

Vilniaus universitetas  
Filosofijos fakultetas  
Informacijos visuomenės studijų centras

Inga Banionytė,  
Informacijos visuomenės studijų  
magistro darbas

Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m.

Mokslinė vadovė: lekt. dr. R. Matkevičienė

Vilnius, 2009

Turinys:

<i>Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m. (Santrauka)</i> .....	3
<i>Lithuanian Politicians' Blogs Structure in 2008 (Summary)</i> .....	4
<i>Įvadas</i> .....	5
<b>1. Interneto naudojimas skaitmeninių bendruomenių komunikacijai</b> .....	7
<b>1.1. Interneto naudojimo kaita</b> .....	7
<b>1.2. Skaitmeninės bendruomenės</b> .....	12
<b>1.3. Skaitmeninių bendruomenių komunikacijos formos</b> .....	15
1.3.1. Interneto dienoraščiai .....	16
1.3.2. Interneto dienoraščių istorija .....	19
1.3.3. Interneto dienoraščių bruožai .....	20
<b>2. Politinė komunikacija internete, politikų interneto dienoraščiai</b> .....	24
<b>2.1. Politikų interneto dienoraščių istorija</b> .....	28
<b>2.2. Politikų interneto dienoraščių ypatybės</b> .....	30
<b>3. Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m.</b> .....	36
<b>3.1. Politikų komunikacijos internete ir dienoraščių tyrimai</b> .....	36
<b>3.2. Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūros 2008 m. tyrimas</b> .....	39
<b>3.3. Tyrimo rezultatai</b> .....	41
3.3.1. Pirmojo įrašo data .....	41
3.3.2. Rašymo ir komentavimo intensyvumas 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d.....	42
3.3.3. Dienoraščių struktūriniai elementai .....	45
3.3.4. Dienoraščių interaktyvūs elementai .....	50
<b>Išvados</b> .....	52
<b>Literatūra:</b> .....	54
<b>Priedai</b> .....	57

## **Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m.**

### *Santrauka*

Interneto naudojimo komunikacijai formos pastoviai kinta ir vis atsiranda naujų jo panaudojimo galimybių. Skaitmeninės bendruomenės formuojasi internete naudodamos kelis bendravimo būdus. Interneto dienoraščiai yra vienas iš skaitmeninių bendruomenių komunikacijos būdų. Iš vienos pusės manoma, kad politikų interneto dienoraščiai turi didžiulį interaktyvaus bendravimo potencialą, kita vertus tyrimai rodo, kad tas potencialas realiai nėra išnaudojamas. Daugelyje šalių politikai laikomi atskira, uždara kasta, nesuprantančia eilinio individo problemų, nebendruojančių su visuomene. Ko gero tai įtakoja mažą piliečių dalyvavimą politinėje veikloje. Dėl šios krizės vis dažniau kaltinamas iškraipytas politinės komunikacijos procesas. Interneto dienoraščiai gali būti naudojami politikų komunikacijai su auditorija, naujų žmonių pritraukimui į politinę veiklą. Darbe siekiama išsiaiškinti kaip Lietuvos politikai 2008 m. formavo interneto dienoraščių struktūrą, ar jie siekė išnaudoti interaktyvaus bendravimo dienoraščiuose galimybes, ar siejo savo dienoraščius su kokiomis nors skaitmeninėmis bendruomenėmis.

## **Lithuanian Politicians' Blogs Structure in 2008**

### *Summary*

The forms of Internet usage for communication are constantly changing, more and more opportunities of its appliance emerge. Digital communities are forming in the Internet, using several ways of communication. Blogs are one of the ways for digital communities to communicate. On one hand, blogs of politicians are supposed to have a huge potential of communication, on another hand, the research show, that this potential is not really availed. In many countries politicians are held as a separate, closed caste, not understanding the problems of ordinary individual and not communicating with the society. This is probably the factor that influences low participation of citizens in the political activities. Because of this crisis, more often perverted process of political communication is being blamed. Blogs can be used for the communication between politicians and auditorium and for attraction of new people into political activity. The paper tends to clear out how the politicians in Lithuania, in 2008 formed the structure of blogs, if they were seeking to avail the possibilities of communication in the blogs and if they were linking their blogs with any digital communities.

## **Įvadas**

Internetas yra socialinė technologija, leidžianti integruoti įvairias, netgi tradicinėje visuomenėje atskirtas, grupes. Didėjant interneto skvarbai, plintant kompiuterinėms technologijoms, politikams atsiveria naujos komunikacijos su auditorija galimybės. Politikų komunikacija su auditorija internete domina įvairių sričių tyrėjus. Empirinius tyrimus atliko W. Lusoli, M. Vergeer, L. Hermans ir kiti. Kadangi politikų interneto dienoraščiai yra gan naujas reiškinys, šią temą nagrinėja įvairių sričių autoriai. Didesnė dalis literatūros yra empirinio pobūdžio, tokie autoriai, kaip C. Auty, V. Hevern, M. Francoli, S. Ward, S. Wright, N. Jackson tyrė politikų interneto dienoraščius ir jų naudojimą tokiose šalyse kaip JAV, Didžioji Britanija, Kanada, Olandija ir kt. Politikų interneto dienoraščius teoriniu požiūriu nagrinėjo E. Siapera, S. Coleman ir kiti. Šiam darbui interneto dienoraščiai pasirinkti todėl, kad jie leidžia pasinaudoti naujomis virtualios komunikacijos galimybėmis, kurias sukuria pastoviai tobulėjantys technologiniai sprendimai. Politikų interneto dienoraščiai unikalūs tuo, kad jie keičia politikų bendravimo su auditorija stilių ir būdą, todėl gali koreguoti politinio diskurso pobūdį. Darbe nagrinėjama kaip Lietuvos politikai rašė interneto dienoraščius 2008 m., kokia buvo dienoraščių struktūra.

Šio darbo tyrimo problema – ar išnaudojamos politikų interneto dienoraščių interaktyvaus bendravimo galimybės, kurias lemia specifiniai jų struktūros elementai?

Darbo tikslas – išanalizuoti Lietuvos politikų dienoraščius 2008 m., ištirti jų struktūrą bei ją sudarančius elementus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Analizuojant pirmųjų interneto dienoraščių įrašų datas pateikti Lietuvos politikų interneto dienoraščių kūrimo progresiją.
2. Analizuojant 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d. įrašus ir komentarus įvertinti dienoraščių rašymo ir komentarų pateikimo aktyvumą.
3. Išanalizuoti tekstinius, grafinius ir interaktyvius interneto dienoraščių struktūros elementus.
4. Nagrinėjant interaktyvius elementus įvertinti dienoraščio komunikacijos pobūdį (komunikacija vertikali ar horizontali, vienkryptė ar daugiakryptė, ar prie turinio kūrimo prisideda ne tik autorius, bet ir auditorija, ar skaitytojams pateikiama galimybė susisiekti su autoriumi).

Hipotezės:

1. Artėjant 2008 m. Seimo rinkimams Lietuvos politikai pradėjo aktyviau kurti ir naudoti interneto dienoraščius kaip komunikacijos su auditorija priemonę.
2. Lietuvos politikų interneto dienoraščiuose 2008 m. buvo daug tekstinių, bet trūko interaktyvių struktūros elementų.

Tyrimui atlikti buvo taikomi stebėjimo ir kiekybinės turinio analizės metodai.

Darbo struktūra:

Pirmojoje dalyje apžvelgiamas interneto naudojimo kaip skaitmeninių bendruomenių komunikacijos kanalo kitimas. Internetas kurtas kaip komunikacijos kanalas, bet vis tobulėjančios technologijos praplėtė jo galimybes. Keičiamasi ne tik tekstais ar vaizdais, bet ir garsais, multimedijos žinutėmis. Be to, apsikeitimo žinutėmis procesai vyksta įvairiomis formomis ir įvairias komunikacijos kanalais. Skaitmeninės bendruomenės, kurios formuojasi internete, bendrauja naudodamos diskusijų grupių, socialinių tinklų ar interneto dienoraščių technologijas. Interneto dienoraščiai nagrinėjami kaip skaitmeninių bendruomenių komunikacijos kanalas, aptariama jų istorija ir ypatybės. Dėl tam tikrų interneto dienoraščių ypatybių, kurias lemia unikalūs struktūros elementai, manoma, kad sėkmingai išnaudojant jų unikalumą galima juos nagrinėti kaip naują žiniasklaidos, naują komunikacijos formą.

Kitoje dalyje aptariama politikų komunikacija internete ir politikų interneto dienoraščiai. Iš vienos pusės manoma, kad internetas gali iš esmės pakeisti politinės komunikacijos pobūdį, bet tyrimai rodo, kad politikai nelinkę pilnai išnaudoti interneto dienoraščių ypatybių, išskiriančių juos iš kitų komunikacijos formų.

Paskutinėje dalyje nagrinėjama Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m. Aprašomi seniau kitose šalyse vykdyti tyrimai. Nagrinėjant politikų dienoraščių struktūrą buvo siekiama išsiaiškinti ar Lietuvos politikai interneto dienoraščiuose buvo linkę pateikti savo idėjas ir naudoti dienoraščius kaip vieną iš daugybės komunikacijos su auditorija kanalų ar jų dienoraščių struktūriniai elementai suteikė auditorijai galimybes vartoti pateikiamą turinį, diskutuoti ir gauti papildomos informacijos aptariamais klausimais.

## 1. Interneto naudojimas skaitmeninių bendruomenių komunikacijai

### 1.1. Interneto naudojimo kaita

Interneto pradininkas *Arpanet* buvo kuriamas šaltojo karo metais siekiant turėti alternatyvų komunikacijos kanalą. Jis pradėtas kurti 1969 m. JAV. Pradžioje tai buvo keturių mazgų *Arpanet* tinklas. Šis tinklas naudotas siekiant sujungti su universitetais bendradarbiaujančius asmenis, dirbančius prie gynybos projektų. Toks tinklas buvo kuriamas tam atvejui, jei dėl karo ar kitokių priežasčių nebūtų prieinamos kitos komunikacijos priemonės (Madden, 2000). Internetas pradėtas kurti aplinkoje, kurioje buvo skatinami nauji mąstymo apie komunikaciją būdai. Skaitmeninių technologijų plėtra įtakojo ankstyvąją idėjų, kurios vėliau tapo internetu, vystymą (Shahin, 2006). *Arpanetas* buvo uždaras tinklas, jis apjungė keturis didžiausius JAV universitetus ir Gynybos ministeriją. 1973 m. *Arpanetas* sujungtas su Londono universiteto koledžu ir Karališkąja Norvegijos radarų bendrija – taigi, tapo tarptautiniu. Pradžioje *Arpanet* naudotas duomenų, informacijos perdavimui. 1972 buvo sukurtas elektroninis paštas. Karalienė Elžbieta pirmąjį elektroninį laišką išsiuntė 1976 m. Taip pradėtos tobulinti bendravimo internetu galimybės (Shahin, 2006). Elektroninis paštas pasiūlė naują individų komunikacijos modelį ir pakeitė bendradarbiavimo pobūdį visų pirma kuriant patį internetą, o vėliau ir kitose sferose (Leiner, 2003). Pradžioje naudojant internetą dominavo elektroninių laiškų, failų siuntimas. Norint prieiti prie informacijos, reikėjo žioti duomenų bazių vietas ir priėjimą prie jų (Shahin, 2006). Pamačius bendravimo tinklu ir elektroniniu paštu naudą, įvairūs tinklai pradėti kurti ir naudoti ir kitose sferose, jei tik pavykdavo gauti finansavimą. Tokie tinklai išskyrus *Bitnet*, *Usenet* buvo kuriami uždaru mokslininkų bendruomenių bendravimui. Kadangi tinklai buvo kuriami atskirai, ne visus juos buvo galima suderinti (Leiner, 2003). *Usenet* naujienų grupė, įkurta 1979 m. buvo skirta diskusijoms. Taip buvo pradėtos tobulinti bendravimo internete technologijos. 1981 m. buvo sukurtas *Bitnet*, kuris veikė kaip bendras Niujorko universiteto tinklas, sujungtas su Yale universitetu. Jame buvo FTP, el.pašto ir naujienų konferencijų serveriai (Shahin, 2006). 1985 m. internetas buvo gerai žinomas kaip technologijų palaikoma specialistų bendruomenė ir pradėtas naudoti kitų bendruomenių kasdieninėms kompiuterinėms komunikacijoms. Skirtingos bendruomenės naudojo elektroninį pašta, bet jos naudojo skirtingas sistemas. Ilgainiui atsirado poreikis tas sistemas sujungti. Didžiosios Britanijos *Janet* (1984 m.) ir JAV *NSFNET* (1985 m.) programos pareiškė intenciją tarnauti visai aukštojo mokslo bendruomenei, nepriklausomai nuo disciplinos – t.y. apjungti iki tol buvusius atskirus tinklus (Leiner, 2003). 1986 m. atsirado pirmas

nemokamas viešas tinklas *Freenet*. 1990 m. *Arpanet* buvo sustabdytas, o TCP/IP išstūmė daugelį kitų kompiuterinių tinklų protokolų visame pasaulyje. IP protokolas po truputį tapo globalios informacinių technologijų infrastruktūros pagrindu (Leiner, 2003). 1992 m. įvyko pirmoji garsinė ir vaizdinė transliacija internetu. 1993 m. sukurta navigacijos sistema pasauliniam tinklui *Mosaic*. 1994 m. JAV Baltieji rūmai patalpino savo interneto puslapį. Pradedami kurti pirmieji komerciniai interneto puslapiai, o elektroniniu paštu pradedamos vykdyti pirmosios masinio marketingo kompanijos, nuo kurių atsirado terminas „spam“. Pamačius prisijungimo prie interneto naudą, jo plėtra tapo nebesustabdoma. Privačios kompanijos kartu su mokyklomis ir bibliotekomis pradėjo jungtis prie interneto. Tose srityse, kur vyravo analoginiai, centralizuoti komunikacijos kanalai komunikacijos pobūdis visiškai pakito atsiradus šiai necentralizuotai, skaitmeninei komunikacijos priemonei, kuri leido susijungti skirtingiems tinklams (Shahin, 2006).

*Arpanet* tinklas ir internetas buvo kuriami tam, kad būtų lengviau dalintis resursais. Interneto gyvavimo pradžioje buvo ir kitokių jo taikymo galimybių – balso komunikacijos (internetu telefonijos pirmtakas), įvairūs failų dalinimosi modeliai, ankstyvosios „kirminių“ programos, parodžiusios virusų koncepciją. Internetas buvo sukurtas ne vienam naudojimo būdai, jis buvo kuriamas kaip infrastruktūra, prie kurios būtų galima jungti naujas technologijas (Leiner, 2003). Iš pradžių internetu naudojosi tik specialistai, mokslininkai. Tobulėjant technologijoms ši tendencija kito ir internetas tapo prieinamas ir specialių žinių neturintiems asmenims. Be to, padaugėjo asmeninių kompiuterių, kompiuterių ir tinklo technologijų naudojimas darėsi paprastesnis, daugėjo kompiuterių, prijungtų prie Interneto. 1993 m. tokių kompiuterių buvo 1,8 milijono (Madden, 2000). 1994 m. prie interneto prisijungė ir Lietuva. 1996 m. apie 45 milijonus žmonių naudojosi internetu - Šiaurės Amerikoje apie 30 milijonų, 9 milijonai Europoje ir 6 milijonai Azijoje bei Australijoje. 44% JAV namų ūkių jau turėjo asmeninį kompiuterį, iš kurių 14 milijonų prijungti prie interneto. 1997 m. NASA interneto svetainėje buvo transliuojami vaizdai iš Marso ir joje apsilankė rekordinis skaičius lankytojų – 46 milijonai per dieną. Interneto dienoraščių atsiradimo pradžia galima laikyti 1996-1997 m. kai JAV keli asmenys savo interneto puslapiuose pradėjo skelbti kasdienes naujienas. 2001 m. Europos Taryba suderino ir aprobavo pirmąją kriminalinius išpuolius internete reguliuojančią sutartį. Pastoviai buvo tobulinamos ir bendravimo internete galimybės, 2002 asmeninio interneto dienoraščio turėjimas labai išplito, galima sakyti tapo mada. 2003 m. Šveicarijoje įvyko pirmieji oficialūs rinkimai internetu. 2005 m. pasirodė „Youtube.com“ – videoįrašų svetainė. 2008 m. interneto naudojimo skvarba pasaulyje pasiekė beveik 22%, manoma, kad visame pasaulyje interneto naudotojų skaičius artėja prie pusantro



milijardo. Didžiausia interneto skvarba yra Šiaurės Amerikoje (beveik 74%) (lentelė 1). Lietuvoje interneto naudojimas taip pat pastoviai didėja (lentelė 2).

Interneto naudojimas ir gyventojų skaičius pasaulyje					
Regionai	Gyventojų skaičius	Interneto naudotojų skaičius 2000 12 31	Skvarba 2000	Interneto naudotojų skaičius 2008 06 30	Skvarba 2008
Afrika	955206348	4514400	0,47%	51065630	5,35%
Azija	3776181949	114304000	3,03%	578538257	15,32%
Europa	800401065	105096093	13,13%	384633765	48,06%
Viduriniai rytai	197090443	3284800	1,67%	41939200	21,28%
Šiaurės Amerika	337167248	108096800	32,06%	248241969	73,63%
Lotynų Amerika/Karibai	576091673	18068919	3,14%	139009209	24,13%
Okeanija/Australija	33981562	7620480	22,43%	20204331	59,46%
Pasaulis	6676120288	360985492	5,41%	1463632361	21,92%

Lentelė 1

Šaltinis: internetworldstats.com

Interneto prieigos paslaugos Lietuvoje					
	2004	2005	2006	2007	2008
Bendras interneto prieigos abonentų skaičius, tūkst.,	161,4	512,2	1078,7	1533,6	2045,6
Plačiajuosčio ryšio skvarba (linijų skaičius 100 gyventojų)	2,0	3,8	6,9	10,9	15,1

Lentelė 2

Šaltinis: LR Statistikos departamentas

Iš pradžių internetas buvo kuriamas vadovaujantis mintimi, kad bus sukurti keli nepriklausomi tinklai, pradedant Arpanet tinklu. Atviros struktūros tinklo idėja buvo pasiūlyta 1972 m. ir iš pradžių ji buvo taikyta radijo srityje. Bet buvo bandoma pritaikyti ją ir kitoms sritims. Sukūrus TCP/IP protokolą, kuris tapo ryšių protokolu, atviro tinklo idėja buvo pritaikyta Arpanet

tinklui. Vėliau TCP/IP protokolas buvo išskirtas į du protokolus. Šiandieninis internetas ikūnija atviros struktūros tinklo idėją. Atviros struktūros tinkle, jį sudarantys atskiri tinklai gali būti sukurti atskirai ir kiekvienas gali turėti tik jam būdingą interfeisą, kiekvienas tinklas gali būti sukurtas atsižvelgiant į specifinę to tinklo aplinką ar jo vartotojų poreikius (Leiner, 2003). Saugus pagrindas, prie kurio prisijungia komerciniai vartotojai ir atvira Interneto struktūra paskatino šios tinklo technologijos išorės efektą. Šis išorės efektas paskatino pastovų interneto augimą, lemiantį vis didėjančią jo pritaikymo būdų įvairovę. Tinklo išorės efektas rodo tai, kad tinklo vertė priklauso nuo technologija besinaudojančių individų kiekio. Tinklo išorės efektas gali įtakoti endogeninį tinklo augimą, kai to augimo neįtakoja išorės veiksniai, netgi tokie, kaip tinklo naudojimo kaina ar jo atnešamos pajamos. Interneto vartotojų skaičiaus didėjimas yra teigiamai susijęs su praėjusio periodo vartotojų skaičiumi (Madden, 2000). Dabar internetas naudojamas įvairiausiai tikslais – pramogoms (žaidimams, muzikos klausymui, filmų žiūrėjimui), tarpasmeniniam bendravimui (elektroninio pašto žinučių siuntimui, dalyvavimui pokalbių svetainėse, elektroninėse konferencijose). Internetu galima įsigyti pirkinių, sužinoti naujienas, planuoti atostogas, bendrauti. Bandant apibendrinti internetą reiktų paminėti, kad tai naujomis technologijomis paremtas globalus duomenų perdavimo tinklas, moderni elektroninio pašto sistema, biblioteka, virtualus pasaulis, prekių ir paslaugų pristatymo kanalas ir dar daug kas. Viena svarbiausių unikalų interneto savybių ta, kad jis tampa globaliu komunikacijos kanalu (Adamson, 2002). Be to, tai pigus komunikacijos kanalas. Bet kokių realybėje egzistuojančių grupių ar bendruomenių komunikacija tampa paprastesnė, jei jos nariai naudojami internetu. Be to, internete gali formotis naujos, realiame pasaulyje neegzistuojančios skaitmeninės bendruomenės. Internetu galima pasiekti įvairiausių informaciją - išstis bibliotekas tekstų, vaizdų ir multimedijos (judančių vaizdų ir garsų) šaltinių. Švietimo, edukacijos projektai, bendradarbiavimo prie projektų galimybės, planavimo ir koordinavimo darbai labai palengvėja pradėjus naudoti internetą. Visos interneto galimybės naudojamos ir komerciniams, ir bendruomenių, nekomerciniams projektams. Tai yra atviras informacijos platinimo kanalas (Adamson, 2002). Internetą sudaro įvairių technologijų rinkinys, bet kartu tai ir skaitmeninių bendruomenių rinkinys, jo sėkmę didele dalimi lėmė pagrindinius bendruomenių poreikius tenkinančios savybės. Tos bendruomenės buvo efektyviai išnaudojamos tam, kad padėtų toliau vystyti jo infrastruktūrą. Ši bendruomenių dvasia, pradedant pirmosiomis Arpanet dienomis, kai tyrėjai dirbo kartu, kaip glaudžiai susijusi bendruomenė, dalinosi akademinėmis žiniomis, atvirai skelbė idėjas, tyrimus ir jų rezultatus, išnaudojo interneto galimybes koordinuoti savo pastangas pradedant elektroniniu paštu, pridėdant failų dalinimosi, nuotolinio priėjimo ir galiausiai pasaulinio tinklo pajėgumus. Interneto naudojimo istorijos metu evoliucionavo organizacines struktūras, sukurtas padėti ir lengvinti vis didėjančios bendruomenės kartu dirbančios

prie interneto tobulinimo, komunikaciją (Leiner, 2003). Taigi, internetas šiandien jau pasiekė socialinės technologijos lygi. Internetu naudojamas ne tik įprastiems komunikacijos procesams. Pastoviai tobulėjančios technologijos kas dieną pasiūlo vis naujų virtualaus bendravimo galimybių, kurių analogų realiame pasaulyje nėra. Interneto, kaip ir kitų tinklo technologijų vertė priklauso nuo pastoviai didėjančio jo vartotojų skaičiaus (Madden, 2000). Didėja ir informacijos kiekiai, kuriuos galima pasiekti internetu bei galimybės bendrauti šioje virtualioje terpėje. Interneto evoliucija turėjo rimtų pasekmių tradiciniams telekomunikacijų tinklams, nors ir iškilo iš kitos, ne telekomunikacijų sferos (Shahin, 2006). Tradicinės informacijos skleidimo ir komunikacijos terpės egzistavo atskirai arba pagrečiui, o internetas, kompiuterinė terpė sudarė sąlygas viską pateikti kartu – tekstą susieti su iliustracijomis, judančiais elektroniniais vaizdais ir garsais. Be to, internetas pasižymi unikalia savybe – interaktyvumu. Interaktyvumas užbaigia vienakrypčio informacijos tekėjimo erą. Informacijos srautas tampa daugiakryptis. Naujas interaktyvus tekstas - neišbaigtas ir neapčiuopiamas, o jo autorius nebėra autoritetas. Skaitytojas gali ne tik priimti jam pateikiamą turinį, bet ir jį keisti. Tradiciniai komunikacijos kanalais, pavyzdžiui tradicinės žiniasklaidos perduodama informacija neatsiejama nuo autoriaus – jis diktuoja kaip, kada ir kokie įvykiai pristatomi auditorijai. Interaktyviuose interneto komunikacijos kanaluose, pavyzdžiui interneto dienoraščiuose pateikiama informacija yra be pabaigos, siužetas kuriamas esamuoju laiku skaitytojas gali pasirinkti skaitomo turinio tęsinį ir kurti tą kūrinį kartu su autoriumi.

## ***1.2. Skaitmeninės bendruomenės***

Internetas yra unikali bendravimo terpė, kurioje formuojasi skaitmeninės bendruomenės – naujas informacijos visuomenės reiškinys. Tokių bendruomenių narius jungia juos dominanti tema ir kalba, o kiti, tradicinėse bendruomenėse egzistuojantys aspektai – socialinis sluoksnis, gyvenamoji vieta, internete tiesiog išnyksta. Kadangi skaitmeninės bendruomenės yra ganėtinai naujas reiškinys, nėra vieningo jo pavadinimo. Skirtingi autoriai naudoja skirtingus terminus – tai ir „internetu tinklai“ (angl. - online networks), „bendruomenės tinklas“ (online communities) ir „virtualios bendruomenės“ (virtual communities). Visi šie terminai iš esmės apibrėžia tą patį reiškinį – bendruomenes, kurios formuojasi ne tiesioginio bendravimo būdu, o virtualioje, skaitmeninėje erdvėje. Tokios skaitmeninės bendruomenės komunikacijai naudoja įvairias formas - elektroninius laiškus, interneto dienoraščius, pokalbių svetaines ir pan. Kai kurios virtualaus bendravimo formos unikalios tuo, kad jose išnaudojama interaktyvus bendravimo galimybė – interneto naršytojai ne tik priima jiems pateikiamą turinį, kaip pavyzdžiui tradicinių žiniasklaidos priemonių (televizijos, radijo, spaudos) auditorija, bet ir patys įsitraukia į turinio kūrimą. Bet kuris individas gali susikurti interneto dienoraštį ir reikšti jame savo mintis. O auditorija turi unikalų galimybę į tai reaguoti. Skaitmeninių bendruomenių formavimasis prasidėjo nuo pavienių virtualaus bendravimo formų - interneto dienoraščių, pokalbių svetainių. Ilgainiui atsirado ir įvairias virtualaus bendravimo formas apjungiantys portalai, taip vadinami socialiniai tinklai, kurie interneto vartotojams siūlo iš karto visą galimybių bendrauti paketą. Pvz. portale [www.MySpace.com](http://www.MySpace.com) galima bendrauti įvairiausiomis formomis – elektroniniu paštu, interneto dienoraščiais, pokalbių grupėse, pažinčių skyreliuose, taip pat galima gauti informacijos ir rasti įvairiausios medžiagos pramogai. Taigi, naudojant moderniausias technologines ir programines įrangas galimybės tokiose svetainėse kuriama savotiška realybė, kurioje žmonės susipažįsta, susidraugauja, bendrauja. Įvairios programinės įrangos atsiradimas ir plitimas sudaro vis naujų bendravimo būdų galimybes. Visus virtualaus bendravimo būdus vienija tai, kad jie sudaro palankias sąlygas asmenims bendrauti ir telktis į skaitmenines bendruomenes. Mokslininkai, tyrinėjantys naudojimosi internetu ypatumus, padarė išvadą, kad internetas yra socialinė technologija, priklausanti nuo socialinės ir kultūrinės aplinkos. Internetas suteikia galimybes plėtoti socialines sąveikas, tokias, kaip komunikacija ar socialiniai ryšiai. Skaitmeninės bendruomenės skirtingose kultūrinėse aplinkose gali atlikti skirtingas funkcijas. Nagrinėjant internetą kaip komunikacijos įrankį, galima teigti, kad jis sukuria sąlygas vystyti tam tikriems socialiniams tinklams geriau, nei kiti komunikacijos įrankiai. Žiūrint į internetą, kaip į komunikacijos tarpininką, galima būtų teigti, kad pats internetas perduoda tam tikrą pranešimą apie kultūrą, specifinį požiūrį į įvairius reiškinius ir veiksmus. Šis pranešimas gali būti suprantamas per

individo kultūros filtrą. O kultūra yra dinamiškas santykinis procesas, ji nėra statiška. Bet kokioje sąveikoje, kurioje susikera kelios kultūros, tiek pranešimo siuntėjo, tiek jos gavėjo kultūriniai patyrimai susikerta ir įvyksta savotiškas mainų procesas. Visuomenė neturi perspektyvų vystytis tol, kol jos nariai nepradedą suvokti, kad tai, ką jie žino vienomis aplinkybėmis, gali būti pritaikoma kitomis aplinkybėmis arba toks pritaikymas neįmanomas. Žinojimas pasiekiamas komunikacijos sąveikos metu specifiniame kultūriniame kontekste. Besimokančioje visuomenėje nėra mokytojų, ją sudaro kartu besimokantys mokiniai. Tęstinis mokymosi procesas skaitmeninėse bendruomenėse pasižymi specifiniais bruožais, pavyzdžiui individai išmoksta perimti kitokios kultūros elementus greitai besikeičiančiame įvairių kultūrų kontekste (Graham, 2003). Interneto poveikis individui yra susijęs su daugeliu aspektų, bet taip pat ir su jo kultūrine aplinka. Socialinis ir psichologinis dalyvavimo skaitmeninėse bendruomenėse poveikis priklauso nuo dalyvių poreikių patenkinimo toje bendruomenėje, o poreikių tenkinimas priklauso nuo bendruomenės tipo (Ishii, 2007). Kai kurie mokslininkai išskiria kelias skaitmeninių bendruomenių rūšis – praktikos, aplinkybių ir tikslo bendruomenės. Praktikos bendruomenės susiformavo, kai asmenys, turintys tam tikrų įgūdžių ir žinių pajuto poreikį pasidalinti tuo, ką sugeba ir pasimokyti iš kitų. Kalbant apie skaitmenines bendruomenes, praktikos bendruomenės galėtų iliustruoti programinės įrangos kūrėjų grupės ir panašios, dažnai į bendrą veiklos sritį orientuotos bendruomenės. Aplinkybių bendruomenių narius jungia panašios aplinkybės ar turima panaši gyvenimiška patirtis. Aplinkybių bendruomenių bendravimo temos dažnai susijusios su asmeniniais išgyvenimais. Tikslo bendruomenės narius sieja tam tikras tikslas. Juos jungia tam tikros temos (Cummings, 2002). Mokslininkai, tyrinėjantys skaitmenines bendruomenes, dažnai akcentuoja ir socialinį tokių bendruomenių kapitalą. Kartais gal ir sunku suvokti kaip naudojimas kompiuterinėmis technologijomis laisvalaikio, apsipirkimas internete ar paplepėjimai skaitmeninėje bendruomenėje gali įtakoti socialinio kapitalo kaupimąsi ir kad tas socialinis kapitalas gali būti produktyviai išnaudojamas. Nagrinėjant skaitmenines bendruomenes dažnai išskiriamos dvi socialinio kapitalo rūšys – viena jų apima silpnus ryšius tarp daugybės individų, o kita – stiprius ryšius mažose grupėse. Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad virtualioje erdvėje labiau paplitę silpni ryšiai tarp daugelio individų. O bendravimas, kai plėtojami stiprūs, įvairiapusiški, artimi ryšiai nedidelėje grupėje, atrodo būdingas tik kai dideli atstumai skiria šeimos narius ar draugus. Visgi nagrinėjant internetą kaip komunikacijos kanalą reiktų pripažinti, kad jis sudaro įvairiapusių socialinių ryšių galimybes, kurias individai išnaudoja pagal savo poreikius. Manoma, kad skaitmeninės bendruomenės žymiai įtakos socialinio kapitalo kaupimąsi ir ateityje, kadangi virtualios erdvės plėtra, socialinių, ekonominių ir politinių tinklų formavimasis virtualioje erdvėje sudaro naujo socialinio kapitalo formavimosi ir vystimosi pagrindą (Cummings, 2002).

Iš vienos pusės bendravimas skaitmeninėse bendruomenėse turi daugybę įvairiausių privalumų – panaikinamos geografinės ir kitokios ribos, dalinamasi žiniomis. Iš kitos pusės toks bendravimas turi ir tam tikrų ypatingų savybių. Jis yra viešas, internete išsakytas mintis gali skaityti didelė auditorija – tiek tie individai, kuriems autorius rašė ir apie kuriuos jis žino, tiek ir kiti. Be to, bendravimas internete sukuria nuoširdaus bendravimo iliuziją, bet anonimiškumas leidžia žmonėms apsimesti tokiais, kokie jie iš tiesų nėra. Internete kiekvienas individas pats pasirenka kiek atskleisti savo asmenybę ir pašnekovai negali būti garantuoti dėl tikrųjų jo tikslų. Skaitmeninių bendruomenių nariai gali būti nuoširdūs, bet už slapyvardžių gali slėptis ir pasamdyti žmonės, kuriems mokama už tam tikrų idėjų, propagandos skleidimą. Taigi, dažnai populiariose bendruomenėse už kuriamos realybės gali slypėti ir komerciniai, politiniai ar kitokie interesai. (Ishii, 2007). Tradicinių žiniasklaidos priemonių atvejais daugelyje valstybių veikia įstatymai, reguliuojantys reklaminės informacijos, politinės propagandos skleidimą ir draudžiantys paslėptą reklamą. Internete suvaldyti tokius procesus iš tiesų sudėtinga. Daugelis individų kasdienio gyvenimo aspektų keliasi į virtualią erdvę, o šią tendenciją atidžiai stebi ir įvairių interesų turintys asmenys ir organizacijos. Šalyse, kur interneto vartojimas yra ganėtinai išplitęs, įvairių verslo šakų atstovai stebi vis didėjančias virtualias rinkas ir ieško būdų kaip jas išnaudoti ar netgi patys siekia kurti skaitmenines bendruomenes ir pritraukti į jas kuo daugiau narių (Graham, 2003).

Taigi, skaitmeninėse bendruomenėse susidaro sąlygos formuoti socialiniams santykiams naudojantis internetu. Tokiose bendruomenėse individai užsiima įvairia veikla – plepa, susipažįsta su naujais žmonėmis, keičiasi mintimis, dalinasi žiniomis. Visa tai skatina keisti iki šiol egzistavusius bendravimo ir bendradarbiavimo metodus. Skaitmeninėse bendruomenėse susidaro galimybės susitikti ir bendrauti individams, kurie realiai niekada nesusitiktų – juos gali skirti atstumas, skirtingi socialiniai sluoksniai, skirtingos kultūrinės aplinkos. Vis labiau plintant internetui ir tobulėjant skaitmeninėms technologijoms, skaitmeninės bendruomenės ko gero dar labiau išplis. Gal neužilgo kiekvienas interneto vartotojas priklausys kelioms skaitmeninėms bendruomenėms – pavyzdžiui bendruomenei, kurioje aptariamos naujos vadybos tendencijos, marketingo specialistų diskusijų grupei, buriotojų mėgėjų grupei ir gaus naujienas iš orchidėjų augintojų kampelio. Kaip skaitmeninių bendruomenių plėtra paveiks tradicines bendruomenes galima tik spėlioti, todėl, kad technologijų galimybės yra labai didelės, o kurios technologijos bus pakankamai patogios naudotis ir paplįs sunku prognozuoti. Taigi, technologijų plėtra, interneto paplitimas ir programinės įrangos įvairovė sukuria sąlygas individams bendrauti ir burtis į skaitmenines bendruomenes. Iš esmės nebe taip svarbu kurią virtualaus bendravimo formą pasirenka individai, svarbiausia tai, kad technologijos ir programinė įranga suteikia galimybės pasirinkti bendravimo formą, o turinį, bendravimo procesą kuria patys virtualios komunikacijos dalyviai.

### 1.3. Skaitmeninių bendruomenių komunikacijos formos

Nagrinėjant skaitmeninių bendruomenių virtualaus bendravimo formas, galima išskirti tris formas:

1. diskusijų grupės,
2. interneto dienoraščiai,
3. socialiniai tinklai.

Pirmiausiai iš šių trijų bendravimo kanalų atsirado diskusijų grupės. Jos gali būti trejopos – vykstančios elektroniniu paštu, Usenet tinklu ir internetu. Didžiausios elektroniniu paštu vykstančios diskusijų grupės yra paieškos sistemų diskusijų grupės, tokios, kaip *Yahoo Groups*. Vartotojas turi prisijungti prie sistemos, susirasti jį dominančias diskusijų grupes ir greitai bei patogiai, naudodamasis savo elektroninio pašto programa, prisijungti prie diskusijų (Goldsborough, 2008). *Yahoo Groups* yra daugybė viešų diskusijų įvairiausiomis temomis, bet egzistuoja ir galimybės sukurti uždara diskusijų ratą, kurio narius pasirinktų diskusijos autorius. *Usenet* grupės yra panašios į elektroninio pašto diskusijų grupes, bet jos vyksta internete arba naudojant elektroninio pašto programas (Goldsborough, 2008). *Usenet* sudaro tekstinės diskusijos, išdėstytos chronologine tvarka ir suskirstytos temomis. Asmuo gali pradėti diskusiją parašydamas žinutę ar atsakyti į anksčiau parašytas žinutes. Tokio pobūdžio diskusijas galima apibūdinti kaip daugelio asmenų komunikaciją su daugeliu (Vergeer, 2008). Didelės *Usenet* diskusijų grupės kuriasi prie *Google* sistemos, naudojamos *Google Groups* interneto interfeisą. Galima dalyvauti grupėse internete arba naudojantis daugeliu elektroninio pašto programų. Elektroninio pašto diskusijų grupių bendravimas dažniausiai būna skatinamas ir prižiūrimas taip vadinamų moderatorių, o *Usenet* grupių – ne. Prižiūrimose diskusijose būna mažiau nukrypimų nuo temos ir plūdimosi, kas būdinga neprižiūrimoms diskusijoms. Bet diskusijų moderatoriai gali ir riboti laisvą minčių apsikeitimo procesą, jei atstovauja kokios organizacijos interesams ar politinėms pažiūroms (Goldsborough, 2008). Daug interneto svetainių turi susijusių su jomis diskusijų grupių. Internete aktyvios diskusijų grupės turi keletą privalumų lyginant su elektroniniu paštu vykstančiomis diskusijų grupėmis – visų pirma internete lengviau keistis nuotraukomis ir paveikslėliais, be to, galima taisyti savo įrašus po jų paskelbimo diskusijų grupėje.

Socialiniais tinklais vadinami interneto portalai, kuriuose panašių interesų turinys asmenys gali bendrauti diskutuodami, rašydami žinutes, interneto dienoraščius ir kitomis priemonėmis (Goldsborough, 2008). Socialiniai tinklai pradėti kurti 2003 m., kai pasirodė

*Friendster*, *MySpace* ir kt. Socialiniai tinklai ypač išpopuliarėjo 2005 m. kai išpopuliarėjo *MySpace* interneto portalas. Kiti populiarūs socialinių tinklų portalai yra *Bebo*, pasirodęs 2005 m. ir *Facebook*, sukurtas 2004 m.. Verslo atstovai taip pat kuria socialinius tinklus, kuriuose dalinamasi informacija, žiniomis. Kaip ir kitų socialinių tinklų atveju, juose lengvai ir patogiai dalinamasi įvairiomis – tekstinėmis, grafinėmis ir multimedijos žinutėmis. Naudojimo paprastumas ir įvairių žinučių perdavimo galimybės yra pagrindiniai grupių komunikacijos per atstumą privalumai (Goldsborough, 2008). Socialiniai tinklai išplečia komunikacijos ribas. Kitos, tradicinės technologijos leidžia perduoti garsą ar garsą kartu su vaizdu, o socialinio tinklo technologijos leidžia jų nariams prisistatyti kūrybiškai ir išraiškingai. Techninės galimybės leidžia lengvai pateikti ir gauti vaizdo, garso, multimedijos ar tiesiog teksto žinutes.

Toliau šiame darbe bus plačiau analizuojama kita skaitmeninių bendruomenių komunikacijos forma – interneto dienoraščiai.

### **1.3.1. Interneto dienoraščiai**

Interneto dienoraščiai suteikia autoriui galimybę skelbti savo nuomonę, nurodyti pokalbio temą ir nustatyti interaktyvumo dienoraštyje ribas. Pastaroji interneto dienoraščių savybė gali būti vertinama ir kaip šio komunikacijos kanalo privalumas, ir kaip trūkumas. Interneto dienoraščių komunikacijos pobūdis lyginant su skaitmeninių bendruomenių komunikacijos kanalais šiek tiek skiriasi. Interneto dienoraščių autorius nustato komunikacijos proceso kryptį, o socialinių tinklų ir diskusijų grupių komunikacijos procesas yra laisvesnis, kuriamas visų diskusijos dalyvių bendrai. Egzistuoja interneto portalai, kuriuose interneto dienoraštį pagal nustatytą šabloną galima susikurti per kelias minutes. Pvz. *Blogger* siūlo greitai ir lengvai susikurti interneto dienoraštį, be to, tai savotiška interneto dienoraščių platforma, kurioje dienoraščių autoriai gali bendrauti tarpusavyje, dėti nuorodas į kitus dienoraščius, viename dienoraštyje pradėtą temą plėtoti kituose dienoraščiuose. Kai kurie interneto dienoraščiai sulaukia ypač didelio populiarumo. Pavyzdžiui kareivių, tarnavusių karštuose taškuose, žurnalistų, pateikiančių asmeninę, redaktoriaus nekoreguotą nuomonę, apie įvykius arba politikų, dalyvaujančių rinkimuose interneto dienoraščiai (Goldsborough, 2008).

Interneto dienoraščiai yra unikalūs skaitmeninių bendruomenių komunikacijos kanalas. Jų unikalumą lemia interaktyvumas arba ryšio su auditorija galimybės. Interneto dienoraščio turinį



kuria ne vien jo autorius, bet ir skaitytojai, yra netgi tokių dienoraščių, kurių didesnę turinio dalį sukuria skaitytojai. Taip išnyksta riba tarp autoriaus ir auditorijos, nes skaitytojas gali tapti autoriumi, o autorius skaitytoju. Tokiu būdu interneto dienoraštis evoliucionuoja su kiekvienu nauju įrašu. Interneto dienoraščiuose galima išnaudoti visus šiandien egzistuojančius skaitmeninio bendravimo privalumus. Kadangi interneto dienoraščiai yra gan naujas reiškinys, egzistuoja daugybė jų apibūdinimų. Be to, interneto dienoraščių atsiradimą įtakojo tam tikra programinė įranga, kurią kūrė įvairūs gamintojai. Skirtingos įmonės interneto dienoraščius apibūdina skirtingai:

- *Microsoft* apibūdina interneto dienoraščius kaip dažnai atnaujinamus asmeninius interneto žurnalus, kurie gali labai padėti didelėms ir mažoms įmonėms platinti pranešimus apie jų produktus. Jie padidina individų galimybes dalintis mintimis ir informacija pasauliniu mastu naudojant internetą.
- *Accenture* teigia, kad interneto dienoraščiai yra interaktyvios interneto svetainės, kurios leidžia autoriui skelbti mintis ir informaciją. Interneto svetainės lankytojai gali skaityti ir vertinti pateiktą medžiagą bei pridėti naujo turinio, taip kurdami pokalbį, kuris tęsiasi nepaisant laiko zonų ar žemynų ribų.
- *Technorati* interneto dienoraščius vadina asmeniniais žurnalais internete. Interneto dienoraščiai milijonams žmonių suteikia galimybę lengvai skelbti mintis, o kitiems milijonams tas mintis komentuoti. Interneto dienoraščiai tai lankstūs, dinamiški komunikacijos tarpininkai.
- *Harvardo teisės mokykla* teigia, kad tai tekstų, vaizdų, media objektų ir duomenų visuma, pateikiama chronologine tvarka, kurią galima pamatyti HTML naršyklėje.

Skirtingi autoriai, tyrinėjantys interneto dienoraščius, pateikia taip pat skirtingus interneto dienoraščių apibūdinimus:

- Tai minimaliai arba iš viso neredaguojamas interneto puslapis, pastovai pildomas ir pateikiamas atvirkštine chronologine tvarka, turintis sąsajų su kitais virtualiais šaltiniais (Jackson, 2006).
- Tai interaktyvūs dienoraščiai, kuriuose pastoviai atnaujinama informacija, kuri pateikiama atvirkštine chronologine tvarka (Lawson-Borders, 2005).
- Tai pastoviai atnaujinama interneto svetainė, primenanti dienoraštį, kuriame autorius dėsto savo mintis ir pateikia nuorodas į jam aktualias naujienas/svetaines. (Auty, 2005)

Iš esmės interneto dienoraščius sunku apibūdinti, bet lengva atpažinti. Tai viešai prieinami interneto puslapiai, kuriuose autorius aprašo savo veiksmus ir mintis dienoraščio stiliumi. Įrašų pastovumas ir subjektyvumas yra pagrindiniai interneto dienoraščio požymiai. Jau pats terminas „interneto dienoraštis“ leidžia numanyti, kad tai bus subjektyvios, individo pateikiamos mintys. Iš tiesų, asmeniniuose interneto dienoraščiuose pateikiama dažniausiai subjektyvi informacija, apmastymai ar išgyvenimai. Bet ta subjektyvi informacija, išgyvenimai pateikiama viešai. Bendravimas internete gali formuotis remiantis realiais santykiais, siekiant plėsti socialinius ryšius arba tai gali būti atskira, grynai virtuali bendravimo forma. Interneto dienoraščiai gali papildyti realius socialinius santykius kaip papildomas komunikacijos kanalas, bet gali būti ir grynai virtualios komunikacijos kanalas ir komunikacijos nariai gali nė nesusitikti realiame gyvenime. Bet kokių atveju tarp komunikacijos dalyvių negali būti bendravimo barjerų (jie turi kalbėti ta pačia kalba, naudotis technologijomis bei internetu).

Vis didėjantį interneto dienoraščių populiarumą lemia keletas veiksnių:

- Programinė įranga leidžia lengvai ir nebrangiai kurti interneto dienoraščius.
- Tai puiki terpė dalintis informacija ir žiniomis, priemonė rinkti įvairių asmenų išvalgas, idėjas ir nuomones, o šias galimybes verslas gali išnaudoti kaip produktyvumo didinimo priemonę.
- Jie suteikia puikias galimybes bendradarbiauti ir skatina kūrybiškumą, informacijos mainų procesas vyksta labai greitai.
- Dažnai interneto dienoraščius su kitais dienoraščiais ar svetainėmis sieja nuorodos, kurios leidžia skaitytojams greitai ir lengvai gauti papildomos informacijos.

Labai svarbi interneto dienoraščių ypatybė yra jų naudojimo paprastumas. Šiuolaikinė programinė įranga leidžia susikurti interneto dienoraštį bet kuriam asmeniui, mokačiam naudotis internetu. Visos operacijos, kuriomis pateikiama informacija, lengvai atliekamos internete, taigi, vartotojai gali lengvai ją atnaujinti. Dažnai interneto dienoraštį pastoviai atnaujina tas pats autorius, bet būna ir išimčių. Kadangi pateikiamą informaciją galima komentuoti, atgalinio ryšio galimybės sudaro sąlygas vykti daugiakryptei komunikacijai (Furukawa, 2006). Galima teigti, kad interneto dienoraščiai yra atviros informacijos apsikeitimo vietos. Kadangi individai gali lengvai prieiti prie informacijos ir ja keistis, interneto dienoraščiai turi didelį demokratinį potencialą (Jackson, 2006). Bet informacijos apsikeitimo procesas nebūtinai apsiriboja vienu dienoraščiu. Diskusijos, prasidėjusios viename interneto dienoraštyje, gali būti perkeliamos kitur, į kitą dienoraštį ar svetainę, naudojant nuorodas į papildomus informacijos šaltinius. Interneto dienoraščio autorius

pastoviai atnaujina savo dienoraštį. Jis lankosi ir skaito kitus dienoraščius, rašo komentarus, įdeda nuorodų. Tokie veiksmai sukuria atpažįstamų santykių pagrindą – galima atrasti kurie dienoraščiai su kuriais susiję ir kurie vartotojai susiję tarpusavyje. Susidaro savotiškas komunikacijos tinklas. Dabar interneto dienoraščius galima kurti įvairiose svetainėse ir portaluose internete (Furukawa, 2006).

Kai interneto dienoraščiai yra susiję vieni su kitais, formuojasi glaudžios, bet aktyvios bendruomenės. Interneto bendruomenių visuma vadinama blogosfera (angl. „blogosphere“ nuo „blog“ – interneto dienoraštis) (Furukawa, 2006). Ryšius tarp skirtingų interneto dienoraščių galima nustatyti pagal nuorodas ir komentarus. Interneto dienoraščių bendruomenėse labai dažnai naršoma per nuorodas. Kadangi informacijos kiekiai internete pastoviai didėja, naršytojams darosi vis sunkiau susirasti juos dominančios informacijos. Atradę interneto dienoraštį tam tikra tema, dienoraščio nuorodose ar komentaruose naršytojai dažnai randa papildomos informacijos ta tema. Be to, jei gali pridėti ir savo nuorodų. Diskusija, prasidėjusi viename interneto dienoraštyje lengvai gali persikelti į kitą dienoraštį. Taip susiformuoja interneto dienoraščių tinklas, kurį toliau gali plėsti vis nauji asmenys. Rašant dienoraštį daugelyje svetainių yra galimybė įdėti ir nuorodą į muzikos albumą, kurio dabar klausosi autorius ar į knygą, kurią jis skaito, filmą, kurį jis žiūri ar kompiuterinį žaidimą, kurį žaidžia. Taip interneto dienoraščių nuorodų tinklas dar labiau išsiplečia. Socialinių tinklų portalai tapo savotiškais virtualiomis komunomis. Bet nereiktų pamiršti, kad internete vieni kitus traukia panašiai mąstantys asmenys, todėl interneto dienoraščių tinklai dažnai turi juos jungiančių bruožų. Vienas svarbiausių – jie būna panašios tematikos (Albrecht, 2007). Ši savybė ne visada vertinama teigiamai, kadangi iš vienos pusės daugybė panašios tematikos šaltinių išplečia vienos temos pateikimą, bet iš kitos pusės tarpusavyje susieja tam tikros temos šaltinius, tuo tarpu kitokia tematika ar kitoks požiūris lieka už šio dienoraščių tinklo ribų.

### **1.3.2. Interneto dienoraščių istorija**

Manoma, kad interneto dienoraščiai atsirado 1996 m. ir kelis metus jų populiarumas buvo labai mažas. Pradžioje juose individai dalinosi asmenine informacija. 1999 m. interneto dienoraščiai pradėjo sparčiai populiarėti ir keistis. 2002 m. interneto dienoraščio rašymas tapo savotiška mada. Manoma, kad 2004 lapkritį buvo 4,2 milijono interneto dienoraščių. Bendravimas interneto dienoraščiuose tapo socialiniu fenomenu (Jackson, 2006). Tokį interneto dienoraščių populiarumą įtakėjo kelios priežastys. Visų pirma technologijos. Iki 1999 m. interneto dienoraštį

galėjo sukurti turintieji programavimo žinių, o 1999 m. buvo sukurta nauja, lengva naudoti programinė įranga. Interneto dienoraščio sukūrimas tapo daug lengvesnis, nei interneto svetainės sukūrimas. Bet nors buvo kuriama daug interneto dienoraščių, nedidelė jų dalis buvo pastoviai pildoma. 2003 m. buvo atliktas tyrimas ir nustatyta, kad daugiau nei 60% interneto dienoraščių buvo neaktyvus, neatnaujinami. Interneto dienoraščių vystymą dar paskatino tokie įvykiai kaip rugsėjo 11 ir 2004 m. JAV prezidento rinkimai. Be to, interneto paieškos sistemos, tokios kaip Yahoo ir Google taip pat prisidėjo prie interneto dienoraščių populiarumo.

Jie ypač sparčiai pradėjo populiarėti maždaug 2005 m. ir nuo tada jų populiarumas smarkiai didėjo. Manoma, kad 2005 m. internete galėjo būti daugiau, nei 9,7 milijono dienoraščių. Kadangi interneto dienoraščiai tokie populiarūs, jų temos yra labai įvairios, o autoriai gali atstovauti bet kurią visuomenės grupę. Visgi yra kelios visuomenės dalys, kurioms interneto dienoraščių galimybės ypač aktualios, tai verslas, žiniasklaida ir politikai. Verslo atstovams ypač aktualu naudoti interneto dienoraščius konsultacijoms ir ryšio su vartotojais palaikymui. Verslui, kaip ir politikai, interneto dienoraščiai gali tarnauti kaip virtuali tikslinė auditorija. Dar manoma, kad interneto dienoraščiai gali būti papildomas krizių valdymo įrankis. Žiniasklaida greitai sureagavo į šią grėsmę jos viešpatavimui. Interneto dienoraščiai kai kurių autorių laikomi nauja žurnalistikos forma. Netgi tradicinių žiniasklaidos priemonių redakcijos pradėjo rašyti interneto dienoraščius. Politikai tokiose šalyse kaip JAV ar Didžioji Britanija taip pat įvertino interneto dienoraščių galimybes. Dažnai dienoraščiai naudojami paramos mobilizavimui, resursų paieškai ir kitiems veiksams (Jackson, 2006).

### **1.3.3. Interneto dienoraščių bruožai**

Interneto dienoraščius sudėtinga klasifikuoti, bet ko gero apibendrintai juos galima suskirstyti į penkias kategorijas.

- individualios asmeninės naujienos ir pažiūros – asmeniniai žurnalai, kurios rašo individai norintys pasidalinti savo gyvenimo, šeimyninėmis ar asmeninių pasiekimų naujienomis. Tokie dienoraščiai ypač populiarūs tarp paauglių.
- Naujienos/komentarai/žurnalistika – tokie dienoraščiai praneša naujienas, siūlo interpretacijas ir komentarus, kai kuriais atvejais konfrontuoja su pagrindinėmis žiniasklaidos priemonėmis.

- Reklamos/marketingo/klientų aptarnavimo dienoraščiai, skirti platinti informaciją apie prekes ir paslaugas arba bendrauti su potencialiais klientais.
- Verslo/profesinių klausimų komentarai ir išvalgos – labai įtakingi dienoraščiai, kurios rašo žinomi įvairių profesijų atstovai. Juose dažnai kyla diskusijos, pritraukiančios tos srities specialistų iš įvairių šalių.
- Vidinei įmonės komunikacijai naudojami žinių vadybos dienoraščiai, kuriuose dalinamasi informacija. Jie ypač populiarūs ir patogūs, kai įmonės padaliniai yra skirtingose vietovėse. Bet kokių atveju, didelėse įmonėse tai patrauklus vidinės komunikacijos būdas.

Kadangi interneto dienoraščiai yra palyginti naujas reiškinys, jų tyrinėjimai dar tik prasideda. Interneto dienoraščių ypatybės ir ateities galimybės domina įvairių sričių tyrinėtojus. Kai kurie autoriai teigia, kad nagrinėjant interneto dienoraščius tik kaip naują technologinį sprendimą, būtų neatsižvelgiama į interneto, kaip socialinio fenomeno, problematiką. Jie siūlo vertinant interneto dienoraščių svarbą atsižvelgti į visą komunikacijos procesą – nuo žinutės sukūrimo iki informacijos gavimo. Galima išskirti keturis interneto dienoraščių naudojimo aspektus:

- interneto dienoraščio rašymo aktyvumas (kas rašo ir kokiomis apimtimis);
- interaktyvumas tarp autorių ir skaitytojų (atsakas į dienoraščio įrašus);
- interneto dienoraščio ryšiai su kitais dienoraščiais (nuorodos);
- autoriaus ekspresijos autentiškumas (subjektyvus stilius, asmeninė nuomonė).

Interneto dienoraščių skaitytojai, atsiversdami naują interneto dienoraštį turi tam tikrų lūkesčių – kad jis bus atnaujinamas pastoviai, jei ne kiekvieną dieną, tai bent jau kelis kartus per savaitę; kad bus galimybė komentuoti autoriaus įrašus; kad bus nuorodos į kitus dienoraščius ir kt. Tokie skaitytojų lūkesčiai suformuoja tam tikrą interneto dienoraščių rašymo praktiką. Rašydamas interneto dienoraštį pagal tokią praktiką, autorius gali tikėtis sėkmės ir auditorijos dėmesio. Pastovus dienoraščio atnaujinamas, orientacija į dialogą ir pastangos sukurti ilgalaikius socialinius ryšius ilgainiui pritraukia dienoraščio autoriui vis daugiau skaitytojų (Albrecht, 2007).

Kai kurie autoriai mano, kad interneto dienoraščiai siūlo naują komunikacijos būdą internete. Kadangi interneto dienoraščiuose galima rašyti komentarus ar skelbti mintis, egzistuoja ir tokių dienoraščių, kurių didelę dalį turinio sukuria patys skaitytojai. Interaktyvumas, kai autorius ne tik talpina savo mintis bet ir reaguoja į komentarus, dažnai sukelia diskusijas, kurios būna netgi įdomesnės, nei pačios žinutės, dėl kurių tos diskusijos kyla. Tokiu būdu turinį, bendravimo procesą

kuria patys virtualios komunikacijos dalyviai (Jackson, 2006). Tokiu atveju interneto dienoraščiuose komunikacijos procesas vyksta horizontaliai. Dažniausiai dienoraščiuose skatinama skaitytojų reakcija į įrašus ir taip skaitytojai tampa aktyviais žinių ir minčių dalinimosi proceso dalyviais. Interneto dienoraščiai tampa naujų idėjų platinimo kanalu (Jackson, 2006). Tradicinių žiniasklaidos priemonių auditorija žinutes gauna pasyviai, tuo tarpu bendraujant interneto dienoraščiuose žinutės rašomos ir platinamos įvairiomis nuorodomis, išplečiamos komentaruose ir taip labai plačiai pasklinda. Auditorija gali kurti savo naujienas ir komunikuoti savais kanalais, todėl interneto dienoraščių tyrinėtojai kalba apie dienoraščius kaip apie naują žurnalistikos, viešojo diskurso, skaitmeninių bendruomenių komunikacijos formą. Kai kurie interneto dienoraščių autoriai netgi mano, kad interneto dienoraščiai yra patikimesi, nei tradicinės žiniasklaidos priemonės.

Technologijos, leidžiančios kurti ir naudoti interneto dienoraščius pasiūlė naujas komunikacijos galimybes, kurios leidžia individui suvokti save kaip dialogišką. Interneto dienoraščiuose pastoviai vykta komunikacija, kurios turinį kuria ir autorius, ir skaitytojai. Dėl lengvai naudojamos turinio valdymo programinės įrangos ir patrauklaus pateikimo interneto dienoraščiai pakeitė informacijos pateikimo būdą internete. Lyginant su tradicinėmis masinės žiniasklaidos priemonėmis, interneto dienoraščiai suteikia galimybę autoriams ir skaitytojams sąveikauti tarpusavyje komentuojant įrašus arba su kitais dienoraščiais, naudojant interaktyvias nuorodas. Visų interneto dienoraščių visuma formuoja naują komunikacinę terpę internete (Albrecht, 2007). Nagrinėjant interneto dienoraščių ir tradicinės žiniasklaidos santykių akcentuojamos specifinės interneto ypatybės. Reiktų atkreipti dėmesį į tai, kad lyginant su tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis, internetas yra neformalus. Tas neformalumas pavertė internetą labai specifisku, artimu individui reiškiniu. Internetas tarsi suteikia galimybę patekti už kulisų, ten, kur buvo neįmanoma pateikti tradicinių žiniasklaidos priemonių atveju. Be to, internete žinutės įgauna savybę cirkuliuoti. Pavyzdžiui netgi rimti žurnalistai, ruošiantys žinutes tradicinės žiniasklaidos kanalui, gali persiųsti draugams kokią įdomią, patrauklią, dažniausiai neformalią, skandalingą žinutę, o draugai persiunčia ją savo draugams. Tokio neformalaus žinučių cirkuliavimo pavyzdys gali būti ir interneto dienoraščiai. Be to, internete labai sutrumpėja laikas, kuri tradicinių žiniasklaidos priemonių žurnalistai turėjo tam, kad naujiena išvystų dienos šviesą. Internete naujienos šviežesnės ir lengviau surandamos. Taigi, tyrinėjant interneto dienoraščius diskutuojama ar tai nauja žurnalistikos atšaka, ar iš ties naujas komunikacijos kanalas. Jau yra pavyzdžių, kai interneto dienoraščiai įtakojo tradicinių žiniasklaidos priemonių turinį. Dažnai į interneto dienoraščius žiūrima kaip į tam tikros srities informacijos filtrus ir manoma, kad interneto dienoraščių autoriai yra labai susiję su kitais autoriais, nors iš tiesų didelė dalis interneto

dienoraščių turi nedaug nuorodų ar komentarų. Interneto dienoraščiai suteikia teisę pasisakyti tiems, kurie vargiai patektų į tradicines žiniasklaidos priemones. Interneto dienoraščių autoriai dažnai į įvairias problemas pažiūri kitu kampu ar pastebi tokius dalykus, kuriuos profesionalūs žurnalistai praleidžia. Profesionalūs žurnalistai dažnai dirba skubėdami, kadangi jiems reikia išleisti žinių laidą ar atiduoti į spaustuvę dienraštį, tuo tarpu interneto dienoraščių autoriai išsamiau tyrinėja aptariamą problemą, kadangi jų nespaudžia laikas ir jie rašo apie tai, kas jiems patiems įdomu (Rogers, 2005).

Taigi, skaitmeninės bendruomenės, savo komunikacijai naudojančios internetą, bendrauja įvairiomis formomis. Interneto dienoraščiai, viena tokios komunikacijos formų, išsiskiria tuo, kad jų autorius pats nustato interaktyvumo, interakcijos su auditorija, lygį. Pagrindinės interakcijos dienoraščiuose priemonės – komentarai ir nuorodos. Komentarai leidžia auditorijai reaguoti į autoriaus įrašus, diskutuoti autoriaus užduota tema, o nuorodos susieja dienraštį su kitais informacijos šaliniais internete.

## **2. Politinė komunikacija internete, politikų interneto dienoraščiai**

Internetas politikams yra labai palankus bendravimo su auditorija kanalas. Tai pigi komunikacijos priemonė, kurią tikslingai naudojant galima pasiekti puikių rezultatų. Įvairios bendravimo internete priemonės sudaro sąlygas giliau analizuoti įvairias problemas ir pateikti tradicinės žiniasklaidos neperfrazuotą politiko nuomonę auditorijai tiesiogiai. Be to, internetas sudaro sąlygas įtraukti piliečius į politinę veiklą, o ne tik pateikti jiems informaciją, naudojant internetą panašiai kaip ir kitus tradicinius komunikacijos su rinkėjais kanalus. Politinės diskusijos internete prasidėjo nuo žinučių siuntimo naujienų grupėms. Kadangi virtualios diskusijos leidžia išreikšti savo nuomonę didelei auditorijai iš karto, tokios virtualios piliečių diskusijos gali sudaryti naujas politinio veiksmo galimybes. Politinis veiksmas šiame kontekste suprantamas kaip politinės informacijos ieškojimas ir kontaktavimas su politikais. Pastoviai didėjantis interneto diskusijų naudojimas auditorijos įtikinimui ir mobilizavimui leidžia manyti, kad elektroninės bendravimo formos yra svarbios viešosios nuomonės formavimui ir išreiškimui. Visgi atlikus tyrimus paaiškėjo, kad tie, kurie dalyvauja tokiose diskusijose internete yra nedidelė ir netipiška mažuma, kurios negalima vertinti kaip tipišku bendruomenės nuomonės atstovų (Vergeer, 2008).

Politinė komunikacija tradiciškai buvo vertikali, vienpusė, politinis elitas ir partijos ją labai įtakojo, o interneto dienoraščiai atveria horizontalios komunikacijos galimybes. Piliečių tarpusavio komunikacija gali sukelti rimtą grėsmę politinio elito galioms kontroliuoti diskursą (Lusoli, 2005, Jackson, 2006). Internetas laikomas veiksminga žmonių mobilizavimo priemone ar kanalu, kuriuo galima pasiekti netgi tokias socialines grupes, kurios tradiciškai nebūna susijusios su politiniais procesais. Tai ypač aktualu kalbant apie jaunimą, kuris labai dažnai domisi naujosiomis technologijomis – mobiliaisiais telefonais, internetu, ir labai retai – politika. Didžiojoje Britanijoje 2005 m. atlikti tyrimai parodė, kad tam tikros socialinės grupės, pavyzdžiui jaunimas, kurios tradiciškai nedalyvauja politiniuose procesuose, yra linkusios dalyvauti politiniuose procesuose ar bent jau ieškoti informacijos apie politikus internete (Gennaro, 2006). Nagrinėjant auditorijos komunikaciją su politikais internete buvo atlikti tyrimai (Didžiojoje Britanijoje (2005 m.), Europoje (2003 m.)) parodė, kad internete dažniausiai ieškoma informacijos apie politikus (24% interneto naudotojų Europoje ir 20% Didžiojoje Britanijoje), o rečiausiai – kontaktuojama su jais (4% Europoje ir 6% Didžiojoje Britanijoje). Manoma, kad interneto galimybės didinti auditorijos įsitraukimą į politinę veiklą, lengvinant priėjimą prie informacijos ir didinant komunikacijos galimybes yra neišnaudotos. Pateikiant individui daugybę informacijos šaltinių ir komunikacijos



kanalų, reikia atkreipti dėmesį į tai, ar tuos informacijos šaltinius lengva rasti ir kokių įgūdžių reikia turėti norint efektyviai komunikuoti ir ieškoti informacijos. Empiriniai tyrimai parodė, kad interneto naudotojai naudojami įvairiomis interneto funkcijomis – rašo elektroninius laiškus, bendrauja, naudodami įvairias programas, bet labai nedidelė jų dalis kontaktuoja su politikais. Todėl galima daryti išvadą, kad su politikais retai bendraujama internete ne dėl nesugebėjimo naudotis technologijomis ar programine įranga. Ko gero, tokiems kontaktams barjerus kuria ir turinys, kuris vyrauja komunikacijos su ar apie politikus procesuose.

Kalbant apie interneto vaidmenį politiniuose procesuose, galima išskirti dvi skirtingas nuomones. Viena susitelkia į tas interneto savybes, kurios palengvina dalyvavimą politiniuose procesuose ir potencialą padedant didinti tiesioginį auditorijos dalyvavimą politikoje. Dalyvavimas politikoje gali apimti įvairius veiksmus - balsuojančių piliečių problemų pateikimą valdžiai, informacijos skleidimą partijų interneto svetainėse ar įtraukiant piliečius į socialinį judėjimą ir civilines asociacijas. Taigi, tikimasi kad padidėjusios galimybės dalyvauti politiniuose procesuose prisideda prie piliečių jausmo, kad jie turi galios įtakoti valstybės valdymą. Galimybės mobilizuotis, kurias internetas siūlo, turėtų didinti tiek piliečių asmeninę iniciatyvą, tiek tikėjimą, kad jie gali įtakoti valdžios sprendimus, tiek suvokimą, kad valdžia klausosi jų, o tai paskatintų dar aktyvesnį dalyvavimą politiniuose procesuose. Kitas požiūris susikoncentruoja į empiriškai pagrįstą nuomonę, kad internetas kol kas neturi galių žymiai įtakoti dalyvavimo politinėje veikloje modelių. Bet manoma, kad didėjanti interneto sklaida gali pakeisti šią situaciją. Dalyvavimas politiniuose procesuose internete 2005 m. Didžiojoje Britanijoje buvo žymiai retesnis, nei dalyvavimas politiniuose procesuose realiai. Be to, daroma prielaida, kad dalyvavimas politiniuose procesuose internete gali didinti socialinę nelygybę, kadangi nustumia į šalį mažiau išsilavinusius ar kitus žemesnės socialinės klasės asmenis ir didina dalyvavimą politiniuose procesuose internete tų, kurie jau dalyvauja politiniuose procesuose realiai (Gennaro, 2006). Dalyvavimas politiniuose procesuose internete nepriklauso nuo amžiaus, politinių interesų ar politinės veiklos. Interneto galimybės ypač paskatino ieškoti politinės informacijos internete jaunesnio amžiaus asmenis, kurie labiausiai naudojami technologijomis ir kurie greičiausiai naudos internetą ieškodami bet kokios informacijos. Tai galima paaiškinti didesne jaunimo patirtimi naudojantis technologijomis ir internetu. Galima manyti, kad vis didėjantis interneto naudojimas, taip pat vis didesnė patirtis, galėtų padidinti visų socialinių grupių dalyvavimą politikoje internete. 2000 m. JAV prezidento rinkimų metu atlikti tyrimai parodė, kad didelė dalis auditorijos ieškodama pirminių rinkimų informacijos šaltinių nuo laikraščių pereina prie interneto. Palyginimui 1998 m. vienas iš penkių apklaustųjų nurodė, kad laikraščiai jam yra svarbiausias informacijos šaltinis, o 2000 m. 34% apklaustųjų pagrindiniu

informacijos šaltiniu laikė internetą (Lusoli, 2005). 2000 m. prezidento rinkimų JAV metu informacija internete įtakojo jaunuolius, kurie tradiciškai mažiausiai dalyvaudavo rinkimuose. Didžiosios Britanijos 2005 m. tyrimas parodė, kad iš tų individų, kurie atliko bent vieną politinį veiksma internete (pasirašė peticiją, parašė elektroninį laišką politikui ar kt.) 55% buvo iš tos grupės, kurios nariai mažai dalyvavo politiniuose procesuose, o 18% iš aktyviai dalyvavusiųjų grupės. Buvo padaryta išvada, kad kuo mažiau pilietis tikisi valdžios atsako į savo problemas, tuo didesnė tikimybė, kad jis naudos internetą dalyvavimui politiniuose procesuose. Šis teiginys rodo, kad internetas kaip komunikacijos kanalas ypač patrauklus asmenims, kurie mano, kad valdžia neatsako į piliečių problemas. Galima daryti prielaidą, kad jie mano, kad internetas padidina galimybės būti išgirstais ir įtakoti politinius procesus. Iš tiesų, tyrimas parodė, kad tie, kurie atliko kokį nors politinį veiksma internete, linkę manyti, kad internetas padeda piliečiams išreikšti savo problemas valdžiai. Tai siejama su asmens naudojimosi internetu patirtimi ir įgūdžiais. Kuo daugiau naudojamas internetas ir kuo labiau asmuo įgudęs juo naudotis, tuo labiau jis pasitiki šiuo kanalu gaunant priėjimą prie informacijos, žmonių ir paslaugų. Politinius veiksmus internetu labiau linkę atlikti ir tie, kurie juos atliko ir realiame gyvenime. Taigi, internetas suteikia galimybes realiame gyvenime įprastą elgesį perkelti į virtualų – didelė tikimybė, kad tie, kurie politiškai aktyvūs realiame gyvenime, bus aktyvūs ir internete, bet taip pat internetas atveria galimybes dalyvauti visiems, kurie įgauna pakankamai įgūdžių naudotis internetu, nepriklausomai nuo jų politinių pažiūrų ar tikėjimo, kad jų veiksmai susilauks atsako (Gennaro, 2006). Tyrinėjant interneto įtaką dalyvavimui politiniuose procesuose, daugelis autorių daro išvadą, kad interneto potencialas dar nėra išnaudotas.

Bendravimas internete turi tam tikrų specifinių bruožų, kurie kartais gali apsunkinti politikų bendravimą su rinkėjais. Pavyzdžiui internete yra daug galimybių nuslėpti savo asmeninę informaciją ir išlikti anonimišku, todėl niekada negali žinoti su kuo bendrauji – politiniu oponentu ar politika besidominčiu moksleiviu. Be to, internetas yra globalus komunikacijos kanalas, taigi ir bendravimas internete gali būti tarpkultūrinis ir tarptautinis. Internetas sudaro galimybes bendrauti multikultūriniame lygmenyje. Taigi bendraujant internete reikia įvertinti tai, kad pašnekovas gali priklausyti visai kitai kultūrai ar tautai, kartais dėl to gali kilti keblumų, bet iš esmės toks tarpkultūrinis bendravimas gali puikiai pasitarnauti pastoviai besimokantiems individams. Didžiausiais politikų bendravimo su rinkėjais internete privalumais laikomi komunikacijos greitis ir interaktyvumas (Lusoli, 2005).

Iš vienos pusės politikų, bendraujančių su auditorija internetu skaičius vakarų civilizacijose pastoviai didėja, iš kitos pusės dauguma tyrėjų teigia, kad internete vykdomos kampanijos nėra iš tiesų interaktyvios. Įvairūs tyrimai parodė, kad daugumos politikų vykdomai komunikacijai internete trūksta interaktyvumo, kurio galimybes daugelis autorių vertina labai teigiamai. Politikų interneto dienoraščių komunikacija dažnai vykdoma vertikalčiai. O rinkėjai įsijungdami internetą tikisi kad galės išreikšti nuomonę, pateiks faktų apie gyvenimą ir pan. Taigi nemažai tyrimų, teigia, kad internetas naudojamas tiesiog informacijos apie kandidatus paieškai, o ne komunikacijai su jais (Lusoli, 2005). Nepaisant neformalaus interneto stiliaus ir interaktyvumo galimybių, tyrimai rodo, kad daugelis politikų ir internete pateikia save įprastai, nors internetas pasiūlo įvairių politinio veiksmo galimybių vis didėjančiam komunikacijos proceso dalyvių skaičiui. Tiesa, internetas pritraukia jaunesnę auditoriją ir priverčia politikus atsizvelgti į šio naujo komunikacijos kanalo specifiką. Visgi politikų komunikacijos su rinkėjais internete sfera dar nėra pilnai ištyrinėta, kadangi ji vis vystosi ir keičiasi.

## ***2.1. Politikų interneto dienoraščių istorija***

2004 m. JAV prezidento rinkimai dažnai minimi kaip politikų interneto dienoraščių tyrimų istorijos atskaitos taškas. Howard Dean parodė kaip naudojant tokį įrankį galima suburti rėmėjus ir finansavimą, nors jo kandidatavimas ir nebuvo sėkmingas. Kampanijos metu, interneto dienoraščiai buvo intensyviai naudojami informacijos skleidimo ir politinių debatų tikslais. Jie susilaukė daug dėmesio. Dienoraščiai buvo dažnai cituojami tradicinėse žiniasklaidos priemonėse (Albrecht, 2007). Vėliau politikų interneto dienoraščiai ypač paplito ir kitose šalyse, jie pradėti aktyviau naudoti rinkiminių kampanijų metu. Įvairūs autoriai analizuoja interneto dienoraščių naudojimą 2004 m. JAV prezidento rinkimuose, 2005 m. Didžiosios Britanijos rinkimuose, 2005 m. Danijos Parlamento rinkimuose, 2005 Naujosios Zelandijos rinkimuose, 2005 m. Vokietijos Bundestago rinkimuose ir kitose rinkiminėse kampanijose. Tyrimai rodo, kad interneto dienoraščiai palaipsniui tampa populiarūs, juos rašo kandidatai, šalininkai, stebėtojai, politikos apžvalgininkai. Dažnai pastebima, kad interneto dienoraščius ypač išnaudoja nauji kandidatai, siekdami patekti į viešąją sferą ir išsakyti savo nuomonę be žiniasklaidos redaktorių cenzūros. Jau žinomi visuomenei veikėjai taip pat išnaudoja interneto dienoraščius asmeninės nuomonės skelbimui ir pažiūrų populiarinimui. Auditorija dienoraščius laiko alternatyviu informacijos šaltiniu, nors politikų dienoraščiai dažnai neišpildo skaitytojų lūkesčių. Reiktų paminėti, kad vertinant visą politikų auditoriją, visus rinkėjus, susidomėjimas interneto dienoraščiais kol kas nėra didelis. Tik 5% JAV gyventojų 2005 m. teigė, kad bent retkarčiais skaitė interneto dienoraščius rinkimų metu (Albrecht, 2007). Taigi, interneto dienoraščių įtaka rinkimams yra nedidelė, nors sutinkama, kad jie užpildo politinės komunikacijos nišą.

Teoriškai politika yra susijusi su tinklo visuomene, kadangi turi daug sąlyčio taškų su masine žiniasklaida. Šiame kontekste interneto dienoraščiai gali būti laikomi masinio sąvokų pristatymo auditorijai forma aplinkoje, kurioje sėkmingas komunikacijos technologijų naudojimas gali būti paverstas politine galia. Komunikacija naudojama kaip politinių mūšių laukas, o interneto dienoraščiai gali papildyti šių mūšių arsenalą kaip radikalus, naujoviškas ginklas. Tokie reiškiniai, kaip vaizdų politika ir matomumo kontrolė, identifikuoti teoretikų G. Debord, J. Habermas ir kt., išlieka ir interneto amžiuje. M. Castellso požiūris siejasi su M. Poster nuomone, kad komunikacija apima vaizdus, ženklus ir diskursus, kurie gali būti modifikuojami lokaliai. Taigi, niekas skaitmeniniame amžiuje iš esmės nepasikeitė. Debord ir Habermas požiūris plėtojamas ir toliau. Jį pritaikyti interneto dienoraščiams galima tuo atveju, jei dienoraščiai prie politinio diskurso

prisideda kaip kritikos, opozicijos forma, kuri yra kitokia, nei tradiciniai komunikacijos būdai (Hevern, 2004, Coleman, 2008, Siapera, 2008).

Interneto dienoraščių analizė per jų struktūros elementų tyrimus atskleidė dienoraščių galimybes prisidėti prie politinių procesų. Lyginant su masinės žiniasklaidos role politinėje komunikacijoje (iškelti tam tikrus klausimus, tirti ir demonstruoti netinkamą elgesį ir kt.) dienoraščių atveju turi būti nustatytas santykis tarp politinio subjekto ir politinio proceso. Šiame santykyje politinis subjektas tampa autonomišku, subjektyviu. Interneto dienoraščio turinys turi apibūdinti ir nagrinėti autoriaus patirtis, susijusias su egzistuojančiomis autoriaus galios formomis. Tokiu būdu subjekto autonomiškumas gali įtakoti naujų kolektyvinio autonomiškumo formų atsiradimą (Siapera, 2008). Toks požiūris į interneto dienoraščius kaip į iš esmės naujovišką komunikacijos formą, leidžia padaryti keletą išvadų. Interneto dienoraščio rašymo veikla gali būti vertinama kaip nukreipta visų pirma į dienoraščio autorių, o tik po to į skaitytojus. Skaitytojai prie politinių procesų prisideda netiesiogiai. Visų pirma jie prisideda prie subjektų išskelimo, o tada subjektai gali veikti tokiais būdais, kurie tiria ar keičia susiformavusias šališkas galios formas. Be to, tam, kad interneto dienoraščiai būtų sėkmingai susieti su galios klausimais, juos reikia vertinti iš perspektyvos, kuri atskleidžia santykius tarp interneto dienoraščio autoriaus privačių ir oficialių kompetencijų. Kitu atveju dienoraščio autoriaus asmenybės demonstravimas gali viską užgožti. Dėl tos pačios priežasties sėkmingas interneto dienoraščio rašymas turi būti atsietas nuo pranešimų srauto ar komentarų skaičiaus, kadangi jie yra viešojo proceso dalis, siejantys dienoraštį su masine žiniasklaida. Šiuo požiūriu, kuo didesnį pranešimų srautą interneto dienoraštis sukuria, tuo mažesnis jo autonomiškumas. Iš kitos pusės pranešimų srautas komentarų ir nuorodų forma parodo jo sąsajas su kitais interneto šaltiniais. Taigi, reiktų sukurti specifinius interneto dienoraščių vertinimo kriterijus atsižvelgiant į jų autonomiją ir ignoruojant bandymus skaldyti ar kontroliuoti interneto dienoraščių visumą. Tokios visumos pavyzdys galėtų būti portalas Technorati ar kiti (Siapera, 2008). Dar vienas svarbus klausimas – koku mastu autoriaus subjektyvumas įtakoja interneto dienoraščio prisidėjimą prie demokratijos procesų. Jei atsižvelgsime į interneto dienoraščius kaip komunikacijos formos specifika, tai ši įtaka turi būti atsietas nuo masinės žiniasklaidos įtakos. Žiniasklaidai taikomos funkcijos („sarginio šuns“, viešosios nuomonės formavimo ir kt.) negali būti atskirtos viena nuo kitos, nes kitaip funkciškai interneto dienoraščiai taps tokie patys kaip masinės žiniasklaidos priemonės. Be to, dienoraščiai negali būti tik tiesioginės komunikacijos su piliečiais ar tarp piliečių priemonė, nes tada jie taps dar viena elektroninio pašto ar interneto forumų forma. Interneto dienoraščių ryšiai su demokratiniais politiniais procesais gali būti ypatingi dėl savo, kaip

išsklaidytos, daugiaformės komunikacijos priemonės pobūdžio ir dėl politinių subjektų autonomiškumo (Coleman, 2008, Siapera, 2008).

## ***2.2. Politikų interneto dienoraščių ypatybės***

Daugelyje šalių tyrinėtojai konstatuoja piliečių politinę apatiją ir faktą, kad tarp išrinktųjų ir renkančiųjų nėra ryšio, pasitikėjimo (Siapera, 2008). Dėl šios krizės vis dažniau kaltinamas iškraipytas politinės komunikacijos procesas. Be efektyvios komunikacijos tautos atstovavimas negali būti demokratinis. Kaip vieną iš efektyvios politinės komunikacijos kanalų daugelis autorių siūlo naudoti interneto dienoraščius (Coleman, 2008). Politiniai interneto dienoraščiai gali būti individualūs (asmeniniai politikų dienoraščiai) arba kelių autorių rašomi (pvz. partijų ar organizacijų) dienoraščiai. Politikų interneto dienoraščiai turi keletą savybių:

- sumažina atstumą tarp žinutės autoriaus ir skaitytojo, taip skatindami betarpišką komunikacijos procesą;
- skatina interaktyvų dialogą, suteikdami žinučių skaitytojui galimybę tiesiogiai atsakyti į dienoraščio turinį;
- leidžia žinutės autoriui pademonstruoti susidomėjimą auditorijos problemomis, skaityti ir reaguoti į komentarus;
- skatina naujų žurnalistikos formų vystymą, kai turinys kuriamas ne vieno, o kelių autorių, kolektyviai, pateikiant informaciją arba komentuojant jau pateiktas žinutes.

Tokios savybės galėtų padidinti politikų atskaitomybę rinkėjams ir skaidrumą. Politinė komunikacija tradiciškai buvo vertikali, vienpusė, politinis elitas ir partijos ją labai įtakojo, o interneto dienoraščiai atveria horizontalios komunikacijos galimybes. Piliečių tarpusavio komunikacija gali sukelti rimtą grėsmę politinio elito galioms kontroliuoti diskursą (Lusoli, 2005, Jackson, 2006). Taigi, žiūrint optimistiškai, interneto dienoraščiai galėtų tapti nauju politikų komunikacijos su auditorija kanalu, kuris galėtų sumažinti politinės komunikacijos krizę. Interneto dienoraščiai suteikia politikams galimybes sukurti artumo su piliečiais suvokimą, naudojant simbolinius politikų paprastumo rodiklius – sudarant išpūdį, kad politikas bendrauja tuo pačiu metu ir spontaniškai, siūlant interaktyvaus bendravimo galimybes (Coleman, 2008). Interneto dienoraščiai turi potencialo pakeisti žurnalistikos prigimtį ir demokratijos funkcijas, kurias „ketvirtoji valdžia“ turėtų vykdyti pagal liberalias masinės žiniasklaidos teorijas. Kadangi tradicinių žiniasklaidos priemonių žurnalistai patys rašo dienoraščius, tai gali padėti pritraukti daugiau piliečių

į naujienų pateikimo procesus. Interneto dienoraščiai gali būti naudojami socialinių ir politinių veiklų skatinimui ir organizavimui tiek internete, tiek realiame gyvenime. Be to, vis daugiau interneto dienoraščių autorių siekia veikti kaip žurnalistai – praneša politines naujienas, pateikia komentarus ir žurnalistinius tyrimus. Tai gali paskatinti naujus skaidrumo ir atskaitomybės reikalavimus tiek politikams, tiek žiniasklaidos atstovams (Coleman, 2008). Be kitų būdų, interneto dienoraščiai gali įtakoti politinius procesus ir veikdami kaip išplėsta viešoji sfera (Albrecht, 2007).

Bet daugelyje šalių atlikus tyrimus paaiškėjo, kad visos šios galimybės nėra išnaudojamos. Politikų mažuma naudojo dienoraščius kaip priemonę išgirsti auditorijos nuomonę ir skatino diskusijas. Dauguma politikų dienoraščius rašė kaip monologus ir neskatino interaktyvaus dialogo su auditorija. Politikai rašė auditorijai, o ne bendravo su ja. Ko gero vykdydami tokio pobūdžio komunikaciją politikai interneto dienoraščiuose bendraus su politiškai aktyvia visuomenės dalimi ar vieni su kitais, atskirti ir izoliuoti nuo platesnės visuomeninės diskusijos (Coleman, 2008). Politikų interneto dienoraščiai pradėti rašyti palyginus neseniai, todėl dar sudėtinga spręsti kokią rolę jie atliks. Visgi politikų interneto dienoraščių atsiradimas rodo politinės komunikacijos aplinkos pokyčius. Interneto dienoraščiai gali būti vertinami kaip politinių žinių šaltinis, keliantis grėsmę centralizuotai, turinčiai daug resursų, industrinio stiliaus politikos formavimo mašinai, kurią sudaro politinės partijos ir vyriausybės. Kita naujos politinės komunikacijos aplinkos charakteristika yra ribų tarp oficialaus, racionalaus ir emocionalaus, asmeninio komunikacijos stiliaus nykimas. Rašantys interneto dienoraščius politikai yra linkę nuasmenintas politinio turinio žinutes išversti į kasdienę paprastų žmonių kalbą. Interneto dienoraščiai pasiūlo puikią strateginę galimybę valstybės valdymo logiką rodyti kaip kylančią iš kasdieninio gyvenimo rutinos.

Rinkimų kampanijos yra naujų politinės komunikacijos formų katalizatorius. Norėdami pasiekti tikslinę auditoriją ir įtakoti rinkėjus politikai eksperimentuoja, naudodami naujas technologijas ir technikas (Albrecht, 2007). Taigi ir politikų interneto dienoraščių ypač padaugėja prieš rinkimus. Didelė dalis dienoraščių, atsiradusių prieš rinkimus, po rinkimų pamirštami ir uždaromi arba papildomi naujais įrašais ypač retai. Tiesa, yra ir tokių politikų, kurie interneto dienoraščius pildo pastoviai. Bet tyrimai rodo, kad tokių politikų yra labai mažai. Dažnai į politikų interneto dienoraščius tyrėjai žiūri kaip į rinkėjų pritraukimo priemonę. Nors politinės komunikacijos tyrimai parodė, kad komunikacijos technologijų pokyčiai stipriai įtakoja rinkimines kampanijas, apie interneto dienoraščių poveikį žinoma nedaug. Iš vienos pusės į interneto dienoraščius žiūrima kaip į alternatyvų informacijos pateikimo kanalą, kadangi jie suteikia galimybę išplatinti naujienas labai greitai, manoma, kad interneto dienoraščių bendruomenė po

truputį perima kontrolės funkcijas iš masinės žiniasklaidos, be to, interneto dienoraščius galima išnaudoti kaip nuomonės formavimo įrankį. Iš kitos pusės, pastebima, kad nuorodos interneto dienoraščiuose gali apjungti tik panašiai mąstančius ar tai pačiai politinei jėgai priklausančius autorius. Todėl kartais manoma, kad politikų interneto dienoraščiai griauja viešos politinės komunikacijos kokybę, kadangi yra subjektyvūs, be to, interneto dienoraštyje savo nuomonę gali išreikšti bet kas (Albrecht, 2007). Kaip būdinga visam internetui, dienoraščiuose savo nuomonę dažnai galima išreikšti anonimiškai, prisidengus slapyvardžiu ar netikru vardu. Todėl skaitant žinutę interneto dienoraštyje, ypač jei tai komentaras, niekada negali žinoti kas ją parašė – autoritetingas, patyręs politikoje asmuo, ar juokaujantis paauglys. Kai individai gali lengvai prieiti prie informacijos, kyla grėsmė informacijos monopolininkams ir egzistuojančiai hierarchijai. Toki lengvą priėjimą prie informacijos ir siūlo interneto dienoraščiai. Tradiciškai politikai yra linkę tiekti auditorijai peržiūrėtą informaciją, skleisti propagandą ir nelabai linkę laisvai dalintis turima informacija (Jackson, 2006). Kai kurie politikų interneto dienoraščiai atspindi šią politikų savybę. Juose nebūna galimybės komentuoti įrašų, yra ir tokių interneto dienoraščių, kuriuose visiškai nėra jokios ryšio su dienoraščio autoriumi galimybės – juose būna išdėstyti autoriaus tekstai, bet nėra galimybės komentuoti įrašų, nėra autoriaus kontaktinių duomenų. Interneto dienoraščiuose pateikiama dažnai subjektyvi informacija, apmastymai ar išgyvenimai. Daugelis politikų asmeninių išgyvenimų interneto dienoraščiuose vengia, bet išnaudoja dienoraščius kaip savo minčių, ideologijos skleidimo kanalą. Rinkimų kampanijos metu interneto dienoraštis gali tapti kandidato ar partijos politikos platinimo virtualiame tinkle priemone. Dienoraščio autorius gali platinti ir aiškinti savo mintis bei nuomonę įvairiausiais klausimais. Skaitytojams tokie interneto dienoraščiai tampa tradicinės žiniasklaidos alternatyva (Jackson, 2006). Visgi būtų klaidinga interneto dienoraščius laikyti demokratišku, neutraliu ir utopiniu idealu. Tik keli dienoraščiai pritraukia didelę auditoriją, o kiti dažnai tebūna skaitomi šeimos narių ir draugų. Taigi, kalbant apie interneto dienoraščius kaip galimą tradicinės žiniasklaidos alternatyvą, iš tiesų kalbama apie labai nedidelį interneto dienoraščių skaičių. JAV jau yra nemažai pavyzdžių kai aktualūs klausimai visų pirma iškeliami interneto dienoraščiuose, o tik po to tas temas pasigauna tradicinė žiniasklaida. Politinių interneto dienoraščių įtaką dažnai lemia ne jų autorius, o tai, ar jie pritraukia įtakingų skaitytojų. JAV nemažą politinių interneto dienoraščių auditorijos dalį sudaro politikos žurnalistai, politikai ir strategai – tie, kurie formuoja nuomonę. Interneto dienoraščiai suteikia galimybę vykdyti komunikacijos procesą dvejais lygmenimis – pirma tai komunikacija, orientuota į nuomonės lyderius, siekiant įtakoti politinių įvykių kalendorių, o antra – tai bendravimas su plačiąja auditorija, siekiant įtakoti individų nuomonę. Taigi, politikai, rašydami interneto dienoraščius, gali siekti įtakoti rinkėjų, besilankančių interneto dienoraščiuose, nuomonę (Jackson, 2006).



Didžiojoje Britanijoje buvo atliktas tyrimas, kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti ko interneto naršytojai tikisi iš politiko interneto dienoraščio. Auditorijos lūkesčiai buvo tokie:

- interaktyvus bendravimas, kai rinkėjai kartu su politiku gali iškelti svarbias problemas (39%),
- konsultacinis forumas, kai autorius politikas gali išsiaiškinti rinkėjų nuomonę (22%),

Taigi, pasirodė, kad auditorija nėra suinteresuota būti tik jai pateikiamos informacijos gavėja, jai imponuoja galimybė reaguoti į įrašus ir turėti ryšį su dienoraščio autoriumi (Auty, 2005). Interaktyvumas šiuo atveju nėra tik technologinė galimybė, tai daugiau demokratijos požymis ir apibrėžia tiesioginį rinkėjų ir išrinktojo kontaktą. Galima teigti, kad interneto dienoraščiai gali sumažinti atskirtį tarp rinkėjų ir išrinktųjų, kadangi juose atsispindi ką išrinktasis neseniai padarė, jo dienvakarė, gal būt nuomonė įvairias klausimais. Kai interneto dienoraštyje nėra galimybių komentuoti įrašus, vyrauja vertikali komunikacijos forma. Net ir tokiu atveju dienoraštis suteikia auditorijai daugiau informacijos apie autorių. Bet kokių atveju galima teigti, kad interneto dienoraščiai priartina politikus prie rinkėjų, kadangi leidžia rinkėjams sužinoti politikų dienvakarę, nuderbtus darbus, klausimus, kuriais politikas pastaruoju metu domėjosi (Auty, 2005).

Taigi, apibendrinant galima būtų išvardinti tokias politikų interneto dienoraščių ypatybes:

- tai alternatyvus tradicinei žiniasklaidai asmeninės nuomonės ar pažiūrų platinimo kanalas, kurio neredaguoja redaktoriai;
- nuorodos dažnai apjungia panašiai mėstančius ar tai pačiai politinei jėgai priklausančius autorius;
- dienoraščio įtaką ir populiarumą ne visada lemia jo autoriaus asmenybė, dažnai svarbūs įtakingi dienoraščio skaitytojai;
- politikų interneto dienoraščiuose dažnai bendraujama dviem lygmenimis – su nuomonės lyderiais ir su plačiąja auditorija.

Yra manančių, kad po dešimties metų interneto dienoraščiai gali tapti pagrindiniu politikų komunikacijos su auditorija kanalu. Tai labai optimistinė nuomonė, pagrįsta dienoraščių potencialu, galimybėmis. Tyrimai rodo, kad Didžiojoje Britanijoje 2002 m. jaunu, 15-24 m.

amžiaus žmonių, dalyvavusių virtualioje politinėje veikloje, buvo 30%, tuo tarpu tradicinėje veikloje dalyvavo 10% šios amžiaus grupės respondentų. Net ir vyresnėje amžiaus grupėje 25-34 m. 28% dalyvavo virtualiai, o 18% realiai (Auty, 2005). Taigi, galima daryti prielaidą, kad virtuali politinė veikla gali padėti pritraukti daugiau piliečių į politinę veiklą ateityje. Tai ypač aktualu kalbant apie jaunesnius piliečius. Tradicinėje visuomenėje politikai yra atskira visuomenės grupė, kurioje komunikaciją lemia aplinka, kontekstas. Tuo tarpu elektroninėje erdvėje sprendimai dažniausiai priimami greitai. Internete nelabai ką domina kontekstas. Daug svarbiau pačios idėjos, argumentai, rašymo stilius. Norint sėkmingai rašyti interneto dienoraštį, politikas turi orientuotis į virtualią erdvę, jos specifiką ir auditoriją. Žiniasklaida pastoviai evoliucionuoja, tos evoliucijos padariniu galima laikyti ir tam tikrus politinės komunikacijos pokyčius. Šį procesą apibūdina teorija, teigianti, kad žiniasklaidoje informacija pateikiama tam tikra tvarka, pagal tam tikrą logiką, būdingą žiniasklaidai. Pavyzdžiui siekiant gauti daugiau dėmesio iš auditorijos, masinė žiniasklaida labiau akcentuoja tokius įvykius, kaip politiniai skandalai, o ne ilgalaikiai politiniai procesai, pranešimams būdingas stebinantis ir į konfliktus orientuotas turinys, o ne kalbos ir argumentacija, dėmesys sutelkiamas į žinomas individus, o ne naujokus. Todėl tam tikra informacija turi daugiau šansų pateikti į naujienas. Minėta teorija paaiškina kaip vadovaujantis tam tikra tvarka ir logika suformuojamas žiniasklaidos turinys. Žiniasklaidai tampant masine ir vis didėjant jos įtakai, politikai ir jų padėjėjai turėjo redaguoti komunikacijos su auditorija stilių taip, kad atitiktų tą žiniasklaidos tvarką ir logiką. Susiformuoja savotiška „žiniasklaidos demokratija“, naujas režimas, kuriame žiniasklaidos tvarka ir logika savotiškai sąlygoja politinės komunikacijos procesus. Pastoviai besivystančios naujos technologijos, jų plėtra ir naudojimo galimybės įtakoja informacijos pateikimo formas, kurios savo ruožtu įtakoja žiniasklaidos tvarką ir logiką, o vadovaujantis minėta teorija, kartu ir visą politinės komunikacijos sritį (Albrecht, 2007). Politinė komunikacija ir žiniasklaida kartu suformuoja šiuolaikinių žiniasklaidos demokratijų logiką ir tvarką. Šiame kontekste atliekami tyrimai siekiant išsiaiškinti kaip interneto dienoraščiai, būdami naujų technologijų įtakotu žanru, keičia rinkiminių kampanijų komunikacijos tvarką, ar interneto dienoraščiai pakeis rinkimines kampanijas ar jie tik sustiprins kampanijų, vykdomų masinėse žiniasklaidos priemonėse, struktūras. Be to, nedaug žinoma apie politikų interneto dienoraščių skaitytojus ir tuos, kurie interaktyviai dalyvauja jų turinio kūrime. Ar politikai interneto dienoraščiuose kalbasi su savimi, vieni su kitais, jau įtikintais piliečiais ar bent keliais piliečiais, kurių kitais komunikacijos kanalais nepasiekdavo? Į visus šiuos klausimus turėtų atsakyti išsamesni politikų interneto dienoraščių tyrimai.

Taigi, politinė komunikacija internete gali būti vykdoma įvairiomis formomis. Politikų interneto dienoraščiai yra tokia forma, kuri padeda politikams išvengti masinės žiniasklaidos redaktorių cenzūros, išreikšti savo asmeninę nuomonę, pažiūras, patirtis, iš karto matyti auditorijos reakciją į išsakytas mintis. Iš kitos pusės interneto dienoraščiai gali suteikti auditorijai galimybes reikalauti iš politikų skaidrumo ir atsakomybės. Dienoraščiai sudaro interakcijos tarp politiko ir auditorijos galimybes, o tai jau gali būti vertinama kaip demokratijos požymis.

### **3. Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūra 2008 m.**

#### ***3.1. Politikų komunikacijos internete ir dienoraščių tyrimai***

Politinį diskursą internete, politikų interneto dienoraščius tyrinėjo įvairių šalių mokslininkai. 1999 m. R. Davis atkreipė dėmesį į tai, kad politinės veiklos dalyviai – partijos, politikai, tradicinė ir internetinė žiniasklaida vis labiau prisideda prie politinės komunikacijos internete. Šis reiškinys ypač išryškėja rinkiminių kampanijų metu. Studijuodami internetines rinkimų komunikacijos kampanijas Corrado ir Firestone išskyrė specifines interneto, kaip naujo komunikacijos kanalo funkcijas ir pabrėžė, kad internetas įtakoja politinės komunikacijos pokyčius, kadangi politinė komunikacija, vykdoma internetu, tampa vis labiau tiesioginė, segmentuota ir interaktyvi. Dauguma internetinės politinės komunikacijos rinkimų metu tyrimų apėmė kelis aspektus – internetas padidina mažiau resursų turinčių kandidatų šansus atkreipti į save visuomenės dėmesį; kadangi internetas yra interaktyvus, jis suteikia galimybes įtraukti auditoriją į komunikaciją, o ne tik pateikti jai informaciją; internetas suteikia galimybes pasiekti tas auditorijos dalis, kurios dažnai būdavo nepasiekiamos tradiciniais politinės komunikacijos kanalais. Daugelis autorių (W.Lusoli, C.Auty ir kiti) sutaria, kad internetas pritraukia jaunesnę auditoriją ir priverčia politikus laikytis šio naujo komunikacijos kanalo taisyklių (Lusoli, 2005, Jackson, 2006).

Didelių apimčių politinės komunikacijos internete tyrimus atliko W. Lusoli ir R. Kluver, N. Jankowski ir kiti. W.Lusoli tyrė interneto naudojimą Europos parlamento rinkimų 2004 m. metu. Jis priėjo išvados, kad internetas negali būti vertinamas tik kaip kitų rinkimų kampanijos komunikacijų infrastruktūros dalis. Jo nuomone, internetas yra viešosios ir politinės komunikacijos erdvės hibridas, kuriame gali dalyvauti ne tik partijos ir kandidatai, bet ir kiti komunikacijos dalyviai. Tradiciškai naudojamos komunikacijos strategijos gali būti naudojamos ir internete, be to, internetas suteikia galimybes išbandyti naujas interaktyvias bendravimo su auditorija strategijas (Lusoli, 2005). Projektų vadybos ir bendradarbiavimo per atstumą internetu klausimus nagrinėjo trisdešimties tyrėjų komanda, kurios tyrimų objektas buvo devyniolikoje šalių Europoje, Azijoje ir Šiaurės Amerikoje 2004-2005 m. vykusios nacionalinės rinkimų kampanijos. Šį tyrimą aprašė Kluver, Jankowski, Foot ir Schneider 2007 m. Atlikta nemažai ir mažesnės apimties tyrimų - olandų politinių partijų interneto svetainės tyrė Van Selm, Jankowski ir Tsaliki (2002 m.). Devereaux 2008 m. tyrė komentarus apie kandidatų video įrašus YouTube sistemoje rinkimų metu Kanadoje (Jankowski, 2008). Mortensen ir Walker susiejo interneto dienoraščių rašymą su platesniais

socialiniais tinklais (Hevern, 2004). T. Graham teigia, kad politinis diskursas egzistuoja įvairiose situacijose, taip pat ir interneto diskusijų forumuose. M. Vergeer ir L. Hermans panaudojo socialinių tinklų analizės metodus politinės komunikacijos internete aplinkai ir pridėtinei vertei tirti derindami juos su turinio analizės metodais. H. Woo Park ir N. Jankowski taip pat naudojo socialinių tinklų analizės metodus tyrinėdami interneto dienoraščių įrašus, susijusius su rinkimais Šiaurės Korėjoje. T. Witschge irgi taikė kelis metodus tyrinėdama politinės komunikacijos procesus internete, atkreipdama dėmesį į komunikacijos kontekstą. W. Mei analizavo politinių diskusijų žinutes naudojant kiekybinius ir kokybinius turinio analizės metodus (Jankovski, 2008) Visgi politinės komunikacijos internete ir interneto dienoraščių tyrimų metodologija nėra nusistovėjusi. Autoriai svarsto - taikyti vieną ar kelis duomenų rinkimo metodus, nagrinėti tam tikrą laikotarpį ar vykdyti ilgalaikius tyrimus, atlikti žvalgomojus tyrimus ar tikrinti teorines hipotezes, vystyti kokybinius ar kiekybinius tyrimus. Howardas 2002 m. pasiūlė atsižvelgti į etnografiją ir socialinių tinklų analizę ir taip suformulavo „tinklo etnografijos“ arba „skaitmeninės etnografijos“ sampratą, kurioje tradicinė etnografijos koncepcija priešpastatoma virtualiai etnografijai. Kombinuojant „tinklo etnografiją“ su socialinių tinklų analize galima analizuoti modernių organizacijų komunikaciją, vykstančią naujuoju komunikacijos kanalu - internetu (Jankovski, 2008). M. Vergeer ir L. Hermans pasiūlė interneto politinių diskusijų tyrimo metodologijos sprendimus, kuriuos iliustravo Olandų nacionalinių rinkimų 2006 diskusijų grupių tyrimu. Jie kombinavo kelis tyrimų metodus – turinio analizės, tinklų analizės ir kt. (Vergeer, 2008).

Kadangi rinkimai yra naujų politinės komunikacijos formų paieškos katalizatorius, politikų interneto dienoraščių rašymas labai suaktyvėja rinkimų metu. Todėl interneto dienoraščius tyrinėjo įvairūs autoriai skirtingų šalių rinkimų metu – Ackland, Cornfield, Rainie ir kiti 2004 m. JAV prezidento rinkimų metu, Auty, Coleman, Jackson ir kiti 2005 Didžiosios Britanijos rinkimų metu, Klastrup ir Pedersen 2005 danų parlamento rinkimų metu, Hopkins ir Matheson 2005 m. Naujosios Zelandijos rinkimų metu, Abold ir Heltshe, Ott 2005 m. Vokiečių Bundestago rinkimų metu, Arnold 2007 m. Prancūzijos rinkimų metu (Albrecht, 2007). Struktūrinę interneto dienoraščių analizę plėtojo Hevern, per struktūrinius elementus parodydamas interaktyvaus bendravimo, savęs, kaip bendraujančio asmens pateikimo interneto dienoraščiuose būdus (Hevern, 2004). C. Auty tyrė Didžiosios Britanijos politikų interneto dienoraščius, jų rašymo aktyvumą, žinučių temas, interaktyvumo lygį ir politikų asmenybės požymius dienoraščiuose. Ji priėjo išvados, kad didžioji dalis tiriamų dienoraščių buvo rašomi pastoviai, kai kurie kiekvieną dieną. Kalbant apie interaktyvumą, ji aprašė kelis dienoraščius be interaktyvių elementų, be to kai kurių dienoraščių skaitytojai reaguodavo į kiekvieną įrašą, o kiti dienoraščiai praktiškai nebuvo komentuojami.

Politikų interneto dienoraščius taip pat analizavo R. Blood, T. Crampton. Crampton analizavo kaip interneto dienoraščių autoriai formuoja bendruomenes bei patį interneto dienoraščių rašymą kaip tam tikrą opozicijos formą (Auty, 2005). S. Albrecht ir kiti tyrė interneto dienoraščių naudojimą vokiečių Bundestago rinkimuose 2005 m. Juos domino kaip naujas komunikacijos kanalas – interneto dienoraščiai gali pakeisti rinkimų komunikaciją. Interneto dienoraščių skaitytojai tikėjosi, kad dienoraščiai bus alternatyvus informacijos šaltinis, bet daugumos politikų dienoraščiai juos nuvylė. Jie pritaria Howard, kuris mano, kad politikų interneto dienoraščiai gali paskatinti politinės komunikacijos erdvės internete susiskaldymą, kadangi nuorodomis politikų interneto dienoraščiai siejasi su panašių pažiūrų politikų interneto dienoraščiais ar svetainėmis. Šis tyrimas parodė, kad nors daugelis partijų ir kandidatų naudojo interneto dienoraščius kaip komunikacijos su auditorija kanalą, tik nedaugelis autorių išnaudojo interneto dienoraščių privalumus lyginant su kitais komunikacijos kanalais. Visgi jie priėjo išvados, kad interneto dienoraščiai užpildo politinės komunikacijos nišą. Žinomų autorių dienoraščiai arba dažnai lankomuose interneto portaluose esantys dienoraščiai pritraukė daugiausiai dėmesio sprendžiant pagal komentarų skaičių. Priebruožų, kurie padeda pritraukti daugiau interneto dienoraščio auditorijos šie autoriai priskyrė nuoširdumą, bei tai, kad dienoraščiai rašomi seniai ir pastoviai (Albrecht, 2007). N. Jackson tyrė interneto dienoraščių naudojimą 2005 m. Didžiosios Britanijos rinkimų metu. Jis tyrė ne asmeninius, o partijų dienoraščius ir padarė išvadą, kad didžioji dauguma dienoraščių buvo naudojami kaip dar vienas vertikalus politinės komunikacijos kanalas (Jackson, 2006). R. Rogers, tyręs JAV politikų interneto dienoraščius ir jų santykį su naujienomis, padarė išvadą, kad interneto dienoraščiuose nagrinėjamos temos yra kitokios ir tyrinėjamos kitaip, nei tradicinės žiniasklaidos naujienose (Rogers, 2005). Panašias išvadas padarė ir vokiečių dienoraščius tyrinėję S. Albrecht ir kiti (Albrecht, 2007). Politikų interneto dienoraščius teoriniu požiūriu tyrinėjo E. Siapera (Siapera, 2008). Visgi, politinė komunikacija internete pastoviai vystosi, vis daugiau politikų pradeda rašyti interneto dienoraščius, todėl šios srities tyrimai turėtų būti periodiškai atnaujinami. Interneto naudojimą politinei komunikacijai tyrę autoriai teigia, kad dėl palyginti nesenos šio komunikacijos kanalo naudojimo politiniais tikslais istorijos visi tyrimai yra daugiau žvalgomojo, o ne hipotezių tikrinimo pobūdžio (Lusoli, 2005).

Politikų interneto dienoraščiai gali būti analizuojami įvairias aspektais. Atliekant toliau aprašytą tyrimą buvo vadovaujama V. Hevern interneto dienoraščių struktūros analize bei daugelio autorių (S. Albrecht ir kitų) atliktais dienoraščių rašymo ir komentavimo intensyvumo tyrimais. Dienoraščio struktūrinių elementų analizė parodo kokio interakcijos lygio autorius tikisi sulaukti iš auditorijos ir kiek savo dienoraštį sieja su kitais dienoraščiais ar šaltiniais internete, o

dienoraščio rašymo ir komentavimo intensyvumas gali parodyti kiek dienoraštis naudojamas komunikacijai su auditorija, kiek auditorija reaguoja į dienoraščio įrašus.

### ***3.2. Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūros 2008 m. tyrimas***

Toliau pateikiamas tyrimas, kurio tikslas – išanalizuoti Lietuvos politikų dienoraščius 2008 m., iširti jų struktūrą bei ją sudarančius elementus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Analizuojant pirmųjų interneto dienoraščių įrašų datas pateikti Lietuvos politikų interneto dienoraščių kūrimo progresiją.
2. Analizuojant 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d. įrašus ir komentarus įvertinti dienoraščių rašymo ir komentarų pateikimo aktyvumą.
3. Išanalizuoti tekstinius, grafinius ir interaktyvius interneto dienoraščių struktūros elementus.
4. Nagrinėjant interaktyvius elementus įvertinti dienoraščio komunikacijos pobūdį (komunikacija vertikali ar horizontali, vienkryptė ar daugiakryptė, ar prie turinio kūrimo prisideda ne tik autorius, bet ir auditorija, ar skaitytojams pateikiama galimybė susisiekti su autoriumi)

Hipotezės

1. Artėjant 2008 m. Seimo rinkimams Lietuvos politikai pradėjo aktyviau kurti ir naudoti interneto dienoraščius kaip komunikacijos su auditorija priemonę.
2. Lietuvos politikų interneto dienoraščiuose 2008 m. buvo daug tekstinių, bet trūko interaktyvių struktūros elementų.

Tyrimas vyko 2008 m. rugsėjo 1 d. – lapkričio 1 d. Šiam tyrimui naudoti 54 Lietuvos politikų interneto dienoraščiai. Tyrimui naudoti visi dienoraščiai, kuriuos pavyko rasti naudojantis Google paieškos sistema, pagal Vyriausios rinkimų komisijos kandidatų sąrašus, Europarlamentarų sąrašą ir partijų bei politikų interneto svetainėse ir dienoraščiuose esančias nuorodas. 48 interneto dienoraščiai - Seimo rinkimuose 2008 m. dalyvavusių politikų asmeniniai interneto dienoraščiai. 6 – Lietuvos Europarlamentarų asmeniniai interneto dienoraščiai. Tyrimui naudoti visi dienoraščiai atitinkę šiuos kriterijus:

- bent dalis įrašų rašomi pirmuoju asmeniu;

- bent dalis įrašų atspindi autoriaus asmeninę nuomonę įvairiais klausimais;
- įrašai išdėstyti atvirkštine chronologine tvarka.

Tyrimui atlikti buvo taikomi stebėjimo ir kiekybinės turinio analizės metodai. Atlikta Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūros analizė - nagrinėti dienoraščių struktūriniai elementai, pirmasis dienoraščio puslapis, seniausi archyvo įrašai, papildomi puslapiai apie dienoraščio autorių, kontaktiniai autoriaus duomenys. Interaktyviais elementais šiame tyrime vadinami tokie elementai, kurie lemia dienoraščio ryšius su už dienoraščio ribų esančiais informacijos resursais arba su asmenimis, kurie sudaro dienoraščio auditoriją. Interaktyvių elementų analizė leido nustatyti dienoraščio ryšius su kitais dienoraščiais (nuorodos), dienoraščio autoriaus ryšius su auditorija (komentarai, autoriaus kontaktiniai duomenys). Buvo tiriama ar interneto dienoraštyje skatinamas auditorijos atsakas, komunikacija, debatai, ar jame yra tam reikalingi struktūriniai elementai. Taip buvo siekiama išsiaiškinti ar interneto dienoraštis naudojamas kaip vienaspusis komunikacijos kanalas, ar išnaudojamos daugiakryptės komunikacijos galimybės interneto dienoraščių bendruomenėse, ar dienoraštyje vykstančios komunikacijos pobūdis vertikalus, ar horizontalus. Taip pat atlikta dienoraščių kiekybinė analizė – nagrinėtas įrašų ir komentarų dažnumas laikotarpiu 2008 m. nuo rugsėjo 1 d. iki lapkričio 1 d. Toks laikotarpis pasirinktas todėl, kad spalio 12 d. vyko rinkimai į Lietuvos Respublikos Seimą ir buvo siekiama išsiaiškinti ar politikų interneto dienoraščių rašymo intensyvumas padidėjo minėtuoju laikotarpiu. Buvo tiriama:

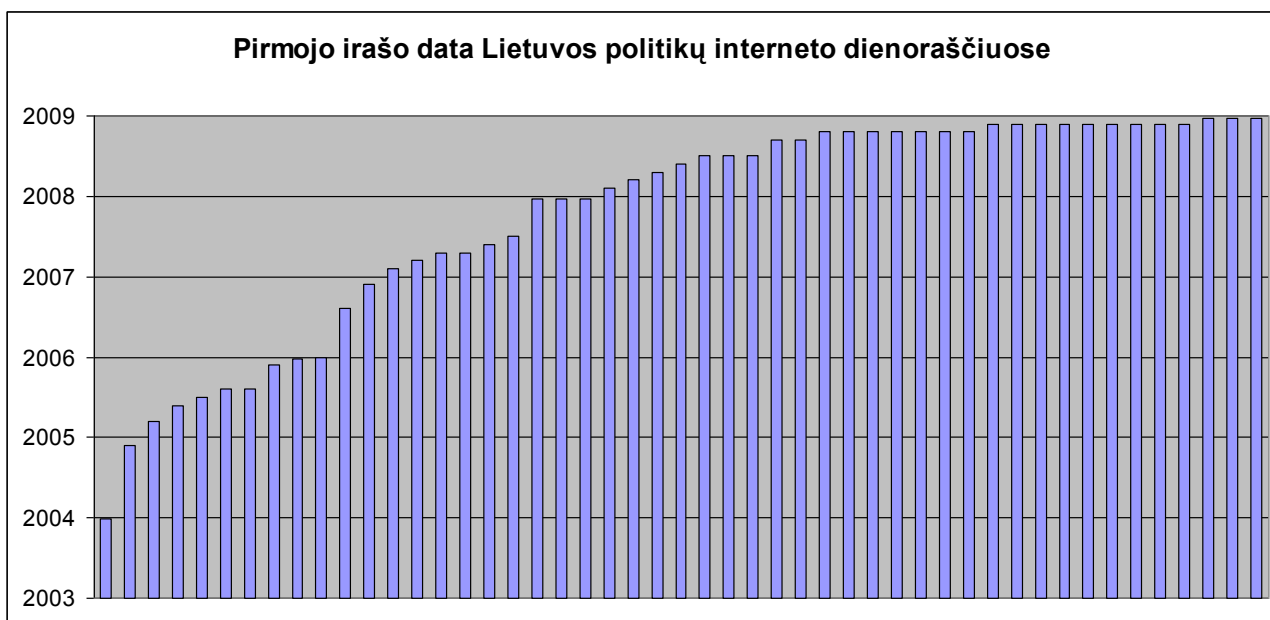
- kiek naujų įrašų buvo parašyta minėtu laikotarpiu;
- kiek įrašų buvo komentuojami minėtu laikotarpiu;
- kiek komentarų iš viso parašyta minėtu laikotarpiu.



### 3.3. Tyrimo rezultatai

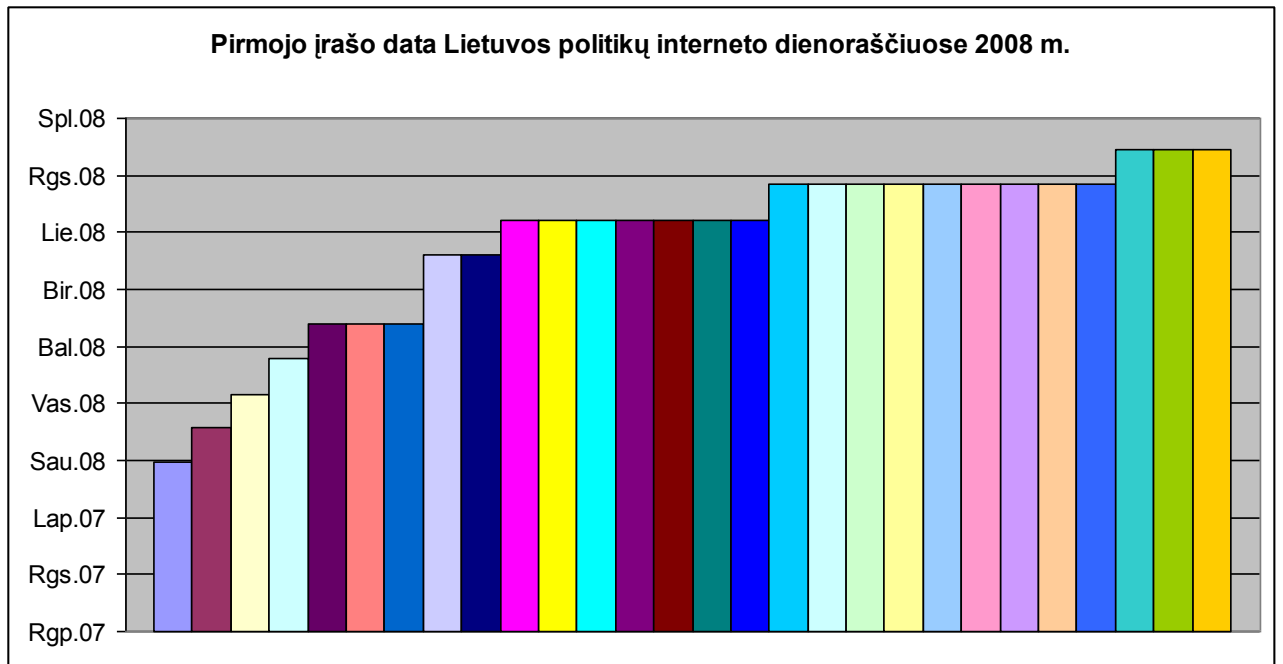
#### 3.3.1. Pirmojo įrašo data

Kaip jau minėta, siekiant nustatyti dienoraščio sukūrimo datą, analizuoti seniausią dienoraščių įrašą. Seniausias įrašas lietuvių politiko interneto dienoraštyje yra 2003 m. gruodį parašytas įrašas Loretos Kudarienės dienoraštyje. 2004 m. pradėtas rašyti vienas dienoraštis, 2005 m. parašyti pirmieji įrašai devyniuose dienoraščiuose, 2006 m. dvejuose, 2007 m. – dvylikoje, 2008 m. – dvidešimt devyniuose.



Lentelė 3

2008 m. pradėti rašyti dvidešimt devyni interneto dienoraščiai. Ypač daug interneto dienoraščių pradėta rašyti 2008 m. rugpjūčio (7 dienoraščiai) ir rugsėjo (9 dienoraščiai) mėn.



Lentelė 4

Galima daryti prielaidą, kad prieš 2008 m. Seimo rinkimus apribojus tradicinės politinės reklamos galimybes, politikai ieškojo naujų bendravimo su auditorija būdų ir kai kurie tam pradėjo naudoti interneto dienoraščius.

### 3.3.2. Rašymo ir komentavimo intensyvumas 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d.

Kiekybiškai analizuojant interneto dienoraščių rašymo intensyvumą 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d. buvo tiriama kiek naujų įrašų parašyta minėtuju laikotarpiu. Be to, buvo analizuojamas auditorijos atsakas į autorius įrašus – buvo skaičiuojama kiek autorius įrašų buvo komentuojami ir kiek komentarų iš viso buvo parašyta minėtu laikotarpiu. Skaičiavimus apsunkino tai, kad šešiuose dienoraščiuose prie įrašų nebuvo datų, todėl jie nebuvo įtraukti į šiuos skaičiavimus. Kadangi analizuoti rinkimuose dalyvavusių politikų dienoraščiai, galima buvo daryti prielaidą, kad jų dienoraščiai šiuo laikotarpiu buvo pastoviai pildomi. Visgi tokių dienoraščių, kurie buvo pildomi dažniau, nei du kartus per savaitę buvo 15%, o dažniau nei kartą per savaitę 27%, dažniau nei kas dvi savaites dienoraščius pildė 19%, rečiau nei kas dvi savaites 27%, o visiškai nepildė 12,5% politikų.

Lietuvos politikų interneto dienoraščių pildymas

2008 09 01-11 01

	Dienoraščių skaičius	Procentai
Dažniau nei du kartus per savaitę	7	14,6
Dažniau, nei vieną kartą per savaitę	13	27,1
Dažniau nei kas dvi savaites	9	18,8
Rečiau nei kas dvi savaites	13	27,1
Nėra įrašų tuo laikotarpiu	6	12,5

Lentelė 5

Europarlamentarai minėtuoju laikotarpiu dideliu dienoraščių rašymo aktyvumu nepasižymėjo. Vidutiniškai per keturias savaites Lietuvos politikai dienoraščiuose įrašydavo po 5,8 įrašo.

Daugiausia įrašų buvo A.Zuoko dienoraštyje – 58. Beveik visi - 54 šio dienoraščio įrašai buvo komentuojami ir gana intensyviai, nes iš viso minėtu laikotarpiu buvo parašyti 1392 komentarai. 14 dienoraščių nebuvo komentarų rašymo galimybių, nors įrašų tuose dienoraščiuose minėtu laikotarpiu buvo. Tokių dienoraščių, kuriuose, nors ir buvo įrašų, bet nebuvo komentarų – 12 (43%), o tokių dienoraščių, kurių visi minėtojo laikotarpio įrašai būtų komentuojami 5 (18%).

## Lietuvos politikų interneto dienoraščių komentavimas

2008 09 01-11 01

	Dienoraščių skaičius	Procentai
Įrašai nekomentuojami	12	42,9
Komentuojama mažiau nei 50% įrašų	6	21,4
Komentuojama daugiau nei 50% įrašų	1	3,6
Komentuojama daugiau, nei 75% įrašų	4	14,3
Komentuojami visi įrašai	5	17,9

Lentelė 6

Bendras komentarų skaičius minėtuoju laikotarpiu tuose dienoraščiuose, kuriuose buvo įrašų ir buvo bent vienas komentaras, pateikiamas lentelėje. Daugumos dienoraščių, kurių įrašai buvo komentuojami minėtu laikotarpiu autoriai yra daugiau ar mažiau žinomi politikos veikėjai, o ne pirmą sykį kandidatuojantys naujokai, išskyrus A. Valinską, kuris, nors ir kandidatavo pirmą sykį, yra visuomenėje žinomas asmuo.

Lietuvos politikų interneto dienoraščių bendras komentarų skaičius

2008 09 01-11 01

2008 09 01-2008 11 01	
Autorius	Kiek komentarų tuo laikotarpiu
Jonas Bartkus	1
Vaidotas Matutis	1
Pranas Žeimys	3
Petras Auštrevičius	8
Loreta Kudarienė	10
Naglis Puteikis	17
Virginija Baltraitienė	30
Vytautas Grubliauskas	31
Artūras Laktionkinas	33
Arūnas Valinskas	38
Justas Paleckis	47
Remigijus Žemaitis	70
Edvardas Galvanauskas	118
Andrius Kubilius	127
Vitas Matuzas	154
Artūras Zuokas	1392

Lentelė 7

### 3.3.3. Dienoraščių struktūriniai elementai

Pagal pateikiamos informacijos formą, kiekvieno interneto dienoraščio struktūriniai elementai buvo sugrupuoti pagal tokias pirmines charakteristikas:

- tekstines (tekstai, užrašai);
- grafines (paveikslėliai, nuotraukos, logotipai);

- interaktyvias (komentarų rašymo galimybės, nuorodos į kitus dienoraščius ar svetaines, elementai, kurie sieja dienoraštį su už dienoraščio ribų esančiais informacijos šaltiniais ir skatina kontaktą tarp autoriaus ir auditorijos).

Tokius elementus interneto dienoraščių struktūros tyrime išskyrė ir kiti autoriai (V.W.Hevern). Kadangi interneto technologinės galimybės vis didėja ir atsiranda naujų informacijos perdavimo formų, išnagrinėjus interneto dienoraščių elementus, šį sąrašą reikėjo papildyti dar dviem kategorijom – garsiniais ir multimedijos elementais. Taigi, išsamus interneto dienoraščių elementų sąrašas pateikiamas lentelėje.

#### Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūriniai elementai

<b>Tekstiniai elementai (17)</b>
Autoriaus vardas, pavardė
Autoriaus pareigos
Autoriaus numeris rinkimų sąrašuose
Pasveikinimas
Šūkis
Autobiografinė informacija
Dienoraščio turinys
Dienoraščio archyvas
Autoriaus darbotvarkė
Apklausa
Įrašų temos
Naujausi įrašai
Populiariausi įrašai
Paieška
Įrašai
Kontaktai – adresas
Kontaktai – telefonas
<b>Grafiniai (8)</b>
Autoriaus nuotrauka
Partijos logotipas

Vietovių nuotraukos
Šeimos nuotraukos
Bendradarbių nuotraukos
Darbo aplinkos nuotraukos
Laisvalaikio nuotraukos
Renginių nuotraukos
<b>Garsiniai (1)</b>
Audio dienoraštis
<b>Multimedijos (2)</b>
Video dienoraštis
Televizijos laidų įrašai
<b>Interaktyvūs (6)</b>
Kontaktai - el.pašto adresas
Kontaktai - skype
Komentarai
Nuoroda į autoriaus biografiją wikipedijoje
Nuorodos į kitas svetaines
Nuorodos i kitus dienoraščius

Lentelė 8

Visuose interneto dienoraščiuose buvo nurodytas autoriaus vardas ir pavardė. Autoriaus pareigos pirmajame puslapyje buvo nurodytos 20 interneto dienraščių (37%). 16 (29.6%) politikų savo užimamas pareigas nurodė ne pirmajame puslapyje, o puslapyje, kuriame buvo pateikiami biografiniai duomenys. Iš viso pareigas nurodė 66,7% arba 36 interneto dienoraščių autoriai. Duomenis rinkimams - savo numerius sąrašuose ir partijos numerius sąrašuose nurodė 16,7% (9) politikų. Kiti pirmojo puslapio elementai - pasveikinimas buvo 9,3% (5), šūkis 33,3%, (18) dienoraščiuose, paieška 5.6% (3), įrašų antraštės ar pirmieji sakiniai (visuose dienraščiuose).

Keli elementai leido naršyti po dienoraščio turinį – paspaudus nuorodas atsidarydavo puslapiai, kuriose pateikiama autobiografinė informacija, naujienos, dienoraščio turinys, dienoraščio archyvas, autorius darbotvarkė, apklausa, įrašai pagal temas, naujausi įrašai, populiariausi įrašai, įrašai, komentarai, naujausi komentarai, kontaktiniai duomenys.

Dienoraščių turinyje pateikiama įvairi informacija pradedant autorių nuomone apie įvairius politinius įvykius ar problemas, autorių kreipimaisi į auditoriją įvairiomis progomis iki autoriaus darbų ar susitikimų aprašymo. Lietuvos politikų interneto dienoraščių turinys dažniausiai surašytas stulpeliu, puslapio viduryje, jame chronologiškai išdėstyti autoriaus tekstai, naujausi tekstai viršuje, seniausi – apačioje. Dažniausiai šalia pirmųjų įrašo eilučių yra ir parašymo data. Keturių dienoraščių įrašai buvo be datų. Daugumoje dienoraščių pirmame puslapyje pateikiami tik pirmieji teksto sakiniai, o paspaudus nuorodą atsidaro visas tekstas su skaitytojų komentarais apačioje. Kartais tekstai iliustruojami grafiniais elementais – paveikslėliais ar nuotraukomis. Autoriaus tekstų stulpelį galima vadinti pagrindiniu komunikacijos tarp dienoraščio autoriaus ir auditorijos kanalu. Be jo, dažnai interneto dienoraščiuose yra ir papildomų informacijos pateikimo kanalų. Šalia pagrindinio stulpelio dažnai būna mažesnis stulpelis, kuriame sudėtos interaktyvios nuorodos į straipsnių temas, autoriaus biografiją, naujausius komentarus. Papildomuose kanaluose dažnai pateikiamos interaktyvios nuorodos į įrašus tam tikra tema, autoriaus biografiją, archyvo įrašus, naujausius lankytojų komentarus, oficialius to politiko tekstus, kitų politikų ar partijų dienoraščius ar interneto svetaines ir kitką. Lietuvos politikų interneto dienoraščiuose papildomas kanalas dažniausiai buvo dienoraščio turinys – jį turėjo 85,2% (arba 46) interneto dienoraščiai, nuoroda į kitas svetaines turėjo 64,8% (35), dienoraščio archyvą ir autoriaus darbotvarkę turėjo po 20,4% (11), apklausą kokia nors aktualia tema 16,7% (9), įrašų grupavimo pagal temas galimybę 14,8% (8) interneto dienoraščiai. Dar interneto dienoraščiuose buvo tokių papildomų kanalų – naujausi įrašai (7,4% - 4), naujausi komentarai (5,6% - 3), paieška (5,6% - 3) populiariausi įrašai (3,7% - 2).

Pirmajame puslapyje pateikiami grafiniai interneto dienoraščių elementai buvo autoriaus nuotraukos (jos buvo 85,2% arba 46 dienoraščiuose), partijų logotipai (29,6% arba 19 dienoraščių), vietovių nuotraukos (18,5% arba 10 dienoraščių). Kituose interneto dienoraščių puslapiuose buvo pateikiami tokie grafiniai elementai – šeimos nuotraukos, bendradarbių nuotraukos, darbo, laisvalaikio, renginių nuotraukos.

Kadangi šiuolaikinės kompiuterinės technologijos leidžia lengvai kurti ir platinti įvairios formos, ne tik tekstines ir grafines žinutes, yra dienoraščių, kuriuose buvo garsinių elementų – audio dienoraščio įrašų (3,7% arba 2 dienoraščiai) ir multimedijos elementų – video dienoraščio įrašų (25,9% arba 14 dienoraščių) ir televizijos laidų įrašų (13% arba 7 dienoraščiai).



Interneto dienoraščiai nuo įprastų komunikacijos su auditorija priemonių skiriasi interaktyvumu. Interaktyvumas apima specifines dienoraščio savybes susieti dienoraščio turinį su kitais informacijos šaltiniais ar dienoraščio autoriaus mintis su skaitytojų mintimis. Šias savybes leidžia įgyvendinti tokie interaktyvūs dienoraščio struktūros elementai kaip komentarai ir nuorodos. Prie interaktyvių elementų galima priskirti ir nuorodas, kurios leidžia tiesiogiai susisiekti su dienoraščio autoriumi – jo elektroninio pašto adresas ar skype vartotojo vardo. Elektroninio pašto adresą nurodė 59% (32) dienoraščių autorių, skype vartotojo vardą – vienas politikas. Jokių kontaktinių duomenų nenurodė 35,2% (9) politikų.

Nuorodos yra svarbus dienoraščio interaktyvumo požymis, jungiantis jį su kitais dienoraščiais ir taip formuojama interneto dienoraščių visuma. Nuorodas į kitus dienoraščius turėjo 13% (7) interneto dienoraščiai, nuorodas į kitų politikų asmenines interneto svetaines pateikė 20,4% (11) dienoraščių, nuorodas į organizacijų interneto svetaines pateikė 35,2% (19) interneto dienoraščių autorių. Jokių nuorodų nebuvo 35,2% (19) Lietuvos politikų interneto dienoraščių. Nuorodos į autoriaus biografiją interneto enciklopedijoje Wikipedia buvo 3,7% (2) dienoraščiuose.

Lietuvos politikų interneto dienoraščių yra įvairių – visai paprastų tekstų su keliomis nuorodomis ir nuotrauka, kuriam sukurti reikėjo minimalių kūrybinių bei programavimo žinių, iki gan kūrybiškai sukurtų dienoraščių, kuriuose pritaikyti patrauklūs grafiniai elementai bei patogiai išdėstyti tekstai. Kai kurie interneto dienoraščiai kurti pagal interneto dienoraščių portalo šabloną. Pagal Blogpost.com – 14,8% (8), pagal blogas.lt 5,6% (3). Yra tokių atvejų, kai tos pačios partijos narių interneto dienoraščiai kuriami pagal tą patį šabloną (po 3,7% LiCS (2) ir NS (2)).

Komentarų rašymo galimybės taip pat išskiria interneto dienoraščius iš kitų virtualios komunikacijos metodų. Visgi ne visi politikai išnaudojo šią interaktyvaus bendravimo su auditorija galimybę. 35,2% (19) interneto dienoraščių nebuvo komentarų rašymo galimybių. 64,8% (35) dienoraščių komentarų rašymo galimybės buvo. Nagrinėjant įrašų komentavimo tendencijas 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio d. laikotarpiu pastebėtas didelis skirtumas tarp daugiausiai komentarų sulaukusio dienoraščio komentarų skaičiaus ir kitų dienoraščių komentarų skaičiaus. Daugiausia įrašų ir komentarų buvo A.Zuoko dienoraštyje – 58, 54 rašai buvo komentuojami ir gana intensyviai, nes iš viso minėtu laikotarpiu buvo parašyta 1392 komentarai. 14 dienoraščių nebuvo komentarų rašymo galimybių, nors įrašų tuose dienoraščiuose minėtu laikotarpiu buvo. Tokių dienoraščių, kuriuose, nors ir buvo įrašų, bet nebuvo komentarų – 12 (42,9%), o tokių dienoraščių, kurių visi minėtojo laikotarpio įrašai būtų komentuojami 5 (17,9%).

Nagrinėjant interneto dienoraščių autorių ir auditorijos kontakto galimybes buvo pastebėta, kad interneto dienoraščių, kuriuose nebuvo jokių atgalinio atsako galimybių – tai yra nebuvo nei komentarų rašymo galimybės, nei autoriaus kontaktinių duomenų buvo 14.8% (8). Kituose dienoraščiuose nors ir nebuvo komentarų rašymo galimybių, buvo nurodyti autoriaus kontaktiniai duomenys. Tokių dienoraščių buvo 31.5% (17). Tokių dienoraščių, kuriuose nebuvo autoriaus kontaktinių duomenų, bet buvo komentarų rašymo galimybė buvo 25.9% (14).

### **3.3.4. Dienoraščių interaktyvūs elementai**

Interneto dienoraščio autorius pats nustato dienoraščio interaktyvumo lygį. Vertinant Lietuvos politikų interneto dienoraščių komunikacijos pobūdį, galima teigti, kad kadangi nebuvo komentarų rašymo galimybių, 35,2% interneto dienoraščių autorių dienoraščius naudojo kaip dar vieną vienpusės komunikacijos kanalą ir nesiekė aktyvaus komunikacijos proceso dienoraščiuose. Jų dienoraščiai beveik nesiskiria nuo interneto svetainių. Šiuose interneto dienoraščiuose komunikacija vyksta kaip tradicinės žiniasklaidos kanalu, ji yra vienpusė ir neišnaudojamos interneto dienoraščių galimybės auditorijai dalyvauti dienoraščio kūrimo procese. Šiuose dienoraščiuose tiesiog pateikiamas turinys, o ne skatinama jį vartoti. Visgi didesnė pusė – 64,8% interneto dienoraščių komentarų rašymo galimybės buvo, taigi, buvo sukurtos galimybės vykti daugiakryptei, horizontaliai komunikacijai. 14,8% nagrinėtų interneto dienoraščių komunikacija buvo griežtai vertikali, vienpusė, nes juose nebuvo nei autoriaus kontaktinių duomenų, nei įrašų komentavimo galimybių. Juose nebuvo kitokios komunikacijos galimybes lemiančių struktūrinių elementų. 31,5% interneto dienoraščių komunikacija buvo vienkryptė, kadangi nebuvo komentarų rašymo galimybių, bet buvo nurodyti autoriaus kontaktiniai duomenys – taigi atgalinis ryšys galėjo vykti asmeninių, viešai nematomų kontaktų su dienoraščio autoriumi metu. O 25,9% dienoraščių nebuvo asmeninio kontakto galimybių, kadangi dienoraščių autoriai nenurodė savo kontaktinių duomenų, bet buvo viešos, daugiakryptės komunikacijos galimybės, kadangi buvo galimybės komentuoti įrašus.

Nagrinėjant auditorijos reakciją į interneto dienoraščių įrašus 2008 m. rugsėjo 1 – lapkričio 1 d. matosi, kad komunikacijos interneto dienoraščiuose galimybės buvo naudojamos nedaug. 42,9% interneto dienoraščių, nors ir turėjo minėtu laikotarpiu prašytų įrašų, nebuvo komentuojami. Mažiau nei pusė įrašų buvo komentuojama 21,4% dienoraščių. Taigi, didesnė pusė interneto dienoraščių sulaukė mažai komentarų arba jų nesulaukė visiškai. Tokių dienoraščių, kuriuose būtų

komentuojami visi arba beveik visi (daugiau nei trys ketvirtadaliai) įrašai buvo atitinkamai 17,9% ir 14.3%. Visgi yra viena išimtis - A.Zuoko dienoraštis, kuris beveik kas dieną buvo pildomas naujais įrašais ir didelė dalis įrašų buvo komentuojami. Iš viso minėtu laikotarpiu šis dienoraštis susilaukė 1392 komentarų, o tai žymiai daugiau už kitų dienoraščių komentarus. Reiktų paminėti, kad dienoraščio autorius reagavo į skaitytojų komentarus ir diskutavo su auditorija. Galima daryti prielaidą, kad tokio populiarumo šis dienoraštis sulaukė todėl, kad jo autorius yra žinomas politikas, jis populiarina dienoraštį įvairiomis priemonėmis, be to, dienoraštį rašo pastoviai ir reaguoja į auditorijos atsaką, taigi atsako į anksčiau minėtus auditorijos lūkesčius.

Nuorodos yra kitas svarbus interneto dienoraščių struktūros elementas, rodantis ar autorius sieja dienoraštį su kitais informacijos šaltiniais internete, ar naudoja dienoraštį kaip atskirą, izoliuotą informacijos pateikimo kanalą. Savo dienoraščius su interneto dienoraščių visuma siejo 13% interneto dienoraščių autorių, kadangi dėjo nuorodas į kitus interneto dienoraščius. Savo dienoraščius su kitais informacijos šaltiniais internete siejo 64,8% politikų, kadangi jų dienoraščiuose buvo nuorodų į kitus dienoraščius, asmenų ar organizacijų interneto svetaines. Dienoraščius kaip atskirą, izoliuotą komunikacijos kanalą naudojo 35,2% Lietuvos politikų, kadangi jų dienoraščiuose nebuvo jokių nuorodų į už dienoraščio ribų esančius šaltinius.

Lyginant su ankstesniais tyrimais, šio tyrimo rezultatai yra panašūs. Kaip ir kitose šalyse (Vokietijoje ir Didžiojoje Britanijoje 2005 m.), artėjant rinkimams Lietuvos politikai pradėjo intensyviau kurti interneto dienoraščius. Visgi Lietuvos politikai dienoraščius rašė ne taip intensyviai, kaip kitų šalių politikai. Pavyzdžiui vokiečių politikai rašė dienoraščius daug aktyviau - vidutiniškai 14,5 įrašo per keturias savaites (Albrecht, 2007), tuo tarpu lietuviai – 5,8 įrašo. Kaip ir kitose šalyse, Lietuvoje nepavyko nustatyti tiesioginio ryšio tarp dienoraščio įrašų dažnumo ir komentarų kiekio. Šį aspektą reiktų patyrinti išsamiau. V. Havern, atlikęs tyrimą 2004 m., buvo išskyręs mažiau interneto dienoraščių struktūrinių elementų charakteristikų – tekstines, grafines ir interaktyvias. 2008 m. interneto dienoraščiuose jau daugiau charakteristikų – prisideda garsinės ir multimedijos. Kaip ir kitų šalių (Didžiosios Britanijos 2005 m.) politikų interneto dienoraščiuose, taip ir Lietuvoje, ne visuose dienoraščiuose buvo interaktyvių elementų. Taigi, Lietuvos politikai, kaip ir kitų šalių politikai, interneto dienoraščius naudoja daugiau informacijos pateikimui, o ne komunikavimui su auditorija. Taigi, kaip ir kiti tyrimai, šis tyrimas parodė, kad Lietuvos politikų interneto dienoraščiai naudojami labiau kaip vienas iš tradicinių komunikacijos su auditorija kanalų, nedaugelis politikų išnaudoja interaktyvaus bendravimo dienoraščiuose galimybes.

## Išvados

Interneto naudojimas nuo alternatyvaus komunikacijos kanalo pakito iki skaitmeninių bendruomenių formavimosi ir bendravimo terpės. Skaitmeninės bendruomenės bendrauja įvairiais būdais – diskusijų grupėmis, socialiniais tinklais ir interneto dienoraščiais. Interneto dienoraščiai kaip bendravimo būdas ypatingi tuo, kad jų autorius gali reguliuoti interaktyvumo (dienoraščio ryšių su išorės šaltiniais ir asmenims) lygį naudodamas specifinius dienoraščio struktūros elementus. Parašydamas žinutę dienoraščio autorius užduoda pokalbio temą, o skaitytojai komentuodami žinutę pratęsia tą temą ir taip prisideda prie dienoraščio turinio kūrimo. Nuorodos gali perkelti dienoraštyje vykstančią diskusiją į kitus dienoraščius ar interneto svetaines. Daugelio šalių politikai, susiduriantys su visuomenės politiniu abejingumu, galėtų išnaudoti interaktyvaus bendravimo interneto dienoraščiuose galimybes komunikacijai su auditorija. Atviros, nuoširdžios politikų žinutės galėtų įkvėpti auditoriją diskusijoms, politikai pateiktų žiniasklaidos neredaguotą asmeninę nuomonę, sužinotų auditorijos reakciją į tą nuomonę, sužinotų rinkėjų problemas, parodytų auditorijai, kad jiems rūpi visuomenės problemos, o visuomenė galėtų tas problemas išreikšti. Visgi empiriniai tyrimai rodo, kad įvairių šalių politikai nors ir kuria interneto dienoraščius, neišnaudoja tų interaktyvaus bendravimo galimybių, o greičiau naudoja juos kaip dar vieną komunikacijos kanalą šalia kitų tradicinės masinės žiniasklaidos priemonių. Interneto dienoraščio struktūros analizė parodo kokį interaktyvumo lygį autorius nustato dienoraštyje ir kokio pobūdžio komunikacijai ruošiasi naudoti dienoraštį. Lietuvos politikų interneto dienoraščių struktūros 2008 m. tyrimas parodė:

1. Artėjant 2008 m. Seimo rinkimams Lietuvos politikai pradėjo aktyviau kurti interneto dienoraščius.
2. Visgi interneto dienoraščių naudojimas nebuvo didelis.
3. Dienoraščiuose buvo daug įvairių tekstinių, grafinių elementų, atsiranda ir garsinių, multimedijos elementų.
4. Trečdalis Lietuvos politikų interneto dienoraščių neturėjo jokių nuorodų, trečdalis dienoraščių neturėjo komentarų rašymo galimybių.

Pirmoji hipotezė, teigianti, kad artėjant 2008 m. Seimo rinkimams Lietuvos politikai pradėjo aktyviau kurti ir naudoti interneto dienoraščius kaip komunikacijos su auditorija kanalus, pasitvirtino tik iš dalies. Nuo 2003 m., kai pradėtas rašyti pirmasis Lietuvos politiko interneto dienoraštis, dienoraščių skaičius vis didėjo. 2008 m., kai per metus sukurti dvidešimt devyni

dienoraščiai, artėjant rinkimams dienoraščių kas mėnesį buvo sukuriama vis daugiau. Bet nors interneto dienoraščiai ir buvo kuriami, juose nebuvo rašoma daug naujų žinučių. Vidutiniškai per keturias savaites buvo parašoma po 5,8 įrašo. Iš kitos pusės auditorijos reakcija į žinutes taip pat buvo nedidelė. Didesnė pusė interneto dienoraščių sulaukė mažai komentarų arba jų nesulaukė visiškai. Gal būt iš dalies auditorijos atsaką riboja interaktyvių dienoraščių struktūros elementų nebuvimas kai kuriose dienoraščiuose. O gal nedidelio dienoraščių komentavimo priežastis gali būti tiesiog mažas dienoraščių populiarumas, o tai įtakoja dienoraščio saitų su kitais informacijos šaltiniais internete trūkumas. Taigi, Lietuvos politikai prieš Seimo rinkimus nors ir aktyviai kūrė interneto dienoraščius, juos naudojo neaktyviai.

Atroji hipotezė, teigusi, kad Lietuvos politikų interneto dienoraščiuose 2008 m. buvo daug tekstinių, bet trūko interaktyvių struktūros elementų, taip pat pasitvirtino. Daug ir įvairių tekstinių elementų buvo visuose interneto dienoraščiuose. Tokių grafinių elementų, kaip autoriaus nuotrauka buvo 85,2% interneto dienoraščių, tuo tarpu interaktyvių elementų buvo žymiai mažiau, o 14,8% nagrinėtų interneto dienoraščių nebuvo nei autoriaus kontaktinių duomenų, nei įrašų komentavimo galimybių. Daugiau nei trečdalis interneto dienoraščių neturėjo komentarų rašymo galimybės, daugiau nei trečdalis neturėjo jokių nuorodų ir daugiau nei trečdalis politikų dienoraščiuose nenurodė savo kontaktinių duomenų. Interaktyvūs struktūros elementai išskiria interneto dienoraščius iš kitų komunikacijos internete būdų ir jų nebuvimas rodo, kad autorius naudoja dienoraščius kaip bet kurią kitą komunikacijos internete ar realiame gyvenime priemonę.

Šis tyrimas apėmė tik nedidelį Lietuvos politikų interneto dienoraščių rašymo aspektą. Atsižvelgiant į atliktus kitų šalių politikų interneto dienoraščių tyrimus būtų galima tirti žinučių turinį pagal temas, kaip tos temos siejasi su masinėse žiniasklaidos priemonėse aptariamomis temomis ir kitais aspektais. Be to, interneto dienoraščius rašo nedidelė dalis Lietuvos politikų. Sprendžiant iš kitų šalių patirties, ilgainiui politikų interneto dienoraščių turėtų daugėti, todėl būtų aktualu atlikti panašius tyrimus po kitų rinkimų ir palyginti gautus rezultatus. Kadangi su politikų interneto dienoraščiais yra siejamos didelės viltys, netgi manoma, kad jie galėtų tapti viena svarbesnių politinės komunikacijos priemonių, panašius tyrimus reiktų atlikti gerokai padidėjus interneto sklaidai ir kompiuteriniam raštingumui Lietuvoje bei iširti ar tos viltys gali išsipildyti.

## Literatūra:

1. Adamson, G. Internet Futures: A Public Good or Profit Centre? // *Science as Culture*, 2002, vol.11, no.2
2. Albrecht, S., Lubcke, M., Hartig-Perschke, R. Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005 // *Social Science Computer Review*, 2007, no.25, p.504. [žiūrēta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://ssc.sagepub.com/cgi/content/abstract/25/4/504>
3. Auty, C. UK elected representatives and their weblogs: first impressions // *New Information Perspectives*, 2005, vol.57, no.4
4. Cayzer, S. Semantic Blogging and Decentralized Knowledge Management // *Communications of the ACM*, 2004, vol.47, no.12 [žiūrēta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=4&sid=f112e5a3-9ea7-4f9a-92b0-e896edc7c8fe%40SRCSM2>
5. Coyle, Ch., Vaughn, H. Social Networking: Communication Revolution or Evolution? // *Bell Labs Technical Journal*, 2008, vol.13, no.2
6. Coleman, S., Wright, S. Political Blogs and Representative Democracy // *Information Polity*, 2008, vol.13. [žiūrēta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=102&sid=6a39e5da-4c7a-4f00-8af7-e6517acc3243%40sessionmgr102>
7. Cummings, S., Heeks, R., Huzsman, M. Knowledge and Learning in Online Communities in Development: A Social Capital Perspective // *Development Informatics*, 2002, no.16
8. Dearstyne, B. Blogs: The New Information Revolution? // *The Information Management Journal*, 2005, vol.5. [žiūrēta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=106&sid=ddb9e6f-96e6-4a07-8edc-cd4c6b475fdb%40sessionmgr108>
9. DiMaggio, P., Hargittai, E., Robinson, P. Social Implications of the Internet // *Annual Review of Sociology*, 2001, vol.27
10. Furukawa, T., Matsuzawa, T., et al. Analysis of User Relations and Reading Activity in Weblogs // *Electronics and Communications in Japan*, 2006, vol.89, no.12 p.1258-1266. [žiūrēta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=106&sid=09946110-209d-457d-b1c2-ade9bbe1cab0%40sessionmgr102>
11. Garatti, S., Savaresi, S., Bittanti, S. On the relationships between user profiles and navigation sessions in virtual communities: A data-mining approach // *Intelligent Data Analysis*, 2004, vol.8. [žiūrēta 2008 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=106&sid=e14ac844-c8b9-4616-ad3e-7c920c93c750%40sessionmgr102>

12. Gennaro, C., Dutton, W. The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom // *Parliamentary Affairs*, 2006, vol.59, no.2. p.299-313
13. Goldsborough, R. Social Networks vs. Blogs vs. Discussion Groups // *Techdirections*, 2008, Nov, [žiūrėta 2008 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=108&sid=24591c0f-d2fd-46d1-a9f4-2a3d7f5635a2%40sessionmgr102>
14. Graham, G. Community ungrounded: Governance, Learning and Social Change Online, 2003, [žiūrėta 2008 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.tc.ca/end-game7.pdf>
15. Hevern, V.W., Threaded Identity in Cyberspace: Weblogs & Positioning in the Dialogical Self // *An International Journal of Theory and Research*, 2004, no.4, p.321-335. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=4&sid=babb6d85-b81a-44c5-8be6-919fa2f6ae9b%40SRCsM1>
16. Ishii, K., Ogasahara, M., Links between Real and Virtual Networks: A Comparative Study of Online Communities in Japan and Korea // *CyberPsychology&Behavior*, 2007, vol.10, no.2.
17. Jackson, N. Dipping their big toe into the blogosphere. The use of weblogs by the political parties in the 2005 general election // *New Information Perspectives*, 2006, vol.58, no.4 p.292-303
18. Jankowski N., Van Selm m. Internet-Based Political Communication Research // *Javnost-The Public*, 2008, vol.15, no.2. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=116&sid=b841102f-8242-4659-a46e-4fe3df4962ed%40sessionmgr108>
19. Kling, R., Courtright, C. Group Behavior and Learning in Electronic Forums: A Sociotechnical Approach // *The Information Society*, 2003, vol.19, p.221-235 [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=21&sid=4a25aa01-1e80-4ae6-ac30-5713039279de%40SRCsM1>
20. Ko, H., Yin, C., Kuo, F. Exploring individual communication power in the blogosphere // *Internet Research*, 2008, vol.18, no.5, p.541-561
21. Kumar, R., Novak, J. Structure and Evolution of Blogspace // *Communications of the ACM*, 2004, vol.47, no.12. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=106&sid=674c2796-140f-4119-872d-2f1cbec76df2%40sessionmgr108>
22. Lawson-Borders, G., Kirk, R. Blogs in Campaign Communication // *American Behavioral Scientist*, 2005, no.49, p.548. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/49/4/548>
23. Leiner, B.M., Cerf, V. A Brief History of the Internet, 2003. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>
24. Lusoli, W. The Internet and the European Parliament elections: theoretical perspectives, empirical investigations and proposals for research // *Information Polity*, 2005, vol.10. [žiūrėta 2008 m. lapkričio

- 15 d.]. Prieiga per internetą:  
[http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/lusoli\\_2005\\_ip\\_introduction.pdf](http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/lusoli_2005_ip_introduction.pdf)
25. Madden, G., Savage, S.J., Coble-Neal, G. Internet Adoption and Use // Prometheus, 2000, vol.18, no.2. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą:  
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=22&sid=fb00c1d1-50a3-404a-941e-cc4bfdb0e6ae%40sessionmgr8>
26. Mesch, G. The Quality of Online and Offline Relationships // The Information Society, 2006, vol.22, p.137-148.
27. Rak, J., The Digital Queer: weblogs and internet identity // An International Journal of Theory and Research, 2005, vol.28. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą:  
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=106&sid=c10b3bf2-30ac-45dd-83ed-26bed17d6fb6%40sessionmgr103>
28. Rogers, R., Poignancy in the US political blogosphere // New Information Perspectives, 2005, vol.57, no.4.
29. Russo, M. Are Bloggers Representatives of the News Media Under the Freedom of Information Act? // Columbia Journal of Law and Social Problems, 2006, vol.3. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=15&sid=7d345733-f44d-48fd-987d-50dd696222b2%40sessionmgr9>
30. Shahin J. A European history of the Internet // Science and Public Policy, 2006, vol.33, No.9, p.681-693. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą:  
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=9&sid=6a90eedd-3821-48ea-a195-0e6c87bb5de0%40SRCSM2>
31. Siapera, E. The Political Subject of Blogs // Information Polity, 2008, vol.13. [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=102&sid=ca158b30-fbb4-4a3b-8855-d6502a4cd9d7%40sessionmgr104>
32. Vergeer, M., Hermans, L., Analysing online political discussions: methodological considerations // Javnost-The Public, 2008, vol.15, no.2 [žiūrėta 2008 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą:  
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=120&sid=6eb6499c-4e4f-459c-801c-399d83911a07%40sessionmgr102>



## Priedai

Lietuvos politikų interneto dienoraščių pildymas ir komentavimas 2008 09 01 - 11 01

Autorius	Adresas	2008 09 01-2008 11 01		
		Įrašų per laikotarpį	Keli įrašai buvo komentuoti	Kiek komentarų tuo laikotarpiu iš viso
<i>Europarlamentarai:</i>				
Aloyzas Sakalas	<a href="http://www.asakalas.lt">http://www.asakalas.lt</a>	0	0	0
Arūnas Degutis	<a href="http://www.arunasdegutis.lt">www.arunasdegutis.lt</a>	7	negalima	
Danutė Budreikaitė	<a href="http://www.budreikaite.lt/">http://www.budreikaite.lt/</a>	2	0	0
Justas Paleckis	<a href="http://www.paleckis.lt/">http://www.paleckis.lt/</a>	13	13	47
Laima Andrikienė	<a href="http://www.laimaandrikiene.lt/index.php?id=2">http://www.laimaandrikiene.lt/index.php?id=2</a>	0	0	
Vytautas Landsbergis	<a href="http://politika.lt/index.php?cid=9322&amp;new_id=1816">http://politika.lt/index.php?cid=9322&amp;new_id=1816</a>	0	negalima	
<i>Kandidatai:</i>				
Remigijus Žemaitis	<a href="http://remigijaus.lt/">http://remigijaus.lt/</a>	13	13	70
Andrius Kubilius	<a href="http://www.kubilius.lt/">http://www.kubilius.lt/</a>	16	16	127
Agnė Bilotaitė	<a href="http://bilotaite.lt/web/index.php?smth=blog&amp;ID=7">http://bilotaite.lt/web/index.php?smth=blog&amp;ID=7</a>	2	negalima	
Aldonas Staponkienė	<a href="http://www.staponkiene.lt">www.staponkiene.lt</a>	10	negalima	
Algirdas Monkevičius	<a href="http://www.monkevicius.lt">www.monkevicius.lt</a>			
Andrius Šedžius	<a href="http://www.blogas.lt/sedzius/">http://www.blogas.lt/sedzius/</a>	14	0	0
Artūras Laktionkinas	<a href="http://www.laktionkinas.lics.lt">www.laktionkinas.lics.lt</a>	12	8	33
Artūras Paulauskas	<a href="http://www.paulauskas.lt/">http://www.paulauskas.lt/</a>	6	negalima	
Artūras Skardžius	<a href="http://www.skardzius.lt/">http://www.skardzius.lt/</a>	3	0	0
Artūras Zuokas	<a href="http://www.zuokas.lt/lt/">http://www.zuokas.lt/lt/</a>	58	54	1392
Arūnas Valinskas	<a href="http://www.prisikelimopartija.lt/blog">http://www.prisikelimopartija.lt/blog</a>	3	3	38
Audrius Skaistys	<a href="http://skaistys.blogspot.com/">http://skaistys.blogspot.com/</a>	4	0	0
Audronius Ažubalis	<a href="http://azubalis.blogspot.com/">http://azubalis.blogspot.com/</a>	0	0	0
Dainius Pavalkis	<a href="http://www.pavalkis.lt/">http://www.pavalkis.lt/</a>	8	0	0
Denis Michalenko	<a href="http://www.denis.lt/">http://www.denis.lt/</a>	be datų	negalima	
Donatas Jankauskas	<a href="http://www.donatasjankauskas.lt">www.donatasjankauskas.lt</a>	13	negalima	
Edmundas Pupinis	<a href="http://pupinis.lt/">http://pupinis.lt/</a>	5	0	0
Edvardas Galvanauskas	<a href="http://www.galvanauskas.lt/">http://www.galvanauskas.lt/</a>			
Egidijus Skarbalius	<a href="http://skarbalius.blogspot.com/">http://skarbalius.blogspot.com/</a>	15	14	118
Evaldas Jurkevičius	<a href="http://www.jurkevicius.lt/">http://www.jurkevicius.lt/</a>	3	0	0
Evaldas Jurkevičius	<a href="http://www.jurkevicius.lt/">http://www.jurkevicius.lt/</a>	16	negalima	
Irena Degutienė	<a href="http://www.degutiene.lt/">http://www.degutiene.lt/</a>	27	negalima	
Jonas Bartkus	<a href="http://jonas.bartkus.lt/">http://jonas.bartkus.lt/</a>	3	1	1
Juozas Kirdeikis	<a href="http://www.kirdeikis.lt">www.kirdeikis.lt</a>	0	0	0
Justina Vilkauskaitė	<a href="http://www.vitkauskaite.lt">www.vitkauskaite.lt</a>	5	0	0
Kęstutis Daukšys	<a href="http://www.dauksys.lt">www.dauksys.lt</a>	7	negalima	
Konstantinas Pesenka	<a href="http://www.pesenka.lt">www.pesenka.lt</a>			
Laima Mogenienė	<a href="http://www.jusulaima.info/">http://www.jusulaima.info/</a>	3	0	0
Laima Mogenienė	<a href="http://www.jusulaima.info/">http://www.jusulaima.info/</a>	8	negalima	
Loreta Kudarienė	<a href="http://loreta.skopos.lt/">http://loreta.skopos.lt/</a>	10	3	10
Mantas Adomėnas	<a href="http://www.adomenas.lt/?id=3">http://www.adomenas.lt/?id=3</a>	be datų	negalima	
Marius Ulozas	<a href="http://mierka.blogspot.com/">http://mierka.blogspot.com/</a>	1	0	0
Naglis Puteikis	<a href="http://puteikis.blogspot.com/">http://puteikis.blogspot.com/</a>	17	5	17
Nerijus Čapas	<a href="http://www.capas.lt">www.capas.lt</a>	26	negalima	
Petras Auštrevičius	<a href="http://www.austrevicius.lt/">http://www.austrevicius.lt/</a>	35	4	8

Pranas Žeimys	<a href="http://www.zeimys.lt/">http://www.zeimys.lt/</a>	7	2	3
Raimundas Kaminskas	<a href="http://www.kaminskas.lt/Blogas.php">http://www.kaminskas.lt/Blogas.php</a>	30	negalima	
Raimundas Palaitis	<a href="http://www3.lrs.lt/pls/inter/www_tv.show?id=2925,1,5">http://www3.lrs.lt/pls/inter/www_tv.show?id=2925,1,5</a>	0	0	0
Remigijus Bielinskas	<a href="http://bielinskas.lics.lt/main">http://bielinskas.lics.lt/main</a>	14	0	0
Rimantas Šadžius	<a href="http://www.sadzius.lt">www.sadzius.lt</a>	1	negalima	
Saulius Lapėnas	<a href="http://www.slapenas.lt">www.slapenas.lt</a>	be datų	negalima	
Vaida Giraityje	<a href="http://www.giraityte.lt">www.giraityte.lt</a>	4	negalima	
Vaidotas Matutis	<a href="http://matutis.eu/">http://matutis.eu/</a>	51	1	1
Valentinas Mazuronis	<a href="http://www.mazuronis.lt/">http://www.mazuronis.lt/</a>	be datų	galima	
Viktoras Uspaskich	<a href="http://193.200.125.148/">http://193.200.125.148/</a>	be datų	galima	
Virginija Baltraitienė	<a href="http://www.kedainietis.lt/blog/94/">http://www.kedainietis.lt/blog/94/</a>	1	1	30
Vitas Matuzas	<a href="http://www.matuzas.lt/">http://www.matuzas.lt/</a>	29	25	154
Vytautas Gapšys	<a href="http://www.vytautas.gapsys.lt/">http://www.vytautas.gapsys.lt/</a>	be datų	negalima	
Vytautas Grubliauskas	<a href="http://www.grubliauskas.lt">www.grubliauskas.lt</a>	7	6	31
Žilvinas Šilgalis	<a href="http://www.silgalis.lt/">http://www.silgalis.lt/</a>	1	0	0