

Pilietinės aplinkosaugos iniciatyvos ir judėjimai pasitelkus naująsias medijas

Indrė Petrauskaitė

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedros magistrantė
Department of Information and Communication,
Faculty of Communication, Vilnius University,
Master student
Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius
Tel. (8 5) 236 6119
El. paštas: indre.petrauskaite@kf.vu.lt

Pilietinis dalyvavimas ir aktyvus piliečių įsitraukimas į valstybės politinį gyvenimą įvairiomis pilietinio dalyvavimo formomis yra neatskiriama tvaraus valdymo ir darnaus vystymosi dalis. Valstybėse vykdomi regionų plėtros projektai vis dažniau grindžiami darnaus vystymosi principais, ir vienas iš pagrindinių veiksnių – piliečių dalyvavimo skatinimas ir dalyvavimo formų priemonių užtikrinimas. Todėl vis daugiau dėmesio skiriama internetui ir naujosios medijos, kurios leidžia piliečiams lengviau bendradarbiauti, savo nuomonę svarbiais visuomeniniais klausimais pasakyti iniciatyvų internetinėje erdvėje būdu. Išpopuliarėjus socialinių tinklų svetainėms, medijoms tapus lengviau prieinamoms kiekvienam piliečiui, pasaulyje ėmė daugėti pilietinių iniciatyvų, kurios kartais peraugdavo į pilietinius judėjimus ar net revoliucijas. Straipsnyje remiantis socialinių tinklų, viešosios erdvės teorijomis siekiama nustatyti, kokią įtaką internetas ir naujosios medijos daro aplinkosaugos problemų sprendimui pilietiniu lygmeniu.

Reikšminiai žodžiai: aplinkosauga, pilietinės iniciatyvos, naujosios medijos, socialiniai tinklai, viešoji erdvė, internetas, socialinių tinklų svetainės.

Įvadas

Pastarųjų metų įvykiai pasaulyje: arabų tautų pavasaris, opozicijos protestai Rusijoje prieš rinkimų į Dūmą rezultatus, riaušės, išplieskusios Didžiojoje Britanijoje po policijos pareigūnų nušauto juodaodžio ir suvienijusios prieš liberalias politines jėgas, radikaliųjų jėgų suaktyvėjimas – buvo skatinami internete, kai susivienijusios piliečių grupės socialiniuose tinkluose skelbė valdžios slopinamą informaciją, kvietė piliečius jungtis prie protesto akcijų. Todėl politikai, visuomenės atstovai, demokratijos tradicijų stokojančių valstybių lyderiai

susirūpino interneto, naujųjų medijų teikiamų komunikacijos galimybių įtaka pilietiniam dalyvavimui. Išplitus techninėms galimybėms palaikyti ir plėtoti socialinius tinklus, įdomu stebėti, kaip sukurtos internetinės erdvės – *facebook*, *twitter*, *blackberry* – veikia šiuolaikinę visuomenę ir pilietinį dalyvavimą. Pastarieji įvykiai pasaulyje, kai piliečiai vienydamiesi internetinėje erdvėje sukeldavo masinius protestus, kurie nuvertė diktatorius arabų šalyse ar sprendė socialines problemas Anglijoje, rodo teigiamą pilietinių iniciatyvų ir naudojimosi internetu, socialiniais tin-

klais ryšį. Svarbu pažymėti, kad socialinių tinklų poveikis pilietinėms iniciatyvoms akivaizdus ne tik sprendžiant politines žmogaus teisių, laisvės, integracijos ir kitas problemas, bet ir specifinius klausimus, pavyzdžiui, aplinkosaugos. Pastebėta, jog internetas ir naujosios medijos ypač prisidėjo prie piliečių iniciatyvų aplinkosaugos srityje pastaruosius dešimtmečius. Teigiama, jog tik naujų technologijų teikiamos galimybės leido aplinkosaugos problemas iškelti į aukščiausią politinį lygmenį: klimato atšilimo klausimas buvo įtrauktas į Pasaulio prekybos organizacijos, Jungtinių Tautų, Europos Sąjungos darbotvarkes, politiniai lyderiai, pavyzdžiui, JAV prezidentas B. Obama, savo rinkimų lozunguose privalėjo akcentuoti opias aplinkos problemas (Castells, 2009, p. 310–311). Įdomu, jog aplinkosaugą, politinį dalyvavimą ir naująsias medijas gali jungti darnaus vystymosi sąvoka, kurios vartoseną dažnai remiasi ydinga praktika, nes terminas suvokiamas siaurąja aplinkos apsaugos prasme. Taip suvokimo užribyje lieka ketvirtasis darnaus vystymosi komponentas – tvarus valdymas, kuris turėtų būti suvokiamas pirmiausia kaip piliečių aktyvus išitraukimas į valstybės problemų sprendimus. Kitaip sakant, tai politinis visuomenės vystymasis, kuris nėra nuleidžiamas iš viršaus politikų, o kyla iš apačios, t. y. iš piliečių iniciatyvų. Tvaraus valdymo filosofija užtikrina, kad procesai ir pokyčiai valstybėje vyktų taip, kaip reikia piliečiams, kaip diktuoja socialinė aplinka, geografija, istorija ir tradicijos. Šis vystymasis kyla iš pačių piliečių, laikomų pagrindine valstybės ląstele ir demokratijos esme. Vadinasi, pilietinės iniciatyvos ir darnus vystymasis neatsiejami dalykai, o kalbėti apie internetą, socialinių tinklų svetaines, naująsias medi-

jas ir jų galimybes svarbu, nes šios priemonės taip pat prisideda prie naujų pilietinių aplinkosaugos iniciatyvų ir judėjimų.

Straipsnio tikslas yra nustatyti naujųjų medijų ir interneto įtaką pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms ir judėjimams kilti. Straipsnyje nagrinėjama naujųjų medijų, interneto ir socialinių tinklų svetainių įtaka pilietinėms iniciatyvoms aplinkosaugos klausimais. Darbe aplinkosaugos judėjimai ir iniciatyvos laikomi visos kolektyvinio veiksmo formos, nukreiptos prieš destruktivų žmogaus elgesį su natūralia aplinka (Castells, 2006, p. 172). Analizė remiasi dviejų mokslininkų stovyklų tyrinėjimais. Anot vienos stovyklos atstovų R. Putnamo, R. Krauto, N. Nie, L. Erbringo ir kitų, internetas daro neigiamą poveikį piliečių išitraukimui, bendruomeniniam gyvenimui, internetas lėmė, jog žmogus daugiau laiko praleidžia namuose, mažiau bendrauja, o komunikacijos palankumas elektroniniu būdu skatina vienatvę ir depresiją. Taip pat straipsnyje remiamasi M. Castellso, B. Wellmano, J. Robinsono, J. Katzo tyrimais, įrodančiais, jog piliečiai naudodamiesi internetu, socialiniais tinklais yra aktyvesni, labiau linkę išitraukti į bendruomeninę veiklą. Todėl remiantis šių mokslininkų tyrinėjimais straipsnyje keliama empirinė problema: nors pilietinio dalyvavimo ir piliečių išitraukimo tyrimai rodo neigiamą naujųjų medijų ir interneto įtaką pilietiniam dalyvavimui, pilietinės visuomenės rodikliai pasaulyje smunka, tačiau judėjimų ir iniciatyvų specifiniais klausimais, pavyzdžiui, aplinkosaugos, XXI amžiuje tendencingai daugėja.

1. Pilietinės iniciatyvos ir judėjimai

Norint suprasti pilietinių aplinkosaugos iniciatyvų kontekstą būtina apibrėžti svar-

biausius veiksmus, kurie vienaip ar kitaip lemia tas iniciatyvas ir socialinius judėjimus. Apžvelgus aptartų autorių darbus ir tyrinėjimus galima išskirti penkis svarbiausius veiksmus, skatinančius XXI amžiaus pilietines iniciatyvas. Šie veiksniai glaudžiai siejasi tarpusavyje, tačiau galimi nagrinėti atskirai: tai pilietinė visuomenė, socialinis kapitalas, tinklaveika, naujosios medijos ir internetas bei viešoji erdvė. Toliau išsamiau analizuojamas kiekvienas veiksnys aptariant interneto ir naujųjų medijų įtaką kiekvienam iš jų.

Pilietinė visuomenė – demokratijos atspindys

Pilietinė visuomenė svarbi nagrinėjame kontekste kaip rodiklis, pagalbstintis išsiaiškinti piliečių įtaką valstybėje vykstantiems procesams. Iš pilietinės visuomenės galima spręsti, koks yra piliečių indėlis į demokratiją. Pagal bendrą apibrėžimą pilietinė visuomenė laikoma nevyriausybinių savanoriškų visuomenės organizacijų visuma, kuri sudaro tarpinę grandį tarp asmens ir valstybės institucijų. Tai viešojo gyvenimo sritis, kurioje privatus asmenys nepriklausomai nuo valstybės buriasi į bendrijas, reiškia ir įgyvendina savo interesus. Akcentuojama, jog pilietinę visuomenę šiuolaikiniame technologijų ir globalizacijos amžiuje galima laikyti ne tik kaip nuo valstybės nepriklausomų organizacijų visumą, bet ir kaip visuomenę, kuriai būdinga tam tikra pilietiška kultūra, pavyzdžiui, dėmesys viešiesiems reikalams, pasitikėjimas, solidarumas, politinė lygybė, rūpinimasis aplinkosaugos reikalais. Skiriami šie pagrindiniai pilietinės visuomenės bruožai: socialinis pasitikėjimas, priežastiniais ryšiais susijęs su sa-

vanoriškų asociacijų tankiu visuomenėje, ir daromas poveikis demokratijai bei ekonomikai (Politikos mokslų enciklopedinis žodynas, 2007, p. 99). Pilietinę visuomenę galima apibrėžti ir kaip nuo šeimos, rinkos ir valstybės atskirtą areną, kurioje žmonės telkiasi bendrai veiklai siekdami bendrų tikslų. Šis apibrėžimas nurodo dar vieną svarbų veiksnį, lemiantį pilietines iniciatyvas. Tai viešoji erdvė, kurioje susikerta skirtingos vertybės ir interesai, joje telkiasi piliečiai (Žiliukaitė, 2006, p. 11). Vadinasi, viešoji erdvė yra būtina terpė telktis žmonėms, joje aptariamieji viešieji reikalai, gimsta iniciatyvų idėjos.

Taigi galima teigti, jog valstybėje egzistuojant aukštiesiems pilietinės visuomenės rodikliams (pavyzdžiui, gyventojų aktyvumas per rinkimus, formalių pilietinių organizacijų skaičius, piliečių parama politinei bendrijai ir demokratijai) (ten pat, p. 12) galima tikėtis aktyvaus piliečių dalyvavimo sprendžiant įvairias problemas. Aukštas pilietinės visuomenės lygis ir kultūra lemia ir didesnę aplinkosaugos iniciatyvų, kaip viešųjų problemų sprendimų, skaičių šalyje. Pavyzdžiui, Skandinavijos šalys pasižymi aukštais pilietinės visuomenės rodikliais (Putnam, 2001), Švedijoje net 86 proc. gyventojų įsitraukę į savanorišką veiklą, kartu ir aplinkosaugos organizacijų (The Role of Civil Society, 2004, p. 16). Vadinasi, tikėtina, jog Švedijoje lengviau plisti aplinkosaugos iniciatyvoms nei šalyse, kurios pasižymi mažu piliečių aktyvumu.

Tačiau pastebėta, jog padidėjus interneto prieinamumui pilietinė visuomenė pradėjo smukti. R. Putnamas, analizuodamas interneto ir naujųjų medijų įtaką pilietiniam dalyvavimui, prieina išvadą, jog žmonės, praleidę daugiau laiko, pavyz-

džiui, prie televizijos, linkę mažiau domėtis aktualiais klausimais, taip mažėja pilietinis aktyvumas, piliečiai tampa socialiai labiau atsiskyrę (Putnam, 2000). Šie tyrimai paskatino teorijas apie neigiamą naujųjų medijų ir pilietinio dalyvavimo ryšį, apie pilietinės visuomenės galios nykimą sprendžiant opias visuomenės problemas. Tačiau atsirado tyrimų, kurie įrodė, kad naujosios medijos ir internetas teigiamai veikia pilietinę visuomenę ir taip pat skatina aplinkosaugines iniciatyvas (Bryant, 2009, p. 208). Ši teigiamą pokytį geriausia nagrinėti socialinio kapitalo, viešosios erdvės ir socialinių tinklų srityje, nes pilietinė visuomenė yra per plati sąvoka. Tačiau jei pilietinę visuomenę laikome veiksmu, lemiančiu piliečių aktyvumą, iniciatyvas, tada kalbėti apie pilietinės visuomenės eroziją XXI amžiuje negalima, nes piliečių dalyvavimas ne sumažėjo, bet įgavo naujas formas – sumažėjo dalyvavimas tradicinėse organizacijose (partijos, būreliai, draugijos), padidėjo naujose (aplinkosaugos problemų, vartotojų problemų, sporto klubų narių, sveikos mitybos kursų dalyvių) (ten pat, p. 209–210). Internetu ir naujosiomis medijomis besinaudojantys piliečiai gali lengviau susitelkti prie aktualių aplinkosaugos klausimų.

Socialinis kapitalas – kolektyvinio veiksmo indikatorius

Apsibrėžiant pilietinės visuomenės sąvoką buvo išskirtos solidarumo, socialinio pasitikėjimo sąvokos. Jas reikėtų tapatinti ir siesti su socialiniu kapitalu, nes, pasak socialinio kapitalo tyrinėtojo R. Putnamo, socialinis kapitalas lemia pilietinės visuomenės lygį valstybėje (Putnam, 2001, p. 219).

Remiantis bendru apibrėžimu socialinis kapitalas yra tam tikros socialinių santykių savybės, kurios turi vertę asmeniui ir visuomenei. R. Putnamas tvirtina, jog socialinis kapitalas yra tarsi socialinio gyvenimo bruožai, kurie gali palengvinti asmenų bendradarbiavimą bendros naudos labui. Remdamasis savo tyrinėjimais mokslininkas išskyrė tris socialinio kapitalo formas: pasitikėjimą, socialines normas ir socialinius tinklus (Putnam, 2001, p. 195). R. Putnamas pabrėžia, jog sėkmingiau įveikti kolektyvinio veiksmo dilemas ir pilietinių iniciatyvų trūkumą gali šalys, kurios yra paveldėjusios daugiau socialinio kapitalo savitarpiskumo normų ir pilietinio angažuotumo tinklų. Tokiose bendruomenėse pastebimas didesnis visuomenės įsitraukimas į politinius reikalus, piliečių veiksmai lengviau koordinuojami (ten pat, p. 219). Tad tikėtina, jog ir aplinkosaugos iniciatyvos visuomenei aktualiais klausimais (žaliųjų zonų trūkumas, triukšmo problemos, sąvartynų tvaikas) kyla dažniau ir jomis pasiekiamas geresnis rezultatas. Toks bendradarbiavimas remiasi pasitikėjimu, yra spontaniškas ir formuoja ilgalaikį bendradarbiavimą, kuris plinta tolyn. Taip formuojasi tinklas, kuriame susijungia vieni kitais pasitikintys piliečiai. Anot R. Putnamo, pasitikėjimas yra tarsi alyva, kuri patepa bendradarbiavimo variklį. Tad kuo didesnis pasitikėjimo lygis bendruomenėje, tuo didesnis bendradarbiavimo lygis (ten pat, p. 220–224).

Pridurtina, jog visos trys socialinio kapitalo formos: pasitikėjimas, socialinės normos ir tinklai – didėja, kai jais naudojama dažniau, ir mažėja, jeigu jais nesinaudojama. Vadinasi, socialinio kapitalo plėtrai skatinamas ir vystymas valstybei, jos demokratijos santvarkai gali duoti dau-

giau naudos nei socialinio kapitalo ignoravimas (ten pat, p. 223). Todėl sukurtas, palaikomas arba paveldėtas socialinis kapitalas nulemia pilietinę visuomenę, turi daug reikšmės pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms kilti. Svarbiausias socialinio kapitalo elementas yra pasitikėjimas, kuris sukuriama palaikant ir plečiant socialinius tinklus. O išplėtoti socialiniai tinklai turi tiesioginį poveikį piliečiams jungtis ir spręsti aktualias aplinkosaugos problemas.

Socialinių tinklų poveikis pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms

Pradedant analizuoti socialinių tinklų poveikį pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms reikėtų paminėti, jog kartą užmegzti socialiniai ryšiai sukuria pažįstamų asmenų tinklą, kurį galima panaudoti daug kartų įvairioms problemoms spręsti ir tikslams siekti (Kavaliauskaitė, 2011, p. 18). Pasak M. Castellso, pokyčių ir problemų sprendimo paieškos pirmiausia atsiranda visuomenės lygmeniu per tarpusavio santykius ir komunikaciją, o paskui yra perkeliama į politinį lygmenį. Todėl, pavyzdžiui, kultūriniai visuomenės pokyčiai (didesnis dėmesys beglobiams gyvūnams) pirmiausia yra skatinami pasikeitusių lūkesčių kiekvieno piliečio mintyse (noras padėti rajone valkataujančiam šuniui) ir tik socialiniai tinklai (namo bendruomenės nariai, savanoriškos draugijos nariai, grupė socialiniame tinkle *facebook*) juos gali perkelti į politinį institucinį lygmenį (inicijuota akcija, pasirašyta peticija, nusiųstas laiškas miesto merui su prašymu įsteigti gyvūnų globos namus). Todėl piliečių individualaus lygmens pokyčiai dėl atsiradusio politinio lygmens neužtikrinamumo

pasinaudojant mobilizacija ir kolektyviniu veiksmu sukelia transformaciją visuomenėje. Taip susikūrus interesantų tinklui siekiama paskatinti pokyčius, kurių sėkmę lemia socialinio interesantų tinklo broožai (Castells, 2009, p. 300–301).

R. Putnamas tyrimais įrodė, jog socialiniam kapitalui formuotis svarbiausi yra horizontalūs tinklai. Jie apima platesnius visuomenės segmentus, yra grindžiami stipresniu bendruomenės įtrauktumo lygiu, formuoja „silpnus“ tarpasmeninius ryšius, kurie, pasak Granovetter, turėtų būti suprantami kaip pažįstamų grupė ar narystė antrinėse asociacijose. Tokie ryšiai geriau susieja skirtingų mažų grupių narius bendrai visuomeninai problemai spręsti. Tad kuo horizontaliau suformuota piliečių iniciatyvos struktūra, tuo ji turėtų būti veiksmingesnė, galėtų jungti platesnę visuomenę (ten pat, p. 229–231), formuoti tvaresnę tinklaveikos visuomenę, kurioje piliečiai intensyviau sieks bendradarbiauti. Šie tinklai lengvina komunikaciją, gerina informacijos apie individo patikimumą perdavimą, leidžia skleisti viešąją nuomonę apie žmogų. Pastebėta, jog kuo geresnė dalyvių tarpusavio komunikacija, tuo didesnis jų tarpusavio pasitikėjimas ir tuo lengviau jiems bendradarbiauti. Taip pat tinklai rodo praeities bendradarbiavimo pasiekimus, gali būti naudojami kaip kultūriškai apibrėžtas šablonas bendraujant ir sprendžiant aplinkosaugos problemas ateityje (Putnam, 2001, p. 228–229). Vadinasi, svarbus tampa istorinis bendradarbiavimo ir tinklų paveldėjimo klausimas. Šiaurės ir Pietų Italijoje atliktas tyrimas parodė, kad Šiaurės Italijoje, kur ilgai būta įvairių vertingų praeityje bendradarbiavimo formų, pilietinis dalyvavimas yra intensyvesnis ir produktyvesnis. Piliečiai, susidūrę su nau-

jomis problemomis, reikalaujančiomis kolektyvinio veiksmo sprendimo, alternatyvų ieško praityje ir juos radusios sugeba problemas spręsti greičiau ir efektyviau. Tad lyginant Šiaurės ir Pietų Italijos iniciatyvų aplinkosaugos klausimais skaičių, Šiaurės Italijoje jų daugiau (ten pat, p. 229–230).

Galima teigti, jog formuojantis tinklams, lengviau inicijuojamos pilietinės aplinkosauginės iniciatyvos, kartais galinčios peraugti į socialinius judėjimus, kuriuos kaip pilietines iniciatyvas galima nagrinėti remiantis naujųjų socialinių judėjimų teorija. Ši teorija įvedė tinklaveikos sąvoką, ją bandoma paaiškinti, kaip socialiniai ryšiai bei jų sąveika nulemia kolektyvinį veiksmą. Remiantis teorija daroma išvada, jog socialiniai judėjimai yra daugialypis ir sudėtingas visuomeninės tinklaveikos rezultatas (Kavaliauskaitė, 2011, p. 16–17). Susiformavę socialiniai tinklai komunikuodami pritraukia naujus narius, jų dalyviai yra susiję su kitais dalyviais per viešus ir privačius tinklus, kurie yra užmegzti dar iki išitraukiant į kolektyvinį veiksmą – pilietinę iniciatyvą (ten pat, p. 18). Socialiniam tinklui atsirasti ir santykiams palaikyti sprendžiant aplinkosaugos problemas XXI amžiuje padeda technologinės komunikacijos priemonės, kurios palengvino bendravimą globaliu mastu, sukūrė visiems prieinamas sąlygas jungtis prie tinklo. Elektroninis paštas, tiesioginės naujienų transliacijos, politikų žinutės bei profiliai socialiniuose tinkluose leidžia greitai koordinuoti panašiai mąstančių ir vienodų tikslų siekiančių asmenų grupę, o reguliari ir koordinuota komunikacija kuria ir palaiko socialinį tinklą. Atlikti tyrimai įrodo, jog informacijos pasidalinimas internete didina pasitikėjimą, tad komunikacijos kanalų naudojimas internete

(tinklaraščiai, socialinių tinklapių paskyros) padeda sukurti naują bendruomenę (Bryant, 2009, p. 213–214). Pavyzdžiui, teigiama, jog *Facebook* ir *MySpace* jungia žmones, jie gali matyti savo socialinį tinklą vizualiai, tad lengvėja galimybė pasitikėjimui plisti. Kai kurie tyrėjai teigia, jog socialinių tinklų svetainės padidina galimybę išlikti prisijungus prie senų bendruomenių, toliau tęsti socialinių tinklų vystymą, komunikacijai apie aplinkosaugos problemas plisti. Ši galimybė ne tik aktyvina tradicines pilietinio dalyvavimo formas (narystė partijoje, peticijos, mitingai), bet ir suteikia progą atsirasti naujoms dalyvavimo formoms tinkle (elektroninė peticija, diskusija, iniciatyvos) (ten pat, p. 215).

Galima apibendrinti, jog internetas sukūrė kiekvienam prieinamą terpę ištraukti į socialinius tinklus bei juos palaikyti. Todėl gali kurtis nauji tinklai, keliantys į viešumą aplinkosaugos problemas. Internetu besinaudojantiems piliečiams atsirado nauja – viešoji erdvė, kurioje kiekvienas gali pareikšti nuomonę apie jam rūpimus aplinkosaugos klausimus. Viešoji erdvė egzistavo ir skatino pilietinį dalyvavimą dar iki interneto, todėl įdomu ir tikslinga analizuoti šios erdvės reikšmę piliečių aktyvumui interneto pasiūlytų naujų komunikacijos galimybių kontekste.

Viešosios erdvės ir jų XXI a. pokyčiai, nulėmę didesnes galimybes piliečiams telktis

Kaip buvo pastebėta, žmonės buriasi ir inicijuoja pilietinę aplinkosauginę veiklą dėl socialinio kapitalo ir tinklaveikos, kurie plėtojasi per komunikaciją ir žinutes. Komunikacija turi vykti apibrėžtoje, viešojoje, visiems lengvai prieinamoje erdvėje,

kur piliečiai gali keistis nuomonėmis ir idėjomis. Tad viešojo erdvė yra dar vienas veiksnys, sąlyginai lemiantis pilietines aplinkosaugos iniciatyvas šalyje.

Siekiant apibrėžti, kas yra viešojo erdvė, būtina pateikti pirminę vokiečių filosofo Jürgeno Habermaso suformuluotą koncepciją, pagal kurią viešojo erdvė yra socialinio gyvenimo sritis, kurioje vykstant viešai diskusijai formuojasi visuomenės nuomonė ir valia (Habermas, 1991, p. 125). Tai tarpinė sritis tarp valstybės ir visuomenės, jos efektyvumas yra būtina demokratijos sąlyga, o viešojoje erdvėje susiformavusi nuomonė lemia kolektyvinį veiksma ir politinius sprendimus. Filosofas pateikia idealios viešosios erdvės modelį, vyravusį XVIII amžiuje, ir nurodo būdingus kriterijus: lengvas viešosios erdvės prieinamumas, racionalios diskusijos, susitelkimas ties bendrais reikalais. Pagrindinės institucijos, kuriose telkdavosi piliečių nuomonės, buvo visuomeniniai centrai, pavyzdžiui, kavinės, salonai, ir spausdinimo technologija – periodinė spauda (ten pat, p. 130). Filosofo teorijos šalininkai pritarė jo mintims, jog nuo XIX amžiaus viešojo erdvė pradėjo smukti, nes valstybė vis labiau pradėjo kištis į privataus gyvenimo sritį, diskusijos tapo mažiau racionalios, išplito masinė populiarioji spauda, kultūra komercialėjo, žiniasklaida tapo atstovaujama siaurų grupių interesų (Roberts, 2004, p. 4–9). Nors viešosios erdvės koncepcija susilaukė daug kritikos, tačiau išskirti idealiosios viešosios erdvės kriterijai aktualūs ir šiandien analizuojant aplinkosaugos iniciatyvas, nes pilietinės iniciatyvos turi kilti tam tikroje vietoje. Vadinasi, viešosios erdvės efektyvumas lemia ir pilietinės iniciatyvas aplinkosaugos klausimais. Norint apibrėžti, kaip viešosios erdvės

veiksnyss veikia iniciatyvas, būtina aptarti, kokia viešojo erdvė yra XXI amžiuje ir kaip ją pakeitė internetu besinaudojantys piliečiai.

A. Mckee analizuodamas viešąją erdvę XXI amžiuje pateikia kelis apibrėžimus. Viena, viešąją erdvę reikėtų suprasti kaip metaforą, apibūdinančią virtualią erdvę, kurioje piliečiai gali sąveikauti ir keistis nuomonėmis. Antra, viešojo erdvė turėtų būti vieta, kurioje visuomenės lygmeniu vyksta informacijos, idėjų ir debatų cirkuliacija, formuojasi politinė nuomonė (Mckee, 2005, p. 4–5). Autorius pritaria, jog viešąją erdvę reikėtų laikyti vieta, kur individai keičiasi idėjomis siekdami konsensuso. Labai svarbus viešosios erdvės kriterijus yra atskirtis nuo valstybės. Piliečiai gali diskutuoti neveikiami vyriausybės, tačiau jų diskusijos veikia politiką. Svarbi keliama idėja, jog viešojo erdvė priklauso pilietiniai visuomenei (ten pat, p. 8). Joje žmonės gali tiesiogiai kurti politinę kultūrą, viešąją politiką ir valstybės gyvenimą. Viešojo erdvė yra bendrosios pozicijos, nuomonės kūrimosi vieta. Taip pat tai vieta, kurioje formuojasi socialiniai judėjimai ir iniciatyvos, tarp jų ir aplinkosaugos. M. Castellsas teigia, jog socialiniai judėjimai kuriasi per komunikaciją ir žinutes, kuriomis keičiamasi viešojoje erdvėje, apibrėžiamoje kaip visuomenei reikšminga bendravimui erdvė. Joje, anot M. Castellso, formuojasi idėjos ir norai, pasikeičiama informacija, teikiama parama, išsakoma priešprieša. Ši erdvė galiausiai tampa veiksmo ir reakcijos pagrindu. Mokslininkas pabrėžia, jog socializuotos komunikacijos kontroliavimas buvo vienas iš politikos įrankių, o šiandien socialiniai subjektai kaip niekad turi daugiau galimybių keistis žinutėmis, nes viešojo erdvė

atvira visiems ir niekieno nekontroliuojama (Castells, 2009, p. 301–302). Vadinasi, XXI amžiaus viešojo erdvė labai glaudžiai susijusi su internetu ir jo teikiamomis komunikacijos galimybėmis.

Apibendrinant teigtina, jog viešojo erdvė lemia pilietines iniciatyvas, ji atsiranda iš vyriausybės ir piliečių santykio arba tarp skirtingų grupių piliečių. Šioje erdvėje svarbiausia viešųjų debatų reikšmė ir diskusija, masinėje kultūroje vykstanti kiekvieną dieną įvairiomis temomis (McKee, 2005, p. 11–12). Lyginant XXI amžiaus viešosios erdvės sąvoką su Habermaso koncepcija, būtina paminėti, jog supratimas, kur gali vykti racionali diskusija, išsiplėtė – vis dažniau diskusijų vieta tampa internetas ir naujosios medijos.

XXI amžiaus visuomenė yra labai fragmentuota, kas reiškia visuomenei aktualių problemų, lūkesčių, norų, priklausomybių gausą. Naujosios medijos ir internetas, pasiūlydamas platų pasirinkimo pagal poreikius spektrą, puikiai atitiko fragmentuotos visuomenės poreikius. Tačiau atsiradus per daug pasirinkimo galimybių, pilietis nebegali atsirinkti ir susitelkti prie vienos veiklos, savęs tapatinti bendroje kultūroje (ten pat, p. 140–141). Dėl šios priežasties visuomenė tapo labiau apatiška tradicinėms politinio dalyvavimo formoms, pavyzdžiui, dalyvavimui partijų veikloje. Viešojoje erdvėje imta diskutuoti ne apie įstatymus, o apie kultūros ir nusistovėjusių įpročių pokyčius, kuriuos keisti sunkiau. Dėl naujų medijų diskusijose mažėja racionalių argumentų, bet dėmesį siekiama pritraukti spektaklio principais, komercija, sensacijomis (ten pat, p. 181–184). Nors internetas ir naujosios medijos atvėrė didesnę prieinamumą prie diskusijų, bet kartu sukūrė ir didesnę fragmentaciją bei sun-

kesnę galimybę atsirinkti, todėl piliečiams jungtis tapo sudėtingiau, jiems sunkiau save identifikuoti vienoje kultūroje. Tačiau didesnė galimybė rinktis skatina ir didesnę dalyvavimą. Sakykime, domėjimasis naujienomis. Tyrimais pagrįsta, jog piliečio galimybė kontroliuoti gaunamas naujienas, tai yra pačiam pasirinkti, kuo domėtis, lemia, kad jis gali ilgai gauti įvairią informaciją apie rūpimą įvykį. Taip didėja pilietinis dalyvavimas, nes domimasi tiesiogiai, ilgą laiką susiduriama su diskusija ir argumentais (Bryant, 2009, p. 211). Kitas svarbus aspektas, kuris praplėtė viešosios erdvės supratimą, yra tinklaraščiai. Jie suteikia galimybę ne tik jungtis bendraminčiams, bet kartu sukuria vietą racionaliai diskusijai, kurioje virtuali bendruomenė gali išsakyti savo poziciją, diskutuoti. Taip pat naujosios medijos suteikė galimybę slaptumui, dėl kurio tikėtina racionali diskusija (ten pat, p. 213). Taip pat reikėtų pridurti, kad naujosios medijos lėmė, jog į viešąją erdvę buvo įtrauktos naujos anksčiau sunkiai suprantamos temos. Masinė kultūra pasiūlė paprastesnio turinio filmus, knygas, nuotraukas, kurios daugumai suprantama kalba paaiškino mokslines temas, pavyzdžiui, aplinkosaugos, klimato kaitos problemas. Todėl vis daugiau žmonių galėjo įsitraukti į diskusijas aplinkosaugos temomis (Castells, 2009, p. 328–330). Kartu naujosios medijos ir internetas palengvino prieinamumą, nes diskusijos vietos nebereikia tapatinti su fizine vieta, ji tapo virtuali – elektroniniai laiškai, *Skype* konferencijos, televizija, socialinių tinklų svetainės. Šioje erdvėje visiems suteikta proga kalbėti, todėl ją reiktų laikyti viešąja erdve, kurioje kiekvieno piliečio dalyvavimas yra politinis aktas (McKee, 2005, p. 196–202). Būtina pridurti, jog internetas

kaip viešojo erdvė sukūrė viešumą, pranašesnį už įprastą bendros kultūros ir tapatybės viešumą (Roberts, 2004, p. 135).

Apibendrinant galima teigti, jog internetas ir naujosios medijos nesumenkino viešosios erdvės ir jos funkcijų, bet pritaikė ją prie pasikeitusios XXI amžiaus visuomenės. Viešojo erdvė tapo prieinamesnė, pritaikyta fragmentuotai visuomenei, suteikė progą reikštis vienai ar kitai kultūrai, kuri idealios viešosios erdvės gyvavimo laikais XVIII amžiuje buvo pašalinta iš visuomenės diskurso. Pasikeitusi viešojo erdvė svarbi aplinkosaugos problemoms spręsti, nes šie klausimai į viešąją erdvę buvo įtraukti tik dėl interneto ir naujųjų medijų. Todėl buvo sukurta erdvė pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms kilti ir stiprėti.

Taigi apibrėžus pagrindinius pilietinio dalyvavimo veiksmus, interneto ir naujųjų medijų įtaką jiems, apibendrinus veiksmų, interneto ir naujų medijų įtaką pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms kilti, galima pereiti prie šių iniciatyvų ir judėjimų analizės.

2. Aplinkosaugos judėjimai ir iniciatyvos pasitelkiant naująsias medijas

Kalbėti apie aplinkosaugos problemas ir jų sprendimus pasitelkiant pilietines iniciatyvas reikėtų pradėti paminint tai, jog Vakaruose šie judėjimai amžių sandūroje ypač suaktyvėjo, o didžioji dalis visuomenės tapatinosi su šia kultūra. Apskaičiuota, jog apie 80 proc. amerikiečių ir du trečdaliai europiečių laiko save aplinkosaugininkais. Vakaruose aktyviai reiškiasi galingos žaliųjų partijos, verslas deklaruoja atsakomybę aplinkai (Castells, 2006, p. 170–171).

Bandant suvokti aplinkosaugos problemų sėkmę viešojoje erdvėje bei pilie-

tinės visuomenės iniciatyvų srityje, reikia pabrėžti naujųjų medijų ir interneto įtaką. Teigiama, jog internetas pasiūlė naujas politinio dalyvavimo formas bei tiesioginius veiksmus. Jis leidžia tinklu efektyviau dalytis informacija ir pasiekti socialinį atsaką. Prasidėjo globalūs judėjimai, kurie nesiremia tradicinio pilietinio dalyvavimo formomis ir lobizmu, bet yra labiau atitrūkę nuo viešosios politikos, ieško naujų veiklos formų, kurias siūlo naujos technologijos, besiplėtojantys socialiniai tinklai (Mckee, 2005, p. 172–180). Naujosios medijos bei internetas sukūrė prieigą piliečiams dalintis vaizdais, mintimis, oponuoti žmonių moralei aplinkosaugos klausimais. Didėjantis aplinkosaugos iniciatyvų skaičius ir įtaka pasaulyje privertė keisti kolektyvinį santykį su gamta. Gamta imta suvokti ne kaip išteklių šaltinis, bet kaip erdvė, kurioje susijungia žmogaus ir aplinkos interesai (Castells, 2009, p. 304–306).

M. Castellsas, analizuodamas aplinkosaugos iniciatyvas, XXI amžiuje kilusius judėjimus sieja su besiplėtojančia tinklo visuomene. Jis teigia, kad aplinkosaugininkų nagrinėjamos temos siejasi su nauja socialine struktūra – tinklaveikos visuomene (Castells, 2006, p. 181–186). Autorius bando išskirti aplinkosaugos judėjimams ir iniciatyvoms būdingus bruožus. Pasak jo, šie judėjimai yra decentralizuoti, daugiaformiai, orientuoti į tinklaveiką, plačiai išsisklaidę, reikalaujantys kolektyvinio veiksmo (ten pat, p. 172). Kalbėdamas apie aplinkosaugos judėjimų tipus ir taikydamas Alaino Touraine'o socialinių judėjimų tipologiją pateikia penkis tipus pagal jų tapatumą, priešą ir tikslą. Šioje analizėje reikėtų išskirti ketvirtąjį tipą, autoriaus pavadintą „gelbėkime planetą“, nes jo veikla orientuota būtent per medijas.

Pavyzdžiui, teigiama, jog *Greenpeace* judėjimas naudodamas medijas ir neprievartinės kampanijas daugiausia prisidėjo prie globalinių aplinkosaugos problemų populiarinimo. Judėjimo veikla paremta tinklu, į problemas reaguojama pasitelkus žinias ir tyrimus, o į taikinius yra nukreipiamos specifinės pagal egzistuojančią problemą kampanijos, kurios medijų teikiama galimybėmis viešina problemą ir tokiais veiksmais tikisi sulaukti vyriausybės bei tarptautinių institucijų reikiamų veiksmų (ten pat, p. 172–180). Šio tipo judėjimus galima laikyti ir pilietinėmis iniciatyvomis, kurios susikuria tik dėl vienos opios aplinkosaugos problemos, pradeda aktyvią komunikacijos kampaniją, o paskui laukia institucijų atsako.

Dar vienas svarbus aspektas, kurį išryškina M. Castellsas, yra aplinkosaugininkų diskursas. Pirma, jis pabrėžia, jog aplinkosauginė komunikacija turi remtis mokslu ir technologijomis. Komunikuojamos temos, pavyzdžiui, klimato kaita, nykstančios rūšys, triukšmo poveikis žmogaus sveikatai, vandens tarša, turi būti pagrįstos mokslu, faktais ir pranašesniu žinojimu. Antra, diskurse yra akcentuojama erdvė ir laikas. Skiriamos dvi erdvės: srautų erdvė, kuri organizuoja socialinius veiksmus nepaisydama atstumo ir pasitelkdama telekomunikacijas bei informacines sistemas, ir vietų erdvė, grindžiama fiziniu artumu. Problemų kyla komunikuojant aplinkosaugos temas, kai jos turi sujungti abi erdves. Naujoji tinklo visuomenė yra organizuojama srautų erdvėje, o žmogaus patirtis ir prasmų sąlytis su aplinkos prasmėmis priklauso vietos erdvei. Panašiai ir su laiku, nes reikia suderinti dabarties laiką, jame egzistuojančias problemas ir ateitį, kurioje numatomos ekologinės problemos (ten

pat, p. 181–186); matyti, jog aplinkosaugos komunikacijai yra būdingi elementai, kurie turėtų būti toleruojami siekiant pasinaudoti pilietinės visuomenės galia ir bandant per socialinius tinklus išspręsti aplinkosaugos problemas. Kadangi padidėjo visuomenės naudojimas internetu ir naujosiomis medijomis, tad aplinkosaugos problemų komunikacija ir iniciatyvų skaičius išaugo. Vadinas, galima mėginti analizuoti, ką naujosios technologijos suteikė, kad Vakarų visuomenėje įvyko teigiamas aplinkosaugos lūžis.

Naujųjų medijų ir interneto įtaka aplinkosaugos judėjimams bei iniciatyvoms

Bandant nustatyti ryšį tarp naujųjų medijų ir aplinkosaugos iniciatyvų galima remtis M. Castellso atliktais klimato atšilimo visuomenės diskurse tyrimo rezultatais, kurie grindžiami naujųjų medijų įtaka.

Svarbiausias medijų pasiektas laimėjimas, anot M. Castellso, yra požiūrio į aplinkos problemas pasikeitimas individualiu ir visuomenės lygmeniu. Kolektyvinio veiksmo skatinami aplinkosaugos aktyvistai ir mokslininkai užtvindė komunikacijos kanalus žinutėmis, įmonių strategijomis, politikų sprendimais, ataskaitomis, sietinomis su klimato kaita ir kitomis ekologinėmis problemomis. Atlikti tyrimai rodo, jog 1982 metais į klausimą, ar ką nors esate girdėję apie globalų atšilimą, teigiamai būtų atsakę tik 41 proc. apklaustųjų JAV piliečių, o 2006 metais žinančiųjų buvo 91 proc. (Castells, 2009, p. 304–306). Tai parodo, kad medijų įtaka aplinkosauginei komunikacijai buvo svari. Todėl XXI amžiuje aplinkosaugos problemos tapo pagrindiniu klausimu globalios po-

litikos forumuose ir kiekvieno piliečio kasdienių sprendimų kontekste (ten pat, p. 311). Aplinkosaugos problemos okupavo dalį medijų, tad belieka surasti esminius veiksnius, nulėmusius visuomenės pokyčius.

M. Castellsas pirmiausia akcentuoja „žaliųjų“ temų įtraukimą į žiniasklaidą, kurios prieinamos didžiajai daugumai piliečių (Castells, 2009, p. 315–321). Kitaip sakant, buvo užtikrintas didesnis viešųjų erdvių prieinamumas, sukurta erdvė, kurioje galėjo susitikti laisvi, lygūs ir asmeninių ryšių nesiejami aplinkosaugos problemomis besidomintys piliečiai (Žiliukaitė, 2006, p. 151). Antra, masinės medijos leido daugumai suprasti mokslines aplinkos problemas. Naujųjų medijų ypatybė ta, kad jomis galima suprantama forma interpretuoti mokslininkų tyrimus. Todėl suvokti aplinkosaugos problemas galėjo vis daugiau piliečių. Trečia, naujosios medijos naudoja dėmesio pritraukimo triukus (įspūdingi vaizdai, spalvos, muzikiniai intarpai), kurie verčia domėtis viena ar kita tema. Dėmesio pritraukimui turi įtakos ir tai, kad aplinkosaugos problemos tapo vis dažniau komunikuojamos žinomų žmonių. Pastebima, kad šioms problemoms spręsti naujosios medijos ypač padeda tuo, kad pasiūlo galimybių naudotis vaizdine medžiaga. Pavyzdžiui, naikinamos gamtos vaizdai lengviau ir daugiau žmonių provokuoja diskusijai nei rašytinis tekstas. Ketvirta, masinėje medijoje labiau pradėjo reikštis mokslininkai. Jie tapo aktyvesni masinėje kultūroje: atsirado mokslinė populiariąja kalba rašomų knygų, patys mokslininkai ėmė dalyvauti visuomeniniame gyvenime, tapo judėjimų dalyviais, komunikacijoje pradėjo taikyti populiarumo ir patrauklumo triukus. Taip mokslas tapo ne tik len-

giau suprantamas masinei kultūrai, bet išėjo iš siauros problemų sprendimo sferos į politinį ir viešąjį lygmenį. Todėl pradėjo kurtis socialiniai tinklai, apimantys mokslininkus, aplinkosaugos aktyvistus ir žinomus valstybės veikėjus (Castells, 2009, p. 315–321).

Šie pokyčiai, nulemti piliečių, naujųjų medijų vartotojų, tapo naujų socialinių judėjimų priežastimi. Aplinkosaugos aktyvistai gali lengvai skleisti informaciją, šviesti visuomenę, ją skatinti jungtis prie problemos sprendimų iniciatyvų. Naujos technologijos leidžia naudoti vaizdinius, tiesiogines transliacijas, o socialinių tinklų svetainės spartina procesus, kuria svarbumo išpūdį, patraukia dėmesį, formuoja horizontalius, kaip teigė R. Putnamas, pilietinei visuomenei formuoti svarbiausius tinklus. Al Gore ir bendraminčių iniciatyva prieš globalų klimato atšilimą plito per horizontalius komunikacijos tinklus, dėl kurių susikūrė susidomėjusiųjų šia problema tinklai. Nurodoma, kad iniciatyvai plisti būtina pilietinė organizacija, į mediją orientuoti aktyvistai ir interneto tinklas. Šis derinys spartina aplinkosaugos problemų viešinimą, aktyvina visuomenę prisidėti prie jų sprendimo, sukuria naujus būdus iniciatyvoms pasireikšti (Castells, 2009, p. 321–323). Galima paminėti iniciatyvą „I Count“, jungiančią 70 organizacijų ir tinklalapyje teikiančią informaciją apie klimato atšilimą, jo keliamas ekologines problemas, naudojančią vaizdinę medžiagą, darančią spaudimą politikams (<http://www.icount.org.uk/about/>). Ši iniciatyva formuoja tinklą bendraminčių, kurie prisijungę svetainėje gali prisidėti prie aplinkosaugos iniciatyvų. Tam sukurta speciali paskyra, kuri parodo, prie kurios veiklos asmuo prisi-

dėjo. Yra įvesta priminimo funkcija, kuri prisijungusiems elektroniniu paštu primena apie veiksmus ir esamas aplinkosaugos iniciatyvas (Castells, 2009, p. 324). Pavyzdys parodo, kaip internetas suteikia puikią galimybę kurti globalius aktyvių asmenų tinklus, kurie jungdamiesi ir diskutuodami gali lemti vieną ar kitą aplinkosaugos problemos sprendimą. Pavyzdžiui, „Žemės draugų“ (angl. *Friends of the Earth*) iniciatyvos prieš globalų atšilimą tinklas nusidriekęs per 70 valstybių ir turi per 3 mln. narių bei rėmėjų. Pasak M. Castellso, internetas yra svarbiausias globalių judėjimų prieš atšilimą veiksnys. Jis suteikia erdvę kurtis tinklams, kurie internetu greitina komunikaciją, efektyvina kampanijas ir stiprina bendradarbiavimą. Tinkluose gimusios iniciatyvos gali objektyviai perduoti informaciją, o susikūrę socialiniai tinklai tą informaciją apdoroti ir diskutuoti tarpusavyje. Tačiau nustatyta, jog tinkle ir per socialinius tinklus susikūrusios iniciatyvos ir kampanijos dažniausiai sprendžia tik *ad hoc* klausimus ir juos išsprendusios nustoja gyvuoti (ten pat, p. 325–326). Tačiau *ad hoc* problemų sprendimas siejamas su ankstesniuose skyriuose minėta visuomenės fragmentacijos problema, kai yra daugybė grupių ir kultūrų, siekiančių sau aktualias temas įtraukti į viešąją erdvę ir jas spręsti. Dėl šios fragmentacijos susiaurėjo sprendžiamos problemos, jos tapo aktualesnės vietiniam lygmeniui, labiau motyvavo jungtis ir diskutuoti piliečius. Todėl interneto teikiamą galimybę susitelkti į mažą problemą reikėtų laikyti pranašumu buriant visuomenę ir kuriant socialinį tinklą.

Kitas būdas pažvelgti į naujųjų medijų pranašumas – įrodyti, kad internetas leidžia spartinti judėjimus ir iniciatyvas.

Mokslininkai pateikia penkis procesus, per kuriuos grupės mobilizuojasi naudamos saityno tinklą. Tai siūlymas veikti, kampanijos profilio iškėlimas, aktyvių veiksmų mobilizavimas tinkle, vietinio aktyvumo raginimas ir dalyvių skatinimas protestuoti. Dažniausiai tam tikros iniciatyvos siūlo nuorodas į kitas svetaines, kur piliečiai gali aktyviai reikštis, pavyzdžiui, pasirašo elektroninę peticiją, pateikia vaizdingos medžiagos siekdami patraukti dėmesį, nuolat atnaujina savo „sieną“ socialinių tinklų profiliuose ne tik skelbdami naujienas, bet ir patraukdami dėmesį interneto teikiamomis galimybėmis. Dauguma aplinkosaugos iniciatyvų irgi naudojasi socialinių tinklalapių paskyromis, kurios leidžia aktyvinti informaciją apie veiklas ir iniciatyvas, plėsti socialinius tinklus. Taip įvairių kampanijų svetainėse ne tik pateikiama informacija lankytojiui, bet siekiama kuo daugiau jį įtraukti į informacijos sklaidą socialinio tinklo pagrindu. Svarbu paminėti ir tai, jog internetas leidžia aktyvinti piliečius, nes siūlo pilietinės veiklos formas tinkle. Žmogus gali inicijuoti veiklą ar joje dalyvauti neišeidamas iš namų. Pavyzdžiui, jau minėtieji „Žemės draugai“ skatino rašyti elektroninius laiškus pasaulio lyderiams atkreipiant dėmesį į Kyoto konferencijoje diskutuojamus klimato kaitos klausimus (Castells, 2009, p. 325–327). *Greenpeace* nukreipta kampanija prieš lėlių gamybą pritraukė visuomenę tik per *Facebook* ir *Twitter*. Galima apibendrinti, jog didžiosios aplinkosaugos organizacijos visuomenei mobilizuoti pirmiausia pasitelkia socialinių tinklalapių teikiamas galimybes (Stine, 2011). Puikus pavyzdys – „Žemės valandos“ iniciatyva, kurios oficialiame tinklapyje buvo skatinama prisijungti, siųsti žinutes savo drau-

gams ir kviesti juos prisidėti prie akcijos. Taip pat buvo naudojamosi socialiniais tinklais, *Youtube* programa. Naujos galimybės lėmė iniciatyvos sėkmę, nes 2008 metais vieną valandą šviesa buvo išjungta šešiuose pasaulio kontinentuose (ten pat, p. 332).

Apibendrinant naujų medijų ir interneto poveikį pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms reikia konstatuoti, kad naujosios medijos pakeitė žmonių požiūrį į aplinką ir jos problemas. Buvo sukurtos priegios sudėtingus aplinkos dalykus suprasti platesniam piliečių sluoksniui. Internetas leido pakeisti erdvės, laiko ir sienų tarp visuomenių supratimą. Individas suvokė esantis globalių procesų dalyvis, atsižvelgė į ateitį, susirūpino būsimų kartų ateitimi ir aplinkos sąlygomis, kuriomis gyvens ateinančios kartos. Šios permainos kiekvieno mintyse tapo įmanomos tik perprogramavus komunikacijos apie aplinką tinklą (ten pat, p. 337–339). Todėl atsirado naujos iniciatyvos, kurios pasižymi smulkesnių problemų sprendimu, aktyvesniu socialinių tinklų naudojimu bei komunikacija internete. Taip atsirado naujos dalyvavimo sprendžiant aplinkos problemas formos, naujosios medijos ir internetas pasiūlė piliečiams didesnę prieinamumą prie viešosios erdvės, spartesnę ir efektyvesnę socialinio tinklo formavimo būdą, veiksmingas komunikacijos priemones, padedančias greičiau plisti iniciatyvoms. Tad galima teigti, jog naujosios medijos ir internetas turėjo teigiamą įtaką pilietinėms aplinkosaugos iniciatyvoms plisti XXI amžiuje, palyginti su tradiciniu pilietiniu dalyvavimu. Palankią įtaką lėmė aplinkosaugos judėjimų specifika ir jų sugebėjimas prisitaikyti prie

visuomenės, naujų medijų bei interneto diktuojamų naujų sąlygų.

Išvados

Straipsnyje bandyta pristatyti trijų komponentų: pilietinio dalyvavimo, aplinkosauginių iniciatyvų ir naujų medijų – ryši analizuojant XXI amžiaus aplinkosaugos judėjimus ir iniciatyvas. Kaip matyti, visų trijų komponentų tarpusavio sąveika labai svarbi siekiant užtikrinti šalyje aktyvią visuomeninę veiklą sprendžiant opias aplinkosaugos problemas.

Analizuojant pilietinio dalyvavimo pagrindinius komponentus pastebėta, jog didžiausią įtaką iniciatyvoms kilti turi pilietinės visuomenės lygis, socialinis kapitalas, socialiniai tinklai, viešojoje erdvėje ir naujosios medijos. Bandant įtraukti šiuos elementus į pasaulio aplinkosauginius judėjimus pastebėta, jog socialinių tinklų kūrimas ir viešosios erdvės transformacija buvo tie kriterijai, kurie lėmė aplinkosaugos judėjimų suklestėjimą XXI amžiuje. Internetas ir naujosios medijos keitė viešąsias erdves ir socialinių tinklų galimybes, tačiau minėtų judėjimų iniciatoriai ir vykdytojai išnaudojo ir pritaikė šiuos pokyčius efektyvioms aplinkosaugos kampanijoms. Būtina pabrėžti, jog naujosios aplinkosaugos iniciatyvos naudoja kitokias dalyvavimo formas, taiko naujų medijų ir interneto pasiūlytas galimybes ir siekia keisti šalyje nusistovėjusias normas.

Naujosios medijos palankiai paveikė aplinkosaugos problemų sprendimą telkdamos piliečius. Jos suteikė galimybę kurti ir palaikyti socialinius tinklus, pasiūlė lengvai prieinamą viešąją erdvę, racionalią diskusiją pakeitė daugumai suprantama kalba pritaikyta komunikacija apie mokslo

imlias aplinkos problemas. Taip pat naujosios medijos ir internetas suteikė galimybę pilietinį dalyvavimą perkelti į virtualią erdvę, taip darant politinį veiksma patogesnį, mažiau pastangų reikalaujantį ir lengviau prieinamą kiekvienam piliečiui. Naujosios medijos leido greičiau ugdyti pasitikėjimą socialiniame tinkle, sparčiau suburti bendraminčius *ad hoc* problemoms spręsti. Naujosios medijos ir internetas paskatino viešojoje erdvėje atsirasti daug smulkių aplinkosaugos temų, dėl kurių buvo diskutuojama, ieškoma jų sprendimo būdų. Nors tokia viešosios erdvės fragmentacija daugumos mokslininkų buvo nurodoma kaip trūkumas, tačiau aplinkosaugos problemų sprendimo iniciatoriai tuo pasinaudojo ir į viešą diskusiją įtraukė daugybę aplinkosaugos problemų, aplink kurias išplito įvairūs judėjimai ir iniciatyvos.

Vadinasi, galima daryti išvadą, kad naujosios medijos, pakeisdamos tradicinius pilietinio dalyvavimo elementus, teigiamai keitė ir pilietines iniciatyvas aplinkosaugos klausimais. Joms būdingos naujos dalyvavimo formoms, lengvai pa-

siekiamos internetu. Todėl grįžtant prie argumentų, jog naujosios medijos ir internetas lemia pilietinės galios ir visuomenės eroziją, reikia pabrėžti, jog internetas iš tiesų keičia tik pačias dalyvavimo formas. Tad iniciatyvos, perėmusios naujų technologijų teikiamas piliečių dalyvavimo galimybes, bus veiksmingesnės nei tos, kurios vadovausis tradicinėmis pilietinio dalyvavimo formomis ir konstatuos pilietinės visuomenės žlugimą. Aplinkosaugos iniciatyvos prisitaikė prie šių visuomenės ir viešosios erdvės pokyčių, todėl išplito XXI amžiuje kaip nauji judėjimai, darantys vis didesnę įtaką politiniam ir visuomeniniam gyvenimui. Šie judėjimai ir iniciatyvos geriau apgalvoti, paremti socialiniais tinklais, formuoja socialinį kapitalą, stiprina pilietinę visuomenę ir svarbiausia – efektyviai išnaudoja interneto ir naujų medijų teikiamas galimybes. Šios iniciatyvos yra darnios ne tik todėl, kad sprendžia aplinkosaugos problemas, bet ir todėl, kad puoselėja, ugdo pilietinę visuomenę iš apačios, stiprina tvarų valstybės valdymą.

LITERATŪRA

CASTELLS, Manuel (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press. 571 p. ISBN 978-0-19-956704-1.

CASTELLS, Manuel (2006). *Tapatumo galia. Informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra*. II tomas. Kaunas: Poligrafija ir informatika. 480 p. ISBN 9986-850-57-6.

Icount.org.[interaktyvus]. [Žiūrėta 2012 m. birželio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.icount.org.uk/about/>>

HABERMAS, Jürgen (1991). *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: The MIT Press. 301 p. ISBN 0262581086.

KAVALIAUSKAITĖ, Jūratė; RAMONAITĖ, Ainė (2011). *Sąjūdžio ištakų beięskant: nepaklus-*

nių tinklaveikos galia. Vilnius: Baltos lankos. 439 p. ISBN 9789955235323.

MCKEE, Alan (2005). *The public sphere: an introduction*. Cambridge: Cambridge University Press. 265 p. ISBN 0521549906.

PUTNAM, Robert D. (2000) *Bowling alone : the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster. 541 p. ISBN 0743203046.

PUTNAM, Robert D. (2001) *Kad demokratija veiktų: Pilietinės tradicijos šiuolaikinėje Italijoje*. Vilnius: Margi raštai. 321 p. ISBN 9986092299.

Politikos mokslų enciklopedinis žodynas (2007). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. 194 p. ISBN 9789955331636.

ROBERTS, John M; CROSSLEY, Nick (2004). *After Habermas: new perspectives on the public sphere*. Oxford: Blackwell: The Sociological Review. 184 p. ISBN 0405123656.

BRYANT, Jennings; OLIVER, Mary Beth (2009). *Media effects. Advances in Theory and Research*. New York: Routledge. 640 p. ISBN 0-203-87711-X.

STINE, Rachel (2011). Social media and environmental campaigning: Brand lessons from Barbie. In *Ethical Corporation* [interaktyvus]. [Žiūrėta 2012 m.

birželio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ethicalcorp.com/supply-chains/social-media-and-environmental-campaigning-brand-lessons-barbie>>.

The Role of Civil Society (2004). The Case of Sweden in International Comparison [interaktyvus]. [Žiūrėta 2012 m. birželio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://swoba.hhs.se/hastba/papers/hastba2004_019.pdf>.

ŽILIUKAITĖ, Rūta et al. (2006). *Neatrasta galia: Lietuvos pilietinės visuomenės žemėlapis*. Vilnius: Versus aureus. 405 p. ISBN 9955699442.

ENVIRONMENTAL INITIATIVES AND MOVEMENTS IN THE CONTEXT OF NEW MEDIA'S POSSIBILITIES

Indrė Petrauskaitė

S u m m a r y

Civic engagement and active involvement in the political life of the various forms of participation is an integral part of sustainable government and sustainable development. Nowadays, the state should encourage ensuring the principles of sustainable development. One means to do it is promoting Citizen's participation and its forms. A growing attention given to the Internet and new media through which the citizens can cooperate, their views on important issues and initiatives can take the online space for discussions and movements. Social networking websites, new media getting more and more popular every day hold a prominent place in the lives of a large number of people. That is why citizen in the world began to increase overall civic initiatives, which sometimes degenerate into civil movements or even revolutions. This paper examines the concept of civic participation and the impact of new

media and the Internet on environmental initiatives and movements. The article is dedicated showing how the new media and the Internet influence civil participation in environmental issues. It discusses few important components of civil participations: the level of civil society, social capital, social networks, public space, and defines changes of each level which are determined by the new media and the Internet. Also, the article explores changes of issues of environmental initiatives and movements and defines the fundamental changes that influence the growth of environmental movements nowadays. The research and conclusions on the impact of the new media and the Internet on environmental initiatives are strengthened by academic observations and examples of environmental movements.

Keywords: environmental initiatives and movements, civil initiatives, new media, social networks, public space, the Internet, sites of social networks.