tiek pat.

6 priedas. Interviu su Arūnu Brazausku

1. Trumpas prisistatymas.

Arūnas Brazauskas. Internetinio portalo „balsas.lt“ vyr. redaktorius bei savaitraščio „Balsas.lt savaitė“ vyr. redaktorius.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žurnalistiką, žiniasklaidą bei jos ateitį?

Tradicinė žiniasklaida išnykt neišnyks, bet jos reikšmė sumažės. Galima remtis tik kai kuriais istoriniais analogais, pvz. atsiradus telefonui, sumenkėjo kitų ryšio priemonių (telegrafo ir kt.) reikšmė. Telegramų buvo mažiau. Atsiradus internetui, elektroniniams laiškam, sumažėjo rašytinių, popierinių laišku reikšmė. Ir tikriausiai statistika parodys, kad popierinių laišku nelabai kas ir rašo. Pasveikinimai bei kiti daugiau oficialūs dalykai vis dar siunčiami laiškais. Tikriausiai panašiai bus ir su popierine žiniasklaida. Ji turės tam tikrą nišą. Yra tam tikros situacijos, kada daug maloniau skaityti popierinį daiktą.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos, žiniasklaidos perspektyvos?

Atitinkamai mažėjant popierinės žiniasklaidos reikšmei, didėja elektroninės žiniasklaidos reikšmė.

4. Ką manote apie elektroninės žurnalistikos, žiniasklaidos kokybę?

Kokybė yra kokybė. Žmogus ieško kokybės ir, kol jis jos ieško, tai tol tą kokybę kažkas padaro. Gal čia Lietuvoje yra truputėlį prasčiau su žiniasklaidos kokybe, nes tiriamoji žurnalistika yra brangiai kainuojantis dalykas. Ir manau, kad tikrai didelėse rinkose, kuriose buvo didelius tiražus turintys laikraščiai ar žurnalai, ta tiriamoji žurnalistika galėjo būti tokia, kokia ji turėtų būti. Man atrodo, kad Lietuvoje viskas daugiau mėgėjiška. Šiaip tai nemanau, kad elektroninė žiniasklaida kažkaip teigiamai arba neigiamai veiktų kokybę. Ji galbūt keičia skaitymo būdą, įpročius.

5. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?

Pranašumas yra mobilumas. Praktiškai viskas, ko reikia, telpa į mobilųjį telefoną. Mobilus telefonas dabar jau yra ir interneto naršymo priemonė. Galbūt jis nėra labai patogus dėl savo matmenų, bet tų tokių patogių prieigų, visokiausių elektroninių skaitytuvų arba naršyklių, kur ekranas malonesnis akiai, manau, galima prikurti pakankamai techniškai tobulų. Ir tai reiškia, kad tai yra pagrindinis privalumas, kad kiekvienam taške tu gali būti *įsitinklinęs*. Aišku, tai yra ir trūkumas, nes daugelis žmonių galbūt

norėtų kažkiek atitrūkti nuo šito. Svarbu ne tik *įsitinkinti*, bet kartais būti ir izoliuotam. Bet čia kiekvieno asmeninis reikalas, didžiojo nykščio teisė. Spaudydamas mygtukus, gali įjungti *offline* ar *power off* ir viskas.

6. Kokie pagrindiniai (esminiai) skirtumai tarp tradicinės ir skaitmeninės žiniasklaidos?

Tai yra daugiausia laikmenos skirtumas. Elektroninės žiniasklaidos privalumas yra tai, kad ten gali dėti bet kokio ilgio tekstus ir čia nesi priklausomas nuo eilučių skaičiaus ir pan. Kaip sako patarlė, popierius viską kenčia, bet popieriuje apimtis yra ribota.

7. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Visiems, kas turi prieigą. Tai šiuo metu tam tikra prasme yra elitinis dalykas, nes yra kategorija žmonių, kurie nemoka ir, matyt, nebeišmoks naudotis tom priegom, tom ryšio priemonėm, bet po kokio dešimtmečio ar dviejų, visi turės, galės ir matys. Tada negalėsime išskirti kažkokios ypatingos žmonių kategorijos. Bet žmonės skirsis pagal tai, ką jie vartoja, skaito, žiūri, klauso.

8. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiama kuriant informacinius portalus?

Į pačius bendriausius. Jokia paslaptis, jog publika domisi karštais, pikantiškais dalykais ir tos temos dominuoja. Jeigu padarytume tokią statistiką, kodėl visi Lietuvos vartotojai paspaudžia mygtuką, tai spaudžia daugiausia dėl juokingų ir nereikšmingų dalykų, t.y. erotika, kriminalai, skandalai, įžymybių gyvenimas. Bet tuos pačius poreikius tenkina ir popierinė žiniasklaida. Yra tam tikri spaudos organai, kurie tuo ir užsiima.

9. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Tai nepriklauso nuo formos. Viskas priklauso nuo turinio. Ir ten, ir ten gali būti niekalo, ir ten, ir ten gali būti labai vertingų dalykų.

10. Koks, jūsų manymu, informacijos portalo pranašumas yra pats svarbiausias?

Manau, kad techninis pranašumas. Tam žmogui, kuris turi kompiuterį arba kitokią prieigą, kitokio ryšio priemonę, tai yra vartai į pasaulį, į bet kur. Įėjęs į internetą, ten gali nukeliauti ir rasti informaciją, kokios tau reikia dabar. Tai yra nepaprastai didelės ryšio ir prieigos galimybės.

11. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Galbūt mes turėsime miniatiūrines ryšio priemones, panašias į akinius, kur galėsime ir matyti, ir klausyti, ir girdėti, ir prieiti, bet pats žmogaus kūnas tą patogumą riboja. Pvz. degtuko galvutės dydžio mobilusis telefonas reikalingas nykštukams, o ne žmonėms. Aš manau, kad bus tam tikra greičio revoliucija, atminties, saugumo, nes dabar daug kalbama apie žalingą spinduliavimą, kokybę, vaizdo kokybę ir t.t. Pvz. internetas, matyt, eis ta kryptim, kad tu nelauksi penkias minutes, kol pasikrauna tinklalapis. Naršyklės bus greitesnės, galingesnės, galbūt ir protingesnės.

12. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Jeigu reikia tam tikros informacijos net ir ne darbo metu, mieliau ieškau internete. Aišku, yra knygos. Ką turi, tą turi. Kartais nusiperku dar, bet šiaip jos man nėra patogios. Pats kaip daiktas knyga nėra patogus. Jis patogus gal tam tikrom sąlygom, pvz. poilsiaujant arba, kai nori ramiai paskaityt, susikurt tam tikrą atmosferą. Jei mėgstama knyga būtų elektroniniame variante, tai rinkčiausi jį. Kol kas neturiu skaitytuvo, bet galbūt ateis tas laikas, kai aš naudosisiuosi juo.

13. Jums tenka susidurti tiek su internetine žiniasklaida, tiek su tradicine. Jūsų nuomone, ar yra skirtumas rašant tradicinei žiniasklaidos priemonei ir rašant virtualioje erdvėje?

Manau, kad skirtumas yra. Internetiniame tekste galima pridėti nuorodų, nuotraukų, kiek nori, kur nori ir kaip nori (ne visai, kiek nori, bet...). Gali dėti vaizdo intarpus ir visa kita. Iliustravimo galimybės yra kitokios, jos yra didesnės. Tai suteikia savo specifikos.

14. Kam „balsas.lt“ skiria daugiausiai dėmesio?

Operatyvumui, patrauklumui ir t.t.

7 priedas. Interviu su Džiugu Paršoni

1. Trumpas prisistatymas.

Esu Džiugas Paršonis. Atstovauju tam tikra prasme ir tradicinei žiniasklaidos priemonei, nes Vilniaus universitete redaguoju mokamąjį laikraštį, portalą „Universiteto žurnalistas“, bet jis skirtas mokamiesiems tikslams, studentams. Taip pat rašau tinklaraštį „nezinau.lt“. Rašau jau keturis metus. Tai toks, galima sakyti, mano laisvalaikio užsiėmimas. Tinklaraštis – tai vieta diskusijoms.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žiniasklaidą bei jos ateitį?

Žiniasklaida apskritai negali išnykti. Žmonės be žinių, be informacijos yra daržovė, o ne žmogus. Jis gi negali priimti jokių sprendimų. Jis negali pažinti pasaulio. Kitas dalykas, kai mes kalbame apie priemones. Tai tos priemonės patiria transformacijas ir patirs dar daugiau. Vienas dalykas, kad popieriaus, kaip informacijos nešėjo, funkcijos labai menksta. Galbūt tam tikroje auditorijoje jos visiškai išnyksta. Labai sunku patikėti, kad dabartinė auganti karta, taip pat ta, kuri gimsta, kuri dabar pradeda savo gyvenimą, ta, kuri jau 100 procentų bus skaitmeninė nuo pat pirmų raidžių pažinimo. Galbūt rades jau išmoks kažkokio aparato ekrane, o ne ant popieriaus. Labai sunku tikėtis, kad tai bus laikraščio skaitytojai. Be jokios abejonės, ne. Nors kaip vinilo plokštelės kažkoks dalykas visuomet bus, taip ir spauda bus. Juo labiau, kad tam tikrose šalyse, tokiose kaip Lietuva, dalis žmonių, t.y. netgi daugiau nei pusė, neturi interneto. Taigi realiai poreikis išliks ir bus. Tas pats pasakytina ir su kitom žiniasklaidos priemonėm, pvz. televizijos migracija į internetą. Manau, anksčiau ar vėliau neišvengiama. Netgi kai kuriose šalyse kyla klausimas, ar nevertėtų žengti, peršokti viena pakopa toliau, t.y. ne rengti transliacijom įprastinėm skaitmeninės technikos, nes tai yra labai brangu, o tiesiog imti ir geriau investuoti į interneto infrastruktūrą ir transliuoti iš karto skaitmeninę televiziją interneto tinklais. Bet, manau, kad Lietuvoje šioje vietoje mes padarysim dar brangią klaidą ir transliuosim vėl dėl tos pačios priežasties. Būtent dėl tos pusės žmonių, daugiau kaip pusės žmonių, kurie neturi interneto. Ir jiems bus labai sudėtinga paaiškinti. Jiems lengviau paaiškinti, bet ir tai jie nepatenkinti, kad reikia naują televizorių ar priedėlį įsigyti. Ir dar sunkiau jiems bus paaiškinti, kad dabar viskas yra per internetą. Čia brangus žingsnis, bet galbūt neišvengiamas ir galbūt tos klaidos nepavadinsim klaida. Ir su viskuo taip. Labai keičiasi priemonės ir pats dalyvavimas. Kadangi internete skaitmeninėje žiniasklaidoje absoliučiai visi tampame jos dalyviais. Dabar mes galime kalbėti tik apie tai, kas kiek yra talentingas, kiek kas turi patirties, įgūdžių, žinių, gal pasiruošimo, bet žiniasklaidos organizacijų

reikšmė kuo toliau, tuo labiau mažės. Tokios kaip redakcijos, spaustuvės, leidyklos – visi šitie dalykai buvo labai svarbūs, kai reikėjo organizuoti gamybą fiziniu pavidalu, tačiau bet kas gali tapti virtualiu leidėju per penkiolika minučių. Tam kontaktų reikia, galbūt net „Facebook“ užtenka (*šypteli*). Šitų dalykų virtualizavimas smarkiai pakeis. Dabar mes kalbam apie vienokią žiniasklaidos grupę. Ir jų įtaka yra milžiniška, pvz. „Respublikos“, „Lietuvos ryto“, „Dienos“ grupė. Tai įtakingos, didelės bendrovės, bet šia prasme jos realiai tampa virtualios, o virtualios lygiai taip pat gali susikurti kitos arba išnykti išvis. Bet kas gali sukurti grupę internete ir ji gali puikiausiai konkuruoti. Joje gali būti ir profesionalų, ir ne profesionalų. Pvz. Amerikoje organizacijos visiškai anksčiau nebuvusios, t.y. naujos naujienų agentūros, naujos įvairiausios žiniasklaidos organizacijos grupės, atsirado, kurios iš esmės keičia visą tą.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos, žiniasklaidos perspektyvos?

Be jokios abejonės ji tobulės. Aš manau, kad dabar iš viso yra pirmi žingsneliai, kai žmogus stojasi ant kojų ir dar griuvinėja, dar labai šleivai eina ir neturi įgūdžių. Visa tai labai matosi iš to, kaip evoliucionuoja netgi dabar pirmieji žmonių tekstai ir, kaip jie šokiruoja *medijoje* ir turinio tyrinėtojus. Pvz. kai žmonės pirmą kartą gavo viešą žodžio teisę, kurios jie niekada neturėjo, kuri visada buvo kontroliuojama arba valdžios, arba žiniasklaidos koncernų, bendrovių, kai žmonės pradėjo rašyti, tai tikrai patys didžiausi naivuoliai galbūt tikėjosi, kad tai bus be galo vertingas turinys. Tame sraute yra daug to vertingo turinio, bet srautas yra milžiniškas ir didžioji jo dalis yra niekalas. Nesvarbu, į kurią pusę mes pažiūrėsime, ar į komentarus po straipsniais, t.y. taip pat žmonių balsas, ar į jų pačių sukurtus, labiau organizuotus kūrinius tokius kaip tinklaraščiai, forumai, svetainės arba kažkokie panašūs dalykai apie vieną arba kitą dalyką. Didžioji dauguma yra tiesiog įrankio bandymas, kai stojiesi ant kojų ir mokaisi eiti, ne iki galo kitą kartą suvoki tikslą ir nemoki, ir kliūni už visko, ir griūni, ir verki, ir keikiesi. Dabar yra visiškas nemokėjimas, nevaldymas, nesupratimas, ko nori: žmonių laisvės ir priėjimai, žmonės gavę galimybę skelbti bet kokią informaciją bet kokią ir skelbia. Aš manau, kad tos problemos, kurias mes dabar matome socialiniuose tinkluose: arba privatumo, arba perteklinės asmeninės informacijos, įskaitant labai jau privačią, skelbimas, t.y. būtent šitų pirmų žingsnių, būtent to nemokėjimo, nesugebėjimo, bet visa tai reikia kaip mažiems vaikams atrasti, reikia paliesti karštą, kad suprastum, kad karšto daugiau negalima liesti. Šito žmogaus asmeninio balso atradimas tikrai nėra lengvas. Ir jis galbūt užtruks ne vieną dešimtmetį. Taip kad ir skaitmeninė žiniasklaida dar savęs neatrado. Netgi profesionalioji vis dar yra sukaustyta formato, šiek tiek nerangi, nesusivokusi, ne taip greit reaguojanti į permainas. Kitaip tariant, juk dauguma žmonių atėję į internetinę žiniasklaidą iš tradicinės arba bent jau atėjo ta prasme paveikti tų pačių idėjų, tų pačių metodų, galų gale tos pačios

teorinės bazės. Vadinasi, tai, ką jie rengia ir tai, ką jie skelbia, pvz. didieji portalai Lietuvoje ir užsienyje, turi vienodą išraišką, vienodą formą. O kai skaitmeninė terpė leidžia begalinę įvairovę, tai atrodo netgi keistai. Tai šitoje vietoje ir permainų bus labai daug, ir jų iniciatoriai nebūtinai bus dabartiniai portalai. Atsiras kiti, kurie konkuruos formomis, arba tiesiog pačių žmonių kūriniai, kurie nebūtinai bus vertingi turinio prasme, bet bus įdomūs arba novatoriški formos prasme. Ir dabar jau atsiranda daug tokių dalykų, pvz. kadangi žiniasklaida realiai nesugeba pateikti žinių skaitytojų patogumo prasme, pvz. aš į portalą ateinu paskaityti naujienų ir randu beveik begalinį, mano supratimu, srautą. Tai aš nežinau, ką dabar daryti. Jį perskaityti visą man pusės, o gal ir visos dienos neužteks. „Redakcija rekomenduoja“ – kai kurie turi tokius skyrelius, pvz. „delfi.lt“. Ten yra penki straipsniai, iš jų pirmas yra apie orus. Man to per mažai, per plika. Kai kurie turi pagal populiarumą, bet ten vien tik pop žvaigždučių muštynės ir visokie skudurėliai. Žodžiu, netenkina manęs ir ne tik manęs. Žmonės ima ir pradeda kurti, pvz. yra toks projektas „visosnaujienos.lt“, kuris bando, kaip ir stebėti vienu metu gyvai vykstančias naujienas Lietuvoje per pastarąją valandą. Iš visų įvairiausių šaltinių: tinklaraščių, portalų, tarsi toks žvilgsnis: perskaitęs tenai keletą antraščių ir keletą straipsnių, tu tiesiog gali pajusti kuo šią minutę Lietuva gyvena. Tai labai įdomus dalykas. Kitas įdomus dalykas, kad tame pačiame portale bandoma fiksuoti ir rinkti svarbiausias naujienas pagal tai, kaip jos kartojasi įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose. Žmogus, kuris yra labai užimtas, o tokie mes esam visi, norintis staigiai sužinoti pačias svarbiausias, pasidėti pliusą, kad šiandien sužinojo pačias svarbiausias žinutes, šito negali padaryti nei viename tradiciniame portale, bet gali padaryti tenai. Tai yra vieno žmogaus, iš tikro studento, netgi ne Lietuvoj gyvenančio, laisvalaikio darbas. Kitaip tariant, čia buvo pavyzdys tų, kad formų naujų atsiras, taip pat naujų būdų, naujų priėjimų ir dar neaišku, kaip ateityje atrodys. Čia tiesiog yra nuolatinis procesas. Kiekvieną dieną kinta žiniasklaida ir žinios internete.

4. Kokie skaitmeninės žiniasklaidos privalumai ir trūkumai?

Kadangi skaitmeninė žiniasklaida kaip ir neturi kūno, tai, kaip eteris, kaip oras, ji gali skliti bet kur. Mes galim pasiekti ją pačiais įvairiausiais būdais. Galim kompiuteriuose. Dabar labai svarbu, kad tai yra pasiekama telefonais. Mes ateity tikriausiai turėsime kažkokį kitą būdą. Tiesiog tos naujienos gali būti šalia. Jų naudojimas gali būti intensyvesnis negu bet kada anksčiau. Pvz. nusipirkau laikraštį, vadinasi, aš jo darbe negaliu skaityti, namie tam tikru metu, tada televizorius su juo konkuruoja. Jeigu žinias per televizorių pražiopsojau, nebepamačiau, reikia laukt kitų. Žodžiu, visokie tokie susiję dalykai. Jeigu norisi klausytis muzikos, vadinasi, automobilyje neišgirdau žinių per radiją. Didžioji stiprybė skaitmeninės žiniasklaidos yra ta, kad ji yra tada, kai jos reikia, ir ten, kur jos reikia. Realiai keliauja, dabar ypatingai, kai mes turim visus įrenginius su mumis. Ir būtent ji yra operatyvi. Visada

šviežia, kad ir kada ją beatsidarytum. Tai yra labai stipru. Ir šitie dalykai pakeitė. Kodėl televizija taip stipriai suka į pramogas, kodėl radijas toksai yra – arba diskusijos, arba muzika, kodėl spauda realiai lieka, grubiai tariant, tik pensininkams?! Dėl to, kad internetas atėmė iš visų kitų tą iniciatyvą būti šalia žmogaus, būti aktualiausiu, būti visur, kur jis yra. Nesitampant televizoriaus, o turint nedidukus, mažyčius įrenginukus, kurie praneša tas naujienas. O didžiausi trūkumai yra, kaip jau sakiau, paveldas žurnalistų, redaktorių galvose. Galbūt tam tikrų techninių sprendimų paveldas iš senosios tradicinės žiniasklaidos. Ir neprisitaikymas prie to, tiksliau labai lėtas, užsienyje bandoma, judama ta linkme ir dėl tos priežasties tas neprisitaikymas, priešiškus vartotojui, pirmiesiems entuziastams, kurie atėjo į internetą, kuriems pats principas buvo svarbu, kad aš esu internautas ir aš skaitysiu žinias internete. Jiems tiko bet kaip: sumesk tas naujienas, kaip nori, sudėk, kaip nori, tegu iliustracijos pašto ženklodidžio, tegu tekstas visuose straipsniuose vienodas, tegu antraštės nykios – man viskas tinka, nes aš esu avangarde. Dabar turinys turi būti pateiktas patogiai, pritaikytas visiems įmanomiems variantams, t.y. personalizuotas, suvokiantis, ko reikia ir kaip reikia, reaguojantis į tai, ką žmogus skaito, kas jį domina ir t.t. Visi skaito, kiek fantastiškų savybių turi skaitmeninis turinys ir, kaip jį galima pritaikyti. Ir kai praktiškai susiduria, kad jis yra identiškas, visur nepritaikomas, sunkiai skaitomas, sunkiai cituojamas, sunkiai išsaugomas – visos tos savybės, kurių geidžia ir kurias pasakoja, jeigu nori parduoti kompiuterį žmogui apie jį nieko nežinančiam. Kai jam pasakoji visus tuos stebuklus, tai to viso, deja, nėra, nes viskas yra ganėtinai primityviai padaryta. Tai čia, manau, yra didieji trūkumai ir jie bus taisomi.

5. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Absoliučiai visai. Du labai geri pavyzdžiai. Vienas yra mano bendradarbio tėtis, kuriam yra virš 70 metų, kitas – mano mama, kuri yra virš 80 metų. Tai tiesiog mitas, kad senyvi žmonės negali naudotis internetu arba skaitmenine informacija, arba jiems tai nepriimtina dėl kažkokios priežasties. Nei vienas iš mano minėtų senjorų nėra kažkoks išskirtinis. Jie labai paprasti žmonės. Tiesiog senyvo amžiaus žmonėms reikia truputį kitokio tempo. Reikia labiau paaiškinti, reikia daugiau pademonstruoti ir svarbiausia išryškinti tas savybes, kurios paperka, pvz. skaitmeninis tekstas gali būti laisvai didinamas, t.y. teksto dydis iki bet kokio dydžio. Paprasčiausiai žmonės netgi pamiršta, ypač tie, kurių akys dar gerai tarnauja, kad galima tiesiog paspausti pelės ratuką, pasukti ir tekstas išdidės. Ir mes šituo nesinaudojam. Bet kai senyvo amžiaus žmogui parodai – va, žiūrėkit: čia yra portalo tekstas, čia aš paspaudžiu, paspauskit ratuką, pasukit ir tekstas išdidėja. Tada net akinių nereikia. Taigi tokie dalykai, kurių jauni žmonės per savo prizmę nemato. Svarbiausia patraukliai pateikti vyresnio amžiaus žmonėms. Kai tie žmonės pamato galimybes, jie pradeda skaityti ir tai jiems tampa priimtina. Pvz. skaitmeninės knygos. Aš tiesiog buvau gavęs pabandymui skaitiklių, įkėliau keletą lietuviškų knygų ir

daviau mamai. Parodžiau, kaip reguliuojasi šrifto dydis, kaip vartosi puslapiai. Ten daug nieko nereikia daryti. Praktiškai ne daug sudėtingiau nei knygos. Ir jai labai patiko. Netgi patiko tai, kad ekranas yra pilkšvesnis už baltą popierių, nes jai šviesoj taip labai gerai skaityti. Puikiausiai perskaitė knygą ir labai liūdėjo, kai teko tą aparatą gražinti. Tikriausiai gimtadieniui reikia galvot apie tokią dovaną (*juokiasi*). Kas labai patogiu, tai labai lengvas aparatas, santykinai kompaktiškas. Ir jeigu reikia poliklinikoje ar kažkur ilgiau laukti, tai išsitrauki ir skaitai. Žodžiu, tai labai patogiu. Ir kaip jau sakiau, nei vienas iš atvejų, kuriuos miniu, nereiškia, kad žmonės turi techninį išsilavinimą ar kažkokie inžinieriai. Nieko panašaus. Kitaip tariant, pateikimo klausimas, priėmimo klausimas, paaiškinimo klausimas, bet nėra amžiaus barjero absoliučiai. O aš jau nekalbu apie vaikus, kurie galbūt jau nuo dviejų metų gali naudotis kompiuteriais.

6. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Žmonės suvokia, kad tradicinės. Labiausiai dėl to, kad jis susiklostė per ilgą laiką. Žmonės suvokia, kad tai, ką jie mato per televiziją, aplinkui gaubia daug kamerų, daug lakstančių, kaip jie įsivaizduoja savo akyse ar matė iš reportažų, visokių režisierių, ir tas dalykas kuria turinį. Panašiai radijo laidose, t.y. įsivaizduoja tuos visus bokštus ir pan. Internetas suvokiamas kaip pigiausia nepriklausomai nuo turinio. Todėl pvz. JAV interneto žiniasklaidos priemonės, kurios nori išsiskirti arba parodyti savo vertę, jos bando tam tikra prasme formatais imituoti, pvz. spaudą: sudeda puslapiais, kažkaip apiformina, pasistengia, kad tipografija būtų gražesnė ir t.t. Žodžiu, sukuria vertingesnės išpūdį. Būtent čia yra pagrindinis dalykas. Interneto žiniasklaida suvokiama kaip gerokai mažesnės vertės negu tradicinė. Ir pvz. jeigu žurnalistai nori už tai gauti pinigų, tai atsiranda konfliktas. Kai kurie žmonės mano, kad tai turi būti nemokama, nes tai yra menka, tradicinės žiniasklaidos kopija. Kas įdomiausia, kad JAV instituto žurnalistikos tyrimų atliktas tyrimas parodė, kad žmonės labai mielai naudojami, nes tai yra nemokama, patogiu, greta ir t.t. Žodžiu, labai gausiai naudojami, gausiau negu tradicinę žiniasklaidą, bet vis tiek mano, kad tai yra menkesnės vertės turinys. Vis dėlto toks manymas išlieka, nes tekstai internete yra trumpesni, bent jau tendencija tokia yra. Tos pačios redakcijos ruošdamos tekstus riboja juos ir lyginant ypatingai su žurnalų kokiais nors tekstais, tai labai retas atvejis, kai internete randi tokio ilgio tekstą. O ilgis tam tikra prasme parodo tarsi darbo indėlį į kokybę ir vertę.

7. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiat kurdamas tinklaraštį?

Kuriant tinklaraštį tam tikra prasme man rūpi žmonių nuomonė. Bet aš tinklaraštį naudoju tarsi dviems dalykams. Kadangi iš pradžių aš jį pradėjau šiaip kaip eksperimentą, nes buvo smalsu. Paskui buvo tarsi noras padaryti, kadangi aš esu dirbęs techninėje, kompiuterinėje sferoje, kažką panašaus į

internetinio tinklaraščio formą. Bet paskui grynai žurnalistinis darbas. Galiausiai išryškėjo pagrindiniai segmentai, diskusijos įvairiosiomis temomis. Ir kad tos temos nebūtų įvairiausios blogąja prasme, ilgainiui išsikristalizavo porą trejetą temų: žiniasklaidos ateities tendencijos, dabarties klausimai, problemos ir tam tikros technologinės arba skaitmeninio turinio teisinės problemos, technologinės problemos. Jos ganėtinai plačios, neriboja manęs. Ir dabar vis rečiau samprotavimus savo rašau, tik kai kurias pastabas, pateikdamas nuorodas skaitytojams ir jie patys pasiskaito tuos straipsnius, o po to tiesiog tęsiam diskusiją komentaruose. Tai toks gaunasi tarsi dvejopas vaidmuo: iš vienos pusės yra tarsi surinkti žmonės, kurie domisi tuo, iš kitos pusės nuolat tęsti diskusijas, svarstyti įvairiausius klausimus. Kartu tai man pačiam yra informacijos sanakaupa vienoje vietoje.

8. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Vienas dalykas, man atrodo, kad bus – tai algoritmai robotai. Robotais aš vadinu ne tuos metalinius žmones, kuriuos matom fantastiniuose filmuose, o programas robotai, kurie atlieka didelį darbą, tame tarpe ir žiniasklaidos tam tikrus darbus. Aišku, profesionaliam žurnalistui pasakius, kad atsiras žiniasklaidos robotai ar jau randasi, atrodo, kaip spjūvis į veidą. Bet iš tikrųjų nereikėtų taip priimti. Yra keletas dalykų, kurie sako, kad robotai gali būti labai naudingi. Aš nežinau, ar labai naudingi, bet jie gali atlikti darbą, pvz. australai ištyrė, kad kai kuriuose Australijos leidiniuose, neaišku kaip su Lietuva ir kitomis šalimis, tam tikrų standartinių žinučių inicijuoti tekstai sudaro iki 70 proc. žiniasklaidoje skelbiamo turinio. Jie netgi skaičiavo ne tik internetinę, bet ir popierinę žiniasklaidą. Kitaip tariant, visokios žinutės, pvz. įmonė tokia išleido naują produktą. Arba dar vienas pavyzdys. Balandžio mėnesį JAV standartiškai visos didelės įmonės skelbia savo finansinius rezultatus. Ir pasipila ganėtinai tokių įprastinių žinučių srautas, pvz. google paskelbė savo finansinius rezultatus ir t.t. Kai kuriuos iš šitų standartinių dalykų gali parašyti robotai. Tai jau beveik vyksta, tik tai kol kas labai smarkiai su žmonių pagalba. Bet yra jau tokių dalykų, kur masiškai tam tikri tekstai ruošiami. Jie nėra tiriamosios žurnalistikos, nėra aukštosios žurnalistikos darbai, bet jie reikalingi kaip informacija, ir tam tikras jų paruošimas, apibendrinimas, sujungimas, pateikimas yra robotų darbas. Tam tikra prasme tai išlaisvina žurnalistus rimtesniam darbui, gilesnei analizei, interviu ar kažkokiems įdomesniems reportažams nei, pvz. įmonė paskelbė, kad bankrutuoja, įmonė pagamino naują televizorių ir pan. Robotų pateiktos žinios būtų tikrinamos su duomenų baze ir, jei matytų labai didelius skirtumus, neatitikimus, kas iškrenta už jo darbo ribų, tai užsidegtų kažkokia raudona lemputė, kad žurnalistas atkreiptų dėmesį, galbūt tai verta rimto straipsnio, pvz. jeigu staiga krito kažkieno pajamos arba staiga kilo labai. Žodžiu, duomenis iš statistikos, įprastinius kriminalinius duomenis, orus ir pan. galėtų

surašyti robotas. Taip pat kiti robotai, kurie padėtų žmonėms pasirinkti skaitomą medžiagą pagal jų interesus.

9. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Man ji labai priimtina, nors aš jaučiu malonumą retkarčiais nusipirkti kokį nors žurnalą. Televizoriaus visai nežiūriu, radijo paklausau retkarčiais. Bet gero, kokybiško žurnalo su giliais dideliais straipsniais nelabai yra, bet ir užsieninę spaudą įtraukiant, tai jau atsiranda. Ir Lietuvoje šiokių tokių bandymų yra. Ir aš tikiuosi, kad jie įvyks kada nors iki galo. Bent jau kol kas man, gal čia kartos dalykas, gal skaitmeninei kartai nebus tokių dalykų, būtis, skaitymas žurnalo, buvimas su popieriniu daiktu rankose yra pusiau filosofinė būseną, savotiškas meditavimas. O darbas prie kompiuterio yra truputėlį kitokia veikla. Todėl man tai yra lygiagrečiai dalykai. Ir kuo daugiau aš naudojuosi skaitmenine žiniasklaida, tuo labiau aš vertinu tas retas akimirkas su žurnalu.

8 priedas. Interviu su Karoliu Vyšniausku

1. Trumpas prisistatymas.

Esu Karolis Vyšniauskas. Redaguoju „Studentų eros“ laikraštį. Mes turim ir interneto portalą, bet tik nuo šiemet mes turim jo redaktore. Seniau mes visi būdavome jo redaktoriai, nes tai buvo antras dalykas po laikraščio. Taigi vienu metu teko redaguoti ir portalą. Taip pat prisidedu prie portalo „ore.lt“ kūrybos, paskui yra toks naujas projektas „laikas24.lt“, dar prie „miestoiq.lt“.

2. Kokia Jūsų nuomonė apie tradicinę žiniasklaidą bei jos ateitį?

Aš manau, kad ji išliks, bet galbūt pamažu nyks dienraščiai. Arba jų skaitomumas mažės, o gal tiražas mažės. Bet tokias greitas naujienas, kurių reikia kasdien žmogui, gaus iš interneto, galbūt gaus iš radijo. Laikraščiai jau dabar yra vėluojantys ir toliau bus vėluojantys. Na, žmogui nereikia vakarykščių naujienų. Praktiškai tai, kas vyksta šiuo metu, jis gauna iš interneto. Tačiau internetas jam ne visą laiką duoda analizę. Taigi tradicinė žiniasklaida, pvz. žurnalai, manau, kaip buvo visą laiką, taip ir liks. Tai yra kaip savotiškas ritualas žmogui. Galbūt kiekvieną savaitę ar kiekvieną mėnesį jis tam tikrą dieną turi nueiti ir nusipirkti tą žurnalą ar sulaukti pašto dėžutėje ir juos gal net kolekcionuoti ir t.t. Na, viso to žmogui reikės ir toliau. Tai yra porcija informacijos vienoj vietoj. Galbūt jis mėgsta žurnalo dizainą, žmones, kurie kuria. Manau, kad pereis į tokią labiau analitinę ir lėčiau pasirodančią, bet ji liks, t.y. tradicinė žiniasklaida. O visa skaitmeninė era, aišku, kad ji didės ir toliau.

3. Kokios skaitmeninės eros žurnalistikos, žiniasklaidos perspektyvos?

Aišku, kad ji tobulės, nes viskas tobulėja. Ji labiau integruosis į žmones, t.y. paprastus gyventojus, kurie atsiranda reikiamu laiku reikiamoje vietoje. Pvz. jeigu tu ėjai gatve pro šalį, pamatei didelę avariją, tu gali ją nufilmuoti savo telefonu, iš karto grįžęs namo, o jeigu turi internetą savo telefone, tu gali tą nuotrauką iš karto nusiųsti, pvz. interneto portalui. Tai automatiškai tos nuotraukos kūrėjas bus tas atsitiktinis žmogus, nes jis buvo reikiamu laiku reikimoj vietoj. Žurnalistas atvyks į ten vėliau ir tą visą reportažą taip pat padarys vėliau. Tad integracija su paprastais žiniasklaidos vartotojais yra neišvengiama. Kita vertus, tai yra gerai, nes žmonės jaučiasi prisidėję. Ir tuomet nėra dviejų stovyklų, t.y. žmonės, kurie rengia informaciją, ir žmonės, kurie vartoja. Susipina tarpusavyje ir tada gaunasi bendras produktas.

4. Kokius skaitmeninės žiniasklaidos, žurnalistikos privalumus ir trūkumus galima išskirti?

Privalumai, žinoma, yra greitis. Tai, kad tu gali iš karto paveikslėlį ar tekstą įdėti į internetą, jeigu turi interneto ryšį. Tau nereikia laukti, kad tave kažkas išspausdins. Internetas yra ta terpė, kur tu, galima sakyti, pats save spausdini. Be to, ta medžiaga yra nemokama. Aš netikiu, kad ateityje skaitmeninė žiniasklaida pasidarys mokama. Galbūt apmokestins kažką, bet esmė liks už dyką. Žinoma, žmonės gali rinktis tarp nemokamos informacijos portale ir mokamo laikraščio. Dauguma rinksis būtent nemokamą dalyką. Taigi čia dar vienas privalumas. Taip pat multimedia, t.y. tu gali duoti ne tik tekstą, bet tu gali duoti *video* medžiagą, *audio* medžiagą. Jeigu žurnalistas turi noro ir laiko, jis gali parengti labai kokybišką reportažą, kuris bus daugiaterpis. Galbūt ateityje žurnalai irgi pasidarys tokie integruoti į save, pvz. tu turi skaitmeninį žurnalą, tu rašai apie muzikantą, paspaudi mygtuką *play* ir tau groja jo dainą. Jau yra bandymų tai padaryti. Tačiau internete tai yra jau plačiai naudojama ir tai yra dar vienas akivaizdus plusas. O dėl minusų yra tai, kad žmonės greitai tą informaciją vartoja ir jos turi labai daug. Visų pirma, jie nemoka su ja susitvarkyti. Jie dažnai švaisto laiką internete, t.y. yra daugybė šaltinių, bet jie, kol randa, ko jiems reikia, kartais gauna daugybę pašalinės informacijos. Ir dėl to jie tiesiog pavargsta. Retas, kuris moka tą savo srautą valdyti, naudojant google reader ar kažką. Yra tos galimybės valdyti informacijos srautą, bet ne visi moka jomis naudotis. Ateityje visa ši situacija gal ir gerės, bet dar reikia to palaukti. Kas dar dėl minusų, tai mažesnis informacijos patikimumas. Yra labai daug anonimiškumo internete ir aš tai matau kaip minusą. Jeigu jau žmogus kažką publikuoja, tai tegu neslepia, kad tai darė būtent jis, ir prisistato vardu bei pavarde. Ir dar vienas iš esminių minusų yra tai, kad vyksta informacijos plagijavimas. Tai, kad tu internete gali vien poros mygtukų paspaudimu informaciją kopijuoti drąsiai iš vieno šaltinio pas save. Tu gali *copy paste* principu gauti daugybę tau reikalingos informacijos ir žiniasklaidos atstovai automatiškai tai deda, gal tyčia, gal netyčia nepasako iš kur tai paėmė, nenurodo šaltinio. Tada gaunasi taip, kad tau reikia kažkokios specifinės temos, tu internete tikrini informaciją ir žiūri, kad šaltinių daug, o informacija ta pati, nes jie tarsi vieni iš kitų visur kopijavo. Ir vėl tas pradinis šaltinis, kuris kūrė, yra nepatenkintas, nes iš jo tarsi pavagiama autorinė nuosavybė, ir galų gale vartotojas nukenčia, nes gauna tą pačią informaciją.

5. Kokiai auditorijai skirta skaitmeninė žiniasklaida?

Šiuo metu jaunesnei, nes internetas jaunesnei auditorijai yra labiau suprantamas, labiau pažįstamas. Be to, jie moka juo naudotis. Bet vėl ta vyresnioji karta, kuriai tai svetimas dalykas, galbūt po dvidešimties metų jų nebebus, ir tiesiog kartos keičiasi. Galiausiai ateis ta karta, kai mes jau būsim pagyvenę ir mums internetas bus visiškai suprantamas. Taip pat ateis nauja karta, pvz. mūsų vaikai, jie irgi su tuo

suaugs. Ir taip pamažu įvyks pora kartų pasikeitimų ir praktiškai pagrindinė masinė informacija bus teikiama internetu. Internetas bus visiems pažįstamas, o ne tik tam tikrai daliai žmonių. Šiuo metu, manau, vartotojai yra jauni žmonės ir nuo maždaug 40-50 metų amžiaus tas vartotojų skaičius mažėja.

6. Kokios žiniasklaidos šaltinis yra vertingesnis – tradicinės ar skaitmeninės?

Yra sunku lyginti, nes tą produktą kuria konkretūs asmenys. Jeigu žurnalistas yra profesionalus ir jis dirba internetiniame portale, tai jis lygiai taip profesionaliai parengs tą informaciją portalui ir ji bus kokybiška. O jeigu tu turi prastą analogą laikraštyje, tai ir tas rezultatas bus prastas. Bet žvelgiant bendrai į tokią tendenciją, tai internete yra mažai gilaus turinio, kadangi ten yra žaidžiama greičiu, norisi aplenkti konkurentą, norisi pateikti kuo daugiau kiekybine prasme, bet mažiau kokybine. Galų gale patys žmonės pamatę internete ilgą tekstą, jie jo atsisako. Tiesiog yra natūrali reakcija, žmonės įpratę greitai *praskrolinti* ir eiti iš tenai. Su spauda yra truputį kitaip. Ten žmonės, jei pasiima laikraštį, tai jį ir paskaito. Šiuo metu, manau, daugiau kokybiško turinio yra spausdintinėje žiniasklaidoje, t.y. žurnaluose, specifinėse knygose. Bet tas interneto atėjimas yra neišvengiamas ir tai yra tik laiko klausimas.

7. Į kokius auditorijos poreikius atsižvelgiama kuriant informacinius portalus?

Poreikis būtų toks, kad žmogus gautų kuo įvairesnės informacijos. Pvz. internete tekstu jau praktiškai neapsiribojama. Nuotraukos jau yra būtinos. Čia galima išvelgti dar vieną minusą, kad nuotraukos yra dažnai vagiamos. Paskui vėl. Jeigu tu sugebi kažką priderinti iš *video* medžiagos. *Youtube* turi milžinišką archyvą ir tu dažnai randi kažką tinkamo. Na, ir žiūri, kad tas vartotojas gauna jau daugiaterpį pranešimą.

8. Kaip manai, koks informacijos portalo pranašumas yra pats svarbiausias?

Sakyčiau, kad kiekis. Kad tai yra neribojama vieta. Galbūt aš šito neįvardinau prie privalumų, bet šiaip tai, kad kiekis yra neribojamas. Jeigu tu turi laikraštį, jis galbūt yra 16 puslapių, tai tu sutalpinsi tai, kas telpa į tuos puslapius. Tu turi daryti informacijos atranką. Internetiniame portale tu gali dėti tiek informacijos, kiek turi. Aišku, tada žmogui galbūt reikia labiau atsirinkti. Bet šiaip, manau, kad kiekybė, tai, kad tu turi didelį archyvą ir gali jį kaupti. Tai yra labai didelis privalumas.

9. Kaip manote, o gal žinote, kokie technologiniai pasiekimai žiniasklaidoje mus pasieks per artimiausią dešimtmetį?

Aš manau, kad greičiausiai ateis elektroninės knygos. Dabar apie tai vis daugiau kalbama. Aš manau, kad tos popierinės pamažu mažės, o ateina elektroninė knyga, kurioje mes galim gauti garsą, vaizdą viename pakete. Aš dar neįsivaizduoju, kaip tai atrodys, nes dar pačiam neteko su tuo susidurti. Bet manau, kad po penkių ar dešimt metų mes nenustebsim pamatę žmogų, kuris skaito elektroninę knygą, o ne tik paprastą popierinę.

10. Kaip vertinate skaitmeninę žiniasklaidą? Ar ji Jums priimtina?

Aš labai džiaugiuosi visais plusais, kuriuos man teikia skaitmeninė žiniasklaida. Nes aš tuomet galiu turēt priėjimą prie daug didesnio informacijos kiekio nei gaučiau neturėdamas jos. Visų pirma, man trūktų pinigų nusipirkti tiek informacijos, t.y. laikraščių, žurnalų, ko man reikėtų. Internetu aš turiu tokį priėjimą, kad praktiškai nesugebu jo aprėpti. Kita vertus, tas truputį žlugdo. Kai tu žinai, kad yra tiek daug visko, o tu turi tiek mažai laiko, tada tu supranti, kad atsirado kažkoks truputį bejėgiškumo jausmas bei tas psichologinis poveikis. Dar pastebiu, kad visi užmiršta fizinius dalykus. Niekam, atrodo, nerūpi, kad visi pamažu kūprinasi, kad visi žmonės natūraliai mažiau juda. Žmonės grįžta namo ir jie kartais nebevaikščioja po kambarį, nes prisėda prie kompiuterio ir prasėdi po penkias valandas. Manau, kad senatvėje visa šita nešiojamų kompiuterių karta turės stuburo išvaržų ar dar kažko. Yra minusas dėl to, kad atsiriboji nuo visuomenės. Kaip yra toks anekdotas: mama sako vaikui: tu praktiškai esi ne su mumis, tu gyveni virtualiame pasaulyje. O jis atsako: ne, mama. Aš praleidžiu 24 valandas prie kompiuterio ir esu 100 proc. sujungtas su visu pasauliu. Taigi tu esi tarsi kitame pasaulyje. Ir jeigu žmogus nesugeba suderinti, ir mato, kad jam natūraliai geriau sekasi bendrauti kokiam nors *Facebook'e* nei su svečiu atėjusiu į jo namus, tai nėra gerai. Ir to link yra einama vis daugiau. Atrodo, kad niekas apie tai nesusimąsto. Tai man truputį baisoka dėl to.

11. Kodėl studentui ar bet kuriam kitam universiteto bendruomenės nariui geriau rinktis popierinį „Studentų eros“ variantą, o ne elektroninę versiją?

Visų pirma, dėl to, kad internetinių portalų yra labai daug. Ir jeigu žmogus turi laisvo laiko, kada jis gali naršyti, imti informaciją, tai mes turim žymiai mažiau šansų, kad tas vartotojas būtent eis į „Studentų eros“ portalą, o neis į kitus portalus. Tuo tarpu dėl laikraščio yra kitaip. Nemokamų popierinių leidinių universitete nėra tiek daug. Taigi mes čia turim geresnę rinką. Kitaip tariant, yra daugybė portalų ir pas mus galbūt neateis, nes turi mažai laiko, ir mes galbūt nepateikiam tokio

produkto, kokį pateikia kiti. Laikraščių šiuo atveju yra mažai. Jeigu mes esam nemokamas laikraštis, tai nemokamų laikraščių yra dar mažiau ir, kurie yra padėti prie universiteto durų, tai tokių apskritai yra gal du ar trys. Taigi, kai esam vienas iš tų trijų, tai turbūt yra daug daugiau šansų, kad pasiims tave ir paskaitys. Taip mes labiau pasiekiam skaitytoją. Be to, čia ir pačiai redakcijai yra įdomu. Nors visi vardija internetinės žiniasklaidos plusus, žmonėms yra didesnis vidinis džiaugsmas pamačius savo straipsnį išspausdintą laikraštyje negu publikuotą portale. Čia irgi tas psichologinis efektas sužaidžia. Nes dar vis dėlto tie seni stereotipai, kad žiniasklaida yra popierinė, vis dar gajūs ir naujoj kartoj. Dar reikia laiko.

12. Ar internetiniame puslapyje galime perskaityti viską, ką randame ir popieriniame variante?

Didžiąją dalį taip, bet tik po tam tikro laiko. Niekada straipsnio nepublikuojam iš pradžių portale prieš tai nebuvę išspausdinę laikraštyje. Aišku, portale yra atskiri žmonės, kurie rengia atskirą portalo medžiagą. Tad tas portalas vis atsinaujina. Tiesiog mes nenorime, kad laikraščio straipsniai pirmiausia pasirodytų portale. Tada, atrodo, kam žmogui skaityti tą laikraštį. Tiesiog laikraščio straipsniai sudedami į portalą tam, kad galbūt ne visi laikraštį turi galimybę gauti. Tai, kad tuos žmones pasiektų. Plius tai yra savotiškas informacijos archyvas.