

Latvijas Kultūras akadēmija
Kultūras socioloģijas un menedžmenta katedra

JAUNIEŠU IDENTITĀTES ATSPoguĻošANA SOCIĀLAJĀ PORTĀLĀ
DRAUGIEM.LV.

Bakalaura darbs

Autors/e:

Akadēmiskās bakalaura augstākās izglītības programmas “Mākslas”

Kultūras socioloģijas un menedžmenta apakšprogrammas

4. kursa studente Lāsma Krastiņa

(ID Nr. 20103412)

Darba vadītājs/a:

Asoc. Prof. Ritma Rungule

Rīga

2014

SATURS

IEVADS	3
1. NODAĻA. SEVIS IZRĀDĪŠANAS UN IDENTITĀTES TEORĒTISKIE PAMATI	5
1.1. Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskās pieejas paņēmieni un metodes	6
1.1.1. Izrādes	7
1.1.2. Komandas.....	11
1.1.3. Teritorijas un uzvedība teritorijās.....	13
1.2. Entonija Gidensa identitātes teorijas skaidrojums.....	16
1.2.1. Indivīds un sabiedrība	16
1.2.2. Individuālā refleksivitāte.....	18
1.2.3. Laika un telpas izmaiņas	19
1.3. Citu autoru pētnieciskie darbi par virtuālo realitāti.....	21
2. NODAĻA. JAUNIEŠU SEVIS IZPAUŠANAS PAŅĒMIENI SOCIĀLAJOS PORTĀLOS.....	26
2.1. Fotogrāfiju ievietošana.....	26
2.2. Dienasgrāmatu veidošana un komentēšana.....	30
2.3. Dalība domubiedru grupās	34
3. NODAĻA. DRAUGIEM.LV LIETOTĀJU UN EKSPERTA INTERVIJU ANALĪZE	37
3.1. Pētījuma metodoloģijas izvēle	37
3.2. Sevis izrādīšanas meklējumi draugiem.lv	39
3.3. Viltus profilu nozīme jauniešu sevis izrādīšanā.....	44
3.4. Virtuālās un reālās dzīves iespējas	47
NOBEIGUMS	52
KOPSAVILKUMS	53
BAKALAURA DARBĀ IZMANTOTO TERMINU SKAIDROJUMS	55
IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	56
SUMMARY	59
PIELIKUMI	60
1.pielikums. Vadlīnijas intervijai ar draugiem.lv ekspertu.....	60
2.pielikums. Intervija ar ekspertu Santu no draugiem.lv.....	62
3.pielikums. Vadlīnijas intervijai ar draugiem.lv lietotājiem.....	71
4.pielikums. Intervija ar draugiem.lv lietotāju	73

IEVADS

21. gadsimta sākums ir laiks, kad mēs runājam par savas identitātes izprašanu šajā mainīgajā laikā un telpā, saprast kādai sociālai grupai cilvēks jūtas piederīgs un kas ir viņš pats. Jaunais gadsimts ir ienesis tehnoloģijas mūsu vidē, kā viens no svarīgākajiem tehnoloģiskajiem atklājumiem, bez kura nespējam iedomāties savu dzīvi ir internets un tā iespējas. Jaunais virtuālais gadsimts rada problēmas īsti uztvert savu identitāti un pusaudžiem identitātes, sevis meklējumi ir pavisam citādāki kādi tie bija iepriekšējām paaudzēm, jo informācijas apjoms postmodernajā sabiedrībā ir milzīgs. Tāpēc ir svarīgi noskaidrot kā veidojas jauniešu identitāte Latvijas mērogā par pamatu ņemot sociālo portālu draugiem.lv. Darba tēma tika izvēlēta tieši par identitātes atspoguļošanu, jo par to maz ir pētīts Latvijā, kā arī autore vēlējās noskaidrot, kāpēc virtuālajā vidē jaunieši jūtas tik brīvi un pašpārliecināti, taču ārpus virtuālās vides tiek manīta pavisam pretēja reakcija. Un kā idejas aizsākumus atbildei tika atrasts Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskajā pieejā, ko plaši mūsdienās izmanto interneta sociologi. Ideja par to, ka mēs ikdienā spēlējam dažādas lomas, bija pietiekami interesanta, lai to pārbaudītu dzīvē.

Galvenais pētnieciskais jautājums: Kādi aspekti ietekmē jauniešu identitātes atspoguļojumu sociālajā portālā draugiem.lv

Mērķis: Noskaidrot kā jauniešu identitāte tiek attēlota sociālajā portālā draugiem.lv

Uzdevumi:

1. Analizēt teorētiskās pieejas, kas skaidro kā jaunieši attēlo savu identitāti
2. Raksturot identitātes atspoguļošanas paņēmienus sociālajos portālos
3. Iegūt jauniešu un ekspertu viedokli par identitātes atspoguļošanas paņēmieniem sociālajā portālā draugiem.lv

Bakalaura darbs sastāv no trīs daļām: Pirmajā daļā tiek atspoguļotas teorētiskās pieejas, kas palīdz izprast jauniešu vēlmi pēc sevis izrādīšanas, kā arī raksturo 21. gadsimta situāciju sabiedrībā un indivīdos. Šajā nodaļā ir pieminēti tādi autori kā Ērvings Gofmanis, Entonijš Gidenss un viņu idejas. Otrajā nodaļā tiek aprakstīta jauniešu sevis izpaušana sociālajos portālos, tiek uzskaitītas galvenās iespējas kā sevi izrādīt portālā draugiem.lv. Kā galvenie aspekti kas tiek pētīti ir fotogrāfiju ievietošana, dienasgrāmatu ievietošana un komentāru rakstīšana un dalība domubiedru grupās. Trešajā nodaļā tiek apkopoti rezultāti, kas tika iegūti dziļo interviju laikā intervējot draugiem.lv eksperti un lietotājus. Atbildes uz

jautājumiem ir sakārtotas vairākās apakšnodaļās: pirmā apakšnodaļa vēsta par metodoloģijas pamatojumu, otrā apakšnodaļa atklāj kā notiek sevis izrādīšanas mēģinājumi sociālajā portālā draugiem.lv, trešajā apakšnodaļā tiek noskaidrots kādos nolūkos tiek veidoti viltus profili, kas pamato jauniešus tos veidot un caur tiem sevi izrādīt un pēdējā apakšnodaļa parāda kāda ir virtuālās un reālās vides priekšrocības un trūkumi.

Pielikumā ir pievienotas divas transkripcijas – viena no eksperta intervijas, otra no sociālā portāla draugiem.lv lietotāja, kurš pastāstīja par savu pieredzi lietojot sociālos portālus. Darbam ir pievienots arī biežāk izmantoto terminu skaidrojums, kas palīdzēs labāk uztvert atsevišķu vārdu savienojumu nozīmi šī bakalaura darba ietvaros. Bakalaura darbam tika izmantoti literatūras avoti, kurus bija pieejami dažādās interneta lapās, pārsvarā tie ir citu valstu augstskolu pētījumi. Literatūras sarakstā ir norādītas arī grāmatas, kas ir palīdzējušas labāk saprast tēmu.

1. NODAĻA. SEVIS IZRĀDĪŠANAS UN IDENTITĀTES TEORĒTISKIE PAMATI

Ērvings Gofmanis un Entonijs Gidenss 2007. gadā bija starp citētākajiem autoriem pasaulē sociālajās zinātnēs. Ērvings Gofmanis ieņēma 6. vietu un Entonijs Gidenss 5. vietu.¹ Šie autori joprojām ir ieguvuši milzīgu atbalstu un interesi no lasītājiem, lai arī viņu atsevišķiem darbiem jau pāri 50 gadiem. Idejas šajos darbos ir spējušas saglabāties un turpināt atbildēt uz jautājumiem, uz kuriem lasītāji un zinātnieki meklē atbildes.

Pirmajā nodaļā tiek analizēta Ērvinga Gofmaņa ideja, par to, ka mūsu dzīve tiek spēlēta kā izrāde, katrai situācijai ir sava, noteikta loma, ko mēs apzināti vai neapzināti pildām. Dramaturģiskā pieeja ļauj analizēt jauniešu sevis izrādīšanu pēc vairākiem aspektiem: izrādēm(sevis izrādīšana virtuālajā vidē), skatuves uzbūves(vieta, laiks kurā notiek darbība), dramatiskā izpildījuma (cik labi ir izdevies citus pārliecināt par savu veidoto lomu), komandu darba(ja sevis izrādīšanā ir iesaistīts vēl kāds), teritorijas(robežas, kurās notiek sevis izrādīšana, un aiz tām sekojošās darbības) un salīdzinātas ar situāciju virtuālajā vidē.

Tiek apskatīts arī strukturācijas teorijas pamatlicējs Entonijs Gidenss. Caur viņa skatījumu tiek atklāts, kā mainās modernā sabiedrība, pievēršot īpašu nozīmi indivīdam, un tā jaunajām attiecībām ar sabiedrību. Entonija Gidensa teorijas atklās kā pārmainās identitāte modernajā sabiedrībā laika un telpas jaunās attiecības un kā tās ietekmē sabiedrību kopumā un katru indivīdu atsevišķi. Tiek parādīta jauno mediju nozīme ikdienas dzīvē. Pie trešajā apakšnodaļā tiks analizēts kā pētījumos parādās sociālo portālu ietekme uz indivīdu un identitātes veidošanos. Visbiežāk tie būs pētījumi no citu valstu augstskolu studentiem, kas apskatījuši līdzīgas tēmas saistībā ar virtuālo vidi un indivīdu.

¹ Most cited authors of books in the humanities 2007. pieejams: <http://www.timeshighereducation.co.uk/405956.article> , [skatīts 2014, 22.apr.]

1.1. Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskās pieejas paņēmienu un metodes

„Jādomā, tā nav tikai vēsturiska nejaušība, ka vārda „persona” sākotnējā nozīme bija maska. Drīzāk tādejādi tiek atzīts fakts, ka visi vienmēr un visur vairāk vai mazāk apzināti spēlē kādu lomu ... Mēs cits citu iepazīstam tieši caur šīm lomām; tieši caur šīm lomām mēs iepazīstam paši sevi.”²

Mēdz teikt – dzīve kā teātris. Pat ja šis teiciens nešķiet piemērots, lai apzīmētu dzīvi, tomēr būs cilvēki, kas piekritīs, ka tā ir. Un viens no šiem cilvēkiem bija Ērvinga Gofmanis. Viņa darbi ir veltīti, lai pierādītu šo teicienu. Kā pats pirmais no darbiem, kas atnesa slavu Gofmanim bija *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē* (The Presentation of Self in Everyday Life; 1959). Ar šo darbu viņš aizsāka diskusiju, kas joprojām ir aktuāla, vai mēs dzīvojam savu dzīvi lomās, slēpjoties aiz dažādām maskām? Savu ideju par dzīvi kā teātri Gofmanis gribēja pierādīt, izveidojot savu dramaturģisko pieeju. Šī pieeja tika izmantota, lai analizētu indivīdus un to mijiedarbību ar citiem indivīdiem, izmantojot dramaturģiskos terminus, lai aprakstītu to savstarpējās darbības.

Šajā nodaļā tiks pievērsta uzmanība, tam kā Ērvinga Gofmanis apraksta sevis izrādīšanas paņēmienus un metodes. Pirmajā apakšnodaļā tiks apskatītas *Izrādes* kā tās veidojas, ko aktieri sagaida no skatītājiem spēlējot savu lomu. Tiek pievērsta uzmanība ne tikai skatuves uzbūvei, bet arī dekorācijām, gan skatuves, gan paša aktiera noformējumam. Nodaļā *Komandas* tiek apskatītas, kādām ir jābūt izrādēm spēlējot tās komandā, kādai ir jābūt veiksmīgai komandai. Nodaļā *Teritorijas un uzvedība teritorijās* tiek atspoguļotas teritorijas, kurās notiek izrādes, kādām ir jābūt teritorijām, lai izrādi varētu nospēlēt kvalitatīvi.

² Gofmanis, Ērvinga – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, AGB, 2001, 27. lpp

1.1.1. Izrādes

Šajā apakšnodaļā tiks aprakstīts kā Ērvings Gofmanis skaidro indivīdu, kurš spēlē savu lomu un kas ir nepieciešams, lai lomas spēlēšana izdotos pietiekami labi. Kas ir tās lietas, lai pats indivīds un apkārtējie noticētu spēlētajai lomai. Gofmanis uzsver, ka „kad indivīds spēlē lomu, viņš netieši pieprasa, lai novērotāji nopietni uztver to priekšstatu, ko viņš cenšas tiem radīt”³ Lai labi notēlotu lomu ir nepieciešams pašam ticēt tam, kas tiek spēlēts, ne tikai noticot savai lomai, bet arī to pieņemt kā savu īsto personību. Ja loma ir jāspēlē ilgākā laika posmā, tā var kļūt par daļu no personības, kāda ir jaunietim. Šajā jautājumā par identitātes maiņu virtuālajā vidē un jaunās identitātes kļūšanu par īsto identitāti runā arī Baltijas Starptautiskās Akadēmijas asociētais profesors Arturs Priedītis: Interneta vidē, virtuālajā vidē identitātes maiņa jau kļūst par ikdienišķu parādību. Ir jau kļuvusi par ikdienišķu parādību. Un šajā ziņā zinātnieki izdara vissatraucošākos secinājumus: jo virtuālajā vidē katrs spēlētājs var veidot savu fizisko tēlu pēc savas patikas. Spēles laikā viņš par sevi sniedz tādu informāciju, kāda viņam liekas interesanta, kāda viņam liekas perspektīva.⁴ Tas ļauj secināt, ka jaunietis, kurš veido virtuālajā vidē savu identitāti, viņš var sevi parādīt citiem kādu vēlas, kā arī pieprasa no apkārt esošajiem lietotājiem pieņemt viņa tēlu pilnā nopietnībā un to atbalstīt. Jaunietis sagaida, ka apkārtējie uztvers viņa jauno identitāti pozitīvi, līdz ar to varēs turpināt papildināt šo radīto idealizēto izskatu un ļaut tam kļūt par daļu no jaunieša identitātes, kura atspoguļojas ārpus virtuālās identitātes.

Gofmanis apgalvo arī to, ka „zināmā mērā un tiktāl, cik šī maska reprezentē to priekšstatu, kāds mums ir izveidojies pašiem par sevi – lomu, no kuras cenšamies neizkrist - , šī maska ir mūsu īstā patība, patība, kuru mēs gribētu iemiesot. Galu galā mūsu priekšstats par savu lomu kļūst par mūsu personības otro dabu un būtisku tās sastāvdaļu.”⁵ Par mūsu personību kļūst tas, ko mēs vēlamies attēlot un parādīt citiem, tas ir svarīgi, lai spētu aktieris šo lomu nospēlēt veiksmīgi. Jo tuvāk mēs pieņemsim savu lomu, jo veiksmīgāka tās atspoguļošana būs. Līdz ar to ir svarīgi, lai loma visu laiku tiktu pilnveidota un attēlota kā dabiska šī aktiera personība.

Svarīga ir arī skatuves uzbūve, vieta kurā indivīds izrāda savu lomu un veic sevis atspoguļošanu. Skatuves uzbūves analizēšana ļauj labāk saprast un uztvert indivīda lomu un

³ Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 25.lpp

⁴ Priedītis, Arturs. Identitāte virtuālajā komunikācijā. Komunikācijas hegemonija. Video cikls 2:40- 3:13 Pieejams: <https://www.youtube.com/watch?v=8kpEAbBtXak> [skatīts 2014.17.maijs.]

⁵ Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 27.lpp

aktiera attiecības ar to. Skatuves uzbūve tiek nosaukta par priekšplānu. Tas ietver dekorācijas, kas rada unikālu vidi, kas notiek tieši izrādes laikā. Visbiežāk dekorācijas no izrādes notikuma vietas netiek pārnestas (kā izņēmumu var minēt bēres). Taču dekorācijas ir iespējams dalīt divās grupās: pirmā grupa statiskās vietas dekorācijas (mēbeles, vietas fiziskais iekārtojums) un otrā grupa personas fasāde (kopējais vizuālais izskats, vecums, dzimums, izskats, žesti). Personas fasāde ir tas, kas veido citu indivīdu iespaidu par aktiera spēlēto lomu. Ja ir nepieciešams pārliecināt citus indivīdus par savas lomas nopietnību un piederību tai, tad nepieciešams radīt tādus apstākļus, lai personas fasāde būtu atbilstoša dekorācijām un uzvedībai kopumā. Gofmaņa apgalvojums, ka „mēs gaidām ne tikai saskanību ārienē un uzvedībā, bet, protams, arī zināmu saskanību starp dekorācijām, izskatu un uzvedību. Šāda atbilstība ir tas ideālais tips, kas stimulē mūsu vērtību un interesi attiecībā uz izņēmumiem”⁶, apliecina, ka svarīgi, lai loma ko aktieris vēlas spēlēt būtu saskaņota ar apkārtējo vidi, kurā notiek lomas spēlēšana. Labi pārdomāts personas izskats, skatuves uzbūve un piemērotas dekorācijas var pilnībā radīt pārliecinātu lomu. Skatoties bildēs mēs novērtēja ne tikai pašu cilvēku, bet pievēršamies arī tām lietām, kas parādās fonā. Šajā sakarā ir svarīgs kā izteikums: „profila bilžu ievietošana ir īpaši spēcīgs veids kā tiek parādīta grafiskā veidā identitāte. Un šī profila bilde ir neatņemama sastāvdaļa, kas veido digitālo identitāti. Kā vizuālajam materiālam, kas veic pārstāvniecības funkciju, tas ir galvenais noteicošais faktors kā cilvēki uztver mūsu parādīto identitāti.”⁷ Profila bilde ir ļoti svarīga, jo tā dod pirmo ieskatu citiem lietotājiem par jaunieša identitāti, kuru viņš vistiešākajā veidā parāda cauri vizuālo materiālu. Taču brīžiem vēl svarīgāk ir ne tikai sevi parādīt atbilstoši nepieciešamajai lomai, bet arī pievērt uzmanību lietām ko var redzēt blakus fonā, vai bildē ir detaļas, kas nesaskan ar radīto tēlu. Piemēram, ievietota bilde, kurā redzama skaista kārtīga meitene, kura cenšas uzturēt visās bildēs šādu priekšstatu, taču vienā no bildēm redzama blakus viņai kūpoša cigarete vai alus pudele. Tas uzreiz izjauks saistību starp dekorācijām, izskatu ārienē un uzvedībā.

Aktieris cenšoties sevi prezentēt citu indivīdu priekšā piedomās pie tā, lai viņa kopējais izskats atbilstu sabiedrībā pieņemtām normām un viņš ar savām idejām vai pausto skatuves tēlu neklūtu par sabiedrības noteikto normu pārkāpēju. Ieturot šo distanci aktieris nodrošina, ka viņa loma būs izdevusies ja tā saskanēs ar skatītāju domām. Gofmanis raksta: „tātad, kad indivīds izrāda sevi citiem, viņš savā izrādē pat vairāk nekā savā uzvedībā

⁶ Ērvingis Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, AGB, 2001,31.lpp

⁷ Pete Wardle. *Identity in cyberspace: Our changing perception of our Selves*. Pieejams: <http://www.petewardle.co.uk/essays.htm> [skatīts 2014, 4. maijs.]

kopumā centīsies paust sabiedrības oficiāli pieņemtās vērtības”⁸. Tas ir svarīgs aspekts, ko aktieri cenšas ievērot, lai panāktu vēlamo efektu saistībā ar savu lomu. Bieži vien nostāšanās savā lomā pret skatītāju domām var beigties ar skatītāju nevēlēšanos turpmāk sekot līdz aktiera lomām, vai ideālajā gadījumā gūt atpazīstamību kā vienam no aktieriem, kas spējis nostāties pret skatītāju un pamatot savu izvēli šādai lomai. Tajā pašā laikā to var analizēt kā sava veida lomas noliegšanu, ciniska attieksme pret sabiedrības uzstādītajām normām. Ērvings Gofmanis nav apskatījis nostāšanos pret lomu kā pozitīvu aspektu un kā pastāvošu aspektu kopumā. Tas autorei ļauj secināt par Gofmaņa uzskatiem, ka viņš neuzskatīja, ka nostāšanās pret sabiedrību un tās vērtībām ar savu lomu var padarīt indivīda lomu ticamu. Pēc grāmatas publicēšanas ir pagājuši vairāk kā 50 gadi un aktiera un sabiedrības attiecības ir mainījušās un tas tālāk tiks atspoguļots 1.1.2. nodaļā.

Gofmaņa dramaturģiskajā pieejā atklājas arī aktieru vēlme radīt par sevi priekšstatu, kas ir augstākā statusā nekā tas ir patiesībā: „Šķiet, ka vairumā sabiedrību pastāv kāda lielāka vai vispārēja stratifikācijas sistēma un vairumā stratificēto sabiedrību pastāv augstāko slāņu idealizēšana un arī zemāko kārtu centieni pacelties augstāk”⁹. Visās sabiedrībās pastāv lielāks vai mazāks slāņu dalījums pēc dzīves līmeņa. Ikviens sabiedrības loceklis tiecas uz augstāku slāni un vēlas dzīvot augstākā līmenī nekā dzīvo līdz šim. Aktierim šajā jomā ir priekšrocība, ka viņi veidojot savu lomu, ko pēc tam izrāda citiem, var variēt ar savu dzīves līmeni, pielāgojot nepieciešamo. Veiksmīgs skatuves izkārtojums, dekorāciju izvēle un piemērota uzvedība spēj radīt nepieciešamo lomas attēlojumu. Visbiežāk, pēc Gofmaņa, aktieri vēlas pacelt savu lomu augstākā dzīves slānī nekā viņi dzīvo patiesībā, kas saistāms ar vēlmi būt labākam un bagātākam nekā to pieļauj aktiera šī brīža situācija. Izvēloties lomu pacelt citā sabiedrības slānī, var sastapties ar grūtībām, kuru pārvarēšanai ir nepieciešami treniņi un neatlaidība. Visbiežāk tie ir paradumi, kas jāpielāgo jaunajai lomai, aktierim ir ne tikai jāspēj notēlot izvēlēto lomu, bet arī spēt to izprast, un izdzīvot kā savu ikdienas sastāvdaļu.

Darbā var atrast un uzskaitīt vairākas lietas, ko mēdz slēpt indivīdi no pārējās publikas, kas ne vienmēr ir netikumi, bet pārsvarā tas tiek darīts, jo tas neatbilst uzvedībai un lomai, kāda tiek pasniegta skatītājiem. Pirmkārt, visbiežāk indivīdi izvēlas slēpt darbības, kas nav savienojamas ar pašreizējo lomu, lai neizgāztu iespaidu, ko cenšas radīt skatītājiem. Tas ir loģiski saprotams, jo ikviena darbība, kas neiekļaujas lomā, rada skatītājiem aizdomas, vai loma kas tiek spēlēta, atbilst blakus darbībām, kuras aktieris parāda. Otrkārt, kļūdas, kas

⁸ Ērvings Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, AGB, 2001,39.lpp

⁹Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 39.lpp

rodas pirms pašas izrādes sākuma, tiek slēptas, lai radītu nepieciešamo svarīgumu, ka izrāde notiek rūpīgi izplānota. Tas ir nepieciešams lai noturētu izrādes nepieciešamo atmosfēru un skatītāji nemanītu, ka izrāde netiek līdz galam kontrolēta. Svarīgi ir aktierim saglabāt mierīgu attieksmi kļūdu gadījumos, kas rodas pirms izrādēm vai izrāžu laikā. Treškārt, ko cenšas indivīdi noslēpt, ir kāda produkta sagatavošanas procesu slēpšana, parādot tikai galaproduktu. Lai arī tas noslēpj procesu, kad notika vissmagākais darbs, un tiek parādīts tikai rezultāts, vai pretēji smagam darbam produkta sagatavošanas process ir bijis viegls un prasīja maz piepūles. Līdz ar to spriešana par darba procesu nav iespējama, jo ir redzams tikai gala iznākums. Ceturtkārt, neatbilstība starp izskatu un vispārējo realitāti. Patiesību par personas fasādi iespējams iegūt tikai satiekot indivīdu vidē, kas ir ārpus viņa spēlētās izrādes teritorijas, vai iegūstot informāciju par patieso izskatu. Cilvēki izvēlas slēpties aiz idealizētiem tēliem, kas ir pieskaņoti viņu lomai un izrādei. Šādi tēli tiek veidoti, lai sasniegtu kādu augstāka sabiedrības slāņa piederību, iegūtu pozitīvākas personības iezīmes, uzvedību kādās situācijās, kas tiek izspēlētas.

Svarīgi ir pieminēt izrāžu ticamību: „Ir īstās, patiesās jeb godīgās izrādes un nepatiesās, kuras ir vai nu safabricētas un domātas nenopietnai uztverei, kā aktieru uz skatuves spēlētās vai arī tādas, kas iecerētas nopietni, krāpnieku izpildītās.”¹⁰ Izrāžu patiesīgums ir atkarīgs no aktiera mērķa, ko vēlas panākt ar konkrētās izrādes izrādīšanu. Aktieris var spēlēt savas izrādes gan patiesi, gan nepatiesi, bet svarīgāk par to ir būt pārliecinātam, ka tas ko viņš parāda publikai ir tas, kam pats aktieris tic un ir pārliecināts. Ja aktieris ir maldinājis publiku par savu lomu ticamību, tad agri vai vēlu skatītāji par to uzzinās, visdrīzākais nejaušā veidā. „Citiem vārdiem sakot, pat tad, ja vēlēšaties nošķirt privāto informāciju par sevi no informācijas darba vajadzībām, jums tas neizdosies, jo informācija par jums izplatās gan internetā, gan citos saziņas tīklos. To pašu viņš mēdz teikt arī par jebkuru tēlu, ko cenšas radīt kāds indivīds – piemēram, pusaudzis, kurš mājās ir paklausīgs, taču kopā ar draugiem uzvedas nelietīgi un lieto narkotikas.”¹¹ Veidojot savu izrādi ir jāizsver visi riski tikt atklātam, it īpaši, ja virtuālajā vidē tiek veidota viena identitāte, kas ir pilnīgi pretēja tam, kāda ir reālās dzīves identitāte. Svarīgi ir būt drošam ar ko notiek sastrādāšanās komandā savas identitātes veidošanā, jo komandas biedrs var nejauši nodot jaunieti ieliekot bildi sociālajā portālā, kur šis jaunietis redzams ar pavisam citu identitāti.

¹⁰Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 64.lpp

¹¹Kērkpatriks, Deivids. *Facebook efekts*. Zvaigzne ABC, 2012. 220.lpp

1.1.2. Komandas

Izrādi var veidot ne tikai viena persona spēlējot savu lomu, bet arī var apvienoties grupās un spēlēt izrādi kopīgu mērķu vārdā, katram dalībniekam piešķirot savu lomu. Ir svarīgi, lai katrs dalībnieks ievērotu un pildītu savas lomas cik labi vien iespējams, jo viena aktiera izgāšanās var novest pie visas komandas fiasko. Gofmanis raksta: „Pirmkārt, šķiet, ka tad, kad notiek šī komandas izstrāde, jebkura komandas locekļa varā ir ar nepiemērotu uzvedību šo izrādi izjaukt vai atmaskot.”¹² Līdz ar to ir svarīgi atcerēties katram dalībniekam savas lomas nozīmību. Interesanta situācija ir novērojama sociālajos portālos, jo šeit notiek dramaturģiskie uzvedumi, kuros iesaistās arī citi lietotāji, piemēram, Facebook ir iespējams dot komentāru par citu indivīdu viņam rakstot komentārus, publicējot kādus attēlus vai tekstu uz „lietotāja sienas”.¹³ Sociālajā portālā Facebook ikviens lietotājs var ņemt dalību un veidot komandas izrādi kāda cita lietotāja profilā. Pārsvārā to dara draugi ar kuriem sarunāts, ka viņi ievietos nepieciešamo bildi ar kuras palīdzību izrādītu sevi. Gofmanis uzsver arī to, ka ir svarīgi sadarboties starp komandas locekļiem: „Otrkārt, ir redzams, ka, ja komandas locekļiem ir jāsadarbojas lai uzturētu kādu konkrētu situācijas definīciju publikas priekšā, tad diez vai viņi spēs šo īpašo iespaidu uzturēt arī cits cita priekšā”¹⁴ Tas ir nepieciešams ne tikai lai neizgāztu visu komandas darbu, bet arī lai spētu paši komandas biedri sadarboties savā starpā. Ir svarīgi, lai notiktu informācijas apmaiņa un dalībnieki spētu veidot sadarbību viena kopīga mērķa ietvaros.

Svarīga loma komandas darba uzturēšanā ir režisoram. Tā ir persona, kas regulē visu grupas dalībnieku lomas un darbības. Režisora nepieciešamība ir jāvērtē pēc tā cik labi vai slikti spēj sevi organizēt komandas locekļi. Režisoram ir arī vairākas svarīgas funkcijas, ko nepieciešams veikt. Režisora uzdevums ir saukt pie kārtības tos komandas locekļus, kuru spēle kļūst nepieņemama. Parasti situācija tiek labota ar pierunāšanu un sodīšanu. Visbiežāk režisori virtuālajā vidē ir sastopami domubiedru grupās kā administrators vai kāda cita tikpat augsta līmeņa portāla lietotājs, kurš konkrētajā domubiedru grupā var ieviest kārtību par kuru visi ir vienojušies. Šie lietotāji, kuri pārējā portālā ir tādā pašā līmenī, kā citi, šajās domubiedru grupās var atļaut vai aizliegt kādas darbības. Tas tiek darīts, lai saglabātu kārtību

¹²Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 73.lpp

¹³ Citēts pēc: Bouvier Gwen. How Facebook users select identity categories for self-presentation. *Journal of Multicultural Discourses* Vol. 7, No. 1, March 2012, 37-57, Pieejams:

https://www.academia.edu/1490525/How_Facebook_users_select_identity_categories_for_self_presentation
[skatīts 2014, 17.maijs]

¹⁴Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 73.lpp

domubiedru grupā un tā vadītos pēc noteiktajiem noteikumiem. Šo administratoru uzdevums ir novērst jebkādas darbības, kas nav atrunātas domubiedru grupā iepriekš. Tāpēc arī skatītāji saprot, ka izrādei ir režisors, kurš uzņemas vislielāko atbildību par notiekošo situāciju. administratoru uzdevums ir nodrošināt, lai nebūtu nekādu konfliktu domubiedru grupā, lai kāds netiktu pazemots apvainots, vai citādi nevērstos pret cilvēka personību. Tas ļauj vērtēt atsevišķi režisoru, kuram ir cita dramaturģiskā loma attiecībā pret pārējo komandu.

Režisors uzņemas galveno atbildību par izrādes izdošanos, viņa atbildība tiek vērtēta izrādes laikā, taču pēc izrādes režisors pieprasīs atbildību par aktieru veikumu uz skatuves. Kā otrs svarīgs režisora uzdevums ir iedalīt lomas izrādei un arī noteikt, kāda personiskā fasāde piemērojama katrai lomai, svarīgi ir piemērot lomu aktierim, lai viņš spētu notēlot šo lomu augstā līmenī. Nedrīkst aizmirst, ka katrai lomai ir savi atribūti un zīmes, kas raksturo aktiera lomu. Vēl viens režisora uzdevums ir arī veidot komandas locekļu lomas, noteikt piemēroto personisko fasādi katrai lomai un pieskaņot noteiktus atribūtus gan izrādei, gan komandas dalībniekiem. Kopsavilkumā var teikt, ka režisors komandas darbā ir pats svarīgākais – viņš izvēlas komandas dalībniekus, kas spēlēs lomas komandā, un šajā posmā ir svarīgi atrast cilvēkus, kas spēs sadarboties un darboties komandas labā. Režisoram ir jābūt apveltītam ar tādām rakstura īpašībām, kas ļautu motivēt un saliedēt kolektīvu, kā arī laicīgi novērst iespējamās kļūdas izrādes laikā. Komandas izrādes laikā galvenais uzsvars tiek likts uz kopējo mērķi – izdevušos un ticamu izrādi. Komandas izrāžu laikā pastāv liela iespējamība pieļaut kādas kļūdas uzstāšanās laikā, līdz ar to ir nepieciešami pirms izrādes veikt informācijas apmaiņu, kas ir svarīgs punkts, lai nospēlētu veiksmīgu izrādi.

Komanda var sastāvēt arī no aktieru kopuma, kas nav ieinteresēti uzturēt savā starpā kopīgu komandas garu, bieži vien šīs komandas veido kopēji mērķi un rīcība kādā konkrētā situācijā. Kad šī situācija ir novērsta, pārvarēta, vai kopīgie mērķi vairs nav aktuāli komandas darbs turpmāk vairs nav iespējams. Tomēr šīs komandas darbībā ir lielākas iespējas izgāzt izrādi, jo visbiežāk nenotiek informācijas apmaiņa starp komandas biedriem. Šo veidojumu Gofmanis uzskata par grūti nosaucamu par „komandu”, jo nesatur komandas veidošanās pamatprincipus un mērķus. Tāpēc ir svarīgi, lai komandas spēlē būtu ne tikai režisors, viens galvenais, kurš ir atbildīgs par izrādi, bet arī katram komandas loceklim būtu atbildības sajūta pret izrādi, sevi un komandas biedriem. Kopēji mērķi nevar būt tikai komandas dzinējspēks, ir nepieciešama arī savstarpējā sadarbošanās un atbildība par visiem iesaistītajiem.

1.1.3. Teritorijas un uzvedība teritorijās

Ērvings Gofmanis raksta: „Teritoriju iespējams definēt kā jebkuru vietu, kuru kaut kādā mērā iezīmē ierobežojumi uztverei. Teritorijas, protams, atšķiras pēc to norobežotības pakāpes un pēc tā saziņas līdzekļa, kurā rodas šīs robežas uztverei”¹⁵ Svarīga loma izrādes spēlēšanā ir arī teritorijām. Ikvienu izrāde var tikt spēlēta noteiktā vietā taču ir ierobežojumi, cik liela daļa skatītāju spēs to redzēt, dzirdēt vai kādā citādākā veidā to uztvert. Šo teritoriju ir iespējams sadalīt gan priekšplānā, gan aizkulisēs. Priekšplānā ietilpst viss, kas attiecas uz dekorācijām, kā arī formāla attieksme pret skatītājiem, ievērojot lietišķās un morālās etiķetes prasības. Ar morālajām prasībām tiek saprasts, ka netiek aizskarts personu gods, uzvedības normas, bet ar lietišķajām prasībām – saistība ar darba pienākumu, lai darbinieks rūpētos par uzticēto uzdevumu. Ļoti svarīgi ir tas, kā izskatās aktieri noteiktajā izrādes teritorijā priekšplānā un aizkulisēs. Priekšplānā notiek visas darbības, kas paredzētas skatītājiem, sākot no atbilstošajām dekorācijām līdz aktieriem, kas spēlē izrādi. Taču aizkulisēs ir tā daļa, kurā notiek visa izrādes tapšana, parasti tā ir noslēgta teritorija, kur skatītājiem nav piekļuves. Līdz ar to šī vieta piesaista īpašu skatītāju uzmanību, ja redzamas aktīvas darbības kulisēs. Vēl vairāk – tās var piesaistīt daudz lielāku uzmanību nekā pati izrāde, ja kulisēs esošās darbības ir labi redzamas vai dzirdama.

Virtuālo vidi var uztvert kā jau atsevišķu teritoriju no reālās dzīves. Šai videi ir gan savi ieguvumi gan negatīvas sekas, taču pats svarīgais ir saprast, kur sākas virtuālajā vidē priekšplāns un kur aizkulisēs. „Kā jau tas tika atzīmēts robežšķirtne starp priekšplānu un aizkulisēm ir līdzīgā saistībā ar privāto un publisko dzīvi. Priekšplāns ir sociālās un sabiedriskās dzīves arēna, kur izpildītāji atrodas publikas priekšā. Aizkulisēs ir privātā vai neformāla sfēra, kur indivīds var atpūsties un iziet no lomas, kurā vienmēr blakus ir auditorija. Šeit arī indivīdi var iestudēt un sagatavot savus priekšnesumus.”¹⁶ Kā jau nodaļas sākumā minēts, teritorija ir definējama pēc tā vai ir iespējams to kaut kādā veidā to ierobežot uztveršanai. Šajā ziņā virtuālā vide atbilst šim uzskatam, ka par teritoriju ierobežošanu, jo jebkurš kontakts virtuālajā vidē ir ierobežojams un atkarīgs no paša lietotāja, piemēram, parādīt savu bildi visiem, kas vēlas apskatīt vai tikai draugiem. Rakstīt personiskas pārdomas Twitter tikai draugiem vai publicēt ikvienam. Arī lokālās sabiedrības, valsts, pilsētas,

¹⁵Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 90.lpp

¹⁶ Aspling, Fredrik. *The private and the public in online presentations of the self: A critical development of Goffman's dramaturgical perspective*. Pieejams: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:431462/FULLTEXT01.pdf> [Skatīts 2014, 18.maijs]

ietvaros var veidot šo teritoriju, kas nav citiem plaši pieejama. Tiek pieminēts, ka virtuālās vides priekšrocība ir laika ietaupījums nesatiekot cilvēku klātienē, tas no dramaturģiskās pieejas palīdz izvairīties no izrādes izgāšanās sevi nododot ar žestu palīdzību, jo virtuālajā vidē žestikulēšana ir praktiski neiespējama.

Svarīgs ir arī aspekts par to, kā aktieris izturas šajās teritorijās pret skatītājiem, gan esot uz skatuves, gan arī kontrolējot savu uzvedību un žestus, kas bieži vien ir svarīgāki par aktiera lomas spēlēšanu. Starp aspektiem par uzvedību un žestiem, nepieciešams minēt etiķetes ievērošanu spēlējot savu lomu dažādās teritorijās, piemēram, kapsētā, operā vai darba vietā. Nepieciešams, lai aktieris esot teritorijā izmantotu tās priekšrocības, lai veiksmīgāk spētu parādīt savu lomu, taču nedrīkst pārkāpt vienkāršus uzvedības likumus, kas būtu neētiski noteikti teritorijai un savam radītajam tēlam kopumā. Teritorijas ietver jebkuru telpu, vietu un laiku, ko skatītājiem ir iespējams ar redzi vai dzirdi uztvert.

Teritorijām ir savas priekšrocības un trūkumi, kas ir jāņem vērā izvēloties spēlēt lomu šajās vietās, jo teritorija kopā ar savu vizuālo noformējumu rada jau noteiktu noskaņu izrādei, galvenais, lai tā sakristu ar aktiera spēli un uzvedību šajās vietās kur notiek izrāde. Gofmanis ir rakstījis arī, ka aktieri jebkuru telpu var pārvērst par aizkulisēm, nodalot atsevišķi skatuvi, skatītāju pusi un aizkulisēs : „Darbojoties aizkulišu stilā, indivīdi jebkuru teritoriju var pārvērst par aizkulisēm. Tādejādi mēs redzēsim, ka daudzos sociālos veidojumos izpildītāji pārņem kādu priekšplāna daļu un, darbojoties tur familiāri, simboliski nodala to no pārējās teritorijas.”¹⁷ Neatkarīgi no teritorijas to ir iespējams pielāgot nepieciešamajām vajadzībām, izveidojot priekšplānu un kulises. Atrodoties aizkulisēs, aktieri, kas sadarbojas komandā, vēlēšies parādīt sevi ne tikai skatītājiem kā lojālus un izpalīdzīgus, bet arī komandas biedriem. Līdz ar to, aizkulisēs ir manāmi tādi brīži, kad aktieri viens otru uzmundrina ar labiem vārdiem un darbībām pirms izrādes, vai mierina citus aktierus, ka izrāde ir izdevusies un nav bijusi nemaz tik slikta. Šādas darbības satuvina komandas biedrus un rada iesaistību, ka viņi savā starpā uzticas viens otram un kopējos ar izrādi saistītos noslēpumus neizpauž. Tomēr kulisēs var pastāvēt ierobežojumi vai nespēja izjust pilnīgu brīvību, ja komandā ir citas etniskās grupas pārstāvis, vai, piemēram, ir aktieri, kuru vecuma atšķirības no citiem aktieriem ir palielas.

Strādājot kulisēs starp dažādiem varas līmeņiem parādās dažādas attiecības, jo zemāki ir varas līmeņi, jo tuvākas ir šajos līmeņos esošajiem aktieriem attiecības, taču jo

¹⁷Gofmanis – *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 106.lpp

augstāks varas līmenis, jo mazāka saskare ar citiem, zemākajiem varas līmeņiem. Zemākie varas līmeņa aktieri sagaida no citiem sava līmeņa aktieriem neformālu un atvērtu attieksmi.

Virtuālajā vidē, lai teritoriju sadalītu ir jāizmanto citas metodes, piemēram, ievietojot bildi, priekšplāns būs gan pati bilde, gan komentāri, un viss cits, ko var ieraudzīt citi lietotāji profilā. Aizkulisēs virtuālajā vidē un piemērā ir manāmas, tad kad bildes autoram tiek sūtītas vēstules vai čata veidā padotas ziņas, kuras neviens cits izņemot rakstītājus nevar redzēt. Svarīgi saprast, ka virtuālajā vidē robeža starp publisko un personīgo ir ļoti šaura. Par to ir runājusi arī kāda socioloģe no Dienvidu-Kalifornijas universitātes: „Domājot par to, kā mēs varam mijiedarboties uz citiem elektroniskajā vidē, nosūtot īsziņu, e-pastu, rakstīt Facebook vai Twitter, mēs varētu šādā veidā atklāt aizkulišu informāciju, izmantojot jauno saziņu iespējas, izpaužot personas datus, kurus mēs negribētu, lai kāds cits uzzina. Varētu šķist, ka mēs veidojam mijiedarbību personiskajā sfērā. Šīs aizkulišu komunikācijas var viegli kļūt par priekšplāna daļu, tādējādi mēs veidojam „klīstošu insultu”, vai vēl sliktāk „tiesas pavēsti”. Šis novērojums balstās uz daudzām iespējām „paslīdēt” elektroniskajā saziņā starp priekšplānu un aizkulisēm. Iespaida veidošana interneta laikmetā var būt sarežģīta, jo īpaši, ja mēs aizmirstam, ka elektroniskā saziņa, kas ir privāts ļoti viegli var kļūt par publisku. Tāpēc padoms, ko dzirdēju, iesaku atkārtot daudzas reizes – nekad nerakstīt e-pastu, čivināt Twitterī, ielikt ziņojumu vai atstāt balss pastā ierakstu, kuru jūs negribētu, lai skaļi nolasa tiesa priekšā.”¹⁸ Tāpēc ir ļoti svarīgi spēt nodalīt robežu, kuru informāciju var nodot sabiedrībai un kura informācija ir domāta tikai atsevišķiem cilvēkiem. Tādējādi izvairoties no iespējamās izkrišanas no lomas. Pat vēl vairāk – sargāt savu būtību un personīgas informācijas nokļūšanu „nepareizajās rokās”. Citāts parāda, ka robeža reālajā vidē ir daudz vieglāk nosakāma un aizkulisēs ir ieraugāmas vieglāk nekā tas ir virtuālajā vidē, kur priekšplāns ir ļoti pietuvināts aizkulisēm.

Teritorijas ļauj gan aktieriem, gan skatītājiem uztvert robežas vietai, kurā notiek izrāde. Atkarībā no teritorijas atrašanās vietas tai ir savas priekšrocības un trūkumi, kas ir jāapzina, lai izrāde izdotos. Teritorijas ļauj sadalīt priekšplānu, skatītājiem redzamo daļu un aizkulisēs, tā daļa teritorijas, kas ir pieejama tikai izrādes aktieru komandai un personālam. Teritorijām ir svarīga nozīme aktiera uzvedības un lomas ierobežošanai atbilstoši teritorijas īpašībām. Virtuālajā vidē priekšplāns un aizkulisēs ir ļoti pietuvinātas viena otrai.

¹⁸ Sternheimer, Karen. *Rethinking Goffman's Front Stage/Back Stage*. Pieejams: <http://www.everydaysociologyblog.com/2012/05/rethinking-goffmans-front-stageback-stage.html> [skatīts 2014, 18.maijs]

1.2. Entonija Gidensa identitātes teorijas skaidrojums

Entonijs Gidenss ir viens no mūsdienu sociologiem, kurš spējis atspoguļot dažādas ar mūsdienām saistītas tēmas, taču viena no aktuālākajām tēmām ir identitātes pārmaiņas modernajā un postmodernajā sabiedrībā.

Apakšnodaļā *Indivīds un sabiedrība* tiks atspoguļots kā mainās indivīda un sabiedrības attiecības postmodernajā laikā, kādas izmaiņas skar indivīdu un sabiedrību.

Individuālā refleksivitātes nodaļa vēstīs par to kā veidojas indivīda būtība, kā notiek reaģēšana uz apkārtējo vidi, un kā labāk izprast individuālo refleksivitāti ikdienā pēc savām sajūtām. Laika un telpas izmaiņas vēsta par to, kā notiek izmaiņas ne tikai sabiedrības uztverē pret laiku bet arī kā tas maina mediju nozīmi postmodernajā laikā.

1.2.1. Indivīds un sabiedrība

Entonijs Gidenss raksturojot moderno un postmoderno sabiedrību apgalvo, ka attiecību maiņa starp indivīdu un sabiedrību sākas modernajā sabiedrībā. Komunikāciju tehnoloģiju un informācijas sistēmu attīstīšanās ir devusi dinamisku attīstību arī citām jomām, ieskaitot sabiedrību. Visas jomas pārveidojas jaunā formā un ir nepieciešams pārskatīt visa veida attiecības.¹⁹ Ir nepieciešams pārskatīt attiecības arī starp personīgo dzīvi un sabiedrību. Runājot par moderno un postmoderno sabiedrību var teikt pēc Entonija Gidensa un Ulriha Beka, ka tā ir „riskā sabiedrība”, risks ar nozīmi, ka cilvēki rada atomelektrostacijas, ķīmiskos ieročus, gaisa satiksmi, dabas resursu izmantošana utt. Šie potenciālie riski tiek radīti sabiedrībā, tie nav draudi no ārpuses, bet no iekšpuses, tie ietekmē arī katru indivīdu atsevišķi.

Modernajā sabiedrībā mainās arī attiecības starp indivīdiem un sabiedrību, šajā laikā notiek individualizācija, ko ietekmē sociālo slāņu pozīcijas un sociālās saites, kas pamazām zaudēja savu nozīmību un stiprumu.²⁰ Netiek vairs ņemtas vērā iepriekšējo paaudžu tradīcijas – dzīve tiek dzīvota vadoties pēc šī brīža situācijas, iemaņas no vecākiem vairs netiek pārmantotas, kā tas bijis daudzus gadsimtus līdz modernitātes aizsākumiem. Tradīciju

¹⁹ Brian Heaphy. *Late modernity and social change: Reconstructing social and personal life*. Routledge, 2007. 75.lpp [skatīts 2014, 24. apr.]

²⁰ Lucy Joanna. *Youth in the modern risk society*. Pieejams: https://www.academia.edu/1156398/Youth_in_the_modern_risk_society [skatīts 2014, 24. apr.]

zaudēšana ne tikai attālina ģimenes locekļus vienu no otra, bet visu sabiedrību kopumā, tā kļūst aizvien individuālāka. Katrs indivīds pats nosaka savas dzīves mērķus, pieņem lēmumus patstāvīgi un dzīvo dzīvi, kādu to vēlas dzīvot, nerēķinoties ar sabiedrības vērtībām, normām, jo līdz ar tradīcijas lomas mazināšanos arī šīs vērtības zaudē spēku sabiedrībā. Zaudējot tradīcijas, indivīdi zaudē arī drošības sajūtu, jo pieredzes nodošana paaudžu paaudzēm ļāva veiksmīgi pielietot zināšanas dažādām dzīves situācijām. Šobrīd jebkura indivīda darbība ir viņa personīgā pieredze, kas nav balstīta uz citu cilvēku zināšanām, visu indivīdi izmēģina un sasniedz paši. Tradīciju zaudēšana rada jauna veida vērtības, kas vairs nav balstītas uz pagātnes notikumiem, mūsdienu vērtībās iekļaujas indivīds, pašmotivācija un personīgā pieredze. Taču šajā procesā ir saskatāmas arī pozitīvas iezīmes, sabiedrība ir elastīgāka pret dažādiem jauninājumiem un spējīgi pieņemt tos īsā laika posmā. Par to liecina cilvēku spēja ātri pieņemt jaunumus tehnoloģijās. Piemēram, jaunāko telefonu ražošana, tā jaunās piedāvātās funkcijas. Tiesa, šis process nav novērojams vecāka gada gājuma cilvēkiem, jo viņiem ir grūti pierast pie jaunajām tehnoloģijām un cilvēku dzīves pamatā joprojām ir tradīcijas. Šī doma par tradīciju pazaudēšanu un individualitāti ir pamata ideja Entonija Gidensa darbā *Modernitāte un sevis identitāte* (Modernity and Self-Identity;1991).

Svarīga loma individualizācijas procesā ir informācijas tehnoloģijām, kuras veidojot virtuālo realitāti, padara sabiedrību aizvien individuālāku. Masu medijos uzmanība tiek pievērsta personībām, karjerai, personīgajiem sasniegumiem, kas vēl vairāk liek koncentrēties uz sevi un savu personību. Gidenss ir teicis, ka savas identitātes meklēšana ir moderna problēma ar ko saskaras Rietumu individuālisms.²¹ Vairs nenotiek sekošana tradīcijām, līdz ar to ikvienam indivīdam, kas meklē sevi, savu individualitāti ir nepieciešams pašam vadīties cauri dažādām dzīves pieredzēm, ko viņš iegūst izmēģinot kaut ko jaunu. Šobrīd viss ir atstāts paša indivīda rokās, par to, kas viņš vēlas būt. Indivīdam ir dota izvēle, tiesa, ļoti atbildīga izvēle. Izejot cauri dažādām dzīves cikliem un lomām, indivīds atrod sevi un pozīciju kādā viņš vēlas pozicionēt sevi citiem.

Individualitāte tiek novērtēta visās kultūrās, atšķiras, tikai aspekti, kas katrā kultūrā no individualitātes tiek novērtēti augstāk. Individualitāte tiek novērtēta augstāk kā vēl nekad agrāk, svarīgi ir „būt atvērtam” jaunām lietām, uzdevumiem, sociālajā dzīvē un ikdienas aktivitātēs.

²¹ Anthony Giddens. *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press, 1991, 74.lpp

1.2.2. Individuālā refleksivitāte

Individuālajai refleksivitātei Gidenss ir pievērsis īpaši lielu uzmanību savā darbā. Tā tiek uztverta kā identitātes pamats. Ir svarīgi saprast, kā cilvēkam sasniegt pašu sevis apzināšanās būtību. Gidenss ir izdalījis vairākus punktus par identitāti un to, kā notiek šī refleksija. Daudzi no tiem vēsta par spēju uzņemties atbildību par savu būtību un ķermeni, kā arī spēju tikt galā ar pagātnes problēmām, tās izanalizēt un spēt caur problēmu prizmu ieraudzīt nākotnes perspektīvas. Dažas no Entonija Gidensa idejām par individuālo refleksivitāti:

1. *Identitāte ir refleksīvs, atgriezenisks process, par kuru pats indivīds ir atbildīgs.*²² Tas nozīmē, ka savu būtību veido katrs indivīds atsevišķi, nevis no tā, kas viņš ir, bet tas, kas viņš vēlas būt. Tas ļauj secināt, ka mūsu identitāte veidojas mūsu darbību rezultātā, nevis ārēju iespaidu nomākti, protams ārējiem iespaidiem ir sava loma individualitātes veidošanā, taču tie var neietekmēt identitātes veidošanos, ja pats indivīds to nepieļauj. Tikai indivīdi ir noteicēji par savu personību, tā tiek veidota refleksējot uz sabiedrību, savu iegūto pieredzi, jo tikai caur to tiek sasniegta atgriezeniskā saite, kas ļauj labāk izvērtēt situācijas un veidot savu personību analizējot situācijas.

2. *Identitāte veido attīstības trajektoriju no pagātnes uz paredzamo nākotni. Indivīds apgūst savu pagātni, izanalizējot to, kas tiek gaidīts nākotnē.*²³ Indivīds novērtē situācijas un pieredzes pagātnē pirms uzsāk savas darbības nākotnē. Viss balstās uz savas dzīves iepriekšējām pieredzēm, nevis uz tradīcijām, kas iegūtas no ģimenes. Ģimenes loma ir mazsvarīga, jo modernajā laikā galvenais uzsvars ir individualizācijai – savu uzskatu un domu iegūšana pieredzes procesā, kas balstīts tikai uz indivīdu. Viss tiek iegūts indivīda dzīves laikā un atkarīgi no pieredzes daudzuma, indivīds ir spējīgs variēt ar iespējamām situācijas iznākumiem nākotnē.

3. *Pašrefleksivitāte ir nepārtraukta un visu aptveroša. Katrā brīdī, vai vismaz regulāros intervālos, indivīds veic sevis analizēšanu, saistībā ar to kas notiek ar viņu un apkārt.*²⁴ Ir nepieciešams, lai par katru notiekošo darbību indivīds izvērtētu kā apkārtējā vide reaģē uz kādu darbību, saņemot refleksiju par to un analizējot sevi, izprast kas sekos tālāk, un kā indivīds var ietekmēt, lai apkārtējā vide būtu piemērota. Svarīgi, noteiktos intervālos atbildēt

²²Giddens. Modernity and Self-Identity, 75.lpp

²³Turpat, 75.lpp

²⁴Turpat, 76.lpp

arī uz jautājumiem, kas skar šī brīža jūtas, lai spētu reflektēt apkārt notiekošajam, tāpēc svarīgi noskaidrot: „Ko es jūtu šobrīd? Kā es redzu šo brīdi? Ko es domāju šajā brīdī?” Visi šie jautājumi spēj radīt iespaidu un atgriezenisko saiti notiekošajām situācijām. Reflektēšana par notiekošo ir svarīga, jo tā palīdz saprast nepieciešamību ko mainīt un paredzēt nākotnes situācijas, izejot no jau esošās pieredzes pagātnē.

4. *Veidojot dialogu ar laiku, ir veids, kā var sasniegt sevis apzināšanos. Ir nepieciešama pašaktualizācija – kontrole pār laiku, būtībā personīgā laika zonu nodibināšana, kas visai maz saskaras ar starptautiski noteiktajiem laika mērījumu standartiem.*²⁵ Viens no iemesliem, kāpēc mēs nevaram dzīvot savu plānoti un kontrolēti. Šobrīd cilvēki tiek vadīti pēc noteiktiem laika un telpas standartiem, kas liedz sevi izprast un apzināties, jo šis laiks visbiežāk nav saskaņā ar pilnvērtīgas dzīves plānošanu un sevis izprašanu. Veidojot savus noteikumus, plānojot laiku, indivīds uzņemas pilnīgu atbildību par sevi un savu būtību.

1.2.3. Laika un telpas izmaiņas

Postmodernajā laikā ir mainījušās laika un telpas attiecības, Gidenss to salīdzina ar pirms modernajiem laikmetiem, kad lielākā daļa iedzīvotāju, veicot savus ikdienas pienākumus, dzīvojot ikdienas dzīvi, ar laiku un telpu palika saistīti notikuma vietā. Šobrīd laiks ir atdalīts no telpas un tā vietā tika radīts „tukšs” dimensijas laiks, taču šajā laikā arī telpa tiek atdalīta no vietas.²⁶ Uzreiz ir jāpiemin, ko Gidenss saprot ar laiku un telpu: agrāk, laiks un telpa bija definēti kā robežas vai vide, kurā sociālā dzīve tika dzīvota; attiecīgi tie kļuva saistīti ar atsevišķām disciplīnām: laiks saistīts ar vēsturi, un telpa ar ģeogrāfiju, vietas novietojumu²⁷. Kā galvenais pierādījums šai parādībai ir mehāniskie pulksteņi. To plašais izmantojums visā pasaulē no vienas puses atvieglo cilvēku iespēju noteikt laiku, taču no otras puses tiek radīta situācija, kad pasaule standartizēti ir sadalīta dažādās laika joslās, un komunikācija starp šo laika joslu cilvēkiem var būt apgrūtināta, tieši dažādo ritmu un dzīvesveidu dēļ. Līdz ar to rodas atšķirības sabiedrībās, kas ietekmē visu pasauli. Tas ir viens veids, kā pamanīt atšķirības, kas radušās laika un telpas attiecību maiņā. Gidenss uzsver, ka mēs savu laiku pavadām noteiktās laika zonās.²⁸ Mūsu laiks ir mūsu pašu saplānots, piemēram, no 8 rītā līdz 16 vakarā strādājam, tad vakarā 2 stundas pavadām veikalā ceļam

²⁵ Turpat, 77.lpp

²⁶ Turpat, 16.lpp

²⁷ Steven Loyal. The Sociology of Anthony Giddens. London: Pluto Press, 2003, 93.lpp

²⁸ Anthony Giddens. Sociology 6th edition. Polity Press. 2009, 271.lpp

uz mājām, vakarā esam mājās, 1-2 stundas veltam laiku atpūtai, tad ejam gulēt. Un tā šis ritms ir iestrādāts uz visām darba dienām. Arī laiks, kas tiek patērēts kādai no telpām mājā ir sadalīts noteiktās zonās. Izstrādāts dienas cikls ir vienīgais veids kā kontrolēt laiku.

Otrs svarīgs veids, kas parāda kā modernā un postmodernā sabiedrība, salīdzinot ar iepriekšējiem periodiem, pāriet uz jauna veida laika un telpas attiecībām ir mediju attīstība. Gidenss apgalvo, ka modernitāti veido „savi mediji”, kas sākumā bija pieejami tikai drukātā tekstā, bet tagad arī elektroniskos signālos.²⁹ Laikos, kad grāmatas tika rakstītas un iesietas ar rokām, grāmatu pieejamība bija ierobežota tās tika nodotas no rokas rokā, lai to varētu izlasīt, jo kopiju grāmatām bija maz. Vēlāk parādījās iespēja drukāt avīzes un tas ļāva avīzēm pārvarēt telpu un laiku, jo tās var izdalīt lielā daudzumā lielam skaitam cilvēku. Šī informācija sasniedz cilvēkus aptuveni vienādā laikā. Postmodernajā sabiedrībā avīžu loma jau ir spēcīgi mazinājusies un virsroku gūst elektroniskie mediji, kas spēj pārvarēt laika un telpas, kā arī vietas dimensijas. Visur, kur pieejams internets, ir iespējams iepazīties ar jaunākajām ziņām, salīdzinot ar avīzēm, nav vairs tik liels uzsvars uz teksta koncentrēšanu pāris teikumos, bieži vien ziņa tiek pasniegta daudz garākā aprakstā, nekā tā ir bijis līdz šim drukātajos medijos. Mediji, kuri neatbild par ziņu pasniegšanu, bet tomēr ieņem svarīgu lomu elektroniskajos medijos ir televīzija, filmas un video, kuri veido īpašu priekšstatu par ziņām, salīdzinot ar drukātajiem medijiem. Šie mediji nekad nerasniegs vizuālo mediju priekšrocības attēlot ziņu. Svarīgi, ka šie mediji mūsdienās spēlē daudz lielāku lomu nekā drukātie mediji, un cilvēku iespēja sajūst laiku un vietu, ko piedāvā televīzija, ļauj izjust notikumus personiskāk.

Elektroniskie mediji ir izmainījuši mūsu uztveri par laiku, telpu un vietu. Iespējas sasniegt cilvēkus otrā pasaules malā, sēžot dīvānā ir pāris sekunžu jautājums. Ar tehnoloģiju palīdzību cilvēki ir zaudējuši agrāko laika izpratni. Ir izveidojusies laika un telpas pārrāvums, šie abi elementi vairs nav ieraugāmi vienā vietā. Aci-pret-aci satikšanās reizes ir pavisam citādākas kā tās bija kādreiz, šobrīd elektroniskā saziņa noris daudz brīvāk nekā reāla cilvēku satikšana. Informācijas sabiedrībās tiek diskutēts, vai šīs virtuālās komunikācijas ir drošas cilvēku fiziskajai un garīgajai veselībai.

²⁹ Giddens. *Modernity and Self-Identity*, 24.lpp

1.3. Citu autoru pētnieciskie darbi par virtuālo realitāti

Iepriekšējās nodaļās bija runa par Ērvinga Gofmaņa dramaturģisko pieeju un identitāti Entonija Gidensa skatījumā. Šajā nodaļā tiks atspoguļoti pētījumi, kas vairāk sasaucās ar bakalaura darba tēmu, respektīvi, tie būs pētījumi par jauniešu identitātes veidošanos virtuālajā vidē, kā arī, kā sociālie portāli ietekmē cilvēka identitāti.

Tiek veikti daudz pētījumi, lai noskaidrotu kā sociālie tīkli ietekmē indivīdu attiecības ar citiem indivīdiem un virtuālo vidi. Viens no pētījumiem ir par to, kā *Facebook* identitātes ietekmē ārpus virtuālās vides attiecības. Šajā pētījumā tiek uzsvērts, ka indivīda individualitāte daļēji veidojās pēc tā, kādi draugi virtuālajā vidē tiek uzturēti.³⁰ Visi draugi virtuālajā vidē ietekmē indivīda personību. Cilvēki ir savstarpēji sasaistīti ar spēcīgākām vai vājākām attiecību saitēm virtuālajā vidē. Spēcīgas saites veidos draugi, kas būs saistīti ar indivīdu un ja vēl šiem draugiem būs savstarpējas saites ar citiem, bet tie, kas tikai veidos saites ar indivīdu, veidos vājas saites. Spēcīgas saites ir ar tiem cilvēkiem, ar kuriem rodas kopējas intereses, tiek meklēta līdzīga informācija, taču vājas saites veidojas starp tiem, kuri nav iesaistīti kopēju interešu meklēšanā un informācija ar kuru viņi dalās ir maz kopīga.

Pētījumā ir secināta svarīga doma par to kāpēc virtuālā vide un anonimitāte ir tik vilinoša ikvienam: Tāpēc, ka „izejas” durvis vienmēr ir sasniedzamas, virtuālās vides dalībniekiem nav iemesla baidīties riskēt, iegūt jaunus draugus, palīdzēt svešiniekam vai izmēģināt jaunu identitāti.³¹ Tas ļauj labāk izprast indivīdu centienus izmēģināt kaut ko jaunu izskatā, uzvedībā vai attieksmē virtuālajā vidē. Ikvienam virtuālās vides dalībniekam ir iespēja izmēģināt visas iespējas, ko piedāvā virtuālā vide, jo vienmēr pastāv iespēja atstāt virtuālo vidi, ja draud kādas sekas arī indivīda reālajā dzīvē. Virtuālā vidē atšķiras no reālās vides ar to, ka virtuālajā vidē ir iespējas aizbēgt no situācijas dažādos veidos, bet reālajā dzīvē ar savu reālo identitāti nav iespējams aizbēgt no problēmām, tās ir jārisina un visas situācijas notiek ar indivīda patieso būtību. Tāpēc virtuālā vide ir tik pievilcīga, tā ļauj eksperimentēt ar darbībām, kas tiek vērstas pret citiem cilvēkiem, zinot, ka par to nesekos nekāda atbildība.

³⁰ Jessica Marie Vitak. *Facebook “friends”: how online identities impact offline relationships*. Pieejams: https://www.academia.edu/412944/Facebook_Friends_How_Online_Identities_Impact_Offline_Relationship [skatīts 2014, 22.apr.]

³¹ Vitak. *Facebook “friends”: how online identities impact offline relationships*. [skatīts 2014, 22.apr.]

Pētījumā par identitāti un modernitāti, tiek uzsvērts, ka sabiedrībā individuālisms ir noteicošais un savas identitātes attīstīšana ir kļuvusi par centrālo jautājumu.³² Katrs uzņemas atbildību par sevi un veido savu identitāti ņemot vērā, ko domā sabiedrība, kāds ir tās viedoklis un pēc pat nelielām sabiedrības izmaiņām ir jāveic izmaiņas savā identitātē. Nepieciešamība apvienot savas lomas sabiedrībā un personīgajā dzīvē ir liels šķērslis daudziem pāriem, un tas noved pie šķiršanās. Sabiedrības prasības ir citādākas nekā tās ir mājas un personiskajā dzīvē, brīžiem pat grūti apvienojamas, tāpēc rodas grūtības un indivīds izvērtē kuras, prasības viņš spēj izpildīt un kuras nespēj izpildīt.

Tiek uzsvērtā arī informācijas mainība un indivīda spējai visu laiku sekot līdzi jaunākajai informācijai: Mēs regulāri saņemam informāciju par to, ko mums vajadzētu būt un kas ir neveselīgi, jaunie pētījumi liecina, ka noteikti produkti var izraisīt vēzi, bet citi pētījumi uzsver, ka tie ir labi sirdij. Bet atkal citi pētījumi parāda pilnīgi ko citu un produkti, ko uzskatījām par drošiem tagad ir neveselīgi. Idejas par to, kas ir labs un kas slikts, mainās ļoti ātri un zināšanas, kas kādreiz bija vispārzināmas, tagad tiek uzskatītas par aizspriedumiem.³³ Informācijas maiņa informācijas tehnoloģiju laikmetā ir strauja un indivīdam jāspēj ne tikai orientēties jaunākajās tendencēs, bet būt labam sabiedrības loceklim un mājas dzīvē labam dzīves draugam. Pie tam informācija ātri atjaunojas, parādās jaunas tendences, ne tikai pārtikas jomā, bet jebkurā jomā, un indivīdam jāspēj šīs tendences uztvert un sekot tām līdzi. Tradicionālās zināšanas, kas tika pārmantotas no paaudzes paaudzē vairs nav spēkā un tiek uzskatītas par nepareizām, taču jaunas zināšanas tiek iegūtas vadoties pēc jaunākajām tendencēm informācijas vidē. Visā informācijas uztveršanas laikā ir svarīgi pilnveidot savu identitāti līdzi laikam un jaunākajām prasībām.

Darbā atklājas, kāpēc cilvēki vēlas mainīt savu identitāti: Modernajā sabiedrībā uzaugot, cilvēkiem stāsta, ka viņi var kļūt par jebko neatkarīgi no ģimenes stāvokļa, rases, tautības, dzimuma, dzīvesvietas, salīdzinot ar iepriekšējiem laika posmiem. Bet visas iespējas piešķir grūtības izvēlēties, un kas vēl svarīgāk, rezultātu redz visi un apzinās, kādas varēja būt citas izvēles iespējas. Bieži vien kauns par savu izskatu sagādā problēmas. Šajā jautājumā vienmēr ir pastāvējuši noteikti standarti par to, kādam ir jābūt ķermenim, un mūsdienu situācijā, kad ķermenis ir atvērts dažādām pārmaiņām, un tiek sagaidīts, ka indivīdi izveidos savu ķermeni pievilcīgu, ņemot vērā šīs pievilcīga ķermeņa prasības. Tas tiek darīts apmeklējot trenažieru zāli, ievērot diētas, palielināt kādu ķermeņa daļu vai

³² Marta Björg Hermansdóttir. *Self-Identity in Modernity*. Pieejams: http://skemman.is/stream/get/1946/12134/28549/1/Self-Identity_in_Modernity.pdf, [skatīts 2014, 26. apr.]

³³ Björg Hermansdóttir. *Self-Identity in Modernity*, [skatīts 2014, 26. apr.]

samazināt citas ar plastiskajām operācijām, matu krāsošanu, utt.. Kad indivīdi nespēj izskatīties kā tas tiek gaidīts, tas var izraisīt kauna sajūtu.³⁴ Šis citāts parāda, ka mūsdienu sabiedrībā ir savi skaistuma etaloni, uzvedības un morāles normas, kas tiek uzskatītas par pareizām. Katrs indivīds sabiedrībā iegūst šo informāciju par vērtībām un normām un pamazām „iestrādā” tās sevī, lai spētu būt piederīgs noteiktai sabiedrībai. Brīžiem vēlme sevi padarīt par ideālu sabiedrības locekli beidzas ar nespēju piepildīt sabiedrības ideālu, līdz ar to tiek radīts iespējamais veids, piemēram, internetā tēls, kas atbilst sabiedrības normām un standartiem. Tādejādi indivīds var sevi ātri pielāgot sabiedrības normām, pat ja tās viņam ir grūti sasniedzamas. Ķermeņa skaistuma izcelšana ir svarīgs aspekts, lai iegūtu labvēlīgu attieksmi sabiedrībā, ja šīs skaistuma normas tiek izprastas un izpildītas pareizi. Pastāv atšķirības starp dažādām tautām un valstīm, par to, kas ir skaists, līdz ar to šajā jomā var rasties nesaprašanās starp jaunajām tendencēm un tradīcijām. Tajā pašā laikā svarīgs ir ne tikai izskats, ģērbšanās kultūra, bet arī noteiktu ķermeņa aprišu ievērošana. Šis uzdevums rada vislielākās problēmas indivīdam iekļauties mūsdienu sabiedrībā. Ja ir ķermeņa daļas, kuras var uzlabot padarot skaistākas, tad ar ķermeņa aprišu uzlabošanu klājas grūtāk. Daudzi izjūt kaunu par savu ķermeni, ja tas neietilpst sabiedrības noteiktajos standartos, un mēģina radīt ar citām metodēm ideālu iespaidu par sevi.

Mūsdienu sabiedrībā indivīdiem ir ļoti trausls pašnovērtējums un ļoti liela kauna izjūta. Kā atbilde uz šo īpašību salikumu rodas personība, kas ir narcistiska. Šie cilvēki sajūt ļoti lielu mazvērtību un sevis izrādīšanas vēlmi.³⁵ Tā raksta pētījuma autore Marta Bjorka Hermansdortira (Marta Björg Hermannsdóttir) uzsverot, ka mūsdienās visi sajūt lielu kaunu, jo nespēj īstenot sabiedrības pieņemtās normas un izskata standartus, tāpēc izjūt vēlmi sevi attaisnot citās jomās, kā piemēram, parādot sevi kā idealizētu cilvēku, kas spēj sekot līdzi visām jaunākajām lietām, kas maina sabiedrību. Šīs personas ir uz sevi vērstas, jo cenšas tādejādi aplēpt savus trūkumus un izcelt citu cilvēku vājības. Tādejādi šie cilvēki sajūtas labi noniecinot citus cilvēkus ar pieejamām metodēm un līdzekļiem. Šie cilvēki ir izveidojuši tādu aizsardzības sistēmu, ka viņi spēj aizvainot citus, taču pret viņiem vērstie apvainojumi nesasniedz mērķi. Visbiežāk šīs personas sabiedrībā rada iespaidu kā laimīgas un panākumiem bagātas personības, taču patiesībā tas viss tiek radīts, lai saņemtu nepieciešamo uzmanību un pašapliecinātos.

³⁴ Marta Björg Hermannsdóttir. Self-Identity in Modernity. Pieejams: http://skemman.is/stream/get/1946/12134/28549/1/Self-Identity_in_Modernity.pdf , 24.lpp

³⁵ Marta Björg Hermannsdóttir. Self-Identity in Modernity. 24.lpp

Latviešu valodā veidots rakstu krājums, kas sastāv no vairāku autoru rakstiem, vēsta par virtuālās vides situāciju Latvijā: Šajos portālos [autora piezīme: sociālie portāli kā draugiem.lv] veidojas intensīvi un plaši personiskās komunikācijas tīkli, un tādējādi cilvēka informācijas vidē lielāku nozīmi iegūst privātie informācijas avoti un sabiedrībā intensificējas horizontālā komunikācija un attiecības.³⁶ Tas parāda, ka Latvijas situācija ir līdzīga kā pārējā pasaulē un interneta vide tiek izmantota lai iegūtu plašu komunikācijas tīklu, ar kura palīdzību būtu iespēja piekļūt pēc iespējas lielākai informācijas apjomam. Sociālie portāli ir kļuvuši par daļu no ikdienas, ne tikai sabiedrībai kopumā, bet arī noteiktām profesijām, piemēram, žurnālisti ikdienā izmanto sociālos portālus, lai veidotu rakstus par interesantiem cilvēkiem, kas jau guvuši atzinību sociālajos portālos. Svarīga loma komunikācijā ir horizontālai komunikācijai, kas apzīmē komunikāciju viena līmeņa ietvaros, var teikt, ka sociālie portāli nodrošina šo komunikāciju, neizceļot ārpus virtuālās vides pieredzi. Visi sociālo portālu lietotāji atrodas vienā, kopīgā situācijā, kas viņus satuvina, jo viņiem ir jāpakļaujas vienai sistēmai, noteikumiem un vadībai, kas pārvalda portālu. Šajā līmenī visi lietotāji ir tiesiskā ziņā pilnīgi vienādi un uz visiem attiecas vieni noteikumi, līdz ar to, daudzi izvēlas komunicēt šajā līmenī ar citiem, jo sabiedrībā pastāvošie sociālie slāņi, un personības sasniegumi neko nenožīmē.

Tiek uzsvērtas arī virtuālās priekšrocības, attiecībā pret informācijas veidošanu un izplatīšanu: informācija, kas ir sagatavota digitālajā formātā, ir manipulējama visdažādākajos veidos – lietojama atkārtoti, ērti pārstrādājama un papildināma. Tādai informācijas krātuvei nav īpašu lietošanas ierobežojumu. Iespējas ir atkarīgas tikai no paša cilvēka izdomas.³⁷ Informācija virtuālajā vidē ir vairāk maināma, labojama un pasniedzama vēlamos veidos, tā nav arī pastāvīga, drukāts vārds paliek neizdzēšams avīzēs, bet internetā pieejamā informācija ir maināma pēc ieskatiem. Portālā draugiem.lv par ko vēsta raksta autors Juris Cālītis pastāv dažādas iespējas kā ievietot informāciju sociālajos tīklos. Viens no variantiem ir fotogrāfijas, ko var kā jebkuru informāciju apstrādāt un mainīt un pielāgot nepieciešamajai publikai un vēlmēm. Vēl nepieciešamo informāciju var nodot tieši kontaktējoties ar citiem lietotājiem, komentējot viņu albumus, veidojot dienasgrāmatas vai citos veidos veidojot saziņu. Svarīga sastāvdaļa ir arī viedokļa noskaidrošanai par pašu individu, tam tiek veidoti dažādi informācijas avoti, par kuriem lietotājs lūdz citus portāla

³⁶ Inta Brikše. *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi*. Apgāds „Zinātne” 2006. 30. lpp

³⁷ Juris Cālītis. *Reliģija un reliģijas kopienas Latvijas informācijas vidē*. Apgāds „Zinātne” 2006. 317.lpp

lietotājus izteikt savas domas. Sociālais portāls paver lieliskas iespējas kā pārbaudīt, radīt un izmēģināt savu jauno identitāti, ko tik viegli ir izveidot sociālajos portālos.³⁸

Darbā tiek uzsvērta doma par to, ka ir mainījusies draugu, draudzību un attiecību saturs, ko veicinājusi virtuālā vide kopumā un sociālo portālu dotās priekšrocības: Ja savietojam šo draudzības veidošanas veidu ar agrāko – vēstuļu – vidi, tad redzam, cik savādi izskatās draugs, kas pataupa mīlestības vēstules, pēc vajadzības izgriež gabaliņus un tos savieno jaunā vēstulē nākamai draudzībai. Šajā draudzības izpausmē mēs konstatētu zināmu savādību. Bet virtuālā draugiem.lv pasaulē tas nemaz nešķiet savādi.³⁹ Jāpiekrīt autora domai par to, ka attiecības caur internetu, sociālajiem portāliem ir izmainījušas kopējo skatījumu par attiecībām. Tās no attāluma šķiet vieglākas, jo neuzliek tik lielu pienākuma sajūtu un pret tām var izturēties vieglprātīgāk.⁴⁰ Iespējas, ko sniedz tehnoloģijas, atvieglo iespējas kā veidot attiecības ar draugiem, pretējo dzimumu un sabiedrību. Kreativitāte ir kļuvusi par kaut ko unikālu, jo mainoties tehnoloģiju veidiem, piemēram, vēstules nosūtīšanai, mainās arī sabiedrības vērtības. Kad vēstules izsūtīja rakstītas ar rokām, nosūtītājs rēķinājās, ka vēstules nosūtīšana prasīs pāris dienas un šīs vēstules sūtīja dažas reizes mēnesī, tāpēc gādāja, lai aploksne un markas būtu īpaši skaistas, tas radīja īpašu romantiskuma sajūtu. Mūsdienās vienu vēstuli var nosūtīt pāris sekunžu laikā, tās vairs nav personīgi vērstas, visām viens izskats un teikums ir iespējams iekopēt un rediģēt, ko nebija iespējams darīt uz papīra lapas. Esam jau pieraduši pie ātruma un ieguvuši jaunas vērtības, zaudējot vecās, kuras vairāk bija saistītas ar tradīciju. Šobrīd dzīvojam individualizētā pasaulē, kuras galvenais mērķis ir spēt visu paspēt laikā, jo dzīves temps ir palielinājies.

³⁸ Cālītis. *Reliģija un reliģijas kopienas Latvijas informācijas vidē*, 317.lpp

³⁹ Inta Brikše. *Informācijas vide Latvijā: 21.gadsimta sākums*. Apgāds „Zinātne” 2006. 317.lpp

⁴⁰ Cālītis. *Reliģija un reliģijas kopienas Latvijas informācijas vidē*, 317.lpp

2.NODAĻA. JAUNIEŠU SEVIS IZPAUŠANAS PAŅĒMIENI SOCIĀLAJOS PORTĀLOS

Šajā nodaļā tiks atspoguļoti paņēmieni ar kuru palīdzību jaunieši cenšas izrādīt sevi virtuālajā vidē. Nodaļā tiek uzskaitītas tās izpaušanas metodes, kas tiek visbiežāk izmantotas un ar kuru palīdzību ir vieglāk sasniegt nepieciešamo rezultātu sevis izrādīšanā. Kā viena no metodēm, kas tiks apskatīta ir *fotogrāfiju ievietošana*, kas ir populāra metode jauniešu vidū, veids kā sevi parādīt citiem tādu kādu vēlas parādīt. Tiks aprakstīts kā šī metode iedarbojas, kādu efektu rada, un kādas bildes mēdz ievietot jaunieši, pats galvenais noskaidrot, kāds ir mērķis bilžu ievietošanai.

Apakšnodaļā par dienasgrāmatu veidošanu tiks atspoguļots, kādi raksti tiek ievietoti dienasgrāmatā un kādu publikas daļu cenšas sasniegt jaunieši, kā arī komentāru un diskusiju nozīme citās dienasgrāmatās. Nodaļā *Dalība domubiedru grupās* tiks pastāstīts kā jaunieši sevi izpauž domubiedru grupās, kas atbilst viņu interesēm un ko dod jauniešiem domubiedru grupas, vai ar domubiedru grupām var saprast tikai konkrētas draugiem.lv vietas, kur eksistē grupu sadaļa, vai tās var būt kāda svarīga notikuma aspektā veidotas.

2.1. Fotogrāfiju ievietošana

Fotogrāfiju ievietošana draugiem.lv ir populāra nodarbe visās vecuma grupās, taču īpaši piesaista jauniešu grupu, jo caur galerijām ir iespējams izpaust savu personību, ko nav iespējams noskaidrot citādāk, kā iepazīstoties ar lietotāja profilu un bildēm. Interesanti, ka draugiem.lv galerijas mēnesī tiek apskatītas 550 776 417 reizes⁴¹, tā ir pati populārākā nodarbe sociālajā portālā. Tāpēc ir tik svarīgi izprast fotogrāfiju nozīmi, to ievietošanas mērķus un metodes.

Masačūsetsas tehnoloģiju institūts ir noskaidrojis, ka bilžu ielikšana sociālajos portālos tiek darīts ar nolūku, lai palielinātu citu lietotāju reaģēšanu uz šīs personas profilu. Galvenais mērķis bilžu ielikšanai sociālajos portālos ir izraisīt spēcīgas emocijas no citiem lietotājiem. Piemēram, komentāri vai atzīme „man patīk”, liek bildes ielicējam to uztvert kā

⁴¹ draugiem.lv. *Apmeklētākās sadaļas pēc lapu skatījumiem mēnesī*. Pieejams: <http://business.draugiem.lv/lv/statistika> [skatīts 2014, 4. maijs]

pozitīvu signālu, ka citi portāla lietotāji ir jutuši bildes emocionalitāti. No citiem lietotājiem bildes autors sagaida vienu no trīs iespējamajām atbildēm⁴²:

1. *emocionālā* – attēlam ir jāizraisa dažāda veida jūtas, sākot ar apbrīnu uz prieku, atraisītību un beigās skumjām. Emocijām nav jābūt obligāti pozitīvām, lai izveidotu saikni ar bildi un tās autoru;

2. *garīgā* – attēls var kļūt par sava veida parakstu, kas kaut ko apstrīd, pajautā vai informē;

3. *sociālā* – cilvēki, kuri izmanto sabiedrībā esošās tendences un interneta *memes*, pārzinot pop-kultūru, šādā veidā var reaģēt uz attēliem, kas spēlē šādā izpratnes veidā. Sabiedrības reakcija var būt arī kultūras ietvarā, piemēram, Latvijā tapušu joka attēlu, ne vienmēr sapratīs Brazīlijā.

Jēdziens “meme” nav nekas jauns – tas tika definēts jau 1976. gadā grāmatā “*The Selfish Gene*”, skaidrojot kultūras informācijas izplatīšanās veidus. Interneta meme savukārt ir koncepts, ideja, parodija vai joks, kas izplatās interneta vidē un kultūrā, un tas var būt video, attēlu, mirkļbirku vai pat weblapu formātā.⁴³

Caur šiem trim saiknes nodibināšanas variantiem tiek sasniegta publika un bilde vairs nav tikai bilde – tā ir ieguvusi vērtību ko novērtē citi portāla lietotāji. Tāpēc tiek ievietotas fotogrāfijas, kuras spēs izsaukt kādu reakciju. Tās var būt paša portāla lietotāja veidotas bildes, bet tikpat labi tās var būt jau internetā atrastas bildes. Visbiežāk draugiem.lv portālā var redzēt bildes kas ir paņemtas no citiem interneta resursiem kā atziņu vai pieredzes pārdzīvojumu apkopotu pāris teikumos. Šādas bildes ļauj iegūt lielāku atsaucību no citiem lietotājiem, ja doma ir vispārīga un skar cilvēka iekšējos pārdzīvojumus.

Angļu sociologs Pīts Vardle (Pete Wardle) par vizuālajām iespējām sevi parādīt sociālajos ir teicis, ka vizuālie sevis parādīšanas veidi, ir galvenie faktori, kas ļauj citiem uztvert mūsu identitāti, ko paši radām. Šis vizuālās sevis parādīšanas var salīdzināt ar apģērbu, ko valkājam reālajā dzīvē, taču vizuālie veidi sociālajos portālos ir kaut kas vairāk. Tie ir kā ķermeņi ko valkājam kibertelpā.⁴⁴ Mūsu izskats, ko rādām caur bildēm, video, spēlēm vai citādā vizuālā veidā ļauj citiem lietotājiem izveidot par mums noteiktu tēlu. Visbiežāk šis tēls ir tāds, kādu mēs vēlamies radīt citiem, jo pieejamā informācija par to, kas

⁴² Robyn Fizz. *The big picture: using images in social media*. Pieejams: <http://newsoffice.mit.edu/2013/the-big-picture-using-images-in-social-media> [skatīts 2014, 4. maijs]

⁴³ Laura Lasmane. *Kas komunikācijas speciālistiem būtu jāzina par interneta memēm*. Pieejams: <http://lasmane.lv/2013/03/04/interneta-memes/> [skatīts 2014, 4. maijs.]

⁴⁴ Pete Wardle. *Identity in cyberspace: Our changing perception of our Selves*. Pieejams: <http://www.petewardle.co.uk/essays.htm> [skatīts 2014, 4. maijs.]

mēs esam reālajā dzīvē ir iespējams tikai tad, ja mēs, vai mums pietuvinātas personas ar to dalās. Šos ķermeņus, kurus piemin angļu lektors, var diezgan precīzi salīdzināt ar Ērvinga Gofmaņa dramaturģisko pieeju. Ideja paliek tā pati – mēs varam radīt maskas kuras nēsāt virtuālajā vidē un apslēpt savu patieso būtību. Mūsu izskats un tas kā mēs to parādām citiem var ietekmēt citu lietotāju uztveri par to kādu masku mēs vēlamies parādīt virtuālajā vidē. Pirmais ko lietotāji visbiežāk pamana ir profila bilde, kas dod ieskatu par personu un ļauj vērtēt cilvēku pēc tā ko viņš parāda par sevi.

Komunikāciju konsultante Terija Prona (Terry Prone) apgalvo, ka ir 12 kategorijas, kas aptver gandrīz visas profila bildes sociālajos portālos:

1. *Profesionāli uzņemta fotogrāfija* studijā liecina, ka indivīds tiecas sasniegt sociālajos medijos biznesa vai karjeras iespējas;

2. *Bilde ar bērniem* ir saistāma ar vēlmi parādīt caur profila bildi, to, ko ir izdevies sasniegt ģimenes dzīvē;

3. *Bilde ar puisi/meiteni*, parāda, ka šis cilvēks ir ļoti svarīgs dzīvē, un indivīds saredz šo cilvēku kā savu otro pusi.

4. *Bilde, kurā attēlota jautrība un labi pavadīts laiks ar draugiem*, liecina par vēlmi būt ievērotam vienaudžu vidū un radīt iespaidu, ka indivīds ir vienmēr pilns prieka un atvērts jokiem.

5. *Bilde, kurā attēlots, kā tiek darīti ikdienas darbi*, ļauj spriest par cilvēku kā par noslēpumainu cilvēku, kurš vēlas parādīt to, ko viņš dara dienas gaišajā laikā

6. *Profila bilde, kurā indivīds ir attēlots bērībā*, parāda vēlmi nepieaugt un saņemt drosmi, lai dzīvotu nākotnei. Šīs bildes norāda arī uz nostalgiju.

7. *Izmantojot karikatūru savā bildē*, indivīds cenšas pateikt, ka viņš nav stingrs cilvēks un ka viņš sevi neuztver pārāk nopietni.

8. *Bilde, kurā parādās indivīda vārds kā slavens brends*, ļauj spriest, ka cilvēks ir svarīgs nekā citi, izceļot šī vārda īpašo stāvokli.

9. *Atbalstot bildē savu mīļāko komandu vai citu interešu grupu*, tiek parādīts, ka intereses un uzskati nav svarīgāki par personību.

10. *Profila bilde, kurā indivīds nofotografēties kopā ar slavenību*, liecina par vēlmi justies pazīstamam un svarīgākam.

11. *Bilde, kura uzņemta ar webkameru vai mobilo telefonu*, liecina, ka cilvēks vēlas lai viņu pieņem tādu, kāds viņš ir patiesībā.

12. *Bilde, kas uzņemta darba vietā*, ļauj secināt, ka cilvēks vēlas sevi vairāk asociēt citiem ar savu darbu nekā ar personīgo dzīvi.⁴⁵ Caur šīm piedāvātajām komunikācijas konsultantes variantiem, var izsecināt, kādu lomu vēlas spēlēt indivīds un kā tā ir jānolasa portāla lietotājiem, kas savā veidā tiek padarīti par skatītājiem. Dažiem no šiem punktiem autorei nevaru piekrist līdz galam, piemēram, par to, ka telefons palīdz atspoguļot personu, kāda tā ir patiesībā. Vērojot un analizējot bildes virtuālajā vidē šķiet, ka šo bilžu mērķis ir pavisam cits. Mērķis sevi izcelt kā skaistu gudru un neatkārtojamu indivīdu, kurš atrodas labākos dzīves apstākļos nekā bildes vērtētāji. Citas pieminētās pazīmes, par to, ko cenšas pateikt caur profila bildi ir loģiski uztveramas, jo profila bildē tiks ievietota tā informācija, kuru vēlēsies pasniegt pirmo lietotājiem, kas pirmo reizi apmeklē indivīda profilu.

Draugiem.lv iespējams ievietot bildes bezmaksas, kas ļauj pievērst sev uzmanību caur bildēm tik regulāri, cik to indivīds vēlas. Pēdējā laikā kā modes tendence ir kļuvusi galeriju publiskošana ar vienu bildi. Šo metodi pārsvarā atbalsta jaunieši, šādā veidā saliekot vairākas galerijas, kurās ir tikai pa vienai bildei. Protams, galerijas tiek liktas ar nelielu laika sprīdi, lai jaunumos galerijas figurētu visu laiku. To varētu dēvēt par agresīvu, netiešu uzmanības pieprasīšanu no citiem lietotājiem. Mērķis šādai galeriju likšanai pēc kārtas varētu būt saistāms ar uzmanības trūkumu un vēlmi ieņemt galeriju sadaļā pirmās vietas, visu laiku būt aktuālam savā draugu un draugu draugu lokā. Otra tendence ir kolāžu veidošana un tādejādi vienā bildē ir atspoguļoti uzreiz vairāki notikumi, vairākas situācijas. Arī kolāžu veidošanu atbalsta jaunieši ieviejojot kolāžas dažādos veidos. Tas ļauj uztvert pasākumu kopumā, ja bildes ir loģiski sakārtotas. Šī metode ievietot bildes kolāžā arī samazina vietu lai ievietotu fotogrāfijas, jo viss ir apvienots vienā bildē. Šādas metodes izmantošana samazina iespēju, ka tiks ievietotas vairākas galerijas ar vienu bildi.

Viena no modes tendencēm, kas šobrīd ir ļoti populāra, ievietot savas bildes kā *selfiju* jeb paša cilvēka fotografētu pašportretu. Kāpēc selfijs ir tik populārs intervijā BBC ziņām atklāj Londonas universitātes koledžas neirologs Džeimss Kilner (James Kilner). Viņš atklāj, ka ikdienā cilvēki daudz laika patērē, lai izprastu citu cilvēku sejas, taču pieredze izpētīt savu seju ir pavisam neliela. Fotografējot savu seju vairākas reizes, dažādās grimāsēs un digitāli to aplūkojot mēs pierodam pie tā, ko digitāli redzam, un jo vairāk skatāmies uz sevi, jo pievilcīgāka mūsu seja liekas.⁴⁶ Izmantojot palīgprogrammas, piemēram, Adobe Photoshop,

⁴⁵ Mullally, Una. *What does your profile picture say about you?* The Irish Times. 2011. Pieejams: <http://www.irishtimes.com/culture/media/what-does-your-profile-picture-say-about-you-1.634379> [skatīts 2014, 4. maijs.]

⁴⁶ BBC news: *Magazine Monitor. The science behind why we take selfies.* Pieejams: <http://www.bbc.com/news/blogs-magazine-monitor-25763704> [skatīts 2014, 5. maijs.]

ir iespējams mainīt savas sejas parametrus un pielāgot seju tā, lai tā izskatītos tāda, kādu mēs iedomājamies to savā izpratnē. Tāpēc digitāli apstrādātas bildes atšķiras no tām, kas ir uzņemtas un ievietotas uzreiz sociālajos portālos. Digitāli apstrādātas bildes gūst aizvien lielāku atbalstu, jo tas parāda, ka cilvēkiem ir svarīgi, ko viņi ievieto sociālajos portālos, cenšoties noņemt liekās detaļas, kas traucētu ieraudzīt tādu bildes skaitumu, kādu to redz pats indivīds, kurš ir attēlots.

Par fotogrāfiju ievietošanas metodēm un iespējām varētu analizēt ilgi un pamatīgi, autore darbā centās uzskaitīt tās idejas, ko nepieciešams uztvert, kāpēc tiek ievietotas bildes, kādi ir mērķi, ko cenšas panākt ar bilžu ievietošanu.

2.2. Dienasgrāmatu veidošana un komentēšana

Dienasgrāmata ir viena no vietām sociālajā portālā draugiem.lv, kur jaunieši var izpaust savas sajūtas, uzskatus, vēlmes, idejas utt. Tā ir arī vieta, kur parādīt sevi no nepieciešamā skatu punkta lai radītu priekšstatu par sevi.

Rebeka Lī Maksvela (Rebecca Leigh Maxwell), Ohaio universitātes studente ir veikusi pētījumu par dienasgrāmatu rakstīšanu tiešsaistē, un pētījuma laikā ir secinājusi, ka respondenti ar zemu pašvērtējumu izmanto dienasgrāmatas, lai veidotu savu identitāti, iejustos vai būtu novērtēti no sabiedrības puses. Savukārt, ar augstu pašnovērtējumu bija vairāk orientēti uz sabiedrību, bija lielāks lasītāju skaits un dalījās ar dienasgrāmatu arī ar draugiem ko satiek reālajā dzīvē.⁴⁷ Tas ļauj secināt, ka dienasgrāmatu rakstīšana nav viennozīmīga darbība, kas tiek veikta visiem sociālo portālu lietotājiem vienādi. Tie indivīdi, kas jūtas nepārliecināti, var saskatīt dienasgrāmatu rakstīšanā iespēju pilnveidot savu identitāti, gūt atzinību no sabiedrības. Tas palīdz labāk attīstīt savu radīto identitāti, un tie indivīdi, kuri ikdienā nesaņem atbalstu, spēj to piesaistīt ar savu radīto identitāti sociālajos portālos. Svarīgi, ka pētījuma dati parāda, ka cilvēki ar zemu pašnovērtējumu tomēr ietur distanci no sabiedrības, kaut arī tiek nodrošināta anonimitāte interneta vidē. Taču augsta pašnovērtējuma īpašnieki necenšas neko slēpt un atklāti sabiedrībai parāda savu viedokli, pat draugiem, ar kuriem satiekas ārpus virtuālās vides. Augsta pašnovērtējuma cilvēki labprāt parāda savu masku, identitāti daudz tuvāk lasītājiem jeb skatītājiem, nekā to dara nedroši indivīdi, kas baidās no sabiedrības viedokļa un nostājas pret viņu.

⁴⁷ Maxwell, Rebecca L. *Online Lives? – Personal Diaries on the Web*. Ohio State University. 2005. 8.lpp
Pieejams: <http://kb.osu.edu/dspace/bitstream/handle/1811/412/?sequence=1> [skatīts 2014, 6. maijs.]

Pētījuma autore ir secinājusi arī to, ka dienasgrāmatas vairāk nav noslēpums, kas paslēpts zem gultas vai aizslēgta grāmata ar atslēgu, šodien miljoniem raksta tiešsaistes dienasgrāmatas, ko potenciāli var ieraudzīt un izpētīt miljoniem cilvēku pasaulē.⁴⁸ Tā ir būtiska izmaiņa, kas radusies postmodernajā laikā, lai arī visi cenšas saglabāt anonimitāti virtuālajā vidē, tomēr caur dažādām metodēm cenšas pievērst sev uzmanību. Viens no iemesliem kāpēc cilvēki dalās ar savām emocijām sociālajos portālos, ir saistāms ar lielo individualizācijas pakāpi sabiedrībā. Tradīcijām vairs nav tik liela ietekme sabiedrībā, zināšanas netiek pārmantotas, cilvēks dzīvo savu dzīvi un caur to arī iegūst pieredzi. Cilvēki cenšas būt atvērti jaunajam, sagaida atgriezenisko saiti no dienasgrāmatu lasītājiem, vienalga vai tie ir komentāri vai draugiem.lv sociālā portālā esošā iespēja izrādīt darbam patiku bez komentāriem ar iespēju atzīmēt „man patīk”. Caur dienasgrāmatām atklājas indivīda vēlme komunicēt ar citiem lietotājiem, neatkarīgi no tā, kāda ir viņu personība ārpus virtuālās vides.

Svarīgs aspekts ir ne tikai dienasgrāmatas uzrakstīšana, bet atgriezeniskās saites veidošana ar lasītājiem. Viens no variantiem, kā uzzināt lasītāju viedokli par dienasgrāmatu un tajā rakstītajām domām, ir saņemt komentārus zem rakstītā. Virtuālajā vidē komentēšana noris daudz vieglāk kā reālajā dzīvē, jo lietotāji paši regulē savu anonimitātes līmeni. Jauniešiem, kas ir savas identitātes meklējumos, ir vēlme parādīt komentāros savu noteikto lomu un identitāti, kuru tie piekopi sociālajos portālos. Lomas var būt visdažādākās, taču visbiežāk ir novērotas jauniešu vēlmes izcelties, pasakot kaut ko atšķirīgu no pārējiem komentētājiem vai īpaši uzsverot kādu ideju, kas aprakstīta rakstā vai saskatāma vizuālā veidā. Jauniešiem patīk izprovocēt cita vecuma grupas vai emocionāli argumentēt savas grupas vienaudžiem. Kas attiecas tieši uz vizuāliem uzskates materiāliem, kurus ir iespējams komentēt, jaunieši tos labprātāk komentē nekā dienasgrāmatas.

Galeriju sastāvu un komentēšanu līdz ar to var iedalīt, *humora galerijās*, kur pārsvarā bildes tiek vērtētas pozitīvi, par tām pasmejas, izsaka savus komentārus tieši par bildi. Šajā sadaļā agresīvi komentāri nav bieži sastopami, jo lietotāji koncentrējas uz bildi nevis personisko attiecību skaidrošanu. Var iedalīt arī *pārdomu galerijas*, kurās tiek ievietotas bildes, kas vēsta dažādus dzīves laikā pieredzētus notikumus, to sekas un izsaka pamācošu aforismu, šajā sadaļā katrs no lietotājiem jūtas eksperts, jo atšķiras dzīves pieredze. Tāpēc, šajā galeriju sadaļā ir vērojamas diskusijas par dzīvi. Visvairāk negatīvu emociju un vārdu tiek vēltīti viens otram ir *politikas un izaicinošu bilžu galerijās*, kurās tiek atspoguļoti

⁴⁸ Maxwell. *Online Lives? – Personal Diaries on the Web*. 11.lpp

politiskie uzskati, dažādas bildes, kas rosina uz kādu atļautu vai neatļautu darbību izraisa cilvēkos dažādas reakcijas. Politiskās bildes, saukļi neatstāj vienaldzīgu nevienu un notiek savstarpējā savu domu uzspiešana cilvēkiem. Galerijas kas ietver vīriešu, sieviešu, bērnu un ģimenes bildes ir novērojams vismazāk agresijas no citiem lietotājiem, ja vien bildes nav provocējošas un neatbilstošas morālajām vērtībām un sabiedrības nospraustajām normām.

Komentēšana galerijās vai dienasgrāmatās īpaši neatšķiras, mainās tikai veids kā tiek pasniegta informācija un kā tā tiek saprasta. Ja vizuālu materiālu katrs var uztvert pēc savām sajūtām, tad dienasgrāmatā jau tiek definēts, kas ir galvenais. Pētījumā par *tiešsaistes dienasgrāmatām* jautājot kāda ir motivācija uzturēt tiešsaistes dienasgrāmatas, ir jāizceļ pirmās piecas atbildes: saglabāt kontaktu vai informēt citus par sevi, lai saglabātu iespaidus par notikumiem, „nolaist tvaiku” izteikt emocijas, dalīties un veicināt diskusijas, reflektēt par pagātni.⁴⁹ Visas šīs pazīmes ļauj uztvert indivīda nepieciešamību pēc saiknes saglabāšanu ar citiem lietotājiem, nepieciešamība pēc uzmanības un atgriezeniskās reakcijas, lai izvērtētu kāds citu acīs izskatās indivīda paveiktais. Svarīga ir sajūta, ka lietotāja dienasgrāmata ir izlasīta un ieguvusi kaut nelielu „man patīk” atzīmi vai kādu komentāru. Tāpat kā ar bilžu ievietošanu, šajā procesā ir svarīgi radīt lasītājos emocijas, kas liktu vai nu pozitīvi, vai negatīvi reflektēt par izlasīto. Respektīvi, ielikt darbā emocijas, kuras spētu sajust un uztvert dienasgrāmatas lasītāji.

Intervijā *The Sunday Times*, Čikāgas Universitātes kognitīvās un sociālās neiroloģijas nodaļas direktors Džons Kačopo (John Cacioppo) apgalvo, ka pētījumos ir pierādījies ka tad, kad cilvēki kļūst vientuļi un izolēti visticamāk, viņi izmantos Facebook kā vientulības aizvietotāju.⁵⁰ Šo izteikumu var attiecināt ne tikai uz sociālo portālu Facebook, bet arī uz citiem portāliem, šajā gadījumā uz draugiem.lv. Vientulības sajūta ko rada individualizācija, liek jauniešiem meklēt jaunas iespējas sevi pierādīt un būt sabiedrībai piederīgam. Parādās mēģinājumi sevi parādīt tādu, kādu jaunietis vēlētos, lai citi pieņem virtuālajā vidē, visbiežāk tās ir vēlmes, kuras atšķiras no citiem vienaudžiem. Katrs jaunietis vēlas izcelties ar kaut ko savu, būt unikālam un ar to lepoties. Tas attiecas ne tikai uz bilžu un dienasgrāmatu ievietošanu, bet arī uz komentāru rakstīšanu savā vai cita lietotāja galerijā vai dienasgrāmatā.

Jānis Buholcs savā promocijas darbā *Indivīdu attiecības tiešsaistes sociālajos tīklos* raksta par attiecībām virtuālajā vidē un reālajā vidē. Viņš ir analizējis arī dienasgrāmatu

⁴⁹ Maxwell. *Online Lives? – Personal Diaries on the Web*. 64.lpp

⁵⁰ Gillespie, James. *Does Facebook make us lonely?* Pieejams:

<http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/newsreview/features/article1036816.ece> [skatīts 2014, 7. maijs.]

veidošanu virtuālajā vidē un no viņa veiktā darba svarīgs ir viens atzinums, ka veidojot rakstus dienasgrāmatās primārais nav izveidot kontaktu ar lietotājiem, saņemt komentārus, draugiem.lv gadījumā „man patīk”, bet gan pārvērst šo informāciju par saistošu, interesantu, dramatisku un arī traģisku.⁵¹ Šī doma pierāda citētajā Masačūsetsas tehnoloģiju institūta darbā vienu no idejām par to, ka cilvēkiem ir nepieciešamas emocijas, lai spētu novērtēt virtuālajā vidē rakstītos vai vizuālos materiālus.⁵² Lai šie materiāli gūtu atzinību lietotāju vidē ir nepieciešams radīt pievilcīgu nosaukumu, kas spēs uzrunāt arī citus, kā arī saturam jābūt viegli uztveramam, interesantam un emocionālam. Tas pats darbojās arī vizuālo materiālu ievietošanā, svarīgi ir izsaukt emocijas, nav nozīmes vai šīs emocijas ir pozitīvas vai negatīvas, bet rakstītājam ir jārada kādas spēcīgas emocijas lasītājā. Aplūkojot jauniešu rakstītās dienasgrāmatas draugiem.lv vidē, var secināt, ka sadaļā „Parunāsim”, kuru redz visi lietotāji, tiek ievietotas pārdomu pilnas atziņas vai stāsti no savas dzīves pieredzes, kas balstīti uz sāpēm, ciešanām, palīdzības meklēšanas, retāk no laimes un pozitīvām emocijām. Daudz vietas aizņem arī dzejoļi, kuri vēsta par personīgajām izjūtām, veltījumi kādam, mēdz būt tematikas dzejoļi, piemēram, mātes dienai. Jauniešiem ir svarīgi arī izteikt kādu viedokli, kas nesakrīt ar pārējās sabiedrības domām, un speciāli provocēt, lai veidotos diskusijas, vārdu un domu apmaiņa. Jauniešiem tikpat nepieciešams ir just, ka viņu publiskās atklāšanās citiem svešiem cilvēkiem, tiek uzņemtas pozitīvi, ka emociju izteikšana ir virtuālajā sabiedrībā novērtēta.

Dienasgrāmatas sniedz jauniešiem iespēju sevi parādīt no personiskāka skatu punkta, paužot savas emocijas, kas ir piemērotas viņa lomai, vai gluži pretēji, spēlēt savu lomu ciniski līdz galam to pašam nepieņemot. Dienasgrāmatu veidošana retāk tiek izmantota, taču komentēšana ir īpaši izplatīta. Starp diskusijā iesaistītajām pusēm, ja tas ir vēl viens jauniešis, noris „teritoriju dalīšana”, ar to tiek saprasts, ka jaunieši savā uzvedībā cenšas pierādīt pārākumu pret kādu citu vienaudzi. Komentāru sadaļas pētīšana un analizēšana tieši draugiem.lv vidē tiks atspoguļota caur interviju analīzi nākamajā nodaļā.

⁵¹ Buholcs, Jānis. *Indivīdu attiecības tiešsaistes sociālajos tīklos*. Latvijas Universitāte, Rīga. 2013. 251.lpp
Pieejams: http://politika.lv/article_files/2415/original/Individu_attiecibas.pdf?1367481562 [skatīts 2014, 9. maijs.]

⁵² Robyn Fizz. *The big picture: using images in social media*. Pieejams: <http://newsoffice.mit.edu/2013/the-big-picture-using-images-in-social-media> [skatīts 2014, 4. maijs.]

2.3. Dalība domubiedru grupās

Piederība pie domubiedru grupām ir nepieciešama ikvienam indivīdam, it īpaši jauniešiem. Jauniešiem ir svarīgi sajusties svarīgiem, piederīgiem pie kādas lielākas grupas, kas pārstāvētu viņu intereses. Tā kā vairs netiek pārmantotas pieredzes no iepriekšējām paaudzēm, jo postmodernajā laikā tradīciju loma strauji ir mazinājusies, jaunieši nesaņemot pieredzi no vecākiem, vēršas pie saviem vienaudžiem. Notiek apvienošanās domubiedru grupās un tajās apmainās ar dzīves laikā iegūto nelielo pieredzi. Domubiedru grupas un dalība tajās ir viens no veidiem kā sevi izrādīt citiem, iegūt informāciju par to kā sevi izrāda citi lietotāji, kā arī saņemt atbildes uz nepieciešamajiem jautājumiem.

Īpaša uzmanība ir jāpievērš arī faktam, ka diskusijas dalībniekiem ienākot vietnē ar saviem īstajiem vārdiem, dialogs kļūst daudz civilizētāks.⁵³ Tā ir parādība, kas tiek novērota sociālajos portālos. Cilvēkiem vairs neesot anonīmiem, neizmantojot viltus profilus nav iespējas noslēpt informāciju par sevi. Tas ļauj kontaktēties savā starpā atklāti, esot tādiem, kādi jaunieši ir patiesībā. Tas rada grupā lielāku uzticamību tam, ko vēsta tās dalībnieki, it īpaši ja tas skar personīgās dzīves pieredzi. Analizējot draugiem.lv domubiedru grupu un iespēju veidot anonīmus profilus, jāpiebilst, ka drošības līmenis ir augsts un paši lietotāji cenšas tikt vaļā no viltus profiliem ziņojot par to administrācijai. Lietotāji vēlas apkārt sev redzēt atklātību, taču bieži vien paši nav spējīgi būt godīgi un atklāti pret citiem portāla lietotājiem.

Jaunieši cenšas ņemt dalību dažādās domubiedru grupās, lai parādītu citiem, ka viņiem ir sociāli aktīva identitāte, kā arī domubiedru grupas ir laba vieta, kur iegūt zināšanas par sevi.⁵⁴ Iesaistīšanās dažādās sociālās aktivitātēs ko piedāvā sociālie portāli ļauj jauniešiem ne tikai ņemt aktīvu dalību dažādās interesējošās grupās, bet arī caur šīm grupām uzzināt kaut ko jaunu par sevi. Pierādot un sevi apliecinot grupai kā tās lojālu biedru, jaunietis iegūst ne tikai cieņu no pārējiem grupas biedriem, bet arī iespēju paaugstināt savu vērtību, šādā veidā mazinot kādus negatīvus uzskatus par sevi. Ja domubiedru grupu pieņem kā vienu veselu komandu, tad ir iespējams šo domubiedru grupu vērtēt pēc Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskās pieejas. Ērvings Gofmanis ir aprakstījis, ka komandai ir liela nozīme ikviena indivīda identitātes veidošanā, ja tā darbojas saskaņoti un sevi citiem cilvēkiem un citā grupām izrāda kā vienu veselumu. Komandas darbs var palīdzēt ikvienam no grupas

⁵³ Kērkpatriks, Deivids. *Facebook efekts*. Zvaigzne ABC, 2012. 337.lpp

⁵⁴ Charness, Gary, Rigotti, Luca, Rustichini, Aldo. *Individual Behavior and Group Membership*. 2005. 6lpp. Pieejams: http://www.econ.ucsb.edu/~charness/tenure_papers/audience.pdf, [skatīts 2014, 9.maijs]

dalībniekiem sasniegt savus individuālos mērķus, piemēram, parādīt kādas noteiktas savas īpašības, kuras vēlas izcelt. Tas iespējams pie nosacījuma, ja grupa ir spēcīga savā vienotībā starp grupas biedriem.

Analizējot draugiem.lv ievietotās domubiedru grupas, var pamanīt, ka tās ir sakārtotas vairākos tematos, zem katra no šiem tematiem var atrast nepieciešamās grupas. Kā viena no aktīvākajām grupām ik dienas, kurā uzturas liels skaits jauniešu ir *99% apstiprinu jeb AICINIET*, šīs grupas nosaukums jau vien vēsta par tās virzienu un mērķiem. Šī grupas sastāv no lūgumiem apstiprināt draudzības aicinājumu, vai nosūtīt uzaicinājumu. Visbiežāk šādu praksi piekopj jaunieši, kuri vēlas iegūt pēc iespējas lielāku skaitu jaunu draugu, lai varētu izrādīt sevi pēc iespējas lielākam lietotāju skaitam savu profilu, bildes un dienasgrāmatas. Tas tiek darīts arī tāpēc, lai iegūtu pēc iespējas lielāku cilvēku skaitu, kas komentētu albumos un dienasgrāmatās. Uzmanība ir vitāli nepieciešama attīstot savu identitāti, jo nepieciešama refleksija no apkārtējās pasaules, par to kā tā attēlojas citu acīs. Caur refleksiju jaunietis saskata, vai viņa vēlamā identitāte ir saprotama arī citiem un caur savām darbībām var uzlabot sevis izrādīšanu citiem.

Ir sastopamas arī daudzas grupas, kas pieder fanu klubiem, un tajās ir atrodami dažādas tematikas fanu grupas. Kā viena no tām – Rīgas Dinamo – apvieno sporta līdzjutējus, kuri seko līdz Latvijai hokejam. Bakalaura rakstīšanas laikā ir sācies pasaules čempionāts hokejā, līdz ar to ir svarīgi izcelt vienojošu elementu ko ir ieviesuši draugiem.lv portālā sadarbībā ar LMT. Šis elements ir kopīga līdzīgu jūšana Latvijas hokejistiem, veidojot *LMT Hokeja fanu sienu*, kuras ikvienam dalībniekam izvēloties sevi kā vienu no četriem hokeja līdzjutēja emociju tipu un izveidot savu profila bildi kārtīga līdzjutēja veidā. Tiek piedāvāts profila bildi papildināt ar hokeja elementiem, piemēram, ar hokeja apģērbu „iegērbt savu profila bildi hokejista ādā”, izmantot hokeja līdzjutēja atribūtiķu, pievienot sejai brilles vai citus aksesuārus un profila bildei pievienot klāt simbolus, kas saistās ar hokeju. Pēc visām šīm darbībām hokeja līdzjutēja emociju tips tiek automātiski ievietots „Runā” sadaļā, ko redz visi lietotāji, neatkarīgi no tā, vai viņi ir lietotājam draugos, vai nav. Un otra lieta ko piedāvā tā ir izveidota hokeja līdzjutēja bilde, kuru ievietos kopā ar citām bildēm, un to redzēs ikviens draugiem.lv sākumlapā. Šīs aktivitātes ieviešana panāk divus mērķus: pirmais – tiek veidota viena, liela, spēcīga fanu grupa, kuru apvieno spēcīgas emocijas, ko fani iegūst spēļu laikā. Otrais mērķis – lietotāji tiek iesaistīti kopējā aktivitātē, kas ļauj ikvienam indivīdam sevi izrādīt, kā labu, pozitīvu un uzticamu fanu, kura profila bildi varēs ieraudzīt draugiem.lv sākumlapā. Caur šo aktivitāti tiek panākts daudz kas vairāk kā reklāma LMT, šī akcija apvieno cilvēkus vienā lielā domubiedru grupā, kas saglabāsies

spēcīga uz noteiktu laiku – kamēr Latvijas izlase piedalīsies pasaules čempionātā. Šī Latvijas līdzjutēju fanošana – tiek aprakstīts pasaulē kā fenomens kādā NBC News rakstā pieminēts, ka Latvijai hokejs ir kā reliģija.⁵⁵ Kāpēc tas tiek pieminēts kā svarīgs faktors pie jauniešu sevis izpaušanas iespējām? Tam ir vairāki iemesli:

1. Hokeja domubiedru grupa ļauj ikvienam jauniešiem sajūst sevi kā daļu no sabiedrības un latviešu tautas. Jaunieši veidojot savu identitāti refleksē uz apkārt notiekošo sabiedrībā. Ja sabiedrībā ir tik spēcīgs impulss, kas vieno visus atbalstīt savas valsts hokejistus, tad jaunieši to saskata kā iespēju būt daļai no sabiedrības, iejusties tajā kā pilnvērtīgam loceklim.

2. Emocionālās izjūtas, kas tiek saņemtas hokeja spēļu laikā satuvina. Šīs sajūtas tiek visbiežāk atspoguļotas sociālajos tīklos, ko aktīvi dara jaunieši izmantojot jaunākās tehnoloģijas. Īpaši spraigās spēlēs sociālie portāli ir pārpildīti ar dažādām emocionālām atziņām.

3. Caur spēlēm satuvinās cilvēku attiecības virtuālajā vidē. Tas notiek gan ar komentāru rakstīšanu, kopā jušanu, gan ievietojot dažādas bildes no hokeja spēles, vai bildes kā tiek sagaidīta spēle mājas apstākļos.

Caur domubiedru grupām ir iespēja, jauniešiem sevi ne tikai izrādīt bet būt daļai kādā piederīgā grupā, kurā jauniešiem var justies kā „savējais”. Domubiedru grupas var būt dažādas, un ikviens var atrast sev domubiedrus dažādās tēmās. Svarīgi, ka domubiedru grupas ļauj aktīvi iesaistīties sociālajā dzīvē, komunicējot ar sev līdzīgajiem.

⁵⁵ Tibbles, Kevin. *For Latvians, hockey is a religion*. NBC News. 2006. Pieejams: http://www.nbcnews.com/id/11508154/ns/nbc-nightly_news_with_brian_williams/t/latvians-hockey-religion/#.U2305Sj6e2k [Skatīts 2014,10.maijs]

3. NODAĻA. DRAUGIEM.LV LIETOTĀJU UN EKSPERTA INTERVIJU ANALĪZE

Šajā nodaļā tiks pamatota metodoloģijas izvēle, kāpēc tieši intervijas ir piemērotākā metode, lai sasniegtu izvirzīto mērķi. Kā arī tiks atklāti iegūtie dati eksperta un draugiem.lv portāla lietotāju intervijās. Nodaļa ir grupēta pa tēmām, kuras atklājās interviju laikā. Svarīgākais uzsvars tiek likts uz sevis izrādīšanas meklējumiem draugiem.lv portālā, šajā nodaļā atklāsies kādā veidā ir iespējams sevi izrādīt citiem draugiem.lv vidē, kādas ir tendences izrādīt sevi virtuālajā vidē un ko iegūst indivīds sevi izrādot citiem caur sociālo portālu draugiem.lv. Nodaļā par viltus profilu nozīme jauniešu sevis izrādīšanā tiks atspoguļots kā jaunieši paši uztver viltus profilus, kāda ir to nozīme un mērķis. Salīdzinot virtuālās un reālās dzīves iespējas caur informantu atbildēm tiks atrasti plusi un mīnusi abām šīm vidēm.

3.1. Pētījuma metodoloģijas izvēle

Bakalaura darba ietvarā tika veikts pētījums par jauniešu sevis izrādīšanu virtuālajā vidē. Kā piemērotākā metode tika izvēlēta dziļās intervijas. Ar dziļo interviju palīdzību autore vēlējās noskaidrot kā jaunieši atspoguļo savu identitāti virtuālajā vidē. Dziļā intervija tika izvēlēta, jo jautājumus par identitāti nav iespējams ietvert anketas formātā. Anketas formāts nedotu pilnīgas atbildes uz jautājumiem un nebūtu iespējams pajautāt papildus jautājumus, ja kaut kas paliktu neskaidrs. Kā arī jēdzienu „identitāte” nebūtu iespējams paskaidrot jautājuma formā un nāktos saskarties, ka atbildes būtu nekvalitatīvas. Kā vēl viens aspekts, kāpēc tika izvēlētas dziļās intervijas nevis anketa, saistāms ar to, ka datos varētu neiekļauties jaunieši no 15 – 25 gadiem.

Sarunā ar draugiem.lv pārstāvjiem tika noskaidrots, ka draugiem.lv neveic lietotāju monitorēšanu, līdz ar to nav tādi administratori ar kuriem veikt dziļās intervijas. Situācija tika atrisināta veicot interviju ar draugiem.lv pārstāvi Santu, lai iegūtu nepieciešamo informāciju par to, kā draugiem.lv skatās uz jauniešu identitāti un to izpausmes veidiem portālā.

Jaunieši dziļajām intervijām tika atlasīti draugiem.lv izsūtot portāla lietotājiem uzaicinājumu uz interviju, kā arī dažādās domubiedru grupās ierakstīts uzaicinājums uz intervijām.

Atsaucība bija neliela, jo tā paredzēja tikšanos klātienē. Pētījuma laikā autore saskārās ar vairākiem gadījumiem, aptuveni 7 potenciālie informanti pēdējā brīdī pārdomāja un atteicās no intervijas. Pētījuma autore bija uzstādījusi mērķi sasniegt tos draugiem.lv lietotājus, kuru draugu skaits sasniedz vairākus tūkstošus lietotāju.

Kopumā tika sasniegti 6 draugiem.lv lietotāji, kuri bija gatavi satikties un pastāstīt par savu draugiem.lv lietošanas paradumiem un jauniešu sevis izrādīšanu. Neviens no draugiem.lv lietotājiem nevēlējās slēpt savu vārdu, līdz ar to, transkripcijā norādītie vārdi ir patiesi. Draugiem.lv eksperte Santa nevēlējās, lai viņa tiktu stādīta priekšā kā draugiem.lv oficiāla pārstāve, jo nevēlējās, lai viņas viedoklis tiktu interpretēts, ja tas būtu oficiāls. Līdz ar to, vārds ir paties, taču nekāda sīkāka informācija par ekspertes uzvārdu un nodarbošanos netiks izpausts.

3.2. Sevis izrādīšanas meklējumi draugiem.lv

Interviju veikšanas gaitā tika uzdoti dažādi jautājumi, lai noskaidrotu kā izpaužas sevis izrādīšana draugiem.lv portālā. Šajā nodaļā parādītas jauniešu un ekspertu viedokļu sakritības un pretstati, kā arī izmantota Ērvinga Gofmaņa dramaturģiskā pieeja, vērtējot jauniešu izpausmes virtuālajā vidē.

Intervijā ar draugiem.lv eksperti Santu tika uzsvērtas vairākas iespējas, kuras var izmantot, lai palīdzētu sevi parādīt citiem portāla lietotājiem. Eksperte nosauca, vairākas iespējas: *ievietot bildes, video, rakstīt dienasgrāmatā, „Parunāsim” sadaļā ievietot informāciju, var spēlēt spēles tiešsaistē ar draugiem, var piedalīties dažādās atrakcijās, konkursos, ko rīko, piemēram, lapas vai kāda portāla aktivitāte ir orientēta.* Iespējas kā sevi izrādīt virtuālajā vidē ir iespējams vairākos veidos, kā jau eksperte pieminēja, viens no veidiem ir ievietot bildes, kuras uzrunās citus, tās var būt mākslinieciskas, izaicinošas, bet tādas, kas izraisa jebkādas emocijas citos lietotājos, lai viņiem būtu vēlme atstāt komentāru vai nospiegt „man patīk” pie bildes. Svarīgi, lai bildes saturs tiktu uzņemts no lietotājiem ar ticamību, ka tas ko viņi redz ir jaunieša patiesā būtība. Par to runā arī Ērvinga Gofmanis: „kad indivīds spēlē lomu, viņš netieši pieprasa, lai novērotāji nopietni uztver to priekšstatu, ko viņš cenšas tiem radīt”⁵⁶ Tas pats attiecas arī uz video un dienasgrāmatu rakstīšanu – atstāt iespaidu citiem lietotājiem, kas lasa darbu, radīt lasītājos personiskās izjūtas un sajūtas, ka lasītais ir īstas emocijas, kuras izdzīvo jauniešus. Nozīmīga ir spēļu spēlēšana, kas ir vēl viens veids kā pašapliecināties savu draugu un citu lietotāju klātbūtnē caur spēlēm un pārspēt tos dažādos uzdevumos. Tas dod pārākuma sajūtu, ko ikdienā indivīds iespējams nevar sasniegt, taču spēļu spēlēšana, tiekot tālāk uzdevumos nekā draugi un citi lietotāji dod pašvērtējuma pieaugumu. Sasniegumi, ļauj jauniešiem justies labi virtuālajā vidē, jo atšķirībā no reālās vides grūtāk ir veidot sasniegumus, kas būtu pārāki par augstākas pieredzes līmeņa cilvēkiem. Taču virtuālajā vidē visi sociālie slāņi ir vienlīdz labi sasniedzami, piemēram, priekšnieks var personīgi sasniegt apkopēju virtuālajā vidē un viņi ir vienlīdzīgā situācijā salīdzinot ar reālo vidi, jo tā nedala pēc sociālajiem slāņiem, ne arī pēc ienākumiem un karjeras izaugsmes.

Pavērojot kā mainās jauniešu un pieaugušo tendence ievietot bildes portālā var novērot kādu saistību. *Un ja kādreiz cilvēki ceļojuma bildes ievietoja visas savas 175 bildes,*

⁵⁶ Gofmanis. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 25.lpp

tad tagad modes tendence ir ielikt 10 bildes un tās visas ir izveidotas kolāžā. (Santa, draugiem.lv eksperts) Intervijas laikā cenšoties noskaidrot kāpēc tad, kad bezmaksas galerijas ir tik pieejamas notiek nevis masveidīga bilžu ievietošana sociālajā portālā, bet gan dažu atsevišķu bilžu ievietošana eksperte to skaidroja kā vēlmi izrādīt savus talantus: *Tā ir vairāk globāla tendence. Kolāžas, es domāju ir nevis vairāk saspiest bildes, bet parādīt pēc iespējas incīgāk. Parādīt savus mākslinieciskos talantus, kur var likt tās bildes, piemēram topā.* Jaunieši apzinot mūsdienu tehnoloģiju nozīmi ir iemācījušies izmantot to, ka daudzām lietām, kopš internets pastāv var piekļūt brīvi. Šajā gadījumā ir runa par profesionāli veidotām attēlu apstrādes programmām, kuras apgūst, vismaz iesācēja līmenī, liela daļa jauniešu. Jo vairāk jaunieši apgūst kādu visiem brīvi pieejamu apstrādes programmu, jo lielāka rodas konkurence, sacensība, kurš uztaisīs sevi labāku, skaistāku šajā apstrādes programmā. Tāpēc ir ļoti svarīgs aspekts, ievieojot vizuālos materiālus ievietot tos pēc iespējas skaistākus, ne tikai skaisti apstrādātus, bet padarīt arī pašus jauniešus idealizētus. Caur šīm apstrādes programmām tiek izveidots tāds jaunietis, kāds pēc jaunākajām modes tendencēm virtuālajā pasaulē ir skaists, veiksmīgs un kuram ir daudz draugu. Tas sasauca ar Ērvinga Gofmaņa ideju par sevis tēla veidošanu un sagaidīšanu, ka viņa tēls tiks pieņemts un pret to attiecīgi izturēsies: tā tad indivīds, projicējot kādu situācijas definīciju un tādejādi tieši vai netieši apgalvojot, ka ir kāda noteikta tipa persona, automātiski izvirza morālas prasības citiem liekot tiem viņu vērtēt un izturēties pret viņu tā, kā ir tiesības sagaidīt šāda veida personas.⁵⁷ Interesanti, ka draugiem.lv piedāvā aplikāciju, kas ļauj citiem lietotājiem novērtēt jebkura portāla lietotāja bildi, ja viņš ir pieteicies šai aplikācijai. Tā kā tas ir parādījies pavisam nesen, tad šobrīd ir grūti izdarīt secinājumus, par to kādas būs atsauksmes, taču ir skaidrs, ka lietotāji centīsies ielikt pēc iespējas labākas bildes, lai saņemtu pēc iespējas labākus un piemērotākus komentārus savai profila bildei. Līdz ar to, lai iegūtu pēc iespējas labāku rezultātu aplikācijā tiks izmantotas attēlu apstrādes programmas, piemēram, Adobe Photoshop, lai veidotu savu tēlu nepazīstamu lietotāju acīs labāku. Tas saistāms ne tikai ar sava tēla uzturēšanu pēc iespējas labāku, bet arī pacelt savu pašapziņu: *kaut kādā ziņā nostrādā uzskats, ka esmu ļoti skaists, un tādā veidā cenšos celt pašapziņu. Ja sieviete ieliek bildi un vīrieši baigi komentē, tad tas palīdz pacelt pašapziņu un tā sieviete uzreiz sajūtas skaistāka. (Laura, 19 gadi)* Svarīgi ir ne tikai tam, lai notic lomai, bet arī saņemt atzinību par dekorācijām, lomas atveidojumu un kopējo iespaidu. Ērvings Gofmanis arī uzver, kad indivīds parādās citu klātbūtnē, parasti viņam ir kādi iemesli

⁵⁷ Gofmanis. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 21.lpp

savas aktivitātes mobilizēt tādejādi, lai citos radītu tādu iespaidu, kādu radīt ir viņa interesēs⁵⁸. Tas sasaucas ar vēlmi radīt nepieciešamo iespaidu, kādu jauniešs vēlas lai citi lietotāji ierauga, novērtē un izceļ.

Šīs aktivitātes, kas tiek mobilizētas tā, lai citi lietotāji ieraudzītu jaunieša bildi ir precīzi raksturotas par tiem jauniešiem, kuri raksta vēstules pazīstamiem un nepazīstamiem cilvēkiem, lai iekomentē albumu, dienasgrāmatu, rakstu u.c. kad ir ielikta jauna bilde draugos vai galerijā kādai daļai jauniešu to ir ļoti svarīgi paziņot visiem apkārt esošajiem portāla lietotājiem. Tas tiek darīts tāpēc, lai ātrāk iegūtu *baudu no uzmanības*. (*Matīss, 22 gadi, strādājošs students*) Tas, ka kāds ir apskatījis albumu vai ielaikojis bildi ļauj saņemt pozitīvo pretreakciju, ko gaida ikviens jauniešs, kura vēlme ir izcelties un būt oriģinālam savu vienaudžu vidū. Taču ir jaunieši, kas cenšas būt oriģināli izmantojot sabiedrības modes tendences, piemēram, selfijus. Informanti par selfijiem izsakās dažādi: *Es atceros, ka pati ieliku vienu selfiju ar draudzenēm uztaisījāmies par cacām ielikām profilā un tad bija dažādi komentāri, tā kā visi draugos ir pazīstami, smējās, un zināja, ka es tikai ākostos*. (*Laura, 19 gadi, studente*) Šajā gadījumā, kad visi apkārtējie saprot, ka jauniešs tikai vēlējas pamēģināt kaut ko jaunu, un zināja, ka tas ko viņa rāda ir tikai iestudējums, ļāva kopīgi pasmieties par tiem, kuri nebija informēti par šo joku un pilnā nopietnībā uztvēra viņas lomu. Taču daudz skarbāks ir Matīsa secinājums par selfijiem: *stulbingi ir populāri, tas ir bara instinkts - visi tā dara - man ar vajag. Man ar bija iespēja uztaisīt labu plankinga bildi ar daudziem skatījumiem, bet es izdomāju kam man tas vajadzīgs. Būtu man 6000 skatījumu naudas man no tā vairāk nepaliktu, draugu vairāk no tā vairāk nepaliktu, principā nekas manā dzīvē nemainītos. Varbūt uz 5 minūtēm būtu populārs*. (*Matīss, 22.gadi strādājošs students*) Ar to tiek pateikts, ka tas ir bara instinkts darīt kaut ko, ko dara citi lietotāji. Atdarināšana vai pārspēšana šajā situācijā padarītu jauniešs tikai par daļu no masu daļas, kas paši neapzinoties kļūst par daļu no sociālo lietotāju masas, kuri cenšas izmēģināt visas jaunās tendences, kas ienāk virtuālajā vidē. Taču pavisam citādāks uzskats, salīdzinot ar iepriekš minētajiem, ir draugiem.lv ekspertei Santai, kura uzskata, ka *tas, ka visur parādījās tā mode ar selfijiem, tas nenozīmē ka to dara tikai jaunieši, to dara visas vecuma grupas, tā ir globāla tendence, kas loģiski atspoguļojas portālā, tieši tāpat kā bija plankingi un tādas lietas. Praktiski, jebkura aktivitāte, kas kaut kur notiek, viņa atspoguļojas sociālajā vidē. Pat ja ir aktivitātes, kuras liekas nav iespējams pārnest, cilvēki atrod veidu kā to izdarīt*. Ekspertes viedoklis, parāda, ka plankingi, selfiji un citi sevis izrādīšanas veidi caur fotogrāfijām vai citādos

⁵⁸ Gofmanis. Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē, 15.lpp

veidos ir dabisks process, kuru ienes virtuālajā vidē paši lietotāji. Tas varētu tikt darīts, lai padarītu aizvien tuvāku virtuālo vidi reālajai videi. Jo virtuālajā vidē tiek pavadīts aizvien vairāk laika, piemēram, draugiem.lv pēc pavadītā laika portālā uz vienu lietotāju sastādīja 1 stundu un 15 minūtes, un šis rezultāts ir novērts kā labākais laiks marta mēnesī, aiz sevis atstājot odnoklasniki.ru, inbox, delfi un citus sociālos portālus.⁵⁹ Daudzas lietas tiek pārnestas uz virtuālo vidi, padarot tās vienkāršāk sasniedzamas un kā viena no lietām ir komunikācija starp lietotājiem. Komunikācijā ar lietotājiem ne vienmēr ir redzamas pozitīvas iezīmes. Bieži vien komentāru rakstīšana un domu izteikšana galerijās un dienasgrāmatās ir kā sava veida emociju izlikšana, un to apliecina arī paši portāla lietotāji: *Ja tevi ikdienā noliek priekšnieks, tu pārņāc mājās ieraugi komentāru, pa tēmai, vai vispār nesaprotot, ko raksta tu uzbrauc virsū tāpat kā tevi noliek priekšnieks. Ja tu nevari atdarīt klātienē tu atdari citam kā vari. (Matīss, 22 gadi, strādājošs students)* Agresija, kas rodas virtuālajā vidē nav tikai savu emociju izlikšana, tā ir noteiktas lomas tēlošana apstākļos. Ir jaunieši, kuri tēlo komentāros sevi kā pozitīvu, atvērtu personu, ir citi jaunieši, kas ieņem neitrālu pozīciju un ir tādi, kas veic agresīvu uzbrukumu, lai radītu zināmu cieņu pret šo jaunietai tādā veidā. Taču svarīgi ir uzsvērt Ērvinga Gofmaņa ideju par to, ka publika nedrīkst saprast, ka aiz šīs maskas slēpjas bailīgs un nobijies jaunietis: reizēm, uzdodot jautājumu, vai radītais iespaids ir paties vai nepaties, mēs īstenībā gribam noskaidrot, vai attiecīgais izpildītājs ir vai nav tiesīgs nospēlēt šo izrādi, bet mūsu interese par pašu izrādi nav tik liela. Kad noskaidrojam, ka kāds, ar kuru mums ir bijušas darīšanas, ir tīrs viltvārdis un krāpnieks, mēs atklājam, ka viņam nav bijis tiesību spēlēt šo lomu, ko viņš ir spēlējis, un ka viņš nav akreditēts attiecīgajā statusā.⁶⁰ Jaunietim tēlojot savu lomu ir svarīgi neparādīt, ka viņš aiz savas lomas ir parasts cilvēks, kurā neeksistē šīs emocijas tādā daudzumā kādā viņš tās izrāda citiem lietotājiem. Kamēr izdosies uzturēt agresīva, pozitīva vai cita veida tēlu, tikmēr jaunieša lomu uzskatīs par patiesu. Taču ir arī brīži, kad šīs lomas izgāžas. *Internetā ir varoņu attiecības! Viens komentāros raksta, ka dzīvē sasistu, atnāk dzīvē, paskatās viens uz otru un aiziet. Labi ja ir spējīgi vēl satīkties nevis pa gabalu bēg. (Laura, 19 gadi, studente)* Šajā pieminētajā citātā ir redzams, ka jaunietis, kurš ir nokļuvis ārpus savas lomas, satiekoties reālajā dzīvē ir cietis fiasko, ja nespēj saglabāt savu lomu arī ārpus virtuālās vides, kad skatītāji pieprasa parādīt lomu arī citās teritorijās. Pēc savas pieredzes varu teikt, ka īpaši izplatīti tas ir lauku skolās, 8-9. klasēs, īsi pirms ballēm vai vakara pasākumiem tiek veidota

⁵⁹ Gemius SA. *Top 10 portāli pēc pavadītā laika portālā vienam lietotājam mēnesī*. Pieejams: <http://business.draugiem.lv/lv/statistika> [Skatīts: 2014, 14.maijs]

⁶⁰ Gofmanis. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, 56.lpp

agresīva ažiotaža, ka kāds šajā vakarā saņems pēc nopelniem fiziskā formā, tiek teiktas dažādas runas, piemēram, „es viņam sitišu uzreiz pa seju”, tiek salielīts pats process un apkārt esošie skatītāji ir gatavi to redzēt ne tikai vārdos, bet arī darbos. Taču kad pienāk situācija, kad laiks atbildēt ar darbiem, visbiežāk nekas nenotiek, jo tas kurš skaļāk iztēlojās šo procesu visātrāk dodas prom vai vispār neierodas, lai neciestu sakāvi daudzu cilvēku klātbūtnē. Tas pats šobrīd tiek realizēts caur virtuālo vidi, jaunieši citu lietotāju priekšā izrādās tik tālu, cik tas skar viņa teritoriju virtuālajā vidē, tiklīdz teritorija mainās, mainās arī uzvedība novērtējot apkārtējos draudus. Teritorijā, kurā jaunieši jūtas droši uzvedība ir novērojama daudz aktīvāka, pārliecinātāka un identitātes izrādīšana ir daudz spēcīgāka, nekā nokļūstot jaunā teritorijā, kurā citi lietotāji ir pārliecinātāki par sevi.

Kopsavilkumā par sevis izrādīšanas veidiem, var secināt, ka visaktīvāk jaunieši izmanto iespējas caur galerijām, dienasgrāmatām un komentāriem izpaust savu personību, radīt nepieciešamo tēlu, kādu vēlas parādīt citiem lietotājiem. Par metodēm saistībā ar bilžu ievietošanu galerijās, informanti un eksperts uzsvēra, ka notiek bilžu izskaistināšana, tas nozīmē, ka tiek ievietotas bildes, kas tiek mākslīgi uzlabotas ar attēlu apstrādes programmām. Daudzi informanti izteicās, ka ir pēc tam grūti satiekot cilvēku dzīvē, spēt sasaistīt viņa profila bildi ar to ko redz realitātē. Modes tendences kā plankingi, selfiji un citas sevis parādīšanas metodes tiek uztvertas dažādi interviju laikā, izskan viedokļi no vienas puses, ka tā ir parasta modes tendence, kas ir pavisam dabīga, tāpat kā apģērbu mode, taču no otras puses izskan viedoklis, ka šo modi popularizē tas, ka tu vari piederēt „baram”, respektīvi, to izvēlās tie jaunieši, kuri nespēj būt paši par sevi oriģināli. Par komentāru rakstīšanu un sevis izrādīšanu caur komentāriem informanti un eksperts piekrīt, ka tas tiek darīts, taču tas nav labākais veids kā radīt par sevi iespaidu citiem lietotājiem. Šis veids iekļauj sevī daudz lielāku risku tikt atmasketam, gadījumā ja jaunieši tiek „pieķerti” ārpus savas lomas, piemēram, rupji nelamājosies un neapvainojot citus, kā tas ir pieredzēts virtuālajā vidē, bet gan mierīgu un paklausīgu, tas garantē pilnīgu sava tēla zaudēšanu un ironisku attieksmi no publikas, šajā gadījumā skatītājiem.

3.3. Viltus profilu nozīme jauniešu sevis izrādīšanā

Viltus profilu veidošana ir globāls process, kurā piedalās indivīdi, kuri dažādu iemeslu dēļ vēlas iegūt citu identitāti virtuālajā vidē. Viltus profils ir profils, jebkurā sociālajā portālā, kas ir veidots apzināti kā nepatiesas informācijas, profils ar nodomu veikt tajā darbības, kuras lietotājs nespētu veikt ar savā patiesajā profilā. Parasti viltus profils ir vēl viens profils, kas tiek izmantots konkrētām vajadzībām. Jautājot informantiem un ekspertei par to, kādi ir iemesli ir veidot viltus profilus sociālajā portālā draugiem.lv radās dažādi viedokļi par to, kas ir aktīvākā draugiem.lv grupa veido viltus profilus.

Kā galvenie iemesli ko informanti uzsvēra viltus profilu veidošanai ir sevis pārveidošanai. *Tāpēc, lai uztaisītu sevi tādu kādu vēlētos redzēt. Varbūt skatās bijušo draugu vai draudzeņu profilus no viltus profila. Skatās kā viņam iet, ko viņš dara. Pārsvārā tas ir uztaisīt sevi tādu, kādu gribas. (Laura, 19 gadi, studente)* Laura uzsvēra, ka sevis izrādīšana ir galvenais iemesls, kāpēc jaunieši vēlas uztaisīt viltus profilu. Vēlme radīt sevi ideālāku, tādu kādu pats jaunietis sevi iztēlojas. Runājot Ērvinga Gofmaņa vārdiem: zināmā mērā un tiktāl, cik šī maska reprezentē to priekšstatu, kāds mums ir izveidojies pašiem par sevi – lomu, no kuras cenšamies neizkrist - , šī maska ir mūsu īstā patība, patība, kuru mēs gribētu iemiesot. Galu galā mūsu priekšstats par savu lomu kļūst par mūsu personības otro dabu un būtisku tās sastāvdaļu⁶¹ Šie viltus profili atspoguļo jauniešu uztveri par sevi, tādu kādu tie iztēlojas, respektīvi, jaunieši cenšas parādīt citiem savu ideju, kā viņš redz sevi. Protams, jaunieša skatu punkts uz sevi ir ietekmēts no dažādiem aspektiem, piemēram, citu jauniešu domām, uzskatiem, no sabiedrības vērtībām, kā arī no tā, kādas vērtības sniedz popkultūra. Kāds cits informants uzskata, ka *tur ir vairāki varianti. Atkarīgs no cilvēka paša. Ir cilvēki kas uztvers viltus profilus, kā iespēju, lai kļūtu par pretējo dzimumu, ir tie kas taisa profilus, lai sieva neuzzina, ka vīrs krāpj, ir sievas, kas taisa viltus profilus, lai vīrs neuzzinātu par krāpšanu. Taisa viltus profilus, lai kļūtu par jaunāku, vecāku puisī un meiteni. (Matīss, 22 gadi, strādājošs students)* Informants nevar nosaukt vienu konkrētu iemeslu kāpēc tiek izveidoti viltus profili, tomēr pēc sacītā var secināt, ka šie iemesli ir virzīti, lai noslēptu savu tagadējo reālo dzīves situāciju. Lai slēptu savas darbības no pazīstamiem cilvēkiem, piemēram, no laulātā drauga, draugiem un radiem. Kā vēl viena versija tiek nosaukta, vēlme iekļūt pretējā dzimuma ādā. Sievietēm kļūst virtuāli par vīriešiem un otrādi. Šādai rīcībai būtu vairāk psiholoģiski iemesli kāpēc tas tiek darīts. *Viņiem noteikti ir arī reālie profili, viens*

⁶¹ Gofmanis, Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē, 27.lpp

no iemesliem – čakarēt citus, izpaust savu mazvērtību, ieliekot bildi ar skaistu sejiņu un aicinot cilvēkus draugos. Cenšas iegūt pēc iespējas vairāk draugu, kuru nav reālajā dzīvē. (Edgars, 25 gadi, students) Students Edgars uzskata, ka galvenais iemesls kāpēc jaunieši veido viltus profilus ir saistāms ar mazvērtības kompleksu kādā aspektā, šajā gadījumā tā ir vēlme iegūt pēc iespējas vairāk draugu, lai nejustos tik vientuļš vai varbūt atstumts kā reālajā dzīvē. Par mazvērtības kompleksu ir izteicies arī kāds cits informants: *tie, kuri ir populāri kaut kādos medijos, tiem ir kaut kādas bērnības traumas. Kad palasa viņu biogrāfijas, liela daļa ir bijuši apcelti bērnībā, nav bijis draugu, bijuši nabadzīgi. Un pēc tam pieaugot cenšas kaut kā uzdzīt to savu popularitāti nereālos līmeņos. Lieta jau tāda cilvēki kas ir populāri, visi viņus pazīst, bet no tā draugu viņiem vairāk nepaliek. Ja viņiem ir viens vai divi bērnības draugi, tad tik daudz arī paliek. Tajā brīdī kad centies uzbīdīt to savu nereālo popularitāti pastāv iespēja zaudēt to vienīgo draugu kas ir.* (Matīss, 22 gadi, strādājošs students) Mazvērtības komplekss lielāks vai mazāks piemīt katram cilvēkam, taču cik lielam tam ir jābūt, lai tāpēc veidotu viltus profilus un aicinātu daudz nepazīstamu lietotāju draudzēties. Kā viena no versijām izskan, ka tas ir atkarīgs no bērnības, taču tas var norādīt arī uz vēlmi savākt pēc iespējas vairāk sociālajā portālā lietotāju, kam pēc tam var izrādīt savu jauno identitāti, kuru veidos viltus profilā.

Svarīgi ir pieminēt divas galējības par kurām runā Ērvings Gofmanis: Viena galējība ir tāda, ka izpildītājs tik ļoti noticējis savai izrādei, ka ir patiesi pārliecināts, ka viņa paša radītais iespaids par realitāti patiešām ir īstā realitāte. Otrā galējībā spēlētājs savai rutīnai netic nemaz. Šī iespējamība ir saprotama, jo neviens cits nav tik izdevīgā novērošanas pozīcijā, lai redzētu cauri šai spēlei, kā tās izrādītājs.⁶² Veidojot viltus profilu var nonākt divās dažādās situācijās – pieņemt savu jauno lomu, individualitāti ar sajūsmu un katru dienu pilnveidojot lomu to uztvert kā daļu no savas patiesās būtības. Notiek pieķeršanās savam izveidotajam ideālajam tēlam viltus profilā, vienalga, vai tas būtu pušiem muskuļots puisis ar dārgu mašīnu vai meitenēm kā ideāls skaista meitene ar burvīgu augumu. Jo vairāk tiek veiktas darbības caur šo profilu, jo tuvāks tas kļūst jaunietim, īpaši tad ja šajā viltus profilā ir uzsvēris tās lietas par kurām apsmiešanas gadījumā smejas klases biedri.

Otra galējība ir neticēšana savai spēlei un viltus profila izveidošana tiek veikta, lai novērotu cilvēku reakcijas uz šo izveidoto profilu. Viltus profila autors izvēlas pretēja dzimuma profila veidošanu, lai spētu pietiekami spēcīgi ironizēt par apkārt esošo lietotāju uzmanību. Profila veidošanai parasti nav mērķis sevi kaut kādā veidā parādīt labāku, mērķis

⁶² Gofmanis. Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē, 25.lpp

ir izklaidēties, redzēt kā apkārtējie nopietni uztver profilu aiz kura patiesībā slēpjas jaunieši, kuram tas sagādā prieku.

Jautājot ekspertei par draugiem.lv un viltus profiliem tika noskaidrots, ka *vieni taisa viltus profilus, jo ir biznesā vai sabiedrībā pazīstami cilvēki un vēlas lietot draugiem.lv bez liekas uzmanības. Protams citi veido lai sevi parādītu. Ir tādi, kas taisa papildus profilus blakus saviem esošajiem profiliem, lai izsekotu savas otrās puses, lai uzzinātu kaut ko, pačeketu. Daži taisa viltus profilus neapzināti, piemēram, Facebookā pierēģistrējas ar vārdu un iesauku, un tagad draugos grib tāpat pierēģistrēties, noteikumus nav lasījuši nezina un tad ir pārsteigti – kāpēc tā – vai tā nedrīkstēja? Katrā grupā tas tiek darīts, galvenais ir saprast un zināt kādi ir iemesli. Mūsu portālā aktīvākā grupa ir no 20-30 gadiem, līdz ar to, viņi ir arī aktīvākie viltus profila veidotāji.* Jautājot klātienē par viltus profiliem un vai jaunieši ir tā aktīvākā grupa, kas veido šos viltus profilus, izskanēja atbilde, ka tikai tādā mērā, ka viņi ir lielākā lietotāju grupa draugos.lv. Citādā ziņā šajā jomā daudz aktīvāki ir vidējā gadu gājuma cilvēki no 35-55gadiem, kuri veido savus viltus profilus, lai pasekotu līdz ar ko nodarbojas laulātais draugs, kaut kādā veidā pārbaudīt viņa uzticību kā arī brīvi sarakstīties ar svešiem cilvēkiem, iespējams zem jaunas, skaistas meitenes profila bildes, tādā veidā sievietēm atgūstot savā iztēlē jaunības gadus, bet vīriešiem veidojot jaunu puisi viltus profilu ir iespēja atkal sajusties jaunam un spēcīgam.

Taču viltus profili netiek taisīti, lai tikai iegūtu jaunu identitāti, lietotu draugiem.lv zem segvārda lai nepazītu vai izsekotu kādu, viltus profili tiek veidoti arī tāpēc, ka caur šiem profiliem var dažādās aplikācijās savam īstajam profilam palīdzēt : *ne tikai anonimitātes dēļ veido viltus profilus, to dara arī tāpēc lai sev sūtītu dāvaniņas spēlītēs.. (Sandris, 17 gadi, šobrīd nemācās)* Informanti pieminēja arī faktu, ka viltus profili palīdz ātrāk tikt galā ar dažādiem uzdevumiem spēlēs. Aprīļa mēnesī, pēc draugiem.lv statistikas datiem aplikāciju sadaļu apmeklēja 35 553 472 reižu.⁶³ Šie dati pierāda, ka ļoti daudz draugiem.lv lietotāju lieto aplikācijas, tādejādi saprotams, ka daļa no aplikāciju lietotājiem, piemēram, spēlēs, vēlas ātrāk sasniegt nākamo līmeni, tāpēc rada viltus profilus, caur kuriem uzdāvina sev dāvaniņas spēlēm. Iespējams tā ir nepacietība pakāpeniski sasniegt rezultātu vai vēlme pārspēt savu draugus spēlēs, radīt labākas iespējas spēlē tik uz priekšu. Tikpat labi tā var būt arī atkarība no spēlēm. Citiem nolūkiem viltus profils vai vairāki netiek nekam citam izmantots kā spēlēm. Tas ir gadījums, kad viltus profilu nozīme nav saistīta ar identitātes

⁶³ draugiem.lv statistika. *Apmeklētākās sadaļas pēc lapu skatījumiem mēnesī.* Pieejams: <http://business.draugiem.lv/lv/statistika> [skatīts, 2014. 15. maijs]

veidošanu tiešā nozīmē, bet gan pastarpinātā – caur viltus profilu iegūt labāku rezultātu īstajā profilā un sacensties ar draugiem.

Kopsavilkumā, caur viltus profiliem jaunieši var kaut kādā veidā sevi attīstīt, taču daudzus viltus profilu veidošanā vilina šī anonimitāte, kuru var iegūt. Taču daudzi viltos ja uzzinātu, ka šī anonimitāte nav īsta, tā ir cilvēku izdomājums un caur šīm domām „mani neviens nekontrolē” tiek veiktas dažādas darbības un rīcības, kuras nenotiktu, ja lietotāji saprastu, ka viņi ir viegli pieejami gadījumā, ja komentāru vai kādā citā sadaļā aizraujas ar dažādām tēmām, kā naida kurināšana, tautas musināšana u.c. Vēl viens fakts, ka jaunieši nav tā pati aktīvākā daļa, kas veido viltus profilu veidošanu – visaktīvākie ir vidēja dzīves gājuma cilvēki, kas veido profilus, lai izsekotu savas sieva, vīra darbībām sociālajā portālā. Svarīgi, ka viltus profili netiek izmantoti tikai identitātes izrādīšanai, bet arī priekš citiem mērķiem, piemēram, iegūt spēlēs augstākus rezultātus sūtot sev spēlēs dāvanīgas.

3.4. Virtuālās un reālās dzīves iespējas

Jautājot intervijās jauniešiem par virtuālās un reālās vides atšķirībām, kā viena no galvenajām atbildēm, kas bija dzirdama visos informantos – spēja kļūt par to, ko vēlas. Sasaistot to kopā gan ar viltus profiliem, gan arī ar iluzoro anonimitāti, par šo tematu tika iegūtas ļoti interesantas atbildes, gan no informantiem, gan no ekspertes. *Virtuālajā vidē cilvēki, manuprāt, parāda sevi pilnīgi visu, atļaujas pateikt to ko nevar dzīvē. Bet bieži vien cilvēki virtuālajā vidē ir pavisam citādāki nekā reālajā vidē. (Laura, 19 gadi, studente)* Pēc Lauras uzskatiem, kā jau tika pieminēts nodaļas sākumā, virtuālā vide dod iespēju jauniešiem izpaust sevi tādā veidā, kādā viņš to nevar izdarīt reālajā vidē. Virtuālajā vidē ir iespējams pateikt cilvēkiem to, ko domā, kas savā ziņā ir mazvērtības kompleksu pazīme - nespēt runāt par savām emocijām citu cilvēku klātbūtnē. Un virtuālā vide dod iespēju tikt galā ar savām problēmām izmantojot anonimitāti, kura pati par sevi ir iluzora, jo interneta vidē cilvēkus atrast ir vieglāk ka reālajā dzīvē taču ne visi to apzinās.

Internetā tu vari būt jebkas. Internetā var radīt masku, kas ļauj aizbēgt no savas dzīves. Bet tur ir viens „Bet”. Jebkurā gadījumā paliek arī reālā dzīve, tā arī nekur nepazūd. (Matīss, 22 gadi, strādājošs students) Runājot par virtuālo vidi, informanti to saprot kā plašu iespēju kopumu, kurā nav iespējas nevienam neko uzzināt par jauniešu, ja vien viņš pats jauniešis nav devis kaut kādus mājienus vai informāciju par sevi. Tas, kas notiek otrpus

monitoram ir un paliek tā daļa, kura ir jauniešu veidota, gan identitāte, gan cilvēki ar ko komunicē, jauniešiem ir iespējas izvēlēties ideālo paraugu savai identitātei. Bet bez visa tā ir svarīgi atcerēties, ka nekur jau nepazūd mūsu reālā dzīve, ka ārpus virtuālās vides teritorijas eksistē teritorija, kurā nepieciešams sazināties ar cilvēkiem aci pret aci. Reālā vide nodrošina iespēju būt mums tādiem kādi esam, vismaz galvenajās līnijās. Protams, ka katrai situācijai kaut kādā mērā tiek pieskaņota mūsu uzvedība un attieksme, taču tā ir daudz patiesāka nekā komunikācija virtuālajā vidē.

Tomēr kāds no informantiem uzskata, ka virtuālā vide ļauj būt jauniešiem tādiem, kādiem viņi ir. *Virtuālā vidē atklājas tāds kāds viņš patiesībā ir. Tie atslēgtas psihiskās aizsardzības, kas tiek piemērotas dzīvē, piemēram, dzīvē varbūt neizgāzīsī dusmas uz to kurš tev nepatīk, bet virtuālajā vidē vari mierīgi apdirst visus, kuri tev nepatīk, nepazīstamos, pazīstamos. Tur cilvēks var būt brīvāks neviens neredz var izlikties par ko grib, čakarēt citus, apsmiet citus, iekomentēt ar domu pazemot citu, lai justos pats labāk.* (Edgars, 25 gadi, students) Pastāv viedoklis, ka virtuālā vide ļauj parādīt nevis sevi ideālā formā vai iztēloties sevi kādu vēlas, bet gan tādu kādi jaunieši ir patiesībā. Virtuālā vide noņem tos standartus un prasības ko izvirza sabiedrība, tādejādi jaunieši jūtas brīvi virtuālajā vidē, jo nav kontroles no vecākiem un citiem pieaugušajiem, kuri ikdienā ir jāciena un jāieklausās viņu viedoklī. Līdzīgi par jauniešu spēju atbrīvoties virtuālajā vidē ir runājusi draugiem.lv eksperte. *Populārs ir tas portāls, kurā vēl nav mamma reģistrējusies. Draugiem.lv vairs nav tik populārs, Facebook vairs nav tik populārs, ja tur ir reģistrējušās mammas. Bērni nevar likt bildes brīvi, jo viņš zina ka mamma redzēs. Mamma par to runās mājās pēc tam. Vai „ielaikojot” jēlu joku, mamma to redzēs. Tā ir normāla veselīga attieksme, tās ir bailes no vecāku aizrādījuma.* (Santa, draugiem.lv eksperte) Jaunieši labprāt izpauž sevi tajos sociālajos portālos, kuros nav reģistrējušies vecāki, vai citi pieaugušie no ģimenes loka, jo baidās no nosodījuma, ka ieliktais materiāls nav piemērots priekš viņa vecuma. Vai ieliktais, vai ieteiktais materiāls satur pēc vecāku domām nepiedienīgas domas, darbus un attēlus. Tāpēc jaunieši vēlas atklāt savas attiecības ar sabiedrību, draugiem bez vecāku iejaukšanās. Tas ir dabīgi, ka jaunieši meklē iespējas kā izpausties bez vecākiem. Tas ir ļoti labi, jo jaunietis pats var izlemt ar ko draudzēties un kādus komentārus rakstīt citiem, kādu sevi parādīt citiem lietotājiem. Protams svarīgi būtu jau laicīgi pārrunāt jautājumus par uzvedību internetā, lai vēlāk nerastos nekādas problēmas un negatīvas sekas.

Runājot ar draugiem.lv ekspertu par novērojumiem kādas ir atšķirības starp virtuālo un reālo vidi, sekoja interesanti atzinumi, par to, ka virtuālā vide sniedz ne tikai viltus identitātes un potenciālus anonīmus uzbrukumus jebkuram komentāram, bet arī palīdz savest

kaut kādā zināmā kārtībā savu reālo dzīvi. Jautājot kādas ir galvenās atšķirības starp reālo un virtuālo vidi draugiem.lv eksperte atbildēja: *Atļaušanās. Ja ikdienā es nestāvēšu pie tirgus un nestiepsu datoru, kliezot, iečeķo manu albumu, nopērc man statistiku, ielaiko mani, vai šī ir smuka bilde? Vai arī dzīvē nepateikšu to teikumu ko pateiktu dzīvē. Virtuālajā vidē atļaujas vairāk. Tas attiecas tas pats, ja mēs lasām Delfi.lv komentārus, bieži vien virtuālā vide kalpo, lai izgāztu savu žulti, neapmierinātību ar dzīvi un visādas tādas lietas. Tas no negatīvās puses. No pozitīvās – virtuālā vide palīdz uzturēt kontaktu ar cilvēkiem, kurus ikdienā nesatiek. Palīdz ļoti operatīvi nodot informāciju, uzzināt daudz ko jaunu. Piemēram es varu ikdienā pavadīt 3h pastaigājoties pa Rīgas ielām, reāli par tik daudz laika es nevar apskatīt daudz modes veikalu, mēbeļu veikalu, es varbūt būšu redzējusi 10-15 veikalus, taču tajā pašā laikā portālā, skatoties lapas, skatoties ko cilvēki ir ieteikuši, iespējas iegūt daudz vairāk informācijas. Ja runā tieši par identitātes lietām, arī ikdienā, ja mēs tiekamies ar svešiniekiem, mēs patiesībā nezinām neko, Jā Jānis Āboliņš, vai viņam tiešām ir tik daudz gadu, vai viņš strādā tur kur viņš strādā, vai tā mašīna ir viņa vai viņš to aizņēmas no brālēna. Arī ikdienā cilvēki izrādās dažādās situācijās apkrāpti. Uzdomas par sociālajiem darbiniekiem, ierodas pat mājās un apkrāpj. Ja cilvēks ikdienā domā par sevi, tad arī virtuālajā vidē padomās. (Santa, draugiem.lv eksperte)* Šis garais citāts no ekspertes saliek visu nodaļu noteiktā kārtībā. Līdz ar to ir nepieciešams uzskaitīt lietas, kuras ir pozitīvas saistībā ar virtuālās vides lietošanu un kādi ir mīnusi, kas parādīsies pie reālas vides plusiem. Sākot analizēt virtuālo vidi no pozitīvās puses ir nepieciešams uzsvērt, ka virtuālā vide dod mums iespēju sasniegt lietas un informāciju ar cita veida metodēm nekā tas ir satiekoties aci pret aci un informācijas iegūšanai būtu nepieciešams veltīt daudz laika. Bez virtuālās vides mēs pavadītu daudz laika, lai meklētu informāciju, kuru šodien varam atrast ar pāris klikšķu palīdzību. Virtuālā vide ļauj savā veidā atrisināt savas problēmas, kas saistāmas ar identitāti un sevis izrādīšanu. Jo mēs varam eksperimentēt ar savu būtību, pamēģināt jaunas lietas, īpašības pieskaņot savai personībai un vērot kā par to reflektēs apkārtējie lietotāji, kuri izteiks savas domas komentāros vai piespiežot "man patīk". Tāpat eksperte uzsver, ka virtuālā vide var palīdzēt atrisināt psiholoģiskas problēmas. *Piemēram, ir kāds teicamnieks skolā, viņam varbūt pusaudžu vecumā ir tā otra puse, kas negrib neko, citiem dzīvē darīt sliktu, tāpēc viņš izveido viltus profilu, kurā viņš dara sliktas lietas. Tādā veidā viņš izspēlē, izfantazē sliktas lietas, kuras viņš dzīvē nedarītu. Tādā ziņā varbūt tas pat nav slikti veidot viltus profilu, lai ļautu cilvēkam atrisināt psiholoģiskās problēmas. (Santa draugiem.lv eksperte)* Tāpēc jauniešu izpaušanās virtuālajā vidē ir svarīga, jo tā palīdz attīstīt jauniešu personību un atrisināt savas psiholoģiskās problēmas virtuālajā vidē. Virtuālā vide

ļauj izspēlēt dažādas lomas, kuras ne vienmēr ir pozitīvas, taču ļaujot šos variantus izspēlēt un pārdzīvot var uzaugt ar veselīgu domāšanu.

Pieminot reālās vides pozitīvos aspektus, svarīgi ir pieminēt, ka virtuālā vide nespēj nodrošināt pilnvērtīgu komunikāciju ar cilvēkiem, kā tas ir reālajā vidē. Jo nav iespējams aizbēgt tās teorijas, kurā mēs esam reālajā dzīvē. Taču virtuālā vide ļauj pārtraukt sarunu jebkurā brīdī un situācija pati par sevi ir vairāk kontrolējama nekā reālajā vidē. Taču tas nav nekas negatīvs, jo iemāca tikt galā ar dažādām situācijām, no kurām labprātāk gribētu aizbēgt. Mūsu attiecības reālajā vidē kārtojas arī ērtāk nekā virtuālajā vidē, jo mēs spējam uz vietas „nolasīt” cilvēka emocijas, jūtas un domas. Kāds informants ir izteicies par nepieciešamību ikdienā just cilvēka žestus un valodu, ko nevar just aiz virtuālās pasaules sienas. *Virtuālajā dzīvē tu nevari apprecēties, uztaisīt bērnus.. īstenībā tas ir tāds īslaicīgs pasākums tā un šitā, baigā popularitāte internetā, bet reālajā dzīvē, reti kurš pēc tam māc normāli runāt, žestikulēt, izmantot ķermeņa valodu, draugos nav ķermeņa valodas, žestu tā ir kā dienasgrāmata. Tas ir viss tukšs bez emocijām. Iluzoras popularitātes iegūšana. Tev var būt draugos 10 000 sekotāju, bet uz ielas viņi tevi nepazīs, paies garām kā tukšai vietai. (Matīss, 22 gadi, strādājošs students)* Šis citāts pamato, ka cilvēkiem joprojām ir nepieciešama saskare ar reāliem cilvēkiem, reālā laikā un vietā. Emociju apmaiņa, žestu valoda un kontakts ar citiem cilvēkiem ir īpaši nepieciešama saskare jauniešiem. Lai viņi spētu iemācīties kontaktēties ar cilvēkiem klātienē, un nejustos neērti veidojot sarunas ar citiem jauniešiem un pieaugušajiem.

Viena no interviju dalībniecēm ir īpaši negatīvi noskaņota pret virtuālo vidi. *Internets, tagad tādus mūs ir padarījis. Jo mēs reāli nemākam sadzīvot, satīkties, runāties. Mēs visi tur internetā čīkstam un jā - internets mūs pamazām degradē. Nevis viņš mūs tur ceļ saulītē, zenītā, bet degradē. (Laura, 19 gadi, studente)* Tiek intervijās spilgti izcelts, ka jaunieši pēc ilgākas uzturēšanās un komunicēšanas virtuālajā vidē nespēj pilnvērtīgi kontaktēties ar citiem cilvēkiem reālajā vidē. Intervijas laikā tiek uzsvērts, ka mūsdienu jauniešiem ir ļoti grūti izteikt savas domas, ja tie virtuālajā vidē raksta pārsvarā un tie visbiežāk ir daži teikumi. Taču gari un plaši reti kurš spēj izteikties. Līdzīgs novērojums bija arī darba autorei, kura intervijas laikā jūta, ka vienam no informantiem, kurš pavada pie datora katru dienu vairākas stundas jau vairāk kā 8 gadus bija grūti izteikties uzreiz, vairāk par vienu saliktu teikumu. Taču jaunietis, kurš regulāri lasa grāmatas spēja atbildēt uz jautājumiem uzreiz izdomājot līdz 6-7 saliktiem teikumiem. Iespējams tā ir tikai sakritība, taču nedrīkst noliegt ka virtuālā vide samazina iespēju veidot veselīgas un intelektuālas sarunas klātienē.

Skatoties caur Ērvinga Gofmaņa skatu punkta, var ieraudzīt, ka dramaturģiskā pieeja atbilst virtuālās vides aprakstam. Lai arī darbs tika sarakstīts vairāk kā pirms 50 gadiem, darba idejas joprojām aktīvi izmanto interneta sociologi mūsdienās. Virtuālā vide ir salīdzināma ar Gofmaņa pieminētajām teritorijām, kurās notiek izrādes. Šajās teritorijās jeb sociālajos portālos un to sadaļās notiek visa aktivitāte, sevis izrādīšana, kuru visvairāk cenšas izpaust jaunieši, meklējot savu būtību, eksperimentējot ar izskatu un uzvedību, lai radītu cilvēkos kaut kādas emocijas, kas liktu atsaukties uz redzēto un izteiktu savu viedokli. Jauniešiem pat nav svarīgi, lai šīs emocijas būtu pozitīvas, jo tiek sagaidīta jebkura reakcija, kas parādītu, ka emocijas tiek radītas cilvēkam. Jautājot par Gofmaņa uzskatu, vai dzīve ir kā teātris un katrai situācijai ir sava loma, maska ko ikdienā cilvēki nēsā, informanti atbildēja, ka tā tas patiešām ir. *Jā. Tēlot un spēlēt lomu ir divas dažādas lietas: tēlot var svešu cilvēku, bet spēlēt var arī sevi, uzreiz neatklājoties visiem uzreiz. Ir cilvēki kas izliekas, viņiem tas ir vajadzīgs, bet kādu dienu agrāk vai vēlāk viss tāpat atklāsies (Matīss, 22 gadi, strādājošs students)* šajā gadījumā tiek uzskatīts, ka kādu dienu kritīs jebkura jaunieša, vai pieauguša cilvēka maska, kas tiek tēlota, tāpēc ir nepieciešams būt pašam sev, neatkarīgi no apkārtējo uzvedības. Izturēšanās virtuālajā vidē ir samākslota jo pārāk daudz jaunieši un citi lietotāji uzskata, ka viss virtuālajā vidē ir atļauts, taču tā patiesībā nav. *Lēnām cilvēki sāk saprast, ka tā nav anonimitāte, ka tā ir ilūzija. Viņu var atrast, ja viņš būs izdarījis sliktas lietas, ja viņš kurinās naidu, viņa mājās var ierasties policija, ja viņš kādu apkrāps – viņa mājās var ierasties policija. To visu var atrast vienkārši. Ja dzīvē kādu apkrāpj, tad ne vienmēr tik ātri var atrast, bieži vien cilvēki to ko ir izdarījuši virtuālajā vidē, ir ilūzijā, ka viņš ir anonīms, taču patiesībā viņš ir atrodams ātrāk nekā reālajā vidē.*(Santa, draugiem.lv eksperte)

Kopsavilkumā virtuālā vide, pēc informantu domām, ir vieta, kur jaunietis var atļauties visu – viņš var tēlot dažādas lomas, var veidot savu identitāti un tēlu atbilstoši savām vēlmēm un vajadzībām. Parādīt draugiem un paziņām sevi tādu, kādu vēlas, un ja viņš pats nedalīsies ar šo informāciju, tad neviens neuzzinās jaunieša patieso būtību. Taču šī vilinošā anonimitāte, kam piemīt liels spēks, lai cilvēki veidotu viltus profilus, ir iluzora. Nav nekādas anonimitātes, agri vai vēlu viss ir uzzināms par cilvēku. Pamazām cilvēki to sāk apjaust, taču līdz godīgai virtuālajai videi ir nepieciešams laiks. Līdz tam jaunieši var spēlēties ar savām identitātēm un valkāt maskas, par kuru eksistencēm zina visi, taču kurā brīdī notiek „izrāde” un pārējie lietotāji ir skatītāji to zina tikai pats jaunietis jeb aktieris.

NOBEIGUMS

Bakalaura darbs *Jauniešu identitātes atspoguļošana sociālajā portālā draugiem.lv* teorētiskā daļa ir balstīta uz Ērvinga Gofmaņa darba *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*, kurā tiek analizēta dramaturģiskā pieeja. Veicot teorētisko izpēti tika atrasti nozīmīgi aspekti gan Gofmaņa grāmatā, gan pētot citu autoru darbus, kas saistīti ar postmodernisma ietekmēm mūsdienu sabiedrībā. Bakalaura darbā tika izvirzīts galvenais pētnieciskais jautājums - kādi aspekti ietekmē jauniešu identitātes atspoguļojumu sociālajā portālā draugiem.lv. Atbilde uz pētniecisko jautājumu tika iegūta pētot jauniešu sevis izrādīšanas iespējas, kādas piedāvā portāls. Tika noskaidroti galvenie aspekti: fotogrāfiju ievietošana, dienasgrāmatu veidošana un komentēšana un dalība domubiedru grupās.

Šajā darbā tika izvirzīts mērķis noskaidrot kā jauniešu identitāte tiek attēlota sociālajā portālā draugiem.lv. Mērķis tika noskaidrots veidojot dziļās intervijas ar draugiem.lv ekspertu, lai iegūtu padziļinātākas zināšanas par draugiem.lv darbību un viņu skatījumu uz jauniešu identitātes meklējumiem. Pēc tam tika veiktas dziļās intervijas ar draugiem.lv lietotājiem, kuri atbildēja uz jautājumiem par sociālā portāla lietošanas paradumiem un centās atbildēt uz jautājumu kā izpaužas jauniešu sevis izrādīšana. Pavisam tika veiktas dziļās intervijas ar 6 informantiem, kuras notika klātienē satiekot informantus dzīvē.

Nākotnes perspektīvas bakalaura darbam noteikti ir, jo caur informantiem netika sasniegti tie, kuru draugu daudzums profilā ir virs 2000. Uzskatu, ka šī tēma ir diezgan jauna un Latvija tā nav izpētīta. Šajā tēmā ir diezgan liels pētījumu lauks, kurš nav apzināts. Līdz ar to tā ir iespēja veidot zinātniskus pētījumus jaunā, neizpētītā jomā.

KOPSAVILKUMS

1. Jaunietis, kurš veido virtuālajā vidē savu identitāti, viņš var sevi parādīt citiem kādu vēlas, kā arī pieprasa no apkārt esošajiem lietotājiem pieņemt viņa tēlu pilnā nopietnībā un to atbalstīt. Ja izveidotā identitāte virtuālajā vidē ir jāspēlē ilgākā laika posmā, tā var kļūt par daļu no personības, kāda ir jaunietim.
2. Virtuālajā vidē robeža starp publisko un personīgo ir ļoti šaura. Tas kas ir personīgs un zināms dažiem draugiem, ātri vien var kļūt par publisku informāciju, kas ir pieejama visiem.
3. Mūsdienu sabiedrībā ir savi skaistuma etaloni, uzvedības un morāles normas, kas tiek uzskatītas par pareizām. Katrs indivīds sabiedrībā iegūst šo informāciju un pamazām „iestrādā” tās sevī, lai spētu būt piederīgs noteiktai sabiedrībai. Brīžiem vēlme sevi padarīt par ideālu sabiedrības locekli beidzas ar nespēju piepildīt sabiedrības ideālu, līdz ar to tiek radīts iespējamais veidos, piemēram, internetā tēls, kas atbilst sabiedrības normām un standartiem
4. Ikvienam virtuālās vides dalībniekam ir iespēja izmēģināt visas iespējas, ko piedāvā virtuālā vide, jo vienmēr pastāv iespēja atstāt virtuālo vidi, ja draud kādas sekas arī indivīda reālajā dzīvē. Virtuālā vidē atšķiras no reālās vides ar to, ka virtuālajā vidē ir iespējas aizbēgt no situācijas dažādos veidos, bet reālajā dzīvē ar savu reālo identitāti nav iespējams aizbēgt no problēmām, tās ir jārisina.
5. Mērķis bilžu ievietošanai virtuālajā vidē ir saistāms ar vēlmi izsaukt citos lietotājos jebkādas emocijas un sagaidīt atgriezenisko saiti caur komentāriem vai „man patīk”.
6. Vientulības sajūta ko rada individualizācija, liek jauniešiem meklēt jaunas iespējas sevi pierādīt un būt sabiedrībai piederīgam. Katrs jaunietis vēlas izcelties ar kaut ko savu, būt unikālam un ar to lepoties.
7. Dalība domubiedru grupās palīdz jauniešiem socializēties ar citiem indivīdiem sociālajos portālos. Caur domubiedru grupām ir iespēja, jauniešiem sevi ne tikai izrādīt, bet būt daļai kādā piederīgā grupā, kurā jaunietis var justies kā „savējais”.
8. Visaktīvāk jaunieši izmanto iespējas sevi izrādīt caur galerijām, dienasgrāmatām un komentāriem, radot nepieciešamo tēlu, kādu vēlas parādīt citiem lietotājiem.

9. Interesanti, ka jaunieši nav tā pati aktīvākā daļa, kas veido viltus profilus – visaktīvākie ir vidēja dzīves gājuma cilvēki, kas veido profilus, lai izsekotu savas sieva, vīra darbībām sociālajā portālā.
10. Virtuālā vide noņem tos standartus un prasības ko izvirza sabiedrība, tādējādi jaunieši jūtas brīvi virtuālajā vidē, jo nav kontroles no vecākiem un citiem pieaugušajiem, kuri ikdienā ir jāciena un jāieklausās viņu viedoklī.
11. Virtuālā vide, pēc informantu domām, ir vieta, kur jaunietis var atļauties visu – viņš var tēlot dažādas lomas, var veidot savu identitāti un tēlu atbilstoši savām vēlmēm un vajadzībām.
12. Jaunieši vēlas atklāt savas attiecības ar sabiedrību, draugiem bez vecāku iejaukšanās. Tāpēc paši populārākie sociālie portāli Latvijā ir, kuros vēl nav reģistrējušies vecāki.
13. Svarīgi saprast, ka virtuālajā vidē nav tādas anonīmas vides. Viss kas notiek internetā ir iespējams izsekot un noskaidrot ātrāk nekā noziedzīgus nodarījumus reālajā vidē. Pamazām cilvēki sāk apzināties par savu rīcību iespējamajām sekām, taču tas nenotiek strauji.

BAKALAURA DARBĀ IZMANTOTO TERMINU SKAIDROJUMS

Identitāte – „ES” personas apziņa, tā var būt arī piederība kādai noteiktai grupai, pēc noteiktām pazīmēm ļaujot viņu identificēt ar grupu.

Identitātes atspoguļošana – sevis izrādīšana lielākai vai mazākai skatītāju grupai, ar nodomu realizēt savu būtību citu cilvēku priekšā.

Lietotāja profils – draugiem.lv profils, kas ietver pamata informāciju par konkrētu cilvēku, ieskaitot bildes, video, dienasgrāmatas un citas aktivitātes.

Reālā vide – viss, kas atrodas ārpus virtuālās vides. Tie ir fiziski kontakti ar cilvēkiem, darbības notiek indivīdam tajās iesaistoties ar savu fizisko klātbūtni.

Virtuālā vide – interneta vide, kurā ietilpst jebkāda veida komunikācija ar personu, ar kuru ir izveidots savienojums ārējā tīklā. Respektīvi, virtuālā vide iekļauj sevī gan e-pastu, sociālos portālus, sociālos tīklus, jebkuras WWW. (World Wide Web) adreses apmeklēšanu.

IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. Chaney, David. *Cultural Change and Everyday Life*. New York: Palgrave, 2002
2. Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press, 1991
3. Giddens, Anthony. *Sociology* 6th edition. Polity Press, 2009
4. Gofmanis, Ērvings. *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris, 2001
5. Kērkpatriks, Deivids. *Facebook efekts*. Zvaigzne ABC, 2012
6. Loyal, Steven. *The Sociology of Anthony Giddens*. London: Pluto Press, 2003
7. Tapscott, Don. *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill; 1 edition, 2008.

Elektroniskie informācijas avoti

8. Aspling, Fredrik. *The private and the public in online presentations of the self: A critical development of Goffman's dramaturgical perspective*. Pieejams: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:431462/FULLTEXT01.pdf> [Skatīts 2014, 18.maijs]
9. BBC news: Magazine Monitor. *The science behind why we take selfies*. Pieejams: <http://www.bbc.com/news/blogs-magazine-monitor-25763704> [skatīts 2014, 5.maijs]
10. Coget, Jean-Francois, Yamauchi, Yutaka Suman, Michael. The Internet, Social Networks and Loneliness. *IT&Society*, Volume 1, Issue 1, summer 2002, Pp.180-201 Pieejams: http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=mgmt_fac [Skatīts 2014, 18. maijs]
11. Bouvier Gwen. How Facebook users select identity categories for self-presentation. *Journal of Multicultural Discourses* Vol. 7, No. 1, March 2012, 37-57, Pieejams: https://www.academia.edu/1490525/How_Facebook_users_select_identity_categories_for_self_presentation [skatīts 2014, 17.maijs]
12. Brikše, Inta. *Informācijas vide Latvijā: 21.gadsimta sākums*. Apgāds „Zinātne” 2006. Pieejams:

- http://www.president.lv/images/modules/items/PDF/item_1288_Informacijas-Vide.pdf [skatīts 2014, 11.maijs]
13. Buholcs, Jānis. *Indivīdu attiecības tiešsaistes sociālajos tīklos*. Doktora disertācija Latvijas Universitāte, Rīga. 2013. Pieejams: http://politika.lv/article_files/2415/original/Individu_attiecibas.pdf?1367481562 [skatīts 2014, 9.maijs]
 14. Charness, Gary, Rigotti, Luca, Rustichini, Aldo. *Individual Behavior and Group Membership*. 2005. Pieejams: http://www.econ.ucsb.edu/~charness/tenure_papers/audience.pdf , [skatīts 2014, 9.maijs]
 15. draugiem.lv. *Apmeklētākās sadaļas pēc lapu skatījumiem mēnesī*. Pieejams: <http://business.draugiem.lv/lv/statistika> [skatīts 2014, 4.maijs]
 16. Fizz, Robyn. *The big picture: using images in social media*. Pieejams: <http://newsoffice.mit.edu/2013/the-big-picture-using-images-in-social-media> [skatīts 2014, 4.maijs]
 17. Gemius SA. *Top 10 portāli pēc pavadītā laika portālā vienam lietotājam mēnesī*. Pieejams: <http://business.draugiem.lv/lv/statistika> [skatīts 2014, 14.maijs]
 18. Gillespie, James. *Does Facebook make us lonely?* Pieejams: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/newsreview/features/article1036816.ece> [skatīts 2014, 7.maijs]
 19. Hermannsdóttir, Marta Björg. *Self-Identity in Modernity*. Pieejams: http://skemman.is/stream/get/1946/12134/28549/1/Self-Identity_in_Modernity.pdf , [skatīts 2014, 26.apr.]
 20. Lasmane, Laura. *Kas komunikācijas speciālistiem būtu jāzina par interneta memēm*. Pieejams: <http://lasmane.lv/2013/03/04/interneta-memes/> [skatīts 2014, 4.maijs]
 21. Lucy, Joanna. *Youth in the modern risk society*. Pieejams: https://www.academia.edu/1156398/Youth_in_the_modern_risk_society [skatīts 2014, 24.apr.]
 22. Maxwell, Rebecca L. *Online Lives? – Personal Diaries on the Web*. Ohio State University. 2005. Pieejams: <http://kb.osu.edu/dspace/bitstream/handle/1811/412/?sequence=1> [skatīts 2014, 6.maijs]

23. *Most cited authors of books in the humanities 2007*. Pieejams:
<http://www.timeshighereducation.co.uk/405956.article> , [skatīts 2014, 22.apr.]
24. Mullally, Una. *What does your profile picture say about you?* The Irish Times. 2011. Pieejams: <http://www.irishtimes.com/culture/media/what-does-your-profile-picture-say-about-you-1.634379> [skatīts 2014, 4.maijs]
25. Priedītis, Arturs. *Identitāte virtuālajā komunikācijā. Komunikācijas hegemonija*. Video cikls 2:40- 3:13 Pieejams:
<https://www.youtube.com/watch?v=8kpEAbBtXak> [skatīts, 2014,17.maijs.]
26. Sternheimer, Karen. *Rethinking Goffman's Front Stage/Back Stage*. Pieejams:
<http://www.everydaysociologyblog.com/2012/05/rethinking-goffmans-front-stageback-stage.html> [skatīts 2014, 18.maijs]
27. Tibbles, Kevin. *For Latvians, hockey is a religion*. NBC News. 2006. Pieejams:
http://www.nbcnews.com/id/11508154/ns/nbc_nightly_news_with_brian_williams/t/latvians-hockey-religion/#.U2305Sj6e2k [skatīts 2014, 10.maijs]
28. Vitak, Jessica Marie. *Facebook "friends": how online identities impact offline relationships*, Pieejams:
https://www.academia.edu/412944/Facebook_Friends_How_Online_Identities_Impact_Offline_Relationships [skatīts 2014, 22.apr.]
29. Wardle, Pete. *Identity in cyberspace: Our changing perception of our Selves*. Pieejams: <http://www.petewardle.co.uk/essays.htm> [skatīts, 4. maijā, 2014.gads]

SUMMARY

21st century is the time when we are talking about our identity in a changing time and space, and we are trying to understand which social group we are belonging and who we are. The new century has brought technology into our lives, and we can't imagine our lives without technology, such as mobile phone, internet etc. One of the issue in the new virtual century is disability for youth make their own identity, because in postmodern society amount of information is very large. So in this bachelor paper author try to answer to the question how youth identity is forming in internet century analyzing social network site draugiem.lv

Title of Bachelor paper: Youth identity reflection in social networking site draugiem.lv

The main research question: What aspects affect youth identity represent in networking site draugiem.lv

Objective: establish how youth social identity is being represented in networking site draugiem.lv

Objectives:

First Analyze teoretical approaches which explain how youth represent their identity

Second describe the identity reflection techniques in social sites

3rd obtain youth and expert opinion about identity reflection methods in the social networking site draugiem.lv

PIELIKUMI

1.pielikums. Vadlīnijas intervijai ar draugiem.lv ekspertu

Vispārējie ievada jautājumi

Cik liela daļa no visiem lietotājiem ir jaunieši(procentuāli) draugiem.lv portālā?

Kāda ir Draugiem.lv ir kāda konkrēta mērķa grupa?

Studenti savos darbos ir izpētījuši, ka draugiem.lv ir kā pamata portāls, pirmais sociālais portāls, kurā iegūst pirmās zināšanas par sociālajiem portāliem, pēc tam kad sasniedz augstskolas vecumu dodas tālāk uz „nopietnākiem” portāliem, vai Jūs tam piekristat?

Draugiem.lv ir liela vara pār informāciju un spēja mainīt sabiedrības standartus vai esat domājuši par šo potenciāla izmantošanu (labās lietās veidojot sadarbību)?

Jauniešu uzvedība draugiem.lv

Vai pēc Jūsu novērojumiem, jaunieši ir aktīvākā sabiedrības daļa, kas sevi izpauž draugiem.lv vidē?

Kāds ir iespējas notiek jauniešiem izpausties draugiem.lv? (caur bildēm, video, dienasgrāmatām, kas vēl, un vai tas tiek darīts aktīvi)

Jauniešiem pa laikam parādās jaunas mode tendences, sakiet, kādas tendences sociālo portālu lietošanā ir mainījusies, ja salīdzina ar situāciju, pieņemsim pirms 3 gadiem?

Kā jūs domājat, vai, plinkingi, selfiji, utt ir modes tendences, jo „kāds tā izdarīja”, vai tomēr zem tā slēpjas vēlme sevi parādīt citādu?

Man bija situācija kad jauna, nepazīstama meitene rakstīja: „čau , esi tik forša un iekomentē manu jauno albumu”. Intereses pēc paskatoties galeriju redzēju, ka visi ir pozitīvi komentāri, un ja es šo faktu nezinātu par vēstuļu izsūtīšanu, tad man liktos ka viņa ir jauka meitene kurai ir daudz draugu, kuri visos albumos atstāj ap 50 komentāriem. Kā jūs komentētu šo situāciju? Tā ir kā vēlme izrādīt sevi? Ko iegūst galerijas īpašniece?

Kopš esat ieviesuši bezmaksas albumus, vai esat novērojuši kādas bilžu ielikšanas tendences sakarā ar šo faktu?

Kā Jūs raksturotu „draugu vācējus” tos kuriem draugos ir vairāk kā 1000 draugu, kas saprotams – visi nav zināmi personīgi bet notiek draugu vākšana? Vai tā ir kāda vēlme parādīt citiem, ka man ir daudz draugu(psiholoģisks iemesls), vai šie kontakti tiek izmantoti reklāmām, biznesam vai kādām citām vajadzībām.

Viltus profili

Vai pēc portālu lietotāju sūdzībām kura vecuma grupa , ir tā, kas visbiežāk veido viltus profilus?

Kādiem nolūkiem varētu veidot viltus profilus? (vai tas ir kāds psiholoģisks aspekts)
(pastāstu ko esmu novērojusi citās intervijās)

Kā notiek viltus profilu atpazīšana, vai ir kāda palīdzība no citiem draugiem.lv lietotājiem?

Kāds ir sods, kas seko par viltus profilu izveidošanu?

Kā jums šķiet, kādas ir galvenās atšķirības starp virtuālo un reālo vidi?

Kāpēc cilvēki jūtas brīvi komentēt citu cilvēku galerijās, taču reālajā dzīvē nespēj pateikt pat paldies, vai tas ir saistāms ar drosmi ko dod anonimitāte?

Vai piekrītat, ka virtuālajā vidē cilvēki jūtas brīvāki un atļaujas vairāk nekā reālajā dzīvē, jo viņus neviens šeit nekontrolē?

2.pielikums. Intervija ar ekspertu Santu no draugiem.lv

Eksperte (no draugiem.lv) – Santa

Norises vieta: draugiem.lv birojs; 8.05.2014

Intervētājs – Lāsma Krastiņa

Intervijas ilgums: 47:02

(izlaista tā daļa kur viņa stāsta par savu nodarbošanos, jo vēlējās palikt anonīma)

Intervētājs: saki, Jūs strādājat draugiem.lv, kāda ir tā mērķa grupa uz draugiem.lv kopēji orientējas? Vai ir tā, ka orientējas uz visiem?

Santa: Mērķa grupa ir lietotājs, tā kā mums lietotāju vecuma grupas ir dažādas, mēs skatāmies, lai katrai vecuma grupai būtu pie mums ko darīt.

Intervētājs: Kādā augstskolā, pētījuma laikā izskanēja no respondentiem un (tas ko es arī uzzināju no intervijām ar lietotājiem), ir tas, ka draugiem.lv visbiežāk ir pirmais sociālais portāls, kurā ir reģistrējušies. Tad pamazām no pamatskolas aug uz vidusskolu, un pēc vidusskolas, iestājoties augstskolā meklē citu sociālo portālu, kurš jau ir nopietnāks.

Santa: Mūsu pētījumi pierāda pilnīgi otrādi. Populārs ir tas portāls, kurā vēl nav mamma reģistrējušies. draugiem.lv vairs nav tik populārs, Facebook vairs nav tik populārs, ja tur ir reģistrējušās mammas.

Intervētājs: Kas tajās mammās ir tik īpašs?

Santa: Bērni nevar likt bildes brīvi, jo viņš zina ka mamma redzēs. Mamma par to runās mājās pēc tam. Vai „ielaikojot” jēlu joku, mamma to redzēs. Tā ir normāla veselīga attieksme, tās ir bailes no vecāku aizrādījuma. Šobrīd vairs nevar teikt, kurš ir nopietnāks vai nenopietnāks, jo ir dažādi. Piemēram, ja bērns 10 gadu vecumā ir aizsūtīts uz nometni Anglijā tad pāris gadus padzīvojot tur un atgriežoties viņš būs Facebook lietotājs. Viņš lieto gan Facebook, gan draugiem.lv Šobrīd tendence ir cilvēka uzmanības sadalīšana vienlīdzīgi vairākiem portāliem, jo vairāk nāk portālu, jo izmanību vairs nevarēs sašķelt, jo uzmanība ir 7 portāli +/- 2 vienības tad viņš sāks no kaut kā atteikties. No kā – to mēs vēl nevaram īsti prognozēt, jo tas būs katram individuāli. Un noteikti atteiksies no tiem portāliem, kas nav lietojami mobilajās aplikācijās. Viss kas būs ērti lietojams mobilajās aplikācijās popularitāti zaudēs vēlāk nekā, ja mobilo aplikāciju nebūs pieejama portālam.

Intervētājs: Jums pieder liela informācijas vara, vai esat plānojuši to izmantot kaut kādā veidā sabiedrības izglītošanai?

Santa: Mēs to izmantojam mirkļos, piemēram, informējot par drošu internetu, tad atbalsta projekts ar Likteņdārzu. Mēs to izmantojam, informējam, ziņojam, veidojam portāla aktivitātes ar dziļāku jēgu, izglītojošu, piemēram, putnu dziesmu atpazīšana. Veidojam

izglītojošas, informējošas vai audzinošas, bet mēs nekad neplānojam to izmantot jebkādos sliktos veidos.

Intervētājs: Pēc Jūsu novērojumiem, kura ir tā aktīvākā draugiem.lv lietotāju daļa?

Santa: Pēc mūsu novērojumiem, pati aktīvākā draugiem.lv lietotāju daļa ir sievietes no 20-35 gadiem.

Intervētājs: Kā ir ar vīriešiem?

Santa: Arī tā vecuma grupa ir aktīvākā, bet viņa ir nedaudz mazāka nekā sievietes šajā vecumā. Portāla aktīvākie lietotāji visi ir sievietes. Un tas nav tikai draugos, tā ir tendence visos portālos. Komunikācijām, dažādiem ieteikumiem, tur sievietes ir visaktīvākās.

Intervētājs: Vai vīrieši izmanto draugiem.lv jo nepieciešam a pieeja pie cilvēkiem, teiksim sakari, kontakti?

Santa: to cilvēki izvēlas profesionālos tīklos, vienkāršos sociālos medijus cilvēki izvēlas, lai komunicētu, lai parādītu, kas viņu dzīvē ir jauns, lai veidotu kaut kādu savu tēlu, lai paskatītos, palūrētu citu dzīvēs, nu tāpēc, bet priekš profesionāliem kontaktiem draugiem.lv izvēlas mazāk. Vīrieši vairāk apmeklē anekdošu sadaļu, iesaka jokus, spēlē spēles, daži protams raksta arī dienasgrāmatas, arī dzejoļus, tad arī pārspriedumus, politiskus uzskatus sadaļā „Parunāsim”. Bet sievietes ir aktīvāka informācijas meklēšanā, padomu prasīšanā, komunikācijā kā tādā, spēlīšu spēlēšanā, dalīšanās ar bildēm, receptēm.

Intervētājs: Kādas ir tās iespējas, kā var izpausties draugiem.lv? Piemēram, ielikt bildi galerijās, ievietot dienasgrāmatā ierakstu, pievienot video, kādas vēl ir iespējas, kā lietotāji var sevi izrādīt?

Santa: Bilde, video, rakstīt dienasgrāmatā, „Parunāsim” sadaļā ievietot informāciju, var spēlēt spēles tiešsaistē ar draugiem, var piedalīties dažādās atrakcijās, konkursos, ko rīko, piemēram, lapas vai kāda portāla aktivitāte ir orientēta. Mūsu portāls no pārējiem portāliem atšķiras ar to, ka sekojam līdz tam, lai katrs lietotājs būtu ar savu identitāti, vārdu, uzvārdu un bildi, līdz ar to viņi veido mazāk mākslīgus tēlus. Ja kāds ir uztaisījis sev mākslīgu tēlu, ievieto nepareizu informāciju, tad pārējie lietotāji draugu grupā sarosās un saka : „Beidz tu, Jāni, mānīties, tu nebiji tajā pasākumā”. Cilvēkiem patīk dalīties, cik daudz kilometrus viņi ir noskrējuši Endomando, sataisīt intrigas lai parādītu skaistākās bildes, ko viņš ir darījis, kā arī iečekoties vietās. Parādīt vai viņš ir gājis garām vietai vai piedalījies ballītē ar vairākiem draugiem. Tā dalīšanās, sadraudzēšanās un sevis parādīšana.

Intervētājs: man bija viena intervija, kur viens cilvēks tā arī uzsvēra, par tiem konkursu sadaļu, ka nemitīgi notiek rakstīšana, nobalso par mani ...

Santa: Tā nav konkursu sadaļa, mēs viņu uzskatām par „spamu un ķēdes vēstulēm”, ir cilvēki, kuri aktīvi piedalās dažādos konkursos un lai savāktu balsis izmanto dažnedažādus paņēmienus. Ikviens no tiek paņēmieniem, ko viņš šausmīgi uzstājīgi izmanto vai vēstulēs, vai galerijās, vai dienasgrāmatās, aicinot lai par viņu nobalso. Tad kad lietotāji mums par to sūdzas, tad mēs izsakām aizrādījumu par to konkrētam cilvēkam. Ja tas ir kaut kāds oficiāls konkurss, tad tas patiesībā tiek ņemts vērā, ja cilvēks ar negodīgiem līdzekļiem iegūst kādu vietu topā, tad šī informācija tiek pārbaudīta un viņš var zaudēt balvu.

Intervētājs: Manā situācijā bija tā, ka bija Labo darbu konkurss, tur randomā lika visiem cilvēkiem galerijās, pacēlās jautājums vai tas ir likumīgi vākt tādā veidā tās balsis.

Santa: Aizliegts tas nav, jo balsis tu vari vākt, jautājums ir tad ja spama dēļ tu esi nokikots tu vari zaudēt visas balsis. Ja tu esi nokikots, tu vairs neko nevari izdarīt. Tāpēc katram pašam cilvēkam ir jāizvērtē cik daudz un kādiem cilvēkiem viņš sūta. Ja es sūtu 5 saviem tuvākajiem draugiem, Lūdzu nobalso par mani, tad viss ir kārtībā, bet ja es sāku randomā uzbāzties visiem citiem cilvēkiem, loģiski, ka kāds no tiem pasūdzēsies.

Intervētājs: Pievērsoties tieši jauniešiem, viņiem pa laikam parādās tendences sociālo portālu lietošanā, kur ir selfiji un visi pārējie, kas ir tās lietas, kas ir mainījušās pēdējo gadu laikā? Gan lietošanā, gan modes tendencēs?

Santa: Sociālo portālu lietotāju un lietošanas paradumi mainās tikpat ļoti kā iedzīvotāju paradumi, iepirkšanās paradumi, socializēšanās paradumi, ballīšu paradumi un modes tendences, tieši tas pats notiek sociālajā portālā, kā jebkurā citā vidē. Un ja kādreiz cilvēki ceļojuma bildes ievietoja visas savas 175 bildes, tad tagad modes tendence ir ielikt 10 bildes un tās visas ir izveidotas kolāžā. Tā kā draugiem.lv nav vairs ierobežojumu bildēm galerijā un galerijas varētu būt ļoti plašas. Ja kādreiz rakstīja vēstules, kas bija garas, plašas uz vairākām lapām, tad arī, ir cilvēki, ka to turpina, bet ir izteikti vairāk cilvēku, kas ir īsziņu veidā vai nelielos rakstiņos vai čatā 140 rakstu zīmēs raksta. Visur parādījās tā mode ar selfijiem, tas nenozīmē ka to dara tikai jaunieši, to dara visas vecuma grupas, tā ir globāla tendence, kas loģiski atspoguļojas portālā, tieši tāpat kā bija plankingi un tādas lietas. Praktiski, jebkura aktivitāte, kas kaut kur notiek, viņa atspoguļojas sociālajā vidē. Pat ja ir aktivitātes, kuras liekas nav iespējams pārnest, cilvēki atrod veidu kā to izdarīt. Bildēs parādīt ka mums tur flašmobs bijis, ka vēl kāds pasākums.

Intervētājs: Ir tā, ka tagad no tām vēstulēm ir iespēja izveidot vienu lielu grupu, tad parasti cilvēki tiek pievienoti klāt pie svešām grupām, kur ir vēl 75 cilvēki un tas lietotājam liekas kaitinoši.

Santa: Ir iespēja dzēsties no tām grupām, te ir divas iespējas: dzēsties no grupas, vai pārtraukt draudzību. Ja cilvēks atkārtoti nesaprot paar to, ka es nevēlos būt tavā spamu grupā, ķēdes vēstulē, neinteresē tavu groziņu tirdzniecība, utt. Cilvēki dažreiz neizmanto savas tiesības. Viņi saka „Jūs”, izveidojām grupas vēstules, jo tas ir lietotāju ilgs lūgums. Uzlikt uz sistēmas tas bija pirmais, ko mēs izdarījām, lai cilvēki varētu lasīt grupu vēstules. Lielākā daļa lietotāju ir stāvā sajūsmā, ka beidzot tas ir iespējams. Nav sajūsmā tie, kas kādreiz visiem Jāņiem Jāņos nosūtīja vienu vēstuli. Tagad visi Jāņi redz, ka vēstulīte ir nosūtīta visiem, kā tev nav kauna.. tie nav apmierināti un nav apmierināti arī tie, kuriem draugos ir spamotāji. Tad ir tā – kā atbildība tā ir? Atbildība ir jāuzņemas pašam, jo ja man ir pievienojuši, es dzēšos ārā, bet ja to dara atkārtoti, tad es varu pateikt Pēterim, Jānim, „mani šis vairs neinteresē, tad es ar tevi pārtraukšu draudzību”. Bet to viņi nevēlas darīt, tāpēc vieglāk ir vainot portālu – jūs atļāvāt tādu iespēju, jūs esat vainīgi. Vieglāk būtu paredēt to draugu loku, šitie ir mani nokaitinājuši, neņem vērā manus ieteikumus nepievienot pie vēstulēm, tāpēc es viņus vairāk negribu savā draugu pulkā un es viņus dzēšu ārā no sava draugu pulka. Te ir tā nianse, ka arī par kaut kādām citām aktivitātēm – lietotājs nemāk īsti, nevēlas, nu jā nevēlas uzņemties atbildību. Tieši tas pats kas ar datiem. Saka, ka portāls ir uzlauzts. Situācijas, kad portāls ir patiešām uzlauzts ir ārkārtīgi retas. Visbiežākās situācijas ir tās, ka lietotājs pats ir no sveša datora ielagojies, izpaudis savus datus, otram pusei izpaudis savus pieejas datus, visur lieto vienādas paroles, ievadīt nepareizajā logā, izmeties vēlreiz kaut kas nepaskatoties kas rakstīts logā. It kā paši pie tā ir vainīgi, bet tajā brīdī, kad ir piekļuvis profilam kāds vieglāk jau ir vainot kādu citu, nevis sevi pašu.

Intervētājs: Kā to varētu risināt, lai cilvēki sāktu saprast, ka tā ir viņu problēma?

Santa: Ir jānomainās paudzēm. Pat tad, cilvēks ir tā iekārtots, ka kaut kādā mirklī, ne visi cilvēki, meklē to vainīgo ārpus sevis. Ir tāds kontroles lokuss – iekšējais un ārējais, ja cilvēkam ir iekšējais kontroles lokuss, tiem meklē atbildību, risinājumu sevī, ko es darīju nepareizi, ko man nevajadzēja darīt, tad tiem, kuriem ir ārējais kontroles lokuss nemeklē, ne atbildību sevī, ne arī to risinājumu. Viņš gaida to no ārējās pasaules, lai viņi man to palīdzētu atrisināt.

Intervētājs: Vai bieži ir tādas sūdzības vēstules, kad atbildība tiek novelta uz portālu?

Santa: to nekādi nevar zināt, jo ir cilvēki kas paši uzņemas atbildību un mēs par viņiem nezinām. Mums jau raksta tie, kuriem kaut kas nav kārtībā vai nepatīk. Tiem, kuriem viss kārtībā, viņi apmierināti lieto un viss ir kārtībā. Ir kāda daļa, kas par notikušo raksta visu laiku, piemēram, sajaucis savu ID numuru un nopircis citam lietotājam statistiku, jo sajaucis pieņemsim 6 ar 9. pirmais protams ir kliegt uz mums. Nu kurš vadīja ciparus, kurš kļūdījās?

Intervētājs: Ir sadaļas lapas, kur pieeja ir tikai no 18+, sanāk tā, ka ir brīvi pieejama pornogrāfija savā ziņā. Atkailinātas meitenes, puīši, idejas visādas.

Santa: Ļoti ilgi mums vispār nebija tāda satura, paši lietotāji pieprasīja, ka nepieciešama tāda sadaļa 18+, mēs to tur ievietojām, bet tur pornogrāfija kā tāda tur nav, tur ir erotika, erotiskās domas, fantāzijas, vai kaut kas tamlīdzīgs. Pat tā robeža kas ir definēta likumā starp pornogrāfiju un erotiku ir diezgan izplūdusi. Jo viena mākslinieciskā bilde, vienam cilvēkam jau izskatīsies pornogrāfisks, otram erotisks, trešajam liksies ka tur pat erotikas nav. Diezgan subjektīvas ir tās lietas. Ja ir ievērots šis 18+ nav pornogrāfijas, lietotāji nav sūdzējušies, tad neredzam iemeslu to slēgt.

Intervētājs: Kā ir ar to iespēju nomainīt savu gadu bērnam un ieraudzīt saturu?

Santa: Tas ir visur. Viņš arī Google to var ierakstīt ieejot jebkurā lapā. Mums ir tas, ka tu vari mainīt savu vārdu, uzvārdu, dzimšanas datus tikai 3 reizes. Tad ir jāmaksā. Cilvēki bieži ir nesaprašanā, par ko man jāmaksā, bet kas tur var mainīties vairāk kā 3 reizes, vārdā uzvārdā? Ja mainās dzimšanas gads, tas ir maksa pakalpojums, mēs tam pievēršam uzmanību. Bet mēs tagad nebrauksim uz mājām un vecāku vietā kontrolēt ko viņu bērns dara. Tāpat arī spēlēm esam informējuši lietotājus, ka spēlēm ir šī iespēja vecākiem uzlikt limitus, kuras spēles viņš var spēlēt un kuras nē. Bet viņi to neizmanto. Viņi interesējas par to tikai tad, kad bērns ir sapircis kaut kādus pakalpojumus. Vai kaut kādas sliktas lietas ir notikušas, vai bērns ir apsaukāts, vai krenķīgs, tad vecāki sāk interesēties. Viņi interesējas nedaudz par vēlu. „vai tad jūs neredzējāt informāciju? – redzēju, bet...” ir portāla lietošanas noteikumi, kad vecāki iedod bērnam telefonu, patiesībā atbildība ir vecākam. Jo mazgadīgi bērni nevar dabūt numuru vai nopirkt telefonu. Piereģistrēt portālā, tad arī atļauj vecāki, spēlītes spēlēt arī atļauj spēlēt. Kamēr 5 lati, tikmēr viss kārtībā, kad portālā ir jau 30 latvi, tad „aa, kur es biju agrāk?” tad uzreiz raksta portālam kā viņš kaut ko tādu varēja izdarīt. Bieži vien vecāki vēršas vēlāk, ir jau 3 mēnešus tā noticis un jautājot kāpēc tikai tagad vēršaties? Kāpēc nezvanījāt, nerakstījāt, ja redzējāt, ka kaut kas nav labi? Kamēr tas nav noticis ar mani – tas uz mani neattiecas.

Intervētājs: Man bija situācija kad jauna, nepazīstama meitene rakstīja, aicināja savā galerijā iekomentēt, uzaicināt draugos. Ja es to nezinātu tos faktus, ka viņa pati jautā pēc komentāriem, man liktos, ka viņa ir jauka meitene visiem viņa patīk, neviena sliktā komentāra. Kāpēc ir tādi cilvēki draugos, kas uzbāžas ar sevi un aicina draugos?

Santa: Tur ir jautājums ar kādu mērķi tas tiek darīts. Vienam tur vienkārši ir psiholoģiskās lietas: es gribu būt populāra, gribu būt skaista, ka es piemēram ar meitenes identitāti esmu foršais džeks, kas baigo pasākumu var uztaisījis, saliek bildes, kas apstrādātas Photoshopā,

padara skaistākas un lepojās ar labāku identitāti, kas ir patiesībā. Piemēram, ir kāds teicamnieks skolā, viņam varbūt pusaudžu vecumā ir tā otra puse, kas negrib neko citiem dzīvē darīt sliktu, tāpēc viņš izveido viltus profilu, kurā viņš dara sliktas lietas. Tādā veidā viņš izspēlē, izfantazē sliktas lietas, kuras viņš dzīvē nedarītu. Tādā ziņā varbūt tas pat nav slikti veidot viltus profilu lai ļautu cilvēkam atrisināt psiholoģiskās problēmas. Bet ir arī citi gadījumi, kad cilvēki tādā veidā vāc sekotājus, mēģina pēc tam viņiem ietirgot kaut kādu savu produktu, vai pakalpojumu, vai iemest linku par konkursu labos darbos. Tur ir jāzina kāds ir konkrētajā gadījumā mērķis

Intervētājs: Veidojot intervijas bakalaura darbam saskaros ar to, ka intervijai izdodas dabūt tos cilvēkus, kuri ir godīgi lietotāji – draugu skaits līdz 500 cilvēkiem, visi ir zināmi, no skolas, darba vai vienkārši paziņas. Tad kad sākas virs 1000 un vairāk draugu saskaros ar to, ka viņi ignorē vēstules, baidās runāt, šai grupai ir ļoti grūti piekļūt. Nesen dabūju caur Skype vienu puisīti, kuram ir ~10 000 draugu un viņš saka ka vāc viņus tāpat, lai viņi ir, varbūt spēlēs kādreiz palīdz..

Santa: Jā ir tā, ka ir spēles, un ir krāpniecība arī tādā pašā veidā, sīkāk par to nestāstīšu.

Intervētājs: ir situācija, ar interneta darba piedāvājumiem, piedāvājot nopelnīt, saliekot svešiem cilvēkiem galerijās bildes ar iespēju nopelnīt, ja cilvēkam tā informācija interesētu viņš pats atrastu.

Santa: Jā, tās galerijas ar iespēju nopelnīt, ir bieža sūdzība, ko saņemam. Ir cilvēki, kas paši tās izdzēš no saviem albumiem, bet ir cilvēki kas par to ziņo.

Intervētājs: tas darbojas uz „laikiem”? Jo cik saprotu, kaut kas jāatver, jāpaskatās.. Runājot par bezmaksas galerijām ir tā, ka tagad kolāžas ir populāras, vai tas ir tāpēc, ka kādreiz bija maksas vietas un vajag saspiest lai visu parādītu?

Santa: Kolāžas parādījās vēlāk ,tad jau bija pieejamas bezmaksas galerijas. Tā ir vairāk globāla tendence. Kolāžas, es domāju ir nevis vairāk saspiest bildes, bet parādīt pēc iespējas inčīgāk. Parādīt savus mākslinieciškos talantus, kur var likt tās bildes, piemēram topā. Runājot tālāk par visādā bilžu ielikšanām un vērtēšanu, ir kuriozi, kad raksta meitene un nesaprot kāpēc viņas bilde parādās pie vīriešu topa. Tas ir saistībā ar to, kāds dzimums ir norādīts profila iestatījumos. Viņi ir automātiski aizpildījuši anketu un nepārbauda. Pēc tam ieliekot bildi topā un skatoties ka tā parādās vīriešu topā raksta un nesaprot kāpēc tā ir tur. Tur kur mēs pieķeram šos gadījumus mēs izmainām, bet tā – paši kaut ko pamainījuši un pēc tam brīnās.

Intervētājs: Ir gadījumi, kad dzīvnieku Top sadaļā redzams cilvēks, tas tiek darīts, lai taisītu jokus?

Santa: Jā, viņi mēģina. Kad ieraugām, izņemam ārā, ka kaimiņu Jānis nav tas par ko viņu mēģina pataisīt.(smejas)

Intervētājs: Laikam ejot, sakiet, vai jēdziens „draugi” neprasa pārdefinēšanu? Jo mums ir draugos cilvēki, kurus varbūt pat nepazīstam, ir draugi ar kuriem kontaktējamies, kā arī paziņas, kas saucas draugi?

Santa: Tas ir subjektīvs viedoklis, kā katrs to redz draugiem.lv nav tā, ka varētu teikt, ka visā Latvijā, sabiedrībā ir mainīts šis jēdziens „draugi”. Bet ja subjektīvi - ir cilvēki, kas piemēram, kolektīvā neapstiprina jauno kolēģi draugu lokā kamēr nav ar viņu iepazīties. Tas ir ļoti atkarīgs no cilvēka. Ir cilvēki, kas apstiprina visus, bet ir cilvēki, kas apstiprina tikai tuvākus vai tālākus draugus. Šeit varētu vilkt paralēles arī ar citiem jēdzieniem, kas ienāk kā modes tendence vārds „mīl”. Ja kādreiz to teica vienam atsevišķam cilvēkam, māte bērnam, tad tagad tas jēdziens ir ieguvis jaunu nozīmi jau draudzenes saka viena otrai, saka cilvēki piemēram, „es mīlu ceptus kartupeļus”. Tie jēdzieni mainās, mēs tos lietojam, tur neko nevar izdarīt. Par draugiem, tie arī ir mainījušies, ne mūsu izpratnē, bet vispār. Ja draugs, kādreiz bija tuvs cilvēks ar kuru ir intīmas attiecības, tad tagad draugs ir jebkurš cilvēks, kas man ir tuvs. Piemēram, tā ir mana draudzene.

Intervētājs: Pēc portālu lietotāju sūdzībām kura vecuma grupa, ir tā, kas visbiežāk veido viltus profilus? Jaunieši paši uzskata, ka viņu vienaudzi taisa viltus profilus, bet kā ir patiesībā?

Santa: ir dažādi, ir tā, ka jaunieši veido viltus profilus, vidējā vecuma grupa, jo ir iemesli dažādi. Vieni taisa viltus profilus, jo ir biznesā vai sabiedrībā pazīstami cilvēki un vēlas lietot draugiem.lv bez liekas uzmanības. Protams citi veido lai sevi parādītu. Ir tādi, kas taisa papildus profilus blakus saviem esošajiem profiliem, lai izsekotu savas otrās puses, lai uzzinātu kaut ko, pačeketu. Daži taisa viltus profilus neapzināti, piemēram, Facebookā pierēģistrējas ar vārdu un iesauku, un tagad draugos grib tāpat pierēģistrēties, noteikumus nav lasījuši nezina un tad ir pārsteigti – kāpēc tā – vai tā nedrīkstēja? Katrā grupā tas tiek darīts, galvenais ir saprast un zināt kādi ir iemesli. Mūsu portālā aktīvākā grupa ir no 20-30gadiem, līdz ar to, viņi ir arī aktīvākie viltus profila veidotāji.

Intervētājs: Kāds ir sods, kas seko par viltus profila izveidošanu?

Santa: ir kikošana uz 24h, tad iespēja ir profila izdzēšana. Pēc kāda laika protams var reģistrēties no jauna. Lielākie jau ir tie zaudējumi – draugi, kuri bija iegūti, bildes ievietotās, dienasgrāmatas un tā tālāk.

Intervētājs: Kā jums šķiet, kādas ir galvenās atšķirības starp virtuālo un reālo vidi? Ko Jūs savā darbā esat novērojuši? Kādas ir tās galvenās atšķirības?

Santa: Atļaušanās. Ja ikdienā es nestāvēšu pie tirgus un nestiepšu datoru, kliezot, iečeķo manu albumu, nopērc man statistiku, ielaiko mani, vai šī ir smuka bilde? Vai arī dzīvē nepateikšu to teikumu ko pateiktu dzīvē. Virtuālajā vidē atļaujas vairāk. Tas attiecas tas pats, ja mēs lasām Delfi.lv komentārus, bieži vien virtuālā vide kalpo, lai izgāztu savu žulti, neapmierinātību ar dzīvi un visādas tādas lietas. Tas no negatīvās puses. No pozitīvās – virtuālā vide palīdz uzturēt kontaktu ar cilvēkiem, kurus ikdienā nesatiek. Palīdz ļoti operatīvi nodot informāciju, uzzināt daudz ko jaunu. Piemēram es varu ikdienā pavadīt 3h pastaigājoties pa Rīgas ielām, reāli par tik daudz laika es nevar apskatīt daudz modes veikalu, mēbeļu veikalu, es varbūt būšu redzējusi 10-15 veikalus, taču tajā pašā laikā portālā, skatoties lapas, skatoties ko cilvēki ir ieteikuši, iespējas iegūt daudz vairāk informācijas. Ja runā tieši par identitātes lietām, arī ikdienā, ja mēs tiekamies ar svešiniekiem, mēs patiesībā nezinām neko, Jā Jānis Āboliņš, vai viņam tiešām ir tik daudz gadu, vai viņš strādā tur kur viņš strādā, vai tā mašīna ir viņa vai viņš to aizņēmas no brālēna. Arī ikdienā cilvēki izrādās dažādās situācijās apkrāpti. Uzdodas par sociālajiem darbiniekiem, ierodas pat mājās un apkrāpj. Ja cilvēks ikdienā domā par sevi, tad arī virtuālajā vidē padomās.

Intervētājs: Kā ir ar anonimitātes spēku virtuālajā vidē?

Santa: Lēnām cilvēki sāk saprast, ka tā nav anonimitāte, ka tā ir ilūzija. Viņu var atrast, ja viņš būs izdarījis sliktas lietas ja viņš kurinās naidu, viņa mājās var ierasties policija, ja viņš kādu apkrāps – viņa mājās var ierasties policija. To visu var atrast vienkārši. Ja dzīvē kādu apkrāpj, tad ne tik ātri var atrast, bieži vien cilvēki to ko ir izdarījuši virtuālajā vidē esot ilūzijā, ka viņš ir anonīms, taču patiesībā viņš ir atrodams ātrāk nekā reālajā vidē.

Intervētājs: Virtuālajā vidē, sākas visādi komentāri pie bildēm, kāds ieliek joku bildi un saņem apvainojumus, kas varbūt reālajā dzīvē tā nenotiktu.

Santa: Tā atļaušanās varbūt nebūtu tik liela. Varbūt ikdienā tas cilvēks ir pelēks un maziņš un redzams, varbūt ikdienā viņš nav tik komunikabls. Virtuālā vide ir tā vieta, kur viņš beidzot var pateikt kā viņš domā, uzskata.

Intervētājs: Bija viens respondents kurš teica, ka speciāli sakūda cilvēkus komentāros, jo tas viņam sagādā baudījumu.

Santa: Tieši tāpat ir arī ikdienā ir cilvēki, kuri ikdienā kaulējas, viņi no tā gūst baudījumu, bet viņi beigas neko nenopērk, bet tas process dod baudu, kā viņš dabūja 50% -70% atlaidi. Tieši tāpat ir cilvēku tipāži, kuri spēj gan reālajā vidē gan virtuālajā sakūdīt tā ka 2-3 cilvēki strīdas. Virtuālajā vide to pat ir vieglāk izdarīt. Un var to darīt vairākas grupās vienlaicīgi. Tieši tāpat ir arī cilvēki, kas gūst baudu ja var kaut ko rupjiem vārdiem pateikt, viņš par to

ir sajūsmā, bet ļoti ātri lietotāji nobloķē viņu vai kā citādi tiek galā. Bet diez vai ikdienā viņš spēj tos vārdus, kurus uzraksta izrunāt.

Intervētājs: Bērni tā mēdz darīt kad viņiem ir aptuveni 10-12 gadi.

Santa: Tā ir, viņš pat dzīvē to vārdu nevar pateikt, mamma sūtīs viņu mazgāt muti, skolā pateiks nāc rītā ar mammu uz skolu, uz ielas ar viens pats tāds vēl nestaigās, virtuālajā vidē uzraksta to vārdu nosūta.. un tad pašam ir tādi prieki!

Intervētājs: Tas arī no manas puses ir viss, paldies, Jums, ka atradāt laiku šai intervijai.

3.pielikums. Vadlīnijas intervijai ar draugiem.lv lietotājiem

Ievada jautājumi

Īsumā pastāsti par sevi. Cik gadi, ar ko nodarbojies,?

Cik ilgi jau lieto draugiem.lv, kas pamudināja, kā uzzināji, vai tas bija tavš pirmais soc. Portāls

Vai tev draugu sarakstā ir nepazīstami cilvēki, ja ir kāpēc? Vai tu uzskati ka draugiem.lv vajag būt tikai draugu kontakti kurus pazīsti?,

Ko tu domā kāpēc draugiem.lv ir tik daudz draugu vācēju? Liek galerijās Aicini mani utt. Tas ir kā sporta veids? Psiholoģisks iemesls? Vai tu zini kādu kurš kolekcionē draugus? Kā viņš to pamato?

Cik bieži dienā/ nedēļā tu ieej draugiem.lv? Kādas darbības tu veic visbiežāk draugiem.lv?

Vai tu mēdz ievietot bildes no katra pasākuma draugiem.lv, ja jā kāpēc?

Jauniešu sevis izrādīšanas iespējas

Ko tu domā par jauniešiem, kas katru ballīti, katru ārā iziešanu safotografē un saliek albumā un atrāda? Kā tev šķiet ko viņš cenšas panākt?

kā tev šķiet ar ko viņš atšķiras virtuālā un reālā vide?

Vai ir jūtama jauniešu meklējumi pēc savas identitātes? Dažādi eksperimenti, bildēs, video, dienasgrāmatās?

Kā tev šķiet vai cilvēki draugiem.lv publicē par sevi patiesu informāciju?(tieši jaunieši) (neīsti vārdi uzvārdi)

Kā tev šķiet, vai jaunieši(varbūt pati) mēdz parādīt sevi labāku nekā ir draugiem.lv caur bildēm ierakstiem utt.. vai tu zini kādus

Vai tu esi pamanījusi dažādas tendences (modes), piemēram, plankings, ko tu vēl vari nosaukt?

Kā tu domā, kāpēc aizvien populārākas kļūst dažādas modes tendences internetā, piemēram, plankings, selfiji, u.tt?

Vai tev ir kāds rakstījis vēstules ar piedāvājumu iekomentēt viņu albumu, dienasgrāmatu, kā tev šķiet kāpēc cilvēki tā dara?

Kāpēc cilvēki mēdz ielikt seksuāla rakstura bildes draugiem.lv? puiši – mašīnas un muskuļi, bet sievietes ķermeni?

Vai tu esi ielikusi kādu bildi draugiem.lv lai izaicinātu sabiedrību? Pievērstu uzmanību? Kāpēc?

Viltus profili

Kā tev šķiet Kādiem nolūkiem cilvēki veido viltus profilus?

Vai veidojot viltus profilus, tas tiek darīts vilinošās anonimitātes dēļ?

Tavuprāt vai jaunieši ir grupa, kas visbiežāk veido viltus profilus?

Kopumā, vai jaunieši ir aktīvākā draugiem.lv grupa? Vai tu ikdienā redzi daudz informācijas ko ievieto jaunieši tavā vecumā.

Kā tev šķiet vai cilvēki draugiem.lv publicē par sevi patiesu informāciju?

4.pielikums. Intervija ar draugiem.lv lietotāju

Intervētājs: Lāsma Krastiņa

Norises vieta: Ganību dambis 22; 24.04.2014

Draugiem.lv lietotājs: Matīss

Intervijas garums: 58:23

Intervētājs: Iesācumam, varbūt tu vari nedaudz pastāstīt par sevi.

Matīss: Mani sauc Matīss, šobrīd 22 pilni gadi, strādāju par automātiķi, vēl studēju un mācos, janvārī jāuzraksta diplomdarbs. Šobrīd mācības otrajā plānā.

Intervētājs: Cik ilgi jau lieto draugiem.lv, kas pamudināja tevi reģistrēties, vai tas bija tavš pirmais sociālais portāls, kurā tu biji reģistrējies?

Matīss: draugiem.lv lietoju jau ilgu laiku, ja nemaldos nesen mani apsveica ar 7 gadu lietošanu. Vai tas bija pirmais? Man šķiet, ka tajā laikā tikai sāka attīstīties sociālie portāli. Sākumā draugos negribēju reģistrēties kaut kādu pusgadu vai gadu tas likās tizli. Pēc tam es pierēģistrējos, lai saglabātu kontaktu ar, piemēram, klases biedriem, kad mainījās skolas, pamatskola, vidusskola... Lai draugos būtu cilvēki ar kuriem esmu kopā mācījies, paskatīties ar ko viņi nodarbojas, jo parasti cilvēki ieraksta savas aktivitātes.

Intervētājs: Vai tev draugu kontaktu sarakstā ir cilvēki, kurus tu pazīsti vai arī nepazīstami cilvēki.

Matīss: Principā, 99% draugos ir tie, kurus pazīstu. Pārsvārā no augstskolas, vidusskolas un pamatskolas. Bet tā randomā uzaicinātie no viņu puses vai no manas nav.

Intervētājs: kā tev šķiet, kāpēc ir cilvēki, kas vāc 1000, 10 000 vai vairāk draugus? Tas ir sporta veids vai psiholoģiskais aspekts?

Matīss: Man šķiet tur ir vairāki varianti – tie, kurus es pazīstu, pārsvārā sader, puisis ar meiteni, ka ieliks kādu profila bildi, savāks, piemēram, dienā 100 skatījumus 24stundu laikā. Par tiem 10 000 arī šķiet, ka tie ir uz kaut ko saderējuši, vai vēlas pazīmēties kādiem draugiem „skaties cik man daudz draugu ir”. Kādam tas varētu būt pašapliecināšanās veids. Pirmais ir derību variants, otrais – sevis pašapliecināšana.

Intervētājs: Un kā ir ar biznesa variantu, vāc draugus, lai viņiem kaut ko pēc tam pārdotu, tirgotu?

Matīss: tā kā esmu lasījis daudz grāmatu par biznesa attīstību, tad manuprāt, draugiem.lv vidē ir viens no tizlākajiem veidiem kā bīdīt savu biznesu. Ja gribi taisīt biznesu, tad pa priekšu radi mājaslapu un tad caur sociālajiem portāliem reklamē savu biznesu. Ar savu

mājaslapu, nevis taisīt profilu draugos un tad baigi reklamēties. Es to biznesu neuztveru nopietni caur draugiem.lv

Intervētājs: un kā ar draugiem lapām?

Matīss: Viss atkarīgs no tā kā reklamē.. bet tomēr... Man liktos tas lēti. Ekonomē uz visu pēdējo. Tas ir lēti, tas nav prestiži.

Intervētājs: Cik bieži dienā vai nedēļā tu ieej draugiem.lv? Kādas darbības tu veic visbiežāk draugiem.lv?

Matīss: Tas atkarīgs no situācijas ja man sarakste ar cilvēku tad eju 1x nedēļā ja sarakste ar cilvēku tad vismaz 1x dienā. Darbā daudz jāstrādā nav laika daudz sēdēt. Atnāku mājās gribu gulēt. Paskatos galerijas, pasekoju kādiem jaunumiem par cilvēkiem kas interesē, apsekoju dzimšanas dienas, vārdadienas, dienasgrāmatas ne īpaši, spēles spēlēju, bet manu mīļo spēli izdzēsa – akmeņu vākšana, man jau bija pro līmenis, visu zaudēju, nedaudz arī atšķirības spēlēju.

Intervētājs: Vai tu mēdz ievietot bildes uzreiz pēc pasākuma notikšanas?

Matīss: Pēc katra pasākuma noteikti nē, šad tad nomainu profila bildi, biju Bulgārijā tad liku vairāk bildes, lai tuvinieki redz kā iet.

Intervētājs: Ko tu domā par jauniešiem, kas katru ballīti, katru pastaigu, piemēram, meitenes safotografē un saliek albumā?

Matīss: Manuprāt, tas ir zema pašvērtējuma dēļ. Izmantot draugus pašapziņas celšanai. Es atbalstu satikt cilvēkus klātienē, jo rakstītam tekstam tu neredzi cilvēku sejas, kā viņš to raksta, kā viņš to domā. Ja tu gribi kaut ko uzrakstīt draugos kā joku lietojot smaidiņus, var gadīties, ka cilvēks nesapratīs jo nav intonācijas un sejas izteiksmes.

Intervētājs: Kā tev šķiet, kā atšķiras virtuālā un reālā vide?

Matīss: Internetā tu vari būt jebkas. Tu gribi būt sievietē, tu vari mierīgi uztaisīt sieviešu profilu. Ielikt profila bildē nokačātu bildi no interneta ar skuķi peldkostīmā un lielām krūtīm. Savākt tos 10 000 piekritējus un draugus un pa naktīm var sarakstīties. Tikpat labi var taisīt kačaka profilu, nokačājot nepieciešamo bildi. Internetā var radīt masku, kas ļauj aizbēgt no savas dzīves. Bet tur ir viens bet. Jebkurā gadījumā paliek arī reālā dzīvē, tā arī nekur nepazūd. Virtuālajā dzīvē tu nevari apprecēties, uztaisīt bērnus.. īstenībā tas ir tāds īslaicīgs pasākums tā un šitā, baigā popularitāte internetā, bet reālajā dzīvē, reti kurš pēc tam māk normāli runāt, žestikulēt, izmantot ķermeņa valodu, draugos nav ķermeņa valodas, žestu tā ir kā dienasgrāmata. Tas ir viss tukšs bez emocijām. Iluzoras popularitātes iegūšana. Tev var būt draugos 10 000 sekotāju, bet uz ielas viņi tevi nepazīs, paies garām kā tukšai vietai.

Intervētājs: vai tu esi ievērojis draugos, runā sadaļā galerijās, vai tu redzi jauniešu centienus atrast sevi, līdzināties kādam?

Matīss: Kas īsti ir jaunieši?

Intervētājs: Tie ir cilvēki no 15-25 gadiem

Matīss: man draugos visi draugi ir aptuveni manā vecumā un +/-2 gadi uz priekšu vai atpakaļ. Nezinu vai tas mūsu paaudzei ir raksturīgs, bet ir ļoti maz izlecēju starp mums.

Intervētājs: Kādi ir tie daži izlecēji?

Matīss: Nu tās ir skuķenes, kuras sakrāsojas kā cacas. Jā, varbūt, draugos viņas taisa baigās bildes, bet reālajā dzīvē parunājot kādas 5 minūtes saproti, ka viņās nav nekā. Kamēr muti vaļā never tikmēr ir ok.

Intervētājs: Kā tev šķiet, kā ir ar pārējiem jauniešiem ārpus tava draugu loka? Kā ir ar atdarināšanu, piemēram, meitenes atdarina popmūzikas mākslinieku videoklipus, kur ir puskailas sievietes, vīrieši ar dārgām mašīnām? Vai esi novērojis, ka kaut ko tādu cenšas atdarināt, piemēram jauni puisi liek bildes pie mašīnām un tā?

Matīss: Līdzināšanās... grūti teikt.. man šķiet, ka tagad aizvien ātrāk jaunā paaudze cenšas pieaugt. Tā ir liela problēma, jo nesaprot, ka bērnība ir forša lieta. Ja man būtu iespēja es labprāt dzīvotu bērnībā, uz darbu nevajag iet, ja kaut ko vajag senči iedod naudu, nebūtu nekādas atbildības.. varētu kaut vai 12tos dienā pamosties, „oo forši pagulēju”, nekādas atbildības.. man šķiet, ka jaunieši līdz kādam 1993. gadam ir daudz mierīgāki, viņiem nav galvenais „davam, uzpīpējam spaisu vai davai atvedam zālīti”. Man 10 gadus vecs čalis nāk pretī pa ielu, prasa: „ev, vai tev nebūtu cigarete?” es vienreiz tā arī pateicu, tev pat kūsas neaug, kāda vēl cigarete! Pēc idejas mūsdienās nav laba, kārtīga parauga, tagad ir tikai visādas Mailijas Sairusas, nu labi viņa vēl nav trakākais variants, viņa vēl vismaz māk dziedāt daudz maz. Cilvēki cenšas aizvien vairāk iegūt popularitāti un ir pilnīgi vienalga vai tā ir pozitīva, negatīva, debīla, stulba, ka tik pabīdīties uz priekšu, lai tikai par mani runā, raksta, tikai es, es, es.. taisa patentus nevis uz foršiem izgudrojumiem, bet savu vārdu, kā presē piemin tā kādam nokāst naudu. Brīžiem liekas, ka daudzi mēģina uz mudaku rēķina nopelnīt. Uztaisa kaut kādu sūdu un ar to cenšas nopelnīt. Mūzika, piemēram, Brian Adams un Bon Jovi joprojām ar dziesmām „It's my life” ir klausāms. Labi piegriežas 10 reizes klausoties, bet pēc nedēļas atkal ir sajūta – baigi labā dziesma. Tagad jaunās kas ir, labi nedēļu, divas, trīs ir klausāmas, bet pēc tam tā piegriežas, ka uz ilgu laiku vairs negribas viņu dzirdēt.

Intervētājs: Runājot par popularitāti, vai popularitāte arī ir zem pašvērtējuma liekama? Tā lai citi cilvēki runātu par viņiem zinātu visu u.c.

Matīss: populāri kaut kādos medijos, tiem ir kaut kādi bērnības traumas. Kad palasa viņu biogrāfijas, liela daļa ir bijuši apcelti bērnībā, nav bijis draugu, bijuši nabadzīgi. Un pēc tam pieaugot cenšas kaut kā uzdzīt to savu popularitāti nereālos līmeņos. Lieta jau tāda cilvēki kas ir populāri, visi viņus pazīst, bet no tā draugu viņiem vairāk nepaliek. Ja viņiem ir viens vai divi bērnības draugi, tad tik daudz arī paliek. Tajā brīdī kad centies uzbīdīt to savu nereālo popularitāti pastāv iespēja zaudēt to vienīgo draugu kas ir. Tas prasa nereālu laiku, un ne visi ir gatavi palikt 2. plānā.

Intervētājs: Kā tev šķiet, vai tā informācija, ko ievieto jaunieši par sevi ir objektīva un ticama, vai vārdi un personības tiek izdomātas?

Matīss: Abejādi. Ir cilvēki kuriem draugi ir ka piezīmju grāmatiņa. Savelk kontaktus kopā, lai vajadzības gadījumā būtu pieejami, taču reālu kontaktu neuztur. Ir otra daļa kuriem draugi.lv ir kā zīmēšanās veids, kā katrs izvēlas to lietot ir katra paša ziņā. Jebkurā gadījumā, virtuālā vide nav īstā vieta, kur veidot par sevi patiesu skatījumu. Var jau uzrīkot kaut kādu mājas ballīti kā videoklipu ielikt draugos un sakrāt 5000 skatījumu un justies kā stārs, taču pēc nedēļas visi jau būs par tevi aizmirsuši.

Intervētājs: vai tev ir gadījies sastapt tādu cilvēku par kuru tu zini, ka viņš mēģina draugos sevi pabīdīt augstāk nekā viņš patiesībā ir?

Matīss: jebkurš cilvēks mēģina sevi sociālajā portālā pabīdīt vismaz 1 balli augstāk. Bet ja tu esi vērtējams ar 1 balli un lec uzreiz uz 10 ballēm diez vai tas ilgtermiņā izdosies uzlekt augstāk par savu pakāļu.

Intervētājs: Vai tu esi pamanījis dažādas modes tendences, piemēram, plankings, selfiji?

Matīss: stulbingi ir populāri, tas ir bara instinkts visi tā dara man ar vajag. Man ar bija iespēja uztaisīt labu plankinga bildi ar daudziem skatījumiem, bet es izdomāju kam man tas vajadzīgs. Būtu man 6000 skatījumu naudas man no tā vairāk nepaliktu, draugu vairāk no tā vairāk nepaliktu, principā nekas manā dzīvē nemainītos. Varbūt uz 5 minūtēm būtu populārs.

Intervētājs: Vai tev ir rakstījuši sievietes vīrieši ar aicinājumu iekomentēt albumu, nobalsot par bildi?

Matīss: Nepazīstami nē, pazīstami arī ne. Par komentāriem nē, kur jāspiež laiki arī neviens nepiedāvā.

Intervētājs: Kāpēc cilvēki mēdz ielikt seksuāla rakstura bildes draugiem.lv? Puiši – mašīnas un muskuļi trenāžieru zāles, bet sievietes ķermeni, peldkostīmi, puskailas?

Matīss: Man šķiet, ka tas ir par pašvērtējums. Ka puiši liek bildes kaut vai tāpēc, lai pašaplicinātos bijušajiem klases biedriem, kuri apsūkājuši par hļupiku pamatskolā un

tagad parādīt kādi muskuļi tagad ir, esmu baigi uzkačājies, baigi forši. Meiteņu piesaistīšanā noder automašīnas ar moci, tad vispār kruts. pop

Intervētājs: Ko meitenes iegūst ieliekot maz apģērbtas bildes ar sevi?

Matīss: Popularitāti. Galvenais ir uzmanība. Tādas bildes liek meitenes kurām trūkst uzmanības. Tā ir kā sava veida slimība, liekas ka ir pārāk maz uzmanības, nav uzmanības no konkrēta cilvēka. Zinu konkrētu gadījumu, dod cilvēkam uzmanību cik gribi, vienmēr būs par maz uzmanības jo gaida uzmanību no konkrēta cilvēka. Sava veida prāta nobīde. Mazvērtības komplekss, jā. Viena vai vairāku cilvēku uzmanības trūkums. Zemapziņā uzmanības trūkums to ko nesaņēma no tēva, gaida no citiem vīriešiem, sievietes. Tas zemapziņā paliek, ja nav bijis normāls kontakts bijis ar tēvu. Tāpēc ir svarīgi iegūt uzmanību no citiem vīriešiem.

Intervētājs: saki, esi ielicis kādu bilsi lai izaicinātu sabiedrību, pievērstu uzmanību?

Matīss: draugos mēģinu likt bildes, kas nav tādas kā citiem, kaut ko citādu. Tagad ir ar moci. Nepatīk taisīt bildes pēc šabloniem, selfijs ar smadzenēm un selfijs bez smadzenēm, domāju oriģinālāku variantu..

Intervētājs: Kā bija Bulgārijā, vai bijī kādos sociālajos portālos?

Matīss: Izmanto salīdzinoši mazāk. Vietējie ir tikai bulgāriski. Ar tiem cilvēkiem ar kuriem es satikos, viņi bija salīdzinoši vienkārši.

Intervētājs: Kā ir ar muskuļu izrādīšanām un sieviešu izrādīšanos?

Matīss: Principā nē, viņi tā ģērbjas skaisti ikdienā, pārsvarā čigānietes pošas. Bulgārietes kā eiropietes, legingi, šortiņi, miņuki. Visi ir ļoti līdzīgi mūsu līmenim, tikai viss ir no mums ir gadi 5 atpakaļ.

Intervētājs: Kā tev šķiet kādiem nolūkiem cilvēki veido viltus profilus?

Matīss: tur ir vairāki varianti. Atkarīgs no cilvēka paša. Ir cilvēki kas uztvers viltus profilus, kā iespēju, lai kļūtu par pretējo dzimumu, ir tiek kas taisa profilus, lai sieva neuzzina, ka vīrs krāpj, ir sievas, kas taisa viltus profilus, lai vīrs neuzzinātu par krāpšanu. Taisa viltus profilus, lai kļūtu par jaunāku, vecāku puisī un meiteni.

Intervētājs: vēlme justies labākam?

Matīss: jā tieši tā.. bauda no uzmanības. Principā profilu uzdevums, iedot kādu noteiktu uzmanības daļu. Tikai cilvēki neapzinās to, ka sociālie portāli ir viens no veidiem kā policijai un visiem citiem kontrolēt, apzināt ko tu dari. Sevišķi to jūt pie ASV, atklāj un paredz noziegumus. Tas jau ir kā lietiskais pierādījums.

Intervētājs: vai jaunieši ir aktīvāka grupa draugiem.lv

Matīss: varētu būt. Visaktīvākie lietotāji ir vientuļie cilvēki. Jebkurā vecumā. Kā arī cilvēkiem kam nav ko darīt.

Intervētājs: kāpēc komentāru sadaļās rodas diskusijas, vienu komentāru noliek, citam piekrīt, ir diskusijas..?

Matīss: Draugos mazāk, bet Tvnet, Delfi ir savas žults izlikšana. Izlasa kādu rakstu, drusku aizskar, un ja vēl pa dienu bija sakrājies, tad var nolikt visus principā tu esi anonīms. Ja tevi ikdienā noliek priekšnieks, tu pārnāc mājās ieraugi komentāru, pa tēmai, vai vispār nesaprotot, ko raksta tu uzbrauc virsū tāpat kā tevi noliek priekšnieks. Ja tu nevari atdarīt klātienē tu atdari citam kā vari.

Intervētājs: Kā tev šķiet vai cilvēki spēlē lomas, darbā viena loma citur cita loma?

Matīss: Jā. Tēlot un spēlēt lomu ir 2 dažādas lietas tēlot var svešu cilvēku, bet spēlēt var arī sevi, uzreiz neatklājoties visam uzreiz. Ir cilvēki kas izliekas, viņiem tas ir vajadzīgs, bet kādu dienu agrāk vai vēlāk viss tāpat atklāsies.

Intervētājs: Paldies tev par interviju!