



VALSTS
PĒTĪJUMU PROGRAMMA
NACIONĀLĀ
IDENTITĀTE

NACIONĀLĀ IDENTITĀTE UN VIDE

Jurģa Šķiltera redakcijā

NACIONĀLĀ IDENTITĀTE UN VIDE

Jurģa Œķiltera redakcijā

Zin. redaktori/recenzenti:
vad. pētn. Skaidrīte Lasmane,
vad. pētn. Viktors Freibergs,
valodas redaktore: Ilze Jansone

Krājums Nacionālās identitātes komunikācija Latvijas kultūras telpā tapusi
Valsts pētījumu programmas
NACIONĀLĀ IDENTITĀTE (valoda, Latvijas vēsture, kultūra un cilvēkdrošība) ietvaros.

Pārpublicēšanas gadījumā nepieciešama Latvijas Universitātes atļauja
Citējot atsauce uz izdevumu obligāta

© Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts
2011

ISBN 978-9934-8194-3-8



SATURS

Jurģis Šķilters. Ievads.....	2
Pirmā nodaļa. Ģeogrāfiskā vide un identitāte	
1.1. Jurģis Šķilters, Ģirts Burgmanis. Vide un identitāte: no fizikālās uz sociokognitīvo identitāti.....	4
1.2. Ģirts Burgmanis, Jurģis Šķilters. Identitāte, paškategorizācija un vide: Latvija 2010.....	16
Otrā nodaļa. Virtuālā vide	
2.1. Līva Brice. Digitālais dzīves stāsts sociālās tīklošanas vietnēs	28
2.2. Ilze Borodkina, Uldis Bojārs. Identitātes veidošanās kolektīvā naratīva konstrukcijas procesā	44
2.3. Ieva Baranova, Uldis Bojārs. Komunikācijas intereses un prakses virtuālajās spēļu kopienās: “Geocaching” gadījuma analīze.....	61
Trešā nodaļa. Identitāte, vide, sociālā struktūra	
4.1. Jānis Pencis, Jurģis Šķilters, Silva Senkāne. Paškategorizācija, es, piederība un nacionālā identitāte.	83
4.2. Gido Seki (<i>Guido Sechi</i>), Jurģis Šķilters. Identitāte kā atkarīgais mainīgais sociālā kapitāla mērījumos. Sociālais kapitāls kā identitātes telpa.	92
Ceturtnā nodaļa. Arhitektūra, vide, kultūra: Gadījuma studijas	
4.1. Jānis Krastiņš. Latviešu biedrību nami un kultūras nams “Ziemeļblāzma”.....	101
4.2. Uģis Bratuškins, Sandra Treija. Bolderājas telpiskās vides identitāte	121
Summary	133

IEVADS

Ikviens identitātes nesējs ir daļa no kādas konkrētas vides, sociokulturāla fona un attiecību struktūras. Šī krājuma izveides nolūks ir aptvert tos aspektus, kuros atklājas identitātes dažādas formas subjekta un vides mijiedarbībā. Protams, cits un visai sazarots jautājums ir: kas ir vide? Vēl cits jautājums ir – kā vidē atklājas identitāte? Un kas īsti ir identitāte? Šī krājuma gaitā tiks sniegtas dažādas atbildes uz minētajiem jautājumiem, tomēr pamatā kopīga būs iezīme, ka identitāte – it īpaši nacionālā – ir balstīta indivīda sākotnējos paškategorizācijas procesos, respektīvi, tajā, kā ikviens vides lietotājs identificē sevi un vietu, kurai viņš ir piederīgs.

Vairumā rakstu šajā krājumā *identitāte* tiks interpretēta kā trīslīmeņu struktūra, kas aizsākas paškategorizācijā (t.i., izpratnē par to, kas ir pats subjekts, vides lietotājs), tālāk tiek transformēta vidēju sociālu kopienu (ģimenes locekļu, darba kolektīvu, interešu kopienu u. tml.) mijiedarbībā un visbeidzot tiek lielu, globālu kopienu (kā, piemēram, nacionālās identitātes kopienu) ietekmēta.

Vide lielākoties tiks raksturota kā šādu trīs komponentu mijiedarbība: (1) telpiskās ģeometriskās struktūras, (2) references ietvari, atkarīgi no subjekta vietas telpā un telpas struktūras, un (3) dažāda veida funkcionālām zināšanām, socioekonomiskās, politiskās ieskaitot.

Domājot par mūsdienu mediju izaicinājumiem, vide un telpa ir interpretējamās arī specifiskāk – kā *virtuālā vai mediju pastarpinātā vide*. Interesants jautājums, kura no vidēm – fiziskā vai virtuālā – ir psiholoģiski, kognitīvi reālāka un nozīmīgāka. Lai gan tas ir atsevišķa pētījuma uzdevums, tomēr mūsdienu cilvēka vide ir hibrīda struktūra, kura ir gan fiziska, gan virtuāla, turklāt nozīmīga ir tendence pieaugt psiholoģiskajam, kognitīvajam nozīmīgumam tieši virtuālajai vides daļai. Kā tieši fiziskā un virtuālā vide mijiedarbojas, ir jautājums, kas atbildams cita pētījuma ietvaros.

Krājuma sākumdaļā tiek aplūkota ģeogrāfiskās vides un identitātes mijiedarbība, kur pārskata rakstā Jurgis Šķilters un Ģirts Burgmanis sniedz pētniecības rezultātu izvērstu iztirzājumu ar vienojošo motīvu – atbildi uz jautājumu, kā vides un identitātes mijiedarbībā notiek pāreja no fizikālās uz sociokognitīvo identitāti. Tālāk tiek sniegts pārskats pētījumam (Ģirts Burgmanis, Jurgis Šķilters: *Identitāte, paškategorizācija un vide: Latvija 2010*), kurā atklājas dažādi vides identitātes aspekti, balstoties pagājušajā gadā notikušas anketēšanas rezultātos. Krājuma otrā nodaļa veltīta virtuālās vides analīzei (Līvas Brices, Ilzes Borodkinas, Ievas Baranovas un Ulda Bojāra pētījumos), savukārt krājuma ceturtajā nodaļā sniegta vides un sociālās struktūras mijiedarbības analīze paškategorizācijas un pašidentifikācijas gadījumā (Silva Senkāne, Jurgis Šķilters: *Paškategorizācija, es, piederība un vide*) un sociālā kapitāla gadījumā, metodoloģiski pieņemot, ka identitāte ir atkarīgais mainīgais un no šī viedokļa modelējot t.s. identitātes sociālo struktūru un telpu (Gido Seki (*Guido Sechi*), Jurgis Šķilters: *Identitāte kā atkarīgais mainīgais, mērot sociālo kapitālu: Sociālais kapitāls kā identitātes telpa.*) Krājumu noslēdz divas gadījuma studijas, kurās vides un identitātes mijiedarbība skatīta konkrētu pilsētvides piemēru gadījumā (Jānis Krastiņš: *Latviešu biedrību nami un kultūras nams “Ziemeļblāzma”*, Uģis Bratuškins un Sandra Treija: *Bolderājas telpiskās vides identitāte.*)

Visbeidzot vēlētos izteikt pateicību cilvēkiem, bez kuru atbalsta grāmatas tapšana nebūtu iedomājama:

prof. Intai Brikšei, doc. Gitai Blauai, dekānam prof. Jurim Rozenvaldam, prof. Zaigai Krišjānei (GZZF). Gribu izteikt pateicību arī Laurai Ardavai un Ievai Bitei, bez kuru tehniskā atbalsta šis krājums nebūtu tapis. Krājuma autoru vārdā izsaku pateicību valodas redaktorei Ilzei Jansonei par kvalitatīvo un konstruktīvo sadarbību. Visbeidzot paldies rakstu recenzentiem Skaidrītei Lasmanei un Viktoram Freibergam par vērtīgajām piezīmēm un viedokļiem.

Jurgis Šķilters



**PIRMĀ NODAĻA.
ĢEOGRĀFISKĀ VIDE UN IDENTITĀTE**

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes asociētais profesors un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

Ģirts Burgmanis

Mg.sc.geog., LU Ģeogrāfijas un zemes zinātņu fakultāte

ĢEOGRĀFISKĀ VIDE UN IDENTITĀTE

Rakstā aplūkoti telpiskās uztveres un vides uztveres faktori, kas ietekmē vides sociokognitīvās identitātes veidošanos. Kā noteicoši rakstā aplūkoti sekojoši faktori: (1) ģeometriskās struktūras, (2) funkcionālās zināšanas un (3) references ietvari. Identitātes vides un telpiskās ietekmes rodas, minētajām trim faktoru grupām pārklājoties. Tālāk rakstā tiek diskutēts par t.s. kognitīvo enkuru (nozīmīgu vietu un ceļu loma) telpisko identitāti veidošanās procesos. Īpaši akcentēta ir t.s. vietas egocentriskā uztvere, kā arī valodas loma telpiskajā uztverē. Raksta pēdējā daļā sniegts pārskats diskusijai par vides aprakstošo un navigācijai piemēroto komponenti. Noslēgumā tiek sniegts pamatojums ķermeniskās pieredzes un vides nepieciešamajam saistījumam vides uztverē. Raksta secinājumiem ir būtiska nozīme fizikālo un virtuālo telpu funkcionālā analizē. Centrālā tēze, kas rakstā aplūkota – telpas uztvere radikāli transformē t.s. objektīvi esošo tēlu un pārveido to sociokognitīvā struktūrā –, var tikt izmantota dažādos pētījumos.

Atslēgvārdi: telpiskie un vides kognitīvie procesi, sociokognitīvie faktori, kognitīvie enkuri.

Vide un identitāte: no fizikālās uz sociokognitīvo identitāti

Dažādas vides mijiedarbojas. Fizikālā, virtuālā un kognitīvā ir tikai trīs no vidēm, ar kurām mēs neizbēgami saskaramies ikdienā. Gan fizikālā, gan arī virtuālā vide tiek aptverta ar mūsu uztveres un – plašākā nozīmē – kognitīvās vides starpniecību un palīdzību. Turklāt arī virtuālā vide ietekmē to, kā mēs uztveram t.s. fizikālo un ģeogrāfisko vidi. Šeit, protams, rodas būtisks jautājums, vai eksistē tādas telpiskās uztveres pamatkomponentes, kas ir raksturīgas jebkādas vides uztverei.¹ Vairums pētījumu patiešām liecina, ka pastāv telpiskās uztveres pamatstruktūras, kas funkcionē gan fizikālajā gan virtuālajā, gan arī, piemēram, sociālo attiecību vidē. Vismaz divas no komponentēm – vietas un tās saistošie ceļi jeb takas² – ir kopīgas dažāda veida vides uztverē un ir nepieciešams (bet, protams, ne pietiekams nosacījums) vides un telpiskās identitātes veidošanai. Vides un telpiskās uztveres struktūru, protams, nosaka arī dažādas sociokulturālas zināšanas, kādas esam ieguvuši mijiedarbības ar vidi rezultātā. Visbeidzot arī mūsu novietojums telpā vismaz daļēji ietekmē vides struktūru un identitātes veidošanos.

Interesanti, ka vide arī t.s. ģeogrāfiskajā nozīmē ietver gan ģeogrāfiskus, gan arī uztveres ģenerētus neģeogrāfiskus faktoros, piemēram, izjūtas, emocijas, zināšanas par notikumiem un personām. Lai gan ikviena vide ir uztveres ietekmēta un ikviena vide ir vismaz daļēji fizikāli transformēta, tomēr mēs piešķiram nozīmi videi, arī to fiziski neredzot, nepieredzot un neuztverot (piemēram, lasot grāmatu, klausoties ceļojuma atstāstu).

Tālākajā raksta gaitā, diskutējot par jautājumu, kas ir vides identitāte, tiks sniegta izvērsta t.s. vides ģeometrisko pamatstruktūru analīze, īpaši akcentējot vietas un ceļu struktūru. Tālāk tiks analizēta t.s. kognitīvi nozīmīgo vietu un ceļu – t.s. kognitīvo enkuru – loma vides identitātes veidošanās procesos un atpazīstamības lomai tajos. Pētnieku vidū diskutētajam un visai viennozīmīgi akcentētajam aspektam, ka telpas un, plašākā nozīmē, vides uztvere ir egocentriska, tiks veltīta atsevišķa apakšnodaļa. Īpaša vērība tiks pievērsta jautājumam par to, vai telpiskajai uztverei ir viena vai divas apstrādes sistēmas, respektīvi, vai navigācijai pakļautu liela apjoma objektu uztvere funkcionē pēc atšķirīgiem principiem salīdzinājumā ar maziem, ģeometriski

skaidri nošķirti objektiem. Tālāk sniegsim nelielu pārskatu diskusijai par to, vai t.s. aprakstošā un vietas informācija (t.s. *kas-* un *kur-*zināšanas) mijiedarbojas un kādi ir to darbības principi. Noslēdzot akcentēsim ķermeniskās pieredzes un vides mijiedarbības nozīmi telpiskajā uztverē un vidē.

Vides identitāti noteicošās trīs faktoru grupas

Pamatā vides uztverei noteicošas ir trīs faktoru grupas – ģeometriskās struktūras, funkcionālās zināšanas un references ietvari. Pārklājoties šīm trim faktoru grupām, veidojas jebkāda objekta telpiskā un – plašākā nozīmē – vides identitāte, kas pēc dažādām pazīmēm daļēji atbilst vides psihologu pētījumos aprakstītajai vietas identitātei (Proshansky et al., 1983), kura tiek definēta kā nozīmīga cilvēka pašidentitātes apakšstruktūra. Prošanskis (Proshansky et al., 1983) galvenokārt uzsvēr tieši funkcionālo zināšanu nozīmību, kuras veidojas, izmantojot ‘slikts’ un ‘labs’ pieredzes par objektiem, vietām un telpām, kas ir spējīgas apmierināt cilvēka bioloģiskās, psiholoģiskās, sociālās un kultūras vajadzības. Līdz ar to ir pilnīgi skaidrs, ka vietas identitātes jeb, šī raksta gadījumā, vides identitātes, tāpat kā pašidentitātes veidošanos ievērojami ietekmē dzimums, vecums, sociālais statuss, etniskā piederība, dzīves cikls, personība un citi sociālie cilvēku raksturojošie rādītāji.

Lai gan mazāk pētītas ir virtuālās un sociālo attiecību vides struktūras un to saistījums ar telpiskās uztveres komponentēm, tomēr visticamāk, ka arī tās ir telpiski strukturētas (ieskatam salīdz.: Clark, 2010, vides uztveres analīze, balstīta trīs faktoru grupās, skat.: Šķilters, Burgmanis, Krišjāne, & Apse, 2011).

Ģeometriskās struktūras telpiskajā uztverē (Landau & Jackendoff, 1993, Herskovits, 1986)

Kognitīvās zinātnes un telpiskās uztveres pētījumi lingvistiskā perspektīvā piedāvā visai plašu rezultātu klāstu (nozīmīgāko vidū: Landau & Jackendoff, 1993, Herskovits, 1986, Talmy, 2000), kuri uzsvēr nepieciešamās (taču droši vien – ne pietiekamās) komponentes telpas uztverē. Pamatā tās ir divu veidu – *vietas* un *ceļi*. Ikvienu telpiskā funkcija ir saistīta vai nu ar vietas vai ceļa struktūru. Nākamais ar iepriekšminēto saistītais apsvēruma: ikviens objekts pilda kādu no divām funkcijām – tas var būt objekts, kuru mēs meklējam, un tas var būt objekts, kas palīdz atrast objektu, kuru mēs meklējam. Patiesībā ikreiz, meklējot kādu objektu (sauktu arī – figūra, priekšplāna objekts), mēs *atsaucamies* uz kādu citu objektu (sauktu arī – reference vai fona objekts). Šis, iespējams, ir visuniversālākais ģeometriski strukturētais mūsu telpiskās uztveres princips.

Protams, ka, telpu uztverot, mēs izmantojam daudz citu principus, kas ir mazāk universāli, taču arī kalpo figūras un fona objektu un reģionu nošķīrumam. Kas ir ģeometriskie pamatprincipi, uztverot telpu un vidi?

Lai atbildētu uz šo vitāli nozīmīgo jautājumu, sīkāk jāpievēršas pašam ģeometrijas jēdzienam. Neitrāli definējot ģeometriju, var teikt, ka tā ir invariantu (nemainīgu) telpas struktūru kopa. Lai gan visas ģeometrijas ir definējamas kā to īpašību kopas, kas paliek nemainīgas dažādās situācijās un dažādu transformāciju gadījumā (salīdz. Landau, 2002, 397), tomēr dažādām ģeometrijām ir dažādas īpašības un dažādas ģeometrijas atšķiras pēc tā, cik daudz invarianto pamatstruktūru tās ietver. Piemēram, t.s. eiklīdiskās ģeometrijas ietver šādas transformācijas: pozīcijas invariance telpā (spēja atpazīt objektu, ja tā novietojums telpā ir atšķirīgs), orientācijas invariance telpā (spēja atpazīt objektu, ja tā novietojums ir pakļauts rotācijai ap asi, piemēram, figūra, kas ir transformēta rotācijai plaknē par 90 grādiem), simetrijas invariance telpā (spēja sastatīt divas

figūras, kuras ir viena otras spoguļattēls); lieluma invariance (figūras atpazīstamība neatkarīgi no tās lieluma) (Izard, Pica, Dehaene, Hinchey, & Spelke, 2011, 323). Dažādās cilvēka uztveres situācijās dažas no minētajām ģeometriskajām transformācijām darbojas labāk un citas mazāk labi; dažas ir vairāk atkarīgas no vecuma, citas – mazāk; gluži tāpat ir ar dažādām kultūras koptienām. Būtiski, ka tikai dažas no ģeometriskajām struktūrām ir nozīmīgas cilvēka telpiskajā uztverē ikdienā. Tāpat arī daudzas no uztverē nozīmīgajām telpiskajām struktūrām nav ģeometriski būtiskas (Izard, Pica, Dehaene, Hinchey, & Spelke, 2011, 320) un ģeometriski atveidojamas.

Šeit gan jānošķir ģeometriskās un topoloģiskās transformācijas uztverē: pirmā gadījumā būtisks komponents ir leņķis (īpaša grupa eiklīdisko ģeometriju ir t.s. metriskās ģeometrijas ar akcentu uz lineāru attālumu, leņķu attālumu utt. (cp. Landau, 2002, 398)). Topoloģisko ģeometriju gadījumā savukārt netiek saglabātas leņķu īpašības, bet gan tikai vispārēji raksturojumi – kā atvērtība un noslēgtība, telpas segmentu saskaršanās un pārklāšanās. Mūsu uztvere darbojas atkarībā no situācijas: dažādās situācijās izmantojot vairāk ģeometriskas un citas – vairāk topoloģiskas komponentes.

Lai gan dažādās situācijās tiek lietotas dažādas ģeometriskas struktūras, tomēr pamatā telpiskajai uztverei noteicoši ir šādi ģeometriski aspekti: (1) spēja uztvert objektu attiecības abstrakti (spējas veidot telpiskās struktūras, kas ir kopīgas vairākām situācijām), (2) spēja uztvert informāciju par attālumu un izkārtojumu pa labi un pa kreisi, (3) spēja izdarīt secinājumus par paša vietu attiecībā pret objektiem un nozīmīgām vietām situācijā (salīdz. Spelke, Lee, & Izard, 2010, 870).

Telpiskie – topoloģiskie un ģeometriskie – komponenti ir nozīmīgi vides uztverei, tomēr to ir nedaudz un tie ir nepieciešami, bet ne pietiekami vides un telpas uztverei. Vienlīdz nozīmīgas ir arī t.s. funkcionālās zināšanas un references ietvars.

Funkcionālās zināšanas (Coventry & Garrod, 2004)

Tas, kā mēs ikdienā tipiski pieredzam vidi un lietojam objektus, un novērojam to mijiedarbību, veido t.s. funkcionālo zināšanu kopu, kas ietekmē telpisko un vides uztveri (salīdz., piemēram, šādu pētījumu rezultātus: Coventry & Garrod, 2004, Coventry, Lynott, Cangelosi, Monrouxe, Joyce, & Richardson, 2010, Carlson & Kenny, 2006). Saskaņā ar šiem pētījumiem – tiklīdz apjēdzam telpiskās attiecības, mēs uztverē simulējam (projicējam) funkcionālās attiecības reālajā pasaulē. Dažādi funkcionālie ierobežojumi nosaka to, kādu nozīmi mēs piešķirsim, piemēram, valodiskai izteiksmei, kas apraksta telpiskas attiecības. Kur un kā rodas funkcionālas attiecības? Pamatā ir iespējamās divu veidu atbildes (Carlson & Kenny, 2006):

- (a) *vispārējo zināšanu efekts*: funkcionālas attiecības rodas no kāda objekta vai tā nozīmīgas daļas tipiskas mijiedarbības ar fona objektu; noteicoša ir iepriekšēja pieredze ar attiecīgajām objektu konstelācijām;
- (b) *simulētās mijiedarbības princips*: vērojot telpisku objektu mijiedarbību, mēs ne vien izmantojam vispārējās zināšanas, bet arī veicam situācijā balstītas simulācijas ar aplūkojamajiem objektiem; mēs veicam objektu mijiedarbības simulāciju (Carlson & Kenny, 2006, 688).

Pirmajai atbildei piekrīt vairums telpas un vides uztveres teorētiķu; otrā atbilde ir strīdīgāka, tomēr t.s. simulācijas teorijas kognitīvajās zinātnēs aizvien vairāk sniedz pamatojumu arī šai atbildei.

References ietvars (Levinson, 1996)

Ar references ietvara palīdzību tiek radīta objekta identitāte telpā. Arī references ietvari ir nepieciešami, taču paši par sevi tie ir nepietiekami komponenti telpiskajai un vides uztverei. References ietvari saista t.s. uztveres dotos, konceptuālo struktūru un valodu (salīdz. Levinson, 1996, Coventry et. al., 2010). Pamatnošķirums references ietvaru pētījumos ir (a) references

ietvari, kuri sakņojas subjekta ķermenī vai tā daļās un (b) references ietvari, kuri sakņojas vidē ārpus subjekta ķermeņa (salīdz., piemēram, Levinson, 1996). Pirmā veida references ietvarus mēdz dēvēt par vērotāja centrētiem ietvariem, otros – par objekta centrētiem (objektam piemītošiem) references ietvariem.

Pastāv vairākas references sistēmas, kas atveido attālumu un virzību attiecībā pret references pamatpunktu. *Vērotāja centrēti* references ietvari sakņojas vai nu (a) vērotāja redzē (t.s. retinocentriskie references ietvari) ar sākotni skatītāja acs tīklenē, (b) vērotāja galvā (references centrs ir vērotāja galva); ir arī (c) ķermeņa centrēti references ietvari (ar sistēmas centru vērotāja ķermenī vai tā daļās). *Objekta centrēti* references ietvari savukārt kā sākumpunktu pieņem kādu objektu attiecībā pret citu objektu. Visbeidzot, *vides centrēti* references ietvari kā atskaites punktus izmanto nozīmīgas vietas vidē, gravitācijas likumsakarības, rietumu-austrumu, ziemeļdienvīdu nošķirumu (salīdz. Landau, 2002, Levinson, 1996, Carlson-Radvansky & Irwin, 1993, 224, sīkāku diskusiju skat. arī Klatzky, 1998).

Daži piemēri references ietvariem saskaņā ar nedaudz citu klasifikāciju – atkarībā no rāmējuma noturīguma (Levinson, & Wilkins, 2006b, 2006a, Levinson, 1996):

- (1) piemītošie references ietvari: objektiem tiek piešķirtas tiem piemītošas daļas vai aspekti (Levinson & Wilkins, 2006b, 4, Levinson, 1996, 137, u.c.). Piemēram, *leeja ir universitātes priekšā (priekšpusē)*. Noteicoša ir objekta centrēta koordinātu sistēma.
- (2) relatīvie references ietvari: atkarīgi no vērotāja paša perspektīvas un koordinātēm telpā. Piemēram, *Durvis ir pa kreisi no tāfeles*. Noteicošs ir vērotāja novietojums telpā.
- (3) absolūtie references ietvari: neatkarīgi no situācijas, kura tiek aprakstīta. Piemēram, *Helsinki ir ziemeļu virzienā (ziemeļos) no Rīgas*. Noteicoša ir stabila virzība, ass, gravitācija.

Atkarībā no situācijas mēs izmantojam vienu no references ietvariem, taču citi nereti tiek līdziesaistīti. References ietvari mijiedarbojas. Turklāt ir likumsakarības, kas ir relatīvi vispārējās references sistēmās – piemēram, ‘virs/zem’ ass ir primāra attiecībā pret ‘pirms/pēc’ asi, taču ‘pirms/pēc’ ass tiek uztverta ātrāk nekā ‘pa labi/pa kreisi’ ass (empīrisko pamatojumu skat.: Carlson & Van Deman, 2008, 400).

References ietvari mijiedarbojoties veido references sistēmas, kas kalpo par nosacījumu uztveres un valodas saistījumam un koordinācijai (Carlson-Radvansky & Irwin, 1993, 224, Levinson, 1996, 133). Pamatā noteicošs ir uzskats, ka dažādu sajūtu dotie stimuli ar uztveres palīdzību nonāk references sistēmā, un tādējādi references sistēma kalpo par valodas un vides pastarpinājumu. Pašas references sistēmas ietver reprezentācijas, kas ir multimodālas, piemēram, virziens, orientācija, sākotne, attālums. References sistēma ir tālāk saistīta ar konceptuālo struktūru un tikai pēc tam, transformētā veidā, ietverta valodā (salīdz. Carlson & Van Deman, 2004). Tādējādi, tiklīdz mēs saprotam valodu, kurā aprakstītas telpiskas attiecības, mēs saistām uztveres reprezentācijas (atvasinātas pamatā no vizuālā lauka) un konceptuālās reprezentācijas (atvasinātas no valodiskās izteiksmes, kas attiecas uz objektiem un to attiecībām) ar references sistēmas palīdzību (salīdz. Carlson & Van Deman, 2004, 419).

Tādējādi uztveres nevalodiskā un valodiskā telpiskā organizācija balstās vienā un tajā pašā telpiskajā struktūrā (references sistēma ir būtiska šīs struktūras daļa); turklāt telpiskās organizācijas sistēma pilda dažādas funkcijas valodiskajā un nevalodiskajā izteiksmē (Crawford, Regier, & Huttenlocher, 2000). Tālāk var pamatoti jautāt, kāda ir attiecība starp valodiskām un nevalodiskām telpiskām apstrādes sistēmām? No vienas puses, nelingvistiska, uztverē balstīta vai vizuāla sistēma ietekmē telpisko valodu (salīdz., piemēram, Hayward & Tarr, 1995), un šādā kontekstā valoda ir tikai izteiksmes medijs dažādajām pasaules un telpisko attiecību konfigurācijām (salīdz. Li & Gleitman, 2002), taču arī valodiskā struktūra un telpiskās uztveres valodiskā specifika ietekmē nevalodisko telpisko apstrādi (salīdz. Landau, Dessalegn & Goldberg, 2010).

Telpisko zināšanu iegūšana, kognitīvās kartes un vides enkuri

Jebkurā vidē ir vietas, kas mums kaut ko izsaka, nozīmē vairāk nekā citas (tāpēc, ka tās pazīstamas, biežāk lietotas vai arī ir zināmi to darbības principi un funkcijas). Tiklīdz esam aptvēruši minētās vietas, tūlīt veicam kognitīvo kartēšanu, kuras laikā tiek veidota *kognitīvā karte* un citas vietas sakārtotas vidē atbilstoši šīm ‘prominentajām’ vietām – kognitīvajiem enkuriem. Turklāt būtiski, ka kognitīvā kartēšana un vietu strukturēšana ir svarīga cilvēka ikdienas darbības un nosaka izturēšanos ģeogrāfiskajā vidē.

Analizējot vides struktūru, mēs konstatēsim, ka tā ir funkcionāla kognitīvo enkuru struktūra, kas – vienkāršojot – sastāv no *vietām* un *ceļiem*, kas tās savieno. Funkcionālā enkuru struktūra kognitīvajā kartē ir hierarhiska, tāpēc ka ir vietas un ceļi, kas ir svarīgāki nekā citi. Katram cilvēkam šī struktūra ir atšķirīga un biežāk ir atkarīga no kognitīvajām īpatnībām nekā no telpiskā mēroga. Līdz ar to personīgi nozīmīgākās iezīmes kalpo kā vides kognitīvie enkuri iezīmēm ar mazāk svarīgu nozīmi, savukārt tās veido enkurus vēl zemāka līmeņa pazīmēm utt. (Couclelis et al., 1987). Tātad kopumā vide, kurā mēs atrodamies (un tas attiecas gan uz fizikālo, reālo, gan arī virtuālo vidi), ir funkcionālu kognitīvo enkuru sistēma, kurai raksturīga arī telpiskā mēroga dimensija. Viens un tas pats cilvēks var veidot enkuru hierarhijas starptautiskā, nacionālā, reģionālā, pilsētas, apkaimes vai pat vienas takas līmenī, kas nozīmē to, ka telpiskās pazīmes, kas noteiktam cilvēkam kalpo kā enkurs, var būt atšķirīgas un atkarīgas no kognitīvajās reprezentācijās lietotā telpiskā mēroga (Couclelis et al., 1987). Būtiska nozīme funkcionālo enkuru sistēmā ir mobilitātei tajā. Ir vietas un ceļi, kas pieļauj lielākas mobilitātes iespējas nekā citi. Šie mobilie enkuri ir hierarhiski nozīmīgāki un atrodas vides uztveres priekšplānā. Interesanti, ka mobilitātes struktūra vidē ir asimetriska. Ceļi “uz” ir vieglāk ielāgojami, atpazīstami un saprotami nekā ceļi “no” (Lakusta&Landau, 2005).

Tiklīdz mēs uztveram objektu telpā un veidojam tā vides identitāti, mēs transformējam fizikālos datus un struktūras kognitīvajos datus un struktūrās. Var pat teikt, ka vides identitātes veidošana ir process, kurā fiziskie nosacījumi tiek atsijāti, filtrēti un transformēti kognitīvajās struktūrās. Ko tas nozīmē? Ārējās pasaules dati tiek sakārtoti atbilstoši kognitīvajiem enkuriem. Objektīvajā, fiziskajā vidē sastopamie vienādie attālumi tiek atšķirīgi transformēti subjekta kognitīvajā telpiskajā kartē, kas sastāv no būtiskām, nozīmīgām un nenozīmīgām vietām (fiziskā vide pati par sevi nav ne nozīmīga, ne nenozīmīga). Telpas fiziskā un uztvertā struktūra atšķiras atkarībā no subjekta kognitīvajā kartē atrodamajiem enkuriem (salīdz. Golledge & Spector, 1978).

Telpiskās vides enkuri ir atšķirīgi atkarībā no telpas lietotāju zināšanām, kultūras un socioekonomiskā konteksta, kā arī veicamā uzdevuma. Tādējādi ir enkuri, kas ir salīdzinoši universāli (piem., dzīvesvieta/mājas), un ir arī enkuri, kas ir ļoti atkarīgi no konteksta (darba vieta, iepirkšanās centrs).

Iepazīstot telpu un veidojot telpas enkuru struktūru, mēs izmantojam gan aktīvas, gan pasīvas telpiskās uztveres formas: lasīt aprakstus, skatīties fotogrāfijas un kartes ir pasīva telpas uztveres forma, savukārt fiziski pārvietoties telpā ir aktīva telpiskās uztveres forma (Golledge, 2003, 119f.). Būtiski, ka pirmkārt, abos gadījumos – gan pasīvajā, gan aktīvajā – mēs veidojam kognitīvo enkuru sistēmu. Otrkārt, visbiežāk mēs telpas uztverē izmantojam vienlaikus gan pasīvās gan aktīvās uztveres formas, tās savstarpēji papildinot.

Kā telpiskās zināšanas tiek veidotas? Šis jautājums ir viens no diskutētākajiem telpiskās uztveres pētījumos, tomēr visticamāk (ko apliecina vairums empīrisko pētījumu, sākot ar Siegel&White, 1975 izvirzīto telpiskās mikroģenēzes hipotēzi), zināšanu apguve norisinās trīs posmos, kad vispirms tiek atpazītas nozīmīgas vietas un objekti (orientieri – angl. *landmarks*) telpā (un tās tiek strukturētas kā vietu kognitīvie enkuri), un pēc tam tiek izveidoti ceļi un trajektorijas, maršruti (kas tiek strukturēti kā trajektoriju enkuri), un, visbeidzot, dažādi vides reģioni

un ceļu tīklu klāsteri tiek hierarhiski sadalīti pēc to nozīmīguma (Golledge, 2003). Protams, šo pozīciju var kritizēt, sakot, ka ceļi un trajektorijas ir primāri, jo viens no cilvēka pamatraksturojumiem ir fiziskā mobilitāte telpā, tomēr arī šajā gadījumā trajektorijas un ceļi savieno *kaut ko* (t.i., vietas). Respektīvi, lai gan pamatā pētnieku vidū noteicošs ir viedoklis, ka vietas uztvere ir primāra un tā veido ceļu un trajektoriju uztveri, tomēr alternatīvi ir iespējams arī variants, ka, tieši izmantojot ceļus un trajektorijas kā primāras telpiskās struktūras, tiek fiksētas vietas.

Telpas uztvere tādējādi ir lielākā mērā atkarīga no kognitīvajām struktūrām vides lietotājā nekā no objektīvās realitātes, turklāt liela daļa no kognitīvajām struktūrām, kas nosaka telpas un vides uztveri, nav apzinātas. Bieži vien mēs dodam priekšroku vietai, taču neapzināmies, nesaprotam un neatceramies, kāpēc (bieži mums arī nav tiešas pieejas mūsu darbību skaidrojumam un motīviem vides uztverē) (Montello, 2009).

Telpas uztvere ir egocentriska

Uztverot kaut ko telpā, mēs to sastatām ar mūsu pašu novietojumu telpā, mūsu perspektīvu, mūsu pieredzi. Tādējādi telpas uztvere ir egocentriska (protams, ir izņēmumi, piemēram, ziemeļi, dienvidi, rietumi un austrumi ir telpiskā struktūra, kas nav atkarīga no mūsu novietojuma telpā, taču šādas struktūras mēs lietojam retāk nekā t.s. egocentriskās). Pastāv vairāki modeļi par to, kā telpiskā informācija tiek glabāta un aktualizēta. Piemēram, iespējams, ka mēs mentāli veidojam objektu novietojumu telpā, balstoties uz videi piemītošo struktūru, taču galīgā (noslēdzošā) interpretācija tiek veidota atkarībā no egocentriskā references ietvara un egocentriskās pieredzes (McNamara, Rump, & Werner, 2003). No vecumposmu perspektīvas savukārt iespējams, ka telpiskā uztvere ir attīstījusies no egocentriskā uz alocentrisko (uz vides orientēto) un no topoloģiskās uz metrisko sistēmu (Golledge, 1992, 200), cilvēkam pakāpeniski kognitīvi progresējot, četrus attīstības posmus (sensori-motoro, pirmsoperacionālo, konkrēto operāciju, formālo operāciju) laikā koordinējot un internalizējot savas darbības (Piaget & Inhelder, 1967).

Vērotājs ārpus vai iekšpus telpas ir kritisks telpiskās uztveres komponents. Vērotāja perspektīva ir ietverta telpiskajā reprezentācijā (Huttenlocher, Lourenco, & Vasilyeva, 2010, 96). Tomēr tas, cik lielā mērā telpiskā uztvere ir egocentriska, ir atkarīgs no tā, vai vērotājs/subjekts ir *kustīgs* (telpa šajā gadījumā tiek uztverta daļēji – kustības, pārvietošanās gaitā) vai arī *stacionārs* – šajā gadījumā viss telpiskās uztveres lauks ir ietverts (Huttenlocher, Lourenco, & Vasilyeva, 2010). Interesanti, taču tikai pamazām veidoti ir pētījumu rezultāti par uztveres egocentriskumu un subjekta identitāti iedomātā vidē (un virtuālā realitātē) (Avraamides & Carlson, 2003).

Atšķirīga ir telpiskā apstrāde (a) situācijās, kurās esam un apjēdzam telpisko konfigurāciju, balstoties mūsu ķermeniskajā novietojumā vidē, un (b) situācijās, kurās mēs projicējam telpisko konfigurāciju psihē, bet neatrodamies telpā fiziski; piemēram, vides simulācijas procesi virtuālās vides sistēmās taču arī, lasot grāmatu vai runājot par vidi, kas nav tajā telpiskajā situācijā, kurā fiziski atrodamies, veicam vides projekciju vai simulāciju. Protams, ikdienas situācijās mēs lietojam abu veidu apstrādes procesus (mums ir informācija par vidi, kas ir iegūta, tajā neatrodies, un to mēs parasti veiksmīgi sapludinām ar informāciju, kas ir apgūta vai tiek apgūta tieši aktuālajā fiziskajā vidē).

Pamatā tomēr mēs telpisko informāciju pārveidojam brīdī, kad telpu un vidi lietojam, respektīvi, telpiskās reprezentācijas mainās laika gaitā (salīdz.: Avraamides, 2003). Tādējādi arī nozīme telpiskajām konfigurācijām tiek piešķirta laika gaitā – atkarībā no mūsu ķermeniskās pieredzes un novietojuma telpā. Jo tiešāk telpiskā uztvere saistīta ar ķermenisko pieredzi un novietojumu telpā, jo efektīvāka tā ir (Avraamides, 2003).

Valoda telpas uztverē un vides identitātes veidošanā

Saskaņā ar kognitīvo zinātņu un it īpaši kognitīvo neirozinātņu pētījumu rezultātiem uztveres un valodas reprezentācijas telpas struktūrai ir atšķirīgas (Kemmerer, 2006, 1615, 1616). Protams, pastāv mijiedarbība starp dažādiem telpiskajiem kodiem telpas struktūrā, taču valodai un uztverei ir raksturīgi funkcionāli atšķirīgi apstrādes mehānismi. Turklāt vairumā pētījumu rezultātu rāda, ka valodas apstrāde ir pakārtota vai sekundāra attiecībā pret uztveres apstrādi.

Tēma, kas visai bieži diskutēta telpiskās uztveres pētījumos, – kas ir primārs – t.s. kategoriskās (*categorical*) attiecības, kas ir ietvertas valodā, piemēram, prepozīciju sistēmā un lietotas, grupējot objektus un tos kategorizējot, vai arī nevalodiskas koordinātu attiecības (orientācija, lielums, metriskās likumsakarības) (izvērstu diskusiju skat.: Kemmerer, 2006).

Par spīti tam, kā atšķirīgas valodas izsaka telpiskās attiecības, tomēr eksistē daži telpiskās apstrādes principi, kas ir kopīgi dažādām valodas lietotāju kopienām, neatkarīgi no lietotās valodas. Jebkurā valodā ir iespēja uzdot jautājumus, kas sākas ar “kur?”, un to atbildes sastatāmas ar attiecībām starp objektu (F), kas tiek meklēts vai ir uzmanības centrā (vai par kuru tiek runāts), un objektu (G), kas kalpo kā pamats, lai identificētu pirmo objektu (respektīvi, F), ar F saprotot centrālo vai figūras objektu un ar G saprotot fona vai references objektu (salīdz. Kemmerer, 2006, 1608).

Protams, ka valodas un telpiskās uztveres mijiedarbībās būtiskas ir abējādas attiecības – (1) valoda ietekmē telpisko uztveri un (2) telpiskā uztvere ietekmē valodu, turklāt otrā veida mijiedarbība ir noteicošā.

Valoda ietekmē telpisko uztveri

Valoda telpiskās attiecības reprezentē robustāk, nonivelējot un sapludinot daudzas no niansēm, kas pastāv telpiskajā uztverē. Šim procesam ir visnotaļ vienkāršs skaidrojums – uztveres procesiem pamatā raksturīgas plūstošas pārejas, savukārt valodas procesiem raksturīgas diskretas, nošķirtas robežas. Tādējādi, izsakot uztveres procesus valodā, mēs, vienkāršoti skaidrojot, tulkojam no analoga uz digitālu formātu. Protams, valoda, padarot robustu telpisko uztveri, atvieglo orientāciju vidē. Uztverē rodamās dažādās nokrāsas un nianšes tiek tikai daļēji valodiskotas, leksikalizētas.

Telpisko uztveri tādā ietekmē leksikalizācijas process – tas, kā mēs telpiskās reprezentācijas atveidojam valodā. Valoda telpisko uztveri ietekmē gan selektīvi, gan arī papildinoši (Landau, Dessalegn, & Goldberg, 2010): tikai daļa no telpiskās uztveres ir valodiski kodēta un tikai daļas no telpiskajām niansēm ir valodiski kodējamas; turklāt valoda telpu atveido robustāk nekā uztvere un citi kognitīvie procesi.

Tomēr ir nianšes, kurās valodiski ietverta telpa ir bagātāka nekā uztverē ietverta telpa, piemēram, lingvistiski kodēti ir unikāli objekti kā “mana tase/tava tase”, kas telpiski neietver nekādas atšķirības.

Telpiskā uztvere ietekmē valodu

Par spīti lingvistiskās izteiksmes dažādībai, ir nedaudzi telpiskās uztveres principi, kas līdzīgi visām valodas lietotāju kopienām. Figūras, priekšplāna un fona, references objektu nošķirums, kā arī vietas un ceļu topoloģiskā un ģeometriskā struktūra. Telpiskai uztverei tādējādi ir noteicoša loma attiecībā pret valodu.

Valodas un telpiskās uztveres attiecību analīzē, protams, ir arī vēl radikālāki secinājumi. Diezgan viennozīmīgi ir pētījumu rezultāti, ka telpas (un skaitļu uztverei) nav nepieciešama valoda; minimālā variantā ir iespējams uztvert telpu bez dabiskās valodas piesaistes (skat. Hyde, Winkler-Rhoades, Lee, Izard, Shapiro, & Spelke, 2011). Pat vēl vairāk – saskaņā ar šiem pētījumiem dabiskā valoda nav pietiekams nosacījums skaitļu izpratnes izveidei.

Viena vai divas telpiskās apstrādes sistēmas?

Telpiskās uztveres un vides uztveres teorijās iespējams nošķirt trīs izpratnes par to, kā norit telpas un vides apstrāde. Pirmā izpratne deklarē, ka ir tikai viena telpiskās apstrādes sistēma (salīdz., piemēram Cheng, 2008), kas darbojas visa veida un lieluma telpisko objektu un to attiecību apstrādē.

Otrā pieeja uzsver, ka telpiskajai apstrādei ir divas sistēmas: viena maziem, ģeometriskiem un otra lieliem (ar navigāciju vidē saistītiem) objektiem. Nozīmīgākā autore šajā tradīcijā ir Hārvardas psiholoģe Elizabete Spelke (*Spelke*), kura akcentē, ka viena telpiskās apstrādes sistēma darbojas mazu, manipulējamu telpisku objektu konstelācijās; otra sistēma savukārt darbojas lielu, ar navigācijas procesiem un vides faktoriem saistītu objektu apstrādē (salīdzināt, piemēram, Spelke, Lee, & Izard, 2010, Izard, Pica, Dehaene, Hinchey, & Spelke, 2011, Lee & Spelke, 2010). Saskaņā ar Spelkes pētījumu rezultātiem, eksistē ģeometriskās pamatstruktūras, kas ir relatīvi līdzīgas dažādās kultūrās (Izard, Pica, Dehaene, Hinchey, & Spelke, 2011, 326).

Trešā nostādne jautājumā par telpas un vides uztveri uzskata, ka eksistē vairākas (iespējams, neierobežoti daudz) sistēmas telpas un vides uztverei, atkarībā no iesaistīto objektu lieluma un dažādiem citiem faktoriem. Šai pozīcijai dažādā mērā piekrīt vairāki telpiskās uztveres un vides teorētiķi (salīdz., piemēram, Newcombe & Ratliff, 2007).

Domājot par telpisko uztveri un to, cik daudz dažādu kognitīvās apstrādes sistēmu ir iesaistītas, principiāls ir apsvēruma, ka telpiskā uztvere nav neatkarīga no aplūkojamo objektu lieluma. Respektīvi, telpa, kādu mēs to uztveram, nav neatkarīga no tajā aplūkojamo objektu lieluma. Ikdienas dzīvē mēs atrodamies vidē, kurā ar dažādu maņu orgānu palīdzību nonākam saskarē ar dažāda lieluma objektiem, un tas, cik lieli tie ir, ir kritisks komponents to apstrādē. Vienkāršojot var nošķirt dažāda veida telpiskās konfigurācijas: (a) *figurālās telpas*, kas ir mazākas nekā cilvēka ķermenis, (b) *skata* (angl. *vista*) *telpas* – telpas, kas ir tikpat lielas vai lielākas nekā cilvēka ķermenis, taču jebkurā gadījumā tās ir iespējams vizuāli aptvert no kāda viena skatpunkta, (c) *vides telpas* – lielākas nekā cilvēka ķermenis un nav aplūkojamas bez virzības telpā, (d) *ģeogrāfiskās telpas* – daudz lielākas nekā ķermenis; tās ir apgūtas tikai ar simboliski-konvencionālu atveidu (piemēram, karšu) palīdzību, reducējot ģeogrāfisko reālo telpu uz figurālo telpu (t.i., reducējot attiecības realitātē uz attiecībām kartē) (Salīdz.: Montello, 1993). Faktiski visas telpas neatkarīgi no tā, vai tās ir reālas, vai virtuālas, ir iespējams ievietot šajās kategorijās.

Kas un kur?

Telpiskās uztveres pētnieku diskusijas centrā ilgu gadu ir bijis jautājums par to, vai un kādā veidā t.s. identifikācijas un navigācijas vietas uztvere ir saistīta. Ir koncepcijas (piem., Landau & Jackendoff, 1993), kurās tiek pieņemts, ka *kur*-uztvere un *kas*-uztvere ir divas dažādas sistēmas, kas darbojas pēc atšķirīgiem principiem. Ja tā, vai tomēr nevar teikt, ka šīs sistēmas mijiedarbojas? Vienā gadījumā telpiskā uztvere kalpo par identifikācijas līdzekli un apzīmētāju (*kas*-uztvere), taču otrā gadījumā tā kalpo par vietas raksturojumu un navigācijas sistēmu (*kur*-sistēma); tomēr, ietekmē objektu (*kas*-uztveres) mēs veidojam atšķirīgu vietas uztveri (*kur*-uztveri) un otrādi.

Uztveres modi “kas” un “kur” ir tiešā veidā saistīti ar vietas atpazīšanu un ceļa atrašanu; kognitīvo zinātņu terminoloģijā pirmajā gadījumā darbojas t.s. deklarātīvās zināšanas (aprakstošas zināšanas apgalvojuma formā) un otrajā gadījumā, savukārt, procedurālas zināšanas, ar kuru palīdzību tiek sasniegts kāds darbības rezultāts (salīdz. Golledge, 1992). Kādā veidā abas zināšanu sistēmas mijiedarbojas (un to, ka mijiedarbojas, tomēr liecina vairākums pētījumu)?

Pirmkārt, vides lietotāji izveido enkurus (funkcionāli nozīmīgas vietas un ceļus), kas kalpo kā mezglu punkti tālākai kategorizācijai un vides hierarhijas veidošanai. Otrkārt, tiklīdz ir izveidoti vismaz daži no vides enkuriem, subjekts ir spējīgs vidi identificēt un to lietot. *Kas-* un *kur-*zināšanu mijiedarbībā norit vismaz divi laikā daļēji secīgi procesi: *vietu atpazīšana* (parasti atbilst t.s. deklaratīvām zināšanām, kas attiecas uz pazīmēm, kuras raksturojo vietu, lielumu, laiku, funkciju utt.) un *ceļa atpazīšana* starp vietām (pamatā atbilst t.s. procedurālām zināšanām, kuras saistītas ar likumiem, darbības principiem) (Golledge, 1992).

Tādējādi telpiskā un vides informācija ir apgūta fiziski vai virtuāli (lasot ceļojuma aprakstus, grāmatas, skatoties attēlus), ceļojot telpā, fiksējot vietas un ceļu enkurus (kas arī var būt tiklab fizikāli, cik nefizikāli, domājot par t.s. virtuālās telpas mezglu punktiem) un veidojot saistījumus starp vietām, respektīvi, sasaistot vietas ar ceļu palīdzību.

Atpazīstot vietas, mēs izmantojam dažādas – gan telpiskas, gan arī netelpiskas – zināšanas; to funkcijas izpaužas dažādos aspektos. Saskaņā ar vienu no kognitīvās ģeogrāfijas pamatlicējiem Redžinalda Goleža piedāvāto klasifikāciju (Golledge, 1992), pirmkārt, ļoti būtisks process ir spēja vietu nosaukt. Otrkārt, spēja atpazīt vietu no tās atveida attēlā vai cita veida reprezentācijas. Treškārt, zināt, *kur* vieta atrodas. Ceturkārt, spēt mijiedarboties ar informāciju, kuru sniedz vieta, sastatot vietu un tās vizuālo atpazīšanu. Tomēr, tiklīdz sākam vidi lietot, mēs vietas atpazīšanas faktu saistām ar zināšanām, kā ko atrast, kā pārvietoties telpā un kā saistīt dažādas savstarpēji tuvas vai telpas segmentus.

Telpiskā uztvere: iemiesota un ievietota

Telpiskā uztvere neizbēgami ir atkarīga no ķermeniskās pieredzes un no vides, kurā tā norisinās. Ķermeniskās pieredzes loma telpiskajā uztverē ir neizbēgama, jo visnozīmīgākie telpiskās kognīcijas domēni mijiedarbojas: (a) *telpa navigācijai vidē*, pārāk liela, lai redzētu no viena skatpunkta, (b) *nepastarpināta darbības telpa ap ķermeni*, saistīta ar ķermeņa ass struktūru, redzama no viena skatpunkta, (c) *ķermeņa telpa* (ietver ķermeņa daļas un to funkcionālās attiecības; uztveres un sajūtu nepastarpinātā telpa (Tversky, Morrison, Franklin, & Bryant, 1999). Lai gan minētās ķermeniskās pieredzes telpas atšķiras konceptuāli un arī to funkcijas ir atšķirīgas, tās tomēr ir savstarpēji saistītas un veido ciešu un nesaraujamu mijiedarbības struktūru.

Telpiskā uztvere ir arī *ievietota* vidē (latviešu valodā nav īsti adekvāta tulkojuma angļu valodas terminam *embeddedness*). Uztverot telpu, mēs aktīvi izmantojam vides sniegto informāciju. Saskaņā ar t.s. ievietotās kognīcijas (*embedded cognition*) vienu no galvenajiem teorētiķiem Endiju Klārku (*Andy Clark*) – telpiskie un lingvistiskie uztveres mehānismi darbojas komplementāri un savstarpējā mijiedarbībā reducē vides sarežģītību (Clark, 2010). Telpiskā uztvere un lingvistiskā uztvere darbojas paralēli un savstarpēji saistīti – pirmā grupē fiziskās vides dotās vienības; otrā lieto apzīmējumus, lai atlasītu noteiktas vienības vidē.

Lingvistisko apzīmējumu piešķiršana funkcionē līdzīgi telpiskajai grupēšanai un savstarpēji mijiedarbojas, tādējādi veidojot vienotu kognitīvu resursu ar kopīgu funkciju – samazināt vides deskriptīvo sarežģītību (salīdz.: Clark, 2010, 13). Tas savukārt pamatā notiek trijos veidos (šīs koncepcijas pamatlicējs ir kognitīvzinātnieks un mākslīgā intelekta teorētiķis Deivids Kiršs (*David Kirsh*); skat.: Kirsch, 1995):

- (1) telpiskie pārvietojumi (*arrangements*), kas vienkāršo vides lietotāja izvēli;
- (2) telpiskie pārvietojumi, kas vienkāršo uztveri;
- (3) telpiskie pārvietojumi un dinamika, kas vienkāršo iekšējo apstrādi un iekšējo skaitļošanu.

Kāda loma piemīt valodai vides un telpiskās uztveres sakārtošanā? Valoda ir daļa no vides, tā vienkāršo un uzlabo vides lietotāja orientāciju kognitīvo enkuru sistēmā (salīdz. arī: Clark,

2006). Vides un valodas struktūras mijiedarbojas un palīdz uztvert, vienkāršot vides enkuru lietojumu, darīt vienkāršāku vides lietotāja izvēli un iekšējo apstrādi.

Telpiskās informācijas iekšējā apstrāde ir daudz lielākā mērā atkarīga no telpas ārējās vides, nekā bieži vien pieņemts uzskatīt: dažāda ārējās vides informācija (ietverta, piemēram, medijos, kartēs, pierakstos utt.) kalpo kā papildinošs resurss iekšējai telpiskajai apstrādei, taču to neaizstāj un nereplicē. Tādējādi var piekrist E. Klārkam, ka ārējā telpa, vide un realitāte ir paplašināta kognitīvā sistēma, kas palīdz reducēt ārējās vides sarežģītību, taču neaizstājot un nereplicējot t.s. iekšējo kognitīvās apstrādes sistēmu, formātu un struktūru (salīdz. Clark, 1999, 349).

Komplementaritāte ir kritisks komponents telpiskajā uztverē: iekšējie (atmiņā, pieredzē, uztveres un kognitīvās apstrādes mehānismos balstītie) un ārējie (tehnoloģiskie, sociālie, dabiskajā vidē balstītie) resursi cits citu papildina un atveido to tipisko vides un telpas apstrādes veidu, kāds normāli raksturīgs ikvienam vides lietotājam. Būtiski, ka iekšējā kognitīvā apstrāde (piemēram, smadzenes) nereplicē informāciju, kas atrodama reālajā vai virtuālajā vidē, – iekšējai un ārējai apstrādei ir pietiekoši atšķirīgi formāti, apstrādes principi un struktūra, lai tas būtu iespējams (sīkākai diskusijai salīdz.: Clark, 1997, 220, Sutton, Harris, Keil, & Barnier, 2010, 524).

Tātad valoda, telpa un vide ir nesaraujami saistītas. Ir vismaz trīs aspekti, kuros tas pārliecinoši redzams (salīdz. Mix, Smith, & Gasser, 2010, 186):

- (1) Mūsu kategorizācija ir tieši vai netieši telpiska, un tā normāli balstās enkuru punktu sistēmā.
- (2) Runātāji un klausītāji sarunas laikā koordinē ķermenisko mijiedarbību ar lietām, ar kurām tie saskaras sarunas gaitā; šis ir aspekts, kurā nevar nepamanīt ķermeniskās pieredzes lomu.
- (3) Runātāji un klausītāji (un patiesībā ikviens vides lietotājs plašākā nozīmē) sastata atmiņas un pieredzes resursus, norādot uz lietām noteiktās telpas un vides situācijās.

Nobeigums

Jebkuras vietas mūsu kognitīvajā telpā ir *kaut kā* saistītas. Respektīvi, jebkāda veida vide – reāla vai virtuāla – mūsu uztverē tiek transformēta vietu un ceļu struktūrā, kurā mums nozīmīgas vietas ir funkcionāli saistītas. Funkcionālais saistījums savukārt ir tikai mūsu pašu telpiskās uztveres rezultāts. Realitātē pašā par sevi nav funkcionāla saistījuma; tā ir funkcionāli indiferenta.

Tiklīdz vide tiek funkcionāli apstrādāta uztverē, tā tiek radikāli transformēta – neregulāri, nesimetriski atveidi un vides segmenti tiek padarīti simetriskāki, skaidrāki, ģeogrāfiskas vienības tiek pārveidotas vai pielāgotas – atkarībā no tā, kādu darbību mēs ar tām veicam un kāds ir mūsu nolūks, kā arī atkarībā no tā, kāds ir mūsu novietojums telpā un mūsu references sistēma kopumā; vides vienības tālāk tiek hierarhiski sakārtotas atkarībā no ģeometriskiem, references ietvara un funkcionāliem, kā arī socioekonomiskiem un sociokulturāliem faktoriem; vides informācija mūsu uztverē tiek ātri un radikāli filtrēta un transformēta, nepilnīga informācija tiek papildināta un defragmentēta, balstoties veicamajā uzdevumā tik labi, cik vien iespējams (salīdz. Golledge, 2002, 8).

Izmantotā literatūra un avoti

- Avraamides, M.N. (2003). Spatial updating of environments described in texts. *Cognitive Psychology*, 47, 402–431.
- Avraamides, M.N & Carlson, R.A. (2003). Egocentric organization of spatial activities in imagined navigation. *Memory & Cognition*, 31 (2), 252–261.

- Cheng, K. (2008). Whither geometry? Troubles of the geometric module. *Trends in Cognitive Sciences*, 12, 355–361.
- Clark, A. (1997). *Being there: putting brain, body, and world together again*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Clark, A. (1999). An embodied cognitive science? *TRENDS in Cognitive Sciences*, Vol. 3, No. 9, 345–351.
- Clark, A. (2006). Language, embodiment, and the cognitive niche. *TRENDS in Cognitive Sciences*, Vol. 10, No. 8, 370–374.
- Clark, A. (2010). Minds in space. In K.S. Mix, L.B. Smith, & M. Gasser (Eds.), *The spatial foundations of language and cognition* (pp.7–15). Oxford: Oxford University Press.
- Couclelis, H., Golledge R.G., Gale, N. & Tobler W. (1987). Exploring the anchor-point hypothesis of spatial cognition. *Environmental Psychology*, Vol. 7, No.2, 99–122.
- Golledge, R.G. (1992). Place recognition and wayfinding: making sense of space. *Geoforum*, Vol. 23, No. 2, 199–214.
- Golledge, R.G. (2002). The nature of geographic knowledge. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(1), 1–14.
- Golledge, R.G. (2003). Reflections on recent cognitive behavioral research with an emphasis on research in the United States of America. *Australasian Geographic Studies*, 41(2), 117–130.
- Golledge, R.G., & Spector, A.N. (1978). Comprehending the urban environment: theory and practice. *Geographical Analysis*, Vol. 10, no. 4, 403–426.
- Herskovits, A. (1986). *Language and Spatial Cognition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hyde, D.C., Winkler-Rhoades, N., Lee, S.A., Izard, V., Shapiro, K.A., & Spelke, E.S. (2011). Spatial and numerical abilities without a complete natural language. *Neuropsychologia*, 49, 924–936.
- Izard, V., Pica, P., Dehaene, S., Hinchey, D., & Spelke, E.S. (2011). Geometry as a universal mental construction. In E. Brannon & S. Dehaene (Eds.), *Space, Time and Number in the Brain: Searching for the Foundations of Mathematical Thought* (pp. 319–332). Attention & Performance XXIV, Oxford University Press.
- Jager, G., & Postma, A. (2003). On the hemispheric specialization for categorical and coordinate spatial relations: a review of the current evidence. *Neuropsychologia*, 41, 504–515.
- Kemmerer, D. (2006). The semantics of space: integrating linguistic typology and cognitive neuroscience. *Neuropsychologia*, 44, 1607–1621.
- Kirsh, D. (1995). The Intelligent Use of Space. *Artificial Intelligence*, Vol. 73, Number 1–2, 31–68.
- Lakusta, L. & Landau, B. (2005). Starting at the end: the importance of goals in spatial language. *Cognition*, 96, 1–33.
- Landau, B. & Jackendoff, R. (1993). “What” and “where” in spatial language and spatial cognition. *Behavioral and Brain Sciences*, 16, 217–265.
- Lee, S.A., & Spelke, E.S. (2010). Two systems of spatial representation underlying navigation. *Exp. Brain Res.* 206, 179–188.
- McNamara, T.P., Rump, B., & Werner, S. (2003). Egocentric and geocentric frames of reference in memory of large-scale space. *Psychonomic Bulletin & Review*, 10 (3), 589–595.
- Mix, K.S., Smith, L.B., & Gasser, M. (Eds.). (2010). *The spatial foundations of language and cognition*. Oxford: Oxford University Press.
- Montello, D.R. (1993). Scale and multiple psychologies of space. In A.U. Frank & I. Campari (Eds.), *Spatial information theory: A theoretical basis for GIS* (pp. 312–321). Berlin: Springer-Verlag.
- Montello, D.R. (2009). Cognitive geography. In R. Kitchin & N. Thrift (Eds.), *International encyclopedia of human geography*, Vol. 2 (pp. 160–166). Oxford: Elsevier Science.
- Newcombe, N.S. & Ratliff, K.R. (2007). Explaining the development of spatial reorientation: Modularity-plus-language versus the emergence of adaptive combination. In J. Plumert & J. Spencer (Eds.), *The emerging spatial mind* (pp. 53–76). Oxford: Oxford University Press.
- Piaget, J., & Inhelder, B. (1967). *The Child's Conception of Space*. New York: W. W. Norton.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57–83.
- Siegel, A.W. & White, S. (1975). The development of spatial representation of large-scale environments. In H. Reese (Ed.), *Advances in Child Development and Behavior*, vol. 10 (pp. 9–55). New York: Academic Press.
- Smith, L.B., & Sheya, A. (2010). Is cognition enough to explain cognitive development? *Topics in Cognitive Sciences*, 2,725–735.
- Spelke, E., Lee, S.A., & Izard, V. (2010). Beyond core knowledge: natural geometry. *Cognitive Science*, 34, 863–884.
- Šķilters, J., Burgmanis, G., Krišjāne, Z., & Apse, L. (2011). Spatial Cognition and Perception of Large Scale Object Constellations: Evidence from Search Domain Analysis in Urban Environment. [Abstract]. In L. Carlson, C. Hoelscher, & T.F. Shipley (Eds.), *Proceedings of the 33rd Annual Conference of the Cognitive Science Society* (p. 1133). Austin, TX: Cognitive Science Society.

- Sutton, J., Harris, C.B., Keil, P.G., & Barnier, A.J. (2010). The psychology of memory, extended cognition, and socially distributed remembering. *Phenomenology and Cognitive Science*, 9, 521–560.
- Talmy, L. (2000). *Toward a cognitive semantics (Vol. 1)*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Tversky, B., Morrison, J.B., Franklin, N., & Bryant, D.J. (1999). Three spaces of spatial cognition. *Professional Geographer*, 51 (4), 516–524.

¹ Šī raksta ietvaros ar telpu sapratīsim ģeometrisko, topoloģisko trīsdimensionālo struktūru, kurā objekti un to attiecības mijiedarbojas ar subjektu. Savukārt vide ir visu – socioekonomisko, ekoloģisko, kā arī ģeogrāfisko un telpisko faktoru kopa, ar kuru mijiedarbībā atrodas subjekts. Šajā skatījumā ir aspekti, kas videi un telpai ir līdzīgi un pārklājas, piemēram, telpiskās uztveres faktoru kopa ir vides uztveres faktoru apakškopa; arī funkcionālās zināšanas ir būtiskas gan telpiskai uztverei gan arī vides uztverei.

² Šajā rakstā ceļi un takas tiks saprasti kā sinonīmi. Angļu valodā šajā kontekstā lielākoties lieto jēdzienu ‘*path*’.

Ģirts Burgmanis

Mg. sc. geog., LU Ģeogrāfijas un zemes zinātņu fakultāte, Cilvēka ģeogrāfijas katedra

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

IDENTITĀTE, PAŠKATEGORIZĀCIJA UN VIDE: LATVIJA 2010

Izmantojot identitātes trīslīmeņu modeli (paškategorizācija, mazu un vidēju kopienu kategorizācija un lielu sociālu kopienu – kā nacionālās identitātes kopienu – kategorizācija), rakstā tiks analizēts, kā vides struktūra un paškategorizācija mijiedarbojas un kā šo mijiedarbības procesu ietekmē socioekonomiskie faktori. Pētījuma gaitā paškategorizācijas un identitātes teorija tiks sastatīta ar t.s. vides kognitīvo enkuru teoriju, ar kuru saskaņā vides uztvere ir hierarhiski strukturēta atbilstoši t.s. kognitīviem vides enkuriem – nozīmīgām vietām un ceļiem. Mūsu pētījuma uzmanības centrā būs ‘mājas’ kā centrāls kognitīvs vides enkurs. Pētījumā izmantotā struktūra, ar kuru saskaņā notiek sociokognitīva un vides kategorizācija, ietver, pirmkārt, tuvākos cilvēkus (piem., ģimeni), otrkārt, mājvietu, treškārt, ar karti sastatāmu objektīvu un reālu vietu; ceturtkārt, Latviju šī vārda plašākajā nozīmē. Būtiskais šī pētījuma rezultāts ir tas, ka paškategorizācijas un telpiskās kognīcijas mijiedarbība ir socioekonomiski ietekmēta struktūra, kas labi vērojama tendencē distancēties no reālās vides nabadzīgu reģionu respondentu gadījumā. Pētījuma rezultāti ir vismaz daļēji sastatāmi ar vairākiem sociālās identitātes, paškategorizācijas un kognitīvās ģeogrāfijas modeļiem (McConnell, 2011; Abdelal, Herrera, Johnston, & McDermott, 2009 & Golledge, 2002).

Atslēgvārdi: identitāte, paškategorizācija, vides kognitīvie enkuri, telpas un vides uztvere.

Ievads

Identitātes veidošanās ir trīspakāpju process, kura pamatā ir paškategorizācija, vidējo līmeni veido t.s. mazu un vidēju, taču subjektīvi nozīmīgu sociālu kopienu kategorizācija, un, visbeidzot, augstāko līmeni veido t.s. lielu sociālu kopienu (kā nacionālās identitātes kopienu) kategorizācija (salīdz. Šķilters, 2011, plašākam kontekstam: Abdelal, Herrera, Johnston, & McDermott, 2009).

Kā šis trīspakāpju process mijiedarbojas ar vides kategorizāciju? Šis ir mūsu pētījuma centrālais jautājums, uz kuru atbildot, mēs saistām trīspakāpju kategorizāciju ar t.s. vides enkuru teoriju (pārskatam salīdz. Golledge, 1992, 2002). Identitātes veidošanās mijiedarbojas ar kognitīvo enkuru struktūras veidošanos vidē. Kognitīvie enkuri ir nozīmīgas vietas un ceļi (piemēram, mājas, darba vai studiju vietas, iepirkšanās centri un ceļi starp tiem). Protams, pilna attiecību analīze, kurā tiktu aplūkots izvērsts kognitīvo enkuru struktūras saistījums ar detalizētu paškategorizācijas procesu analīzi, ir plašāka pētījuma jautājums, tādēļ savu uzmanību vēršam uz to, kā t.s. pirmā līmeņa kategorizācija – paškategorizācija – mijiedarbojas ar, iespējams, centrālāko un nozīmīgāko no kognitīvajiem enkuriem – mājām.

Izmantojot mūsu izvēlēto teorētisko modeli, paškategorizācijas svarīgākie komponenti ir, pirmkārt, subjektīvi nozīmīgākie cilvēki (piem., ģimenes locekļi). Tādējādi arī vieta, kas paškategorizācijas gaitā ir vistuvākā, ir ģimene; protams, šeit būtisks ir jautājums, vai ģimene tiek uztverta kā kopiena vai kā telpiska komunikācijas struktūra, vai arī kā abas; šis ir jautājums, uz kuru raksta gaitā neatbildēsim, taču visticamāk, ka visas iespējamās atbildes ir būtiskas un nav nošķiramas. Otrkārt, paškategorizācija ir saistāma ar dzīvesvietu. Protams, šeit parādās interesanti virtuālās vides lietotāju efekti (regulāru interneta lietotāju vides uztvere ir atšķirīga no to respondentu uztveres, kuri ikdienā nelieto internetu vai lieto to reti), taču konkrēta mājvieta ir otrs nozīmīgais komponents, kas var pat, iespējams, palikt precīzi ģeogrāfiski nenoteikts. Inte-

resanti, ka mājasvieta (“manas mājas”) kā abstrakcija ar nelielu īpatsvaru raksturo tieši interneta lietotāju izpratni par mājām. Treškārt, reāla vieta, kas sastatāma ar karti, ir būtiska identitātes veidošanās procesos. Visbeidzot Latvija šī vārda plašākā (un arī nenoteiktajā nozīmē) veido vietas kategorizācijas un paškategorizācijas ceturto komponentu. Paškategorizāciju ietekmējošo komponentu nozīmīgums saskaņā ar mūsu teorētisko modeli pieaug virzienā no ceturtais uz pirmo komponentu. Tādējādi vizuāli identitātes veidošanās rodas paškategorizācijas gaitā, sastatot subjektīvi nozīmīgos cilvēkus un vietas. Subjektīvais nozīmīgums ir arī emocionāli iekrāsots un saistīts ar atmiņām. Kā norādīsim raksta gaitā, būtisks aspekts paškategorizācijas un telpiskās kognīcijas mijiedarbībā ir socioekonomisko faktoru kopa (ienākumus, darbavietas novietojumu un vispārējo reģiona finansiālo situāciju ieskaitot).

Dati un metodes

Pētījuma izlase un respondenti

Pētījuma ietvaros veiktās empīriskās analīzes pamatu veido dati, kuri iegūti no tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS veiktās aptaujas rezultātiem par ekonomiskajiem un politiskajiem procesiem Latvijā. Aptauja tika veikta 2010. gada novembra un decembra mēnešos, izmantojot Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātē izstrādāto anketu.

Aptaujas ģenerālo kopumu veido Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem. Izmantojot nejaušu stratificēto respondentu izlasi, visos Latvijas reģionos 125 punktos ar tiešās intervijas metodi dzīvesvietās kopā tika aptaujāti 1003 iedzīvotāji, kuru sadalījums pēc nozīmīgākajiem rādītājiem parādīts 1. tabulā. No 1003 iegūtajām anketām precīzi aizpildītas un tālākajā statistiskajā datu apstrādē izmantojamas bija 994 (99%).

1. tabula

Respondentu sadalījums pēc nozīmīgākajiem rādītājiem

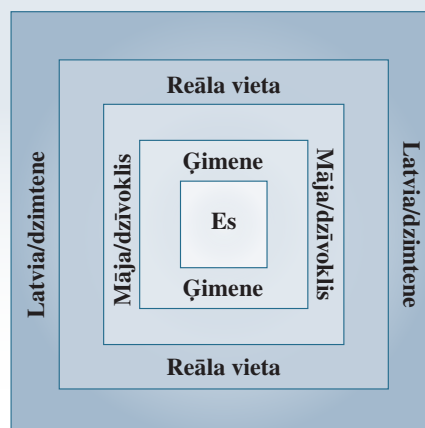
	Respon- dentu skaitis izlasē (%)	Ienākumi uz vienu mājsaimniecības locekli		Kvalificēti darbinieki	17.0
		Neregulāri/dažādi	31.7	Mazkvalificēti dar-	18.4
		Zemi (<80 Ls mēnesī)	13.2		
Dzimums		Vidēji (81–120 Ls mēnesī)	42.8	Faktiskā dzīvesvieta, reģioni	
Sievietes	54.1	Augsti (>120 Ls mēnesī)	12.4	Rīga	31.8
				Pierīga	17.2
Vecuma grupas		Reliģija		Vidzeme	10.4
18 – 24	13.9	Katoļi	18.8	Kurzeme	13.2
25 – 34	19.3	Luterāņi	13.3	Zemgale	12.3
35 – 44	17.0	Pareizticīgie	20.8	Latgale	15.2
45 – 54	18.9	Cita	2.8		
55 – 74	30.8	Neviena	44.3	Faktiskā dzīvesvieta, apdzīvotās vietas tips	
				Pilsēta	67.3
Etniskā piederība		Ekonomiskā aktivitāte un profesionālā kvalifikācija			
Latvieši	60.3	Bezdarbnieki un pensionāri	34.8		
Krievi	31.1	Studenti un skolēni	7.7		
Citi	8.6	Pašnodarbinātie un mājsaimnieces	9.1		
		Speciālisti un vadītāji	13.0		
Iegūtās izglītības līmenis					
Pamata	15.6				
Vidējā	25.9				
Vidējā speciālā	35.2				
Augstākā	23.3				

Pētījuma vajadzībām izmantotajā anketā bija vairākas jautājumu kopas, tāpēc aptaujas laikā tika iegūta plaša sociāli demogrāfiskā informācija par katru no respondentiem, viņu attieksmi pret Latviju, latviešu valodu, kultūru, politisko un ekonomisko situāciju, valsts valodas lietojumu, informācijas ieguves avotiem jeb masu mediju izmantošanas paradumiem un dzīvesvietu. Lai sasniegtajā izlasē respondentu sadalījums būtu proporcionāls, iegūtie dati tika svērti pēc 4 pazīmēm: reģions, tautība, dzimums un vecums. Svēršanas rezultātā izlasē palielinājās Rīgas, vīriešu, vecuma grupas no 33 līdz 44 gadiem un cittautiešu īpatsvars, savukārt samazinājās latviešu un vecuma grupas no 55 līdz 74 gadiem. Kopumā sasniegtā pētījuma izlase aptaujas laikā uzskatāma par reprezentatīvu un iegūtās informācijas apjoms par ļoti plašu, ļaujot iegūtos datus pēc dažādām aprakstošām pazīmēm analizēt vairāku dimensiju griezumā.

Datu analīzē izmantotie mainīgie

Lai noskaidrotu personu raksturojošā sociālā, ekonomiskā, politiskā, informāciju tehnoloģiju un dzīvesvietas fona ietekmi uz paškategorizāciju un tāda nozīmīga vides kognitīvā enkura kā “manas mājas” interpretāciju, izmantojot valodu, šajā pētījumā tika izveidots daudzfaktoru (multinominālās) logaritmiskās regresijas modelis. Balstoties uz anketā iekļautā atvērtā jautājuma: “Kas Jums pirmais nāk prātā, dzirdot vārdus „Jūsu mājas?”” respondentu sniegtajām atbildēm, tika izveidots atkarīgais mainīgais. Visas respondentu atbildes tika apkopotas un, izmantojot kontentanalīzes metodi, sadalītas 6 kategorijās pēc noteiktas loģikas principa, kura pamatā bija katras kategorijas telpiskais mērogs un svarīguma pakāpe respondenta ikdienā. Līdz ar to tika izveidota sistēma (1. attēlā), kurā katra nākamā kategorija ir telpiski apjomīgāka, plašāka un ikdienā mazāk saistīta ar respondentu par iepriekšējo. Vistuvāko un teorētiski telpiski šaurāko kategoriju veidoja atbildes, kurās “manas mājas” tika interpretētas ar vārdiem “ģimene”, “mana ģimene”, “vecāki”, “māte un tēvs” utt. Otrajai kategorijai raksturīgais dzīvesvietas un mājokļa līmenis tika atspoguļots, izmantojot tādas atbildes kā “vieta, kur dzīvoju”, “mans dzīvoklis”, “mana māja” utt. Trešā kategorija tika izveidota no reālu telpisku vietu atbildēm, kurās galvenokārt tika iekļauti pilsētu, novadu un reģionu nosaukumi. Ceturto kategoriju veidoja atbildes, kurās tika izmantota saikne “manas mājas” – “Latvija” vai “dzimtene Latvija”.

Lai arī divas atbilžu kategorijas, kuras mēs definējam kā “abstrakciju” (iekļautas tādas atbildes kā “drošība”, “siltums”, “miers” utt.) un “nezinu/grūti pateikt”, kopējā sistēmā neiederējās, tomēr mēs tās izmantojām turpmākajā datu statistiskajā analīzē, jo uzskatām, ka arī šīs respondentu atbildes atspoguļo noteiktus kognitīvos procesus, kuri bijuši pakļauti dažādu iepriekš aprakstīto faktoru ietekmei. Izmantojot izveidoto sistēmu un arī pārējās divas kategorijas, katra respondenta atbilde uz minēto jautājumu tika kodēta ar cipariem no 1 līdz 6 pieaugošā secībā, piešķirot “1” respondentam mentāli vistuvākajai, nozīmīgākajai un telpiski visšaurākajai kategorijai “ģimene”, tālāk “2” – “māja/dzīvoklis” kategorijai utt. Kategorijas „abstrakcija” un „nezinu/grūti pateikt” atbilstoši tika kodētas, izmantojot ciparus “5” un “6”.



1. att. Shēma respondentu atbilžu uz jautājumu “Kas Jums pirmais nāk prātā, dzirdot vārdus „Jūsu mājas?”” sadalījumam kategorijās.

Modelī kopā tika izmantotas piecas skaidrojošo faktoru grupas, kurās iekļāvām 17 mainīgos. 15 mainīgie tika sadalīti binārās kategorijās precīzākas rezultātu interpretācijas vajadzībām un dziļākai izpratnei par personu raksturojošo pazīmju ietekmi uz noteiktas kategorijas izvēli, “maņas mājas” atspoguļošanai izmantojot valodu. Lai noteiktu respondentu attieksmes pret latviskuma saglabāšanu un pret valsti faktoru ietekmi uz paškategorizāciju, tika izveidoti divi speciāli indeksi. Attieksmes pret latviskuma saglabāšanu indekss tika izveidots, kombinējot 12 apgalvojumu grupas atbildes, kurās respondentiem tika lūgts sniegt viņu novērtējumu par latviskuma un latviešu valodas iespējām šīs vērtības saglabāt arī nākotnē un iespējamo apdraudējumu lokālo un globālo procesu ietekmē. Kopā uz katru no apgalvojumiem tika sniegti pieci novērtējumi no “pilnībā piekrītu” līdz “pilnībā nepiekrītu”, kuriem tika piešķirti kodi no 1 līdz 4. Piemēram, novērtējumam “pilnībā piekrītu” tika piešķirts kods “1”, savukārt “pilnībā nepiekrītu” kods “4”. Saskaitot kopā visus piešķirtos kodus visiem novērtējumiem un izdalot ar kopējo novērtējumu skaitu (12), tika iegūts minētais attieksmes pret latviskuma un latviešu valodas saglabāšanu indekss, kurš bija robežās no 1 līdz 4. Tālākās statistiskās analīzes vajadzībām iegūtie indeksi tika apkopoti, izveidojot kārtas mainīgo, kurš sastāvēja no trīs kategorijām: stingra nostāja par latviskuma un valodas saglabāšanu, neitrāla nostāja un negatīva nostāja. Līdzīgi tika izveidots arī attieksmes pret Latvijas valsti indekss. Šī indeksa gadījumā tika izmantoti respondentu novērtējumi uz anketā sniegtajiem 12 apgalvojumiem par to, ko viņiem sniedz valsts.

2. tabula

Daudzfaktoru logaritmiskās regresijas modeli iekļauto skaidrojošo/neatkarīgo mainīgo raksturojums

Neatkarīgais/skaidrojošais mainīgais	Kodēšana
Kārtas mainīgie	
Attieksme pret latviskuma saglabāšanu	stingra nostāja; neitrāla nostāja; negatīva nostāja
Attieksme pret valsti	pozitīva attieksme; neitrāla attieksme; negatīva attieksme
Vecums (gadi)	no 18 līdz 74 gadiem
Nominālie/kategoriju mainīgie	
Piederu Latvijas iedzīvotājiem	jā; nē
Piederu Latvijas pilsoņiem	jā; nē
Tuvs cilvēks ir pametis Latviju	aizbraucis ģimenes loceklis vai tuvs draugs; nē nav
Tuvākajā laikā gatavojos pamest valsti	plānoju vai pieļāuju iespēju aizbraukt; neplānoju
Tautība	latvieši, krievi, citas (binārās kategorijas)
Reliģija	katoļi, luterāņi, pareizticīgie, cita, bez reliģijas (binārās kategorijas)
Dzimums	vīrieši, sievietes
Izglītība	pamata, vidējā, vidējā speciālā, augstākā (binārās kategorijas)
Ienākumi uz vienu māsasaimniecības locekli	neregulāri; <80 Ls; 81–200 Ls; >201 (binārās kategorijas)
Ekonomiskā aktivitāte un profesionālā kvalifikācija	bezdarbnieki un pensionāri; studenti un skolēni; pašnodarbinātie un māsasaimnieces; speciālisti un vadītāji; kvalificēti darbinieki; mazkvalificēti darbinieki (binārās kategorijas)
Dzīvesvieta	Rīga, Pierīga, Vidzeme, Kurzeme, Zemgale, Latgale (binārās kategorijas)
Apdzīvotās vietas tips	Pilsēta, lauki

Datu analīze

Daudzfaktoru logaritmiskās regresijas modelī, kurš tika veidots ar StataMP 10 programmatūru, kā atkarīgā mainīgā references grupa tika izmantota kategorija “nezinu/grūti pateikt”. Modelis parāda, kā respondenti atkarībā no dažādu faktoru ietekmes izvēlas noteiktu paškategorizācijas tipu, interpretējot tādu nozīmīgu kognitīvo enkuru kā “mājas”. Modelī tika analizēti faktori, kuru statistiskā nozīmība ir 0,01 un 0,05 (varbūtība attiecīgi 95% un 99%) un kuri teorētisku apsvērumu dēļ ir uzskatāmi par būtiskiem. Lai skaidrotu, saprastu un precīzi interpretētu modelī iekļauto skaidrojošo faktoru ietekmi uz atkarīgo mainīgo, tika aprēķināti marginālie efekti.

Rezultāti

Identitāti un piederību raksturojošie rādītāji

Daudzfaktoru regresijas modelī izmantoti 4 identitāti un piederību raksturojošie rādītāji, kuri tika iekļauti, lai raksturotu nacionālās identitātes saikni ar paškategorizācijas procesiem. Divi no tiem uzrāda statistiski nozīmīgu ietekmi uz noteiktiem respondentu paškategorizācijas tipiem (skatīt 3. un 4. tabulu). Attieksmes pret valsti un paškategorizācijas mijiedarbība nosaka – jo pozitīvāka attieksme pret valsti, jo lielāka varbūtība izmantot “reālas vietas” kategoriju, lai interpretētu tādu nozīmīgu kognitīvo enkuru “manas mājas”. Pozitīvā vērtējuma līmenim pieaugot, par 6% palielinās varbūtība respondentam definēt savas mājas kā pilsētu vai novadu, kurā atrodas dzīvesvieta. Tas apstiprina, ka attieksme pret valsti veidojas lokālā mērogā – teritorijā, kurā cilvēkam, ikdienā mijiedarbojoties ar tuvējo fizisko, sociālo un ekonomisko vidi, nostiprinās priekšstats par nacionāliem procesiem kopumā.

Nozīmīga ietekme uz “māja/dzīvoklis” kategorijas izvēli ir respondentu piederībai Latvijas pilsoņiem. Cilvēkiem, kuri sevi identificē ar Latvijas pilsoņiem, samazinās varbūtība par 11% izmantot paškategorizācijas tipu “māja/dzīvoklis”, kas vedina uz loģisku secinājumu par to, ka šai cilvēku grupai varētu būt tuvāki citi paškategorizācijas tipi. Piemēram, “Latvija/dzimtene”. Tomēr šis modelis to nepierāda.

Migrācijas rādītāji

Pētījumā izmantotajā anketā pavisam tika iekļauti divi migrāciju raksturojošie rādītāji, kuri atspoguļoja sabiedrībā notiekošās pārmaiņas individuālā līmenī un kurus mēs uzskatījām par nozīmīgiem paškategorizācijas procesā. Tomēr neviens no tiem neuzrādīja pietiekamu statistisko nozīmību.

Daudzfaktoru regresijas modeļa rezultāti. Paškategorizācijas tipu izvēli ietekmējošie faktori

	Nezinu (6)	Ģimene (1)	Māja/ Dzīvoklis (5)	Latvija/ dzimtene (3)	Reāla vieta (4)	Abstrak- cija (2)
Identitāti un piederību raksturojošie rādītāji						
Attieksme pret latviskuma saglabāšanu		0.349	0.389	0.509	0.047	0.384
Attieksme pret valsti		0.081	-0.002	0.562	0.703**	0.055
Piederu Latvijas iedzīvotājiem		0.421	0.389	0.443	0.013	0.391
Piederu Latvijas pilsoņiem		0.014	-0.588*	-0.137	0.134	-0.336
Migrācijas rādītāji						
Tuvs cilvēks ir pametis Latviju		0.583*	0.330	-0.137	0.255	0.160
Tuvākajā laikā gatavojos pamest valsti		-0.501	-0.473	0.162	-0.384	-0.316
Interneta izmantošanas rādītāji						
Internets ir nozīmīgākais informācijas ieguves avots		-0.010	-0.643	-0.896	-0.340	-0.012
Interneta izmantošanas biežums		0.140	0.054	0.233	0.175	0.239*
Sociāldemogrāfiskie rādītāji						
Latvieši		-0.746	0.416	0.878	1.138*	0.580
Krievi		-0.605	0.018	-0.099	0.018	0.418
Katoļi		-0.181	0.356	0.145	-0.055	-0.305
Luterāņi		0.384	0.494	0.586	0.333	0.848
Pareizticīgie		-0.248	0.185	0.261	0.971**	0.579
Cita reliģija		0.651	0.138	0.438	0.422	1.100
Vecums		-0.011	0.003	0.024	0.013	0.004
Sieviete		0.031	-0.043	-0.020	0.1114	0.084
Vidējā izglītība		0.083	-0.281	0.266	0.752	-0.291
Vidējā speciālā izglītība		0.693	0.202	1.465*	1.201*	0.161
Augstākā izglītība		0.486	-0.095	0.826	0.427	0.222
Ienākumi zem 80 Ls		1.095	0.281	0.404	0.045	0.225
Ienākumi no 81 līdz 200 Ls		0.239	-0.315	-0.033	-0.140	-0.032
Ienākumi vairāk par 200 Ls		-0.828	-0.170	-0.324	-1.029*	-0.198
Studenti un skolēni		0.203	-0.469	0.614	-1.016	-0.406
Pašnodarbinātie un māsaimnieces		0.239	-0.076	-0.024	-0.895	-0.352
Speciālisti un vadītāji		0.282	-0.351	-0.808	-0.420	-1.192*
Kvalificēti darbinieki		0.202	0.013	0.327	-0.424	-0.203
Mazkvalificēti darbinieki		-0.020	0.017	-0.089	-1.624**	-0.684
Dzīvesvietas rādītāji						
Pierīga		-0.996*	-0.254	-1.778**	-1.140**	-1.286**
Vidzeme		-0.102	-0.069	-0.786	-1.066	0.180
Kurzeme		-0.682	-0.218	-0.538	-0.414	0.079
Latgale		0.588	0.268	0.249	-1.135	0.439
Zemgale		0.789	-0.344	-1.518*	0.252	0.537
Dzīvo pilsētā		0.308	0.217	0.043	-0.069	-0.279
Regresijas modeļa kopsavilkums						
N		994				
Log Likelihood		-1518.52				
Statistiskā nozīmība		0.000				

Piezīme: Statistiskā nozīmība ** $P < 0,01$; * $P < 0,05$

Marginālie efekti

	Nezinu (6)	Ģimene (1)	Māja/ Dzīvoklis (5)	Latvija/ dzim- tene (3)	Reāla vieta (4)	Abstrak- cija (2)
Identitāti un piederību raksturojošie rādītāji						
Attieksme pret latviskuma saglabāšanu	-0.033	0.007	0.027	0.011	-0.026	0.019
Attieksme pret valsti	-0.016	-0.008	-0.041	0.024	0.058**	-0.017
Piederu Latvijas iedzīvotājiem	-0.042	0.019	0.027	0.007	-0.032	0.020
Piederu Latvijas pilsoņiem	0.032	0.044	-0.107*	0.030	0.038	-0.014
Migrācijas rādītāji						
Tuvs cilvēks ir pametis Latviju	-0.033	0.052	0.025	-0.023	0.001	-0.021
Tuvākajā laikā gatavojos pamest valsti	0.044	-0.027	-0.044	0.030	-0.005	0.003
Interneta izmantošanas rādītāji						
Internets ir nozīmīgākais informācijas ieguves avots	0.036	0.045	-0.107*	-0.028	-0.008	0.063
Interneta izmantošanas biežums	-0.016	0.002	-0.023*	0.005	0.004	0.026*
Sociāldemogrāfiskie rādītāji						
Latvieši	-0.034	-0.188**	0.044	0.031	0.080*	0.068
Krievi	-0.002	-0.092*	0.000	-0.006	-0.000	0.100
Katoļi	-0.005	-0.033	0.112*	0.006	-0.009	-0.072
Luterāņi	-0.054	-0.019	-0.005	0.004	-0.017	0.090
Pareizticīgie	-0.035	-0.078**	-0.036	-0.002	0.082	0.069
Cita reliģija	-0.055	0.017	-0.110	-0.006	-0.012	0.167
Vecums	-0.000	-0.002	0.000	0.001	0.001	0.001
Sieviete	-0.003	0.001	-0.021	-0.002	0.009	0.015
Vidējā izglītība	0.003	0.018	-0.076	0.017	0.096	-0.058
Vidējā speciālā izglītība	-0.053	0.040	-0.075	0.066	0.085	-0.064
Augstākā izglītība	-0.025	0.049	-0.090	0.040	0.023	0.002
Ienākumi zem 80 Ls	-0.044	0.150**	-0.036	0.000	-0.031	-0.039
Ienākumi no 81 līdz 200 Ls	0.010	0.054	-0.073	0.003	-0.006	0.012
Ienākumi vairāk par 200 Ls	0.046	-0.070	0.050	-0.000	-0.056*	0.030
Studenti un skolēni	0.029	0.081	-0.074	0.065	-0.059*	-0.042
Pašnodarbinātie un māsaiņnieces	0.016	0.070	0.015	0.006	-0.058*	-0.049
Speciālisti un vadītāji	0.049	0.130	-0.003	-0.021	-0.008	-0.147**
Kvalificēti darbinieki	0.003	0.040	0.011	0.022	-0.038	-0.040
Mazkvalificēti darbinieki	0.035	0.042	0.095	0.009	-0.095**	-0.086*
Dzīvesvietas rādītāji						
Pierīga	0.104*	-0.048	0.147**	-0.044**	-0.069**	-0.118**
Vidzeme	0.013	0.000	0.011	-0.029	-0.069	0.074
Kurzeme	0.028	-0.066	-0.002	-0.016	-0.019	0.075
Latgale	-0.021	0.076	0.027	-0.057**	-0.089**	0.064
Zemgale	-0.029	0.109	-0.153**	-0.000	-0.000	0.074
Dzīvo pilsētā	-0.005	0.042	0.054	0.000	-0.011	-0.079*

Piezīme: Statistiskā nozīmība ** $P < 0,01$; * $P < 0,05$

Interneta izmantošanas rādītāji

Lai arī šajā pētījumā interneta izmantošanai ir vidēja ietekme uz paškategorizāciju, tomēr regresijas modelī neapšaubāmi redzams, ka mūsdienās strauji pieaugošās virtuālās telpas klātbūtne ievērojami ietekmē cilvēka kognitīvos procesus. Piemēram, cilvēkiem, kuri internetu izmanto kā vienīgo informācijas ieguves veidu, par 11% samazinās varbūtība izmantot tādu kategorizācijas tipu kā “māja/dzīvoklis”. Savukārt tiem, kuri internetu izmanto ļoti regulāri (katru dienu), par 3% pieaug varbūtība “manas mājas” interpretēt ar abstrakciju. Hipotētiski mēs iegūtos rezultātus skaidrojam ar to, ka interneta izmantotājiem reālā vide ir mazāk būtiska, jo nozīmīgākais ikdienas informācijas avots ir virtuālā vide. Šiem cilvēkiem iegūtā informācija par noteiktiem procesiem, cilvēkiem, vietām un lietām nesaistās ar atbilstošiem piemēriem reālajā vidē, kas savukārt ierobežo iespēju izveidoties precīziem mentāliem konceptiem par noteiktām vietām, kuri ir nozīmīgi paškategorizācijas veidošanā. Tomēr par spīti šādam skaidrojumam un tam, ka iegūtie rezultāti ir būtiski, mēs uzskatām, ka precīzākai interpretācijai nepieciešami daudz plašāki pētījumi par virtuālās vides un kognitīvo procesu mijiedarbību.

Sociāldemogrāfiskie rādītāji

Sociāldemogrāfisko rādītāju grupā nozīmīgi ir 4 mainīgie: tautība, reliģija, ienākumi un profesionālā kvalifikācija/nodarbinātība. Modelis parāda, ka tautībai ir ļoti būtiska ietekme uz paškategorizācijas procesiem. Latviešiem varbūtība, ka viņi savas mājas identificēs un mentāli saistīs ar ģimenes kategoriju, ir par 19% mazāka, savukārt ar reālas vietas kategoriju – par 8% lielāka. Krievu tautības iedzīvotājiem varbūtība izmantot ģimenes kategoriju ir par 9% mazāka. Lai arī tautības faktora ietekme uz paškategorizācijas procesiem nav pārsteigums, it īpaši latviešu ‘reālas vietas’ kategorijas izvēles gadījumā, tomēr modelis parāda arī ļoti interesantu faktu – ka skaitliski lielākajām tautībām Latvijā (latviešiem un krieviem) identitātes veidošanā saiknes ‘manas mājas – mana ģimene’ loma ir maznozīmīga. Šeit noteikti jāpiemin, ka daudz būtiskāka ir ģeogrāfiskā vide un cilvēka saikne ar to, ne tikai tiešā jeb fiziskā līmenī, bet arī emocionālā. Anketu atbildes parāda, ka svarīga loma ir vietām, kuras ir bijušas nozīmīgas bērnībā un joprojām saglabājušās atmiņās (piemēram, “tēva mājas Cēsīs”, “bērnības mājas Lēdurgā”). Ģeogrāfiskās vides lomu emocionālā līmenī paškategorizācijas procesos apstiprina arī citi pētījumi (McConnell, 2011).

Ievērojama ietekme uz paškategorizāciju ir cilvēku reliģiskajai pārliecībai. Katoļiem ir par 11% lielāka varbūtība kognitīvā enkura “manas mājas” interpretēšanai izmantot reālu kategoriju “māja un dzīvoklis”. Savukārt pareizticīgie ar 8% mazāku varbūtību izmanto kategoriju “ģimene”. Mēs uzskatām, ka reliģiskās pārliecības ietekme ir skaidrojama ar to, ka noteiktos gadījumos tā ir cieši saistīta ar tautību (75% pareizticīgo respondentu ir krievu tautības). Lai arī hipotētiski varam pieņemt, ka reliģiskā piederība un tautība ietver noteiktu vērtību sistēmu, kura atspoguļojas paškategorizācijas procesos un daļēji parādās arī mūsu pētījumā, tomēr precīzākai šī faktora ietekmes skaidrošanai ir nepieciešami daudz plašāki un dziļāki pētījumi.

Ļoti būtisks faktors paškategorizācijas procesā ir mājsaimniecības ienākumu līmenis un respondenta profesija. Zināms, ka ekonomisko resursu trūkums ietekmē mājsaimniecības dzīvesvides kvalitāti un tās izvēles iespējas, nosakot to, ka mājsaimniecības locekļiem jādzīvo dzīvesvietā, kura bieži neatbilst to prasībām. Šāda tendence veicina mentālu distancēšanos no tām kategorijām, ar kurām cilvēks nav apmierināts, rosinot izmantot citas paškategorizācijas procesa vajadzībām. To daļēji parāda arī regresijas modelis. Mazāk turīgu mājsaimniecību locekļi ar lielāku varbūtību (pieaug par 15%) izvēlas nemateriālo mentāli daudz tuvāko “ģimenes” kategoriju, kura, pēc anketās sastopamajām atbildēm, ietver gan sievu un bērnus, gan māti un tēvu. Iegūtie rezultāti skaidrojami ar to, ka materiālo vērtību un īpaši finanšu resursu trūkums nekādā veidā neierobežo paškategorizāciju, tikai maina tās norises līmeni. Mazāk būtiska ietek-

me uz noteiktas kategorijas izvēli ir piederība mājsaimniecībai, kurā ienākumi uz vienu locekli ir lielāki par 201 latu. Šādu mājsaimniecību locekļiem ir par aptuveni 6% mazāka varbūtība izmantot reālas vietas kategoriju.

Savukārt, aplūkojot profesionālās kvalifikācijas un nodarbinātības faktoru ietekmi, redzams, ka piederība speciālistu un uzņēmumu vadītāju grupai par 15% samazina varbūtību izmantot abstrakciju kategoriju. Lai arī regresijas modelis to neatspoguļo, tomēr, pēc mūsu domām, šajā gadījumā liela ietekme ir tieši izglītības līmenim (72% ar augstāko izglītību), kas sniedz iespēju daudz precīzāk interpretēt kognitīvo enkuru “manas mājas”. Tāpat studentiem un skolēniem, kā arī pašnodarbinātajiem un mājsaimniecēm par 6% ir samazināta varbūtība lietot kategoriju “reāla vieta”. Arī šeit redzama cilvēka mijiedarbības ar reālo vidi nozīme uz paškategorizācijas procesiem, kas studentu un skolēnu gadījumā apstiprina, ka liela loma ir noteiktas vietas atpazīstamībai. Pieredze rāda, ka, uzsākot mācības augstskolā, liela daļa studentu ir spiesti mainīt dzīvesvietu, kas, kā mēs uzskatām, būtiski ietekmē kognitīvā enkura “manas mājas” interpretāciju (daļēji saskaņīgi ar Pencis et al., 2010). Saikne ar jauno dzīvesvietu un vidi vēl nav izveidojusies, bet iepriekšējā ikdienas darbībā lielākoties vairs nav aktuāla. Savukārt skolēniem vēl pilnībā nav izveidojusies un nostiprinājusies noteiktas vietas kognitīvā topoloģija tādā mērā, lai to izmantotu paškategorizācijā. Piederība mazkvalificētu darbinieku grupai samazina varbūtību izmantot reālas vietas kategoriju par 10% un abstrakcijas kategoriju par 9%.

Dzīvesvietas rādītāji

Mūsu izveidotais daudzfaktoru regresijas modelis parāda, ka viens no nozīmīgākajiem rādītājiem, kurš ietekmē cilvēka paškategorizācijas procesu, ir viņa dzīvesvieta. Šajā pētījumā mēs dzīvesvietas rādītāju analizējam divos līmeņos – reģionālā un pēc apdzīvotās vietas tipa. Mēs uzskatām, ka, lai skaidrotu dzīvesvietas nozīmi uz paškategorizācijas procesiem, ir nepieciešams ņemt vērā arī dzīvesvietas reģiona sociālekonomisko attīstības līmeni un tajā noritošos pārmaiņu procesus. Šāda pieeja parādītu to, ka noteikta daļa no funkcionālajām zināšanām, kuras ietver informāciju par dzīvesvietu un tiek izmantotas kategorizācijas procesos, ir sociālekonomiskās zināšanas.

Aplūkojot Pierīgas kā dzīvesvietas reģiona ietekmi uz paškategorizācijas tipiem, redzams, ka tā ir ļoti kompleksa. Dzīvojot Pierīgā, par 10% pieaug varbūtība nespēt mentāli izvēlēties atbilstošo kategorizācijas tipu kognitīvā enkura “manas mājas” identificēšanai, par 15% pieaug iespēja izmantot “māja un dzīvoklis” kategoriju, savukārt par 4% samazinās varbūtība izmantot “Latvija/dzimtene”, par 7% – “reāla vieta” kategoriju un par 12% – abstrakciju. Pēc mūsu domām, šiem rezultātiem ir vairāki iespējamie skaidrojumi. Pirmkārt, līdzīgi kā studentu gadījumā pēc pārvākšanās uz Rīgu no iepriekšējās dzīvesvietas Pierīgas iedzīvotājiem vēl nav izveidojusies saikne ar apkārtnējo vidi un atbilstošiem mentālajiem konceptiem tās raksturošanai, kas atspoguļojas grūtībās identificēt “savas mājas”. Tāpat Pierīgas gadījumā ir ievērojami grūtāk izmantot tādu kategoriju kā “reāla vieta”, jo “Pierīgas” reģiona koncepts ir salīdzinoši jauns, turklāt ģeogrāfiski tas ir ļoti izplūdis ar grūti identificējamām robežām. Līdzīgi ir arī ar apdzīvotajām vietām Pierīgā, jo lielākā daļa no ciemiem ir jauni un veidojušies tikai pēdējās desmitgades laikā, tāpēc „reālas vietas” kategorija tiek izmantota paškategorizācijas nolūkos daudz retāk. Otrkārt, Pierīgas mājokļu teritorijas galvenokārt funkcionē kā guļamrajoni, kuros to iedzīvotāji ierodas vakarā un agri no rīta dodas atpakaļ uz darbu Rīgā vai kādā citā tuvākajā pilsētā. Tas ir iemesls, kāpēc cilvēkam veidojas tikai virspusēja saikne ar dzīvesvietas apkārtnējo vidi, turklāt dienas lielākā daļa tiek pavadīta darbā, kurš atrodas pavisam citā vietā un vidē. Līdz ar to mēs hipotētiski pieņemam, ka iepriekš minētie iemesli – tādi kā dzīvesvietas maiņa, reģiona robežu plašā interpretācija un biežā ikdienas pārvietošanās – nosaka to, ka Pierīgas iedzīvotājiem daudz lēnāk nostabilizējas

kognitīvais enkurs “mājas”, un iegūst noteiktas pazīmes kategorizācijas vajadzībām, novedot pie tā, ka šī reģiona iedzīvotājiem ir daudz sarežģītāk definēt, kas ir viņu “mājas”.

Straujais suburbanizācijas process kredītu buma un nekustamā īpašuma tirgus radīto iespēju rezultātā pēc iestāšanās Eiropas Savienībā ir ierosinājis ne tikai kognitīvā enkura “mājas” fiziskās atrašanās vietas izmaiņas, bet arī daudz nozīmīgākas pārmaiņas telpiskajā kognīcijā. Jaunās iespējas cilvēkiem ļāva piepildīt savu sapni par privāto māju vai dzīvokli drošā un patīkamā vidē piepilsētā. Modeļa rezultāti parāda, ka “sapņa” realizācija, iespējams, būtiski ietekmējusi arī to, ka tieši “māja un dzīvoklis” kategorija tiek daudz biežāk izmantota paškategorizācijā.

Paškategorizācijas procesu ievērojami ietekmē dzīvošana arī citos Latvijas reģionos. Latgales iedzīvotājiem par 6% samazinās varbūtība izmantot kategoriju “Latvija/dzimtene” un par 9% – reālas vietas kategoriju. Zemgales iedzīvotājiem savukārt par 15% samazinās varbūtība izmantot kategoriju “māja/dzīvoklis”, lai interpretētu kognitīvo enkuru “mājas”. Mēs uzskatām, ka šajā gadījumā, tāpat kā tas bija ar mājsaimniecības ienākumiem, darbojas līdzīgi faktori, kas daļēji vēlreiz apstiprina to, ka sociālekonomiskajiem faktoriem ir nozīmīga loma paškategorizācijas procesā. Latgale un Zemgale pēc tādiem rādītājiem kā iekšzemes kopprodukts uz vienu iedzīvotāju un nodarbinātības līmenis ir vieni no visvājāk attīstītajiem reģioniem Latvijā. Līdz ar to šo reģionu iedzīvotāji vairāk distancējas no reālu vietu kategoriju izmantošanas, kuras mentāli ir saistītas lielākoties ar negatīvu pieredzi.

Nobeigums un secinājumi

Balstoties statistiski reprezentatīvos anketēšanas rezultātos, rakstā tika daļēji rekonstruēta Latvijas sociokognitīvās vides struktūra, balstoties paškategorizācijas un vietas kategorizācijas mijiedarbībā. Socioekonomisko faktoru kopa nosaka ne tikai paškategorizāciju, bet arī kognitīvo enkuru struktūru vidē. Socioekonomisko faktoru ietekmētās izmaiņas kognitīvo enkuru struktūrā vismaz daļēji korelē ar izmaiņām paškategorizācijā. Piemēram, trūcīgo reģionu iedzīvotājiem ir tendence distancēties no konkrētu, reālu vietu iekļaušanas paškategorizācijā, jo, saskaņā ar mūsu skaidrojumu, reālā vide pamatā ir saistīta ar negatīvu pieredzi un tādējādi negatīvi iekrāsota.

Pētījuma rezultāti apstiprina modeli, ar kuru saskaņā identitātes veidošanās visnozīmīgākā dimensija ir paškategorizācija, kas ietver arī nozīmīgus tuvākos cilvēkus un subjektīvi nozīmīgas atmiņas. (Tādējādi mūsu pētījums vismaz daļēji apstiprina no citas pētniecības perspektīvas un citā metodoloģijā tapušo Makonela pētījumu par paškategorizācijas struktūru: McConnell, 2011)

Lai gan pētījuma rezultāti ļauj apgalvot, ka vietas kategorizācijai t.s. vietas kognitīvo enkuru struktūrā un paškategorizācijai ir ciešs sakars, tomēr ir nepieciešams tālāks darbs pie vides un paškategorizācijas mijiedarbības izpēti, kurā izvērstāk iekļaut ne tikai funkcionālās zināšanas (šajā gadījumā socioekonomiskās zināšanas), bet arī t.s. vides uztveri ietekmējošos faktoros kā ģeometrisko struktūru un references ietvarus (salīdz., piem., Šķilters, Burgmanis, Krišjāne, & Apse, 2011).

Izmantotā literatūra un avoti

Abdelal, R. Herrera, Y. M., Johnston, A. I., & McDermott, R. (Eds.) (2009). *Measuring identity: A guide for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.

Golledge, R.G. (1992). Place recognition and wayfinding: making sense of space. *Geoforum*, Vol. 23, No. 2, 199–214.

Golledge, R.G. (2002). The nature of geographic knowledge. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(1), 1–14.

- McConnell, A.R. (2011). The multiple self-aspects framework: self-concept representation and its implications. *Personality and Social Psychology Review*, 15(1), 3–27.
- Pencis, J., Burgmanis, Ģ., Apse, L., Krišjāne, Z., Šķilters, J. (2011). Telpiskā kognīcija. Drošas un nedrošas vietas identitātes konstruēšana pilsētvidē: Rīgas piemērs. In Šķilters, J. & Lasmane, S. (Eds.) *Nacionālās identitātes komunikācija Latvijas kultūras telpā (Communication of national identity in Latvian culture)*. (154–173.pp.) ISBN 978-9984-49-212-4 /ISSN 1691-8142, available at: <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/123456789/4>, Rīga: LU SPPI.
- Šķilters, J. (2011). Nacionālā identitāte semantiskajā telpā (National identity in semantic space). In Šķilters, J. & Lasmane, S. (Eds.) *Nacionālās identitātes komunikācija Latvijas kultūras telpā (Communication of national identity in Latvian culture)*. (3–16. lpp.) ISBN 978-9984-49-212-4 /ISSN 1691-8142, available at: <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/123456789/4>, Rīga: LU SPPI.
- Šķilters, J., Burgmanis, Ģ., Krišjāne, Z., & Apse, L. (2011). Spatial Cognition and Perception of Large Scale Object Constellations: Evidence from Search Domain Analysis in Urban Environment. [Abstract]. In Carlson, L., Hoelscher, C. & Shipley, T.F. (Eds.), *Proceedings of the 33rd Annual Conference of the Cognitive Science Society* (p. 1133). Austin, TX: Cognitive Science Society.



**OTRĀ NODAĻA.
VIRTUĀLĀ VĪDE**

Līva Brice

Mag. sc. Soc., LU Sociālo zinātņu fakultātes komunikācijas zinātnes doktorante

DIGITĀLAIS DZĪVESSTĀSTS SOCIĀLĀS TĪKLOŠANAS VIETNĒS

Sabiedrībā aizvien vairāk tiek runāts, ka indivīda aktivitātes digitālajā vidē nepaliek nepamanītas – tās izmanto darba devēji pirms intervijām, skolēni, lai uzzinātu pikantus faktus par skolotājiem, un pat pirms pirmā randiņa par labu praksi ir kļuvusi *iegūglēt*¹ partnera vārdu. Digitālās un reālās dzīves mijiedarbība liek lietotājiem rūpīgāk izvērtēt savas darbības un pārdomāt rakstīto digitālajā vidē, taču visbiežāk informācijas kontrolēšana un pārvaldīšana notiek vienas vietnes ietvaros, domājot, kāda auditorija ir konkrētajā lietotāju lokā, tādā veidā it kā nošķirot, ka vecāki neredzēs balliņu bildes vai draugi – radu pasēdēšanu. Tomēr būtisks ir fakts, ka starp vietnēm vairs nepastāv noteiktas robežas – ar *Draugiem* pasi var komentēt rakstus portālā *Ir*, tāpat *Twitter* vietnē var ievietot saiti uz *Draugiem* galeriju, līdz ar to informācija no vienas vietnes bez šķēršļiem nokļūst citā vietnē. Informācijas pārvietošanās ārpus vietņu robežām un nokļūšana trešo personu redzeslokā liek uzdot jautājumu, kāds ir šis tēls, kuru sākotnēji veido pats indivīds. Tomēr, nokļūstot ārpus konkrētās vietnes, tas konstruējas bez viņa ziņas, tādējādi rodas jautājums, vai lietotājs apzinās, ka ikviena viņa individuālā darbība netiek aplūkota atsevišķi un kontekstā, bet gan kā vienots digitālais dzīvesstāsts.

Atslēgas vārdi: sevis prezentācija, sociālās tīklošanas vietnes, digitālā identitāte, digitālais dzīvesstāsts, *Twitter, Facebook, Draugiem*.

Sevis prezentēšana kā digitālā dzīvesstāsta veidotāja

Par digitālā dzīvesstāsta veidošanu var runāt no dažādiem aspektiem: tā var būt trešo pušu nodrošināta informācija, īpašu aplikāciju veidoti pārskati, bet šo pārskatu pamatā un galvenā ir indivīda nodrošinātā informācija, kura šī pētījuma ietvaros tiks aplūkota no sevis prezentēšanas aspekta digitālajā vidē.

Indivīda sevis prezentācija digitālajā vidē ir atšķirīga no fiziskās vides, jo „indivīda prezentācija var būt uzlabota, nepatiesa, izkropļota, izrauta no realitātes” (Rafaeli, Raban, & Kalman, 2005, 64). Pretēji fiziskās dzīves prezentācijai, digitālajā vidē vienīgais pieejamais realitātes kontrolētājs ir cits interneta lietotājs, kuram iepriekš ir bijusi saskare ar indivīdu fiziskajā dzīvē. Šī iemesla dēļ jāatceras, ka sevis prezentēšanas analīze sociālo tīklošanas vietņu vidē vienmēr ir saistīta ar kontekstu un tā veidojas, dažādu aspektu ietekmēta.

Viens no šiem aspektiem ir izpratne par interneta vidi. Ole Erstad (*Ole Erstad*) un Džeims Verčs (*James V. Wertsch*) skaidro, ka tieši digitālie mediji pārveido indivīda izpratni par naratīva lomu viņa ikdienā. Viņuprāt, jauns rīks vai medijs nepadara pašreizējo formu efektīvāku, bet gan transformē to (Erstad & Wertsch, 2008), tāpēc jauniešiem veidojas atšķirīga naratīva uztvere – balstīta uz pieredzi sociālajos tīklos. Aspekts par jauniešiem ir būtisks, jo viņu izpratne par izrādi un lomām vēl tikai veidojas, un sociālie tīkli, kas jauniešu vidū ir ļoti aktuāli un tiek bieži lietoti, rada priekšstatus un modeļus arī reālās dzīves situācijām.

Var runāt par konkrētu paaudzi, kuras pieredze un izpratne par dzīvi, attiecībām un komunikāciju ir veidota, mācoties no saziņas sociālajos tīklos. Jaunieši domā par sevi kā par konkrētas kopienas daļu un pieņem, ka šī kopiena ir slēgta un informācija no tās nenokļūst pie trešajām personām. Izpratne par privāto un publisko telpu ir ļoti nenoteikta, un lietotāji bieži vien neaizdomājas par savas darbības digitālajā vidē nozīmīgumu un auditoriju, ko tā var sasniegt.

Skaidrojumu un piemēru par digitālo aktivitāšu aplūkošanu sniedz Bērnija Hogana (Hogan, 2010) izstādes pieeja. Tajā sevis prezentēšanas darbības tiek asociētas ar individuālām gleznām,

kuras, iespējams, pirmajā brīdī var tikt skatītas individuāli, nesaistīti ar pārējām darbībām, tomēr izstādes īpašniekam, kurš ir arī izstādes galvenais eksponāts – sociālo tīklošanas vietņu lietotājs, ir jāapzinās, ka šīs gleznas var un visbiežāk tiek novietotas vienā izstādē (piemēram, meklēšanas rezultātos). No tā var secināt, ka lietotāja sevis prezentēšana interneta vidē nevar tikt uzskatīta par no konteksta izrautu darbību, gluži pretēji, visas indivīda digitālo identitāšu darbības var tikt kaut kādā veidā sasaistītas ar indivīdu.

B. Hogans runā par sociālo tīklošanas vietņu profiliem, kas ir asinhrona komunikācija ar auditoriju, jo informācijas apmaiņa nenotiek tūlītēji, pie katra ieraksta profilā vai sociālajā tīklošanas vietnē lietotājs var pavadīt neierobežotu laika daudzumu. Tiek uzskatīts, ka darbības, kuras indivīds veic, un laiks, ko indivīds pavada, domājot par ierakstu otrpus datoram, var tikt dēvēts par aizkulisēm (No E.Gofmaņa dramaturģiskās pieejas), taču tajā pašā laikā, pretēji reālajai dzīvei, lietotājs jau ir iejuties savā lomā un rada tekstu aktuālajai izrādei.

B. Hogans iezīmē, ka viņa aplūkotā izstādes pieeja ir sevis prezentēšana un atspoguļo indivīdu, bet (pretēji E. Gofmaņa pieejai) tai vairs nav nepieciešama auditorija, jo sevis prezentācija ir reproducējama, kopējama un izplatāma bez paša indivīda klātbūtnes (Hogans, 2010, 380), kā arī radāma bez precīzas auditorijas klātbūtnes.

Izstādes pieejā katra indivīda darbība ir uzskatāma par gleznu, tātad izstādes eksponātu; tipiskākā glezna ir lietotāja profils. Arī virtuālās pasaules pētnieks Edvards Kastranova (*Edward Castranova*) skatās uz darbībām virtuālajā vidē kā fiksētām vienībām, uzlūkojot tās kā gleznas. Viņš norāda, ka citi lietotāji neskatās uz gleznām, – viņi ir gleznās iekšā, un tās pat nav gleznas, bet gan scenārijs, kurš mudina cilvēkus spēlēt lomas, kas kļūst par izvērstu un nebeidzamu drāmu (Castranova, 2001, 6).

Zināmā mērā scenāriju idejai piekrist arī Džila Volkere (*Jil Walker*), kura uzsver, ka cilvēks interneta vidē ne tikai sevi prezentē, bet arī rada savu digitālo versiju. Viņa norāda, ka ikviena izvēle, ko izdara lietotājs, ir neliela sevis prezentēšana; svarīgi ir arī tas, vai tiek izmantots īstais vārds vai vārds, kas raksturo personību, vai arī tiek radīta fiktīva persona (Walker, 2005, 2).

Sevis prezentēšana notiek, gan izvēloties lietotājvārdu, gan attēlu, kuru pievienot profilam, gan vēlāk domājot par profila informācijā ievadīto tekstu.

Apkopojot dažādu autoru piedāvātās sevis prezentēšanas darbības sociālajos tīklos, var nonākt pie šāda dalījuma: pamata informācija, kas ietver vārdu, vecumu, dzimumu, iespējams — arī dzīvesvietu; apraksts par sevi, kurā iekļaujama gan paša autora radīta informācija, gan atbildes uz sociālās tīklošanas vietnes jautājumiem – lielākoties tā ir informācija par sevi, hobijiem, darbavietu, mīļākajām grāmatām, ēdieniem, filmām; un vizuālā informācija, kas ir profila attēls, profila lapas noformējums (sk. 1. att.) (Chester & Bretherton, 2007; Walker, 2005 ; Boyd, 2011; Rafaeli, Raban & Kalmana, 2005).



1.att. Sevis prezentāciju veidojošie aspekti.

Aplūkojot sevis prezentāciju digitālajā vidē, ir jāņem vērā digitālās vides specifika, kurā priekšstatu par indivīdu rada vairāku darbību kopums, kā tas ir redzams 1. attēlā. Katrs no minētajiem aspektiem veido indivīda sevis prezentāciju, to nozīmīgums un prioritārā secība ir atkarīga no sociālās tīklošanas vietnes specifikas.

Sociālo tīklu neanonīma vide

Sociālās tīklošanas vietnes pēc savas būtības ir neanonīmas (*nonanonymous*). Šis aspekts ierobežo indivīda iespējas radīt nepatiesu vai uzlabotu identitāti, jo lietotāju tīkla pamatā visbiežāk ir reālās dzīves saites.

Aplūkojot digitālo identitāti sociālo tīklošanas vietņu kontekstā, jāpievērš uzmanība reālās dzīves saišu stiprumam indivīda virtuālajās darbībās, jo, aktīvi dzīvojot gan virtuālajā, gan reālajā dzīvē, pašam indivīdam attiecības starp reālo patiesību un to, kas ir patiesība virtuālajā vidē, veidojas sarežģītas, bieži vien robežām saplūstot. Šo saišu esamība vai neesamība noteiks indivīda simulācijas patiesuma pakāpi. Precīzāk, šo saišu stiprums noteiks spēku samēru termina „patiesa simulācija” (Turkle, 2011) izpratnē – ja saikne ir stipra, tā ir patiesa simulācija, kur uzsvērts sevis prezentēšanas patiesums, atstājot nedaudz vietas simulācijai. Bet, ja saikne ir vāja, tad tā ir patiesa simulācija, kur patiesums iegūst otršķirīgu lomu, piemēram, nodrošinot patiesus pamata faktus, bet pārējo identitāti veidojot no jauna. Abas izpratnes par patiesu simulāciju ir sastopamas sociālās tīklošanas vietnēs.

Interneta servisu nodrošinātāji pieņem, ka viņu lietotāji profila pamatinformācijā norādīs patiesus datus jeb autentiski definēs savu identitāti, tā nodrošinot labākus, nozīmīgākus un uzticamākus kontaktus tīklā (Boyd, 2004, 1). Tomēr aizvien biežāk profilu autentiskums tiek apšaubīts nevis tāpēc, ka lietotājs būtu radījis pilnīgi jaunu identitāti, bet gan tāpēc, ka indivīds vēlējies sevi prezentēt citiem tīkla lietotājiem labāku nekā viņš ir; tāpat jauniešu vidū jo īpaši bieži var tikt norādīts nepatiess vecums, lai piekļūtu plašākam informācijas klāstam.

Runājot par digitālo identitāti, ir svarīgi saprast, ka dators un internets tās konstruēšanā ieņem būtisku lomu, jo bez vides, ko abi iepriekšminētie faktori nodrošina, nebūtu iespējams runāt par digitālās identitātes esamību un iespējām to daudzveidīgi konstruēt.

Tīkla tehnoloģijas organizē informācijas plūsmu un veidu, kā cilvēki apmainās ar informāciju un kā komunicē viens ar otru (Boyd, 2011). Svarīgi saprast, ka tieši sistēmu arhitektūra ir specifiska sociālajiem tīkliem, veido tīklotu sabiedrību un tās kontekstā sabiedrības dalībnieki apzinās savu identitāti un veido sevis prezentāciju. Savukārt indivīds ir tīklotās sabiedrības dalībnieks, kurš ir mainīgs, daudzpusīgs un konstruēts mijiedarbībā ar datoru (Turkle, 1995; Boyd, 2011).

Jāuzsver – ja runa ir par sociālajiem tīkliem, kuru pamatā ir kontaktu uzturēšana ar ne tiešsaistes draugiem, tad mainīt vai radīt jaunu identitāti ir sarežģīti, jo indivīda pazīstamajiem sociālo tīklu dalībniekiem būs jau radies konkrēts priekšstats par indivīdu. Atšķirīgi ir ar sociālajiem medijiem, kuri tikai ietver sociālās tīklošanas aspektu – *Twitter, YouTube, Flickr* –, šajos gadījumos indivīdam ir iespēja veidot pilnīgu jaunu identitāti, mainot un falsificējot jebkuru sevis prezentēšanas aspektu.

Datora un dažādo sistēmu klātbūtne un esamība ir būtisks digitālo identitāti ietekmējošs faktors – D. Boida norāda uz sociālo tīklošanas vietņu sistēmu arhitektūru kā svarīgāko faktoru tīklotās sabiedrības pastāvēšanā, savukārt Š. Turkle skaidro, ka datora iespēja – strādāt ar vairākām programmām vai vietnēm vienlaicīgi – sadala digitālo identitāti vairākās mazākās. Viņa uzsver, ka tieši logi lietotājiem ir kļuvuši par spēcīgu metaforu – domāt par sevi kā par daudzveidīgu, sadalītu sistēmu. Indivīda *es* vairs nespēlē dažādas lomas dažādās vietās un laikos, bet gan ir izveidojies viens decentrēts *es*, kas iejūtas dažādās lomās vienlaicīgi, izveidojot paralēlās dzīves, tātad arī paralēlās identitātes (Turkle, 1995, 14).

Iespēja datorā atvērt vienlaicīgi vairākus logus lietotājam rada iespēju atrasties vairākos kontekstos vienlaicīgi. Dators neatļauj strādāt vairākos logos vienlaicīgi, tāpēc lietotājs darbību var veikt vienā no logiem, taču klātesamība tiek nodrošināta visos atvērtajos logos. Lai veidotos šāda situācija, lietotājam nav nepieciešams atrasties četros dažādos čatos ar dažādām identitātēm: vienkāršs piemērs ir šāds – datora lietotājs *Word* dokumentā raksta mājasdarbu, citā logā viņam ir atvērts vaļā *Draugiem*, notiek sarakste *Skype* un paralēli ir atvērts arī darba e-pasts.

Š. Turkle uzskata, ka „identitāte datorā ir sadalītu klātbūtņu kopsumma” (Turkle, 1995, 11). Šāds apgalvojums ir patiess, bet svarīgi saprast, ka digitālā identitāte turpina eksistēt arī pēc rīklogu aizvēršanas un datora izslēgšanas, tāpēc klātbūtne nav nepieciešams digitālās identitātes pastāvēšanas priekšnoteikums. Bieži vien mūsu virtuālās dzīves uzsāk pašas savu ceļu. Konkrēti, šī darba ietvaros skatoties, lietotājs izveido profilu sociālās tīklošanas vietnēs, kas, kā iepriekš aplūkots, pēc savas uzbūves ir statisks un vairāk kalpo kā informatīva uzziņu lapa par lietotāju, tomēr šajā lapā publicētā informācija ir pieejama citiem lietotājiem, arī pašam indivīdam neesot tiešsaisītē. Attiecīgi tā var tikt papildināta, izmantota un izplatīta tālāk. Piemēram, *Twitter* lietotāja tvīts², var tikt retvītots pēc trīs mēnešiem, tas var tikt citēts, pārveidots, zaudējot sākotnējo saikni ar lietotāju vai, gluži pretēji, jau papildināts ar jaunu informāciju par lietotāju.

Dažādo identitāšu pārvaldīšana

Sociālo tīklošanas vietņu specifika ļauj savienot savas identitātes no dažādām vietnēm un veicina šo procesu. Piemēram, *Twitter* bieži var redzēt saites uz *Youtube* vietni vai *Facebook* — uz *Flickr* fotogrāfijām. Paši servisa nodrošinātāji izstrādā aplikācijas un lietotāja pases, lai palīdzētu lietotājiem sinhronizēt sociālajās tīklošanas vietnēs publicēto informāciju un atvieglotu tīklu pārvaldību. No vienas puses, šāda iespēja lietotājam palīdz sevi prezentēt vienādi visos tīklos, neradot iespēju identitātēm savstarpēji konfliktēt, tādā veidā arī radot vienotu digitālo tēlu jeb dodot iespēju konstruēt vienotu digitālo dzīvesstāstu tiktāl, cik tas attiecas uz sociālajām tīklošanas vietnēm. No otras puses, informācija tiek dublēta, un šai dublēšanai var būt divu veidu negatīvas sekas. Pirmkārt, ja auditorija ir viena un tā pati, tad vienā no tīkliem lietotāja draugi/sekotāji būs noguruši no informācijas dublēšanās, piemēram, *Facebook* savienojot ar *Twitter*, indivīds var izvēlēties nelasīt *Twitter* profilu. Otrkārt, ja auditorijas ir dažādas, tad var rasties problēmsituācijas un dažādo identitāšu pretrunas, piemēram, *Twitter* savienojot ar *Draugiem*, notvītojot par personu, kas nav *Twitter* (tātad šādu tvītu neizlasīs), bet ir draugu lokā otrā tīklā.

Tomēr, koplietojot dažāda veida informāciju par sevi internetā (sasaistot), lietotājs veido savu identitāti, jo koplietojot nozīmē apstiprināt šādas identitātes esamību vai to, kāda veida informācija ir nozīmīga lietotājam (Vorvoreanu, 2010, 482). Un, balstoties uz šādu apgalvojumu, sociālo tīklošanas vietņu profilu sasaistīšana norāda uz indivīda vienoto identitāti un tās pārlicinošu prezentāciju virtuālajā vidē, attiecīgi veidojot vienas identitātes dzīvesstāstu.

Mihaela Vorvoreanu (*Mihaela Vorvoreanu*, 2010, 481) blendētu identitāti skaidro kā identitāti, kur lietotājs izvairās no jebkādas pretrunīgas, divdomīgas informācijas publicēšanas, kas varētu diskreditēt viņu kādas sociālās grupas acīs. Tāpēc nedrīkst aizmirst, ka mūsu digitālajām identitātēm ir „pagarinājumi”, kas var būt indivīda draugi, sekotāji utt., kuri virtuālajā vidē publicēto informāciju var nodot tālāk reālajā dzīvē, kur tā no vienkārša teikuma var izveidot veselu notikumu virkni. Tāpēc, ja tiek runāts par dažādu identitāšu pārvaldīšanu vienas sociālās tīklošanas vietnes ietvaros, jāņem vērā, ka sociālā tīklošanas vietne ir neanonīma vide, kur tā veidojas ap reālās dzīves kontaktiem un tai ir grūti izveidot dažādas identitātes. Tomēr indivīds aizvien biežāk darbojas vairāk nekā vienā tīklošanas vietnē, kas rada jautājumu, vai viņš spēj darboties tā, lai šīs identitātes nebūtu pretrunā viena otrai.

Nensija K. Beima (*Nancy K. Baym*) uzskata, ka digitālie mediji atdala sevi no ķermeņa (fiziskās esamības), veidojot bezķermeņa identitātes, kas eksistē tikai vārdos (Baym, 2010, 105). Līdzīgu domu pauž Kellijs Bodro (*Kelly Boudreau*), kura skaidro, ka doma par daudzām identitātēm rada grūtības nošķirt deviantumu no normas, jo atbilde par spēlēto lomu tiek piesaistīta identitātei, nevis indivīdam (Boudreau, 2007, 20). Tomēr vairums pētnieku uzskata, ka digitālā identitāte ir saistīta ar reālo dzīvi.

Tā Endrjū L. Mendelsons (*Andrew L. Mendelson*) un Zizī Papačarissi (*Zizi Papacharissi*) norāda, ka sevis prezentācija digitālajā vidē kļūst par attīstīšanās ciklu, caur kuru indivīda identitāte tiek prezentēta, salīdzināta, pielāgota vai aizsargāta pret sociālām, kulturālām, ekonomiskām vai politiskām realitātēm (Mendelson & Papacharissi, 2011, 256). Arī Š. Turkle piekrīt, ka „internetā indivīdi var uzbūvēt sevi, izejot caur daudziem *es*”. Viņa uzsver, ka agrāk tik strauja pārvietošanās caur dažādām identitātēm nebija viegli realizējama, indivīdiem bija sociālās lomas un maska, bet ģimene un sabiedrība šādu variēšanu ar identitātēm stingri kontrolēja. Tagad identitāšu dažādība ir pieņemama. Cilvēki identitāti uztver kā lomu kopumu, kas var tikt jauktas un savienotas un kuru dažādās nepieciešamības ir jāuzklausa (Turkle, 195, 178).

Virtuālo pasauli var dēvēt par hibrīdu, kuru veido gan reālās dzīves situācijas, gan tiešsaistes izstādes. Piemēram, bildes no piknika parkā tiek ievietotas lietotāja profilā, kas automātiski kļūst par daļu no lietotāja virtuālās izstādes.

Šī straujā pārvietošanās un lomu jaukšana, pēc Š. Turkles domām, ir izveidojusi dzīvju sajaukumu (*life mix*) – virtuālā dzīve tiek kombinēta ar fizisko, ķermenisko dzīvi (Turkle, 2011, 3145).

Dzīvju sajaukums spilgti izpaužas sociālās tīklošanas vietnēs, kuras, kā iepriekš minēts, ir neanonīmas un kuru saturs tiek veidots, daļēji pamatojoties uz notikumiem un pieredzēm reālajā dzīvē. Indivīds šo informāciju uzlabo sev vēlamajā veidā, kaut vai ar tik vienkāršu darbību, kā ne visu, bet vizuāli pievilcīgāko bilžu publicēšanu.

Indivīda digitālā identitāte ir kopsomma jeb kopums indivīda aktivitātēm interneta vidē. Dažādās aktivitātes var būt pilnībā nesaistītas – daļība virtuālajā spēlē ar segvārdu un oficiālais profils *LinkedIn*. Tomēr daļība vairākās sociālās tīklošanas vietnēs lietotājam liek pievērst uzmanību, vai šī informācija nav pretrunīga.

Aplūkojot digitālo identitāti, svarīgi saprast, ka tās pētniecība digitālajā vidē atšķiras atkarībā no darbības vietas – virtuālās spēles, čata istabas, sociālie tīkli utt. Sociālo tīklošanas vietņu specifika ir to neanonimitāte, un tas ierobežo patiesas digitālās identitātes veidošanu, atrautu no reālās dzīves, tāpēc aktuālāka ir digitālās identitātes pārvaldīšana, veidošana un pielabošana, padarot to līdzīgu vēlamajai identitātei. Sociālās tīklošanas vietnēs blakus pastāv reālā un virtuālā identitāte, un lietotājam, nodrošinot saturu no reālās dzīves, lai uzlabotu virtuālo dzīvi, veidojas dzīvju sajaukumus.

Par dzīvju sajaukumu var runāt ne tikai kā par virtuālās un fiziskās dzīves sajaukumu, bet arī par dažādo digitālo identitāšu dzīvju sajaukumu sociālās tīklošanas vietnēs. Līdz ar to digitālā dzīvesstāsta pamatā ir dzīvju sajaukuma prezentācija, jo katrā vietnē prezentācija norisinās atsevišķi, bet iespējamās pārvietošanās un lomu jaukšanas dēļ dažādās prezentācijas, lomas no atšķirīgām vietnēm veidojas savstarpēji saistītas. Rezultātā var runāt par vienotu, iespējams, neapzināti veidotu, digitālo dzīvesstāstu.

Sevis prezentēšana ir galvenais sociālās tīklošanas vietnes identitātes veidošanas aspekts, kuru ietekmē sistēmas arhitektūra un iedomātā auditorija.

Pētījuma dizains

Pētījums tika veikts trīs daļās, izmantojot anketēšanu, kvalitatīvo kontentanalīzi un salīdzinošās gadījuma studijas.

Darba ietvaros tika izveidota tīmekļa anketa mājaslapā www.visidati.lv. Izlase tika veidota pēc sniega bumbas principa jeb 2.0 versijas par sniega bumbas izlasi, kas ir piemērs tiešsaistes virālajai izlasei. No vienas puses, darbā izmantojot virālo izlasi, tika ierobežots respondentu loks, jo saite uz anketu tika ievietota trīs sociālās tīklošanas vietnēs – *Draugiem*, *Facebook* un *Twitter*, un pavadošajā tekstā tika lūgts šo informāciju nodot tālāk. Tomēr anketa mērķis bija noskaidrot, kādas un cik daudz sociālās tīklošanas vietnes indivīdi izmanto, un uzzināt viņu uzvedību tajās, līdz ar to, izvēloties anketēšanu veikt sociālajās tīklošanas vietnēs, tika iegūta nepieciešamā izlase – sociālo tīklošanas vietņu lietotāji. Par ģenerālkopumu tika ņemti Latvijas sociālo tīklošanas vietņu lietotāji, par izlases rāmi tika izvēlēti trīs jau nosaukto sociālās tīklošanas vietņu lietotāji, vecumā no 20 līdz 29 gadiem. Tādā veidā tika iegūti 523 respondenti, no kuriem 223 bija vīrieši un 300 sievietes.

Pēdējā anketa punktā respondentiem tika lūgts atstāt savas koordinātes, ja viņi ir ar mieru piedalīties tālākā pētījumā. No atstātajiem kontaktiem prasībai par trīs tīklu lietošanu atbilda 51 indivīds, kuru profili tika pakļauti kontentanalīzei.

Pamatojoties uz sociālo tīklošanas vietņu kopīgajām un atšķirīgajām iezīmēm, katram tīklam tika izstrādātas kontentanalīzes kategorijas, kuras tika apvienotas kodēšanas grāmatā.

Kategorijas tika izveidotas, balstoties uz profila pirmajā lapā pieejamo informāciju (profila priekšskatījumu).

Tika izveidotas trīs veidu kategorijas:

- Jā/Nē kategorijas, kuru mērķis bija noskaidrot, vai šāda veida aspekts ir iekļauts indivīda sevis prezentācijā;
- Skaitliskās kategorijas, kuras parāda, cik plaši lietotājs sevi prezentē konkrētajā laukā (vārdu skaits), cik sekotāju, draugu utt.
- Saturiskās kategorijas, kurās definētas tēmas, par kurām lietotājs runā.

Indivīdu profili tika saglabāti MHTML formātā, kas atļauj saglabāt HTML failus to oriģinālajā veidā, tā nodrošinot, ka informācija nemainīsies. Attiecīgi katram profilam tika saglabāta profila pirmā lapa (*Facebook* gadījumā arī lapa zem saites "Informācija") un fiksētas darbības viena mēneša laikā (2011. gada 1.–30. aprīlis). Kopā tika aplūkots 51 indivīds un nokodēti 119 profili.

Anketēšana palīdzēja palūkoties uz sociālo tīklošanas vietņu lietojumu un lietotāju viedokli par sevis prezentēšanu, kamēr kvalitatīvā kontentanalīze ļāva konstatēt sevis prezentēšanas veidu un tās apjomus. Salīdzinot šīs studijas deva iespēju salīdzināt kontentanalīzē aplūkoto lietotāju sevis prezentācijas.

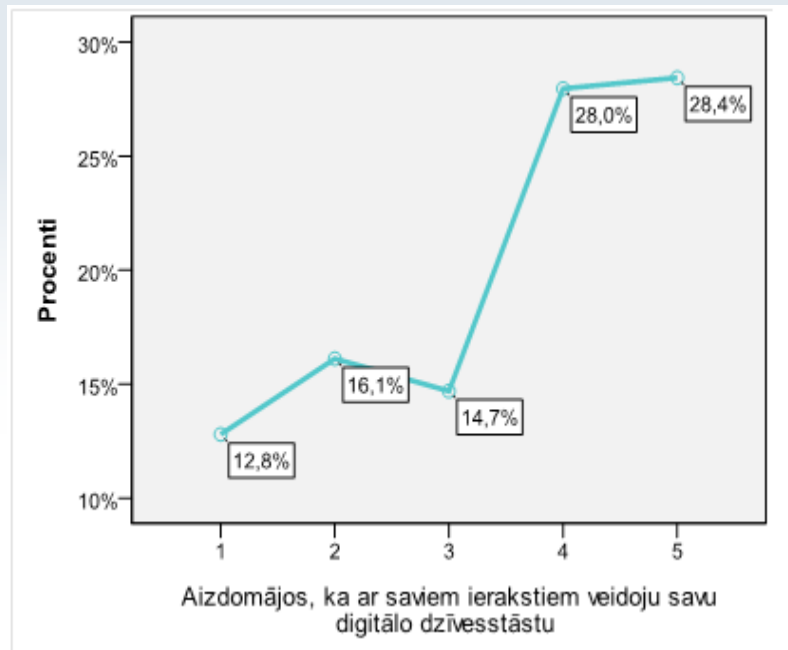
Anketēšanas rezultāti

Balstoties uz teorijā aplūkoto literatūru, sevis prezentēšana sociālajos tīklos ir katra indivīda darbība – gan vārda izvēle (kādi burti lietoti, saīsinājumi), gan draugu bildes aplūkošana (skatījums parādās drauga statistikā), gan foto pievienošana, tomēr ne vienmēr var runāt par apzinātu sevis prezentēšanu. No vienas puses, indivīdi sociālo tīklu lietošanu uztver kā ikdienišķu darbību, nepievēršot uzmanību, kas parādās viņu profila informācijā, no otras puses, indivīdi rūpējas par savu tēlu interneta vidē, par piemēru minot rūpīgu profila fotogrāfijas izvēli.

Anketā tika izstrādāti 14 jautājumi, kuros respondentiem bija jāizvēlas atbilstošākais variants un jānovērtē konkrēti apgalvojumi skalā no 1 līdz 5 (ar 1 apzīmējot „nemaz nepiekrītu” un 5 – „pilnībā piekrītu”).

Anketēšanas rezultāti ļāva secināt, ka lietotāji rūpīgi pārdomā sevis prezentāciju interneta vidē un publicējamo informāciju; tajā pašā laikā viņi neapzinās prezentētās informācijas publicitātes līmeni – pieejamību un izmantojamību bez indivīda ziņas.

Svarīgi, ka vairāk nekā puse respondentu, veidojot digitālo saturu, apzinās, ka viņu ievadītā informācija veidos daļu no viņa digitālā dzīvesstāsta. 5.8. attēlā redzamā situācija ir labi saskatāma atbildēs uz visiem anketas jautājumiem, jo, kā iepriekš minēts, digitālo dzīvesstāstu veido daudzas un dažādas indivīda darbības virtuālajā vidē, tādēļ svarīgi bija uzzināt, cik rūpīgi indivīdi pārdomā sevis prezentāciju sociālajos tīklos.



2. att. Attieksme pret digitālā dzīvesstāsta esamību (% no respondentu skaita, kur 5 – pilnībā piekrītu, 1 – pilnībā nepiekrītu).

Anketēšanā salīdzinoši augstais rādītājs (vidējais aritmētiskais=3,73) jautājumā par informācijas pārbaudīšanu internetā liek pieminēt svarīgu indivīda darbību, kuras veikšanu indivīds nepamatoti noliedz.

Viena no informācijas pārbaudīšanas iespējām ir *gūglēšana*, kuru var saukt arī par personas identitātes meklēšanu. Ja tiek meklēts savs vārds – respektīvi *iegūglēts* paša indivīda vārds un uzvārds, tas tiek saukts par *ego sērfinģu* (*ego surfing*) jeb moderno ieskatīšanos spogulī. *Ego sērfinģam* piemīt negatīva konotācija (Rafaeli et al., 2005, 64), lielākoties saistīta ar indivīda tīksmināšanos par savu digitālās identitātes „atpulgu” *Google* meklēšanas rezultātu joslā.

Ego sērfinģis ir būtisks solis, lai novērtētu, kas nepieciešams, lai uzlabotu sevis prezentēšanu internetā. Tas palīdz kontrolēt digitālā dzīvesstāsta veidošanos, savlaicīgi konstatējot nepatīšanas vai nevēlamas informācijas nokļūšanu plašākas sabiedrības redzeslokā.

Aplūkojot ar sevis prezentēšanu saistītos izteikumus, var konstatēt, ka indivīdi tai pievērš salīdzinoši lielu uzmanību. Piemēram, 78% aptaujāto (vērtējums 4 un 5) atzina, ka domā, kā viņu profils izskatīsies no malas. Bet 89% (vērtējums 4 un 5) atzina, ka vienmēr piedomā, ko publicē sociālajos tīklos. No kā var secināt, ka respondenti domā par savām darbībām sociālajos tīklos un cenšas sevi prezentēt tā, lai informācija viņus neietekmētu negatīvi.

Runājot par informācijas prezentēšanu sev vēlamā veidā, aktuāls ir jautājums, vai prezentētā informācija neatšķiras no patiesās/reālās dzīves informācijas, tādā veidā radot nepatīšanu priekšstatu par sevi vai pat viltus identitāti.

Anketēšanā iegūtā informācija sniedza vispārēju ieskatu sociālo tīklu lietošanā un sevis prezentācijā, tomēr, lai iegūtu padziļinātu izpratni, tika aplūkoti konkrētu lietotāju profili dažādās sociālās tīklošanas vietnēs – balstoties uz anketā iegūto informāciju, tika izvēlētas trīs sociālās tīklošanas vietnes, uz kuru sistēmu arhitektūru balstoties, tika izstrādātas kategorijas kontentanalīzei.

Sevis prezentēšanas tipi un identitātes

Sociālās tīklošanas vietnes profils ir veidots tā, lai lietotājs varētu sevi prezentēt gan vizuālā, gan tekstuālā veidā. Pamatojoties kontentanalīzes rezultātos par sevis prezentācijas materiāla nodrošināšanu, šie divi veidi ir ļoti labi konstatējami lietotāju sevis prezentācijās:

Vizuālais, kuram sevis prezentēšanu veido daudz attēlu. Pirmkārt, tā ir profila bilde, kura ir piemēklēta, lai labāk raksturotu lietotāju, – attiecīgi, ja lietotājs sevi prezentē kā radošu cilvēku, tad profila attēls būs abstrakts vai māksliniecisks, ja kā draugu, tad profila attēls būs kopā ar draugiem. Otrkārt, tas ir attēlu daudzums sevis prezentēšanā. Nav svarīgi, vai tās ir lietotāja privātās bildes vai informatīvi grafiki, vai asprātīgas karikatūras, vizuālās informācijas daudzums ir liels, piemēram, *Draugiem* galerijas vai *Facebook* pievienotās bildes. Treškārt, lietotājs ir personalizējis sava profila vizuālo noformējumu.

Otrs lietotāju veids ir tekstuālais, kurš tekstu izmanto kā galveno sevis prezentēšanas instrumentu. Sevis prezentēšanu veido vienkārši paplašināti un salikti teikumi. Pirmkārt, tie ir teksta lauki, kurus lietotājam iespējams aizpildīt pašam. Tie tiek veidoti kā nelieli aprakstoši gabaliņi, saistītā tekstā. Otrkārt, tā ir publicējamā informācija (*Facebook* un *Twitter* gadījumā), kura ir plaša un pārdomāta.

Var runāt par jaukto lietotāju, kurš abiem veidiem pievērš vienlīdz lielu uzmanību, tomēr, aplūkojot profilus, varēja secināt, ka diezgan izteikti ir novērojamas galējības, piemēram, *Twitter* vizuālais lietotājs, kurš ir personalizējis fona attēlu un izmainījis burtu, hipersaišu krāsu, pieskaņojot to fona attēlam, kā arī ir piemēklējis profila bildi, kas pastiprina fona radīto priekšstatu par lietotāju, vai *Draugiem* tekstuālais lietotājs, kurš katrā no aizpildāmajiem teksta logiem ir nodrošinājis plašu informāciju, detalizēti aprakstot prasīto informāciju.

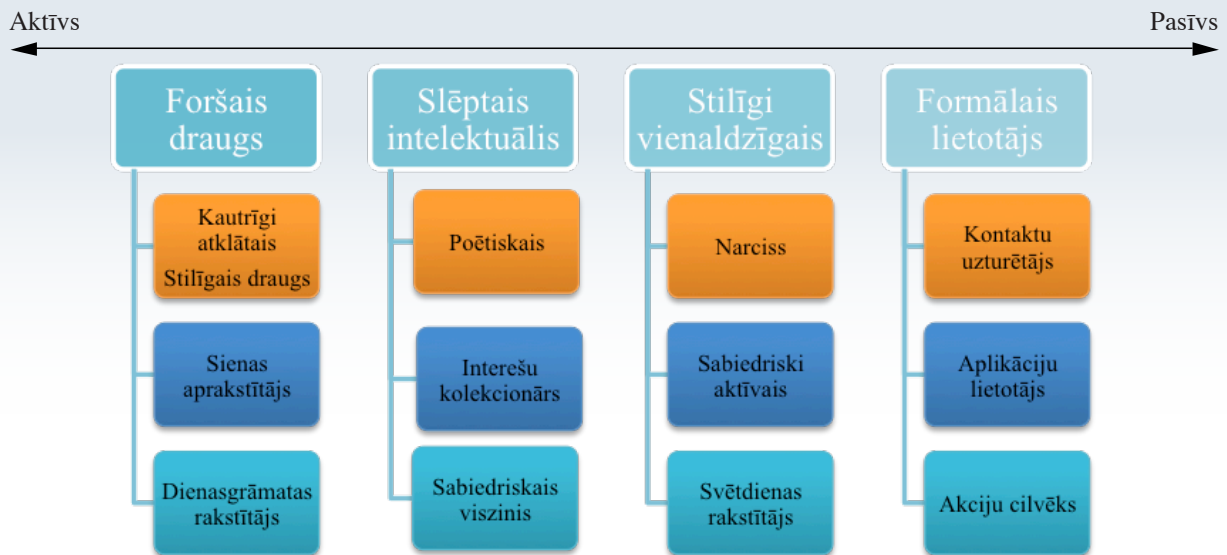
Katrā kontentanalīzē aplūkotajām sociālās tīklošanas vietnēm var konstatēt specifiku, kas ietekmē lietotāja prezentāciju. Piemēram, *Draugiem* sevis prezentācija veidojas no vairākām sadaļām – tekstuālās informācijas, kura ir sniegta fiksētajos laukos, galeriju, dienasgrāmatu un draugu daudzuma, kā arī no profila bildes. Savukārt, *Facebook* sevis prezentācija veidojas divās lapās – pirmajā, kurā ir paša vai citu lietotāju ieraksti un fiksētas darbības, otrajā, kurā ir teksta lauki, kas aizpildāmi par lietotāja interesēm. Svarīgi, ka informācija šajos laukos automātiski pārvēršas saitē, tā aizvedot lietotāju uz konkrētās intereses *Facebook* lapu, kur lietotājs var sastapt līdzīgi domājošos.

Twitter vietnes prezentācija pamatā vērsta uz tekstuālo informāciju un, kā jau iepriekš aplūkots, tā ir mikrologošanas vietne, kamēr abi pārējie ir sociālie tīkli. Šī iemesla dēļ *Twitter* nav statiska profila (izņemot trīs fiksētos laukus – *Atrašanās vieta*, *Mājas lapa*, *Bio*), tāpēc arī prezentācija vairāk veidojas uz tvītos aplūkotajām tēmām un komunikācijas ar citiem vietnes lietotājiem. Lietotāja profila fons vai bilde ir otršķirīgs faktors, tāpēc svarīgākie lietotāju tipu veidojošie faktori ir tvītu daudzums, tvītu veidi, tvītošanas biežums un informācija tvītos.

Nekoncentrējoties uz dominējošo sevis prezentācijas informācijas veidu, bet aplūkojot lietotāju sevis prezentāciju profilos kopumā, pētītajās sociālās tīklošanas vietnēs tika konstatēti četrus veidu sevis prezentēšanas stili – SpT1 (*Foršais draugs*), SpT2 (*Slēptais intelektuālis*), SpT3 (*Stilīgi vienaldzīgais*) un SpT4 (*Formālais lietotājs*).

Stili tika izveidoti, pamatojoties šādās kategorijās: lietotāja publicētais informācijas daudzums (cik aizpildīti lauki, cik plaši aprakstīti), informācijas veids (video, bildes, hipersaites, redzama komunikācija ar citiem vietnes dalībniekiem), saturs (ar kādu jomu ir saistīts publicējamais saturs – sk. 2. pielikuma kategorijas) un aktivitātes (cik daudz un cik biežas darbības tiek veiktas). Vienkāršāk, stili tika noteikti, balstoties uz lietotāju aktivitāti un pasivitāti, iesaistītību tīklā, kā arī nosakot, uz ko vērsta lietotāja komunikācija (intrapersonāla, interpersonāla vai grupu). Attiecīgi katram tipam ir raksturīgās pazīmes, pēc kurām tos var identificēt sociālās tīklošanas

vietnēs. Bet, pamatojoties sevis prezentācijas tipos, vietnes mērķī un sistēmas arhitektūrā, var izdalīt specifiskas, konkrētajai tīklošanas vietai raksturīgas lietotāja identitātes. Apkopojumu var aplūkot 3. attēlā, bet tālāk seko sīkāks skaidrojums, identificējot gan sevis prezentācijas tipu, gan identitāti katrā no sociālās tīklošanas vietnēm.



3. att. Lietotāju sevis prezentēšanas tipi un identitātes.

Jāmin, ka gan sevis prezentācijas tipu, gan identitāšu veidu nosaukumi ir apzināti veidoti, balstoties uz stereotipiem, un tajos ietvertie vārdu savienojumi ir vairāk žargons nekā akadēmiskā valoda. Šāda vārdu savienojumu izvēle saistīta ar sociālās tīklošanas vietņu komunikāciju, kas ir neformāla, nepiespiesta un sadzīviska. Darbā tālāk tiks izmantoti apzīmējumi SpT1, SpT2, SpT3, SpT4. Lai labāk saprastu tipa īpatnības, iepazīstinot ar katru no stiliem, tiks piedāvāts arī sarunvalodas nosaukums. Kā iepriekš minēts, tipi ir attiecināmi uz visām sociālās tīklošanas vietnēm, bet katrā no tām indivīdam ir sava identitāte, saglabājot tipa kopīgo tendenci, taču vairāk uzsverot vietnes īpatnības un tās ietekmi identitātes veidošanā.

SpT1 – Foršais draugs – sevis prezentēšana tiek veidota atvērta, informācija tiek nodrošināta plašā apmērā, un tā ir diezgan personiska. Šāds lietotājs savā prezentācijā iekļauj dažādus saīsinājumus, vārdu savienojumus, attēlus un aprakstus, kas ir saprotami konkrētam cilvēku lokam, tā norādot uz savu piederību tam. Foršais draugs ir aktīvs lietotājs un ne vien nodrošina aizpildītus teksta laukus, bet arī izmanto citas iespējas – galeriju veidošanu, aplikāciju izmantošanu, iesaistīšanos domubiedru grupās. Komunikācija norisinās arī ar citiem vietnes dalībniekiem, piemēram, *Facebook* rakstot uz citu lietotāju sienas, *Twitter* sarakstoties ar kādu (tiek izmantots @ simbols) vai *Draugiem* aktīvi komentējot galerijas un dienasgrāmatas. Lietotājs rada priekšstatu, ka ir sabiedriska un aktīvs.

SpT2 – Slēptais intelektuālis – sevis prezentēšana tiek veidota it kā atturīgi, tiek uzsvērts atšķirīgums no pārējiem, tiek pausta interese par klasiskām vērtībām (klausos Čaikovski, lasu „Karš un miers”) vai aktualitātēm. Šāds lietotājs vairās slavēt populāro kultūru, cenšoties radīt iespaidu, ka ir individuālists ar izteiktu gaumi un plašām zināšanām. SpT2 ir svarīgi paust savu viedokli, un šis lietotājs ne vienmēr meklē komunikāciju ar citiem tīkla lietotājiem. Plaši izmanto citātus no grāmatām vai dziesmu tekstiem. SpT2 prezentāciju var iedalīt divās daļās: pirmkārt, viena prezentācija ir patiesā simulācija, kur lietotājs ir intelektuālis un virtuālā vide tiek izmantota, lai paustu savas domas, par kurām reālajā dzīvē viņš jūtas neērti vai nepārliecināti komunicēt. Otrkārt, patiesās simulācijas gadījumā indivīds cenšas radīt intelektuāļa tēlu, publicējot informāciju,

kas sabiedrībā *skaitās* prestiža. Pirmo no otrā var atšķirt, pievēršot uzmanību tekstam, jo otrs publicē standarta citātus, virspusēju informāciju un detaļās neiedziļinās, kamēr pirmais atsaucas uz mazpazīstamām grupām, īpašiem, lietotāju raksturojošiem citātiem utt. Abiem tipiēm ir raksturīga publicējamās informācijas pārbaudīšana un īpašas uzmanības pievēršana prezentācijai.

SpT3 – Stilīgi vienaldzīgais – lietotāja sevis prezentācija ir salīdzinoši pasīva, lietotājs vietnē parādās katru dienu, tomēr saturu atjaunina vai nodrošina reti, tā citiem parādot savu neienteresētību un distancēšanos no virtuālās vides; tajā pašā laikā viņš aktīvi seko līdzī jaunumiem un ir informēts par visu. Lietotāja fiksētā informācija ir salīdzinoši īsa, parasti daži nesaistīti vārdi, kas raksturo lietotāju. Piemēram, *Draugiem* sadaļā *Par mani* – „šokolāde, smiekli, ceriņi”. SpT3 sevis prezentācijas mērķis ir parādīt, ka lietotājam nerūp virtuālā dzīve, tā tiek uzturēta tikai pašam nepieciešamākajam, tomēr vienlaikus ir svarīgi, ka lietotājs ir konkrētajā vietnē. Piemēram, *Twitter* vietnē ierakstu skaits ir ļoti mazs un neregulārs, bet lietotājam ir profils *Twitter* un viņš seko līdzī aktualitātēm. Komunikācija ar citiem vietnes dalībniekiem nav aktīva.

SpT4 – Formālais lietotājs – sevis prezentēšana ir vienkārša un ļoti minimāla, tiek aizpildīti obligātie lauki, bet netiek pievērta īpaša uzmanība detaļām. Katrā no vietnēm lietotājs ir, lai saņemtu konkrētu mērķi. Vietņu apmeklējums ir regulārs, tomēr aktivitātes ir pasīvas un vērstas uz konkrētu vajadzību apmierināšanu.

Visos trīs tīklos ir **SpTv** – Vidējais lietotājs –, kura prezentācija veidojas, pamatojoties visās tīklošanas vietņu piedāvātajās iespējās, tomēr saturs nav tendēts uz kādu no īpašo lietotāju profiliem, bet gan var ietvert sevī daļas no pārējiem. Vidējā lietotāja aktivitāte ir konstanta, sevis prezentācija neitrāla, ieņemot formāli draudzīgu stilu.

Kā redzams 3. attēlā, piedāvātos sevis prezentācijas tipus var klasificēt divās grupās – aktīvie un pasīvie lietotāji. Šāda klasifikācija ļauj analīzes materiālu sadalīt lielākās grupās, kuru ietvaros iespējams identificēt, vai prezentācijas līmenis ir vienlīdz aktīvs visos lietotāja pārstāvētajos tīklos, tālāk jau iedziļinoties konkrētos gadījumos.

Nedaudz detalizētāk pievēršoties sevis prezentācijas īpatnībām katrā no tīkliem, jānorāda, ka *Draugiem* reālās dzīves saites ir visciešākās, tāpēc arī sevis prezentācija ir aktīvāka. Savukārt, pirms runāt par konkrētiem lietotāju sevis prezentācijas tipiēm *Facebook*, vispirms jāiedala atsevišķas lietotāju grupas, par kritēriju izvēloties mērķi, kāpēc viņi tur atrodas – vai tā būtu regulāra komunikācija (bieži *Sienas* ieraksti, daudz galeriju, bilžu, aktīvs visās jomās), vai arī komunikācijas uzturēšana ar ārzemju draugiem, paziņām. Atkarībā no šī mērķa arī veidojas aktīvāka vai pasīvāka sevis prezentācija. Svarīgi atcerēties, ka *Facebook* nav galvenais sociālais tīkls Latvijā, tāpēc visbiežāk tas kalpo otrajam mērķim, tādā veidā arī samazinot aktivitāti un it kā radot iespaidu par *mirušiem* profiliem.

Svarīgi, ka *Facebook* pirmais iespaids rodas no pirmās lapas, kurā ir atrodams ļoti maz fiksēto lauku informācijas, un sevis prezentāciju veido *Sienas* ieraksti. Profila informācijas fiksēto lauku aizpildīšana norisinās, arī pašam lietotājam tos neaizpildot, piemēram, lietotājam nospiežot „Man patīk” kādā *Facebook* lapā, šī lapa automātiski nokļūst lietotāja profilā un tiek sargrupēta pēc tēmas. Piemēram, nospiežot „Man patīk” uz Rīgas *Dinamo* lapas, lietotāja profilā Rīgas *Dinamo* parādās sadaļā *Sports*, lai gan lietotājs pats šajā laukā neko nav rakstījis.

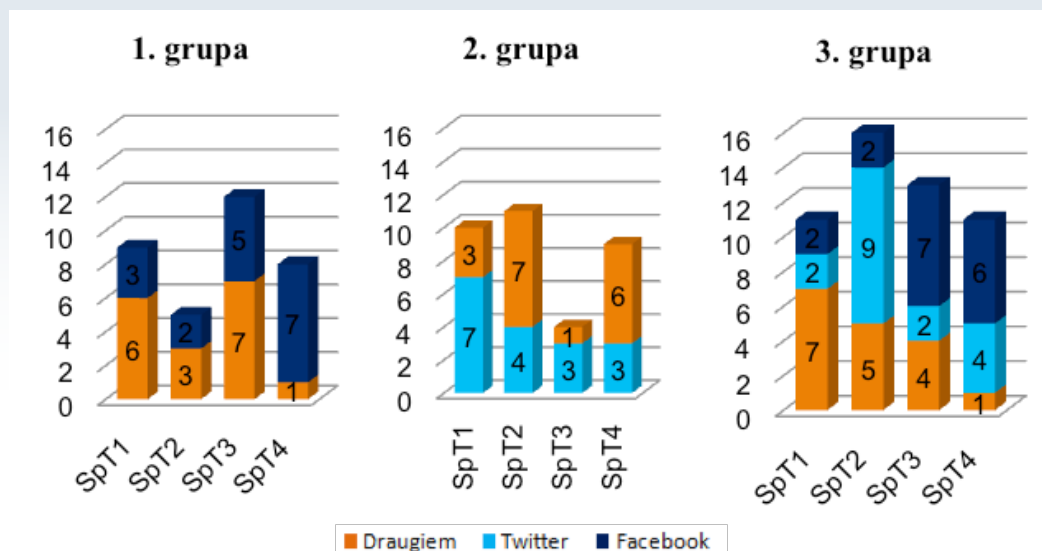
Runājot par *Facebook* identitātēm, jāatceras, ka šī komunikācija jeb ieraksti ir saraustīti, spontāni. Tāpat būtisks sevis prezentācijas aspekts Latvijas lietotājiem ir lietojamās valodas izvēle. Ja citās valstīs, piemēram, Vācijā vai Polijā *Facebook* ir galvenais sociālais tīkls, kurā veidojas pamata lietotāju bāze, tad Latvijā šis pamats ir *Draugiem*, un *Facebook* funkcionē kā papildinājums saziņai ar draugiem ārzemēs. Līdz ar to rodas jautājums – ja ar latviešu draugiem lietotājs komunicē *Draugiem* un ar ārzemju paziņām – *Facebook*, tad vai *Facebook* vajadzētu rakstīt tikai angļu valodā? Bieži vien kādu ierakstu komentē kāds latviešu draugs, un tad rodas situācija, ka ierakstu angļu valodā komentē latvietis angļu valodā, lai gan varētu to komentēt arī latviešu valodā.

Gan valodas, gan sava globālā statusa dēļ *Facebook* ir vieta, kurā notiek identitāšu cīņa – latviskā identitāte satiekas ar globālo pilsoni. No vienas puses, lietotājs vēlas parādīt savu piederību Latvijai un lepojas ar savu valsti, no otras, lai iekļautos kopējā globālā vidē, ierakstus veido maksimāli saprotamus citiem. Piemēram, lietotājs nerakstīs par *UgunsGrēku*, bet gan drīzāk par *CSI*, kas ir starptautiski zināms seriāls. Latviskās un globālās identitātes saplūšana labi vērojama Latvijai nozīmīgos brīžos – 18. novembrī, pasaules mēroga sporta notikumu laikā, kad lietotāji no Latvijas reklamē savu valsti internacionālā vidē, piemēram, ievietojot grupas Prāta Vētra dziesmu *Welcome to My Country*.

Kā iepriekš aplūkots, var izšķirt četrus sevis prezentācijas tipus, kas veidoti, balstoties uz informācijas daudzumu, saturu un veidu. Sevis prezentācijas tipu identificēšanai svarīgi saprast, ka interneta vidē lietotāji sevis prezentāciju veido atbilstoši paša izvirzītajam mērķim konkrētajā vidē. Darbā aplūkoto sociālo tīklošanas vietņu vispārīgais mērķis ir nodrošināt komunikāciju ar reālās dzīves indivīdiem digitālā vidē. Šī iemesla dēļ sevis prezentācijas tipus var identificēt visās trijās sociālās tīklošanas vietnēs, taču jāpievērš uzmanība faktam, ka katras sociālās tīklošanas vietnes specifiskais mērķis ir atšķirīgs, tāpēc identitāte katrā vietnē veidojas specifiska tās mērķim, auditorijai, aktivitātēm un sistēmas arhitektūrai. Šāds sevis prezentācijas tipu dalījums ļauj izvērtēt lietotāja iesaistītību konkrētajā vietnē.

Lietotāju profili kontentanalīzei tika atlasīti, vadoties pēc sociālās tīklošanas vietnēm, kuras indivīds lieto. Rezultātā tika iegūtas trīs grupas: 1. grupa – indivīdi, kas lieto *Draugiem* un *Facebook*; 2. grupa – indivīdi, kas izmanto gan *Draugiem*, gan *Twitter*; 3. grupa – indivīdi, kas lieto visas trīs vietnes. Mērķis bija noskaidrot, vai pastāv atšķirība starp sevis prezentāciju dažādās vietnēs. Tā kā iepriekšējā apakšnodalījā tika raksturoti sevis prezentācijas tipi (sk. 3.att.), visi kontentanalīzē aplūkotie lietotāju profili tika klasificēti pēc tādas pašas tipoloģijas. Svarīgi, atcerēties, ka SpT1 un SpT2 ir salīdzinoši aktīvas sevis prezentācijas, kamēr SpT3 un SpT4 – pasīvas. Par SpT4 var runāt kā par formālu esamību tīklošanas vietnē, kur lietotājs nepievērš uzmanību sevis prezentācijai. Savukārt pārējos trīs tipos sevis prezentācija ir aktīvāka. Jāuzsver, ka katra tipa gadījumā ir jāatceras tā specifika: SpT1 – augsta iesaistītība sociālajā tīklošanas vietnē, daudz darbību, aktīva komunikācija gan ar citiem tīkla lietotājiem, gan vienpersoniski ziņojumi; SpT2 – ļoti pārdomāta sevis prezentācija, tendēta uz sevis izrādīšanu konkrētai grupai; SpT3 – sevis prezentācijai tiek nodrošināta minimāla informācija, iesaistītības līmenis ir zems, tomēr lietotājs ir salīdzinoši biežs vietnes apmeklētājs.

4. attēlā var redzēt, kā katrā no trim grupām konkrētajās sociālās tīklošanas vietnēs sadalās sevis prezentācijas tipi.



4. att. Sevis prezentācijas tipu sadalījums pa grupām (indivīdu skaits).

Redzams, ka sevis prezentācija ir atšķirīga grupu ietvaros, neviens tips nav vienlīdz daudz lietots abos vai visos tīklos. Šāda aina ļauj secināt, ka lietotājs dažādos tīklos izvēlas dažādas sevis prezentācijas stratēģijas. Detalizētāks tipu sajaukums tiks aplūkots tālāk.

Tajā pašā laikā 4. attēls ļauj konstatēt biežākos sevis prezentācijas tipus konkrētās vietnēs. Piemēram, 39% gadījumu (20 no 51 lietotāja) *Draugiem* lietotāji sevi prezentē kā SpT1, bet *Facebook* visbiežāk lietotais sevis prezentācijas tips ir SpT4, kuru izvēlas 54% gadījumu (13 no 24 lietotājiem). *Twitter* 75% dominē SpT2 (18 no 24 lietotājiem).

Atšķirīgo sevis prezentācijas tipu dominante sociālās tīklošanas vietnēs norāda uz iepriekš minēto tīklu lietošanas mērķu atšķirību. *Draugiem*, kā iepriekš norādīts, ir galvenais jeb pamata sociālais tīkls Latvijā, kurš kalpo komunikācijas uzturēšanai ar bijušajiem un esošajiem draugiem, kolēģiem, tāpēc lietotājs sevi prezentē aktīvi, uzsverot vienkāršumu un pieejamību, kā arī neaizmirstot veidot savu tēlu tā, lai tas izskatītos atraktīvs citu lietotāju acīs.

Facebook ir otrs populārākais sociālais tīkls Latvijā, un daļība tajā ir vairāk formāla. Par to liecina arī fakts, ka otrs biežākais sevis prezentācijas stils ir SpT3 50% (12 no 24 lietotājiem). Prezentācija ir pasīva, *Facebook* tiek izmantots tādēļ, lai būtu profils *Facebook*, vai arī tas kalpo komunikācijai ar ārzemju draugiem, sevis prezentāciju atstājot novārtā un koncentrējoties uz privātu komunikāciju, piemēram, vēstulēm. Izņēmums ir gadījumā, ja lietotājs dzīvo ārzemēs, – tad šī prezentācija ir aktīva un ir vērsta uz ārzemju paziņām un draugiem. No 37 profiliem 8 indivīdi atradās ārzemēs, un, pretēji pārējiem lietotājiem, viņiem bija vairāk veiktu darbību, un arī vairāk cilvēku, kas raksta uz viņu *Sienas*.

Twitter gadījumā SpT2 sevis prezentēšana ir jāsaieta ar *Twitter* kopienu, kura ir izveidojusies kā erudīta, spriestspējīga un intelektuāla sabiedrība. Tās pamatā ir sabiedrības intelektuāļu koncentrācija *Twitter* – rakstnieki, mūziķi, politologi, komunikācijas speciālisti – lielākoties radošo profesiju pārstāvji, kuri ar savu kvalitatīvo un pārdomāto komunikāciju virza arī pārējo *Twitter* lietotāju sevis prezentāciju. Nenoliedzami, ne visi lietotāji ietekmējas no šīs grupas, tomēr tā *Twitter* lietotāju daļa, kas vēlas tikt atzīti šajā intelektuāļu kopienā un, piemēram, iesaistīties diskusijās ar Jurģi Liepnieku, Martu Krivadi vai Artūru Medni, pielāgo savu prezentāciju tā, lai izskatītos šīs grupas cienīgi.

Draugiem vs Facebook

Pirms pievērsties konkrētiem vienojošiem un atšķirīgiem faktoriem *Facebook* un *Draugiem* lietotāju sevis prezentācijā, ir svarīgi atcerēties, ka abi tīkli ir gandrīz vienādi pēc to mērķiem. Gan *Facebook*, gan *Draugiem* ir sociālais tīkls bez šaurākas specifikācijas, to pamatā ir lietotāja profils, ap kuru veidojas lietotāja konkrētā tīkla pasaule. Šeit arī jānorāda, ka interneta lietotāji neizvēlas lietot vienādus servīsus, kuru funkcijas ir tādas pašas vai līdzīgas. Tomēr, veicot lietotāju profilu kontentanalīzi, varēja konstatēt interesantu aspektu – *Facebook* draugi ir tie paši, kas *Draugiem*. Tas nozīmē, ka kaut kādā mērā lietotāji un to tīkli pārklājas, *Facebook* papildus nodrošinot lielāku un atšķirīgu ārzemju draugu loku.

Šis aspekts arī zināmā mērā ierobežo lietotāja atšķirīgas un konfrontējošas identitātes abos tīklos, jo lietotāju veidotā prezentācija vienā tīklā var tikt salīdzināta ar prezentāciju otrā, bet tas nenozīmē, ka vienā vai otrā tīklā nevar būt atklātāka un aktīvāka sevis prezentācija.

Atšķirības abu tīklu lietotāju identitātēs un sevis prezentācijā saistās ar tēlu, kādu lietotājs ir radījis savai *Facebook* auditorijai. Lietotāja galerijās bieži novērojamas fotogrāfijas no iepriekšējiem gadiem, kur pats lietotājs ir ārzemēs vai ar ārzemju draugiem, tādā veidā it kā atstājot liecības no savas pagātnes un *Facebook* uzturot šo ārzemju identitāti. Indivīdi, kuri uz pētījuma laiku informācijā par sevi *Facebook* bija norādījuši atrašanās vietu ārpus Latvijas, bija aktīvāki komunikācijā, viņiem bija vairāk ierakstu uz *Sienas*, aktīvāka komentēšana utt. To ir viegli

skaidrot ar situāciju, ka lietotājs, kurš atrodas Latvijā, vairs aktīvi nepiedalās savu ārzemju draugu ikdienā, bet ar latviešu draugiem viņš komunicē *Draugiem*; līdz ar to, lai nedublētu saturu, lietotājs izvēlas būt pasīvs *Facebook* lietotājs.

Runājot par konkrētiem aspektiem, *Facebook* sistēmas arhitektūra ļauj lietotājam precīzāk un sistematizētāk atainot savas intereses, kuras *Draugiem* nav tik viegli uztveramas un fiksējamas. Savukārt *Draugiem* profils plašāk atklāj lietotāja personību, kamēr *Facebook Siena* visbiežāk prezentē lietotāju kā nevīžīgu pret savu *Facebook* tēlu – veci ieraksti, automātiski atjauninājumi, dalība izlozēs, pāris „Man patīk”.

Svarīgi atcerēties, ka *Facebook* prezentāciju veido arī lietotāja draugi, veicot uzrakstus uz profila *Sienas* un atzīmējot bildēs, kamēr *Draugiem* prezentāciju veido tikai un vienīgi indivīda paša rakstīts teksts un, iespējams, kāda drauga veidota galerija.

Kā svarīgas tika fiksētas četras kombinācijas, no kurām divās izmantoti vienādi sevis prezentācijas tipi. Divi lietotāji gan *Draugiem*, gan *Facebook* izmantoja SpT3 sevis prezentāciju, bet trīs lietotāji – SpT1 prezentāciju.

Visvairāk, četri lietotāji, izmanto SpT3 un SpT4 prezentācijas. Abi prezentācijas tipi ir pasīvi, kas liecina, ka lietotāji vienlīdz neaktīvi iesaistās sevis prezentācijā kā vienā, tā arī otrā tīklā. Abu sevis prezentācijas tipu gadījumā lietotājs atrodas tīklā tāpēc, ka tas ir nepieciešams. Divi lietotāji sevi prezentē kā SpT1 *Draugiem* un SpT3 *Facebook*; šāda tipu apvienošana sasaucas ar iepriekš aplūkoto *Facebook* kā papildu tīklu, kurā lietotājs piedalās pasīvi. Savukārt divi lietotāji izmanto SpT2 un SpT3 tipu, kur gadījumi bija atšķirīgi. Svarīgi norādīt, ka gadījumā, kad *Facebook* lietotāju sevis prezentācijā tika izmantots SpT2, lietotājs atradās ārzemēs un viņa intereses bija saistītas ar konkrētās atrašanās vietas iepazīšanu, kas liecina par to, ka ar savām interesēm viņš mēģina iekļauties ārzemju vidē.

Funkcijas abos tīklos pārklājas, un, tā kā arī draugu loks ir ļoti līdzīgs, lietotājs izvēlas līdzīgas sevis prezentācijas stratēģijas.

Sevis prezentācijas tipu izvēli ietekmē lietotāja atrašanās vieta – lietotājam atrodoties ārzemēs, sevis prezentācija gan *Facebook*, gan *Draugiem* būs aktīvāka, jo sociālie portāli kalpo par atskaites vietu vieniem draugiem un jaunas draudzības sākumu otriem.

Secinājumi par sevis prezentāciju *Draugiem* un *Facebook* parāda būtisku aspektu – *Facebook*, vismaz šobrīd, vairāk funkcionē kā *Draugiem* ārzemju papildinājums. Lietotāji *Facebook* ir vairāk novērotāja lomā, kamēr *Draugiem* tie piedalās aktīvā komunikācijā.

Draugiem vs Twitter

Pretēji iepriekšējai grupai, *Draugiem* un *Twitter* sevis prezentācijas uzbūve ir atšķirīga. To pamatā ir sistēmas arhitektūras dažādās uzbūves, jo *Draugiem* ir statisks profils, kamēr *Twitter* ir veidots kā laika līnija, kuru svarīgi visu laiku papildināt. Sevis prezentācijai *Twitter* vietnē laika aspekts ir ļoti būtisks, jo, ja *Draugiem* profila informācija, kas ir pamatā sevis prezentācijai, var nemainīties gadiem, tad *Twitter* ilgāks klusēšanas laiks var tikt uzskatīts par sliktu stilu. Arī mērķu ziņā abas vietnes kalpo dažādām aktivitātēm, no kā secināms, ka *Twitter* un *Draugiem* lietotāju sevis prezentācijas ir saskaņotākas – 9 no 17 lietotājiem ietur vienotu stilu abās sociālās tīklošanas vietnēs.

SpT1 un SpT2 prezentācijas ir aktīvas un norāda uz lietotāju iesaistītību vietnēs. Šo lietotāju sevis prezentācijai ir noteikta iedomātā auditorija. Ja SpT1 gadījumā šīs auditorijas abās vietnēs pārklājas – lietotājs *Twitter* sarakstās ar draugiem, kuri ir draugu lokā arī otrā tīklā, tad SpT2 gadījumā auditorijas pārklājas tikai daļēji, jo, kā iepriekš aplūkots, tad SpT2 tips *Twitter* vietnē raksturīgs ar mērķi iekļauties *Twitter* kopienā. Šī iemesla dēļ SpT2 prezentācijas gadījumā auditorija no *Draugiem Twitter* vidē veido nelielu daļu, kamēr pamatā sevis prezentācija ir orientēta uz lietotājiem, kuri būtu vēlamā mērķauditorija.

Iepriekš minētā laika aspekta dēļ nepieciešams atzīmēt, ka SpT4 prezentācija *Twitter* liecina par simbolisku esamību tīklošanas vietnē, jo SpT4 lietotāji nenodrošina savu saturu, kā rezultātā nav iespējams runāt par mērķtiecīgu sevis prezentēšanu. Tomēr svarīgi, ka no sešiem SpT4 gadījumiem trīs izmanto šādu sevis prezentācijas stilu arī *Draugiem*, kas norāda, ka lietotājs nav aktīvs nevienā no sociālajām tīklošanas vietnēm.

Svarīgi, ka šajā grupā nav ļoti pretēju prezentāciju – lietotājs ir vai nu aktīvs vai pasīvs abos tīklos, tāpat salīdzinoši lielais vienotas prezentācijas stils abās vietnēs norāda uz pārdomātu sevis prezentāciju.

Draugiem vs Facebook vs Twitter

Šobrīd *Draugiem*, *Facebook* un *Twitter* ir populārākās sociālās tīklošanas vietnes latviešu auditorijai. Tajās var saskatīt trīs tipiskākās sevis prezentācijas tipu kombinācijas, tomēr jāatzīmē, ka visas trīs kombinācijām ir raksturīgas tikai diviem lietotājiem, kas norāda, ka vienotas tendences sevis prezentācijas pārvaldīšanā viennozīmīgi nevar konstatēt.

Tikai viens lietotājs izmanto vienādus sevis prezentācijas tipus visās vietnēs, un, tā kā tas ir SpT2, tad var teikt, ka sevis prezentācija ir rūpīgi veidota un pārdomāta, jo šī tipa sevis prezentācija visos trīs tīklos prasa informācijas pārvaldīšanu. Divu lietotāju sevis prezentācijas katrā tīklā ir atšķirīgas.

Rezultāti iezīmē 1. un 2. grupas tendences attiecībā uz sevis prezentācijas tipu sadalījumu tīklos, attiecīgi *Draugiem* prezentējot sevi kā SpT1, *Twitter* – kā SpT2 un *Facebook* vairākumā gadījumu kā SpT4. Tomēr svarīgi, ka, lietojot vairākas vietnes, parādās tendence saskaņot sevis prezentāciju vismaz divos tīklos. Iepriekš aplūkoti divi lietotāji ar pilnīgi atšķirīgām prezentācijām veido mazu daļu, salīdzinot ar piecpadsmi saskaņotām prezentācijām.

Šādu tendenci var skaidrot ar faktu, ka lietotāji, kuri izmanto vismaz trīs sociālās tīklošanas vietnes, ir vairāk iesaistīti sociālajos medijos un tāpēc vairāk domā par savu prezentāciju. Tieši 3. grupā lietotāji kā informāciju par sevi kādā no tīkliem norādīja saites uz citiem tīkliem, tā apzināti veidojot vienotu digitālo dzīvesstāstu.

Svarīgi, ka 7 lietotāji no 17 vismaz vienā tīklā sevi prezentē kā SpT4, no kā var secināt, ka vienā no trim vietnēm darbība ir pasīvāka un vairāk formāla, kas savukārt nozīmē, ka 3. grupā, tāpat kā visās iepriekšējās, pastāv lietotāji, kuri kādā no vietnēm ir novērotāja lomā un ir tās lietotāji tikai nepieciešamības pēc.

Aplūkojot 51 indivīda dažādos profilus, var secināt, ka prezentācijas stili katrā no vietnēm ir vairāk atšķirīgi nekā līdzīgi, tajā pašā laikā iezīmējot tendences, kādi stili ir visbiežāk sastopami konkrētajā vietnē, kas liek domāt par vietnes specifiskas ietekmi uz sevis prezentāciju un kā lietotāju ietekmē tas, cik un kādās vietnēs viņš darbojas. Svarīgi, ka vienota identitāte nenozīmē vienotu sevis prezentācijas aktivitātes līmeni – tas ir atkarīgs no konkrētā lietotāja.

Dažādie noteikumi un sava veida tīkla lietošanas tradīcijas ierobežo lietotāja iespējas visos tīklos veidot vienotu sevis prezentāciju; tajā pašā laikā informācijas sinhronizācijas iespēja padara visas vietnes vienojošas vismaz vienā aspektā. Tomēr no analizētajiem indivīdiem tikai 5 izmantoja sinhronizācijas iespējas – divi bija savienojusi *Twitter* ar *Draugiem Runā* sadaļu, divi lietotāji izvēlējušies sinhronizēt *Twitter* un *Facebook* ierakstus, un viens bija savienojis visas trīs vietnes. Salīdzinoši retā profilu automātiskā sinhronizācija liecina, ka lietotāji apzināti nevēlas veidot vienu sevis prezentāciju visos tīklos, tā vietā izvēloties veidot vienotu sevis prezentāciju. Svarīgi ir, ka vienas vietnes ietvaros tiek nodrošinātas saites uz citām vietnēm, kur indivīds ir aktīvs, un šāda rīcība norāda, ka indivīds apzināti caur vienu vietni saviem sekotājiem piedāvā sevi citā vidē. Tādā veidā, kā teorijas daļā aplūkots, tiek stiprināta vienota identitāte.

Nobeigums

Var teikt, ka sociālās tīklošanas vietnes ir mazas sabiedrības, kurās ieeja ir atļauta tikai tīklu lietotājiem. Ja šīs sabiedrības būtu izolētas cita no citas, tad nevarētu runāt par viena indivīda dažādu digitālo identitāšu sajaukumu digitālajā dzīvesstāstā, jo tad, gluži tāpat kā reālajā dzīvē, lomas būtu fiksētas konkrētā vietā un laikā un tiktu spēlētas konkrētai auditorijai. Tomēr aizvien biežāk robežas starp sociālās tīklošanas vietnēm ir nenoteiktas jeb plūstošas. Indivīds neapzināti maina darbības vietas, piemēram, *Draugiem* sadaļā *Runā*, lasot kāda lietotāja tvītu vai *Twitter* uzklikšķinot uz saiti, kas aizved uz *Facebook* lapu. Tehnoloģiju iespējas ļauj pārvaldīt vairākas digitālās identitātes vienlaicīgi, kā rezultātā veidojas dzīvju sajaukums – gan reālās un virtuālās, gan dažādu virtuālo.

Dzīvju sajaukumi ļauj vieglāk atlasīt informāciju digitālajam dzīvesstāstam un veidot teorijas daļā raksturotās izstādes jau pašās vietnēs.

Aplūkojot iegūtos datus gan anketēšanā, gan kontentanalīzē, var secināt, ka lietotāji pievērš uzmanību sevis prezentācijai konkrētajā vietnē un, atkarībā no iesaistītības līmeņa un skaita, cik sociālās tīklošanas vietnēs lietotājs ir reģistrējies, veido arī vienotu sevis prezentāciju.

Sociālās tīklošanas vietnes ir specifiskas ar to, ka tajās pastāv saistītā identitāte. Šīs identitātes esamība ietekmē digitālā dzīvesstāsta veidošanos, pietuvinot to reālajai dzīvei, kas savukārt nozīmē, ka digitālais dzīvesstāsts var tieši ietekmēt reālo dzīvesstāstu.

Sociālo tīklošanas vietņu specifika, kura ir jāņem vērā, pētot sevis prezentēšanu, ir to neanonīmā vide un dažādās sistēmu arhitektūras. Pirmais aspekts ietekmē indivīda iespējas radīt viltus identitāti, kā arī liek darboties zemākajam kopsaucējam, tā ierobežojot digitālās identitātes neatkarīgu veidošanos. Neanonīma identitāte būtiski ierobežo no reālās dzīves atrautu identitāšu veidošanu, tādējādi var runāt par vairāk vai mazāk uzlabotu reālās dzīves identitāti jeb tās patiesu simulāciju, kur, atkarībā no indivīda mērķiem, dominē patiesums vai simulācija.

Savukārt otrs aspekts – dažādās sistēmu arhitektūras – ietekmē indivīda iespējas sevi prezentēt tieši no apjoma un tehniskās puses, nosakot aizpildāmo lauku lielumu un daudzumu. Tehnoloģijas un sistēmu arhitektūra ir svarīgi izpratnes par digitālo identitāti un sevis prezentāciju veidotāji, savukārt iespēja atrasties vairākos tīklos vienlaicīgi veicina dažādu identitāšu un sevis prezentācijas tipu veidošanos.

Pētījuma rezultāti parādīja, ka lietotāji apzināti nevēlas veidot vienu sevis prezentāciju visos tīklos, izmantojot vietņu piedāvātās sinhronizācijas iespējas, tā vietā izvēloties veidot vienotu sevis prezentāciju visās vietnēs.

Facebook un *Draugiem* sevis prezentāciju salīdzinājums ļāva izdarīt secinājumu, ka noteikta robežu novilkšana starp lokālajiem un globālajiem tīkliem ir viens no priekšnoteikumiem dažādu identitāšu veidošanai un šo robežu konkrētāk iezīmē arī dažādu valodu lietošana. Tomēr jāuzsver būtisks aspekts, ka globālajos tīklos latvieši uztur attiecības ar tiem pašiem cilvēkiem, ar kuriem lokālajos tīklos; tādējādi ārzemju tīkli funkcionē kā papildinājums lokālajiem tīkliem.

Nodrošinot saturu internetā, svarīgi atcerēties, ka digitālā ir bezķermeņa identitāte un turpina dzīvot arī bez indivīda klātbūtnes. Kā parādīja anketēšanas rezultāti, lietotāji nepievērš īpašu vērību faktam, ka starp indivīdu un sociālo tīklošanas vietni notiek abpusēja informācijas apmaiņa, un datus, kurus lietotājs nodrošina, sociālā tīklošanas vietne var izplatīt tālāk, kaut vai ievadot to publiskajā meklētājā.

Indivīdam var būt vienota sevis prezentācija, bet viņa identitātes katrā vietnē ir atšķirīgas. Veicot salīdzinošo analīzi, tika konstatēts, ka sevis prezentācijas indivīdiem lielākoties nav saskaņotas; tomēr sevis prezentācijas tendences tika fiksētas katrā no tīkliem, no kā var secināt, ka lietotāju sevis prezentācija konkrētā sociālā tīklošanas vietnē veidojas, pamatojoties vietnes sistēmas arhitektūrā un sava veida iekšējos noteikumus, kā arī piederībā kādai grupai.

Tāpēc ir svarīgi saprast, ka digitālā vide nacionālās identitātes kontekstā ir aplūkojama sistēmas arhitektūras, sociālo tīklošanas vietņu mērķu un indivīda vēlmju kopainā, jo digitālā vide sociālajos tīklos gan stiprina, gan mazina nacionālās identitātes apziņu. Ja *Facebook* gadījumā var runāt par nacionālās identitātes uzplaiksnījumiem svētku dienu laikā kā vēlmi popularizēt savu valsti ārvalstu sekotājiem, tad *Twitter* gadījumā šie paši stimuli ir izkļiedētāki, biežāki un spontāni.

Digitālā dzīvesstāsta nozīmīgums ikdienā turpinās pastiprināties, jo tas kalpo par sava veida indivīda CV, kā papildu informācija reālās dzīves zināšanām.

Dzīvju sajaukums ir viens no svarīgākajiem aspektiem, kāpēc ir jārunā par digitāla dzīvesstāsta esamību. Tāpat tehnoloģijas jāaplūko ne tikai kā platformas nodrošinātājas, bet arī indivīda sevis prezentācijas un digitālās identitātes izpratnes veidotājas.

Šajā gadījumā nav runa par apzinātu digitālā dzīvesstāsta veidošanu, bet gan par ikdienas darbību digitālajā vidē kā vienotu naratīvu par indivīdu. Ja starp digitālo un reālo dzīvi pastāvētu stingrs nošķirums un aktivitātes virtuālajā pasaulē nevarētu tikt saistītas ar reālo personu, sevis prezentācija digitālajā vidē ieņemtu maznozīmīgāku vietu. Tomēr dzīvju sajaukums un multitāskings ir kļuvis par interneta lietotāju ikdienu, kas nozīmē, ka lietotājam savām darbībām digitālajā vidē ir jāseko līdzī un ego sērfinģis pamazām kļūst par nepieciešamību, lai kontrolētu par sevi pieejamo informāciju.

Izmantotā literatūra un avoti

- Baym, K. N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Boudreau, K. (2007). *Pixels, Parts & Pieces: Constructing Digital Identity*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Mueller.
- Boyd, D. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites* (pp. 39–58). New York: Routledge.
- Castronova, E. (2001). Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier, *CESifo Working Paper No. 618*. Retrieved April 17, 2011 from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=294828
- Chester, A., Bretherton, D. (2007). Impression Management and Identity Online. In A.N. Joinsen et. al. (Eds.), *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Erstad, O., Wertsch, J. V. (2008). Tales of Mediation: Narrative and Digital Media as Cultural Tool. In K. Lundby (Ed.), *Digital Storytelling, Mediatizes Stories: Self-representation in New Media* (pp. 21–39). New York: Peter Lang.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386.
- Mendelson, A. L., Papacharissi, Z. (2011). Look At Us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries. In Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites* (pp. 251–273). New York: Routledge.
- Rafaelli, Sh., Raban, D., Kalman, Y. (2005). Social Cognition Online. In Y. Amichain-Hamburger (Ed.), *The Social Net: Human Behaviour in Cyberspace* (pp. 57–87). New York: Oxford University Press.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon&Shuster Paperbacks.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Amazon Digital Services: Kindle Edition.
- Vorvoreanu, M. (2010). *Managing Identity Across Social Networks*. Retrieved March 29, 2011 from http://research.microsoft.com/en-us/um/redmond/groups/connect/cscw_10/docs/p481.pdf
- Walker, J. (2005). *Mirrors and Shadows: The Digital Aestheticisation of Oneself*. Retrieved March 30, 2011 from <https://bora.uib.no/bitstream/1956/.../mirrorsandshadows-final.pdf>
- Walker-Rettberg, J. (2009). 'Freshly Generated for You, and Barack Obama' How Social Media Represnet Your Life. *European Journal of Communication*, 24(4), 451–466.

Ilze Borodkina

Bc. sc. soc., LU komunikācijas zinātnes maģistra studiju programmas studente

Uldis Bojārs

Dr. sc. comp., LU Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks

IDENTITĀTES VEIDOŠANĀS KOLEKTĪVĀ NARATĪVA KONSTRUKCIJAS PROCESĀ

Rakstā aplūkotas identitātes un kolektīvā naratīva attiecības divās virtuālās pasaules *Second Life* lomu spēļu kopienās, uzmanību pievēršot gan šo divu konstrukciju savstarpējai atkarībai un mijiedarbībai, gan attiecībām ar kopienas biedru individuālajiem raksturojumiem. Novērojumu gaitā secināts, ka indivīda līdzdalība kopienas sadzīves norisēs ir tieši atkarīga no kolektīvā naratīva līmeņa, ar kuru šis indivīds identificējas, balstoties uz savu vietu šī naratīva saturā un struktūrā. Tā kā virtuālā kopienā indivīda līdzdalība ir nozīmīgs priekšnoteikums piederības, lojalitātes un emocionālās pieķeršanās sajūtu veidošanai, kvalitatīvi konstruēts kolektīvais naratīvs ir būtisks faktors ilglaicīga, pastāvīga biedru kopuma nodrošināšanai, kas savukārt ir vitāli svarīga kopienas dzīvotspējai.

Atslēgvārdi: virtuāla kopiena, kolektīvais naratīvs, identitāte.

Ievads

Par spīti tam, ka virtuālā komunikācija savas pozīcijas sabiedrības procesos sāka iekarot jau līdz ar pirmo virtuālo pasauli parādīšanos 1970. gados, tā joprojām nereti tiek ne tikai izslēgta no ikdienas pasaules uztveres, bet pat pretstatīta tai, veidojot teju bināru opozīciju „virtuāls-reāls”. Taču jau 1997. gadā F. Vainraihis norādīja uz apzīmējuma „reāls” nepiemērotību fiziskās pasaules aprakstīšanai. Pēc Vainraiha domām, šāds apzīmējums automātiski norāda uz pretstata nerealitāti, taču viņš uzsver – virtuālā telpa ir tikpat īsta savā eksistencē (Weinreich, 1997).

Internets nebūt neattīstās un pat nevar attīstīties atrauti no fiziskās, jeb, kā Vainraihis to dēvē, sensuālās pasaules. Kā raksta pētnieki S. Vilsons un L. Petersons, tas arvien dziļāk ieaug fiziskajā pasaulē, attīstot savstarpēju atkarību starp divām komunikācijas telpām (Wilson & Peterson, 2002). Taču virtuālās pasaules kontekstā robeža starp virtuālo un reālo nav vienīgā, kas tiek nojaukta. H. Reingolds norāda arī uz zūdošo robežu starp pašu lietotāju un virtuālo pasauli kā struktūru, kuru tas lieto. Virtuālā kopienā cilvēks ne tikai satiek citus; vienlaicīgi ikviens kopienas dalībnieks ir arī vides veidošanas instruments – daļa kopienu apmeklēt tieši socializācijas aspektu dēļ, kamēr citi ierodas tikai tādēļ, lai iegūtu informāciju (Rheingold, 2000).

Jebkurā gadījumā, tāpat kā sensuālajā pasaulē, arī virtuālajā komunikācijas vidē cilvēks kā nozīmes ģenerējošs organisms piedzīvo nemitīgu nepieciešamību savas iekšējās nozīmes un to radītās struktūras komunicēt ar ār pasauli.

Par saikni starp indivīda iekšējo nozīmju struktūrām un šo ārējo, sociālo pasauli, kuras akcepts pašradītajām nozīmēm jāpanāk, kļūst šīs mijiedarbības ietvaros radītie naratīvi vai to epizodes, ar kuru palīdzību tiek veidots un nodots tālāk pamatojums indivīda nozīmju interpretācijām. Šī saikne strādā arī pretējā virzienā, proti, ar dažādu uztverto naratīvu palīdzību indivīds internalizē sociālās realitātes piedāvāto nozīmju kopumus, vienlaicīgi rekonstruējot savu pašidentitātes konceptu (Lieblich, Tuval-Maschiach, & Zilber, 1998).

K. Gelders savstarpējai komunikācijai virtuālajā telpā piešķir pat lielāku nozīmi nekā sensuālajā – šajā telpā cilvēks ir tas, ko viņš raksta, līdzīgi kā anonīmam grafiti autoram publiskajā vidē viņa identitāti sabiedrības uztverē veido tikai interakcija ar vidi, t.i., attieksmi veido nevis personība vai fiziskais izskats, bet grafiti zīmējums. Turklāt šai citu konstruētajai identitātei

piemīt būtiska iezīme – tai var nebūt pilnīgi nekā kopīga ar indivīda reālo identitāti, izņemot īpašnieku, pat ja abas identitātes balstītas uz vienu un to pašu paškonceptiju (Gelder, 2007).

Vairāku identitāšu sadzīvošana vienā indivīdā nav tikai interneta laikmetam raksturīga ideja, proti, par to 20. gadsimta pirmajā pusē rakstījis jau Herberts Mīds. Viņš norāda, ka patības kā sociālas struktūras organizācija notiek atšķirīgi katrā kopienā, kurai piederīgs jūtas indivīds; tā var atšķirties pat noteiktu situāciju kontekstā. Taču Mīds uzsver arī, ka vienā un tajā pašā kopienā veidotā struktūras organizācija būs vienota un vairāk vai mazāk noturīga (Mead, 1934).

Ālborgas Universitātes profesors Anderšs Albrehtslunds ir pievērsies tieši virtuālā pasaulē eksistējošas kopienas komunikācijas pētniecībai saistībā ar ikdienu virtuālajā pasaulē, kurā tā eksistē. Viņš konstatē, ka, pirmkārt, spēlētāju komunikācijā ievērojami dominē dažāda satura, formāta un mērķa stāstu stāstīšana, otrkārt, naratīvi identificējami arī kopienas ikdienas sarunām raksturīgajos īsajos izteikumos, jautājumos un atbildēs un citos komunikācijas elementos, kuri lielākoties netiek izvērsti garākos stāstos (Albrehtslund, 2010).

Šādi naratīvi ne vien nodrošina ikdienas saziņu kopienas biedru vidū, bet arī, stāstīti un pār-stāstīti, ar laiku kļūst par kopienas vēstures sastāvdaļu, dažkārt pat par mītam līdzīgu kopienas izcelsmes, formālās un neformālās struktūras vai citu būtisku to raksturojošu elementu skaidrojumu. Kolektīvi konstruētais naratīvs kļūst par svarīgu kopienas kolektīvās identitātes daļu, reizē būdams saikne ar un starp personīgajiem naratīviem. Visbeidzot, atrodot vai no jauna konstruējot savu lomu kopienas kolektīvajā naratīvā, indivīds atrod savu vietu arī pašā kopienā, gūst piederības izjūtu, līdz ar to radot arī personīgo identitāti kopienas un tās kolektīvās identitātes kontekstā.

Pieņēmums, ka aktīvāka līdzdalība kolektīvā naratīva konstrukcijā rezultējas ciešākā saiknē, tātad spēcīgākā piederības izjūtā konkrētai kopienai, rada tālākus jautājumus, kas attiecināmi ne tikai uz personīgās un kolektīvās identitātes mijiedarbību un to attiecībām ar kolektīvi konstruēto naratīvu, bet tieši uz naratīva konstrukcijas procesu, vaicājot tieši – kas to konstruē, kā konstruē un kāds ir šī konstrukcijas procesa rezultāts.

Lai gūtu praktisku priekšstatu par minētajiem teorētiskajiem jautājumiem, tika veikti novērojumi divās kopienās, kuras darbojas lielākajā no sociālajām virtuālajām pasaulēm – *Second Life*. Virtuālās pasaules no citām virtuālās komunikācijas vidēm atšķiras ar to, ka parasti to darbība notiek datorsimulētā trīsdimensionālā vidē, kurā tās lietotāji var sadarboties cits ar citu, kā arī radīt un lietot šīs vides objektus. To lietotāji var ne tikai apskatīt šīs vides objektus, bet ar savu vizuālo reprezentāciju (avataru), piemēram, apiet tiem apkārt vai pārvietot tos uz citu vietu. Virtuālā pasaule ir virtuāla komunikācijas vide, kurā no jauna svarīgi ir kļuvuši telpas un klātbūtnes jēdzieni.

Novērojumam tika izvēlētas divas *Second Life* lomu spēļu kopienas, kuras sevi pieskaitīja vienam un tam pašam žanram – *medieval fantasy*. Abas kopienas tika novērotas aptuveni četrus mēnešus katra laika periodā no 2010. gada februāra līdz 2011. gada martam, katrā no tām sastopot aptuveni piecdesmit aktīvus dalībniekus, uz kuru radīto saturu galvenokārt balstījās kopienu kolektīvi konstruēto naratīvu saturs, nozīmju un vērtību sistēmas. Abi novērojumi tika veikti, iesaistoties kopienā kā tās biedram.

Pirmajā kopienā lauka novērojuma laikā dati netika fiksēti, tā mērķis bija gūt vispārīgu priekšstatu par virtuālas lomu spēļu kopienas darbību, ikdienas sadzīvi, konkrētās kopienas struktūru un indivīdu uzvedību tās ietvaros. Novērojums noslēdzās ar divpadsmit kopienas biedru elektroniskajām dziļajām intervijām, kurās tika skarti gan identitātes, gan līdzdalības, gan personīgā un kolektīvā naratīva attiecību jautājumi. Gan kopienas vadība, gan intervētie biedri bija informēti par to, ka līdzdalībai kopienā radītais avatars tajā atrodas pētniecības nolūkos. Šāda informācija bija iekļauta arī avatara profila informācijā.

Veicot ietverto novērojumu otrajā kopienā¹, sistemātiski tika fiksēti publiski pieejamo dialogu un citu komunikācijas formu dati, kā arī veiktas apkopojošas piezīmes, kas ļāva izsekot kopie-

nas kolektīvā naratīva attīstībai dažādos līmeņos un indivīdu līdzdalības pakāpei šajā procesā. Gadījuma analīzei kā datu izlase tika izvēlēti teksti, kas radušies spontānas komunikācijas aktivitātes rezultātā publiski pieejamajā virtuālajā telpā vai arī kā tekstuāli artefakti to aplūkošanas brīdī bija pieejami jebkuram interesentam. Tāpat pētnieciskās intereses neietver pētāmo objektu identificējošus datus vai to reālās pasaules personības, bet gan tikai virtuālo identitāšu publiski pieejamus raksturojumus.

Novērojumu rezultāti liecina, ka virtuāla kopiena, kas ir daudz vairāk pakļauta savu biedru mobilitātei, ir tieši atkarīga no indivīda piederības izjūtas un lojalitātes, ko savukārt nosaka tas, vai kolektīvi konstruētais naratīvs dod indivīdam iespēju iesaistīties tā veidošanā vai vismaz ļauj justies kā daļai no tā. Turklāt kopienas vadībai, domājot par šo jautājumu, paveras plašas iespējas improvizēt ar šīs piederības izjūtas avotu veidošanu, jo pat relatīvi vienkāršu naratīvu iespējams analizēt vismaz trijos līmeņos, no kuriem katrā līdzdalības noteikumi un motivācija ir atšķirīga un to ļoti bieži tieši ietekmē vadības pieņemtie lēmumi.

Identitāte virtuālajā telpā

Virtuālā telpa ne tikai maina priekšstatu par identitātes jēdzienu, ļaujot indivīdam vienlaicīgi prezentēt sevi vairāk nekā vienā variantā, bet ievieš arī jaunu izpratni, piemēram, par klātbūtnes konceptu. Uz to norāda fakts, ka, lai nodrošinātu virtuālās komunikācijas procesu ilgtspējību, nepietiek ar spēlētāja aktivitāti to uzsākšanā; arī naratīva attīstība prasa aktīvu spēlētāju klātbūtni un līdzdalību.

Par to liecina arī pētāmo kopienu ikdienas situācijās novērotais. Virtuālās pasaules kontekstā vilinoša ir iespēja vienkārši novietot savas identitātes vizualizāciju jeb avataru vajadzīgajā atrašanās vietā, tādējādi imitējot savu virtuālo klātbūtni komunikācijas epizodē, bet pašam reālajā pasaulē darīt kaut ko citu. Tomēr šajā komunikācijas vidē ir jāreķinās ar klātbūtnes/prombūtnes dihotomijas jaunu izpausmi, proti, ilgstoša neiesaistīšanās komunikācijas procesos tiek tulkota kā prombūtne. Pārāk ilga atrašanās pasīvā vērotāja pozīcijā var novest līdz brīdim, kad pārējie spēlētāji klusējošo ar bezvārdu vienošanos pārvirza dekorāciju kategorijā kā objektu, kas ir līdzvērtīgs, piemēram, virtuālajiem kokiem, un līdz ar to vairs nerēķinās ar viņu kā komunikācijas partneri, attīstot idejas vai pieņemot epizodē iesaistītajai grupai kopīgus lēmumus (piemēram, par sarunas turpināšanu tavernā, nevis upes krastā).

Tas vēlreiz apliecina, ka virtuālās telpas identitāti un pat klātbūtni tajā konstruē indivīda aktīva mijiedarbība ar vidi. Šo ideju pastiprina arī četri Martina Baro sociālpsiholoģiskie pieņēmumi, kurus apraksta Figuerora Sarjera. Pirmkārt, identitāte eksistē tikai vides kontekstā. Otrkārt, identitāte izpaužas interpersonālās komunikācijas procesos. Treškārt, tā ir relatīvi stabila, un, visbeidzot, līdzās indivīda darbībām identitāte ir arī sabiedrības un tajā notiekošo sociālo procesu produkts (Figuerora Sarriera, 2006). Kopumā – virtuālā kopienā identitāte vairāk kā jebkad ir atkarīga no vides, kurā tā tiek konstruēta, un daudz dinamiskāk notiek tās pielāgošana izvēlētajai kopienai vai pat konkrētai kopienas struktūras daļai.

Mijiedarbība, indivīdu vēlme apmainīties ar stāstiem vides kontekstā – tas viss padara ikdienas komunikācijā atrodamos naratīvus par dinamiskām, intertekstuālām struktūrām, kas reaģē uz izmaiņām vai notikumiem apkārtējā vidē, vajadzības gadījumā pakļaujoties rekonstrukcijas procesiem (De Fina & Georgakopoulou, 2008). Toms Boelstorfs, virtuālo pasaulu antropologs, naratīvam kā identitātes sastāvdaļai piešķir vēl lielāku nozīmi. Citējot Šarloti Lindi, viņš uzsver, ka saskanīga, apkārtējai sabiedrībai pieņemama naratīva eksistence un tā nemitīga rekonstrukcija atbilstoši apkārtējās vides notikumiem un prasībām ir priekšnoteikums komforta sajūtai jebkurā sociālajā kontekstā. Naratīvs kā interakcijas rezultāts palīdz indivīdam sevi pozicionēt

attiecībā pret laiku un telpu, atrast savu vietu tajā un uz tā pamata attīstīties (Boellstorff, 2008). Tādējādi tiek attīstīta gan individuālā identitāte, gan radītas iestrādes, par kurām diskutēt, kopīgi konstruējot kolektīvo identitāti.

Virtuālās pasaules kā komunikācijas vides eksistences atkarība no interaktivitātes attiecīgā sociālā veidojuma ietvaros nosaka arī tajā eksistējošo kopienu mainīgo un nepastāvīgo dabu. Interaktivitāti kā elementu, definējot virtuālo pasauli un tās kopienu, lieto vairāki autori, piemēram, Harisons (Harrison, 2009) to min kā obligātu līdzās darbībai reālajā laikā un trīsdimensionālo modeļu lietojumam, Džonss (Jones, 1997) – komunikatoru klātbūtnei, publiskas telpas eksistencei un noteiktam ilgstošas dalības līmenim.

Interakcija kolektīvās identitātes konstruēšanā

Īpaša nozīme interaktivitātes kā komunikācijas un satura integrācijas procesa kontekstā ir tieši lietotāja veidotajam saturam. K. Džonss raksta, ka šī satura kategorija veido gan virtuālās kopienas vidi un līdz ar to arī tās identitāti, gan arī tās lietotāju identitātes (Jones, 1997). Individuālo līdzdalības nozīmi jau kopienas identitātes veidošanās procesā uzsver arī M. Aierss, norādot, ka bez tās nav iespējams radīt kopīgu nozīmju sistēmas, kas ir pamatā ne tikai kopienas robežu noteikšanai un identitātes apziņai, bet arī kopienas pozīcijas atrašanai un nostiprināšanai apkārtējās pasaules kontekstā (Ayers, 2003).

Identitātes ciešo saikni ar sociālo interakciju fiksē arī lingvistiķe Malavika Šetija, skaidro-dama, ka tā diskursu ietvaros tiek ne tikai reprezentēta, bet, izmantojot dažādus lingvistiskus palīg līdzekļus, radīta, izdzīvota un iemiesota, tādējādi par vienu no identitātes konstrukcijas procesā izmantojamajiem instrumentiem padarot arī naratīvu (Shetty, 2010). Literatūrā naratīvs tiek aplūkots kā interpretējama, taču jau pabeigta, līdz ar to statiska konstrukcija. Kopienas kolektīvi konstruētais naratīvs ne tikai nemitīgi attīstās, bet noteiktos apstākļos var tikt rekonstruēts pavisam, piešķirot notikumiem jaunas, taču joprojām kopīgas nozīmes un vērtības.

Šādu kolektīvi akceptētu struktūru veidošana ir viens no galvenajiem uzdevumiem, kuru nākas risināt ikvienai virtuālai kopienai, kas vēlas pretendēt uz ilglaicīgumu. Turklāt, ņemot vērā to, ka kopienas biedrs tai vairs nav piesaistīts ģeogrāfiski, bet gan tikai sociāli, rodas jauns izaicinājums – sociālā mobilitāte un līdz ar to arī kopienas dalībnieku sastāva mainība.

Sociālo mobilitāti kā būtisku problēmu apraksta U. Matzats, norādot, ka tā kavē dalībnieku uzticēšanās kopienai pieaugumu, līdz ar to dalībnieki ir mazāk motivēti dot ilglaicīgāku ieguldījumu informācijas apmaiņā un kopienas attīstībā kā tādā (Matzat, 2010). Attīstība apstājas, jo tie, kas guvuši no kopienas labumu un varētu iesaistīties tās struktūru, sadzīves un, visbeidzot, arī identitātes veidošanā, tā vietā kopienai pamet, savukārt jaunajiem dalībniekiem neveidojas lojalitātes sajūta, jo kopienai nav noteiktas identitātes, kas izraisītu emocionālas saiknes veidošanos. S. Ho un C. Huans (Ho Huang, 2009) savukārt min, ka līdzās stabilam dalībnieku sastāvam kopienai jāspēj piedāvāt indivīdam viņa hēdonisko vēlmju piepildījums, no kā izriet gan piederības sajūta, gan lojalitāte kopienai.

Stabils dalībnieku sastāvs, lojalitāte, emocionālas saiknes veidošanās un uzturēšana ļauj runāt par ilglaicīgumu kā kopienas identitātes eksistences priekšnoteikumu. Kopienai pastāvot ilgtermiņā, līdzās kopīgajām vērtību sistēmām un uzskatiem veidojas arī mīti par tās radīšanu, aktīvāko biedru pievienošanās kopienai vai — gluži otrādi — tās pamešanu. Individuālo līdzdalību kopienas attīstībai būtiskos notikumos un līdz ar to kļūšana par tās naratīva svarīgu sastāvdaļu rada indivīdā emocionālo piesaisti.

Taču jānorāda, ka sociālas barjeras pilnvērtīgai līdzdalībai kopienā var radīt ne tikai kolektīvi lēmumi un darbības, bet tieši paša indivīda radītais personīgais naratīvs, kura konstruētā identitāte ne uzreiz iekļaujas kopienas sistēmā. Uz to intervijā norāda viens no pētīto kopienu vadītājiem,

dalīdamies atmiņās par savas līdzdalības sākumu kopienā. Viņš atceras, ka citi spēlētāji pret viņu izturējušies pat naidīgi, jo viņš kopienas tābrīža idilliskajā sociālajā realitātē ienāca ar ideju dibināt spēles „ļauņo spēku” frakciju, kura pašos pamatos bija pretrunā ar visu pārējo kopienu, tobrīd sastāvošu no indivīdiem, kas izvēlējušies tēlot pozitīvos tēlus:

“Mans sākums Valahari nepavisam nebija viegls. Man bija jātiek galā ar daudziem, kas vēlējas apstādināt to, ko darīju. Cilvēki nesaprata manu filozofiju, kas to visu pamatoja, mani rupji apsūkāja pat ārpusspēles sarunās” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Tiesa, te jānorāda, ka šāda veida sociāla barjera lielākoties ir paša indivīda radīta, proti, spēlētājs, radot nepatīkama rakstura tēlu, parasti apzinās, ka tas traucēs aktīvi iesaistīties komunikācijā un tādējādi, iespējams, viņu pat izolēs no dalības kopienas sadzīvē, līdz ar to naratīva konstrukcijā vispār. Savukārt, ja šāda izvēle nav apzināta, visbiežāk indivīds vai nu rekonstruē sava tēla identitāti vai arī pamet spēli pavisam, jo kopienā viņu nekas nepiesaista.

Līdz ar to var secināt, ka indivīda līdzdalības ilglaicīgums ir atkarīgs ne tikai no tā, cik viegli ir iesaistīties un tikt pieņemtam kopienā, cik ļoti indivīds spēj ar to identificēties un iesaistīties naratīva attīstīšanas procesā. Atsevišķos gadījumos būtiskas izrādās tieši izejas barjeras – ja tās ir pietiekami augstas, spēlētājam kopienu būs grūti pamest neatkarīgi no iemesliem, kas likuši apsvērt šādu soli.

Pieminētās intervijas laikā apstiprinājās arī pieņēmums, ka indivīda līdzdalība kolektīvā naratīva konstrukcijas procesā ir vitāli nepieciešama piederības sajūtas radīšanai un arī apkārtējās vides labākai izpratnei. Tam piekrīt arī teorētiķi. Piemēram, P. Ragats norāda, ka indivīds konstruē naratīvus, lai reducētu daudzveidīgās informācijas apjomu, kas par viņu pieejama, līdz pārskatāmām, saprotamām un organizējamām kategorijām. Respektīvi, tas internalizē un padara sev tuvu apkārtējo, lielā mērā citu veidoto pasauli. Tādējādi indivīds nodrošina nepārtrauktības un iekšējās vienādības sajūtu, proti, arī Ragata izpratnē naratīvs ir identitātes stabilitātes nodrošinātājs (Raggatt, 2006). Ingvesona un Mahonija papildina, ka šī stabilitāte tiek piedāvāta pat divās formās. Pirmkārt, personīgais naratīvs rada ekskluzivitātes sajūtu, pastiprinot iespaidu, ka indivīda identitāte ir kaut kas neatkārtojams un unikāls, otrkārt, naratīvs kalpo kā savdabīgs tilts starp indivīda un kopienas identitātēm, veicina indivīda identitātes iekļaušanos kopienā, kļūstot par daļu no tās stāsta (Yngvesson & Mahoney, 2000).

Individuālā/kolektīvā attiecības naratīva kontekstā

Kopienas ietvaros norisinās ne tikai mijiedarbība starp atsevišķiem indivīdiem, bet arī starp katru indivīdu, viņa personīgo identitāti un kopienas kolektīvi konstruētajām sistēmām, ietverot kolektīvi konstruēto naratīvu.

Kā norāda, piemēram, M. Šetija, tieši kolektīvais naratīvs un tajā ietvertie elementi veido saikni starp indivīdu un kolektīvo identitāti, ļaujot viņam tajā atrast elementus, kurus tas var attiecināt uz sevi. Viņa arī uzsver, ka kolektīvā naratīva funkcijas ietver ne tikai no atsevišķiem indivīdiem sastāvošas grupas apvienošanu saliedētā kopienā, bet arī, piemēram, izceļ šīs kopienas sasniegumus (Shetty, 2010), tādējādi definējot kopienas kolektīvo vērtību sistēmu, pasaules uztveri un citus identitātei raksturīgus aspektus. Kolektīvi konstruētajam naratīvam nereti nākas saskarties arī ar faktu, ka, indivīdam to pārstāstot kultūras ietvaros, tiek atņemtas šķietami nebūtiskas detaļas, rēķinoties, ka tās iekļaujas kultūras sabiedrības kolektīvajā zināšanu kopumā un to klātbūtne naratīvē tiks uztverta kā pašsaprotama (Boje, 2001).

Tā, piemēram, lomu spēļu kopienas ietvaros kolektīvā naratīva konstrukcijas procesā indivīda aktivitāte, veidojot savu personīgo identitāti un attīstot personīgo naratīvu, ir būtiska ne tikai tāpēc, ka bez indivīdiem kā komunikācijas aktoriem un notikumu virzītājiem nebūtu arī

paša naratīva, bet arī tāpēc, ka šīs aktivitātes rezultējas indivīda pozīcijā attiecībā pret kopienas sociālajām un varas struktūrām. Turklāt runa ir ne tikai par to varu, kas aktuāla spēles pasaulei un kuru raksturo indivīdam piešķirtā loma tajā, bet arī par ārpusspēles administratīvo varu, kas dod indivīdam iespēju iesaistīties, organizēt un ietekmēt naratīva attīstību vēlamajā virzienā.

Šis piemērs no pētītajām kopienām labi saskan ar Albrehtslunda uzskatiem, kuros naratīvs skaidri pozicionēts kā identitātes – gan individuālās, gan kolektīvās – pamatelements. Līdz ar to zināmā mērā viņš definē arī attiecību modeli starp individuālo un kolektīvo kopienas ietvaros, apgalvojot, ka individuālo identitāti nosaka ne tikai personīgie naratīvi, bet arī kultūras ietvaros sastopamie teksti, savukārt kopienas biedru individuālās izpratnes par naratīvu konstruētajām nozīmēm ievērojami ietekmē arī kopienas kolektīvo identitāti (Albrehtslund, 2010).

K. Nelsone, savukārt, aplūkodama personīgo naratīvu kā indivīda pašradītu vēsturi, pievienojas tiem autoriem, kas akcentē naratīva veidošanās sociālo raksturu. Izsekojot tā attīstības gaitai no protonaratīva konstrukcijām agrīnā vecumā, kas atspoguļo indivīdam aktuālās kultūras ietekmi uz identitāti, līdz personīgajam naratīvam kā paša pagātnes rekonstrukcijai, kas veikta, mijiedarbojoties ar citiem indivīdiem, viņa secina, ka naratīvs ir būtisks elements, kas nosaka indivīda piederības izjūtu un spēju/vēlmi identificēties ar noteiktu kultūru vai grupu (Nelson, 2004). Respektīvi, personīgā naratīva mijiedarbība ar kultūras vai kopienas kolektīvi konstruēto naratīvu ir process, kas ļauj indivīdam iekļauties kopienas struktūrā un identificēties ar to, tajā pašā laikā nezaudējot arī savu personīgo identitāti.

Vēl citas attiecības starp indivīda personīgo un kopienas kolektīvi konstruēto naratīvu saskata V. Burra, kura raksturo kopienas sociālo realitāti veidojošo naratīvu kā konstruētu zināšanu kopumu, atkarīgu gan no noteiktās grupas vēstures, gan kultūras īpatnībām. Kopīgo zināšanu konstrukcija notiek indivīdu mijiedarbības rezultātā, kuras laikā tie apmainās ar savām individuālajām zināšanu versijām, uzkrātām līdz ar personīgo pieredzi (Burr, 2003).

Vērtības, kuras kolektīvi konstruētā naratīva kontekstā tiek piedāvātas kolektīvai diskusijai kopienas sociālajā telpā, lai tās tiktu pieņemtas vai noraidītas kā turpmāka tās sociālās realitātes sastāvdaļa, ir atkarīgas gan no tēlu personīgajiem naratīviem, gan arī no to integrācijas kopienas naratīvā. Tieša ilustrācija šai mijiedarbībai ir piemērs par novēroto kopienu kā nevardarbīgu lomu spēļu kopienu. Vērtības eksistencei kopienas realitātē vienlīdz būtiskas ir šī aspekta definīcijas abos – gan spēlētāju personīgajos, gan kopienas naratīvos. Proti, ja vairumam tēlu personīgie naratīvi paredzētu agresīvu, uz konfliktu orientētu raksturu, tā vai citādi nevardarbība kā vērtība nepastāvētu, neatkarīgi no kopienas naratīva satura. Līdzīga situācija veidotos, ja kopienas naratīvā būtu definēts, ka noteiktas frakcijas atrodas nesamierināma konflikta situācijā.

Novērojums ilgtermiņā apliecināja, ka indivīda interakcijas pakāpe paaugstinās, indivīdam sajūtot lielākas kontroles un ietekmes iespējas attiecībā uz spēles naratīva konstrukciju, taču B. Ips, kurš naratīvu pētījis datorspēļu ietvaros, uzsver, ka līdz ar to palielinās arī stāsta kvalitātes zuduma risks, proti, ļaujot spēlētājiem pārāk brīvi pēc saviem ieskatiem manipulēt ar stāsta elementiem, var rasties situācija, kad konstrukcijas stratēģijas trūkuma dēļ potenciāli saistošs stāsts izvēršas par neinteresantu, udeņainu versiju (Ip, 2011), jo veidojas decentralizēta naratīva struktūra, kuras koordinācijai nav nepieciešama nemitīga spēles moderatora klātbūtne. Turklāt, jo lielāks ir spēlētāju, respektīvi, dalībnieku skaits, jo lielāka ir iespēja, ka spēles kolektīvajā naratīvā dominēs spontāni radīts saturs un nelineāras struktūras, un katrs spēlētājs pats ir atbildīgs par savas izklaides nodrošināšanu (Tychsen et al., 2006), tādējādi pastiprinot gan līdzdalības kultūras izpausmes, gan reizē arī spēles naratīva fragmentāciju.

Par Ipa bažu pamatotību liecina vairāki intervēto kopienu biedru dotie piemēri, kuri ilustrē gadījumus, kad viena indivīda aktīvas līdzdalības rezultātā personīgais naratīvs ir tieši izmainījis kopienas naratīvu vai varētu nest pārmaiņas nākotnē. Pozitīvs piemērs, kura rezultātā tika izmainīta ne tikai kopienas frakciju struktūra un aktivizēta kopienas iekšējā sadzīve un komunikācija,

bet arī pārdefinētas tās vērtību skalas, proti, dota jauna nozīme jēdzienam “ļauns”, ir stāsts par vienu no līderu personāžu līdzdalības pirmsākumiem un tumšo bruņinieku frakcijas izveidošanu. Viņš skaidri norāda uz savas frakcijas pašpozīciju kopienas naratīva kontekstā.

“*Blackguards* ārpusspēles vērtību sistēma balstās uz faktu, ka, ja visi būtu labi vai vismaz neitrāli, tad lomu spēle kļūtu par liksmības klubu, kurā cilvēki apvainojas par katru sīkumu, kas varētu iztraucēt viņu rāmo dzīvi” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Uzsākot šīs frakcijas veidošanu un tās vērtību un mērķu prezentāciju kopienas sadzīvē, citi spēlētāji šo personāžu pat ignorēja, taču ar laiku, konstatējot, ka viņš piedāvā kvalitatīvu, izstrādātu stāstu, tie rekonstruēja savus personīgos naratīvus, lai pielāgotos jaunajai situācijai; līdz ar to jaunā frakcija tika akceptēta un ierakstīta kopienas naratīvā kā “vislielākais ļaunums”. Līdzšinējais “vislielākais ļaunums” – Unra’eth frakcija – labā-ļauņa skalā kopienas apziņā tika pavisam neitrāli pozīcijai.

Šāda indivīdu personīgās uztveres un vērtību sistēmu konverģence notiek gan spēles, gan ārpusspēles dialogos, tuvojoties, vai, gluži pretēji, mazākās kopienas biedriem veidojot ievērojami atšķirīgas izpratnes par kolektīvā naratīva saturu un vēlamu attīstības gaitu. Galvenokārt atšķirības izpaužas kopienas veidoto interešu grupu un frakciju pašidentifikācijas centienos, kuru rezultātā jāspēj sasniegt divi mērķi: pirmkārt, frakcijai kā grupai skaidri jānošķiras no pārējiem kopienas biedriem, otrkārt, jādefinē un skaidri jāpamato sava vieta kopienas struktūrās, lai nezaudētu savu piederības izjūtu kopienai.

Tiklīdz šīs jaunās definīcijas ar kopienas akceptu tiek iekļautas kolektīvajā naratīvā un tā fiksētajās nozīmju un vērtību sistēmās, būtībā var runāt arī par indivīda vai grupas identitātes fiksāciju, kas savukārt ilgtermiņā ietekmēs gan kopienas kolektīvo identitāti, gan kolektīvā naratīva attīstības gaitu un virzienu.

Identitāte kolektīvajā naratīvā

Kā norāda Ho un Huans, aprakstīdami dažādās komunikācijas formas, ar kādām ārpus savas kopienas vides mēdz sazināties tās locekļi, virtuālā kopiena nav vienkārša tikšanās vieta. Tajā notiek dalīšanās ar personīgajiem naratīviem, kā rezultātā vērojama ne tikai kolektīva identifikēšanās ar noteiktām interesēm, mērķiem, vērtībām, pozīcijām, bet arī individuālo identitāšu rekonstrukcijas process (Ho & Huang, 2009).

Šis process viegli ieraugāms arī novērotajās kopienās – līdz ar savas pozīcijas attiecībā pret citiem spēlētājiem (identitātes) definēšanu un iesaistīšanos (vai atteikšanos iesaistīties, ja tā pamatota ar spēles pasaulē atrodamiem argumentiem) kādā no frakcijām spēlētājs, pats to neapzinādamies, jau piedalās kopienas naratīva konstrukcijas procesā, jo gan viņa identitāte un to noteicošais personīgais naratīvs kā tēla rīcības motivators, gan pati rīcība ietekmē lielāku vai mazāku spēles pasaules daļu, rekonstruējot realitāti vismaz tādā mērā, ka liek citiem spēlētājiem savam personāžam zināmo eksistējošo personīgo naratīvu sarakstam pievienot vēl vienu ierakstu.

Turklāt virtuālā pasaule kā komunikācijas vide rekonstrukcijas iespēju ziņā ir ļoti pretimnākoša – jau iepriekš minēts, ka tā ļauj konstruēt vairākas identitātes, arī vizuālās, vienlaicīgi, kā arī prasa daudz īsāku laiku šo identitāšu rekonstrukcijai, lai tās pielāgotu vai nu jaunai situācijai kopienā vai arī jaunām indivīda vēlmēm attiecībā uz savu līdzdalību tajā. Virtuālā telpa ļauj eksperimentēt ar identitāti pat līdz rases nomainīšanas apmēram – gan spēles ietvaros, gan definējot sevi kā citas rases pārstāvi, jau spēli uzsākot un uz kopienas kolektīvā naratīva epizodēm

raugoties jau no pavisam konkrēta skatpunkta, ar citām līdzdalības iespējām, kas šķietami ir atbilstošākas indivīda vēlmēm.

Tā, piemēram, spēlētājs, kurš bija izvēlējis elfu rasei piederīga kareivja lomu un intervijas brīdī ieņēma vienu no vadošajām pozīcijām elfu frakcijā, konstruē tās vērtību sistēmu, salīdzinot ar tās ideoloģisko pretstatu kopienas ietvaros:

„Nav daudz cilvēku, kas grib spēlēt ‘labos puisus’. Mēs [elfi] esam nelokāmi gaismas un taisnīguma sekotāji. Tā tas vienkārši ir pieņemts *Second Life* spēļu lokācijās. Vairums cilvēku šeit vēlas būt ļaunie, nelabie vai vismaz neitrālie. Lielākoties tu redzēsi dēmonus, tumšos elfus, dažādus cilvēkus, kas meklē kaut kādu jautrību, kas savukārt nozīmē būt atriebīgiem, dumpinieciskiem, pašiem sev noteicējiem. Mēs esam vislabākie labie” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Salīdzinājumam – jau iepriekš minētā ļauno spēku frakcijas vadītāja viedoklis par savu frakciju un tās biedra pamatraksturojumu:

„Katrai lokācijai ir nepieciešams ļaunuma elements. Nemainīgi ļauni nolūki. Nepārtraukts apdraudējums. Nedroši ceļi. Klaiņojošas uzbrucēju bandas. Baiļu iedvešana. Melnie sargi ir šo zemju ļaunums. Un ja cilvēks nespēj paciest to, ka viņu ienīst, nievā, medī deviņdesmit procentus viņa spēles laika, tad šāds cilvēks nav tiesīgs būt Melno sargu rindās. Būt ļaunam un netapt noķertam” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Šie divi citāti ilustrē vēl kādu būtisku lomu spēles naratīva īpašību, reizē demonstrējot arī kolektīvi konstruēta kopienas naratīva spēku un nozīmi kopienas eksistences nodrošināšanā. Proti, kā liecina novērojumu rezultāti, lomu spēles kopiena kā sociāla struktūra ir, iespējams, viens no labākajiem piemēriem ideoloģiski pretēju grupu pilnīgai integrācijai un spējai sadzīvot vienā telpā. Ja naratīva sociālās konstrukcijas procesus reducē līdz pavisam vienkāršām struktūrām, šeit aprakstītās grupas (un tai līdzīgu grupu gan analizētajās, gan citās lomu spēļu kopienās) loma un uzdevums ir vienkāršs – traucēt pārējām grupām sadzīvi pasaules apraksta konstruētajā pasaulē. Atļauts ir viss, kas reprezentē ļaunumu – zagšana, laupīšana, intrigas, dažkārt arī slepkavības. Šīs un tai līdzīgo grupu iekšējās komunikācijas ietvaros notiek diskusijas par to, kā darīt ļaunu citām frakcijām vai atsevišķiem tēliem.

Taču, par spīti tam, ka, gan sekojot subjektīvajām izjūtām, gan ierastajām fantāzijas žanra stāstu konstrukcijām, labajam būtu jāuzvar un ļaunajam – jātiek iznīcinātam pilnībā, tā ieviešot jaunu līdzsvaru stāstu kopienas kolektīvajā naratīvā, kopienas vadības nereti īpaši piestrādā, lai tumšos spēkus reprezentējošās frakcijas būtu pietiekami dzīvotspējīgas. Tam ir pavisam vienkāršs iemesls, kuru skaidro neitrālās cilvēku pilsētas valdniece:

„Bez ļaunajiem tēliem kopiena nebūs pilnīga, tā stāvēs uz vietas savā attīstībā. Pirms šīs kopienas esmu spēlējusi divās kopienās, vienā no tiem varu, bet reālo, nevis spēles varu, kopienā ieguva pārāk pārlicināti labie, kas piešķīra visādus labumus savai pusei un, var teikt, diskriminēja Ordonas kalnu, kas bija labākie, strukturētākie sliktie, ko jebkad esmu redzējusi. Viņi, protams, aizgāja spēlēt citur, kopiena izjuka, jo viss pēkšņi apstājās; labie bija vareni, bet nebija jau, pret ko šo varu izmantot” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Aplūkojot teorētiskos spriedumus par naratīva struktūru, šāds rezultāts nepārsteidz. Naratīva attīstībai nepietiek ar ideālu līdzsvara stāvokli – gan Todorovs savā klasiskajā piecu fāžu shēmā (Altman, 2008), gan Props savu pasakas naratīvās struktūras funkciju saraksta ietvaros (Propp,

1927) pieprasa līdzsvara stāvokļa izjaukšanu, tātad konfliktu. Arī jaunākajā akadēmiskajā literatūrā naratīva definīcijā gandrīz neizbēgama ir stāvokļa maiņas (Norrick, 2000) vai to iniciējoša notikuma vai darbības klātbūtne (Klein, 2003), atsevišķi autori pat noliedz naratīva eksistences iespēju, ja tā struktūrā iztrūkst šāda elementa (Coulter & Smith, 2009).

Tiesa, ir jāatzīst, ka virtuāla lomu spēle ir savā ziņā izņēmuma gadījums, kurā kolektīvi izveidotais naratīvs tiek konstruēts bez laika distances starp tā tapšanas brīdi un tajā aprakstītajiem notikumiem. Kopiena, līdzīgi kā indivīds personīgā naratīva gadījumā, savu kolektīvo pieredzi laika gaitā reducē, izslēdzot no tās mazāk būtiskos notikumus, pat ja tie, iespējams, skaidro kādas izmaiņas kopienas vērtību sistēmā. Savukārt vērtības un to savstarpējo attiecību maiņa virtuālas lomu spēļu kopienas naratīvā netiek atspoguļotas tieši, bet gan caur tā dalībnieku uzvedību, attieksmēm un fiksētajiem izteikumiem. Līdz ar to pastāv daudz lielāka iespēja, ka indivīda identitātes transformāciju, personīgā naratīva nianšu vai līdzdalības rezultātu nozīme attiecībā pret kopienas kolektīvi konstruēto naratīvu, tāpat arī pret vērtību sistēmu pamatkonstrukcijām, ilgtermiņā būs pavisam neliela vai nekāda.

Virtuālas lomu spēļu kopienas kolektīvā naratīva specifika

Laika distances trūkums nav vienīgā lomu spēļu kopienas kolektīvā naratīva raksturīgā iezīme. Tomēr tieši veids, kā lomu spēļu kopiena konstruē un vienlaicīgi tekstuāli fiksē savu ikdienu un tās notikumus, to padara par uz līdzdalību vērstu, jo bez kopienas biedru līdzdalības savu sociālo nozīmi zaudētu arī tās radītie teksti, ja tādi vispār eksistētu. Savukārt, lai varētu iesaistīties kopienas ikdienā, ir jāpatērē tās radītais saturs. Līdz ar to virtuālā pasaulē eksistējoša lomu spēļu kopiena var tikt uzskatīta par *prosumerism* koncepta nekomerciālā aspekta iemiesojumu.

Virtuālo lomu spēli var uzskatīt arī par visaptverošu Dženkinsa līdzdalības kultūras koncepta ilustrāciju, jo tai kā tekstus radošai kopienai nav auditorijas, kas būtu atšķirīga no tekstu radītāju sastāva. Atšķirībā no popkultūrā balstītā līdzdalības kultūras paveida, tā pat neizmanto gatavus tekstus vai gatavu komunikācijas vidi, lai tos pielāgotu savām lietošanas vajadzībām. Virtuālas lomu spēles kopiena to visu rada pati, balstoties uz savām interpretācijām par noteiktām tēmām, lai pēc tam tās patērētu jau kā produktu, modificējot to atbilstoši savām vajadzībām.

Ludologs un viens no vadošajiem videospēļu teorētiķiem Jaspers Jūls personīgas sarakstes ietvaros attiecībā uz lomu spēļu epizodēm norāda, ka tieši līdzdalības kultūras iezīmes lomu spēles norisē, proti, tas, ka paši spēlētāji ar saviem stāstiem rada savas izklāides saturu, ļauj to uzlūkot kā naratīva formu par spīti „naratīvam raksturīgās fiksētās struktūras” trūkumam. Jūls uzskata, ka tieši spēles vadītāja vai „naratīvu būtību izprotošu spēlētāju” klātbūtne un iesaistīšanās tās veidošanā palielina iespēju, ka procesa rezultātā varētu tikt radīts naratīvs saturs, padarot lomu spēli par izņēmumu citu spēļu veidu vidū (Juil, 2011).

Taču jāatceras, ka lomu spēle var tikt veiksmīgi spēlēta tikai tad, ja tās dalībnieki kolektīvi vienojas par atteikšanos no atsevišķiem savu iecerēto individuālo identitāšu aspektiem, tātad arī epizodēm savos personīgajos naratīvos, lai varētu identificēties ar vienu kopīgu spēles pasauli un to raksturojošo identitāti jeb pasaules aprakstu. M. Aiers šādas kolektīvas identitātes veidošanos definē kā interaktīvu kopīgu definīciju sistēmu radīšanu, kas ietver kopienas robežzīmju identifikatorus, grupas apziņu, kā arī sarežģītu nemitīgu diskusiju kopumu, kas nosaka indivīdu un to veidotās grupas pozīciju attiecībā pret plašāka mēroga hierarhisku uzskatu un pārliecību kopumu (Ayers, 2003).

Kolektīvā naratīva konstrukcijas process virtuālā lomu spēļu kopienā

Par spīti tehnoloģiju straujajai attīstībai un arvien jaunu komunikācijas kanālu ieviešanai, virtuālās pasaules eksistence joprojām galvenokārt balstās uz tās iemītnieku radītajiem tekstiem, kas reizē pilda arī šīs pasaules realitātes konstruēšanas funkciju. Atšķirībā no reālās pasaules,

kuras elementi ir teksta references, virtuālā pasaule sastāv tieši no teksta, tā dotajiem vārdiem un nosaukumiem, aprakstiem un nozīmēm (Ryan, 2001).

Fakts, ka virtuālajā komunikācijā joprojām dominē tekstuāli vizuālie formāti, padara daudz vieglāku naratīvu identifikāciju ikdienas komunikācijas procesā, jo tie tiek fiksēti un ir pārskatāmi atkārtoti. Tehnoloģiju piedāvātās lietotāju radītā satura fiksācijas iespējas ļauj precīzi izsekot ne tikai pašam saturam, bet arī tā autoriem, autoru personīgajām attiecībām un attieksmēm pret citu autoru radītajiem tekstiem savstarpējā interakcijā. Četrus mēnešus sistemātiski novērojot lomu spēļu kopienas biedru savstarpējo komunikāciju, bija labi redzams, kā konstrukcijas procesā variē gan komunikācijas aktori, gan lietotie komunikācijas instrumenti – līdzās sinhronajai komunikācijai, kas ir ierastākā saziņas forma virtuālas pasaules ietvaros, pastāv vairāki asinhronās komunikācijas paņēmieni, katrs ar savām noteiktām funkcijām un formālām vai neformālām pieejas tiesībām šiem instrumentiem.

Tāpat novērojuma laikā atklājās nianšes, kuras kļūst saprotamas, tikai pavadot kādu laiku konkrētajā kopienā vai vismaz lomu spēļu spēlētāju vidū (kurus savukārt ir grūti identificēt, esot ārpus kopienas).

Piemēram, līdzās divām loģiski iztēlotajām komunikācijas aktoru grupām, kas balstītas uz kopienas formālo organizācijas struktūru, proti, vadības līmeņa spēlētāji un ‘parastie’ spēlētāji, iespējams identificēt vēl trešo kategoriju, kas turklāt daļēji uzskatāma par abstraktu, respektīvi, konkrētā žanra lomu spēļu spēlētāju iedomātā kopiena – šajā gadījumā *Second Life* virtuālās pasaules *medieval fantasy* spēlētāji.

Lai arī vairums jauno lomu spēļu piesaka sevi kā oriģinālas, vēl nebijušas, balstītas uz tās dibinātāju sacerēta pasaules apraksta, nav nepieciešams daudz laika, lai konstatētu, ka noteiktas detaļas šajos aprakstos būs ļoti līdzīgas, ja ne vienādas. Redzamākais piemērs – rasu raksturojumi. Ja kādas lomu spēles vadība pasludinātu elfus par neaptēstiem, neglītiem un citām negatīvām īpašībām apveltītiem, šādā lomu spēlē elfu komūna, ļoti iespējams, pat neizveidotos, jo „tā elfus neviens nespēlē”. Par to liecina precedentu ar citu, specifisku rasi – *drow*, kas tika novēroti abās kopienās, proti, spēlētāji viens otru mācīja, kā pareizi spēlējams konkrētās rases pārstāvis, lai tam būtu tiesības saukties par šīs rases pārstāvi.

Līdz ar to var runāt par to, ka, pat esot visaugstākajā vadības līmenī, kopienas indivīds tik un tā savos lēmumos, kas attiecas uz spēles pasaules apraksta (tātad būtībā kolektīvā naratīva ‘sākuma līdzsvara stāvokļa’) konstrukciju, ir atkarīgs no abstraktas sociālas vienības un tās akcepta.

Spriežot pēc intervijās saņemtajām atbildēm, ideālā lomu spēlē vadība konstruē tās saturisko pamata struktūru, piedāvājot parastajiem spēlētājiem pasaules aprakstu un, virtuālās pasaules gadījumā, arī vizualizāciju, taču ar saturu šo struktūru aizpilda paši spēlētāji, turklāt ar minimālu vadības kontroli un iejaukšanos. Savukārt, vērojot spēlētāju reakcijas uz spēles vadības piedāvātajām pasīvajām, aizpildāmajām struktūrām, relatīvi īsā laikā ir iespējams konstatēt zināmu paradoksu. No vienas puses, spēlētājs ir gatavs tikai patērēt vadības radīto saturu, respektīvi, apspēlēt vadības organizētu notikumu bez pievienotas vērtības vai centieniem attīstīt kolektīvo naratīvu, taču ne radīt saturu ar savu iniciatīvu. No otras puses, spēlētāja pasivitātei rezultējoties nenozīmīgā lomā un funkcijā kolektīvi konstruētajā naratīvā, tiek demonstrēts piederības izjūtas trūkums, kas savukārt noved pie kopienas pamešanas, neapmierinātības paušanas attiecībā uz vadību un tamlīdzīgām darbībām. Līdz ar to vadībai ir jāspēj balansēt starp minimālo aktivitāšu apjomu, kas nepieciešams, lai naratīvs vispār attīstītos, un maksimālo aktivitāšu apjomu, kuru tā var atļauties, neriskējot ar spēlētāju neapmierinātību ar pārmērīgi lielo vadības lomu naratīvā un pārlietu nenozīmīgo savējo.

Lai to realizētu, ir nepieciešama relatīvi sarežģīta naratīva konstrukcijas shēma, kas ļauj vadības pārstāvim izvēlēties piemērotāko instrumentu katras situācijas risināšanai. Kopienā, kurā tika veikts sistemātiskais naratīva konstrukcijas procesa novērojums, varēja izšķirt triju līmeņu naratīvus, kuriem katram bija savas funkcijas attiecībā uz kopienas un tās kolektīvā naratīva attīstību.

Pirmais, visplašākais un visaptverošākais līmenis ir līdz šim aprakstītais kopienas kolektīvais naratīvs. Tā būtiskākā raksturojošā iezīme ir mītiskā kvalitāte kopienas ietvaros, proti, kolektīvais naratīvs, kā vairākkārt jau uzsvērts, ir tas, kas skaidro kopienas pasaules rašanos, vispārīgo iekārtojumu. Kolektīvais naratīvs ietver arī kopienas lomu spēles frakciju līderu statusa leģitimizāciju, tāpat frakciju savstarpējo attiecību stāvokļa skaidrojumu, kā arī būtiskākos notikumus un izmaiņas kopienas un tās lomu spēles nosacītās vēstures ietvaros.

Otrais naratīva līmenis ir subnaratīvs – atšķirībā no kolektīvā naratīva, subnaratīvs ir orientēts uz īstermiņa aktivitātēm, ikdienas dinamikas nodrošināšanu. Parasti tas tiek īstenots kā intensīva notikumu virkne, kuru secība un saturs atkarīgs no spēlētāju reakcijas un rīcības attiecībā uz piedāvātajiem sižetiskajiem pavērsieniem. Tas tiek konstruēts saskaņā ar kopienas naratīvu un savā attīstības gaitā, sevišķi nonākot pie atrisinājuma un jauna līdzsvara stāvokļa ieviešanas, reducētā formā kļūst par kopienas naratīva saturisko elementu.

Trešais naratīva līmenis ir mikronaratīvi, kuri uz kolektīvā naratīva laika ass visbiežāk būtu attēlojami kā punkti. Par mikronaratīvu ar identificējamām visām piecām Todorova definētajām fāzēm pēc būtības var uzskatīt ikvienu lomu spēles komunikācijas epizodi, taču nereti tas izpaužas kā vadības sūtīts grupas ziņojums situācijas skaidrošanai vai kādas realitātes detaļas integrācijai kolektīvajā naratīvē.

Kopienas naratīvs – kopienas identitātes reprezentācija tekstā

Uz virtuālu lomu spēļu kopienu un tās biedru piesaisti attiecas visi tie paši ietekmējošie faktori, kas uz jebkuru virtuālu kopienu, piemēram, sociālās interakcijas raksturojumi, lietotāju veidotā satura kvalitāte un atbilstība interesēm, emocionālā saikne, kas ir kopienas iekšējās komunikācijas ilgtermiņa rezultāts. Līdz ar to arī lomu spēles ietvaros kopienai, bet it īpaši tās vadošajiem biedriem, vienlaicīgi nākas rūpēties gan par tās īstermiņa dinamiku notikumu un aktivitāšu formā, gan par ilgtermiņa attīstību, kas visprecīzāk atspoguļojas kopienas naratīvē. Ar to šajā gadījumā domāts nevis viss kopienas kolektīvi radītais saturs, kam piemīt naratīva kvalitāte, bet gan tas naratīvs, kuru varētu uzskatīt par ekvivalentu kopienas nepierakstītajai vēsturei vai pat mitoloģiskam tās struktūras, vērtību sistēmas un citu kolektīvo identitāti raksturojošu elementu skaidrojumam.

Kopienas kolektīvā naratīva uzdevums ir garantēt šīs kopienas ikdienas dzīves norišu savstarpējo saskaņu un loģiskumu, novēršot konfliktus starp vidi, personāžiem, to radītajiem notikumiem un interpretācijām par šo notikumu nozīmi. Kopienas naratīvs definē sākuma līdzsvara stāvokli subnaratīviem, kas savukārt funkcionē kā ikdienas dinamikas nodrošinātāji, kā arī nodrošina paralēli attīstošos subnaratīvu, ja tādi rodas, sinerģiju.

Tā, piemēram, līdz ar vispārējas neitralitātes noteikšanu par sākuma stāvokļa galveno raksturojumu vienā no pētītajām kopienām tās vadība būtībā fiksēja arī iecerēto kopienas kolektīvā naratīva struktūru, proti, neraksturīgi *medieval fantasy* žanram, kas definēja kopienas pasaules apraksta un sociālās struktūras pamataprises, bija izvēlēts multifokusēta naratīva modelis ierastā duālfokusētā modeļa vietā.

Viena no kopienas nosacītajām īpašniecēm intervijas laikā vairākkārt prezentēja vadības pozīciju, kas vēlējās redzēt kopienas kolektīvo naratīvu kā multifokusētu struktūru, kuru vieno pasaules apraksts un kurā uzmanība tiek pievērsta tieši lomu spēles radīto tekstu un tajos aprakstīto, pārsvarā individuāli vai frakciju ietvaros radīto notikumu un darbību kvalitātei, nevis kaujas plāniem un tos realizējošām ainām.

Ar šo noteikumu komplekta sākotnējā versijā tika ierakstīts, ka kopienas veidotā stāsta ietvaros nav vadības definētu draudzīgo vai naidīgo frakciju, respektīvi, tiek norādīts, ka kopienas vadība sagaida pašu spēlētāju iniciatīvas veicinātu multifokusēta naratīva attīstību jebkurā virzienā pēc

viņu izvēles. Tomēr, redzot, ka kopienas spēlētāji ir pieraduši lomu spēles stāstu konstruēt, kādu pozicionējot kā ienaidnieku, un ļaunā tēla neesamība nozīmēja lomu spēles naratīva virzības apstāšanos un pat stagnāciju, administrācijas piedāvātajos lomu spēles notikumos pamazām parādījās uz duālfokusēta naratīva konstrukciju orientēti elementi.

Kopienas galvenais ieguvums no šīm izmaiņām bija fakts, ka tika paplašināts to spēlētāju loks, kuriem bija iemesls savstarpējai komunikācijai arī tad, ja no vadības puses netika organizēti īpaši notikumi. Tādējādi tika panākta to aktīvāka iesaiste kolektīvā naratīva konstrukcijas procesā ja ne radot jaunus notikumus, tad vismaz interakcijas rezultātā nostiprinot esošus vai konstruējot jaunus frakciju un to indivīdu attiecību modeļus situācijas konteksta ietvaros.

Vēl kopienas kolektīvā naratīva kontekstā būtiski atzīmēt, ka lomu spēles kopienas naratīvs var beigties tikai, kopienai pārtraucot darbību. Līdzīgi kā lomu spēles naratīvs sākas ar brīdi, kad kopienas biedri pirmo reizi spēles pasaules ietvaros ‘atdzīvina’ prenaratīva radīto sociālo vidi (kas līdz šim brīdim uzskatāma tikai par aprakstu, ne naratīvu), tā beidzas brīdī, kad šī sociālā vide atkal kļūst tikai par aprakstu, bez naratīvās kvalitātes.

Tam, ka kolektīvi konstruēts naratīvs ir reizē sava veida gatavu scenāriju kopums sociāli akceptētai rīcībai konkrētās kultūras ietvaros vai vismaz vadlīnijām rīcības scenāriju izvēlē, piekrīt arī Bohe (Boje, 2001). Viņš līdz ar to pozicionē kolektīvo naratīvu gan kā tagadnes realitātes reprezentāciju, gan instrumentu tuvākas un tālākas realitātes konstrukcijai tādā veidā, lai tā būtu saskanīga ar iepriekšējām kopienas norisēm (De Fina & Georgakopoulou, 2008).

Savukārt, par to, ka kolektīvi konstruēta naratīva trūkums var izrādīties iemesls piederības izjūtas iztrūkamam indivīda kopienas pieredzē, liecina, piemēram, kādas bijušās kopienas biedres skaidrojums tam, kāpēc viņa kopienas pametusi:

“Tur nebija nekādas struktūras, līderis tajā laikā gribēja slavu, kas nāca līdz ar titulu, taču ne pienākumus un darbus. Pat ja viņi plānoja kaut kādus notikumus, nekad nekas nenotika” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Uzreiz jāpiezīmē, ka būt frakcijas līderim lomu spēļu kopienā parasti nozīmē būt atbildīgam gan par frakcijas naratīva attīstīšanu, gan par tā iekļaušanos kopienas naratīvā, tostarp arī organizēt notikumus, kas to veicina, gan arī pašas frakcijas vadīšanu no personālvadības aspekta, mudinot savus t.s. padotos uz iesaistīšanos norisēs, kā arī uz kopienas sociālā tīklojuma intensifikāciju. Līdz ar to nav pārsteigums, ka vairāki spēlētāji norādīja – cilvēki, ar kuriem tiek veidots kopienas stāsts, kopīgais naratīvs, ir svarīgi ne tikai kā lomu spēles pasaules sastāvdaļa, domājošs, runājošs, reaģējošs objekts tajā, bet arī kā draugi. Pat iepriekš minētā spēlētāja, kas kopienas pametusi, atzina, ka galvenokārt viņu kopienā turējusi tieši emocionālā piesaiste, respektīvi, draudzība ar vienu no Valahari administratoru komandas pārstāvēm un iespēja līdzdarboties kolektīvā naratīva pamatstruktūras izveidē kā neitrālam konsultantam.

Otrkārt, kopienas ietvaros kopīgi piedzīvotais reizē rada arī kopienas sociālo realitāti, kuras struktūru skaidrojums rodams kolektīvajā naratīvā – secīgā kopienas vēstures notikumu pārstāstā, par kuru interpretāciju tās biedri ir apzināti vai neapzināti kolektīvi vienojušies. Šīs sociālās realitātes definīcijas reizē var tikt uzskatītas par kopienas kultūras raksturojumiem, un to struktūru skaidrojums ir atrodams tieši kopienas naratīvā – gan vispārīgajā, ilgtermiņa versijā, gan no tās izdalāmajos subnaratīvos un mikronaratīvos.

Subnaratīvs – ikdienas dinamikas avots

Kopumā ņemot, subnaratīvs ir funkcionāli vairāk orientēts uz kopienas ikdienas dinamikas nodrošināšanu nevis, piemēram, faktu un notikumu skaidrošanu; tādējādi tā galvenais uzdevums ir piesaistīt un noturēt spēlētājus – kopienas biedrus, lai kopiena vispār varētu eksistēt. Tā centrā

ir vai nu kāda mīkla vai ikdienas sadzīvi ietekmējoša problēma, kuras novēršana ievērojami nāktu par labu vismaz kādai no frakcijām, ja ne visai kopienai. Taču, ja pēc kāda laika kāds atgrieztos pie subnaratīva ar mēģinājumu to izstāstīt kā atsevišķu satura elementu, visticamāk, stāsts būtu subjektīva, taču ne reducēta interpretācija par notikumu gaitu.

Subnaratīva virzību nosaka vairāki faktori, no kuriem būtiskākais nešaubīgi ir spēlētāju reakcija uz notikumiem un dažādu rīcības scenāriju izstrāde, lai vismaz mēģinātu atrisināt spēles vadības piedāvāto problēmu. Turklāt no kopienas biedru spējas sasniegt šo jauno līdzsvara stāvokli zināmā mērā atkarīga arī tās ilgtspēja, jo parasti viena subnaratīva beigu līdzsvara stāvoklis reizē ir izejas punkts jeb sākuma līdzsvara punkts nākamajam subnaratīvam.

Subnaratīva struktūra kopienā visbiežāk tiek konstruēta kā duālfokusēta. Kā ilustrācija šim aspektam kalpo troļļa un cilvēka sarunas piemērs spēles stadijā, kad kopienas naratīva transformācija no multifokusēta uz duālfokusētu jau bija notikusi. Frakciju un indivīdu polarizācija attiecībā pret „labs-ļauns” asi, kuras rezultātā troļļa piederība purva subkopienai nozīmēja arī piederību tumšajiem spēkiem, savukārt cilvēka pilsētas sardzes priekšnieka amats lika tam skaidri reprezentēt gaišo spēku pozīcijas, bija galvenais iemesls šīs sarunas uzsākšanai.

Ja pilsētas attieksme pret purva iemītniekiem nebūtu formulēta kā nedraudzīga un Manetai jeb purvu teritorijai piederīgie pozicionēti kā aizdomīgi vai pat draudīgi, trollis un cilvēks, visticamāk, paietu viens otram garām, iespējams, pat nenasveicinoties, jo nebūtu loģiska iemesla diviem svešiniekiem pēkšņi sākt pārrunāt aktuālos notikumus.

Tomēr, sekojot līdzi lomu spēles naratīva un subnaratīvu attīstībai, skaidri redzams, ka traucējuma radīšanai ir tikai faktoloģiska nozīme, un kopumā šim naratīva struktūras elementam tiek pievērsta maza uzmanība un atvēlēts minimāls laika apjoms.

Ja runa ir par subnaratīvu konstruēšanu tieši lomu spēles ietvaros, nereti pats traucējums un tā radīšanas brīdis paliek ārpus kopienas komunikatīvajām aktivitātēm, naratīva konstrukcijas procesam uzreiz pārejot pie traucējuma fakta konstatācijas. Cēlonis tam ir vienkāršs – traucējumu iepriekš izplāno un sagatavo administrācija kā jaunu, parasti negaidītu pavērsienu kopienas stāstā. Tā, piemēram, lomu spēles atklāšanas epizodes centrā ir nodurta cilvēku sieviete, kura nejauši atrasta uz pilsētas zemju un purvu robežas. Brīdis, kad kāds no spēlētājiem viņu atrod, jau ir traucējuma konstatācija, jo esošo līdzsvara stāvokli pēc būtības izjauc nogalināšanas, nevis atrašanas fakts.

Subnaratīva ietvaros traucējuma radīšanas moments saturiski netiek detalizēti attīstīts vai izspēlēts atsevišķā epizodē – mežā mirusī sieviete atrodas tāpēc, ka administrācija tur novietojusi uz interakciju attiecīgi reaģējošu objektu, kas garāmgājēju iepazīstina ar to, ko viņš redz, nevis tāpēc, ka redzētu, kā tiek izspēlēta pati slepkavības aina. Cita subnaratīva ietvaros kopienas teritorijā pēkšņi parādās obeliski, kas atstāj iespaidu uz tuvumā esošajiem personāžiem, taču arī šajā gadījumā to parādīšanās tiek realizēta tikai tehniski, bet ne kā lomu spēles epizode. No pils cietuma pagrabiem izbēgot nesen apcietinātajam slepkavam (kura ieslēgšana tajos nozīmēja jauna līdzsvara stāvokļa radīšanu iepriekšējā subnaratīvā), pat vadošie spēlētāji, kuri pēc tam izplata šo ziņu kā notikuma aculiecinieki, nav izspēlējuši to kā lomu spēles epizodi, tikai daļās informācijā par to, kā tas ir noticis.

Cita, kopienas naratīva attīstībai būtiska subnaratīva virzības nodrošināšanai ar objekta novietošanu spēles pasaulē nepietika un, ar mērķi pastiprināt objekta vēstījumu, nācās iesaistīt otru traucējuma identifikācijas stratēģiju – lomu spēles epizodes iniciāciju.

Iecerētais subnaratīvs bija nozīmīgs ne tikai pats par sevi, bet arī kolektīvā naratīva kontekstā, jo principā uzskatāms par kopienas vadības pirmo atkāpšanos no sākotnējās nostājas, ka šajā lomu spēlē nav predefinētu tumšo un gaišo spēku. Stāsta būtība bija vienkārša – spēles pasaulē dažādās vietās parādījās obeliski, kuriem „pieskaroties”, tie vai nu personāžam izraisīja īpatnējas fiziskas sajūtas vai nodeva telepātisku vēstījumu par to, ka no aizmirstības atgriezies auglības dievietes tiešais pretmets, lai pārņemtu varu spēles pasaulē.

Kad spēlētāju reakciju trūkuma dēļ sākotnēji iecerētās mitoloģiskās mīklas vietā pirmie obelisku parādīšanās skaidrojumi no vadības puses tika saistīti jau ar Safera – izteikti ļaunā varoņa – iesaistīšanos kolektīvajā naratīvā, arī spēlētāji aptvēra, ka viņu personāžiem un to dzīvesvietām tiek gatavotas briesmas un tās tiks realizētas, ja viņi nerīkosies vai vismaz necentīsies atrisināt mīklu.

Lai arī uz subnaratīva nosacītās laika līnijas visvairāk vietas aizņem problēmas risināšana un traucējuma novēršana, kolektīvā naratīva kontekstā vissvarīgākais tomēr ir tieši atrastais risinājums un jaunais – beigu – līdzsvara stāvoklis, pie kura tas noved. Pamatojums šādam apgalvojumam – tieši subnaratīva vai mikronaratīva rezultāts ir tas, kas nosaka, cik un kādā virzienā subnaratīvs kopumā būs ietekmējis kolektīvā naratīva attīstību un virzību.

Tomēr dažkārt beigu līdzsvara stāvoklis iestājas nevis tāpēc, ka tiek atrisināta traucējuma radītā problēma, bet gan tāpēc, ka vai nu vadība vai arī paši spēlētāji interakcijas ceļā nonāk pie lēmuma par to, ka situācija nav tik nopietna, lai tērētu resursus tās attīstīšanai. Vēl viens scenārijs – traucējuma radītās problēmas sekas aizēno un nebūtiskas padara paralēla subnaratīva ietvaros notiekošais, kura norisēm spēlētāji piešķirushi lielāku nozīmi.

Tam piemērs ir relatīvi ilgstošs subnaratīvs, kura centrā bija viena personāža –slepkavas – radītie draudi cilvēku, elfu un citām nosacīti gaišajām frakcijām. Galu galā, jau par pasīvām kopienas vēstures zināšanām kļuvušais subnaratīvs piedzīvoja savas beigas, kad no paša Safera naža dūriena bojā gāja vienīgais personāžs, kas slepkavas tēlu vēl mēdza izmantot kā ļaunālabā vērtību skalas konstrukcijas instrumentu, – pilsētas karalis. Pārsteidzošā kārtā kopiena, it sevišķi cilvēku frakcija, par savu prioritāti izvēlējās rūpes par atraitnēs palikušo karalieni un mēģinājumus noskaidrot, kas pārvaldīs pilsētu, nevis karaļa nāves izmeklēšanu un atbrīvošanu. Slepkava kā personāžs no lomu spēles skatuves pazuda pavisam, un līdz ar viņa pazūšanu principā bija zudis arī sākotnējais traucējums un sasniegtais subnaratīva beigu līdzsvara stāvoklis būtībā nozīmēja atgriešanos tā sākumpunktā. Šādos gadījumos subnaratīva ietekme uz kolektīvo naratīvu vai kopienas identitāti ir minimāla, un pēc laika, iespējams, tas būs izzudis no kolektīvo zināšanu krājuma pavisam.

Mikronaratīvs – detaļu integrācija kopējā bildē

Mikronaratīvs ir, iespējams, vienīgais no trijiem naratīva līmeņiem, kurā iespējams uzreiz identificēt visas Todorova piedāvātās naratīva struktūras daļas no sākuma līdz beigu līdzsvara stāvoklim. Turklāt, analizējot tieši kopienas kolektīvi radītos tekstus jeb atsevišķās lomu spēles epizodes, ikvienu no tām iespējams uzvert kā mikronaratīvu.

Proti, sākuma līdzsvara stāvoklis pastāv līdz brīdim, kad tiek atklāta galvenā sarunas tēma, jo šīs tēmas atrašanās brīdī beidzas neitrālas sasveicināšanās un pieklājības frāzes un komunicējošie indivīdi ieņem noteiktas, ne obligāti pretējas, pozīcijas attiecībā pret to, tātad ir ticis izjaukts līdzsvars. Tēmas akceptēšana diskusijai ir lomu spēles piedāvāts ekvivalents traucējuma identifikācijai, savukārt pati diskusija, kurā notiek jau minētā kolektīvā nozīmju konstrukcija, – traucējuma radītās problēmas risināšana. Visbeidzot sarunas noslēgumā tiek panākta vienošanās par kopīgu nostāju, rīcības modeli vai, citos gadījumos, šāda modeļa neiespējamību.

Taču, ja lomu spēles epizode tomēr drīzāk uzskatāma par daļu no subnaratīva un analizējama tā kontekstā, otra lomu spēles ietvaros identificējamā mikronaratīvu kategorija ir funkciju ziņā neatkarīgāka un attiecībā uz lomu spēles pasaules struktūru vai naratīva satura ietekmēšanu – zīmīgāka. Šīs kategorijas mikronaratīvi parasti spēj funkcionēt kā neatkarīgi naratīvi arī ārpus konkrētas epizodes vai pat spēles konteksta un tiek izmantoti, lai ar to palīdzību pamatotu nepieciešamās vai jau veiktās izmaiņas un tādējādi novērstu neplānotu līdzsvara stāvokļa traucējumu vai pat ārpus spēles nesaskaņas.

Piemērs tam, kā mikronaratīvs sniedz pamatojumu izmaiņām kopienas naratīvā, ir vilkату frakcijas dibināšana otrajā kopienā. Līdz ar frakcijas rašanās brīdi kopienas kolektīvajā apzi-

ņā tiek rekonstruēta tās sociālā struktūra un frakciju hierarhija un tiek pieņemts, ka arī pirms frakcijas dibināšanas tās pārstāvji naratīvajā vidē ir bijuši sastopami kā pasīvi aktori. Savukārt mikronaratīva piedāvātais skaidrojums bija lakonisks un ietverts kopienas vadītājas sūtītā ārpuspēles grupas ziņojumā:

„Vilkači ir grupa, kas sastāv no vilkiem, vilkačiem un cilvēkiem, kuriem ir kāds noslēpums. Alfai pametot baru, tajā nav radies neviens pretendents, kurš gribētu uzņemties dominējošo statusu grupā. Ja esi ieinteresēts šīs grupas lomu spēles attīstīšanā, lūdzu, sazinies ar mani” (Elektronisko interviju arhīvs/Valahari, 2010).

Ziņojuma tekstā acīm redzami ir ietverts gan mikronaratīva sākuma stāvoklis (baram bija līderis jeb *alfa*), gan fiksēts līdzsvara izjaukšanas moments un tā identifikācija, proti, līderis baru ir pametis. Tāpat tajā ietverts arī sagaidāmais situācijas risinājums un jaunā līdzsvara stāvokļa apraksts, proti, kandidātu pieteikšanās un vadības izvēle par labu vienam no kandidātiem, kas novestu pie tā, ka grupai būtu līderis un tā beidzot būtu funkcionēspējīga.

Lai arī vienā grupas ziņojumā acīm redzami izdevies ietvert Todorova modelim pilnībā atbilstošu mikronaratīva konstrukciju, kolektīvajā naratīvā tas iekļausies tikai kā fakts, ka izveidota jauna grupa, un tikai ar brīdi, kad tā būs kļuvusi spējīga pašorganizēties, tātad – līdz ar vadītāja iegūšanu, respektīvi, risinājuma realizāciju un jauna līdzsvara iestāšanos.

Mikronaratīvi, neatkarīgi no tā, vai tie paredzēti personīgo naratīvu modifikācijai vai kopienas kolektīvo naratīvu attīstīšanai, parasti ir monofokusēti, izsekojot noteiktam posmam viena indivīda vai frakcijas dzīvē. To nosaka gan mikronaratīva īsais, kompaktais formāts, gan arī tā galvenās funkcijas – informēt par ārpus spēles reālās telpas un laika noritējušiem notikumiem, kuri varētu atstāt iespaidu arī uz lomu spēles naratīvu, kā arī nodrošināt saskaņu starp subnaratīva elementiem un kopienas naratīvu.

Nobeigums

Kolektīvā naratīva konstrukcijas procesā tieši vai netieši, reizēm pat neapzināti tiek iesaistīts ikviens indivīds, kas nonāk mijiedarbībā ar to. Tā galīgo interpretāciju ietekmē gan biedru personīgās identitātes, gan kolektīvās radīšanas procesa struktūra, gan galu galā paša kolektīvi radītā naratīva struktūra un saturs. Indivīdu iekļaušanās vai neiekļaušanās šajā kopīgi radītajā sistēmā ietekmē gan katra indivīda subjektīvās izjūtas attiecībā pret kopienas, gan viņa kolektīvās identitātes uztveri, kas savukārt atkarīga no pozīcijas kopienas hierarhijā, gan pieeju un iespēju iesaistīties dažādu kolektīvā naratīva līmeņu konstrukcijā.

Pētījums apliecina, ka, izmantojot naratīvu kā konstrukcijas metodi, identitāti visvieglāk radīt, nevis veidojot priekšstatu par to, kas „mēs esam”, bet gan skaidru nošķirumu, pretstatījumu – „kas mēs neesam”. Duālfokusēti naratīvi to radīšanā ļauj iesaistīties lielākam skaitam cilvēku, jo piedāvā skaidras vērtību definīcijas katrai no pusēm, līdz ar to arī iespēju skaidri pozicionēt savu nostāju un veidot aktīvu interakciju gan ar savas puses pārstāvjiem, stiprinot kolektīvo identitāti, gan ar pretējās puses pārstāvjiem, vērtību sadursmju rezultātā iezīmējot savas identitātes robežas attiecībā pret pārējo pasauli.

Īstermiņā radītie naratīvi (subnaratīvi un mikronaratīvi) tikai šķietami ir mazsvarīgāki nekā kopienas kolektīvais naratīvs, jo tieši šo naratīvu rezultāti jeb beigu stāvokļi nosaka, vai kopienas nozīmju un vērtību sistēmas laika gaitā piedzīvo kādas pārmaiņas, kas savukārt noved pie pārmaiņām arī kopienas pašdefinīcijā.

Lai arī daļa no īstermiņa naratīviem patiesi radīti kā dekorācijas, lai vienkārši padarītu kopienas dzīvi interesantāku, nedrīkst aizmirst, ka tas reizē nozīmē lielāku kopienas dalībnieku iesaisti

kopienas naratīva attīstībā, tātad augstāku interakcijas pakāpi un emocionālo saikni, tātad iesaisti arī kopienas darbības idejiskajā, ne tikai ikdienišķi praktiskajā līmenī. Individīds apzinās sevi kā kopienas daļu un identificējas ar to vērtību kopumu un ranžējumu, kuru kā savu identitāti tam piedāvā šī kopiena.

Tā rezultātā ideālā gadījumā tiek panākta kopiena ar augstu indivīdu līdzdalību, kā arī augstu šo indivīdu motivācijas un lojalitātes pakāpi, kas reizē izrādās nozīmīgi aizkavējoši faktori brīdī, kad indivīds apsver iespēju kopienu pamest. Kopienai darbojoties virtuālajā pasaulē, kuras pamatraksturojums ir indivīda mobilitāte, tas ļauj rēķināties ar pastāvīgu, ilglaicīgu biedru kopumu, kuri saturu ne tikai patērē, bet spēj radīt arī paši un iesaistīt radīšanas procesā arī citus, nodrošinot kopienai daudz lielākas spējas izturēt konkurenci un izdzīvot jebkuros apstākļos.

Izmantotā literatūra un avoti

- Albrechtslund, A. (2010). Gamers Telling Stories: Understanding Narrative Practices in an Online Communities. *Convergence*, 16 (1), 112–124.
- Altman, R. (2008). *A Theory of Narrative*. Ithaca, London: Cornell University Press.
- Ayers, M. (2003). Comparing Collective Identity in Online and Offline Feminist Activists. In M. McCaughey, M. Ayers, (Eds.), *Cyberactivism. Online Activism in Theory and Practice* (pp. 145–164). New York, London: Routledge.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
- Boje, D. (2001). *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Burr, V. (2003). *Social Constructionism*. 2nd ed. London, New York: Routledge.
- Coulter, C., Smith, M. (2009). The Construction Zone: Literary Elements in Narrative Research. *Educational Researcher*, 38(8), 577–590.
- De Fina, A., Georgakopoulou, A. (2008). Analysing Narratives as Practices. *Qualitative Research*, 8 (3), 379–387.
- Figuerora Sarriera, H. (2006) Connecting the Selves: Computer-Mediated Identification Processes. In D. Silver, A. Massanari (Eds.), *Critical Cyberculture Studies* (pp. 97–106). New York, London: New York University Press.
- Gelder, K. (2007). *Subcultures. Cultural Histories and Social Practice*. London, New York: Routledge.
- Harrison R. (2009). Excavating Second Life: Cyber-Archaeologies, Heritage and Virtual Communities. *Journal of Material Culture*. 14(1), 75–106.
- Ho, S., Huang, C. (2009). Exploring Success Factors of Video Game Communities in Hierarchical Linear Modeling: The Perspectives of Members and Leaders. *Computers in Human Behavior*. 25, 761–769.
- Ip, B. (2011). Narrative Structures in Computer and Video Games: Part 1: Context Definitions, and Initial Findings. *Games and Culture*. 6(2), 103–134.
- Jones, Q. (1997). 'Virtual Communities, Virtual Settlements and Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline'. *Journal of Computer Mediated Communication* 3(3). Skat. 21. 03. 2010.
[http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html#virtual community as group-CMC](http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html#virtual%20community%20as%20group-CMC)
- Juul, J. (2011, 10. maijs). Elektroniskā pasta vēstule raksta autorei. Personīgais arhīvs.
- Klein, K. (2003). Narrative Construction, Cognitive Processing and Health. In D. Herman, (Ed.), *Narrative Theory and Cognitive Science* (pp. 56–84). Stanford: CSLI Publications.
- Lieblich, A, Tuval-Maschiach, R., Zilber, T. (1998). *Narrative Research. Reading, Analysis, Interpretation*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Matzat, U. (2010). Reducing Problems of Sociability in Online Communities: Integrating Online Communication with Offline Interaction. *American Behavioral Scientist*, 53(8), 1170–1193.
- Mead, G. H. (1967/1934). *Mind, Self and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Nelson, K. (2004). Construction of the Cultural Self in Early Narratives. In C. Daiute, C. Lightfoot (Eds.), *Narrative Analysis. Studying the Development of Individuals in Society* (pp. 87–109). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Norrick, N. (2000). *Conversational Narrative. Storytelling in Everyday Talk*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Propp, V. (1968/1927). *Morphology of the Folktale. Trans. Laurence Skott*. Austin: University of Texas Press.
- Raggatt, P. (2006). Multiplicity and Conflict in the Dialogical Self: a Life-Narrative Approach. In D. McAdams, R.

- Josselson, A. Lieblich (Eds.), *Identity and Story. Creating Self in Narrative* (pp. 15–35). Washington: American Psychological Association.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: First MIT Press Edition. Sk. 20. 03. 2010. <http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>
- Ryan, M. (2001). *Narrative as Virtual Reality. Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Shetty, M. (2010). Identity Building Through Narratives on a Tulu Call-in TV Show. In D. Schiffrin, A. De Fina, A. Nylund (Eds.), *Telling Stories. Language, Narrative and Social Life* (pp. 95–108). Washington: Georgetown University Press.
- Tychsen et al. (2006). Live Action Role-Playing Games. Control, Communication, Storytelling and MMORPG Similarities. *Games and Culture*, 1(3), 252–275.
- Weinreich, Frank. (1997). Netizens and Citizens. Establishing a Point of View towards Virtual Communities. *CMC-Magazine*. Sk. 20.03. 2010.: <http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/wein.html>
- Wilson, S., Peterson, L. (2002). The Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology*. 31, 449–467.
- Yngvesson, B., Mahoney, M. (2000). ‘As One Should Ought and Wants to Be’: Belonging and Authenticity in Identity Narratives. *Theory Culture Society*, 17(6), 77–110.

¹ Ietvertajā jeb līdzdalības novērojumā pētnieks pats kļūst par daļu pētāmā, ļaujot videi sevi ietvert.

Ieva Baranova

Mg. soc. sc.

Uldis Bojārs

Dr. sc. comp., LU Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks

KOMUNIKĀCIJAS INTERESES UN PRAKSES VIRTUĀLAJĀS SPĒĻU KOPIENĀS: *GEOCACHING* GADĪJUMA ANALĪZE

Pētījuma *Komunikācijas intereses un prakses virtuālajās spēļu kopienās: Geocaching gadījuma analīze* mērķis ir noteikt *Geocaching* spēles virtuālās kopienas komunikācijas praksi un tās izmantojumu dalībnieku individuālo vajadzību apmierināšanai. Darba teorētiskā bāze ir mediju lietojuma un apmierinājuma teorija, konkrēti, D. Makveila piedāvātais pētnieciskais ietvars, kas iedala vissvarīgākos apmierinājumus četrās grupās – informatīvās vajadzības, personiskās identitātes vajadzības, integrācijas un sociālās interakcijas vajadzības un izklaides vajadzības. Tāpat tiek sniegts virtuālo interešu kopienu raksturojums un skaidroti atpūtas un spēles koncepti komunikācijas vajadzību kontekstā. Padziļināti skaidroti uz atrašanās vietu balstītu spēļu darbības principi.

Darbā izmantotās pētniecības metodes dod iespēju risināt pētnieciskos jautājumus no divējādi — pirmkārt, ar aptaujas un interviju palīdzību tika noskaidrots, kā dalībnieki paši raksturo savas vajadzības un spēlē gūto apmierinājumu. Savukārt virtuālā etnogrāfija, kas ietver virtuālās kopienas iesaistīto novērojumu un līdzdalību kopienā, nodrošina iespēju pētīt dalībnieku radīto saturu kopā ar nozīmēm un vajadzībām, kas tajā parādās.

Pētījuma ietvaros secināts, ka, attīstoties tehnoloģijām un pārveidojoties informācijas videi, indivīdu komunikācijas vajadzības tomēr nav būtiski mainījušās. Cilvēki vēl arvien meklē informāciju un padomus, apstiprinājumus savām vērtībām un iespējas patīkami pavadīt brīvo laiku. Drīzāk mainījušies veidi, kā šīs vajadzības tiek apmierinātas. Ja agrāk sociālās interakcijas un piederības vajadzības cilvēki apmierināja, iesaistoties organiskās jeb reālās kopienās, tad šodien viņi piedalās arī dažādās virtuālo kopienu formās.

Atslēgvārdi: *geocaching*, spēļu kopienas, virtuālās kopienas, lietojuma un apmierinājuma teorija, virtuālā etnogrāfija.

Ievads

Internetam ieņemot arvien būtiskāku lomu cilvēku ikdienas komunikācijā, arī liela daļa spēļu un izklaides ir pārcēlušās uz datormediēto vidi. Spēlētāji arvien biežāk veido interešu kopienas, kuru ietvaros apmierina dažādas komunikatīvas vajadzības. Spēļu un to dalībnieku kopienu pētniecība skar tādus būtiskus cilvēku dzīves aspektus kā kultūras prakses, vidi, psiholoģiju un komunikāciju.

*Geocaching*¹ ir uz atrašanās vietu balstīta spēle, kas ietver slēpņu (interesantās vai svarīgās vietās noslēptu kastīšu) meklēšanu reālajā vidē, izmantojot GPS (Globālās pozicionēšanas sistēmas) vai citu navigācijas ierīci. Tomēr *Geocaching* spēlētāji par kopienu saucami tieši virtuālajā vidē, kur viņi atlasa un pierēģistrē atrastos slēpņus un aktīvi komunicē savā starpā. Darbā pētīts, kāpēc cilvēkiem ir svarīga dalība virtuālajās kopienās un kādu apmierinājumu viņi gūst, esot šādas kopienas biedri.

Tika izvirzīti šādi pētnieciskie jautājumi:

- 1) Kādas komunikatīvās vajadzības apmierina *Geocaching* dalībnieki, piedaloties spēlē?
- 2) Kāda nozīme komunikatīvo vajadzību apmierināšanā ir (a) komunikācijai par spēli virtuālajā vidē un (b) dalībai spēles virtuālajā kopienā?
- 3) Kāda ir mijiedarbība starp dalībnieku aktivitātēm reālajā un virtuālajā praksē?

Lai iegūtu atbildes uz pētnieciskajiem jautājumiem, tika izvēlēta mediju lietojuma un apmierinājuma teorētiskā pieeja (*Uses & Gratifications Theory*). Tā ir viena no klasiskajām masu komunikācijas teorijām, kas tiek aktīvi izmantota virtuālās komunikācijas studijās (Ruggiero, 2000; Papacharissi, 2009; Rubin, 2009), un tā dod iespēju noskaidrot, kādas vajadzības un cik lielā mērā cilvēki apmierina, patērējot noteiktu mediju vai – šī darba kontekstā – konkrētu komunikācijas veidu.

Darbā izmantotās pētniecības metodes rada iespēju risināt pētnieciskos jautājumus divējādi: pirmkārt, ar aptaujas un interviju palīdzību tika noskaidrots, kā dalībnieki paši raksturo savas vajadzības un gūto apmierinājumu. Savukārt virtuālā etnogrāfija, kas ietver virtuālās kopienas iesaistīto novērojumu un līdzdalību kopienā, nodrošina iespēju pētīt dalībnieku radīto saturu kopā ar nozīmēm un vajadzībām, kas tajā parādās.

Geocaching spēles un kopienas raksturojums

Geocaching spēles kopiena ir piemērots gadījums spēļu virtuālo kopienu komunikācijas pētniecībai tāpēc, ka tā ir spilgts piemērs Latvijā ļoti aktīvai un daudzpusīgai spēles kopienai. Saskaņā ar 2011. gada 10. jūnija datiem, Latvijā ir reģistrēti 3493 slēpņotāji (*Geocaching* spēlētāji), kas ir atraduši kaut vienu slēpni. No tiem par aktīviem (atraduši 50 slēpņus un vairāk) uzskatāmi 1139 spēlētāji²². Šie skaitļi ir diezgan lieli, ņemot vērā Latvijas nelielo izmēru un iedzīvotāju skaitu, kā arī faktu, ka spēle netiek īpaši popularizēta, lai saglabātu tās noslēpuma faktoru.

Geocaching ir viena no pasaulē pirmajām un šobrīd lielākajām uz atrašanās vietu balstītajām mobilajām spēlēm (*location-based mobile games*). Tā tika sākta 2000. gadā. Visā tās vēsturē dažādās pasaules vietās noslēpts vairāk nekā 1,4 miljons slēpņu, ko kopumā atraduši vairāk kā 4 miljoni cilvēku. Kopumā slēpņi ir atrodami vairāk kā 180 valstīs. Spēlē visaktīvākās valstis ir ASV un Vācija (Groundspeak, 2010).

Spēlēšanas procesā tiek izmantota GPS ierīce, ar kuras palīdzību spēlētāji meklē slēpni, kura aptuvenās koordinātas norādītas spēles mājas lapā. Spēles mērķis ir atrast slēpņus nozīmīgās, interesantās vai vienkārši grūti sasniedzamās vietās.

Ikvienam spēlētājam ir iespēja ne tikai meklēt slēpņus, bet arī pašam radīt slēpni, tikai tas spēles ietvaros nozīmē diezgan lielu atbildību. Slēpņa radītājam ir ne vien jāizdomā oriģināla un droša slēpšanas vieta, jāuzraksta slēpņa apraksts un jāizgatavo pats slēpnis, bet arī jāuztur šis slēpnis labā kārtībā, ātri reaģējot uz citu spēlētāju komentāriem par slēpņa stāvokli (samircis, pazudis, jānomaina pierakstīšanās blociņš, saplīsis kontainers utt.). Slikti slēpņu „saimnieki” saņem negatīvus komentārus no citiem spēlētājiem.

Bez galvenās lapas www.geocaching.com, Latvijas slēpņotāji internetā tiek arī tādās vietnēs kā Ģeoforums (www.geoforums.lv), kas tika pērtis šajā darbā, Ģeofoto (www.geofoto.lv), kas domāts dažādu ar slēpņošanu saistītu fotogrāfiju publicēšanai, kā arī sociālā portāla Draugiem.lv domubiedru grupā ar nosaukumu *Geocaching*. Tāpat *Geocaching* ir arī savs *Twitter* konts. Atsevišķa vietne ir Liepājas slēpņotājiem – www.geoburzins.lv.

Ģeoforums radīts 2008. gada 20. augustā, un kopš tā laika ir visplašāk izmantotais Latvijas *Geocaching* kopienas locekļu komunikācijas kanāls. Saskaņā ar foruma datiem, 2010. gada 19. oktobrī forumā bija 16 862 ieraksti 623 tēmās, un 1203 lietotāji³³. Tas nozīmē, ka gandrīz puse no visiem Latvijas slēpņotājiem ir reģistrējušies šajā forumā. Ģeoforums ir šī darba pamata pētnieciskais lauks. Vienlaicīgi autoru zināšanas par notiekošo citos komunikācijas kanālos vairo pamata informāciju, kas nepieciešama kopienas etnogrāfiskai izpratnei.

Līdz šim *Geocaching* pērtis dažādās akadēmiskās disciplīnās, tomēr nevienā no apskatītajiem avotiem nav veikti padziļināti šīs virtuālās spēles kopienas dalībnieku realizēto vajadzību pētī-

jumi, kā tas veikts šajā darbā. *Geocaching* kā uz atrašanās vietu balstīta spēle nereti tiek pētīta tehnoloģisko ierīču (galvenokārt GPS) izmantojuma kontekstā. Daudzviet *Geocaching* tiek analizēts kā jauns fenomens brīvdabas aktivitāšu īstenošanā. Piemēram, rakstā *The Social Psychology of a Technology Driven Outdoor Trend: Geocaching in the USA* analizēti *Geocaching* sociālpsiholoģiskie aspekti, uzsverot to primāri kā sportisku brīvdabas aktivitāti, kas balstās uz tehnoloģiju lietojumu (Chavez, Schneider & Powell, 2004). Citviet *Geocaching* pētīta kā tūrisma papildinoša un veicinoša aktivitāte (Çeltek, 2010), kā neformālās izglītības elements (Clough, 2010), kā arī vides aizsardzības kontekstā (Schneider & Chavez, 2005).

Virtuālo interešu kopienu raksturojumi: lietojuma un apmierinājuma teorijas pielietojums to izpētē

Komunikācijai arvien vairāk pārceļoties uz datormediēto kontekstu, ir pārveidojusies sociālā vide, un rodas vajadzība pārskatīt kopienas definīciju, lai pielāgotu to jaunajiem apstākļiem. Viens no jauno virtuālo kopienu veidiem ir atpūtas un spēļu kopienas. Jaunās līdzdalības formas šajās kopienās aktualizē aktīvās auditorijas konceptu un lietojuma un apmierinājuma teoriju kā ietvaru šādu auditoriju pētniecībai. Vajadzības, ko indivīdi apmierina, piedaloties spēļu kopienās, jāskata no atpūtas un brīvā laika, kā arī mediētās izklaides sniegtajiem potenciālajiem apmierinājumiem.

Virtuālās interešu kopienas

J. van Dijks grāmatā *The Network Society* piedāvā virtuālo kopienu definīciju, nošķirot tās no organiskām jeb fiziskām kopienām: „Virtuālās kopienas ir cilvēku apvienības, kas nav piesaistītas laikam, vietai un fiziskiem vai materiāliem apstākļiem, izņemot tos, ko rada pašas kopienas dalībnieki vai to sekmējošais medijs. Tās ir radītas elektroniskā vidē ar mediētu komunikāciju palīdzību.” Savukārt organiskas kopienas tiek definētas pretēji – kā „piesaistītas laikam, vietai un dabiskai vietai, jo tās ir atkarīgas no cilvēku organismu fiziska kontakta, kas kopā veido sociālu institūciju, ko sauc par kopienas. Tātad tās pamatā balstās uz komunikāciju „aci pret aci”” (Van Dijk, 2006, 166).

Virtuālās kopienas sastāv no cilvēkiem, kam ir kāda īpaša interese vai kas veic kādas īpašas aktivitātes, tāpēc tās var arī saukt par interešu kopienām. Virtuālas kopienas biedriem parasti ir kopīga tikai viena lieta – interese, kas viņus svedusi kopā. Citreiz kopienu veidojošie faktori var būt arī minoritātes statuss un kopienas locekļu izklaidētība. Turpretī organiskā kopienā cilvēkus parasti saista vairākas intereses, un šāda kopiena tāpēc ir relatīvi homogēna. Tas sniedz organiskai kopienai lielākas iespējas veidot un saglabāt savas kopienas kultūru un identitāti (Van Dijk, 2006, 166).

Tā kā kopienas tradicionālās definīcijas galvenā sastāvdaļa ir kopienas locekļu ģeogrāfiski tuvā atrašanās vieta, daļa autoru uzskata, ka virtuālās kopienas nemaz nevar uzskatīt par kopienām. Taču, piemēram, datormediētās komunikācijas pētniece K. Heitorntvaita (*Haythornthwaite*) pārstāv pretējo viedokli, uzsverot, ka svarīgākais ir mijiedarbības aspekti, kas tur kopienas locekļus kopā un kas saglabājas nemainīgi arī virtuālajā kontekstā: dalīšanās ar informāciju un intelektuālajiem resursiem, kopīgas laika pavadīšanas izbaudīšana un kopīgs darbs pie tā, lai sasniegtu kopienas mērķus (Haythornthwaite, 2007, 121). Šie raksturojumi ietver arī informācijas apmaiņu un padomu sniegšanu, sociālo atbalstu, savstarpēju palīdzību, kopīgu vēsturi, visiem zināmus uzvedības modeļus, kas palīdz kopienas locekļiem sasniegt tās mērķus, kā arī kopīgu valodu (Haythornthwaite, 2007, 121).

Spēļu virtuālo kopienu raksturojumi

Internetā attīstoties visdažādākajām virtuālajām kopienām, akadēmiskajā vidē pētnieki pērsušies arī spēļu kopienu specifikai. Fanu un videospēļu spēlētāju subkultūras jau kopš 20. gadsimta 80. gadiem padziļināti pētījis H. Dženkinss. Runājot par fanu kopienām, autors uzsver kādu aspektu, ko varētu attiecināt arī uz spēļu virtuālajām kopienām – kopienas dalībnieki gūst prieku ne tikai no zināšanas, bet arī no zināšanu apmaiņas (Haythornthwaite, 2007, 121).

Tas saskan ar faktu, ka spēlētāju kopienas visbiežāk ir entuziastu kopienas. Entuziastu kopienas ir auditorijas līdzdalības formas, kas ir atšķirīgas no fanu kopienām – entuziastu aktivitātes nebalstās uz mediju tēliem, programmām vai zvaigznēm, tās parasti ir vairāk organizētas un piezēmētākas. Tomēr, tāpat kā fani, entuziasti spēj daudz ieguldīt kopienā, jo viņi ir uzticīgi, atbalsta viens otru, ir produktīvi kā dalībnieki un spēlētāji (Sayre & King, 2003, 58).

Arī citi pētnieki ir uzsvēruši spēcīgo piederības un uzticības līmeni, ko demonstrē fanu un spēlētāju virtuālo kopienu locekļi, kā arī lielo komunikācijas biežumu un intensitāti šādu kopienu ietvaros. Tādējādi kopienu dalībnieku komunikācija nereti kļūst ļoti familiāra, ietverot dalīšanos ar personisku informāciju un ilglaicīgus, tikai kopienas ietvaros saprotamus jokus. Šādas grupas demonstrē arī skaidras un konsekventas vērtības un normas, kuru izpilde tiek bargi uzraudzīta gan no grupas moderatoru, gan ierindas dalībnieku puses. Normu pārkāpumi var novest pie pārkāpēja ignorēšanas vai lielākās sankcijas – verbāliem pārmētiem un uzbrukumiem no citu dalībnieku puses. Šie raksturojumi norāda uz to, ka pastāv izteikta grupas atbildības izjūta kopienu ietvaros (Hodkinson, 2011, 259).

Viens no būtiskākajiem kontroles mehānismiem virtuālajās kopienās ir valoda (Sayre & King, 2003, 273). Blakus valodai virtuālo kopienu locekļiem ir arī citi, katrai kopienai specifiski veidi, kā atšķirt „savējos” no „svešiniekiem”. Neskatoties uz to, ka internets tiek uzskatīts par neierobežotu telpu, pat no entuziasma pilnākajiem jaunajiem dalībniekiem bieži vien tiek sagaidīta cieņas nopelnīšana kopienas ietvaros. Tāpēc nereti jāpaiet zināmam laikam, kamēr citi kopienas locekļi viņus sāk uzskatīt par līdzvērtīgiem biedriem (Hodkinson, 2011, 259).

Lietojuma un apmierinājuma teorija virtuālās komunikācijas pētniecībā

Līdz ar jauno līdzdalības formu attīstību ir aktualizējies aktīvās auditorijas koncepts, kas ir lietojuma un apmierinājuma (*Uses & Gratifications*) teorētiskās pieejas pamatā. Attīstoties jaunajiem medijiem, šī pieeja kļūst arvien aktuālāka, jo jaunās tehnoloģijas piedāvā cilvēkiem arvien vairāk un vairāk mediju izvēļu, un motivācijas un apmierinājuma koncepti kļūst aizvien nozīmīgāki auditorijas analizē (Ruggiero, 2000, 14).

Lietojuma un apmierinājuma teorija ir viena no populārākajām un senākajām masu komunikācijas teorijām. Saskaņā ar šo teoriju, auditorija ir aktīva, mērķtiecīga un spēj izvēlēties sev piemērotāko mediju saturu, nevis tiek šī satura ietekmēta, pasīvi to patērējot. Mediju patērētāji paši ir atbildīgi par tāda mediju satura izvēli, kas apmierinātu viņu vajadzības. No šāda viedokļa raugoties, mediji ir tikai faktors ceļā uz vajadzību apmierināšanu, un vajadzību apzināšanās un apmierināšana ir pašu auditorijas locekļu ziņā (Papacharissi, 2009, 137–139).

Komunikācijas klasiķis D. Makveils savas nozīmīgās grāmatas „*Mass Communication Theory*” 1. izdevumā piedāvā lietojuma un apmierinājuma teorijas pētniecisko ietvaru, kas balstās uz daudziem pētījumiem auditorijas studijās. Šis modelis iedala vissvarīgākos apmierinājumus četrās grupās, katrai ietverot vairākus apakšpunktus:

- 1) informācija (padoma meklēšana praktiskos jautājumos vai lēmuma pieņemšanas procesā; ziņkāres un vispārīgas intereses apmierināšana; mācīšanās, pašizglītošanās);
- 2) personiskā identitāte (personisko vērtību apstiprinājuma meklēšana; identificēšanās ar citiem, kurus ciena (*valued others*) medija ietvaros; savas personības dziļāka iepazīšana, pašapliecināšanās);

- 3) integrācija un sociālā interakcija (sociālā empātija, ieskats citu dzīvē; identificēšanās ar citiem un piederības izjūtas gūšana; reālās dzīves attiecību aizvietošana)
- 4) izklaide (bēgšana vai novirzīšanās no problēmām; relaksācija; iekšējs kulturāls baudījums; laika aizpildīšana; emociju atbrīvošana) (McQuail, 1983, 82–83).

Autors uzsver, ka katram no šiem tipiem ir pietiekami pārliecinošs empīriskais pamats, lai būtu redzams, ka šo elementu kopums veido motivāciju shēmu, kas balsta auditorijas uzvedību (McQuail, 1983, 82–83).

Spēle kā komunikatīva darbība: uz atrašanās vietu balstītās spēles

Internets un jaunie mediji ir atdzīvinājuši lietojuma un apmierinājuma teoriju, un izklaide kā viens no jauno mediju svarīgākajiem komponentiem ir ļoti nozīmīgs pētnieciskais lauks auditorijas vajadzību analīzei. Izklaide ir pievilcīga, rosinoša, emocionāla, sociāla un morāla, tāpēc tai ir potenciāls apmierināt virkni tādu individuālu vajadzību kā bēgšana no rutīnas, aizmiršanās, socializēšanās, emocionāla izlādēšanās un citas.

Spēli var definēt kā tūlītēju apmierinājumu sniedzošu, īslaicīgu, patīkamu aktivitāti, kas prasa nelielu vai nekādu speciālu sagatavotību, lai to izbaudītu (Stebbins, 2006, 408–409). Papildu nozīmīgi spēļu raksturojumi ir arī simboliskas noslēpumainības apziņa, kas to atšķir no ikdienas, kā arī spēli pavadošā noturīgas kopienas apziņa, kas īpaši raksturīga, piemēram, sporta faniem (Sayre & King, 2003, 5). Jebkāda veida spēle lielākā vai mazākā mērā satur šos sešus elementus: noteikumi, mainīgi, saskaitāmi rezultāti, iespējamajiem rezultātiem piešķirtā vērtība, spēlētāju piepūle/centieni, spēlētāju piesaiste (pieķeršanās) rezultātam un apspriežamas sekas (*negotiable consequences*) (Dovey & Kennedy, 2006, 26).

Jaunā veida spēļu ēra aizsākās ar videospēlēm – mediju, kas pirmais radīja ikdienas atšķirtību no virtuālās pasaules. Taču šodienas tendence, tieši pretēji, rāda, ka kiberpasaule un reālā pasaule ir cieši savijušās teju visos ikdienas aspektos, izmainot mūsu uztveri par izdzīvoto un mediēto laiku un telpu (Lister, 2009, 299).

Hibrīdspēles ir spēles, kas notiek paralēli realitātē un virtuālajā vidē. Tās var iedalīt divās lielās grupās – hibrīdrealitātes spēlēs (*hybrid reality games*) un uz atrašanās vietu balstītās spēlēs (*location based games*). Kopīgais šīm spēlēm ir tas, ka tās izmanto pilsētas telpu (*urban spaces*) kā spēles scenāriju un/vai spēles laukumu, kā arī tās tiek spēlētas ar tādu mobilo tehnoloģiju palīdzību, kas ir aprīkotas ar spēju noteikt atrašanās vietu un/vai interneta pieslēgumu. Trīs galvenie šo spēļu raksturojumi ir mobilitāte, sabiedriskums (*sociability*) un telpiskums (Souza e Silva, 2009, 404).

Uz atrašanās vietu balstītās spēlēs, kā *Geocaching*, parasti tiek izmantotas ierīces ar GPS jeb globālās pozicionēšanas sistēmu, kas ļauj šīm spēlēm vienlaikus notikt gan tiešsaistē, gan nesaistē (*offline*) (Goggin, 2009, 146). Šāda veida spēles transformē fizisko vidi par neizzinātu teritoriju, un tieši šajā faktā slēpjas šāda veida spēļu svarīgākais elements, jo spēlētāji dodas uz vietām, kuras tāpat vien neapmeklētu (Souza e Silva & Hjorth, 2009, 616).

Uz atrašanās vietu balstītās spēles vairākos veidos izaicina tradicionālo spēles definīciju. Kā norādīts iepriekš, ikvienai tradicionālai spēlei ir raksturīgi noteikumi un mērķi; uzvarētāji un zaudētāji; izskaitļojams iznākums – punkti vai citi kvalitatīvi indikatori (Souza e Silva & Hjorth, 2009, 616). Lai arī lielākajā daļā uz atrašanās vietu balstīto spēļu ir zināmi noteikumi un iespēja krāt pēc iespējas vairāk punktu vai citu elementu, ir redzams, ka šajā gadījumā nevar runāt par izteiktiem uzvarētājiem un zaudētājiem un pat mērķiem, kas jāsasniedz ikvienam dalībniekam. Katrs spēlētājs piedalās spēlē tik lielā mērā, cik pats vēlas, un arī mērķi ir tikai individuāli uzstādīti.

Turklāt uz atrašanās vietu balstītām spēlēm ir raksturīga pastāvība – tās vienmēr turpinās, un katrs var iesaistīties spēlē sev vēlamajā laikā. Šāda tipa spēles ir izraisījušas robežu izzušanu starp spēli un „nopietno” dzīvi, jo pārnēsājamās tehnoloģijas ļauj šīm spēlēm norisināties jebkur – arī pa ceļam uz darbu, darbā vai citās ikdienas darīšanās. Vienlaikus šādā veidā uz atrašanās vietu balstītās spēles transformē pazīstamo pilsētvidi par nezināmu un neizpētītu telpu (Souza e Silva, 2009, 409–412).

Etnogrāfijas izmantojums virtuālo kopienu pētniecībā

Etnogrāfija ir pētniecības metode, kuras mērķis ir saprast pētītās cilvēku grupas uzvedības sociālo nozīmi. Dž. Brēvers piedāvā šīs metodes definīciju: „Etnogrāfija pēta cilvēkus viņu dabiskajā vidē jeb „laukā” (*field*), izmantojot metodes, kas tver to sociālās nozīmes un ierastās darbības, iekļauj pētnieka tiešu piedalīšanos ar mērķi sistemātiski vākt datus, taču neuzspiež tiem nozīmi no ārpusē” (Brewer, 2000, 11).

Atbildot uz sociālajām izmaiņām, ko izraisījusi interneta parādīšanās un attīstība un tā ietekme uz civilizēto pasauli, aizvien vairāk pētnieku pievērsušies jaunam etnogrāfijas virzienam, ko lielākoties sauc par „virtuālo etnogrāfiju” vai „digitālo etnogrāfiju” (dažos avotos tā dēvēta arī par „netnogrāfiju” (*netnography*) un tiešsaistes etnogrāfiju) (Kozinets, 2010). Šī virziena pamatā ir pieaugošā nepieciešamība pētīt virtuālās kopienas, kā arī nozīmīgus reālo kopienu sociālos aspektus, kas „pārcēlušies” uz datormediēto vidi. Citi autori iet vēl tālāk, apgalvojot, ka faktiski vairs nav iespējams veikt mūsdienīgas sabiedrības etnogrāfiju, kurā kaut kādā veidā nebūtu iesaistīta tehnoloģiski medietā komunikācija, uzvedība vai artefakti (piemēram, tīmekļa vietnes) (Garcia, 2009, 57).

Etnogrāfija var ietvert sevī virkni datu vākšanas tehniku, piemēram, novērojumu, dokumentu analīzi, intervijas un anketēšanu. Lai arī šīs metodes ir izmantojamas pašas par sevi, Dž. Brēvers skaidro, ka to etnogrāfiskais lietojums saistās ar cilvēku pētīšanu viņu dabiskajā vidē, kurā pētnieks tieši līdzdarbojas ar mērķi izpētīt šo vidi un tās dalībnieku uzvedību no iekšienes (Brewer, 2000, 27).

Pētījuma gaita

Gatavojoties pētījuma sākumam, tika izveidots lietotāja konts pētāmās *Geocaching* kopienas forumā ar nosaukumu Ģeoforums (www.geoforums.lv). Reģistrācija notika 2010. g. novembrī. Saskaņā ar autoru R. Kozinetu un citiem, ir nozīmīgi, lai pētāmās kopienas locekļi sajustu, ka etnogrāfam nav interese par viņiem tikai kā par pētniecības objektiem, ka pētnieks ir viens no viņu vidus. Turklāt etnogrāfam jāmeģina pieredzēt dalība konkrētajos tiešsaistes apstākļos tādā pašā veidā, kā to regulāri pieredz kopienas locekļi (Garcia, 2009, 58–59).

Saskaņā ar virtuālās etnogrāfijas pamatprincipiem, dalību šajā kopienā un kopīgās intereses ar tās locekļiem var uzskatīt par priekšrocību. Pētnieks par *Geocaching* spēles dalībnieku kļuva 2009. gada februārī, iepazīstot kopienas komunikatīvo kontekstu un kopienas intereses, valodu un aktivitātes.

Kopienā īstenotās aktivitātes ietvēra sava viedokļa paušanu diskusijās, kompetences demonstrēšanu grupai svarīgā jautājumā, kā arī jaunas diskusijas izveidošanu, kurā foruma dalībnieki tika informēti par šī pētījuma pamatā esošā maģistra darba tapšanu un tika lūgts viņu padoms par to, kur labāk iegūt statistisku informāciju par slēpņotājiem Latvijā.

Kopumā tika izanalizēti 1122 ieraksti 115 tēmās. Tika izveidots kategoriju „koks”, kurā virskategorijas balstītas uz Makveila 4 vajadzību shēmu, bet apakškategorijas radītas induktīvā

ceļā, lasot foruma saturu. Etnogrāfijas laikā tika pastāvīgi veikts arī lauka pieraksts, kurā ietvertie novērojumi un pārdomas ir integrēti rezultātu aprakstā un secinājumos.

Pētījuma sākumā tika īstenota *Geocaching* kopienas locekļu elektroniskā aptauja, jo saskaņā ar R. Kozinetu, aptaujas sniedz vispārīgu ieskatu kopienā, kas ir īpaši noderīgs pētījuma sākumā.

Balstoties uz D. Makveila 4 vajadzību shēmu, aptaujā tika izveidoti 4 jautājumu bloki, katram ietverot jautājumus saistībā ar kādu komunikatīvo vajadzību tipu. Papildus izveidots bloks, kurā jautājumi saistās ar indivīdu komunikatīvajiem paradumiem foruma ietvaros.

Geocaching dalībnieku aptaujas anketa tika publicēta Ģeoforuma ietvaros 2011. gada maijā, un kopumā tika iegūtas 84 derīgas anketas. No aptaujātajiem Ģeoforuma lietotājiem 63% bija vīrieši un 37% – sievietes.

Intervijas tika veiktas rakstiski tiešās ziņojumapmaiņas programmā *Skype*, jo tas ir kopienas dalībniekiem pierasts un ērts komunikācijas veids (saskaņā ar to, ka liela daļa analizējamās kopienas locekļu ikdienā piedalās kopīgajā *Geocaching* tērēšanā). Ar interviju palīdzību tika veikts pamatīgāks ieskats darba pētnieciskos jautājumus skarajos komunikatīvajos aspektos, padziļinot vispārējās zināšanas, kas iegūtas no aptaujas. Vienlaikus intervijas tika uzskatītas arī par iegūtajiem datiem virtuālās etnogrāfijas ietvaros un tika analizētas pēc tādas pašas kategoriju shēmas kā arhīva dati no foruma.

Tika veiktas 19 daļēji strukturētas intervijas – tika intervēti forumā reģistrējušies spēles dalībnieki, kas aizpildīja aptauju un tās beigās norādīja, ka piekrīt piedalīties arī intervijās. No 19 interviju respondentiem 14 bija vīrieši, bet 5 – sievietes. Intervēto vecums bija no 20 līdz 41 gadam.

Datu analīzes procesā tika izmantota kvalitatīvo datu analīzes programma *Weft QDA*, kas īpaši paredzēta apjomīga kvalitatīvā materiāla (arhīva materiālu, interviju, lauka pierakstu) apkopošanai, kategorizēšanai, pierakstu veikšanai, kā arī kategoriju salīdzināšanai un apkopošanai. Šī programma ekonomē pētnieka laiku un organizēšanas pūles, padarot etnogrāfisko pētniecību ērtu un skaidru. Tai pašā laikā programmai piemīt kvalitatīvajām metodēm nepieciešamā fleksibilitāte, jo kodēšanu un grupēšanu kategorijās pilnībā veic pētnieks – programma ir tikai rīks ērtākai datu grupēšanai un korelāciju atrašanai. Aptaujā iegūtie dati tika apstrādāti statistikas programmā *SPSS*.

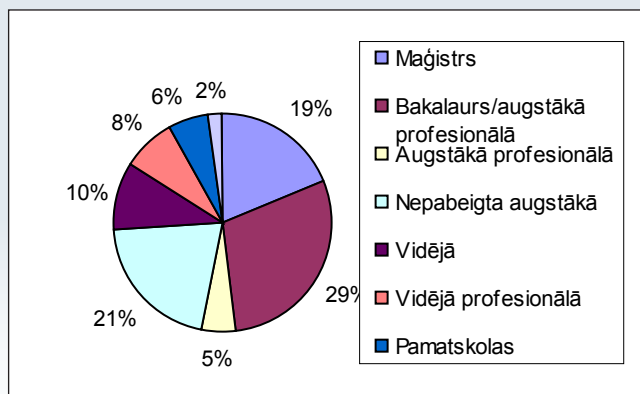
Šāds metožu lietojums rada iespēju risināt pētnieciskos jautājumus divējādi – ar aptaujas un interviju palīdzību tika noskaidrots, kā dalībnieki paši raksturo savus no spēles gūtos apmierinājumus, bet ar virtuālās etnogrāfijas novērojuma palīdzību tika skatīts dalībnieku radītais saturs un meklētas tajā aplēptās komunikatīvās vajadzības.

Komunikācijas intereses un prakses *Geocaching* kopienā: pētījuma rezultāti

***Geocaching* dalībnieku vispārējie raksturojumi**

Geocaching spēlētāju vidū valda liela dažādība gan vecumu, gan profesiju ziņā. Spēlē piedalās cilvēki no pusaudžu vecumam līdz pat 45 gadiem. Visvairāk spēlētāju ir vecumā no 24 līdz 25 un no 27 līdz 28 gadiem, vidējais vecums ir 27,4 gadi.

Arī dalībnieku nodarbošanās sfēras ir visdažādākās, kopumā aptaujas respondentu vidū pārstāvētas 17 dažādas darbības jomas. Taču kopumā izglītības līmenis *Geocaching* dalībnieku vidū ir diezgan augsts (sk. 3.1. att) – kopumā augstākā izglītība ir 53% respondentu, no kuriem 19% ir maģistra grāds. 21% respondentu ir nepabeigta augstākā izglītība.



3.1. att. Kopienas dalībnieku izglītības līmenis.

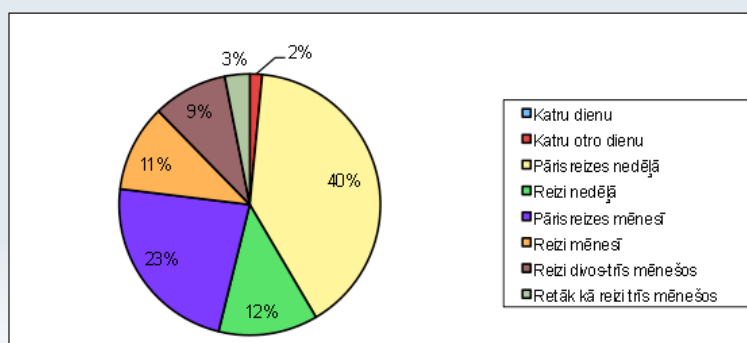
Iespējams, tāpēc, ka slēpņotāji ir ļoti atšķirīgi, intervijās dalībniekiem bija grūti raksturot tipisku slēpņotāju. Tomēr visbiežāk minētie raksturojumi tipisku slēpņotāju saista ar aktīvu, aizrautīgu jauni, kam patīk izklaidēties brīvā dabā. Piemēram, *jukis&prusak* (sieviete, 25, slēpņo divatā kopš 2009. gada jūlija) min šādus raksturojumus:

„Kopumā man liekas, ka slēpņotājam ir jābūt azartiskam cilvēkam, kuram nepatīk sēdēt mājās, kuru piesaista piedzīvojumu meklēšana.” (Interviju kolekcija, 2011).

Spēlēšanas paradumi un regularitāte

Spēlētāju aktivitāti parāda vairāki raksturojumi – atrasto slēpņu daudzums, noslēpto slēpņu daudzums, slēpņošanas regularitāte u.c. Jāuzsver, ka spēlē pastāv divas iesaistīšanās izpausmes – slēpņu meklēšana, kas ir spēles „patērēšana”, un slēpņu veidošana, kas ir ieguldījums spēles attīstībā. Šie raksturojumi saistāmi ar Dž. B. Neša (*J. B. Nash*) „Brīvā laika piramīdu” (*Pyramid of Leisure*), kurā skaidrots, ka individuālās iesaistīšanās pakāpes brīvā laika aktivitātē var būtiski atšķirties – no pasīvas patērēšanas līdz pat radošai un emocionālai iesaistei (Leitner & Leitner, 2004, 105).

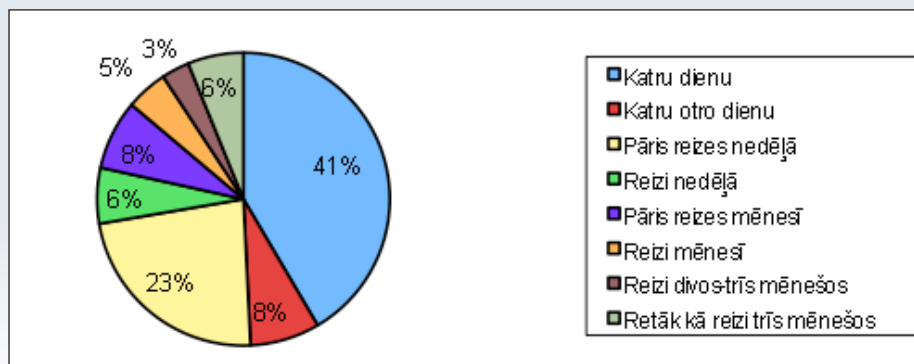
Tā kā iesaistīšanās līmeņi spēlē atšķiras, tad dažiem no dalībniekiem spēle ir tikai laika kavēklis brīžos, kad nav ko darīt, bet citiem – nopietns hobijs vai ikdienas nodarbe. Taču kopumā aptaujas rezultāti parāda, ka vairums kopienas biedru spēlē ir aktīvi (40% ar spēli nodarbojas pāris reizes nedēļā (sk. 3.2.att.), 64% pagājušajā mēnesī spēlei veltījuši kopumā vairāk nekā 12 stundas). Daudzi no viņiem slēpņojot pavadījuši lielāko daļu vai pat visas brīvdienas, kā arī darbdienu vakarus.



3.2. att. Slēpņu meklēšanas regularitāte.

Komunikācijas kanālu izmantojums *Geocaching* kopienā

Ar *Geocaching* saistītas darbības internetā spēles dalībnieki veic ļoti bieži – vairums to dara katru dienu vai vismaz pāris reizes nedēļā (sk. 3.3. att.). Spēles dalībnieki, kas atraduši visvairāk slēpņu, arī visbiežāk komunicē internetā saistībā ar spēli. Šī sakarība ir pamatojama ar to, ka, aktīvāk iesaistoties spēlē, rodas arī vairāk jautājumu, ko risināt forumā. Tāpat arī cilvēki, kas spēlē iesaistījušies aktīvāk, vairāk interesējas par dažādām spēles niansēm, piemēram, jaunām GPS tehnoloģijām vai dažādiem spēles elementiem.



3.3. att. Ar *Geocaching* saistīto internetā veikto darbību regularitāte.

No spēlei piesaistītajām un ar to saistītajām vietnēm (neskaitot pašu spēles mājas lapu) 33% respondentu tikai reģistrējušies Ģeoforumā, 26% bez foruma reģistrējušies/komunicē vēl kādā vienā komunikācijas kanālā, 25% – vēl divos komunikācijas kanālos bez foruma, bet 16% – 3 un vairāk komunikācijas kanālos bez foruma. Bez foruma visbiežāk lietotie komunikācijas kanāli ir *Twitter*, kurā spēlei ir savs profils ar informāciju par jaunajiem slēpņiem, dalībnieku sarunas programmā *Skype* un fotogrāfiju skatīšana un izvietošana portālā *Ģeofoto*.

75% *Geocaching* dalībnieku forumā piedalās, lai sazinātos ar līdzīgi domājošiem cilvēkiem, taču kopumā 89% noliedz, ka komunikācija forumā palīdz viņiem kļūstēt vientuļību. Tātad jāsecina, ka komunikācija forumā ar spēles līdzbiedriem ir svarīga, taču neatsver interpersonālo komunikāciju reālajā dzīvē.

Forumu izklaides nolūkos izmanto kopumā nedaudz vairāk nekā puse spēlētāju, un vairāk tas raksturīgs sievietēm. Lai arī daudziem kopienas locekļiem komunikācija forumā saistās ar laika kavēšanu un atpūtu, 59% neatzīst, ka forumā komunicē tikai tad, kad nav, ko darīt. Tas apliecina, ka komunikācija forumā dalībniekiem ir vajadzīga un visbiežāk viņi šo komunikācijas kanālu apmeklē mērķtiecīgi.

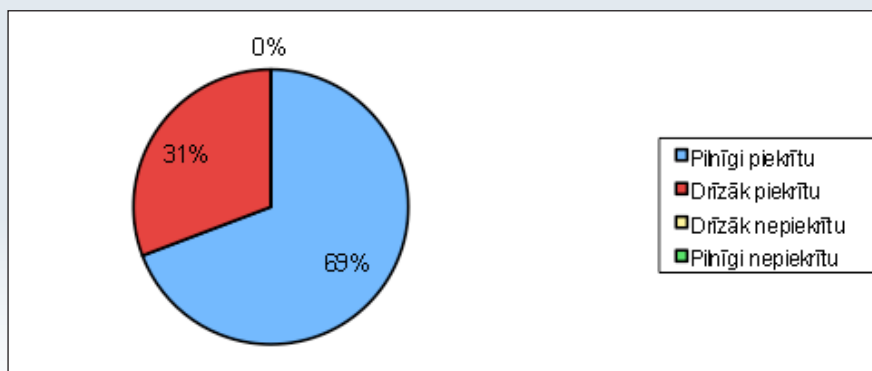
To, ka komunikācija forumā lielākoties ir utilitāru mērķu vadīta, apliecina fakts, ka lielākā daļa aptaujāto spēles dalībnieku noliedz, ka foruma publicējumu pārskatīšana būtu viņu ikdienas rituāls. Tātad komunikācija forumā dalībniekiem lielākoties nesaistās ar rituāla simboliskajām īpašībām.

Forums tiek apmeklēts diezgan regulāri, tomēr lielākā daļa respondentu norāda, ka biežāk foruma sarunas lasa, nevis piedalās tajās. Tas norāda, ka vairums aptaujāto dod priekšroku komunikācijas patērēšanai un informācijas gūšanai, nevis sociālai interakcijai foruma ietvaros. Tātad liela daļa kopienas dalībnieku foruma sarunas uztver nevis kā sociālās komunikācijas vietni, kurā ir iespēja pašam radīt saturu, bet gan kā mediju, kurā iespējams sekot spēles aktualitātēm un dažādiem viedokļiem.

Geocaching dalībnieku informatīvās vajadzības

Visi spēles dalībnieki uzskata, ka, piedaloties ar *Geocaching* saistītās aktivitātēs, viņi savā ziņā izglītojas un paplašina savu redzesloku (sk.3.4. att.). Tā kā spēlētāji ir cilvēki ar augstu izglītības

līmeni, viņiem ir svarīgi, ka spēlei ir pievienotā intelektuālā vērtība. Visizteiktāk izglītošanās no spēles procesa izpaužas kā jaunu, interesantu vai vēsturiski nozīmīgu vietu vai objektu apmeklēšana. Šo faktoru kā pašu galveno ieguvumu no spēles min visi aptaujātie un intervētie spēlētāji.



3.4. att. *Geocaching* kā izglītošanās/redzesloka paplašināšana.

Lielākā daļa (80%) spēles dalībnieku kā būtisku faktoru norāda jaunus draugus un paziņas, ko viņi ieguvuši slēpņojot. Daži uzsver, ka šīs pazīšanās ir noderīgas arī tāpēc, ka dažādu profesiju pārstāvji var viens otram izlīdzēt.

Daļai slēpņotāju ļoti patīk tas, ka spēlei ir arī praktiska noderība, it sevišķi, kad tā piešķir mērķi dažādām brīvā laika aktivitātēm vai atvieglo tās. *Thearmi* (vīrietis, 24, slēpņo kopš 2009. gada augusta) norāda:

„jau pirms tam esmu daudz blandījies pa mežiem, braukājis pa Latviju, Lietuvu, Igauniju, *GC* [*Geocaching*] piešķir labāku mērķi un vieglāku maršruta izvēli.” (Interviju kolekcija, 2011).

Arī *Ingus.rukis* (vīrietis, 28, slēpņo kopš 2009. gada beigām) apgalvo:

„Pēdējais lielākais pasākums bija atvaļinājums ārzemēs, kad *GC* izmantoju kā atvaļinājuma plānošanas veidu, lai apskatītu labākās vietas kā alternatīvu klasisko tūrisma firmu piedāvājumam.” (Interviju kolekcija, 2011).

Arī Ģeoforuma ietvaros notiekošajās sarunās dominē praktiska viedokļu apmaiņa un padomi par tēmām, kas saistītas ar *Geocaching*. Viedokļu apmaiņa saistībā ar spēli visbiežāk tiek veikta par praktiskiem jautājumiem (kā ekipējums slēpņošanas laikā, dažādu spēles elementu un principu īstenošana, slēpņošanas iespējas dažādās Latvijas vietās), tehnoloģisku ierīču jautājumiem, kā arī par jaunām programmām/kartēm un to izmantojumu spēlē.

Tāpēc nav pārsteigums, ka lielākā daļa *Geocaching* spēlētāju (60%) atzīst, ka viņus interesē citu slēpņotāju viedoklis par jauno tehnoloģiju jautājumiem. Par šiem jautājumiem izteiktāka interese ir vīriešiem (70%), sievietēm mazāka (48%).

Vēl lielāka interese atklājas attiecībā uz citu slēpņotāju viedokli par atrastajiem slēpņiem – gandrīz visi slēpņotāji piekrīt, ka viņiem ir interesants citu viedoklis šajā jomā. Šim aspektam ir divējādi iemesli – no vienas puses, spēlētājiem patīk apspriest visiem aktuālas un interesantas

tēmas, kas skar spēli. No otras puses, tam ir arī praktisks iemesls, jo no citiem var būt nepieciešams uzzināt, piemēram, vai slēpnis ir meklēšanas vērts, vai tas ir labā stāvoklī, kā arī – ko ņemt līdzi, lai atrastu slēpni, no kā uzmanīties utt.

Vairums respondentu pilnīgi piekrīt tam, ka komunikācijā ar citiem slēpņotājiem viņi bieži vien gūst atbalstu arī ar *Geocaching* nesaistītos jautājumos. Izteikti vairāk tam piekrīt vīrieši (62,3%), bet no sievietēm tam piekrīt 45,2%. Šie rezultāti ļauj secināt, ka komunikācija kopienā apmierina plašāku komunikatīvo vajadzību spektru, kas neaprobežojas tikai ar spēles elementiem.

Tā kā *Geocaching* kopiena pēc teorijas ir entuziastu kopiena, tās dalībniekiem patīk ne tikai iegūt informāciju, bet arī dalīties tajā. Lielākā daļa dalībnieku piekrīt, ka viņiem patīk palīdzēt citiem kopienas biedriem, sniedzot informāciju un padomus.

Lai arī spēles dalībnieki norādījuši, ka viņiem patīk internetā sniegt un saņemt informāciju, uzzināt citu viedokļus un slēpņošanas aktualitātes, komunikācijas nozīme kā tāda kopienā tiek novērtēta tikai daļēji. Vairāk kā puse slēpņotāju nepiekrīt, ka piedalīties *Geocaching* nebūtu tik aizraujoši, ja nebūtu iespējams komunicēt ar kopienas biedriem internetā.

Lai arī daudzi dalībnieki neuzskata, ka bez komunikācijas internetā spēle zaudētu savu interesantumu, gandrīz visi ļoti augstu vērtē komunikācijas internetā nozīmi *Geocaching* Latvijas kopienas eksistencē. Spēlētāji paši skaidro, ka komunikācija internetā un it sevišķi Ģeoforumā ieņem ļoti būtisku vietu spēlē un tās dalībnieku komunikācijā. Saskaņā ar slēpņotāja *Uno-x* (vīrietis, 32, slēpņo kopš 2009. gada novembra) pausto viedokli:

„Personīgi man 95% komunikācija ar citiem slēpņotājiem notiek ar interneta starpniecību. (..) liekot prātus kopā, tiek risinātas mistērijas, norunātas geotūres, un tiek risinātas sadzīviskas problēmas. Un to pašu varu droši teikt par kādu duci slēpņotāju, ar kuriem uzturu kontaktu. Ir pat tā, ka, komunicējot ilgāku laiku internetā, pēc tam šo cilvēku satiekot reālajā dzīvē, liekas, ka esam jau pazīstami ilgāku laiku arī klātienē!” (Interviju kolekcija, 2011).

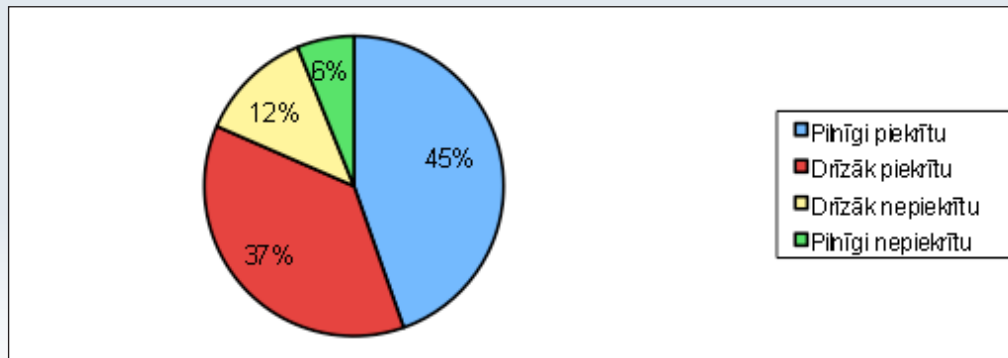
Var secināt, ka, *Geocaching* dalībnieki iesaistās spēlē, citu mērķu un vajadzību vadīti, un interneta komunikācija nav viena no lietām, kas padara spēli interesantu vai mudina viņus to spēlēt. Vienlaikus kopienas locekļi apzinās, ka spēle un tās kopiena bez interneta komunikācijas nevarētu eksistēt, un uzskata internetu un īpaši Ģeoforumu par nepieciešamu un pašsaprotamu spēles sastāvdaļu.

***Geocaching* dalībnieku identitātes vajadzības**

Viens no spēles elementiem, kas saistāms ar identitātes vajadzību apmierināšanu, ir sacensība. Vairāk nekā puse no visiem *Geocaching* dalībniekiem noliedz, ka viņiem ir svarīga sacensība ar citiem spēlētājiem. Interesanti, ka sacensības nozīmīgums spēlē kopumā ir vairāk raksturīgs sievietēm (52%) nekā vīriešiem (41%).

Lielākajai daļai spēlētāju (kopā 83%) ir svarīgāk iegūt zināšanas un iespaidus par jauniem slēpņiem, nevis savākt pēc iespējas vairāk slēpņu. Tas vēlreiz apliecina, ka *Geocaching* dalībniekiem svarīgāka ir izglītošanās, nevis sacensība.

Zīmīgi, ka vairums atzīst, ka viņiem ir nozīmīgi sasniegt pašiem savus spēles ietvaros uzstādītos mērķus (sk. 3.5. att.). Iespējams, tāpēc arī lielākā daļa spēlētāju norāda, ka viņiem nav svarīgi, lai citi slēpņotāji zinātu par viņu sasniegumiem spēlē. Var secināt, ka dalībniekiem ir svarīgāk pašiem zināt savus sasniegumus un uzlabot tos.



3.5. att. Personīgo spēles mērķu sasniegšanas nozīmība.

Īpaši būtiska savu personīgo spēles mērķu uzstādīšana un sasniegšana ir aktīvajiem kopienas dalībniekiem. Šis aspekts ir saistāms ar pašapliecināšanās kā komunikatīvas vajadzības apmierināšanu.

Nedaudz citāda pašapliecināšanās ir sava rakstura un savu baiļu pārvarēšana, kā arī savu spēju pārbaudīšana, lai pierādītu sevi sev pašam/pašai. Arī šāda iezīme ir ļoti raksturīga *Geocaching* kopienas dalībniekiem. Piemēram, vairāki dalībnieki atklāj, ka, pateicoties *Geocaching*, pastāvīgi mēģina pārvarēt bailes no augstuma. Vēl citi stāsta par grūtu un bīstamu slēpņu izaicinājumiem, kuru pārvarēšana sniedz vislielāko gandarījumu. Piemēram, *Karlisbe* (vīrietis, 22, slēpņo kopš 2010. gada oktobra) skaidro:

„Mani saista piedzīvojumi, savu baiļu pārvarēšana, sevis pierādīšana pašam sev, bet pāri visam – vietas, kurās nekad mūžā savādāk nebūtu nonācis! (..)“

(..) Esmu iemācījies mēģināt un nepadoties. Katra reize prasa kaut kādu pilnveidošanos. Vai nu fiziskā vai rakstura ziņā.” (Interviju kolekcija, 2011).

Laba iespaida radīšana virtuālajā komunikācijā ir nozīmīgāka sievietēm (61,3%), nekā vīriešiem (47,2%). Lai arī iegūt cieņu un radīt pozitīvu tēlu kopienā ir nozīmīgi, *Geocaching* dalībnieki neaiziet galējībās un cieņas iegūšana virtuālās kopienas vidē viņiem nav tik būtiska kā cieņa ārpus spēles, ikdienas dzīvē. Tikai 5% drīzāk piekrīt, ka spēles aprindās jūtas cienījamāki nekā ārpus spēles. Nedaudz vairāk dalībniekiem (kopā 22%) brīžiem ir sajūta, ka slēpņotāji viņus saprot labāk nekā līdzilvēki, ar ko komunicē ikdienā. Tas norāda, ka neliela daļa locekļu tomēr kopienā apmierina personiskās identitātes vajadzības, identificējoties ar citiem slēpņotājiem, kurus ciena, un meklējot apstiprinājumus savām vērtībām.

Daži kopienas locekļi savu tēlu interneta komunikācijā veido, demonstrējot kompetenci dažādos jautājumos. Lielākā daļa spēlētāju foruma komunikācijā to dara, sniedzot praktiskus padomus citiem vai atbildot uz dažādām neskaidrībām. Visbiežāk tā ir kompetence, kas saistīta ar spēles procesu, taču diezgan daudz zināšanu tiek demonstrēts arī ar slēpņošanu tieši nesaistītās sarunās. Tas atkal norāda uz tendenci, ka dalība spēlē apmierina plašāku vajadzību spektru, kā arī uz to, ka kopienas dalībniekiem patīk sniegt informatīvu palīdzību saviem līdzbiedriem.

Interesants koncepts, kas kopienā ļoti aktuāls, ir personiskā pienākuma izjūta un atbildība pret citiem spēles dalībniekiem un pašu spēli. Lielāku vai mazāku atbildību pret spēles procesu, tiesa, nesaucot to tieši šādā vārdā, izjūt gandrīz visi dalībnieki, un tas jūtams arī kopienas foruma komu-

nikācijā. Piemēram, Gunārs no *Wellstar team* (vīrietis, 41, slēpņo ar ģimeni kopš 2009. gada septembra) skaidro iemeslus, kāpēc nepieciešams slēpņus arī izvietot, ne tikai piedalīties to meklēšanā:

„ja esi nobriedis, tieši tā, nobriedis izvietot slēpni, tas jādara, lai arī sniegtu iespēju citiem meklēt ko interesantu, jo nevar tikai gaidīt jaunus slēpņus, lai kāds to dara, bet pats tikai meklē.” (Interviju kolekcija, 2011).

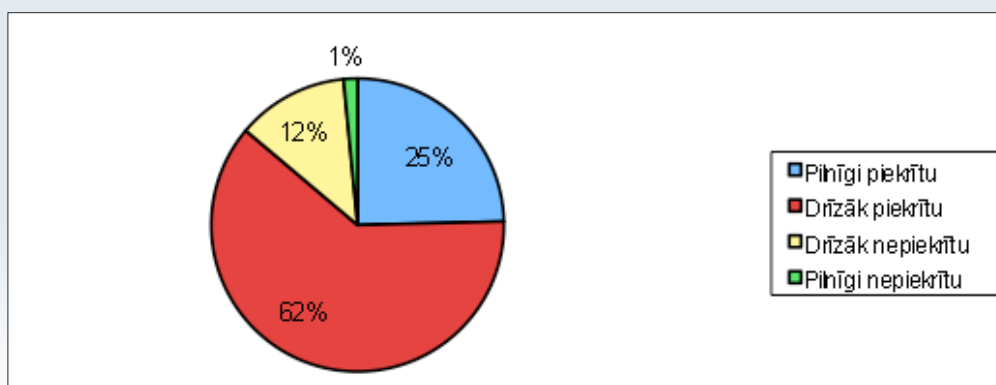
Līdzīgu pārlicību pauž *Uno-x* (vīrietis, 32, slēpņo kopš 2009. gada novembra):

„Mani vada princips, par cik spēle balstīta uz pašiniciatīvu, nevar tikai „ņemt”, bet ir jādod arī pretī. Esmu sev uzstādījis mērķi, uz katriem 100 paša atrastajiem slēpņiem, izlikt 1 savu” (Interviju kolekcija, 2011).

Var secināt, ka *Geocaching* dalībnieki spēlē apmierina daudzveidīgas personiskās identitātes vajadzības. Pirmkārt, ļoti būtiska ir pašapliecināšanās spēlē, un tā apmierina divējādas komunikatīvās vajadzības – savu personīgo spēles mērķu sasniegšanu un savu baiļu/vājību pārvarēšanu. Otrkārt, kopienas dalībnieki netieši meklē apstiprinājumu savām personiskajām vērtībām. Tas izpaužas kā sava tēla veidošana foruma komunikācijā, kompetences demonstrēšana un dažos gadījumos arī kā nepārlicinātība par savu viedokli, gaidot atbalstu no citiem spēles biedriem. Treškārt, spēlētājiem ļoti būtiska ir personiskā atbildība spēles ietvaros, kas arī izpaužas divējādi – kā pienākums attīstīt spēli un uzturēt tās kvalitāti un ētikas principus un kā atbildība spēles ietvaros – gan meklējot slēpņus, gan veidojot un uzturot tos. Šis koncepts ir saistāms ar komunikatīvo vajadzību “identificēšanās ar citiem, kurus ciena medija ietvaros” un šajā gadījumā arī cieņu pret pašu mediju jeb spēli.

Geocaching dalībnieku integrācijas un sociālās interakcijas vajadzības

Gandrīz visi spēles dalībnieki izteikti identificējas ar *Geocaching* kopienu un jūtas tai piederīgi (sk. 3.6. att.). Nedaudz mazāka daļa (67%) atzīst, ka kopīgu interešu dēļ uzskata visus slēpņotājus par „savējiem”.



3.6. att. Piederības sajūta slēpņotāju kopienai.

Nedaudz vairāk nekā pusei spēlētāju (55%) ir svarīgi tikties ar citiem slēpņotājiem arī reālajā vidē (piemēram, kopīgos izbraukumos u.c. pasākumos). Tomēr, tā kā šis pārsvars nav pārliecinošs, jāsecina, ka daudziem arī pietiek ar to piederību, ko sniedz virtuālā vide.

Piederība un identificēšanās ar kopienu spēcīgi izpaužas tās virtuālajā komunikācijā. Ļoti daudz tiek lietots vārds „mēs”, attiecinot to uz visiem slēpņotājiem, piemēram, „*mūsu sabiedrība*”, „*mūsu jaukā nodarbe*”, „*mūsu klejojumi*” u.c. *Geocaching* kopienai tiek piešķirti dažādi nosaukumi, piemēram, „*geokomūna*”, „*slēpņotāju komūna*”, „*geopasaule*”, „*ģeotauta*”, „*GC sabiedrība*”. Tāpat kopienas dalībnieki tiek dēvēti apvienojošos vārdos, piemēram, „*geocilvēki*”, „*geodraugi*”, „*ģeobrāļi*”. Kopienas raksturojoši apzīmējumi tiek minēti arī intervijās, un ir jūtams, ka tie iesakņojušies spēlētāju leksikā.

Visi respondenti *Geocaching* kopienu uztver kā atsevišķu sabiedrību ar savām interesēm un vērtībām. Tai pašā laikā vairāki respondenti uzsver tieši to neparasto faktu, ka kopienā ir apvienojušies visdažādākie cilvēki ar visdažādākajām profesijām un interesēm.

Cik dažādi kopienas locekļi ir ārpus spēles, tik dažādi viņi ir arī spēles ietvaros. Šo apgalvojumu ilustrē spēlētāja *Karlisbe* (vīrietis, 22, slēpņo kopš 2010. gada oktobra) teiktais par Latvijas slēpņotāju kopienu:

„Ļoti raibi. Ir forši un apzinīgi slēpņotāji, ir lieli pārgalvji un riskētāji, ir tādi, kuriem galvenais ir kaut ko salauzt, iznīcināt, ir tādi, kuriem galvenais ir nolikt slēpni, kaut arī pamatojuma nav, izpildījums zem katras kritikas.” (Interviju kolekcija, 2011).

Likumsakarīgi, kopienā ir arī daudz domstarpību. Konflikti foruma ietvaros rodas ļoti ātri, it kā sīkumu dēļ, taču daudzu nesaskaņu pamatā ir jau iepriekš eksistējusi kāda viena vai vairāku dalībnieku nepatika pret kādu citu dalībnieku. Nesaskaņas visbiežāk sākas dažādu viedokļu dēļ par kādu spēles elementu, taču diezgan ātri tās pāraug personiskākās aizskaršanas formās un pārmetumos. Intervijās dalībnieki uzsvēra, ka šie konflikti veidojas tieši interneta vidē un ka, satiekoties reālajā dzīvē, šādu nesaskaņu ir daudz mazāk. *Thearmi* (vīrietis, 24, slēpņo kopš 2009. gada augusta) stāsta:

„Esmu braucis [slēpņošanas izbraucienos] kopā ar dažādiem „kadriem”, visi bijuši sakarīgi. Kad saiet kopā (īpaši – *Skype* kopchatā), daļai parādās kaut kādi kompleksi un publiskas apliecināšanās vēlmes. Un tad sākas stulbi strīdi, konflikti...” (Interviju kolekcija, 2011).

Tai pašā laikā jāuzsver slēpņotāju atsaucība un izpalīdzība noteiktās situācijās. *Geocaching* kopiena intervijās tiek raksturota arī kā brālīga, draudzīga un izpalīdzīga. Izpalīdzība foruma komunikācijā izpaužas kā padomu sniegšana, visbiežāk skaidrojot tehnoloģiskas niansas vai palīdzot ar praktisku informāciju. Atsevišķās diskusijās slēpņotāji lūguši un arī saņēmuši naktsmājas dažādās Latvijas vietās, ieguvuši vietas automašīnās slēpņošanas „tūrēm”, kā arī sarunājuši kādu, kas var viņu vietā pielabot slēpni citā Latvijas vietā.

Ļoti raksturīga *Geocaching* kopienas iezīme ir tā, ka paši tās dalībnieki ļoti izteikti iedala kopienas locekļus pieriedzējušajos un jaunajos dalībniekos, no kā tiek prasīta cieņas nopelnīšana kopienas ietvaros. Tas atspoguļojas faktā, ka vairums (63%) spēlētāju uzskata, ka ikvienam jaunam spēles dalībniekam jāatrod noteikts slēpņu skaits, pirms viņu var saukt par īstu dalībnieku.

Vairums „jauniņo” dalībnieku ļoti bieži tiek identificēti kā gados ļoti jauni cilvēki ar nenopietnu attieksmi pret spēli. Kopienā pat ir pieņemts apzīmējums šādiem spēlētājiem – „pokemoni”. Šim apzīmējumam ir ļoti negatīva nokrāsa – tas apzīmē cilvēku, kas neievēro *Geocaching* ētikas principus un noteikumus, ka slēpņiem jābūt interesantiem un kvalitatīviem. Tiek uzskatīts, ka šādi dalībnieki, atrodot slēpņus, mēdz tos nenolikt kārtīgi atpakaļ, nerūpējas par spēles slepenības saglabāšanu un paši izvieto nekvalitatīvus slēpņus nenozīmīgās vietās. Piemēram, 11. maijā

forumā diskusijā par slēpņiem ierakstīts komentārs, kurā redzams arī daudziem citiem ierakstiem raksturīgs dalījums „jaunajos” un „veterānos”:

„Pēdējā mēneša laikā (nebaidīšos teikt) tuvu 50 slēpņiem, to autori 99% gadījumu ir jaunā „paaudze”, ieskaitot pokemonus un cilvēkus, kam ir interesanti noslēpt kasti nejēdzīgā vietā. Vēlos atzīmēt, ka lielākā daļa „veterānu”, kas mīt gan forumā, gan aktīvi „rok plastmasu”, ļoti nelabprāt izliek labus, kvalitatīvus slēpņus kā piemēru! (Ar atsevišķiem izņēmumiem)” (Interviju kolekcija, 2011).

Vēl kāda kopienai būtiska iezīme ir spēles slepenība, jo tiek uzskatīts, ka „labie slēpņotāji” spēlē iesaistās caur citiem labiem slēpņotājiem, kas liek nojaust, ka spēlē nevar iesaistīties kurš katrs gribētājs, jo tā netiek popularizēta. Spēles slepenība jeb noslēpums no *Geocaching* kopienas puses tiek sargāts, jo liek spēlētājiem justies piederīgiem savā ziņā ekskluzīvai cilvēku grupai, un spēlētāji arī aktīvi sargā savu piederību tai. Vairums dalībnieku neslēpj (kopā 83%), ka viņiem patīk tas, ka par *Geocaching* zina salīdzinoši šaurš cilvēku loks.

Daļēji šī slepenība tiek uzturēta tādēļ, lai kavētu jaunu, bezatbildīgu dalībnieku pievienošanu spēlei. Kopienā nelabprāt uzņem šādus dalībniekus galvenokārt tādēļ, lai saglabātu spēles kvalitāti, bet arī tādēļ, lai spēle nekļūtu par popkultūras sastāvdaļu.

Bez apzīmējuma „pokemons” Latvijas slēpņotāju kopienai ir arī citi vispārpieņemti termini, kuri tiek pastāvīgi lietoti un to nelietošana pat tiek nosodīta. Varētu pat teikt, ka ir izveidojusies „latviešu ģeovaloda”, kas ļoti iesakņojusies pašu dalībnieku spēles leksikā. Jau iepriekš darbā minēti spēles elementu latviskojumi (kā „slēpnis”, „ceļotājs”, „slēpņotājs” u.c.), ko var papildināt vēl ar daudziem terminiem. Papildus šiem pieņemtajiem terminiem spēles dalībnieki mēdz atvasināt vārdus paši, piemēram, „ģeomobīlis” (automašīna ar *Geocaching* uzlīmi), „kastēt” (meklēt slēpņus), „kastētāji” (slēpņotāji), „tūrēt” (doties slēpņošanas tūrēs) u.c.

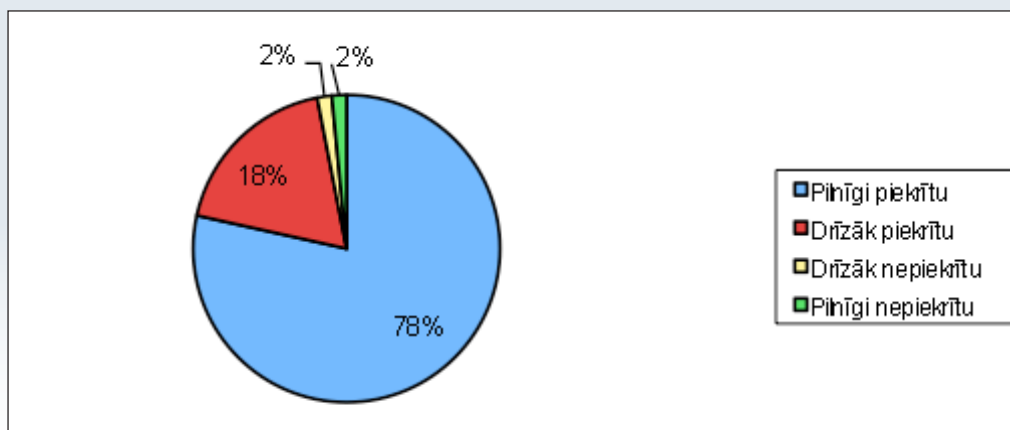
Tomēr vēl arvien sastopami arī barbarismi vai tieši pārveidojumi no angļu valodas, ko spēles dalībnieki cenšas izskaust, latviskojot visus spēles elementus un uzstājot uz to lietojumu. Tāpēc forumā daudz sastopami aizrādījumi par nepareizu „ģeovalodas” lietojumu. Kā kādam slēpņotājam tika norādīts 2. marta ierakstā:

„Pacenties nelietot (..) vārdu “kečošana”. Ja vēlies teikt latviski, sauc par slēpņošanu, ja apliecinī sevi kā svešvārdu cienītāju – korektāk būtu teikt “geokešings” (*cache*, kā var izlasīt pašā *GC* lapā, ir izrunājams līdzīgi kā „cash” un nevis kā „catch”)” (Interviju kolekcija, 2011).

Spēles vietnē reģistrējot atrastos slēpņus, slēpņotāji izmanto arī pieņemtos saīsinājumus, kā TFTC (*thanks for this cache*), FITW (*found it together with...*), kā arī to latviskos variantus PPS (*paldies par slēpni*) un AKA (*atradu kopā ar...*). Var secināt, ka valoda nav tikai kontroles mehānisms, kas, saskaņā ar teoriju, palīdz atšķirt kopienas biedrus no „ienācējiem”. Kvalitatīvo datu kopumā tika saskatīta sakarība, ka nepareiza valodas lietojuma gadījumā kopienas locekļiem tiek aizrādīts, ka viņi ir nenopietni. It īpaši gadījumos, kad nepareizi lietota spēles terminoloģija, konkrētajam dalībniekam aizrādīts un, iespējams, viņš vai viņa pat saistīts ar nenopietnajiem spēlētājiem jeb „pokemoniem”.

Tātad *Geocaching* dalībnieku gadījumā valoda ir arī viens no kopienas integrācijas būtiskiem elementiem, kas veido kopīgo identitāti, reizē ietverot cieņu pret spēli un pret latviešu valodu.

Vienlīdz nozīmīga spēles kopienas identitātes daļa ir spēles ētikas principi un to ievērošana – gandrīz visiem spēles dalībniekiem ir svarīgi tos ievērot (sk. 3.7. att.). Spēles ētikas normas ietver tādus elementus kā cieņa pret privātīpašumu, dabas un kultūras pieminekļu aizsardzība, drošība, kā arī spēles kvalitāte, kuras pamatā ir priekšnoteikums, ka slēpņiem jābūt izvietotiem skaistās, interesantās vai nozīmīgās vietās. Paši spēlētāji uzrauga šo normu ievērošanu, un to pārkāpēji saņem kritiku no citiem dalībniekiem.

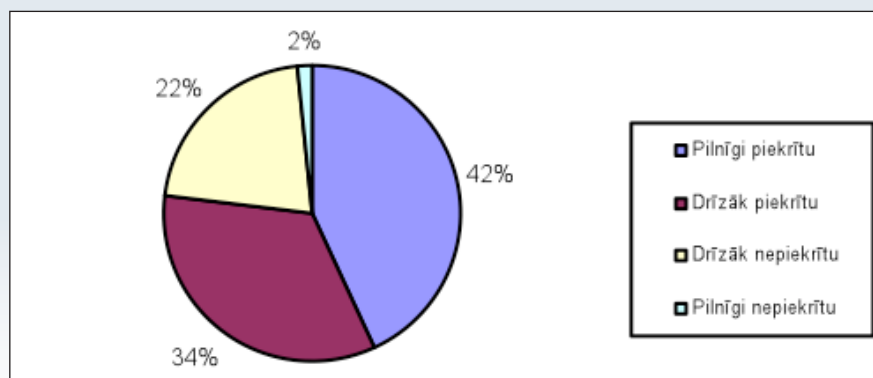


3.7. att. Geocaching ētikas principu ievērošanas nozīme.

Analizējot *Geocaching* kopienas dalībnieku integrācijas un sociālās interakcijas vajadzības, var secināt, ka spēles dalībnieku vidū valda ļoti spēcīga piederība kopienai un identificēšanās ar to. Tā izpaužas gan kā vienota valoda un dažādu speciālu vārdu lietošana dalībnieku un spēles procesa apzīmēšanai, gan kā spēcīga kopienas ētisko normu uzsvēršana un ievērošana. Saskaņā ar foruma saturu un interviju rezultātiem, komunikācijai internetā ir ļoti liela nozīme šīs piederības veicināšanā un dalībnieku interakcijas eksistencē. Kopienas piederība tiek sargāta, veidojot aizsardzības mehānismus pret nepieredzējušiem un nenopietniem kopienas biedriem. Piederību veicina arī atsaucība un izpalīdzība biedru vidū, bet gadījumos, kad kopienā notiek konflikti, dalībnieku vidū tiek izspēlētas dažādas sociālās lomas, piemēram, apvainotie un aizstāvji, kritizētāji un „tiesneši” un citas.

Geocaching dalībnieku izklaides vajadzības

Spēles dalībnieki *Geocaching* uztver kā sava brīvā laika daļu, kas palīdz viņiem atpūsties un izraisa pozitīvas emocijas. 92% pat sauc slēpņošanu par vienu no saviem mīļākajiem brīvā laika pavadīšanas veidiem. Nedaudz mazāka daļa atklāj, ka slēpņošana kļuvusi par viņu dzīves veida sastāvdaļu (sk. 3.8. att.).



3.8. att. Geocaching kā dzīves veida sastāvdaļa.

Gandrīz visiem spēlētājiem būtiskākā spēles sniegtā priekšrocība ir atrašanās svaigā gaisā un aktīvs dzīvesveids, pretēji sēdēšanai mājās vai darbam birojā. Pateicoties spēles aktīvajai būtībai un iespējai atrasties svaigā gaisā, vairumam spēlētāju slēpņošana ir veicinājusi aktīvāku dzīvesveidu. Tai pašā laikā lielākā daļa aptaujāto savas ikdienas gaitas un brīvo laiku nepakārto slēpņošana (kopā 66%). Tas vēlreiz apliecina, ka *Geocaching* kā entuziastu kopienai lielākoties nav raksturīgs fanātisms vai pārspīlēta iesaistīšanās kopienā.

Attiecībā uz slēpņu meklēšanas paradumiem, vairumam dalībnieku patīk slēpņu meklēšanu padarīt par brīvdienu aktivitāti, iesaistot arī savus draugus. Likumsakarīgi, lielākajai daļai (84%) nepatīk meklēt slēpņus vienatnē. Šie rezultāti rāda, ka slēpņotājiem patīk socializēties un viņi labprāt padara spēli par kolektīvu darbību.

Gandrīz visi dalībnieki atzīst, ka *Geocaching* dažādo un padara interesantāku viņu ikdienu. Vairums (70%) pat piekrīt, ka slēpņu meklēšana viņiem palīdz īslaicīgi nedomāt par problēmām. Tāpat lielākajai daļai spēlētāju spēle saistās ar bēgšanu no rutīnas vai atpūtu no ikdienas pienākumiem. Respondenti savu dalību spēlē raksturo kā „izraušanos no ikdienas rutīnas”, „iespēja izrauties no ikdienas gaitām, iziet ārpus mājas”, „emocijas, kas paspilgtina ikdienu” u.c. Šie apgalvojumi liecina, ka dalībnieki spēles procesā apmierina tādas komunikatīvās izklaides vajadzības kā bēgšana vai novirzīšanās no problēmām, laika aizpildīšana un relaksācija.

Cita komunikatīvā izklaides vajadzība, ko uzsver paši dalībnieki, ir emociju atbrīvošana. Daudzviet forumā un intervijās spēles dalībnieki uzsver emocijas, ko viņi gūst no spēles procesa, un daži pat tās sauc par lielākajiem ieguvumiem no spēles. Visbiežāk minētās emocijas ir prieks, zinātkāre, piedzīvojumu kāre un gandarījums, kā arī bailes un to pārvarēšana.

Daudzi *Geocaching* dalībnieki norādīja, ka viņus saista adrenalīns, kas rodas, meklējot sarežģītus slēpņus. No spēles adrenalīnu gūst 85% spēlētāju. Lielākajai daļai slēpņošanas process palīdz emocionāli „izlādēties” un noņemt spriedzi. Piemēram, *Calaway*, (vīrietis, 24, slēpņo kopš 2009. gada jūlija) norāda:

„Var saprast, cik tomēr trauslā matā dzīvība karājas. (..) Ir slēpņi, kas liek asinīm nedaudz straujāk riņķot. Visspilgtāk jau *Don Diego* vraks [slēpnis nogrimuša kuģa vrakā pie Mangaļsalas] man palicis atmiņā.(..) Tik ļoti aukstas kājas man sen nebija bijušas (..) Ir, protams, bail, bet pēc tam, kad saproti, ko esi izdarījis – tas ir pamatīgs gandarījums.” (Interviju kolekcija, 2011).

65% *Geocaching* dalībnieku patīk meklēt slēpņus grūti sasniedzamās vai pat bīstamās vietās. Vairums (75%) arī izjūt lielāku gandarījumu, atrodot slēpni ar lielāku grūtības pakāpi. Dzimumu šķērsgriezumā šajā jomā saskatāmas zināmas atšķirības, piemēram, 66% vīriešu un 58,1% sieviešu patīk meklēt slēpņus grūti sasniedzamās vai pat bīstamās vietās. Ja 83% vīriešu piekrīt, ka lielāku gandarījumu izjūt, atrodot grūtāku slēpni, tad no sievietēm piekrītoši atbildējušas 58,1%. Var secināt, ka vīriešiem šī spēle vairāk saistās ar pozitīviem izaicinājumiem, un šajā kontekstā vīriešiem tā sniedz lielāku apmierinājumu nekā sievietēm.

Daži interviju respondenti arī uzsver cita veida emocijas – gandarījumu, kas rodas no slēpņu izlikšanas un citu spēlētāju komentāriem par saviem slēpņiem. Tas vēlreiz norāda uz faktu, ka *Geocaching* dalībniekiem kā entuziastu kopienas biedriem ir svarīgi ne tikai ņemt no spēles, bet arī ieguldīt kopienas attīstībā.

Attiecībā uz sacensību kā spēles izklaidējošo elementu, to kā svarīgu faktoru min tikai daži. Kā jau noskaidrots iepriekš, spēles dalībniekiem ir svarīgāki pašu mērķi un to sasniegšana. Biežāk tiek minēta sacensība draugu vidū vai arī vienkārši savu rezultātu salīdzināšana ar citu spēlētāju rezultātiem, kas rada pozitīvas emocijas.

Tika noskaidrots, ka *Geocaching* dalībnieki caur spēli apmierina vairākus izklaides kā komunikatīvās vajadzības veidus. Pirmkārt, daudzi spēli min kā aktivitāti jēgpilnai laika aizpildīšanai ar īpašu uzsvāru uz fiziskām aktivitātēm svaigā gaisā, kas reizē piedāvā iespēju attīstīties intelektuāli. Otrkārt, *Geocaching* diezgan izteikti tiek minēta kā iespēja novirzīties no ikdienas un rutīnas, retāk kā bēgšana no problēmām. Kā relaksācijas un atpūtas veicinātāja tiek minēta ne tikai pati spēle, bet arī interneta komunikācija par to. Caur spēli tiek veicināta arī emociju atbrīvošana — vairāk pozitīvu emociju un adrenalīna gūšanas kontekstā. Ļoti būtisks atslēgas vārds ir gandarījums, kas pavada ļoti daudzas darbības spēlē, bet visvairāk — savu slēpņu izveidošanu un uzturēšanu. Respektīvi — jo vairāk dalībnieki iegulda spēlē, jo lielāku gandarījumu viņi gūst. Papildu gandarījumu rada spēles slepenības faktors, kas liek slēpņotājiem justies kā piederīgiem kaut kam ekskluzīvam vai īpaši vērtīgam. Mazāku izklaidējošu gandarījumu sniedz sacensība, jo kopienā vairāk aktuāla sacensība pašam ar sevi jeb savu rezultātu attīstīšana.

Secinājumi un nobeigums

Geocaching dalībnieki spēles kopienā iegulda daudz laika, zināšanu un emociju, demonstrējot spēcīgu piederības un uzticības līmeni tai. Atbilstoši teorētiskajai pozīcijai, ka kopienas statusu nosaka mijiedarbības aspekti, kas vieno kopienas locekļus, nevis ģeogrāfiskā atrašanās vieta, *Geocaching* spēlētāju kopienai ir raksturīgas līdzīgas mijiedarbības iezīmes kā organiskajām kopienām. Pirmkārt, kopienas biedri labprāt dalās ar informāciju un intelektuālajiem resursiem, prasot un meklējot padomus un viedokļus, kā arī piedāvājot citiem savas zināšanas, viedokļus un pieredzi. Otrkārt, dalībnieki izbauda spēles procesu un kopīgās laika pavadīšanas iespējas (gan virtuālās, gan reālās), ko tas sniedz. Un, treškārt, kopienai ir savi kopīgie mērķi, pie kuru sasniegšanas dalībnieki kopīgi strādā, vissvarīgāk — spēles kvalitātes saglabāšana un spēles attīstīšana.

Saskaņā ar teoriju, kopienas, ko saista vairāk nekā tikai viena kopīgā interese, pēc savas būtības vairāk līdzinās organiskajām kopienām un ir noturīgākas, ar spēcīgāku kopienas kultūru un identitāti. No vienas puses, *Geocaching* kopienā bieži tiek sniegti padomi par jautājumiem, kas nav tieši saistīti ar spēli, tātad kopienā ir aktuāla arī spēli nesaistīta komunikācija. Tai pašā laikā pētījums parādīja, ka *Geocaching* kopiena ietver ļoti dažādus cilvēkus, ko bieži vieno tikai viena lieta — kaislība pret šo spēli. Turklāt virtuālajā komunikācijā gandrīz nemaz netiek apspriesti ar privāto dzīvi saistīti temati. Var secināt, ka, lai arī kopienas komunikācijas spektrs ir plašāks par tikai spēli skarošām sarunām un apmierina dažādas dalībnieku informatīvās vajadzības, *Geocaching* kopienas dalībniekiem nav tik daudz kopīgu interešu, lai varētu teikt, ka šī kopiena ir tikpat noturīga kā organiskās kopienas.

Geocaching dalībnieku spēles ietvaros apmierinātās komunikatīvās vajadzības ir iedalāmas divos līmeņos. Pirmais līmenis ir vajadzības, kas indivīdiem piemīt jau sākotnēji un ko viņi apmierina ar piedalīšanos spēles procesā un spēles kopienā. Tādas vajadzības šīs kopienas kontekstā ir vēlme mācīties un pašizglītoties; personisko vērtību apstiprinājuma meklēšana; savas personības dziļāka iepazīšana un pašapliecināšanās; bēgšana vai novirzīšanās no problēmām; relaksācija, iekšējs kulturāls baudījums; laika aizpildīšana un emociju atbrīvošana.

Otrā līmeņa vajadzības rodas un arī tiek apmierinātas spēles ietvaros. Visbiežāk, kā parādīja pētījums, spēles procesā rodas papildu informatīvās vajadzības, kas tiek apmierinātas caur komunikāciju Ģeoforumā. Tāpat arī spēlē rodas papildu personiskās identitātes vajadzības, piemēram, pieaug vēlme pašapliecināties spēlē, sasniegt augstākus personīgos mērķus, kā arī vēlme identificēties ar spēles ietvaros cienījamu uzvedību vai konkrētu dalībnieku. Rodas arī tāda sociālās interakcijas vajadzība kā vēlme būt piederīgam kopienai. Otrā līmeņa izklaides vajadzības — kā laika aizpildīšana, relaksācija un emociju atbrīvošana — arī ļoti bieži tiek apmierinātas, izmantojot komunikāciju kopienas forumā.

No informatīvajām vajadzībām *Geocaching* dalībniekiem visaktuālākās ir mācīšanās un pašizglītošanās vajadzības, ko apmierina jaunu vietu vai objektu apmeklēšana un informācijas gūšana par vēsturiskiem faktiem. Virtuālo komunikāciju ar līdzbiedriem spēles dalībnieki uztver kā spēles sastāvdaļu, piešķirot tai utilitāras funkcijas, kā informācijas un padomu gūšana un praktisku problēmu risināšana. Komunikācija Ģeoforumā kopienas dalībniekiem neaizstāj interpersonālo komunikāciju, un tai netiek piešķirti rituāla simboliskie raksturojumi.

Geocaching biedriem patīk spēlēt un sacensties, bet vairāk pašiem ar sevi – ar savām bailēm un rakstura vajībām. No personiskās identitātes vajadzībām dalībnieki spēlē apmierina pašapliecināšanās vajadzību, uzstādot savus spēles mērķus un sasniedzot tos. Savukārt virtuālajā komunikācijā vairāk tiek meklēts personisko vērtību apstiprinājums, visbiežāk caur viedokļu apmaiņu ar citiem dalībniekiem. Tipisks *Geocaching* dalībnieks ir izglītots, praktisks, ļoti komunikabls un nav fanātisks, kas saskan ar teoriju par entuziasma kopienām kā piezemētākām, salīdzinot piemēram, ar fanu kopienām. Taču tipiskajam dalībniekam izteikti patīk piederēt pie ekskluzīvas, nedaudz slepenas kopienas, tāpēc spēles popularizēšana netiek atbalstīta.

Spēles dalībnieki demonstrē spēcīgu piederības izjūtu kopienai, kas izpaužas gan kā identificēšanās ar kopienas vērtībām, gan valodas lietojumā. Valoda ir viens no galvenajiem integrācijas elementiem un reizē arī kontroles mehānismiem *Geocaching* kopienas ietvaros. Spēles dalībnieki identificējas ar kopienas, izmantojot dažādus vienojošus vārdus un atvasinājumus. Tāpēc ar tās palīdzību ir iespējams kontrolēt arī ienācējus “no malas”, kas valodu lieto neatbilstoši vai arī nepārzina kopienā pieņemto terminoloģiju. Turklāt nepareizs valodas lietojums automātiski tiek saistīts ar nenopietnu attieksmi pret spēli.

Bez valodas *Geocaching* kopienā eksistē arī citi kontroles mehānismi, kas saskan ar teorijā minētajiem aspektiem. Šī kopiena demonstrē skaidras un konsekventas vērtības un normas, kuru izpilde tiek bargi uzraudzīta no pašu dalībnieku puses un kuras palīdz atšķirt „savējos” no „svešiniekiem”. No spēles jaunajiem dalībniekiem tiek sagaidīta cieņas nopelnīšana kopienas ietvaros. Normu pārkāpumi, kā parādīja pētījums, bieži vien var novest pie pārkāpēja ignorēšanas vai pašas lielākās sankcijas – verbāliem pārmetumiem un pat uzbrukumiem no citu dalībnieku puses. Šādi uzvedības modeļi norāda uz spēcīgu grupas atbildības eksistenci *Geocaching* kopienas ietvaros.

Atbildība izpaužas arī kā pienākuma izjūta pret citiem dalībniekiem un pašu spēli. Slēpņotāji apzinās, ka spēlē ir jāiegulda pūles un laiks, izvietojot slēpņus, lai tā varētu attīstīties. Turklāt šai attīstībai jānotiek, saglabājot spēles kvalitāti.

Ja kopienas virtuālā komunikācija ir pārsvarā utilitāru mērķu vadīta un apmierina informatīvās vajadzības, tad pati dalība spēlē pamatā apmierina izklaides un atpūtas vajadzības. Citiem vārdiem sakot – spēle tiek spēlēta, lai izklaidētos, bet komunikācija internetā notiek, lai būtu iespējams spēlēt. Kā parādīja pētījums, spēle tiek spēlēta ne tikai tādēļ, lai izklaidētos, bet arī lai jēgpilni aizpildītu laiku, atpūstos, novirzītos no problēmām un gūtu pozitīvas emocijas. Dalībniekiem būtiska ir iespēja pavadīt laiku svaigā gaisā, pretstatot darbam birojā. Spēlētāji, it sevišķi vīrieši, piedaloties spēlē, apmierina vajadzību pēc adrenalīna un gūst lielāku gandarījumu no sarežģītāku slēpņu atrašanas. Vīriešiem spēle vairāk saistās ar pozitīviem izaicinājumiem, un šajā kontekstā tā viņiem sniedz lielāku apmierinājumu kā sievietēm.

Kopumā *Geocaching* spēlētāju raksturojumi būtiski neatšķiras dzimuma šķērsgrīzumā. Svarīgākās atšķirības ir, piemēram, tendence, ka sievietes spēles forumā piedalās vairāk tādēļ, lai novirzītos no ikdienas pienākumiem un problēmām, kamēr vīrieši vairāk meklē un saņem padomus tehnoloģiju jomā, kā arī jautājumus, kas nav tieši saistīti ar spēli.

Svarīgāka par sacensību kopienas dalībniekiem ir aktivitāte un pašizglītošanās. Tas varētu būt saistāms ar spēles būtību – uz atrašanās vietu balstītām spēlēm nav ierobežota spēles laukuma, un tās prasa lielāku mobilitāti, elastību un iesaistīšanos no dalībnieka puses. Papildu vērtības šai spēlei ir iespēja izjust adrenalīnu un pārvarēt savas bailes, saskaroties ar situācijām reālajā

vidē kā neizzinātā spēles teritorijā. Sāncensības nozīme samazinās arī tāpēc, ka *Geocaching* nav konkrēta spēles laika, uzvarētāju un zaudētāju. Ir vien individuāli uzstādīti mērķi un iespēja patstāvīgi virzīties uz to sasniegšanu. Turklāt spēlē spēkā ir vienādojums – jo vairāk tiek ieguldīts, jo lielāks ir saņemtais gandarījums.

Pētījums rāda, ka, attīstoties tehnoloģijām un pārveidojoties informācijas videi, indivīdu komunikācijas vajadzības tomēr nav būtiski mainījušās. Cilvēki vēl arvien meklē informāciju un padomus, apstiprinājumus savām vērtībām un iespējas patīkami pavadīt brīvo laiku. Drīzāk ir mainījušies veidi, kā šīs vajadzības tiek apmierinātas. Ja agrāk sociālās interakcijas un piederības vajadzības cilvēki apmierināja, iesaistoties organiskās jeb reālās kopienās, tad šodien viņi piedalās arī dažādās virtuālo kopienu formās. Informatīvo vajadzību apmierināšanai indivīdiem vairs nav jāprobežojas ar kāda medija lietojumu – šīs funkcijas pilda arī zināšanu un interešu kopienas internetā.

Pētījums ir piemērs tam, kā klasiska masu komunikācijas teorija – lietojuma un apmierinājuma pieeja – var tikt pielāgota virtuālās komunikācijas pētniecībai. Savukārt ar darbā izmantotās virtuālās etnogrāfijas palīdzību ir parādīta spēles virtuālās kopienas sociālā pasaule, kas ir labi pazīstama kopienas locekļiem, bet nezināma svešiniekiem. Tāpēc šis darbs var būt pamats turpmākiem pētījumiem par virtuālajām kopienām un vajadzību apmierināšanu tajās, kā arī citās mūsdienu komunikācijas situācijās.

Izmantotā literatūra un avoti

- Brewer, J. (2000). *Ethnography*. Buckingham; Philadelphia: Open University Press.
- Çeltek, E. (2010). Mobile Advergimes in Tourism Marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 267–281.
- Chavez, D.J., Schneider, I., Powell, T. (2004). The Social-psychology of a Technology Driven Outdoor Trend: Geocaching in the USA. In: *Hawaii International Conference on Social Sciences*; 2004 June 16–19; Honolulu, HI.
- Clough, G. (2010). Geolearners: Location-based Informal Learning with Mobile and Social Technologies. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 3(1), 33–44.
- Dovey, J., Kennedy, H. (2006). *Game Cultures: Computer Games as New Media*. London: Open University Press.
- Garcia, C. A. (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52–84.
- Goggin, G. (2009). *Mobile Technologies: from Telecommunications to Media*. New York; London: Routledge.
- Groundspeak. (2010). *Geocaching Fact Sheet*. Sk. 2011.06.08. http://www.geocaching.com/articles/Brochures/footer/FactSheet_Geocaching.pdf
- Haythornthwaite, C. (2007). Social Networks and Online Community. In: Joinson, A. (ed.). *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Hodkinson, P. (2011). *Media, Culture and Society: an Introduction*. London: SAGE Publications.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Leitner, M., Leitner, S. (2004). *Leisure Enhancement*. New York; London; Oxford: Haworth Press.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Milton Park; Abingdon: Routledge.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory: an Introduction*. London; etc.: Sage.
- Papacharissi, Z. (2009). Uses and gratifications. In: Stacks, D., Salwen, M. (eds). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New York: Routledge.
- Rubin, A. (2009). Uses and Gratifications: an Evolving Perspective of Media Effects. In: Nabi, R., Oliver, M.B. (eds). *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. Los Angeles: SAGE.
- Ruggiero, T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- Sayre, S., King, C. (2003). *Entertainment & Society: Audience, Trends and Impact*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Schneider, I., Chavez, D.J. (2005). Geocaching in Michigan: Attitudes and Behaviours of Organization Members. In: *Hawaii International Conference on Social Sciences*; 2005 June 13–16, Honolulu, HI.
- Souza e Silva, A. (2009). Hybrid Reality and Location-based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments. *Simulation & Gaming*, 40 (3), 404–424.
- Souza e Silva, A., Hjorth, L. (2009). Playful Urban Spaces: a Historical Approach to Mobile Games. *Simulation*

& *Gaming*, 40(5), 602–625.

Stebbins, R. (2006). Serious Leisure and Well-being. In: Rojek, C. (ed.). *A Handbook of Leisure Studies*. New York: Palgrave Macmillan.

Van Dijk, J. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Thousand Oaks.

¹ <http://www.geocaching.com/>

² Latvijas GC statistika. Sk. 2011.06.10. <http://ftf.lv/statistika/usersfound>

³ Ģeoforums statistikas dati. Sk. 2010.10.19. <http://www.geoforums.lv/index.php>



**TREŠĀ NODAĻA.
IDENTITĀTE, VIDE, SOCIALĀ STRUKTŪRA**

Jānis Pencis

Mg. sc. soc., LU Sociālo zinātņu fakultātes komunikācijas zinātnes doktorants

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes asociētais profesors un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

Silva Senkāne

Dr. sc. soc., LU Sociālo zinātņu fakultātes docente

PAŠKATEGORIZĀCIJA, ES, PIEDERĪBA UN NACIONĀLĀ IDENTITĀTE

Balstoties uz reprezentatīvas Latvijas iedzīvotāju aptaujas datiem, pētījuma ietvaros ir veikts paškategorizācijas izvērtējums nacionālās identitātes kontekstā. Saskaņā ar pētījuma autoru pieņemto teorētisko rāmējumu, identitātes veidošanā mijiedarbojas trīs tās pamatlīmeņi: (a) paškategorizācija, (b) sociālo grupu identitāte un (c) lielāku sociālo kopienu identitāte, piemēram, nacionālā identitāte (Šķilters, 2011). Autoru izvirzītā hipotēze paredz to, ka identitātes subjektīvais nozīmīgums pieaug virzienā no (c) uz (a) pamatlīmeni, kā arī to, ka identitātes (a) līmenī saglabājas tikai daži heterogēni identitātes (c) līmeņa komponenti, kuri tikai, kopā ņemti, veido kaut cik ievērojamu nacionālās identitātes komponentu kopumu. Tādēļ autori šajā pētījumā koncentrējas uz identitātes (a) līmeņa analīzi, ar kuru saskaņā ir atklāti arī daži no identitātes (b) un (c) līmeņa aspektiem. Raksts noslēdzas ar diskusiju par autoru atklājumiem dažu centrālo paškategorizācijas modeļu literatūras (it īpaši neseno Makonela (McConnell, 2011) pētījumu) skatījumā.

Atslēgvārdi: paškategorizācija, patība un tās aspekti, piederība sociālajām grupām, nacionālā identitāte.

Ievads

Ir dažādi veidi, kā atklāt patību un identitāti, tostarp daudzējādas eksplīcītas tehnikas – pamatā balstītas uz respondentu pašu ziņojumiem (plašāku diskusiju skatīt: Abdelal, Herrera, Johnston, & McDermott, 2009), kā arī implicītas eksperimentālas metodoloģijas (Gawronski & Payne, 2010) – pamatā balstītas uz dažādām asociāciju tehnikām un atbilžu sniegšanas ātruma mērījumiem. Daži pētījumi liecina, ka implicīta un eksplīcīta paškategorizācija un identitātes veidošanas procesi var būt pretrunīgi, taču ir arī pētījumi, kas pierāda, ka implicīti un eksplīcīti procesi ir savstarpēji papildinoši un tādējādi atspoguļo dažādus patības formātus un funkcijas. Implicīti procesi (reprezentēti asociatīvi) ir ātri un automātiski, turpretim eksplīcīta sociālā kognīcija ir lēna un apzināta (reprezentēta propozicionāli, apgalvojuma teikumu, aprakstošā formā) (salīdzinājumam Schnabel & Asendorpf, 2010).

Šī pētījuma autori analizē ar kvantitatīvas aptaujas palīdzību iegūtus eksplīcītas paškategorizācijas rezultātus. Lielāko daļu no pētījuma materiāla veido respondentu atbildes uz atvērtu jautājumu, trīs reizes pabeidzot teikumu “Es esmu ...”.

Saskaņā ar šī pētījuma teorētisko rāmējumu, identitātes veidošanā mijiedarbojas trīs tās pamatlīmeņi: (a) paškategorizācija, (b) sociālo grupu identitāte un (c) lielāku sociālo kopienu identitāte, piemēram, nacionālā identitāte (Šķilters, 2011). Identitātes subjektīvais nozīmīgums samazinās virzienā no (a) uz (c) pamatlīmeni. Šī pētījuma autori koncentrējas uz identitātes (a) līmeņa jeb paškategorizācijas analīzi, kurā atklājas arī daži no identitātes (b) un (c) līmeņa aspektiem attiecībā uz nacionālo identitāti. Ir iespējams izdalīt vismaz trīs paškategorizāciju ietekmējošus faktorus: (1) refleksivitāti (spēju pievērst uzmanību un apziņu sev pašam/pašai), (2) interpersonālo dabu un (3) izpildfunkcijas (*executive functionality*) (salīdzinājumam Baumeister, 1998).

Kopumā šis pētījums saskan ar Makonela pētījumu rezultātiem un papildina tos. Lai gan šis raksts ļauj apstiprināt tikai dažus no Makonela pētījumu rezultātiem, tā autori pieņem, ka patība, kas ir identitātes pamatā, ir vairāku savstarpēji mijiedarbīgu, no konteksta atkarīgu patības aspektu kopums, kas formē asociatīvu tīklojumu (pretēji uzskatam par stabilu, situācijām pāri stāvošu patības kodolu). Saskaņā ar Makonelu, patību veido dažādi patības aspekti (apzīmēti ar lietvārdiem, kas norāda uz lomām, privātajām un publiskajām patībām, kā arī attiecību un kolektīvajām identitātēm), kas ir asociēti ar dažādiem atribūtiem (apzīmēti ar īpašības vārdiem, kas norāda uz pazīmēm, uzvedību, fiziskajām īpašībām, sociālajām kategorijām u.c.) (McConnell, 2011, 5f.). Aspektu un tiem atbilstošo atribūtu aktivizēšana ir atkarīga no situācijas. Tādējādi ir iespējams formulēt noteiktus patības aspektu veidus (situatīvos, attiecību, lomu, īstās patības,¹ mērķu, īslaicīgi publiskos u.c.) (McConnell, 2011, 8).

Šis pētījums saskan arī ar Konveju (Conway, 2005) tajā, ka autori pieņem patību un atmiņu kā cieši integrētu struktūru. Patība tiek veidota integrācijā ar mērķorientētu komponenti – darbīgo patību (*working self*) un autobiogrāfiskās atmiņas zināšanu bāzi (*autobiographical memory knowledge base*). Lai gan empīrisku pierādījumu gūšana ir vēl tikai nākotnes iecere, šī raksta autori pieņem, ka identitāte veidojas divu procesu mijiedarbībā: saskaņošanā (*coherence* – primāri ar ilgtermiņa atmiņu) un atbilstības meklēšanā (*correspondence* – primāri nesenas atmiņas); atbilstības meklēšana un saskaņošana sacenšas dažādos uzdevumu veidos, kuros veidojas patība un identitāte (salīdzinājumam Conway, 2005, 597).

Pētījuma metodoloģija

Šī pētījuma ietvaros ir izmantota kvantitatīva datu ieguves metode – tiešās intervijas, aptaujājot 1003 Latvijas pastāvīgos iedzīvotājus vecumā no 18 līdz 74 gadiem. Izlases modelis ir reprezentatīva nejaušā, administratīvi teritoriāli stratificētā izlase ar 125 punktu ģeogrāfisko pārklājumu. Aptauja ir notikusi laikā no 2010. gada 26. novembra līdz 5. decembrim. Tiešās intervijas tika veiktas respondentu dzīvesvietās latviešu vai krievu valodā atkarībā no respondenta izvēlētajās sarunas valodas.

Pašā intervijas sākumā respondentiem tika piedāvāts pabeigt trīs teikumus, minot pirmo, kas ienāk prātā, bez jebkādiem ierobežojumiem vai priekšā teikšanas:

A1. Pabeidziet, lūdzu, teikumus! Lūdzu, miniet pirmo, kas Jums nāk prātā!
(INTERVĒTĀJ: rūpīgi pierakstiet visu respondenta teikto!)

1. Es esmu _____
2. Es esmu _____
3. Es esmu _____

Arī intervijas ievada preambula neuzvedināja respondentus uz kāda noteikta veida atbildēm:

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs [...] veic sabiedriskās domas pētījumus par dažādām problēmām. Šī aptauja ir veltīta dažādiem politiskiem un ekonomiskiem jautājumiem Latvijā. [...] Nākamie jautājumi tiek uzdoti zinātniska pētījuma vajadzībām par Latvijas sabiedrību, tās kultūru. Lūdzu, centieties atbildēt uz visiem jautājumiem. Atgādināšu, ka nav pareizu un nepareizu atbilžu, mūs interesē, ko domājat tieši Jūs! (Aptaujas anketas fragments, 2010).

Intervētāja uzdevums ir precīzi pierakstīt visu respondenta formulēto atbildi. Datu kopas sagatavošanā tika precīzi ievadīts intervētāja piefiksētais teksts. Respondentu sniegto atbilžu

kodēšanai ir izvēlēta divu līmeņu kodēšanas shēma (modificēts V. Jadova (Ядов, 2007, 538–542) shēmas variants, kas pilotāžas etapā ir pielāgots šī pētījuma empīrisku datu specifikai). Kodēšanu veica viens kodētājs. Atbilstoši pētījuma problēmas interesēm, kodēšanā ir izmantotas ar nacionālo identitāti saistītās kategorijas (pilsonība, tautība, Latvijas iedzīvotājs, patriots (salīdzinājumam Neuendorf & Skalski, 2009)), taču detalizēti ir kodētas arī citas identitātes kategorijas (sk. 1. tabulu). Respondenti paškategorizācijās pārsvarā izmanto tikai vienu vārdu (ko var kodēt pēc viena no klasifikācijas kritērijiem), taču ir arī plašāki teikumi, kuros respondenti iekļāva divas vai vairākas paškategorizācijas nozīmes (7% no pirmajiem, 3% no otrajiem un 5% no trešajiem teikumiem). Šādu gadījumu kodēšanai ir ieviesti papildu mainīgie, kas analīzes gaitā ir ņemti vērā tikai atsevišķās vietās, kur tas ir speciāli paskaidrots.

Kodējot saturiski, jāņem vērā, ka respondentu paškategorizācijas varēja pārstāvēt 1. līmeņa kategorijas gan tieši (Latvijas patriots = patriots), gan netieši (uzticīgs savai valstij = patriots), tādēļ jāreķinās ar zināmu kodējuma subjektīvās interpretācijas līmeni.

1. tabula

Identitātes kategoriju kodifikators

	2. līmeņa klasifikācija	1. līmeņa klasifikācija
00	Nav atbildes	00
10	“Cilvēks”, dzimte, vecums	11, 14, 15
20	Vieta īpašuma slānī ²	21-23
30	Sociāli profesionālā piederība	31-39
40	Teritoriāli lokālā piederība	41-48
50	Psiholoģiskās īpašības un stāvokļi ³	51-59, 81-84
60	Dzīvesstils	61-66, 68-69
70	Citas primārās grupas (kolēģi, kaimiņi, draugi, paziņas)	71-74, 76
75	Ģimenes lomas	75
90	Citi varianti	90
99	Nacionālā identitāte	Latvijas iedzīvotājs 16, pilsonība 12, tautība 13, patrioti 67

Tādā veidā skaitliski kodētie identitātes mainīgie ļauj veikt padziļinātu statistisko izvērtējumu identitātes attēlojumam, kā arī veikt statistisko analīzi korelācijā ar sociāldemogrāfiskajiem raksturojumiem (dzimti, vecumu, dzīvesvietas tipu un reģionu, tautību, dzimto valodu, izglītību, nodarbošanos un pilsonību), lai noskaidrotu iespējamās diferencējošās sociāldemogrāfiskos faktorus.

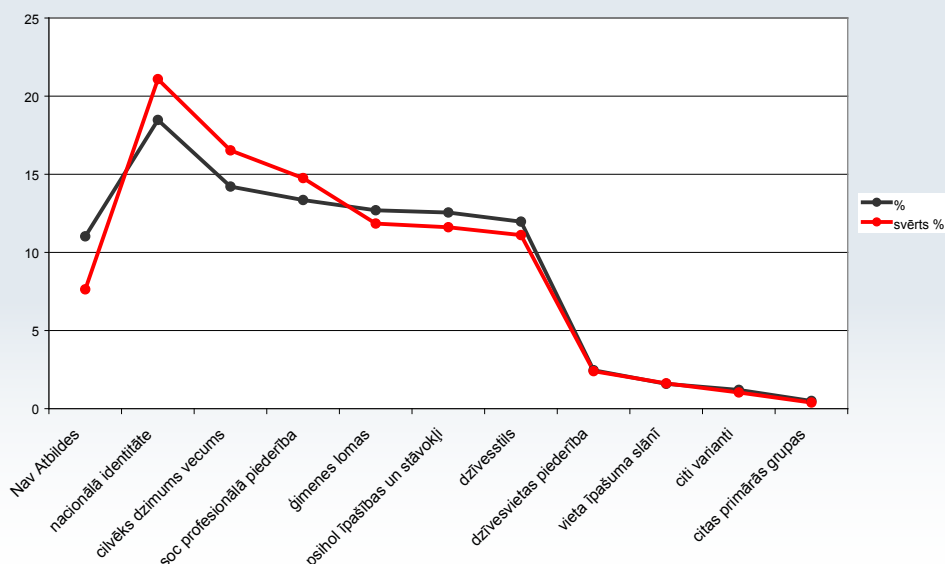
Analīzei sākotnēji ir izmantoti identitātes mainīgo procentuālā biežuma sadalījumi, to salīdzinājumam nosakot rangu rindas. Pētījumā ir reķināti un ranžēti gan vienkāršie, gan svērtie aritmētiskie vidējie rezultāti. Sociāldemogrāfisko faktoru ietekmes vērtēšanai ir izmantots Pīrsona Hī-kvadrāts (*Pearson chi-square*) un pielāgotie standartizētie atlikumi (*adjusted standardized residuals*). Ar to palīdzību ir noteikts, vai identitātes un sociāldemogrāfiskie mainīgie pa pāriem ir neatkarīgi, un, ja nav neatkarīgi, tad kas tieši ir raksturīgs šai sakarībai. Lai modelētu sociāldemogrāfisko faktoru ietekmi uz nacionālās identitātes veidošanos, ir izmantota binārās loģistikās regresijas pieeja, kas ļauj noteikt, cik lielā mērā pēc respondenta demogrāfiskajiem raksturojumiem var paredzēt atsevišķu nacionālās identitātes dimensiju iespējamību viņa/viņas paškategorizācijā.

Rezultāti

Lielākā daļa (78%) respondentu ir snieguši visus trīs jautātos paškategorizācijas variantus, 13% – divus, 8% – tikai vienu, bet 2% nav devuši nevienu variantu. Neskatoties uz papildu informācijas trūkumu, atbilžu nesniegšanu var skaidrot ar subjektīviem iemesliem. Iespējams, ka daļa respondentu nevēlas reflektēt par šādām tēmām principā, bet tikpat labi tas var būt saistīts ar intervētāju valodas un citām profesionālajām prasmēm. Taču ir konstatētas arī atsevišķas statistiski būtiskas demogrāfiskas sakarības: neatbildējušo vidū ir mazāk latviešu, vairāk fiziskā darba strādnieku, vairāk kurzemnieku un rīdnieku, vairāk ar vidējo izglītību, mazāk ar augstāko, vairāk no Rīgas un lielām pilsētām, mazāk no laukiem un mazāk pilsoņu.

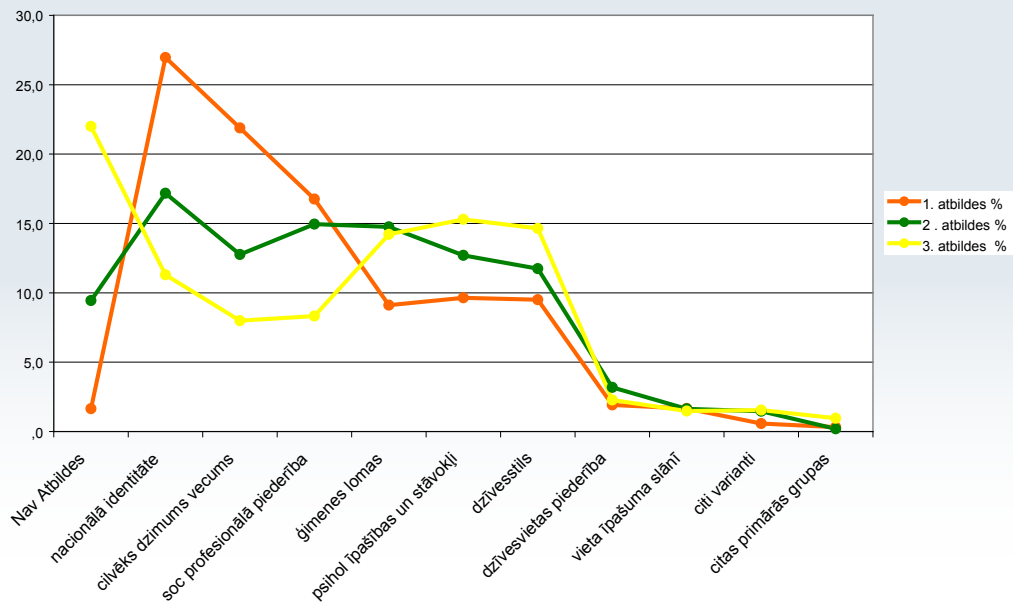
Šī pētījuma autori pieņem, ka kategorijas atšķiras pēc to subjektīvā nozīmīguma – pirmajā atbildē sniegtās kategorijas ir visnozīmīgākās, otrās atbildes kategorijas ir otrajā vietā, bet trešās – trešajā vietā, tātad tās ir salīdzinoši mazāk nozīmīgas (rangu nozīmē). Tādējādi identitātes kategorijas var izvērtēt preferenču secībā, taču tas neizslēdz iespēju noskaidrot arī to, cik reizes kopumā ir iesaistīta kāda no identitātes kategorijām (noskaidrojot aritmētisko vidējo rezultātu, kā arī vidējo procentuālo sadalījumu), un kāda katrai kategorijai ir svērtā vērtība, ņemot vērā preferences (noskaidrojot svērto aritmētisko vidējo rezultātu, kā arī kopējo svērto rangū).

Visās trīs atbildēs kopā visbiežāk nosauktās 2. līmeņa kategorijas ir *Nacionālā Identitāte* (turpmāk NI) (18% no kopējā atbilžu skaita n=3009). Nākamajā biežāk nosaukto kategoriju grupā ietilpst trīs vispārīgas kategorijas: *cilvēks*, *dzimte* un *vecums* (14%). Aptuveni vienādā daudzumā atbilžu respondenti sevi kategorizē pēc *sociāli profesionālā* kritērija, ģimenes lomām un *psiholoģiskām īpašībām un stāvokļiem* (katra grupa 13%), kā arī pēc dzīvesstiliem (12%). Tādas teorētiski nozīmīgas paškategorizācijas kā *vieta* īpašuma *slānī*, *teritoriāli lokālā piederība* un *citas primārās grupas* (izņemot ģimeni) ir pārstāvētas ļoti nelielā skaitā 1–2% līmenī (sk. 1. att.).



1. att. Identitātes kategoriju skaits % un svērtais skaits % visās trīs atbildēs kopā n=3009.

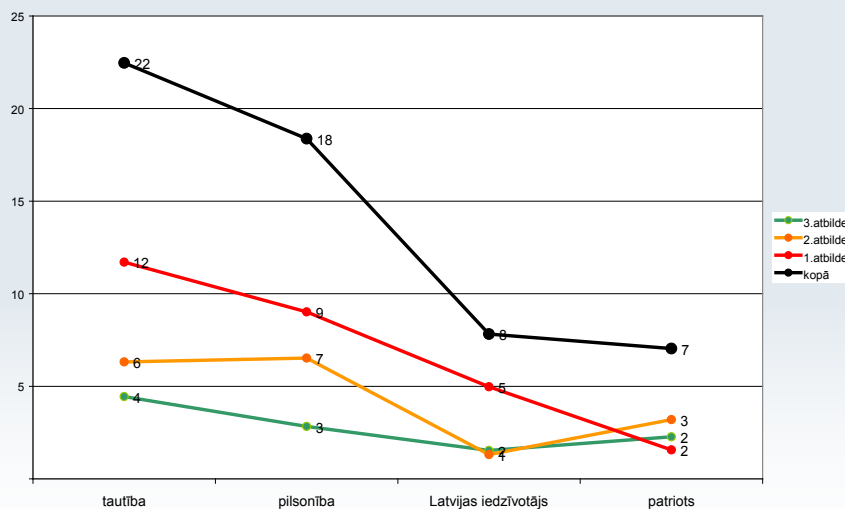
Starpība starp svērto un vienkāršo % ļauj novērot gan tādas kategorijas, kas salīdzinoši biežāk parādās pirmajā atbildē (NI; cilvēks, dzimte, vecums; sociāli profesionālā piederība), gan tādas, kuras būtiski vairāk pārstāvētas 2. vai 3. atbildē (ģimenes lomas; psiholoģiskās īpašības un stāvokļi; dzīvesstili), kā arī kategorijas, kas vienlīdz nedaudz pārstāvētas visās atbildēs (teritoriāli lokālā piederība; vieta īpašuma slānī; citas primārās grupas; citi varianti). Tādēļ ir jāapskata ne tikai kopīgais identitātes kategoriju sadalījums, bet arī to sadalījums pēc atbildes secības (sk. 2. att.).



2. att. Identitātes kategoriju procentuālais sadalījums katrā no trīs atbildēm n=3009.

Papildus noskaidrotajai tendencei, ka identitātes kategorijas nav viennozīmīgas pēc to izvēles biežumiem un izvēles secības, ir novērojamas atšķirības arī atbildes secības intensitātē. Piemēram, ja NI un vispārīgo kategoriju procentuālais biežums atbildēs vienmērīgi sarūk, bet dzīvesstilu, kā arī psiholoģisko īpašību un stāvokļu kategoriju procentuālais biežums atbildēs vienmērīgi pieaug līdz ar atbildes kārtu, tad sociāli profesionālās piederības kategorijas procentuālais biežums 1. un 2. atbildēs, kā arī ģimenes lomu kategorijas procentuālais biežums 2. un 3. atbildēs faktiski neatšķiras. Tātad autoru izdalītās NI kategorijas kopumā ir būtiski pārstāvētas respondentu paškategorizācijā.

NI kategorijas atbilžu secības griezumā uzrāda tendenci, ka kopumā pārstāvētākās – *tautība* un *pilsonība* faktiski atšķiras tikai ar to, ka *tautība* tiek biežāk minēta kā pirmā atbilde, bet 2. un 3. atbildē *tautība* un *pilsonība* parādās vienādi bieži (sk. 3. att.).



3. att. NI kategoriju sadalījums pēc atbilžu secības % n=3009.

Lai veiktu papildu izvērtējumu respondentu dotajām identitātes kategorijām – tam, cik tās viņiem ir subjektīvi nozīmīgas, turpinājumā ir analizētas atbildes uz aptaujā uzdoto jautājumu: “Cik svarīga jums ir piederība katrai no minētajām grupām?”. Datu ieguves laikā respondenti vērtēja katru no 10 piedāvātajām sociālajām grupām pēc četrpunktu skalas, kur 1 nozīmē – ļoti svarīga, bet 4 – pavisam nesvarīga. Zemāk tabulā grupas ir sakārtotas to subjektīvā svarīguma secībā: jo mazāks vidējais aritmētiskais rezultāts grupai, jo svarīgāka tā ir (sk. 2. tabulu).

2. tabula

**Piederības svarīgums sociālajām grupām un kopienām:
(1 – ļoti svarīga, 4 – pavisam nesvarīga)**

Cik svarīga jums ir piederība katrai no minētajām grupām?	Vidējais aritmētiskais rezultāts	Standart novirze	% ļoti svarīga n=1003	% NA n=1003
Ģimene, dzimta	1,24	,50	77	1
Jūsu tautībai piederīgie (piem., latvieši, krievi, ukraiņi, ebreji u.c.)	1,95	,90	34	5
Latvijas pilsoņi	2,00	,93	31	4
Latvijas iedzīvotāji	2,04	,78	24	4
Jūsu pilsētas, reģiona iedzīvotāji (piem., rīdzinieks)	2,14	,84	21	5
Profesionālā grupa, kam Jūs piederat (piem., zemnieki, skolotāji, ārsti, pārdevēji)	2,32	,98	21	6
Eiropieši	2,82	,87	6	6
Draudzes, konfesijas locekļi (piem., luterāņi, katoļi, pareizticīgie u.c.)	2,88	1,02	11	7
Mūzikas grupu fani, sporta līdzjutēji	3,05	,97	8	7
Sabiedrisko un nevalstisko organizāciju dalībnieki	3,20	,85	4	11

Pētījuma dati liecina, ka respondentiem vissvarīgākā ir piederība ģimenei. Par šo identitātes kategoriju respondentu atbilžu vidū ir arī vislielākais vienprātības rādītājs (jo mazāka standartnovirze, jo vienprātīgāks viedoklis). Piederība savas tautības grupai, Latvijas pilsoņu kopai un Latvijas iedzīvotājiem ir vienlīdz svarīga: vidējo aritmētisko rezultātu atšķirības nav statistiski nozīmīgas. Trešajā vietā ir lokālās piederības svarīgums – piederība konkrētai pilsētai, reģionam, savukārt ceturtajā vietā ir profesionālās piederības svarīgums, bet piekto vietu daļa Eiropas un reliģiskās piederības svarīgums, sestajā – svarīgums piederēt mūzikas un sporta līdzjutēju kopienām, bet pēdējā – svarīgums piederēt sabiedriskajām un nevalstiskajām organizācijām. Sabiedrisko un nevalstisko organizāciju gadījumā ir arī vislielākais neatbildējušo respondentu skaits – vairāk nekā desmitdaļa respondentu nevar formulēt savu atbildi šajā jautājumā.

Kā redzams, otrajā mērījumā piedāvātās sociālās grupas-identitātes kategorijas daļēji sakrīt ar pašu respondentu nosauktajām kategorijām, tādēļ ir iespējams pārlicināties, ka NI kategorijas *tautība*, *pilsonība* un *Latvijas iedzīvotājs* respondentiem ir būtiskas saskaņā ar abu mērījumu rezultātiem un līdz ar to tās ir uzskatāmas par Latvijas iedzīvotājiem pašām svarīgākajām NI kategorijām. Turpinājumā var iepazīties ar detalizētāku šo kategoriju analīzi sociāldemogrāfisko faktoru kontekstā.

Paškategorizācijā *tautību* pirmajā atbildē ir izvēlējušies 12% respondentu, no kuriem 84% ir latvieši, 11% krievi un pa 2% baltkrievi, čigāni un lietuvieši. Šāda proporcija būtiski atšķiras no respondentu sadalījuma izlasē, kurā attiecīgi 58% ir latvieši, 33% krievi, 3% baltkrievi un 0,3% čigāni.

NI kategoriju *pilsonība* pirmajā atbildē ir izvēlējušies 9% respondentu. No tiem 25% ir atbildējuši "Es esmu pilsonis", pārējie konkrētizē: 58% *Latvijas pilsonis*, 13% *nepilsonis* un 5% *citā valstī, ne Latvijas pilsonis*. Salīdzinājumam – izlasē ir 84% Latvijas pilsoņu.

NI kategoriju *Latvijas iedzīvotājs* pirmajā atbildē ir izvēlējušies tikai 5% respondentu.

Mēģinot noskaidrot, vai šīm NI kategorijām pastāv saistība ar svarīgākajiem demogrāfiskajiem raksturojumiem: pilsonību, tautību, dzimti, vecumu, valodu, apdzīvotās vietas tipu, reģionu, izglītību, nodarbošanās statusu un ienākumiem, ir konstatētas šādas statistiski nozīmīgas sakarības.⁴

Tautības kategorijai ir statistiski būtiskas sakarības ar pilsonību (pilsoņi vairāk), tautību (latvieši vairāk), vecumu (35–44 gadus vecie vairāk), reģionu (Rīgā, Latgalē mazāk, Zemgalē vairāk), izglītību (vidējā vairāk, vidējā speciālā un pamata mazāk), dzimto valodu (latviešu vairāk) un dzīvesvietas tipu (laukos mazāk, citā pilsētā vairāk).

Pilsonības kategorija saistīta ar tautību (latvieši mazāk), vecumu (18–24 gadi mazāk, 55–74 gadus vecie vairāk), nodarbošanos (studenti mazāk, pensionāri un ierēdņi vairāk), reģionu (Latgalē vairāk), izglītību (augstākā mazāk), dzimto valodu (latviešu mazāk) un dzīvesvietas tipu (Rīgā mazāk).

Mēģinājums modelēt NI mainīgos, izmantojot binārās loģistiskās regresijas pieeju, deva šādus rezultātus: varbūtība, ka pirmajā atbildē respondents ir izmantojis NI kategoriju, vīriešiem ir par 40% lielāka nekā sievietēm, savukārt mazo pilsētu iedzīvotājiem – 2,37 reizes lielāka nekā citur dzīvojošajiem; varbūtība, ka otrajā atbildē būs NI kategorija, augstākā līmeņa vadītājiem ir 2 reizes lielāka nekā ierindas fiziskā darba strādniekiem, savukārt Kurzemes un Zemgales iedzīvotājiem attiecīgi par 10% un 39% lielāka nekā Latgales iedzīvotājiem.

No situācijas atkarīgo patības aspektu prioritāte

Identitāte nav stabila patības esence. Tā ir daudzējādu, no situācijām atkarīgu patību vai to aspektu kopums (salīdzinājumam McConnell, 2011, 5). Situācija aktivizē noteiktus patības aspektus. Un tie aspekti, kas ir sasniedzami pirmie, neraksturo patieso patību, jo tos ierobežo attiecīgā situācija.

Šī pētījuma rezultāti ir salīdzināti ar Makonela pētījumu rezultātiem attiecībā uz patības aspektiem, piemēram, situatīvajiem, attiecību, lomu, emocionālajiem, patiesās patības, mērķorientētajiem, īslaicīgajiem, publiskajiem, privātajiem un citiem (McConnell, 2011, 8).

Līdzīgi kā Makonels, arī šī pētījuma autori nevar atbildēt, vai eksistē kaut kas tāds kā vienota patība (salīdzinājumam McConnell, 2011, 8). Taču šie pētījuma rezultāti ir tuvāki uzskatam, ka svarīgākās ir patības attiecības.

Paškategorizācijai ar ģimenes *lomām* (13%) pastāv statistiski nozīmīga saistība ar dzimumu (vīrieši mazāk), vecumu (18–24 gadus vecie mazāk, 25–54 gadus vecie vairāk) un sociāli profesionālo statusu (mazāk bezdarbnieki, studenti, ierēdņi un pensionāri, vairāk mājsaimnieces un fiziskā darba strādnieki), izglītību un apdzīvotās vietas tipu.

Paškategorizācija ar *dzimti* ir būtiski saistīta ar attiecīgo respondenta dzimti (vīrieši mazāk), vecumu (18–24 gadus vecie mazāk, 25–34 gadus vecie vairāk) un sociāli profesionālo statusu (vairāk mājsaimnieces un vadošie darbinieki), dzimto valodu (latviešu valodu vairāk) un apdzīvotās vietas tipu (lauki vairāk, citas pilsētas mazāk).

Kategorija *sociāli profesionālā piederība* (13%) saistīta ar tautību (latvieši mazāk), nodarbošanos (vairāk pensionāri, bezdarbnieki, studenti), vecumu (jaunie un vecie vairāk, vidējie mazāk), izglītību (pamata, vidējā speciālā vairāk) un valodu (latviešu mazāk).

Kategorijai *psiholoģiskās īpašības un stāvokļi* (13%) ir novērojama saistība ar vecumu (jaunie vairāk, vecie mazāk), nodarbošanos (speciālisti, ierēdņi, studenti vairāk, mājsaimnieces mazāk).

Vispārīgu paškategorizāciju *cilvēks* izmantojuši mazāk pilsoņu, vairāk vīriešu, mazāk 55–74 gadīgo, mazāk pensionāru, mazāk Vidzemē, vairāk Latgalē, mazāk ar vidējo speciālo izglītību, mazāk lielajās pilsētās un citās pilsētās.

Saskaņā ar šī pētījuma rezultātiem, subjektīvais svarīgums ir lielāks tiem patības aspektiem, kas skar personīgo līmeni, nevis lielākas sociālās kopienas līmeni. Šie rezultāti pamato šī raksta autoru sākotnējo patības un identitātes koncepciju. Citu integrēšanai patībā ir relatīvi nepārprotams rezultāts – patībā tiek integrēti *svārgie citi* (McConnell, 2011, 16f). Tas ir nolasāms arī šī pētījuma rezultātos – piederība profesionālajai grupai un ģimenei, tās emocionālās un psiholoģiskās īpašības un notikumi ir daudz svarīgāki par lielākas kopienas patības aspektiem.

Lielāku sociālo kopienu identitāte patības konceptā: nacionālā identitāte

Šī pētījuma ietvaros ir izmantota eksplīcīta augšupvērsta (*bottom-up*) analīze, pieņemot, ka lielāku sociālo kopienu identitātes struktūras vislabāk ir atspoguļotas paškategorizācijas uzdevumu rezultātos, kas ir iegūti, izmantojot statistiski reprezentatīvu šīs kopienas izlasi. Paškategorizācijas uzdevuma ietvaros var izšķirt relatīvi dažus identitātes augstākā līmeņa-nacionālās identitātes aspektus un īpašības. Tikai kopā ņemti, tie veido nozīmīgus NI komponentus. Tas apstiprina šī raksta autoru pieņēmumu, ka paškategorizācijā augstākā līmeņa identitātes struktūras, piemēram, NI, ir izplūdušas un relatīvi nevienmērīgas. Citu subjektīvi svarīgo grupu identitāšu komponenti indivīda patībā ir iekļauti daudz biežāk nekā NI komponenti. Tikai sasummējot kopā diezgan dažādus NI komponentus, var iegūt nozīmīga apjoma NI struktūras. Kopumā ir iespējams parādīt, ka primārie komponenti paškategorizācijai kā identitātes veidošanas pamatdaļai ir saistīti ar subjektīvi svarīgām sociālajām attiecībām, piemēram, ģimenes un profesionālajām. Jāmin arī fakts, ka citas tuvas attiecības, piemēram, koleģiālās un draudzības, nav statistiski nozīmīgas respondentu sniegtajās atbildēs. Tomēr ir svarīgi nošķirt (a) noteiktu komponentu skaitu un daudzumu atbildēs no (b) tiem piešķirtās svarīguma pakāpes. Sākotnēji statistiski var novērot tikai dažus komponentus, kas atspoguļo lielu sociālo kopienu identitāti, piemēram, NI. Taču, saskaitot kopā visas iespējamās struktūras, kas satur kādu no NI komponentiem, var novērot statistiski nozīmīgu NI komponentu procentuālo daļu. Attiecībā uz piešķirto svarīguma pakāpi šis pētījums liecina, ka NI komponenti ir mazāk svarīgi par piederību ģimenei. Tas nozīmē, ka paškategorizāciju nosaka tiešas sociālās attiecības, kā arī tuvas sociālās kopienas.

Secinājumi

Šī pētījuma galvenā hipotēze – lielāku kopienu, piemēram, NI aspekti un atribūti ir (a) tikai dažos gadījumos ietverti patības koncepcijā un (b) indivīdam mazāk svarīgi par tuvām attiecībām, subjektīvi svarīgām piederībām, tajā skaitā profesionālajām, kā arī ģimenes lomām.

Šī pētījuma rezultāti dažos aspektos ir saskaņīgi ar Makonelu (McConnell, 2011), paplašinot un papildinot viņa atklājumus. Taču šī pētījuma autori vēlas iet tālāk un pieņemt, ka, ja eksistē, tad eksistē tikai daži identitātes pamatkomponenti, kas nav nozīmīgi un ir daudz mainīgāki un no situācijas atkarīgāki nekā līdz šim pieņemts domāt.

Rakstā izklāstītā nacionālās identitātes mērīšanas un analīzes pieeja ļauj izdarīt deskriptīvus secinājumus tikai par to, pēc kādiem raksta autoru izvēlētiem NI kritērijiem Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem paškategorizē sevi un kādas hipotētiskas sakarības būtu pētāmas

turpmāk. Šādā veidā nebija mēģināts noteikt citus NI raksturojumus, ne ekstensīvus, ne intensīvus, piemēram, izdalīt kādus NI veidus vai tipus un noteikt to iespējamo intensitāti.

No pētnieciskās metodoloģijas viedokļa būtu iespējams, atbilžu kodēšanā piedaloties vairāk nekā vienam kodētājam, noteikt un vajadzības gadījumā novērst kodēšanas subjektīvās interpretācijas, bet tam nevajadzētu būtiski ietekmēt šajā analīzē iegūtos secinājumus.

Pateicības

Šis darbs izstrādāts ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā “Atbalsts doktora studijām Latvijas Universitātē”.

Izmantotā literatūra

- Abdelal, R., Herrera, Y. M., Johnston, A. I., McDermott, R. (Eds.). (2009). *Measuring Identity: A Guide for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baumeister, R. F. (1998). The Self. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske, G. Lindzey (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 680-740). New York: McGraw-Hill.
- Conway, M. A. (2005). Memory and the Self. *Journal of Memory and Language*, 53, 594–628.
- Gawronski, B., Payne, B. K. (Eds.). (2010). *Handbook of Implicit Social Cognition: Measurement, Theory, and Applications*. New York: The Guilford Press.
- McConnell, A. R. (2011). The Multiple Self-Aspects Framework: Self-Concept Representation and Its Implications. *Personality and Social Psychology Review*, 15(1), 3–27.
- Neuendorf, K. A., Skalski, P. D. (2009). Quantitative Content Analysis and the Measurement of Collective Identity. In R. Abdelal, Y. M. Herrera, A. I. Johnston, R. McDermott (Eds.), *Measuring Identity: A Guide for Social Scientists* (pp. 203–236). Cambridge: Cambridge University Press.
- Schnabel, K., Asendorpf, J. B. (2010). The Self-Concept. New Insights from Implicit Measurement Procedures. In B. Gawronski, B. K. Payne (Eds.), *Handbook of Implicit Social Cognition: Measurement, Theory, and Applications* (pp. 408–425). New York: The Guilford Press.
- Stone, R., Young, M. (2009). The Content and the Intersection of Identity in Iraq. In R. Abdelal, Y. M. Herrera, A. I. Johnston, R. McDermott (Eds.), *Measuring Identity: A Guide for Social Scientists* (pp. 237–249). Cambridge: Cambridge University Press.
- Šķilters, J. (2011). Nacionālā identitāte semantiskajā telpā. In J. Šķilters, S. Lasmane (red.), *Nacionālās identitātes komunikācija Latvijas kultūras telpā* (pp. 3–16). Rīga: LU SPPI. Available at: <http://academia.lndb.lv/xmlui/handle/123456789/4>
- Ядов, В. А. (2007). Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебное пособие. Москва: Омега-Л.

¹ Bez jebkādiem sociāliem aizsegumiem par to, kā noteiktā situācijā būtu jāizskatās vai jāuzvedas citu acīs.

² Piemēram, maznodrošināta, trūcīga persona.

³ Piemēram, skaista, emocionāla, komunikabls.

⁴ Atšķirību būtiskuma kritērijs 5%.

Gido Seki (Guido Sechi)

PhD., Bari Tehniskā universitāte (Itālija), Arhitektūras un urbāno pētījumu departaments

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

IDENTITĀTE KĀ ATKARĪGAIS MAINĪGAIS, MĒROT SOCIĀLO KAPITĀLU: SOCIĀLAIS KAPITĀLS KĀ IDENTITĀTES TELPA¹

Rakstā tika veikta sociālās identitātes statistiska analīze, balstoties uz liela apjoma aptauju rezultātiem, kas iegūti 2010. gadā, pieņemot, ka identitāte ir atkarīgais mainīgais, un darbā izmantojot sociālā kapitāla teoriju. Tika konstatēts, ka identitātes veidošanos ietekmē tiešie relāciju-kognitīvie sociālie tīkli un tikai pastarpināti strukturālie tīkli. Saskaņā ar mūsu pētījuma rezultātiem, varējām noteikt, ka sociālās saites un uzticība ir strukturālo attiecību primāri faktori. Par spīti vairākiem teorētiskiem un praktiskiem ierobežojumiem, kas saistīti ar pētījuma metodoloģiju, tomēr var apgalvot, ka (a) starp relāciju sociālo kapitālu un identitātes formām (it īpaši identitāti, kas saistās ar ģeogrāfisko tuvumu) pastāv ievērojama korelācija; (b) starp strukturālo un relāciju-kognitīvo sociālo kapitālu pastāv ievērojama korelācija.

Rakstā izstrādātais analīzes modelis un empīriskā pētījuma rezultāti sniedz būtisku pamatojumu kvantitatīvās analīzes lietojumam identitātes kā atkarīgā mainīgā pētījumos un izceļ relacionālo saišu primāro lomu sociālā identitātē.

Atslēgvārdi: identitāte, atkarīgais mainīgais, sociālais kapitāls, liela apjoma statistiska analīze

Ievads

Daudzsološa, taču joprojām maz apgūta ir starpnozaru joma, kurā krustojas ģeogrāfija, projektēšanas pētniecība un kognitīvā zinātne, – tā sastāv no to attiecību pētniecības, kas pastāv starp ģeogrāfiskiem un sociāliem ietekmējošiem lielumiem, determinantiem pilsētās un reģionos. Šī tēma pēdējos gados skarta reģionu attīstības zinātnē (Aydalot, 1986; Healey, 2006) un kognitīvajā ģeogrāfijā (Golledge, 2003, Golledge & Spector, 1978, Montello, 1993). Aģentu mijiedarbība ģeogrāfiskā vidē un kognitīvās izziņas procesi telpā ir joma, kurā patlaban nepieciešams virzīt teorētiskā un metodoloģiskā aparāta attīstību. Šī darba mērķis ir to cēloņu un seku attiecību struktūras izpēte, kas pastāv ikdienas vides telpas un sociāli teritoriālās identitātes uztverē, tostarp sociālo un attieksmes faktoru atšķirīgo raksturlielumu (gan formālu, gan neformālu, proaktīvu un neapzinātu) ietekmi uz indivīda piederības sajūtu teritoriālai kopienai; citiem vārdiem sakot, to telpisko un sociālo attiecību robežu iekšējās dinamikas izpēte, kas nosaka ikdienas dzīvi. Šīs jomas pētniecība var kļūt noderīga telpiskās uztveres studijām, kas nodarbojas ar kopienas saikņu un savienojumu, robežu un identitātes izjūtu izpēti, tāpat arī otrādi – pētot, kā piederība kādai kopienai (piemājas teritorijai, pilsētai) ietekmē telpisko uztveri.

Šī darba ietvaros definētā *telpiskā uztvere* piedāvā plašāku šī jēdziena skaidrojumu ne tikai ģeogrāfisku un topoloģisku attiecību kontekstā, bet arī – un it īpaši – skaidrojot to kā pamata raksturlielumu kopienas robežu un īpatnību noteikšanai, pamatā ņemot hierarhisku trajektoriju un to mezglpunktu struktūru. Sociālo uztveri nosaka trīs savstarpēji saistītu faktoru grupas: (a) sociāli teritoriālās identitātes rašanās, kopienas attiecības un funkcionālas zināšanas par telpu kā tādu; (b) references ietvaru un atsauču sistēma (aksiāla savstarpēji saistītu objektu struktūra apkārtējā vidē) (Levinson, 1996) un (c) ģeometriskā telpas struktūra (Landau & Jackendoff, 1993). Lai arī visu triju grupu kopa ir telpiskās uztveres pamatā, šī darba ietvaros galvenais uzsvars tiks likts uz pirmo faktoru kopu (a), pieņemot, ka tās ietver telpas radītu sociālo kapitālu.

Metodoloģiski identitāte pētījumā tiks raksturota kā atkarīgais mainīgais, bet sociālo relāciju aktīvi (*socio-relational assets*) – kā priekšnoteikumi tālākai un sīkākai analīzei.

Literatūras apskats

Tādu sociālās struktūras iezīmju kā kopienas attiecības un robežas interpretācijai teorētiskā rāmējumā noderīgs ir sociālā kapitāla koncepts (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990). Sociālais kapitāls ir jēdziens, kas atspoguļo sociālās un kognitīvās struktūras vidē no kopienas attiecību un robežu skatpunkta. Plaši pieņemta un izmantota jēdziena definīcija skaidro, ka sociālais kapitāls ir „rīcībā esošo un potenciālo resursu kopa, kas ir saistīta ar ilgstošu vairāk vai mazāk institucionalizētu kopīgu pazišanās un atpazīšanas tīklojumu piederēšanu” (Bourdieu 1986). Šāds koncepts pēdējās desmitgadēs ir kļuvis izplatīts gan socioloģijā, gan citās zinātnes nozarēs, it īpaši organizāciju zinātnēs, reģionālajā ekonomikā, sabiedrības un attīstības pētījumos. Sociālā kapitāla teoriju izmanto kā teorētisko rāmi, sociālās interakcijas un relāciju kontekstā pētot grupām, organizācijām un kopienām piederīgo resursu pieaugumu un bagātināšanu. Kopienas un reģionālajās studijās sociālais kapitāls tiek uzskatīts par sabiedrības struktūras interpretācijas palīg līdzekli, novērtējot to stipros un vājos punktus (Woolcock, 1998), kā arī faktoru kopas, kas veido sociālo kohēziju, ekonomisko izaugsmi un zināšanu paplašināšanu.

Konceptu izmanto, skaidrojot identitātes veidošanās procesus gan indivīda (Cotè, 1996, 1997), gan sabiedrības līmenī (Woolcock & Narayan, 2000). Tomēr sociālais kapitāls vēl joprojām atrodas konceptualizācijas stadijā, un to ietekmē vairāki gan teorētiski, gan arī ar tā lietojumu saistīti faktori. Sociālā kapitāla koncepts tiek plaši izmantots sociālajās zinātnēs, taču bez nepieciešamās teorētiskās skaidrības. Termina lietošanā trūkst viennozīmības, tā neviennozīmības iemesli ir gan vispārēji (atšķirīga nozīme dažādos kontekstos), gan arī ideoloģiski (atšķirīga attieksme pret sociālām vērtībām). Turklāt arī identitāti var mērīt vairākos līmeņos, kas, nenorādot, par kuru līmeni ir runa, var radīt konceptuālu neskaidrību un nenoteiktību. Konceptuālā nenoteiktība (gan sociālā kapitāla un identitātes kontekstuālajā nozīmē, gan sociālā kapitāla nozīmīguma vērtējumā) rada neskaidrību attieksmē pret cēloņu un sekas dinamiku. Tematiski vispopulārākais sociālā kapitāla pētījumu lauks, kas vislabāk apkopots Roberta Pantema darbos (Puntam, 1993/2000), balstās uz pozitīvu attieksmi pret sociālo kapitālu kā galveno sociālās kohēzijas un sociāli ekonomiskā progresā faktoru. Tomēr arī šis skatpunkts ir bieži kritizēts savas pārliedzīgās vienkāršības dēļ un tāpēc, ka neievēro negatīvās attīstības dinamikas iespējamību, piemēram, slēgtas, nepieejamas, ekskluzīvas identitātes veidošanos (kā rezultātā rodas atsvešināšanās, neiecietība, ‘amorālais familisms’ (*‘amoral familism’*) utml.). Tas ir novedis pie tādām sociālā kapitāla kategorijām jeb klasēm, kas saistītas ar saišu veidošanu (*bonding*) vienas kopienas ietvaros un ārēju saišu veidošanu jeb ‘tiltošanu’ (*bridging*) starp kopienām (Aldridge et al., 2002). Šāda dihotomija atspoguļo atšķirību starp vājām un spēcīgām saitēm, kas formulēta sociālo tīklu analīzes pētniecībā (Granovetter, 1973) un uzsver atšķirību starp konsolidētām saitēm starp homogēniem aktoriem un gadījuma rakstura (sporādiskiem) kontaktiem starp heterogēniem aktoriem. Pagaidām pētniecībā, kas analizē šo dihotomiju, nav veikts pietiekoši daudz kopienas un reģionu izpētes studiju. Turklāt noteikti jāievēro netveramā un latentā konceptu daba, jo tā norāda uz mainīgo mērīšanas grūtībām, kas ir būtisks vājais posms kvantitatīvajā sociālā kapitāla un identitātes pētniecībā.

Kādi varētu būt ieguvumi, analizējot sociālo kapitālu identitātes pētījuma ietvaros? Kā visbūtiskāko jāmin jaunu pieeju attiecību telpiskajai dimensijai. Papildus esošajiem trīsdimensionāla modeļa komponentiem: (1) ģeometriskajām struktūrām, (2) references ietvariem un atskaites punktiem, kā arī (3) sociāli ekonomisko un funkcionālo zināšanu dažādībai, kognitīvo telpu (mūsu pētījuma gadījumā – *identitātes telpu*) var skatīt kā saišu un mezglpunktu struktū-

ru, kas savieno vienu sociālo struktūru dažādos līmeņos, tāpat kā dažādas struktūras – vienā. Piemēram, identitātes telpu var uzskatīt par saliktu, kompleksu struktūru, kurā dažādi indivīdi saistīti gan savstarpēji (saites var būt gan fiziskas, gan digitālas), gan ar lielākām kopienām², turklāt arī lielākās kopienas var būt savstarpēji saistītas. Tādējādi identitāte ir veidota, atbilstoši kontekstam aktivējot relevantas saites un mezglu punktus; aktivācija izplatās identitātes telpā atkarībā no konkrētās situācijas specifikas. Ir iespējamās identitātes kopienas, kam var būt vājas saites, un ir iespējamās identitātes kopienas ar spēcīgām saitēm. Saišu stiprums identitāšu kopienās ir atkarīgs no aktivācijas stipruma attiecīgajā identitātes telpā. Būtisks mūsu teorētiskā modeļa aspekts – mēs pieņemam, ka identitāte ir mainīga struktūra, kas sastāv no hierarhiskām asociācijās vai kultūrā balstītām saitēm un mezglpunktiem. Galvenie šīs struktūras (t.i., identitātes telpas) raksturlielumi ir pieslēgšanās, saistījums (*connectivity*) un aktivācijas pakāpe (salīdz. dažādus teorētiskos ietvarus: McConnell, 2011, Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek, & Mellot, 2002, Schnabel & Asendorpf, 2010, Rettberg, 2009). Šajā darbā izmantotais modelis daļēji saskan arī ar cilvēka atmiņas aktivācijas izvērses modeli (*spreading activation model of human memory*, Collins & Loftus, 1975).

Teorētiskais ietvars

Sociālā kapitāla taksonomija

Kvantitatīvajā pētniecībā (pēc Kolemēna (*Coleman*) un Patnema (*Putnam*) darbiem) sociālais kapitāls ietver divus komponentus – *strukturālo* un *kognitīvo* (jeb *relacionālo*), no kuriem pirmais sastāv no indivīda un grupas tīklojumiem. Sociālā iesaiste kopienu pētniecībā visbiežāk tiek lietota kā starpnieks individuāli strukturētam sociālajam kapitālam. Kognitīvais jeb relāciju kapitāls – galvenokārt domāts kā uzticību veidojošs kapitāls – tiek uzskatīts par nozīmīgu sociālā kapitāla apakškopu. Definīcija ‘kognitīvais sociālais kapitāls’ Patnema lietojumā ir saistīta ar uzticības kapitālu, iespējams, tāpēc, ka tam ir netverama daba. Citi autori uzticības kapitālu definē kā ‘relāciju’ un ‘kognitīvo kapitālu’ sauc par atsevišķu sociālo aktīvu (proti, kopīgu kultūru, pieredzi, vīziju) (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Šajā darbā tieši uzticības komponents tiek saukta par ‘relācijas kapitālu’, jo šāda definīcija šķiet vispiemērotākā.

Patnema taksonomija, kas sastāv no diviem augstāk minētajiem komponentiem, tiek kritizēta tās vienkāršības dēļ, tāpat arī tāpēc, ka autors neievēro citas iespējamās dimensijas, turklāt pastāv šaubas par tīklu kapitālu kā atsevišķu sociālā kapitāla dimensiju. Šāda kritika, visdrīzākais, ir zināmā mērā pamatota, tomēr gandrīz jebkura kvantitatīvā pētniecība strukturālo un relāciju kapitālu uzskata par nozīmīgu sociālā kapitāla sastāvdaļu, tāpēc arī šajā darbā tiek izmantoti tieši šāda taksonomija.

Domājot par strukturālo un relāciju kapitāla jēdzieniem identitātes telpā, *saišu* un *tiltu* veidošanas (*bonding/bridging*) dihotomija piedāvā noderīgu rāmējumu. Var secināt, ka spēcīgākas un intensīvākas saites raksturo relāciju kapitālu, kam nepieciešami stipri un emocionāli komponenti, kas balstās uz kultūras līdžībām, tradīcijām un nerakstītiem likumiem. Turpretim vājākas – bet ieguvumu ziņā ‘eklektiskākas’ – saites raksturo strukturālo kapitālu, kas ir proaktīvāks, tam piemīt gadījuma raksturs un tiltošanas procesi. Tāpat mēs pieņemam, ka attālums identitātes telpā rada konkrētas indivīda identitātes formas: ģeogrāfiskas, profesionālas un etnokulturālas, uz kurām uzsvars likts šajā darbā, protams, arī neizslēdzot citus iespējamās veidos, kādos attālums ietekmē identitātes rašanās procesu.

Identitātes definīcija un taksonomija

Identitātes rašanās procesus jāskata vismaz trijos dažādos līmeņos – (a) personas (primārās piederības sajūtas rašanās), (b) kopienas (piederība dažāda veida un lieluma sociālām kopienām),

(c) makrokopienas (piederība liela izmēra sociālām kopienām, piemēram, nacionālās identitātes kopienām) (vairāk par šo un radniecīgiem nošķirumiem salīdz.: Abdelal, Herrera, Johnston, & McDermott, 2009). Kopumā subjektīvais nozīmīgums palielinās secībā no (c) līdz (a), bet samazinās pretējā virzienā. Tāpat pazīmes, kas piemīt (c) līmenim, ir retāk sastopamas un drīzāk marginālas (a) līmenī. Šī darba ietvaros sociālā kapitāla koncepts ir lietots, lai pētītu attiecības starp sociāliem aktīviem individuālā un kopienas identitātē, tādējādi mēģinot pārvarēt plaisu starp dažādiem identitātes līmeņiem. Tāpat jāpiemin, ka augstāk minēto trīs līmeņu identitātes struktūra atbilst Džeimsa E. Kotē (*J. E. Côté*) rāmējumam, atklājot attiecības starp (1) personību (tai skaitā, piemēram, arī *ego*), (2) interakcijas struktūrām (raksturojot ikdienas kontaktus tādās institūcijās kā ģimene un skola) un (3) sociālās struktūras (ieskaitot politiskās un ekonomiskās struktūras).

Analizējot sociālo kapitālu un identitātes telpu, var novērot divu veidu – intrakopienas un ekstrakopienas – identitātes. Pirmajā gadījumā runa ir par ‘slēgtām’ kopienām, kam nav saišu ar citām kopienām. Otrais gadījums (‘atvērtās kopienas’) savukārt raksturo eksplīcītas saites ar citām kopienām. Iespējams arī, ka abu veidu identitātes pastāv vienlaicīgi un mainās (kā atkarīgais mainīgais) atkarībā no situācijas. Kopumā var secināt, ka eksistēšana identitātes telpā var radīt dažāda veida spriedzi: (a) starp intra un ekstraidentitātēm un (b) starp pasīvu identitātes struktūras pieņemšanu (raksturo patērniecības/korporatīvo sabiedrību) un aktīvu adaptēšanos (indivīda aktīvu iesaistīšanos sociālo struktūru veidošanā) (cp. Côté, 1997).

Metodes un dati

Aplūkojamā tēma ir saistīta ar grūtībām empīriskajā analizē, it īpaši attiecībā uz tādiem nozīmīgiem faktoriem kā konteksts, kas sastāv no latentiem konceptiem, un subjektīvo uztveri, veidojot saiknes starp tiem. Tas norāda uz grūtībām mainīgo mērīšanā un cēloņu-secu dinamikas izpratnē. Tāpēc par vispiemērotāko datu analīzei šajā rakstā pieņemta metodoloģija, kas balstās uz strukturālu vienādojumu modelēšanu. Tā ir plaši izmantota statistiska pieeja, kas apvieno psihometriskas un ekonometriskas tehnikas, kas palīdz latentu mainīgo identifikācijā un sarežģītas cēloņu-secu dinamikas noteikšanā (Joreskog & Sorbom, 1979). Strukturālā analīze sastāv no mērījuma daļas, kas balstīta uz faktoru analīzi (aizgūta no psihometrijas pētniecības) ar iespēju apgūt aplēptus, latentus konceptus no novērotajiem mainīgajiem, un strukturālās daļas, kas balstīta ekonomotrijā, kas nepieciešama latentu mainīgo cēloņu-secu dinamikas pētniecībā. Tā kā mainīgie pamatā nav metriski, mērījumiem tiek lietotas piemērotākas *ad hoc* tehnikas, piemēram, Bajesa aprēķini, lai veidotu strukturālus modeļus.

Analīze tiek veikta mikrolīmenī lielā novērojumu skaitā (1000 indivīdi), ko 2010. gada decembrī Latvijas Republikas teritorijā veica SKDS Pētījumu centrs.

Empīriskā analīze

Analīzes mērķis ir to attiecību pētniecība, kas eksistē starp sociālo kapitālu un identitāti. Tiek izvirzīta hipotēze, ka sociālais kapitāls paredz un veido identitāti kopienas līmenī. Šajā kontekstā, kā jau minēts iepriekš, sociālais kapitāls tiek skaitīts saskaņā ar Patnema taksonomiju (1993):

- strukturālais sociālais kapitāls: tīklošanās, iesaistīšanās;
- relāciju (kognitīvais) sociālais kapitāls: uzticība.

Identitātes efekts augstāk minētajos komponentos tiek pētīts, izmantojot tālāk uzskaitītās analīzes formas.

Faktoru analīze

Analīzei pakļautas trīs mainīgo apakškopas:

- mainīgie, kas izsaka sociālo iesaisti;
- mainīgie, kas izsaka uzticību un pārliecību attiecībā pret cilvēkiem un dažādiem personiskās dzīves aspektiem;
- mainīgie, kas izsaka kopienas piederību un identitāti.

Ar faktoru analīzes palīdzību tika identificēti būtiski latentie mainīgie (saistīti ar sociālo kapitālu un identitāti):

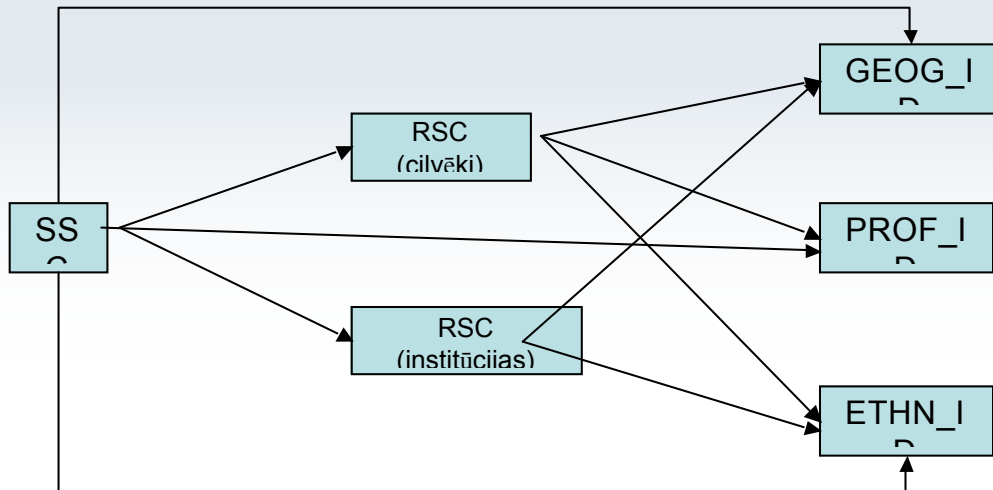
- strukturāla sociālā kapitāla sastāvdaļa, ko kopumā var saukt par mēru, kādā sociāli politiskā iesaiste tiek saistīta ar kopienas un pilsētas dzīvi (SSC);
- divi relāciju sociālā kapitāla komponenti:
 - o uzticība cilvēkiem respondenta ikdienas dzīvē (RSC-1);
 - o uzticība institūcijām (RSC-2).
- Trīs indivīda līmeņa identitātes formas:
 - o uz ģeogrāfisku attālumu balstītā (GEOG_ID);
 - o uz kopīgām interesēm balstītā (PROF_ID);
 - o uz etnokulturālo kopību balstītā (ETHN_ID).

Strukturālā analīze

Hipotētiski tiek izvirzītas šādas struktūras:

- *1. Hipotēze.* Sociālā iesaiste pozitīvi iespaido uzticību (a) cilvēkiem (b) un institūcijām. Pētījumos, kas balstīti uz sociālā kapitāla organizāciju un reģionu studijām, šāds pieņēmums ir bieži izplatīts un izturējies vairākas empīriskas pārbaudes (piemēram, Tsai and Ghoshal, 1998).
- *2. Hipotēze.* Uzticība apkārtējiem cilvēkiem pozitīvi ietekmē attieksmi pret identitāti, kuras pamatā ir (a) ģeogrāfiskais, (b) profesionālais vai izglītības un (c) entokulturālais tuvums. Tā kā šīs uzticības emocionālais raksturs ir tik 'konkrēts', atbilstoši var pieņemt tā pozitīvo efektu uz visām tuvuma dimensijām.
- *3. Hipotēze.* Uzticība institūcijām pozitīvi ietekmē attieksmes, kuru pamatā ir (a) ģeogrāfiskais, (b) profesionālais vai izglītības un (c) entokulturālais tuvums. Uzticību institūcijām hipotētiski raksturo emocionālāks komponents, tāpēc atbilstoši šķiet pieņemt šīs uzticības kategorijas pozitīvo efektu uz vairāk 'konceptuālām' tuvuma formām.
- *4. Hipotēze.* Sociālā iesaiste pozitīvi ietekmē visas identitātes formas (a, b, c). Dažādi autori šo aspektu vērtē neviennozīmīgi un ne vienmēr atbilstoši šai hipotēzei. Kotē (1997) nesaskata nekādu ietekmi, ko tīkla kapitāls (*network capital*) varētu atstāt uz individuālo identitāti. Tomēr Maikls Vuloks un Dīpa Narajans (Woolock & Narayan, 2000) un Alehandro Portess (Portes, 1998) hipotētiski pieņem neatkarīgu strukturālā kapitāla lomu identitātes veidošanā.

Tiek pieņemtas divas shēmas, ar kurām saskaņā strukturālais kapitāls var ietekmēt identitāti: tiešā un netiešā, kas ir relāciju kapitāla pastarpināta.



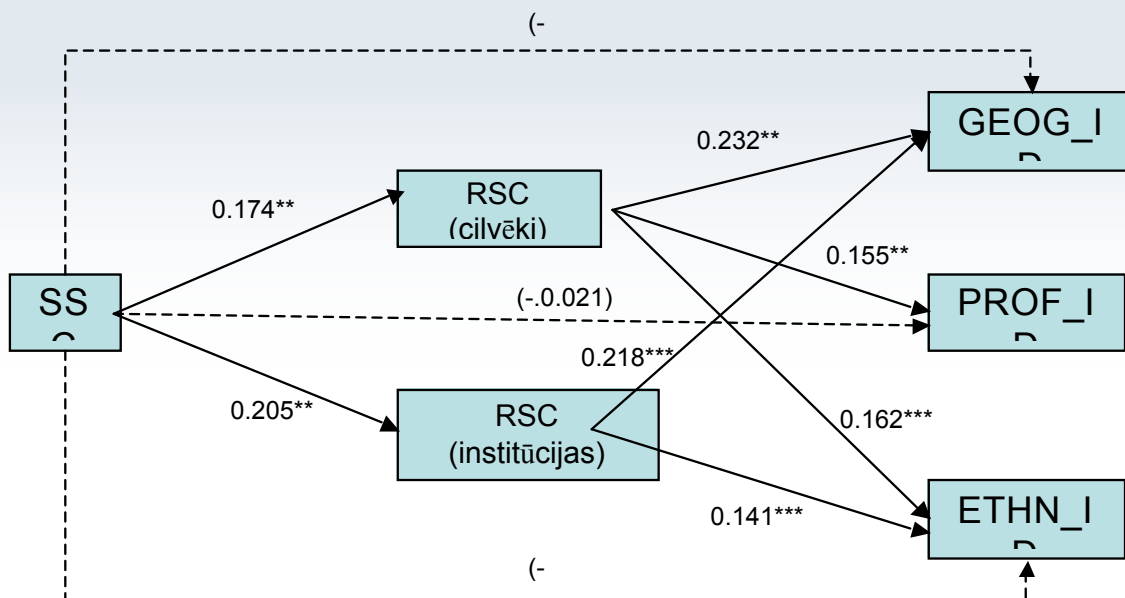
1. att. Teorētiskais modelis (hipotēze).

Izlase veidoja 445 novērojumus (saskaņā ar kritēriju ierobežojumiem). Mainīgo ordinālās (nemetriskās) dabas dēļ izmantots Bajesa aprēķins. Rezultāti parāda nozīmīgus efektus (99% ticamības līmenī) uz:

- sociālo iesaisti abās uzticības dimensijās (Hip. 1 a,b);
- uzticību pret apkārtējiem cilvēkiem visās trīs identitātes dimensijās (Hip. 2 a,b,c);
- uzticību pret institūcijām ģeogrāfiskās un etnokulturālās identitātes gadījumā (Hip. 3 a,b,c).

Tādējādi hipotēze var tikt pieņemta.

Hip. 4 (a, b, c) tiek atmesta, jo novērotie efekti ir pārāk vāji un nenozīmīgi.



2. att. Rezultāti.

- Nepārtrauktās līnijas: nozīmīgi un ievērojami efekti
- Pārtrauktās līnijas: nenozīmīgi un neievērojami efekti
- ***: ievērojami pie 99% ticamības līmeņa (kļūdas varbūtība < 0.01)
- **: ievērojami pie 95% ticamības līmeņa (kļūdas varbūtība < 0.05)

Noslēgums un komentāri

Teorētiskais modelis tika veidots, lai izpētītu divu iespējamo shēmu atbilstību strukturālā sociālā kapitāla ietekmei uz identitātes rašanās procesu: tiešs efekts un netiešs efekts, kas ir relāciju (uzticības) kapitāla pastarpināts. Strukturālās analīzes rezultāti liecina par labu otrajai shēmai. Turklāt strukturālajam kapitālam nav atklāti nekādi tieši efekti uz identitātes rašanos, taču nozīmīgi ir netiešie efekti, kas ir relāciju-kognitīvā sociālā kapitāla pastarpināti. Šie rezultāti apstiprina dažus empīriskus pētījumus organizāciju zinātnē (Tsai & Ghoshal, 1998) un ierosina, ka sociālajam kapitālam jāietver saišu veidošanās dimensija, lai tas ietekmētu identitāti. Tas atspoguļojas arī Džona M. Levina un Roba Krosa (Levin & Cross, 2004) pētījumos, kuros sociālajam kapitālam piedēvēta ietekme uz zināšanu koplietošanas procesiem (*knowledge sharing processes*), pieņemot, ka tā ir uzticības sastāvdaļa.

Turklāt var secināt, ka uzticībai gan indivīdiem, gan institūcijām ir tiešs efekts uz tradicionāliem uzskatiem par kopienas identitāti (ģeogrāfisko un etnokulturālo), kamēr izglītības un profesionālo identitāti ietekmē tikai ar indivīda līmeni saistītā uzticība. Tas norāda, ka emocionālākas sociālā kapitāla formas nozīmīgāk ietekmē identitātes tiltošanās (*bridging*) efektus.

Jāņem vērā, ka atklātie pozitīvie efekti – lai arī nozīmīgi 99% līmenī – nav īpaši spēcīgi (ar izņēmumiem hipotēzēs 2a un 3a). Tāpēc sociālā iesaiste neparādās kā relāciju kapitāla spēcīgs paredzošs un ietekmējošs lielums un relāciju kapitāls neparādās kā spēcīgs identitāti paredzošs un ietekmējošs lielums.

Turklāt neviena statistiskā programma neizšķir divus minētos kauzālā efekta virzienus; tāpēc būtisks un tādu pašu adaptāciju piedāvājošs ir alternatīvs ‘inversa’ modelis, kas hipotētiski pieņem identitātes dimensiju pastarpināto efektu uz strukturālo kapitālu caur relāciju kapitālu. Tāpēc šī pētījuma rezultātus jāvērtē izsvērti un ar nepieciešamo teorētisko pamatu.

Tomēr, lai gan jāņem vērā augstāk minētie ierobežojumi, var apgalvot, ka par pamatotiem var tikt uzskatīti šādi pieņēmumi:

- starp relāciju (saišu veidošanas) sociālo kapitālo un identitātes formām (it īpaši identitāti, kas saistās ar ģeogrāfisko tuvumu) pastāv ievērojama korelācija;
- starp strukturālo un relāciju-kognitīvo sociālo kapitālu pastāv ievērojama korelācija;
- starp strukturālo kapitālu un identitātes formām nepastāv tieša, ievērojama korelācija. Šajā darbā aprakstīto analīzi nākotnē var papildināt ar:
- modeļa testēšanu atšķirīgā sociālā kontekstā;
- strukturālās analīzes rezultātu testēšanu attiecībā pret pieejamajiem sociāli-demogrāfiska un sociāli-ekonomiska rakstura kontrolmainīgajiem mainīgajiem (piemēram, vecums, ienākumi, etniskā piederība, dzīvesvieta), lai pārbaudītu rezultātu atkarību un tās specifiku no minētajām dimensijām.

Tomēr šajā rakstā izstrādātais analīzes modelis sniedz nozīmīgu pamatojumu kvantitatīvās analīzes lietojumam identitātes kā atkarīgā mainīgā pētījumos kopumā. Konkrētāk, mūsu pētījuma rezultāti pasvītro relacionālo saišu primāro lomu identitātes telpā un relacionālajā sociālajā kapitālā.

Izmantotā literatūra un avoti

- Abdelal, R. Herrera, Y. M., Johnston, A. I., & McDermott, R. (Eds.). (2009). *Measuring identity: A guide for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Aldridge, S., Halpern, D., & Fitzpatrick, D. (2002). *Social capital: a discussion paper*. London: Performance and Innovation Unit.
- Aydalot, P. (1986). *Milieux innovateurs en Europe*. Paris: GREMI.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood: New York.
- Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). The Spreading-Activation Theory of Semantic Processing *Psychological Review* 82–6, 407–428.
- Cotè, J. E. (1996). Sociological perspectives on identity formation: the culture-identity link and identity capital, *Journal of Adolescence*, 19, 417 – 428.
- Cotè, J. E. (1997). An empirical test of the identity capital model, *Journal of Adolescence*, 20, 577–597.
- Golledge, R. G. (2003). Reflections on recent cognitive behavioral research with an emphasis on research in the United States of America. *Australasian Geographic Studies*, 41(2), 117–130.
- Golledge, R. G., & Spector, A. N. (1978). Comprehending the urban environment: theory and practice. *Geographical Analysis*, Vol. 10, no. 4, 403–426.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, Volume 78, Issue 6, 1360–1380.
- Greenwald, A.G., Banaji, M. R., Rudman, L. A., Farnham, S. D., Nosek, B. A., & Mellot, D. S. (2002). A unified theory of implicit attitude, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review*, 109,1, 3–25.
- Healey, P. (2006). Relational complexity and the imaginative power of strategic spatial planning, *European Planning Studies*, Vol. 14, No. 4, May.
- Jairak, R., & Praneetpolgrang, P. (2010). *Using fuzzy cognitive map based on structural equation modeling for designing optimal control solution for retaining online customers*. NCIT.
- Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1979). *Advances in factor analysis and structural equation models*. New York: University Press of America.
- Kosko, B. (1986). Fuzzy cognitive maps. *International Journal of Man-Machine Studies*, vol. 24, 65 –75.
- Landau, B. & Jackendoff, R. (1993). “What” and “where” in spatial language and spatial cognition. *Behavioral and Brain Sciences*, 16, 217–265.
- Levin, D. Z. & Cross, R. (2004). The Strength of Weak Ties You Can Trust: The Mediating Role of Trust in Effective Knowledge Transfer. *Management Science*, 50(11), 1477–1490.
- Levinson, S. C. (1996). Frames of reference and Molyneux’s question: Cross-linguistic evidence. In P.Bloom, M. Peterson, L. Nadel, & M. Garrett, (Eds.), *Language and space* (pp. 109–169). Cambridge, MA: MIT Press.
- McConnell, A.R. (2011). The multiple self-aspects framework: self-concept representation and its implications. *Personality and Social Psychology Review*, 15(1), 3–27.
- Montello, D. R. (1993). Scale and multiple psychologies of space. In A.U.Frank, & I.Campari (Eds.), *Spatial information theory: A theoretical basis for GIS* (pp. 312–321). Berlin: Springer-Verlag.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rettberg, J. W. (2009). ‘Freshly generated for you, and Barack Obama’: How social media represent your life. *European Journal of Communication*, 24, 451–466.
- Schnabel, K., & Asendorpf, J.B. (2010). The self-concept. New insights from implicit measurement procedures. In B.Gawronski, & B.K.Payne, (Eds.), *Handbook of Implicit Social Cognition: Measurement, Theory, and Applications* (pp. 408–425). New York: The Guilford Press.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy, *The World Bank Research Observer*, 15: 225–249.

¹ Abi autori izsaka pateicību Ievai Bītei par darbu pie teksta atveides latviešu valodā.

² Darba ietvaros jēdzieni ‘grupa’ un ‘kopiiena’ tiek lietoti kā sinonīmi.



**CETURTĀ NODAĻA.
ARHITEKTŪRA, VIDE, KULTŪRA: GADĪJUMA STUDIJAS**

Jānis Krastiņš

Dr. habil. arch., Rīgas Tehniskās universitātes profesors, Latvijas Zinātņu akadēmijas akadēmiķis

LATVIEŠU BIEDRĪBU NAMI UN KULTŪRAS NAMS „ZIEMEĻBLĀZMA”

Rakstā analizēti 19. gadsimtā un 20. gadsimta sākumā celtie latviešu dažādo biedrību nami un to loma tautas pašapziņas, garīgās kultūras līmeņa un nacionālās valsts idejas veicināšanā un nostiprināšanā. Vispirms aplūkoti latviešu organizāciju nami provinces pilsētās un laukos – gan Kurzemē (Jelgavā, Tukumā, Kandavā, Kuldīgā, Talsos, Ventspilī un citur), gan Vidzemē (Alūksnē, Smiltēnē, Raunā, Cēsīs un citur). Šo ēku arhitektūrā atspoguļojas visas tālaika būvmākslas stilistikas spektrs – gan eklektisms, gan jūgendstila dažādie formālie novirzieni.

Visvairāk dažādu nacionālo biedrību izveidojās Rīgā. Daudzas uzcēla arī arhitektoniski nozīmīgus biedrību namus. 1918. gada 17. septembrī Latviešu Amatnieku palīdzības biedrības krājaizdevu kases namā Krišjāņa Barona ielā 3 tika parakstīts protokols par neatkarīgas Latvijas valsts nodibināšanu.

Plašāk raksturots pirmās latviešu biedrības – Rīgas Latviešu biedrības – nams Merķeļa ielā 13 un tā būvvesture. Ar biedrības darbību saistīta arī virkne Latvijas valsts un kultūras vēsturē nozīmīgu notikumu. Pirmā ēka tika uzcelta 1869. gadā (arhitekts Jānis Frīdrihs Baumanis), un 1873. gadā pie tās sākās pirmo Vispārējo latviešu Dziesmu svētku gājieni. Tagadējā ēka celta 1909. gadā pēc arhitektu Eižena Laubes un Ernesta Poles projekta. Īpašu noskaņu ēkai piešķir gleznieciskie panno fasādes vaiņagojumā. Tos veidojis ievērojamais latviešu gleznotājs Janis Rozentāls.

Raksta noslēdzošā daļa veltīta Bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” varenajam namam Rīgā, Vecmīlgrāvī un tam kaimiņos esošajam „Burtnieku namam”, kurā Latvijas kultūras vēsturē nozīmīgus darbus radījuši daudzi latviešu radošās inteliģences dižgari.

Atslēgvārdi: latviešu biedrība, publiskās ēkas, kultūras iestādes.

Nozīmīgs laika posms daudzu tautu, tostarp arī latviešu, konsolidācijā par nāciju bija 19. gadsimta otrā puse un 20. gadsimta sākums. Tas bija nacionālās pašapziņas veidošanās un uzplaukuma laiks, kas iezīmējās ar diviem nacionālās atmodas viļņiem. Otrās nacionālās atmodas tiešs rezultāts bija neatkarīgas nacionālās valsts nodibināšana 1918. gadā.

Pirmo nacionālo atmodu 19. gadsimta vidū iezīmēja tā dēvētā jaunlatviešu kustība. Tās aizsācēji un pazīstamākie ideologi bija tautskolotājs, kultūras darbinieks un tautsaimnieks Krišjānis Valdemārs, literāts un dzejnieks Juris Alunāns un folklorists, rakstnieks un publicists Krišjānis Barons. Liela uzmanība tika veltīta nacionālās ideoloģijas izveidošanai. To mēģināja kavēt gan valdošās krieviskās politiskās, gan vāciskās ekonomiskās varas aprindas, taču kustība vērsās plašumā. Tās mērķu īstenošanai tika dibinātas dažādas latviešu organizācijas un biedrības. Latvijas centrālajā daļā Vidzemē vien jau 1890. gadā bija 710 dažādu biedrību (Rasa, 2008). Daudzas no tām savas darbības izvēršanai spēja uzcelt biedrību namus, kuros rīkoja saviesīgus pasākumus un teātra izrādes, kā arī ierīkoja telpas bibliotēkām, muzejiem un dažādām publiskām aktivitātēm. Biedrību nami kļuva par latviskās domas attīstības un intelektuālo vērtību uzkrāšanas un apmaiņas centriem.

Latviešu biedrību nami provinces pilsētās un laukos

Latvijas provinces pilsētās un laukos biedrību namu būvniecība īpaši plaši izvērās 20. gadsimta sākumā. Tas bija laiks, kurā vispārējais ekonomiskais uzplaukums sakrita arī ar latviešu demogrāfisko sprādzienu, kāds vēsturē vairs nekad nav piedzīvots: nepilna pusotra miliona lielās tautas dabiskais pieaugums apmēram 15 gadu ilgajā periodā pirms Pirmā pasaules kara bija gandrīz 300 000.

Iespaidīgākie latviešu biedrību nami tapa vairākās Latvijas rietumu reģiona Kurzemes pilsētās – Jelgavā, Tukumā, Kandavā, Talsos, Kuldīgā, Ventspilī u.c. Jelgavas Latviešu biedrības (biedrība dibināta 1880. gadā) nams bija celts ap 1889. gadu. 1909. gadā tā vietā tika uzcelts jauns biedrības nams (1. att.), iespējams, pēc arhitekta Paula Epples (*Paul Epple*) projekta. Šī ēka, kas aizgāja bojā Otrā pasaules kara laikā, bija viena no pilsētas arhitektoniskajām rotām. Savam laikam neparasti izteiksmīgās jūgendstila formās veidotajā un salīdzinoši grandiozo izmēru ēkā atradās plaša ieejas halle ar bufetes un garderobes telpām, lielā sarīkojumu zāle ar teātru izrādēm piemērotu skatuvi un nepieciešamajām palīgtelpām, kā arī veikals, telpas krājaizdevu sabiedrībai, mazāka sanāksmju zāle, telpas biedrības pārvaldes vajadzībām, biljarda spēles istaba, bibliotēka ar lasītavu un dažī dzīvokļi.



1. att. Jelgavas Latviešu biedrības nams (nav saglabājies). 1909, P. Epple.

Tukuma Viesīgās biedrības nams (2. att.) celts 1902. gadā un joprojām ir viena no pamanāmākajām un arhitektoniski greznākajām ēkām pilsētā, kaut arī tā arhitektūra neizceļas ar individuālu savdabību. Ēkas fasādes veidotas piesātinātās un vienmērīgā ritmā kārtotās neorenesanses formās, kas bija vispārīzplatītās eklektisma stilā. Nama nosaukumā vārds „viesīgā”, tāpat kā daudzu citu latviešu namu gadījumos, parādījās tāpēc, ka Tukuma Latviešu biedrības statūtus Krievijas cara valdība apstiprināja tikai ar noteikumu, ka tās nosaukumā nedrīkst būt vārds „latviešu”¹. 1905. gadā Tukuma cīņu laikā namā mitinājušies revolucionāri, tāpēc to nodedzināt draudējusi soda ekspedīcija. Namu izdevies paglābt tikai laimīga gadījuma dēļ.



2. att. Tukuma Viesīgās biedrības nams. 1902.



3. att. Kandavas Sadraudzīgās biedrības nams. 1907–1909.

Kandavas Latviešu biedrību sauca par „Sadraudzīgo”. Tā savu namu uzcēla 1907.–1909. gadā, un arī šī celtne, tāpat kā Tukumā un arī citās apdzīvotajās vietās, ir mākslinieciskās izteiksmes ziņā viena no pamanāmākajām šajā gleznainajā mazpilsētiņā (3. att.). Neogotiskie un neorenesanses motīvi ēkas fasādē kārtoti skaidri uztveramā jūgendstila formveides izjūtā. Latviešu „Sadraudzīgās” biedrības nams Talsos (1910–1912, arhitekts Mārtiņš Nukša; 4. att.) un Lauksaimniecības biedrības nams Kuldīgā (1908–1914, arhitekts Aleksandrs Vanags) veidoti atturīgās, vispārināti lietišķās jūgendstila formās. Savukārt Ventspils Latviešu biedrības nama fasāžu (ap 1909, arhitekts, iespējams, E. Bauls) it kā robustajā, it kā naivajā, taču efektīgi piesātinātajā arhitektoniskajā valodā sausti gan jūgendstila vispārējās dekoratīvās izteiksmes, gan nacionālā romantisma motīvi (5. att.). 2010. gadā ēka restaurēta un paplašināta, iekārtojot tajā jaunrades namu, līdz ar to mūsdienās turpinot kādreizējo latviešu biedrību aizsākto tautas izglītošanas un pašapziņas celšanas uzdevumu.



4. att. Talsu Sadraudzīgās biedrības nams. 1910–1912, M. Nukša.



5. att. Ventspils Latviešu biedrības nams. 1909, A. Bauls.



6. att. Raunas Lauksaimniecības biedrības nams. 1907, A. Malvess.

19. gadsimta otrajā pusē un 20. gadsimta sākumā arī pārējās nacionalitātes Latvijā nogrupējās un apvienojās vienas tautības vai sociālā statusa biedrībās. Piemēram, Talsu novada vācieši apvienojās 1905. gadā dibinātajā un visai Kurzemei domātajā organizācijā *Verein der Deutschen in Kurland*, kurai Talsu apriņķī bija trīs nodaļas.²

Vairāki pazīstami latviešu biedrību nami Vidzemē tapuši pēc arhitekta Augusta Malvesa projektiem. Tie ir: Annas lauksaimniecības biedrības nams Alūksnē (1912), Zemkopības biedrības nams Smiltēnē (1909, nav saglabājies), Lauksaimniecības biedrības nams Raunā (1907; 6. att.) un Viesīgās biedrības nams Cēsīs (ap 1910, atjaunots 1921). Visi, izņemot pēdējo, ir tipiski nacionālā romantisma stilistikas piemēri. Šī stilistika bija vispār raksturīga arhitekta radošajam rokrakstam viņa daiļrades agrākajā posmā (viņš beidzis Rīgas Politehnisko institūtu 1906. gadā). Cēsu Viesīgās biedrības nams, tāpat kā Rūjienas Saviesīgās biedrības nams, kas celts neilgi pirms Pirmā pasaules kara pēc arhitekta A. Vanaga projekta, veidots ap 1910. gadu modē nākušajās neoklasicisma formās.

Latviešu organizāciju nami Rīgā

Visvairāk dažādu nacionālo biedrību izveidojās Rīgā. Daudzas uzcēla arī arhitektoniski nozīmīgus biedrību namus.

1872. gadā Rīgas ziemeļu strādnieku rajonā Sarkandaugavā nodibinājās strādnieku savstarpējās palīdzības biedrība „Pavasara biedrība”, kas 1888. gadā pēc arhitekta Konstantīna Pēkšēna projekta uzcēla biedrības namu Tiltā ielā 32 (7. att.). Biedrības īstenoto kultūras un izglītības darbu 19. gadsimta deviņdesmitajos gados caurvija latviskās atmodas otrā posma kustības Jaunās strāvas ideju propaganda.



7. att. „Pavasara biedrības” nams Rīgā, Tiltā ielā 32. 1888, K. Pēkšēns.

1878. gadā tika nodibināta Latviešu Amatnieku palīdzības biedrība. Pie sava nama biedrība tika gan tikai krietni vēlāk: 1901. gadā pēc arhitekta Edmunda fon Trompovska projekta uzcēla ēku pašā pilsētas centrā, Lāčplēša ielā 25 (8. att.). Tāpat kā „Pavasara biedrības” nams, arī tas ir vispār raksturīga eklektisma stila piemērs ar smalkā un vienmērīgā ritmā kārtotām arhitektoniskās apdares detaļām fasādē. Ar šo namu nešķirami saistīts vesels laikmets latviešu kultūras un mākslas vēsturē. „Amatnieku palīdzības biedrībā no laika gala grupējušies Rīgas latviešu mazpilsoņu demokrātiskie elementi; 1905. masu kustības centrs bija Amatnieku palīdzības biedrības nams” (Latviešu konversācijas vārdnīca, 1928, 381).



8. att. Latviešu Amatnieku palīdzības biedrības nams Rīgā, Lāčplēša ielā 25. 1901, E. fon Trompovskis.

Latviešu Amatnieku palīdzības biedrībai diezgan tiešā veidā bija īpaša loma Latvijas valsts vēsturē. 1883. gadā biedrība, tāpat kā daudzas citas līdzīgas biedrības, nodibināja savu krājaizdevu kasi, kuru plašāk pazina vienkārši kā Amatnieku kasi. 1911. gadā pēc arhitekta Jāņa Alkšņa projekta tā uzcēla lepnu namu Krišjāņa Barona ielā 3 (9. att.). Nams veidots neoklasicisma stilistikā, kas tolaik bija visizplatītākā tieši banku ēku arhitektūrā. Šajā ēkā 1918. gada 17. septembrī deviņas politiskās partijas parakstīja protokolu par Latvijas valsts un Tautas padomes nodibināšanu. Nākamajā dienā Nacionālajā teātrī, nolasot šo protokolu, tika proklamēta Latvijas Republika. Viens no jaunās nacionālās valsts dibinātājiem bija ilggadējais Amatnieku kases direktors un vēlākais valsts prezidents Gustavs Zemgals.



9. att. Latviešu Amatnieku krājaizdevu kases nams Rīgā, Krišjāņa Barona ielā 3. 1911, J. Alksnis.

Amatnieku kase nekad netika „aizmirsusi arī tautas kultūras vajadzības” (Latviešu konversācijas vārdnīca, 1928, 381). Tā nodibināja fondu trūcīgu skolēnu pabalstam, bet „Amatnieku skolai, priekšzīmīgas lauksaimniecības ierīkošanai, Sarkanajam Krustam, Derīgu grāmatu nodaļai u. c. kase līdz pasaules karam ziedojuši 52545 zelta rubļus” (Latviešu konversācijas vārdnīca, 1928, 382). Amatnieku kases biedri-rīkotāji aktīvi atbalstīja demokrātisko inteliģenci, latviešu periodikas izdošanu (laikrakstus „Dienas Lapa”, „Jaunais vārds”, „Domas” u. c.) un latviešu teātri. 1908. gadā Jaunais Rīgas latviešu teātris sāka darbību Latviešu Amatnieku palīdzības biedrības namā Lāčplēša ielā 25. Teātris tur atrodas arī tagad.

Latviešu organizācijas bija visos pilsētas rajonos, arī Daugavas kreisajā krastā jeb Pārdaugavā. 1880. gada 3. jūnijā, piemēram, tur³tika nodibināta Torņakalna Latviešu palīdzības biedrība.

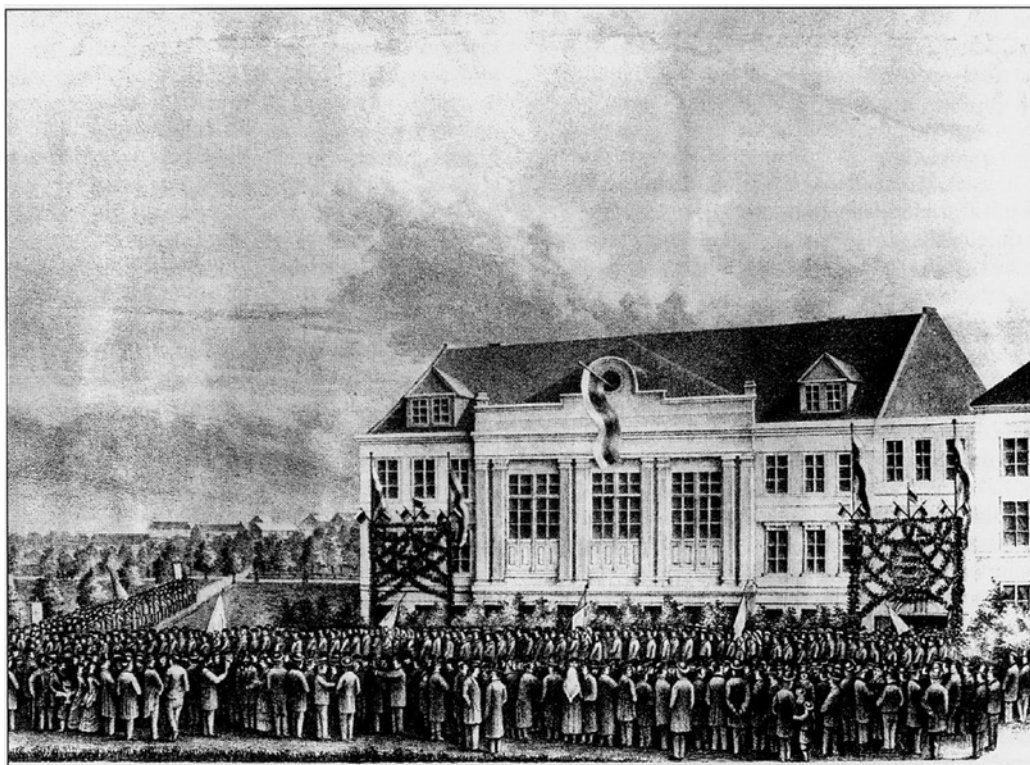
Lai gan tās „mērķis bija sniegt palīdzību slimajiem biedriem, izmaksāt apbedīšanas pabalstus biedra vai kāda viņa ģimenes locekļa nāves gadījumā, gādāt par biedru un viņu bērnu izglītību un rūpēties par lietderīgu brīvā laika pavadīšanu”²⁴, tomēr biedrība kļuva arī par kultūras dzīves organizētāju. 1903. gadā pēc arhitekta Jāņa Alksņa projekta tā uzcēla namu Mazajā Altonavas ielā 6 (10. att.), un jaunā nama zālē notika teātra izrādes, sarīkojumi un dažādi priekšlasījumi. Pats nams bija veidots tā dēvētā ķieģeļu stila formās, kas bija viens no eklektisma formālajiem paveidiem. Tam raksturīgas neapmestu ķieģeļu fasādes ar figurālā mūrī veidotām arhitektoniskās apdares detaļām, lielākoties bagāti artikulētām, sulīgām dzegām.



10. att. Torņakalna Latviešu palīdzības biedrības nams Rīgā, Mazajā Altonavas ielā 6. 1903, J. Alksnis.

Rīgas Latviešu biedrības nams

Pati senākā latviešu biedrība ir Rīgas Latviešu biedrība, kuru, neskatoties uz valdošo aprindu pretestību, izdevās nodibināt 1868. gadā. Jau nākamajā gadā pēc biedrības viena no dibinātājiem un vēlākā priekšnieka (1872–1875), arhitekta Jāņa Fridriha Baumaņa projekta uzcēla biedrības senāko ēku (11. att.), kas atradās visai prominentā vietā – pēc Rīgas cietokšņa vaļņu nojaukšanas ap vecpilsētu izveidotajā bulvāru lokā, tagadējā Merķeļa ielā 13. Ar biedrību saistīta virkne Latvijas valsts un kultūras vēsturē nozīmīgu notikumu. 1873. gada 26. jūnijā, piemēram, no biedrības nama sākās Pirmo vispārējo latviešu Dziesmu svētku gājiens. „Uz svētkiem bija nākuši vidzemnieki un kurzemnieki, bet pēc pabeigtiem svētkiem uz mājām devās tik – latvieši” (Rīgas Latviešu biedrība sešos gadu desmitos: 1869–1928, 1928). Rīgas Latviešu biedrības Zinību komisija bija iedīgļis vēlākajai Latvijas Zinātņu akadēmijai, bet Derīgu grāmatu nodaļa – Latvijas Nacionālajai bibliotēkai. Jau 1868. gadā biedrībā sāka darboties latviešu teātris, uz kā bāzes 1919. gadā izveidojās Nacionālais teātris.



11. att. Rīgas Latviešu biedrības nams Merķeļa ielā 13 (nav saglabājies). 1869. J. F. Baumanis.

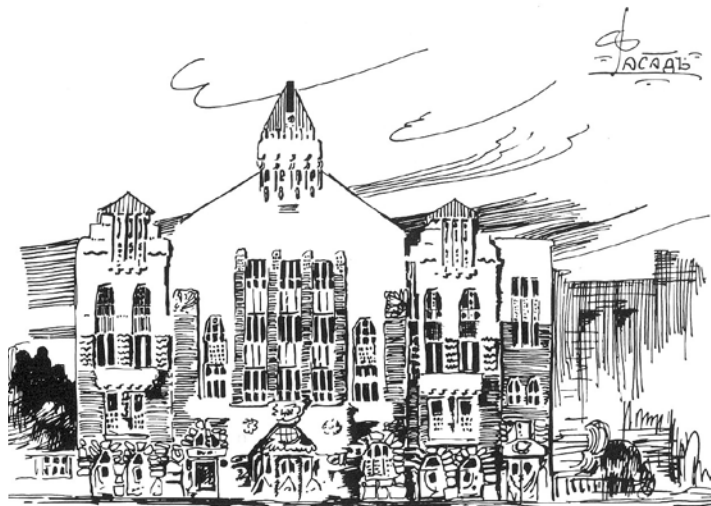


12. att. Rīgas Latviešu biedrības nams pēc pārbūvēm 20. gs. sākumā (nodedzis 1908. gadā).

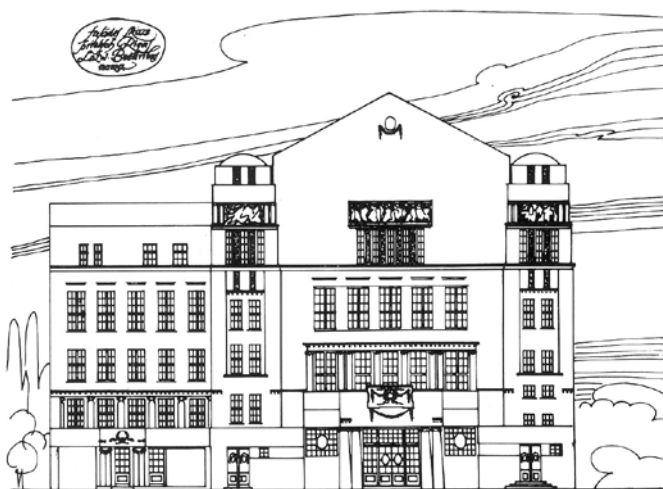
Pirmais Rīgas Latviešu biedrības nams bija samērā vienkārša ķieģeļu būve ar plašu skatītāju zāli vairāk nekā 1000 vietām, skatuvi un vairākām palīgtelpām. 19. gadsimta nogalē līdz ar vispārējo ekonomisko uzplaukumu pieauga arī Rīgas Latviešu biedrības rocība, un nama arhitektoniskajā apdarē un telpiskajā izveidojumā tika izdarīti vairāki uzlabojumi. Tos veica pēc arhitekta Konstantīna Pēkšēna projektiem un viņa vadībā. 1892.–1893. gadā nama kailo ķieģeļu fasādi apmetā un izveidoja samērā greznu apdari ar starpdzegām, pilastriem, balustrādi virs galvenās dzegas un citām arhitektoniskajām detaļām renesanses formās. 1897. gadā ēkai piebūvēja monumentālas ārējās kāpnis, kas veda tieši uz skatītāju zāli otrajā stāvā (12. att.). Ēku aprīkoja arī ar firmas *Siemens & Halske* piegādāto elektriskās apgaismošanas sistēmu.

1908. gada jūnijā J. F. Baumaņa un K. Pēkšēna radīto celtni piemeklēja smaga ugunsnelaime. Pēc tās vajadzēja nekavējoties nojaukt ielas fasādes sienu, kas draudēja sagāzties. Tūlīt pat Latviešu biedrība ķērās pie nama atjaunošanas, to paredzot arī ievērojami paplašināt. Projektu izstrādāja tolaik jaunais arhitekts Eižens Laube kopā ar arhitektu Ernestu Poli, jaunbūvē paredzot integrēt arī daļu no nodegušās ēkas sienām. Projektu apstiprināja Vidzemes guberņas valdes būvnodealā 1908. gada 18. oktobrī. Nama fasāde bija iecerēta tipiskās nacionālā romantisma formās (13. att.). Nacionālais romantisms, ar kuru latviešu arhitekti lūkoja radīt savu nacionālo būvmākslu, bija tolaik visai populārs jūgendstila novirziens, un E. Laube bija viens no tā idejiskajiem veicinātājiem. Tāpēc šis stilistikas izvēle, turklāt ņemot vērā konkrētās ēkas funkciju, šķita visai loģiska, tomēr, kā katrai jaunai parādībai, arī tai bija savi pretinieki, un tādi atradās arī Latviešu biedrībā. Drīz vien arī izrādījās, ka faktiski visas nodegušās ēkas konstrukcijas ir zaudējušas nestspēju, un tāpēc celtnē jābūvē pilnīgi no jauna. Tāpēc tika izstrādāts jauns projekts, kura autors līdz ar E. Laubi bija arhitekts Ernests Pole (14. un 15. att.).

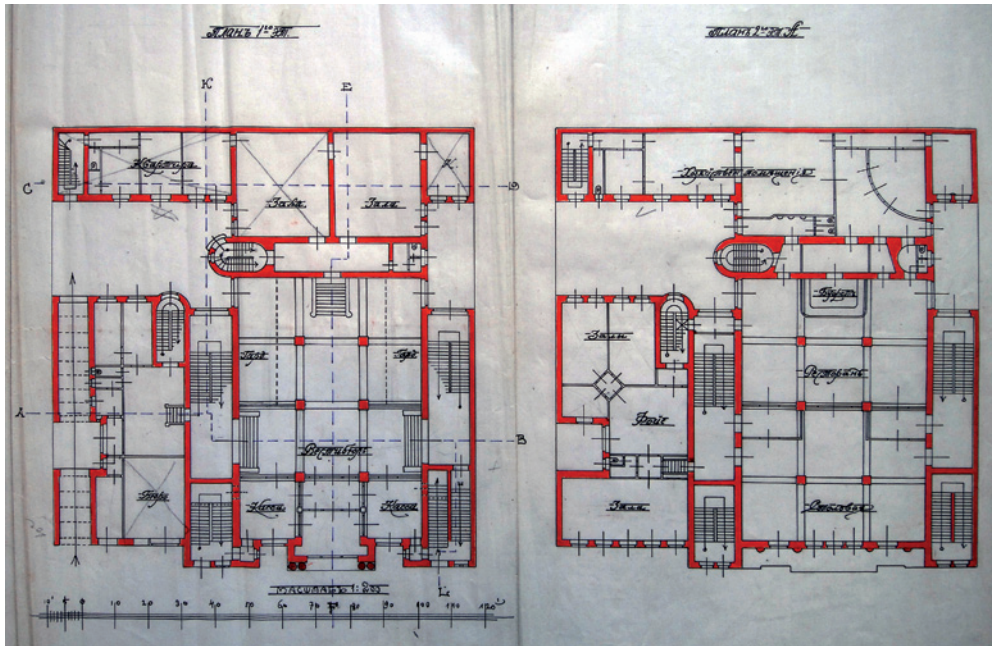
Jaunais projekts tika apstiprināts 1909. gada 12. aprīlī. Namu pēc šī projekta uzcēla neparasti īsā laikā, un jau 1909. gada 18. decembrī tas tika iesvētīts. Jaunā nama fasāde atspoguļoja tolaik pilnīgi jaunu mākslinieciski stilistisko ievirzi – neoklasicismu, kas izplatījās visas Eiropas būvmākslā ap 1910. gadu un bija sava veida reakcija pret jūgendstila celtnēs dažkārt sastopamo pārmērīgo dekoratīvismu. Klasisko formu valoda ēku mākslinieciskajam veidolam piešķīra cienīgumu, reprezentablumu un monumentālu izteiksmi.



13. att. Rīgas Latviešu biedrības nama fasādes zīmējums. 1908, E. Laube.



14. att. Rīgas Latviešu biedrības nama projekta fasādes zīmējums. 1909, E. Laube un E. Pole.



15. att. Rīgas Latviešu biedrības nama projekta plāni. 1909, E. Laube un E. Pole.

Ēkas fasādes kompozīcijā sintezēti gan klasisko formu, gan racionālistiska jūgendstila elementi. Uz gludi apmestās sienas virsmas izceļas no pulēta granīta izgatavotās ieejas portika kolonnas ar joniskiem kapiteļiem un klasisks festons zelmiņi, bet fasādes augšdaļu rotā virkne sarežģītā krāsaina cementa un akmens mozaīkas tehnikā veidotu glezniecisku panno. Kaparā tērptie kupoli, kas vainago rizalītus, zināmā mērā asociējas ar plaši pazīstama Eiropas jūgendstila pieminekļa – Vīnes *Secession* izstāžu nama – arhitektūras motīviem.

Īstenotā ēkas fasāde (16. att.) diezgan precīzi atbilst projekta zīmējumam, kurā nav parādīta, iespējams, ar apzinātu nolūku, tikai viena īstenotā detaļa – balkona margu raksts. Balkona vidējo daļu tieši virs ieejas portika norobežo ciešs parapets, bet abās pusēs tam ir ažūras margas ar krustveida zīmējumu, kas nepārprotami atgādina britu karogu. Tā nav nejaušība, jo Rīgas Latviešu biedrības politiskā orientācija Anglijas virzienā bija diezgan labi jūtama. Tā uzsvēta arī biedrības idejisko nostādņu galvenā veidotāja, advokāta, politiskā darbinieka un žurnālista Fridriha Veinberga darbos. Jau 1884. gadā viņš rakstīja: „Kad lūkojam, kurā zemē sadzīves attīstība gājusi vislabāk un kārtīgāk uz priekšu un kur visa valsts būšana stāv uz visstiprākajiem, nesatrici-



16. att. Rīgas Latviešu biedrības nams Merķeļa ielā 13. 1909, E. Laube un E. Pole.

nāmākajiem pamatiem, tad atrodam tādu zemi – Angliju” (Veinbergs, 1884). Arī vēlāk Veinbergs uzsvēra, ka tieši Anglija ir zeme, no kuras jānācās parlamentārisms.

Īpašu noskaņu ēkai piešķir gleznieciskie panno fasādes vaiņagojumā. To autors un izpildītājs ir latviešu glezniecības dižmeistars Janis Rozentāls. Centrālajā kompozīcijā attēloti alegoriski tēli no senu teiksmu pasaules – Pērkons, Potrimps un Pīkols (17. att.). Tie simbolizē spēku. Panno „Saules sveiciens” (18. att.) uz kreisās un „Pie avota” (19. att.) uz labās puses rizalīta simbolizē skaistumu un gudrību – kultūras mērķus. Rizalītu sānos attēloti līdzekļi šo mērķu sasniegšanai. Tās ir kompozīcijas „Māksla”, „Zinātne”, „Zemkopība” un „Rūpniecība”.



17. att. Centrālais panno Rīgas Latviešu biedrības nama fasādē. J. Rozentāls.



18. att. Panno „Saules sveiciens” Rīgas Latviešu biedrības nama fasādē. J. Rozentāls.



19. att. Panno „Pie avota” Rīgas Latviešu biedrības nama fasādē. J. Rozentāls.

Daudz pazīstamu Rīgas mākslinieku un amata meistarų piedalījušies iekštelpu apdarē. Skulpturālie veidojumi uz telpu gries-tiem un sienām ir būv-tēlnieku F. Vlasaka (*Ferdinand Vlassak*) un M. Lotces (*M. Lotze*) darbi, bet vitrāžas kāpņu telpu un lielās zāles logos izveidojis Pēteris Krimuldēns (20. att.). Lielajā zālē (22. att.) ir vietas 670, bet balkonā – vēl 260 skatītājiem. Skatuve ir piemērota teātra izrādēm. Ēkā atradās arī plašs vestibils (22. att.), restorāns, divas mazākas sanāksmju zāles, bibliotēka, biroju telpas un virkne palīgtelpu.

1934. gadā nojauca blakus esošo veco, privātskolas vajadzībām pielaiikoto dzīvojamu ēku, un tās vietā pēc E. Laubes projekta uzcēla Latviešu biedrības nama paplašinājumu, ko iesvētīja 1938. gadā. Ēkas jaunajā daļā bija vēl vesela virkne zāļu un kabinetu. Krievu okupācijas gados šeit, tāpat kā daudzās citās latviešu biedrību ēkās, iemitinājās Padomju armijas virsnieki. Daļa mēbeļu tika izvazātas, un šajā laikā zudis arī šis tas no telpu apdares un aprīkojuma. Taču sarkanzvaigžņoto „atbrīvotāju” saimniekošanas pusgadsimtā, paldies Dievam, nams cietis mazāk, nekā to varēja sagaidīt.



20. att. Rīgas Latviešu biedrības nama kāpņu telpa.



21. att. Rīgas Latviešu biedrības nama Lielā zāle.



22. att. Rīgas Latviešu biedrības nama vestibils.

1992. gadā atjaunotā Rīgas Latviešu biedrība atguva namu. 1995. gadā restaurētas paplašinājuma daļā izvietotās restorāna telpas, bet 1999. un 2000. gadā, gatavojoties Eiropas attīstības un rekonstrukcijas bankas sanāksmei, kas notika šajā ēkā, tika veikti plašāki remonta un restaurācijas darbi. Tad arī tika likvidēti padomju laika telpu apdares uzslāņojumi, galvenokārt bezgaumīgi spīdīgās zeltījuma imitācijas. Restaurācija tika veikta atbilstoši ēkas arhitekta E. Laubes sludinātajam principam, ka greznajam un spožajam jābūt ar patiesu vērtību, tāpēc publiskās ēkās zelta krāsā drīkst būt vienīgi misiņš un zelts. Neīsts spožums nav savienojams ar latvisko mentalitāti un dzīvesveidu.

Kultūras nams „Ziemeļblāzma”

Liela nozīme latviešu garīgās kultūras attīstības veicināšanā 20. gadsimta sākumā bija ievērojamā sabiedriskā darbinieka, rūpnieka un filantropa Augusta Dombrovskā (1878–1937) lolojumam – bezalkohola biedrībai „Ziemeļblāzma” un tās namam, kas atrodas Rīgas pašos ziemeļos, Vecmīlgrāvī, Ziemeļblāzmas ielā 36. Biedrības un tās nosaukuma ideja precīzi ietverta paša A. Dombrovskā sacerētajās dzejas rindās:

„Kad Ziemeļblāzma rīkojas
Tad vēji, vētras nostājas,
Vairs dvēseles vējā negaudo,
Bet gaismas staros spīguļo” (Grāpis, 2006).

Vispirms A. Dombrovskim izdevās iegādāties vairākus zemesgabalus, kuros ierīkoja parku, un tad, 1903. gada 11. aprīlī, uzsākt biedrības ēkas būvi. 1904. gada 15. augustā (pēc vecā stila) ēka (23. att.) tika svinīgi atklāta. Tajā sāka darboties bibliotēka un teātris, taču 1905. gada 16. janvārī, baidoties no strādnieku nemieriem, policija teātra izrādes aizliedza. Attīstoties 1905. gada tā sauktajai revolūcijai, Latvijā sāka sirot Krievijas cara valdības sūtītās soda ekspedīcijas, un 1906. gada 21. janvārī viena no ekspedīcijas nodaļām nodedzināja „Ziemeļblāzmas” namu. Pats A. Dombrovskis tika brīnumainā veidā izglābts no nošaušanas, taču tas nesalauza viņa garu un gribu.



23. att. Bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” nams. 1903–1904 (nodedzināts 1906).

1907. gadā tika atjaunota „Ziemeļblāzmas” biedrības darbība, netālu no bijušā biedrības nama uzcelts „Burtnieku” nams (Ziemeļblāzmas ielā 38; 24. att.), kas bija domāts radošās inteliģences piesaistīšanai gan biedrībai, gan Vecmīlgrāvim kopumā, un uzsākta biedrības pagaidu nama būvniecība. Kā oficiālo projekta autoru A. Dombrovskis uzaicināja tēlnieku Gustavu Šķilteru, taču pieņemts uzskatīt, ka šīs ēkas tapušas pēc paša A. Dombrovskā metiem. To zināmā mērā

apstiprina ievērojamā latviešu komponista Jāzepa Vītola atmiņas. Viņš aprakstījis kādu augusta pievakari, kurā tēlnieks viņu aicinājis apmeklēt Vecmīlgrāvi, kur A. Dombrovskis taisoties nospraust vietu bezalkohola biedrības pagaidu ēkai. Iespraudis zemē mietiņus, A. Dombrovskis esot norādījis, ka tur jau rīt sāks celt ēku. J. Vītols savās atmiņās piebilst: „Arhitekta viņam nevajadzēja; viņš pats bija sava meta zīmētājs, materiālu šķīrotājs, mūrnieka un galdnieka virsvadis” (Vītols, 1988). Ēku, ko dēvēja par paviljonu, uzcēla trīs mēnešos, un 1907. gada 14. oktobrī tajā notika pirmais sarīkojums. Ēkā atkal darbojās bibliotēka un notika teātra izrādes un kora koncerti. Savukārt „Burtnieku namā” uzturējās un savus gara diždarbus radīja vesela plejāde latviešu radošās inteliģences, tostarp rakstnieki Jānis Jaunsudrabiņš, Kārlis Skalbe un Jānis Poruks, tēlnieki Gustavs Šķilters un Teodors Zaļkalns, folklorists Krišjānis Barons u.c. Biežu viesu vidū bija komponisti Emīlis Melngailis un Jāzeps Vītols, gleznotājs Janis Rozentāls un daudzi citi izcili mākslinieki. „Ziemeļblāzma” kļuva par nacionālu kultūras centru.



24. att. „Burtnieku” nams Rīgā, Ziemeļblāzmas ielā 38. 1907.

Nobrieda nepieciešamība pēc jaunas ēkas, un, pateicoties A. Dombrovskā rūpniecības uzņēmumu saimnieciskajai veiksmi, viņš arī varēja īstenot tās tapšanu. Jauno ēku sāka celt 1910. gada 10. martā un atklāja 1913. gada 1. septembrī. Tā bija grandioza dzelzsbetona būve. J. Vītols norādīja: „Šo Balto māju Dombrovskis cēla tikai un vienīgi no akmeņa un dzelzs: lai nekāda sodu ekspedīcija to turpmāk vairs nodedzināt nespētu” (Vītols, 1988).

Nereti par Balto pili dēvētā ēka ir īsts jūgendstila arhitektūras meistardarbs ar uzsvērti vertikālu fasāžu māksliniecisko kompozīciju (25. att.). Šī stilistika, tā saucamais stateniskais jūgendstils, bija visai izplatīta Rīgas ires namu arhitektūrā, taču „Ziemeļblāzmas” nams fascinē ar īpaši elegantu būvmasu kārtojumu un gleznaini dinamisku fasāžu ailojumu. Spēcīga mākslinieciskā izteiksmība panākta bez jebkādam ornamentāli dekoratīvām detaļām. Arī iekštelpu dekoratīvā apdare bija ārkārtīgi skopa (26. att). 20. gadsimta piecdesmitajos gados sarīkojumu zāle ēkas cokolstāvā ieguvusi tipisku „sociālistiskā reālisma” stila apdari (28. att.), bet astoņdesmitajos gados vestibulu un kāpņu telpu sienas un griesti – ar jūgendstila ornamentiku asociatīvus deko-

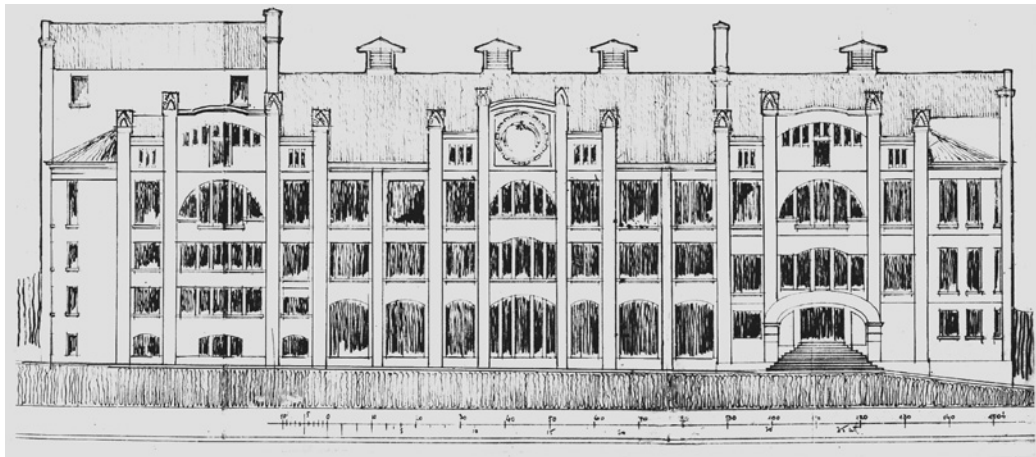
ratīvos gleznojumus (29. att.), kurus izpildījis mākslinieks-interjerists Viesturs Vilks. Tādējādi ēkas arhitektoniskajā apdarē mijkārtoti dažādu periodu kultūras uzslāņojumi, kas mūsdienū skatījumā bagātina tās kultūrvēsturisko nozīmību.



25. att. Bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” nams Rīgā, Ziemeļblāzmas ielā 36. 1910–1913. 20. gs. sākuma fotogrāfija.



26. att. Bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” nama lielā zāle.



27. att. Bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” nama projekta fasādes zīmējums. 1910.



28. att. Sarīkojumu zāle bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” namā.



29. att. Kāpņu telpa bezalkohola biedrības „Ziemeļblāzma” namā.

Dažos avotos ir norādīts, ka arī jaunā nama, tāpat kā pagaidu paviljona arhitekts ir Gustavs Šķilters⁵. Plaši izplatīta ir versija, ka nama skices sagatavojis pats A. Dombrovskis, piepalīdzot kādiem inženieriem⁶, taču viena no fasādes skicēm, kas saglabājusies Rīgas Pilsētas būvvaldes arhīvā, diezgan nepārprotami ir zīmēta ar pieredzējuša arhitekta roku (27. att.). Tā gan nav parakstīta, tāpēc arī nama autors nav dokumentāri pierādāms.

Augusta Dombrovska lolojums bija ne tikai „Burtnieku” un pašas biedrības nams, bet arī visa plašā parka labiekārtojums un progmnāzijas jeb Zaļās skolas ēka. Tā tika uzcelta jau 1900. gadā, sākotnēji kā bērnu dārzs. Sava mūža nogali šajā ēkā pavadīja arī A. Dombrovskis, bet uz mūžīgiem laikiem viņš atdusas „Ziemeļblāzmas” parkā. 2006. gadā Zaļās skolas ēka diemžēl pilnīgi nodega.

1989. gadā ir atjaunota „Ziemeļblāzmas” bezalkohola biedrība. Nams piedāvā brīvā laika pavadīšanas iespējas gan bērniem, gan pieaugušajiem, organizējot deju, mūzikas, valodu un sporta nodarbības. Namā darbojas bibliotēka, bet „Burtnieku” namā – mūzikas skola. 2007. gadā atjaunots Gustava Šķiltera radītais pieminekļis „Ziemeļblāzmas” parkā un sākti arī citi apkārtnes labiekārtojuma atjaunošanas darbi. Jāsakārto parks, kurš simtgadīgie koki jau sen pārauguši. Arhitekta Jura Skalberga vadībā izstrādāts projekts „Ziemeļblāzmas” nama un parka atjaunošanai un pārveidošanai atbilstoši mūsdienu prasībām.

Teātri, muzeji, skolas, tautas nami un citas ar izglītību un mākslu saistīto funkciju ēkas vienmēr ir bijušas nācijas garīgās kultūras spoguļi. To uzturēšana un nodošana nākamajām paaudzēm ir nācijas izdzīvošanas jautājums. Ir pamatotas cerības, ka pēc padomju okupācijas gadu panīkuma arī kultūras nams „Ziemeļblāzma” atgūs nacionāla mēroga kultūras centra nozīmi.

Izmantotā literatūra un avoti

- Amatnieku palīdzības biedrība, Rīgas latviešu. Latviešu konversācijas vārdnīca : 1. sēj. [A. Švābe, A. Būmanis, K. Dišlers, galv. red.]. Rīga: A. Gulbja apgādība, 1927–1928. 381.–382. lpp. B. a. (1928). *Rīgas Latviešu biedrība sešos gadu desmitos: 1869–1928*. Rīga: b.i. 95. lpp.
- Bijušais Tukuma Viesīgās biedrības nams [tiešsaiste]. *Tukuma tūrisms*. Sk. 13.06.2010. http://www.turisms.tukums.lv/index/vietas/apskates/tukums_825/bijusais
- Grāpis, A. (2006). *Augusts Dombrovskis : Mūžs un veikums*. Rīga: Index. 368. lpp.
- Indriksons, M. Vēsturiskas ziņas par nevalstisko organizāciju darbību Talsu novadā [tiešsaiste]. *Ziemeļkurzemes NVO atbalsta centrs*. Sk. 25.07.2010. www.zkcentrs.lv/lejuplades/dokumenti/NVO_vesture.doc
- Rasa I. (2008). *Latviešu sabiedrības kultūraktivitātes (1800–1991)*. Rīga: Raka. 32.–50. lpp.
- Torņakalna Latviešu palīdzības biedrība [tiešsaiste]. *Vēstures skaidrojošā vārdnīca*. Sk. 26.07.2010. http://www.vesture.eu/index.php/Torņakalna_Latviešu_palīdzības_biedrība
- Torņakalns [tiešsaiste]. *Vēstures skaidrojošā vārdnīca*. Sk. 26.07.2010. <http://www.vesture.eu/index.php/Tor%C5%86akalns>
- Veinbergs, F. (1884). *Politiskas domas iz Latvijas*. Leipcīga: Breitkopfs un Härtels. 63. lpp.
- Vītols, J. (1988). *Manas dzīves atmiņas*. Rīga: Liesma. 174. lpp.
- Ziemeļblāzmas arhitektūras komplekss (1886–1927): gids [tiešsaiste]. *Datubāze “Ziemeļblāzmas arhitektūras komplekss (1886 – 1940)”*. Rīgas centrālā bibliotēka. Sk. 28.07.2010. http://www.rcb.lv/files/Databases/Ziemeļblazma/Ziemeļblazmas_gids_1886_1927.pdf
- Ziemeļblāzma [tiešsaiste]. *Cita Rīga: Pilsēta no cita skatupunkta*. Sk. 28.07.2010. <http://www.citariga.lv/?page=10&id=13&part=4>

¹ Bijušais Tukuma Viesīgās biedrības nams [tiešsaiste]. *Tukuma tūrisms*. Sk. 13.06.2010. http://www.turisms.tukums.lv/index/vietas/apskates/tukums_825/bijusais

² Indriksons, M. Vēsturiskas ziņas par nevalstisko organizāciju darbību Talsu novadā [tiešsaiste]. *Ziemeļkurzemes NVO atbalsta centrs*. Sk. 25.07.2010. www.zkcentrs.lv/lejuplades/dokumenti/NVO_vesture.doc

³ Torņkalns [tiešsaiste]. *Vēstures skaidrojošā vārdnīca*. Sk. 26.07.2010.

<http://www.vesture.eu/index.php/Tor%C5%86akalns>

⁴ Torņakalna Latviešu palīdzības biedrība [tiešsaiste]. *Vēstures skaidrojošā vārdnīca*. Sk. 26.07.2010.

[http://www.vesture.eu/index.php/Torņakalna Latviešu palīdzības biedrība](http://www.vesture.eu/index.php/Torņakalna%20Latvie%C5%A3u%20pal%C4%9Dz%C4%B9bas%20biedr%C4%B9ba)

⁵ Ziemeļblāzmas arhitektūras komplekss (1886–1927): gids [tiešsaiste]. *Datubāze „Ziemeļblāzmas arhitektūras komplekss (1886–1940)”*. *Rīgas Centrālā bibliotēka*. Sk. 28.07.2010.

http://www.rcb.lv/files/Databases/Ziemeļblazma/Ziemeļblazmas_gids_1886_1927.pdf

⁶ Ziemeļblāzma [tiešsaiste]. *Cita Rīga: pilsēta no cita skatupunkta*. Sk. 28.07.2010.

<http://www.citariga.lv/?page=10&id=13&part=4>

Uģis Bratuškis

Dr. arch., RTU Arhitektūras un pilsētplānošanas fakultātes dekāns, asociētais profesors

Sandra Treija

Dr. arch., RTU Arhitektūras un pilsētplānošanas fakultātes prodekāne, asociētā profesore

BOLDERĀJAS Telpiskās Vides Identitāte

Reaģējot uz sabiedrības attīstības gaitā objektīvi notiekošajām izmaiņām tautsaimniecībā un sadzīvē, attiecīgi izmainās arī sabiedrības dzīvestelpas organizācijas telpiskie aspekti. Pilsētvidē mainās atsevišķu zonu un apbūves vienību funkcionālā izmantošana, un tām atbilstošās jaunās urbānās struktūras uzslāņojas agrākajām. Tomēr agrāko struktūru elementi par spīti izmaiņu dinamikai nereti ir nolasāmi gadsimtiem cauri un saglabā nozīmīgu informāciju par sabiedrības dzīvestelpas organizācijas principiem un prioritātēm agrākajos attīstības posmos. Neizprotot šajās liecībās ietvertu informāciju, nav iespējams gūt vispusīgu priekšstatu par vietas attīstības gaitu, nedz arī kvalitatīvi plānot izaugsmi nākotnē. Bolderājā dažāda laika urbānās liecības relatīvi neskartā veidā ir saglabājušās līdz mūsdienām, un piešķir šai pilsētas daļai īpašu kolorītu. Prognozējot intensīvu Bolderājas un Daugavgrīvas attīstību nākotnē, jaunveidojamām telpiskajām struktūrām un apbūves elementiem jārespektē vietas identitāti raksturojošās iezīmes.

Atslēgvārdi: apbūves mērogs, apbūves struktūra, identitāte, industrializācija, pilsētainava, pilsētvide, vietzīme.

Ievads

Līdzīgi kā vairumā Eiropas un pasaules pilsētu, Rīgas pilsētvide veidojusies, laika gaitā saplūstot daudzām sākotnēji patstāvīgu apdzīvotu vienību struktūrām. Reizēm integrācijas rezultātā atsevišķās struktūriezīmes daļēji vai pat pilnīgi izzūd, izveidojot viendabīgu, harmonisku pilsētainavu, taču pārsvarā to iezīmes saglabājas gadsimtiem ilgi un ir saskatāmas ielu trasējumā, kvartālu dalījuma, kā arī apbūves mērogā un raksturā.

Bolderājā (angl., vāc. *Bolderaa*) – Rīgas priekšpostenī pie Daugavas ietekas jūrā, pateicoties dabas apstākļu un vēsturiskās attīstības īpatnībām, dažāda laika urbānās liecības relatīvi neskartā veidā ir saglabājušās līdz mūsdienām, paturot arī attiecīgajā laikā dominējušo apbūves raksturu (skat. 1.–20. attēls; ilustrācijām izmantoti U. Bratuškina 2011. gada augustā veiktās pilsētvides fotofiksācijas materiāli). Salīdzinoši ievērojamais attālums no Rīgas centra, nosacītā ģeogrāfiskā izolācija, nevienmērīgi pieejamās inženierkomunikācijas – gāzes apgāde, ūdensapgāde un kanalizācija, kā arī ierobežotā satiksmes infrastruktūra līdz šim laikam Bolderāju un Daugavgrīvu, neskatoties uz izcilo novietojumu – jūras tuvumu un divu upju sateku –, neierindo rīdzinieku iecienītāko mājvietu vidū¹. Mazattīstīti tur ir sabiedriskie pakalpojumi, minimāli tiek izmantotas ūdensmalām raksturīgās rekreācijas un servisa iespējas.

Sagaidāms, ka nākotnē līdz ar Rīgas Ziemeļu transporta koridora izveidi un Daugavas šķērsojuma izbūvi, kā arī ar tālākā perspektīvā iecerētā Piejūras lielceļa izveidi uzlabosies Daugavgrīvas un Bolderājas satiksmes pieslēgumi pilsētas ielu un valsts ceļu tīklam, mazinot to pašreizējo izolāciju. Tas palielinās šo pilsētas daļu sasniedzamību un veicinās apmeklētāju piesaisti. Rīgas ilgtermiņa attīstības stratēģijā akcentēta policentriskā pilsētas attīstība, stiprinot katras apkaimes identitāti, kā arī prognozēts tūrisma pieaugums². Sešos gados, kopš stratēģija apstiprināta, ir sperti konkrēti soļi apkaimju identitātes stiprināšanā, un Bolderāja, pateicoties iedzīvotāju kopienas „Bolderājas grupa” darbībai³, ir viena no sabiedriski aktīvākajām Rīgas apkaimēm. Arī prognoze attiecībā uz tūrisma pieaugumu Rīgā par spīti pat 2009./2010. gada saimnieciskajai krīzei ir papildījies⁴. Paturot prātā, ka Bolderāja ir Rīgas jūras vārti, paredzams, ka palielināsies pa ūdensceļiem iebraucošo tūristu skaits. Daļa no viņiem, kā rāda Eiropas pilsētu pieredze, ieradīsies

ar mazizmēra kuģošanas līdzekļiem. Bolderājas pilsētvides gatavība interesentu uzņemšanai, tās savdabība un kvalitāte tādējādi ir Rīgas un Latvijas valsts vizītkartes jautājums.

Bolderājas veidošanās pirmsākumi un tās nozīmīgākie struktūrelementi

Bolderājas pirmsākumi datējami 17. gadsimta sākumā, kad uz Bolderājas muižas zemes izveidojās zvejnieku un loču apmetne. Ar Rīgas rātes rīkojumu 1603. gadā upes, tagadējā Loču kanāla, krastā sāka darboties t.s. ūdens muitnīca, kas iekasēja maksājumus par kuģu atvestajām precēm⁵. Kuģu satiksmes, loču un muitnīcas darbu uzraudzīja ostas kapteinis, kura kantoris arī



1. att. Lielā iela – galvenā satiksmes artērija Bolderājā līdz 20. gs. divdesmitajiem gadiem.



2. att. Tekstilnieku ielā saglabājušies 19. gs. ražošanas ēku fragmenti.

atradās Bolderājā. Līdz ar jūras navigācijas attīstību Bolderāja kļuva par pirmo kravu tranzīta mezglu – dziļas iegrimis okeāna kuģi daļu kravas izkrāva un tālāk tās uz Rīgu nosūtīja liellaivās. 18. gadsimta beigās Bolderājā izveidoja ostu koku iekraušanai⁶. Kuģniecība veicināja apdzīvotās vietas attīstību. Muitnīca Bolderājā darbojās līdz 20. gadsimta sākumam, un, kā liecina kartogrāfiskie materiāli⁷, ap to veidojās pirmās apbūves vienības.

Muižas atrašanās precīzā vieta nav zināma, taču par muitnīcas nozīmi liecina līdz mūsdienām saglabājušies Bolderājas ielu struktūra. Nozīmīgākie virzieni – no Rīgas puses un gar



3. att. Lielupes ielas kvartālu apbūves telpiskajā organizācijā jūtami 20. gs. trīsdesmitajiem gadiem raksturīgie strādnieku ciematu apbūves principi.



4. att. 20. gs. Lielmēroga apbūvē aktīvi izmantota koloristika.

Buļļupi – satek tieši muitnīcas apkaimē, veidojot galveno – Lielo ielu, kas seko Daugavas un Buļļupes krasta līnijai. Ir ziņas, ka apdzīvotās vietas veidošanās pirmsākumos pie Buļļupes ietēkas Daugavā atradās ostas kapteiņa māja un loču tornis, gar Buļļupi izvietojās zvejnieku mājas, bet gar Daugavu – muižas uzraugu un zvejnieku mājas (Broce, 1996). No Lielās ielas, veidojot neregulāru kvartālu dalījumu, atzarojas citas ielas. Senākā, neregulārā plānojuma struktūra līdz mūsdienām saskatāma areālā starp Lielo, Miglas un Mencu ielu.

Tautsaimniecisko un sadzīves vides organizācijas prioritāšu vizuālās izpausmes pilsētvidē 19. gadsimta otrajā pusē un 20. gadsimta sākumā

Muitnīca nozīmi zaudēja tikai 19. gadsimta otrajā pusē, kad 1872. gada nogalē pēc dzelzceļa tilta Rīgā pār Daugavu izbūves un sliežu ceļu tīkla paplašināšanās uz Bolderāju ierīkoja dzelzceļa līniju (Altbergs, Augustāne, Pētersone, 2009) un izveidoja tur staciju. Jaunās satiksmes infrastruktūras izmantošanas iespējas veicināja strauju ražošanas uzplaukumu, un Bolderāja kļuva par aktīvu saimnieciskās rosības centru. Tā 19. gadsimta otrajā pusē tur sāka darboties Kārļa Šmita

Rīgas cementa rūpnīcas filiāle, Filipa Šapiro kokapstrādes uzņēmums, Džutas un linu vērpšanas un aušanas fabrika *Hertvigs un Peitāns*, kā arī citi uzņēmumi⁸, bet „ražoto preču vērtības un strādnieku skaita ziņā pirms Pirmā pasaules kara tā (Bolderāja – aut. piez.) ieņēma piekto vietu starp Latvijas teritorijā esošajiem industriālajiem centriem”⁹. Ražošana piesaistīja darbaspēku, un laikā no 1900. līdz 1910. gadam Bolderājā nodarbināto skaits pieauga vairāk nekā par pusi.

Atbilstoši saimnieciskās dzīves uzplaukumam paplašinājās Bolderājas apdzīvotās teritorijas robežas abpus dzelzceļam stacijas apkaimē¹⁰ un palielinājās iedzīvotāju skaits. Ceļu no Rīgas, kura trase virzījās gar Daugavmalu, ar stacijas areālu savienoja regulāru kvartālu sistēma. Dzelzceļa josla un uzbērums mehāniski sadalīja apdzīvoto teritoriju divās daļās, pārraujot galveno – Lielo ielu. Kopš tā laika abas Bolderājas daļas katrā dzelzceļa pusē attīstījās atsevišķi, neatgūstot strukturālo un telpisko vienotību. Statistiskie dati liecina, ka 1840. gadā Bolderājā dzīvoja 1381 iedzīvotājs¹¹, bet laikā līdz 1914. gadam to skaits pieauga līdz gandrīz 10 tūkstošiem. Lai gan ērtāka satiksme ar Rīgu noteica straujāku Bolderājas attīstību daļā starp dzelzceļu un Daugavu, izaugsme skāra arī daļu otrpus dzelzceļam. Tā, piemēram, 1875. gadā Buļļupes krastā



5. att. Bolderājas luterāņu baznīca.



6. att. Militārā rakstura liecības saskatāmas lineārajā apbūvē starp Gaigalas, Stūrmaņu un Gobas ielu.

iesvētīja uzcelto Bolderājas luterāņu baznīcu – vienu no nedaudzajām Latvijas koka baznīcām, kas labi saglabājusies līdz mūsdienām (5. attēls). Kopumā Bolderājā 1909. gadā bija 280 koka un 20 mūra ēkas, no kurām nozīmīgākās bija dzelzceļa stacija, pasta un telegrāfa kantoris ar pasta krājkasi, viesnīca ar traktieri, mūita, kā arī loču māja¹², taču būvniecību ievērojami ierobežoja zemes nomas noteikumi – muiža iznomāja zemesgabalus tikai māju īpašniekiem uz 60 gadiem (Caune, 1998; Zalcmanis u. c., 2011), un tas kavēja apbūves attīstību sabiedriskām vajadzībām.

Pirmā pasaules kara laikā ievērojami cieta Bolderājas rūpniecība – fabriku iekārtas tika izvestas uz Krieviju, kā arī dramatiski samazinājās iedzīvotāju skaits – 1920. gadā tas bija sarucis līdz 2064 iedzīvotājiem.¹³ Pēc kara ražošana vairākos uzņēmumos atjaunojās, kā arī nodibinājās vairāki jauni, galvenokārt ar kokapstrādi saistīti uzņēmumi – Paula Bērziņa koku zāģētava, *Lignums*, Voleru zāģētava, Dzelzceļu virsvaldes zāģētava u.c.¹⁴ Tas nodrošināja iedzīvotāju piesaisti Bolderājā.

Lai gan Buļļupes pretējā krastā atradās nozīmīga militāra būve – Daugavgrīvas cietoksnis –, tā ietekme uz Bolderājas plānojuma struktūru un apbūves raksturu nav konstatējama. Saglabājušās liecības par 19. gadsimta sākumā izbūvētu tiltu no cietokšņa uz Bolderāju, taču lielāka nozīme abu Buļļupes krastu savienošanā bija satiksmes pār dzelzceļa tiltu atklāšanai 1873. gadā. Tikai Latvijas Republikas laikā pastiprinājās militārā ietekme Bolderājā – plašā daļā uz dienvidiem no apdzīvotās teritorijas izvietojās Latvijas armijas vienības¹⁵. Teritorijas izmantošanas militārā rakstura liecības mūsdienās saskatāmas lineārajā apbūvē starp Gaigalas, Stūrmaņu un Gobas ielu (6. attēls), kā arī plašajā neapbūvētajā laukumā kvartāla iekšienē.

Rīgas pilsētas teritorijas paplašināšana un Bolderājas pilsētvide 20. gadsimta pirmajā pusē

1922. gadā Bolderāju iekļāva Rīgas administratīvajās robežās¹⁶, un tas izraisīja nepieciešamību nodrošināt labākus satiksmes apstākļus ar pilsētas centru. Šim nolūkam izbūvēja jaunu ielu – Gobas un Kapteiņu ielu, tās trasei daļēji atvēlot neapbūvētas zemes, daļēji izmantojot esošo ielu fragmentus, bet daļēji nospraužot pāri zemesgabaliem. Tas, īpaši Bolderājas senākajā daļā starp Miglas un Lielo ielu abpus Mencu ielai, diagonāli pāršķēla vēsturisko kvartālu dalījumu un izjauca apbūves un ielu ainavas iedibinātās attiecības, atsevišķās vietās agrāko iekšpagalmu saimniecības apbūvi eksponējot galvenās ielas vizuālajā telpā. Šīs rīcības sekas ir saskatāmas vēl mūsdienās. Papildus minētajām izmaiņām pilsētplānojuma struktūrā Bolderājas telpiskās vides nozīmīgs papildinājums starpkaru periodā bija arī 1931. gadā atklātā ekspresīvā *Art Deco*



7. att. 1931. gadā atklātā ekspresīvā *Art Deco* stilistikā ieturētā skolas ēka (arhitekts – P. Dreijmanis), tagadējā Rīgas 19. vidusskola.

stilstikā ieturētā jaunā skolas ēka (arhitekts – P. Dreijmanis), tagadējā Rīgas 19. vidusskola (7. attēls), kuras novietojums kāpas virsotnē, kā arī telpiskā orientācija, mērogs un apjomu kārtojums arī mūsdienās nodrošina šīs ēkas dominējošo raksturu plašākā areālā.

Bolderājas attīstība padomju varas gados un Silikātķieģeļu rūpnīcas strādnieku ciemata apbūves identitāte

Pēc Otrā pasaules kara Bolderājā saimnieciskā dzīve atjaunojās, daļēji izmantojot pirmskara gadu rūpniecisko potenciālu, daļēji attīstot jaunas ražošanas nozares. 20. gadsimta piecdesmitajos gados Bolderājas apkaimē, pateicoties tuvumā pieejamiem smalkgraudainas kvarca-laukšpata smilts resursiem, attīstījās silikātķieģeļu ražotne. Tā jūtami ietekmēja Bolderājas telpiskās vides attīstību starp Buļļupi un dzelzceļu. Ap 20 ha platībā noraka kāpas un teritoriju apbūvēja, bet netālu no rūpnīcas uz dienvidiem izveidoja smilšu karjeru ražošanas vajadzībām.

Šis laiks sakrita ar jaunu tendenci Padomju Savienības pilsētībūvniecībā – dzīvojamos ciematus būvēt līdzās rūpniecības uzņēmumiem. Tā 1955. gadā apstiprinātajā Rīgas ģenerālajā plānā Rīgas perifērijās – Bolderājā, Jaunciemā, Rīgas Jūrmalā – tika piedāvāts radīt samērā patstāvīgas dzīvojamās zonas, kuras ar centru savienotu modernas satiksmes maģistrāles. Līdz 1955. gadam jauno dzīvojamo māju celtniecībā Rīgā dominēja pēc tipveida projektiem būvētas divstāvu ķieģeļu ēkas. Pirmie mazstāvu dzīvojamie kvartāli, kas nereti bija plānoti kompleksi ar sabiedriskās apkalpes objektiem, tika uzbūvēti J. Gagarina ielā (1947, tagad Ropažu iela), Vējzaķsalā (1948), kā arī Bolderājā (1950) un citur.

Ciematu silikātķieģeļu rūpnīcas strādniekiem Bolderājas rietumu daļā līdzās ražotnei izveidoja pēc arhitekta P. Seļecka projekta (Pope, 2005). Tam bija raksturīga regulāra kvartālu un būvapjomu kārtojuma struktūra ar akcentētu telpisku rekreācijas dominanti – apzaļumotu bulvāri jeb Plato ielu. Tā perpendikulāri rajona galvenajai satiksmes artērijai – Silikātu ielai – stiepās visa kvartāla dziļumā. Apbūvē izmantoja vairāku tipu divstāvu daudzdzīvokļu dzīvojamās mājas ar izteiktu četrslīpju jumtu (8. attēls). Platās ielas simetriski pretējo ēku pirmajos stāvos bija integrētas telpas sabiedriskai funkcijai – tirdzniecībai (9. attēls), tādējādi akcentējot šīs ārtelpas publiskumu. Lai gan iekškvartālu telpa, atbilstoši modernisma laika „brīvā plānojuma” principiem bija brīvi publiski pieejama (t.i., caurstaigājama), ar telpiskā zonējuma paņēmieniem tā tomēr bija padarīta nepārprotami intīmāka par ielu telpu, ļaujot iekšpagalmos īstenot kvartāla iedzīvotājiem nepieciešamas palīgfunkcijas. Līdzīgi telpiskā plānojuma principi jaunveidojamo dzīvojamo rajonu publiskās telpas izveidē bija vērojami vēl arī sešdesmito gadu sākumā, pie-



8. att. Divstāvu daudzdzīvokļu dzīvojamās mājas ar izteiktu četrslīpju jumtu.



9. att. Platās ielas sabiedrisko raksturu akcentē ēku pirmajos stāvos izvietotās tirdzniecības platības.



10. att. Ēku funkcionālo un dekoratīvo detaļu ornamentikā saskatāmi latviešu etnogrāfiskajos rakstos un sadzīves priekšmetu mākslinieciskajā apdarē aizgūti romantiski stilizēti motīvi.



11. att. Sienas apdares detaļa.



12. att. Balkona margas fragments.

mēram, t.s. Grīvas ielas masīva izbūvē Ilģuciemā, Vaidelotes ielas apbūvē, taču dzīvojamo ēku izvietojuma struktūra tur jau bija kļuvusi pilnīgi indifferenta.

Silikātķieģeļu rūpnīcas dzīvojamo ciematu nav skārušas būtiskas pārbūves, un gan tā plānojuma struktūra, gan atsevišķas ēkas ir labi saglabājušās līdz mūsdienām. Par rūpnīcas smilšu karjeru mūsdienās savukārt liecina plaša, atklāta ūdenstilpne – Bolderājas karjera ezers.

Ciemata ēku baltās silikātķieģeļu fasādes rotāja sarkanajā māla ķieģelī akcentētas detaļas un ornamentu, veidojot raksturīgu, kolorītu dekoru. Tā laika arhitektūras teorētiskajos rakstos uzsvērts, ka „dzīvojamo namu būvei šajā periodā Rīgas nomalēs pie lielajiem rūpniecības uzņēmumiem bija principiāla nozīme, kas saistāma ne tikai ar tipveida projektu ieviešanu, bet arī pieredzes uzkrāšanu kompleksai mikrorajonu projektēšanai un celtniecībai tuvākajā nākotnē” (Valeskalne un Vīksna, 1980), taču tikpat raksturīgi, ka Bolderājas strādnieku ciemata dzīvojamo ēku funkcionālo un dekoratīvo detaļu ornamentikā, līdzīgi kā nozīmīgās tālaika sabiedriskās ēkās un būvēs – Spilves lidostā (arhitekts S. Vorobjovs, 1954), Mežaparka Lielajā estrādē (arhitekti V. Šņitņikovs, G. Irbīte, K. Dannenhirša, 1955), Latvijas Zinātņu akadēmijas augstceltnē (arhitekti O. Tīlmanis, V. Apsītis, K. Plūksne, 1957), Rīgas Tehniskās universitātes galvenajā ēkā (arhitekts O. Tīlmanis, 1958) vai

VEF kultūras pilī (arhitekts N. Semencovs, 1960), var saskatīt latviešu etnogrāfiskajos rakstos un sadzīves priekšmetu mākslinieciskajā aparātē aizgūtus romantiski stilizētus motīvus (10.–12. attēls).

Lielmēroga apbūves veidošanas kompozīcijas principi un to uztvere Bolderājā 20. gadsimta septiņdesmitajos un astoņdesmitajos gados

20. gadsimta sešdesmitajos un septiņdesmitajos gados saskaņā ar 1969. gada Rīgas ģenerālā plāna (vadītāji – arhitekti G. Melbergs un E. Pučiņš) nostādnēm, integrējot tajā dažus gadus agrāk – 1965. gadā – izstrādātā Bolderājas dzīvojamā rajona detālplānojuma (arhitekti G. Melbergs, L. Muntere un I. Strautmanis)¹⁷ principus, Bolderājas dienvidrietumu daļā starp vēsturisko apbūvi un ražošanas zonu izbūvēja lielmēroga dzīvojamo namu kvartālus. Atšķirībā no citiem ģenerālajā plānā paredzētajiem lielmēroga dzīvojamajiem rajoniem – Čiekurkalnā, Ilģuciemā, Imantā, Ķengaragā, Pleskodālē, Purvciemā, Vecmīlgrāvī un Ziepniekkalnā – Bolderājas lielmēroga rajonu plānoja no agrākas apbūves relatīvi brīvā teritorijā, un tā izbūve nebija saistīta ar būtisku apbūves nojaukšanu. Plānojumā skaidrais telpiskās kompozīcijas princips – „aktīva silueta veidošana, izmantojot dažāda augstuma ēkas un pārdomāti organizējot vizuālās uztveres zonas” (Kraščiņš, Strautmanis, Dripe, 1998) – bija raksturīgs tālaika lielmēroga rajonu arhitektūrai kopumā, tomēr tikpat raksturīgas tai daudzviet bija arī dabā vāji nolasāmās ielu un iekškvartālu jeb pagalmu telpiskās robežas (13., 14. attēls). Bolderājas lielmēroga apbūves kvartālos tās vēl



13. att. Lielmēroga apbūves kvartālos ielu un iekškvartālu telpiskās robežas ir vāji nolasāmas.



14. att. Būvapjomu mērogu dažādība nav adekvāti papildināta ar publisko aktivitāšu daudzveidību.



15. att. 20. gs. septiņdesmito gadu jaunbūves deformē pilsētvides mērogu un semantisko precizitāti.



16. att. Pamestajai militārajai teritorijai ir raksturīgas degradētas vides pazīmes.

vairāk nojauc apjomu mērogu dažādība, kā arī to telpiski saprotamas orientācijas un savstarpējā izvietojuma precizitātes loģikas trūkums. Iekškvartālu telpa kļuva atvērta un aktīvi uztverama no ielu telpas, tās savstarpēji konkurēja, un telpisko haosu paspilgtināja arī nekvalitatīvais apzalojums un labiekārtojums. Tādējādi konceptuāli iecerētais paņēmieni – jo tālāk no galvenās ielas ass, jo zemāka apbūve – dabā bija grūti nolasāms, un mūsdienās telpisko kompozīciju daži pēdējā laikā tapuši vertikālie apbūves akcenti atšķaida vēl vairāk.

Bolderājas publiskā telpa un tās attīstības iespējas

Jebkādu publisko ārtelpu vitalitātei nepieciešamo sabiedrisko aktivitāšu (skat. Gehl, 2001) trūkums neļāva Bolderājas lielmēroga apbūves areāla ielu telpā pilnvērtīgi izvērsties arī sociālajai komunikācijai, un šīs pilsētas daļas publisko funkciju slodzi papildus nācās uzņemties vēsturiskā sabiedriskā centra ierobežotajai kapacitātei. Distance starp vēsturisko un lielmēroga apbūvi bija pietiekami liela, lai abas mērogā un plānojuma struktūrā kardināli atšķirīgās Bolderājas daļas vizuāli viena otru būtiski neietekmētu, tomēr ietekme īstenojās apkalpes objektu izvietojumā. Ignorējot tradicionālo apbūves mērogu un raksturu, 1977. gadā Gobas ielā starp Ādama un Kaņepju ielu uzbūvēja tipveida kinoteātri 420 skatītāju vietām. Tas, paplašinot Bolderājas sabiedriskā centra robežas, ko līdz tam iezīmēja divi publiski objekti – Sv. Marijas katoļu baznīca un universālveikals – vienlaikus ievērojami deformēja pilsētvides semantisko precizitāti (15. attēls). Lielmēroga apbūves elementi parādījās arī tiešā vēsturiskās apbūves tuvumā, un mūsdienās Stūrmaņu iela ir robeža starp 19. un 20. gadsimta Bolderāju.



17. att. Kvalitatīva mūsdienu apbūve organiski papildina vēsturisko vidi.



18. att. Pagātnes mantojums ir arī izaicinājums nākotnes attīstībai.

Plaša smilšaina teritorija starp Bolderājas vēsturisko un padomju laika lielmēroga apbūvi ir palikusi neapbūvēta līdz mūsdienām. Tās lielākajā daļā ir saglabājies dabiskas kāpu ainavas raksturs, bet daļu aizņem pamesta militāra teritorija, kam piemīt degradētas vides pazīmes (16., 18. attēls). Vides izpētes rezultāti liecina¹⁸, ka tieši ar šīs teritorijas kā daudzveidīgas un ataktīvas publiskas telpas attīstību var saistīt nākotnes Bolderājas identitāti. Šī mērķa sasniegšanu var apgrūtināt zemes īpašumu sadrumstalotība un pilsētas attīstības dokumentos¹⁹ nepietiekami precīzi definētās teritorijas izmantošanas prioritātes saistībā ar adekvātu telpiskās infrastruktūras sistēmas – ielu, skvēru un laukumu izveidi. Draudus Bolderājas pilnvērtīgai saistībai ar ūdensmalu izmantošanu nākotnē var radīt arī Rīgas Brīvostas teritoriālās ambīcijas.



19. att. Vides ainaviskā daudzveidība ir viena no nozīmīgākajām Bolderājas kvalitātēm.



20. att. Vēstures zīmju saglabāšana kontekstā ar jaunu aktivitāšu piesaisti nodrošina ilgtspējīgas un kvalitatīvas pilsētvides veidošanos.

Secinājumi un rekomendācijas

Mūsdienu Bolderāja ir viena no plašākajām Rīgas apkaimēm, un „tās teritorijas kopējā platība – 832,9 ha ievērojami pārsniedz Rīgas apkaimju vidējās platības rādītāju”.²⁰ Relatīvi lielu daļu – 13,4% no apkaimes kopējās platības aizņem ūdenstilpnes – Buļļupe, Loču kanāls un Hapaka grāvis²¹, kas iezīmē apkaimes robežas, kā arī Bolderājas karjera ezers, kas ir kļuvis par iedzīvotāju iecienītu peldvietu.²² Apstādījumu un dabas teritorijas aizņem 31,6% apkaimes kopplatības²³ un kopā ar ūdenstilpņu platībām sastāda gandrīz pusi visas apkaimes platības, bet no urbanizētajām teritorijām dzīvojamās un jauktas apbūves teritorijas kopā aizņem tikai nedaudz vairāk platības kā ražošanas un rūpniecības teritorijas. Tādējādi Bolderājas apkaimē ir raksturīga izteikta urbanizēto teritoriju un dabas vides diferenciācija, un industriālās vides īpatsvars mūsdienās vērtējams kā liels.

Strukturālā identitāte ir viena no pilsētvides identitātes izpausmes formām, un pilsētas plānojuma struktūra saglabā vēsturiskās attīstības zīmes salīdzinoši ilgi. Vēstījums, kas nolasāms ielu tīklojumā vai apbūves kārtojumā, ļauj precīzi izprast gan konkrētā laikposma saimnieciskās un sociālās dzīves, gan sabiedrībā valdošās dzīves telpas veidošanas mākslinieciski estētiskās prioritātes (Asaris, Strautmanis, 2010). Līdz 70% no visas apkārtnes telpisko formu daudzveidības cilvēks uztver neapzināti, un formu daudzveidības ietekme uz cilvēka zemapziņu ir būtisks informācijas uztveres aspekts (Strautmanis, 2007), tādējādi vēsturiskajā attīstībā iekodētās informācijas aizsardzībai ir būtiska nozīme pilsētvides integritātes un identitātes saglabāšanā, kā arī sabiedrības intereses par to uzturēšanā. Pilsētas plānojuma struktūras raksturīgajiem elementiem un to savstarpējām attiecībām būtu jāpiemēro līdzīgs aizsardzības statuss, kā tas tiek īstenots atsevišķām vēsturiski nozīmīgām ēkām, to grupām vai apbūves struktūrām.

Bolderājas identitātes divas raksturīgas zīmes – izcilie dabas dotumi, no vienas puses, un daudzveidīgā, vēsturisko attīstību raksturojošā vide, no otras, trešās raksturīgas zīmes – metropoles nomales zīmoga – dēļ līdz šim nav spējušas jūtami sekmēt kvalitatīvu šīs vietas attīstību. Bez stingras attīstības stratēģijas katram laikam raksturīgās vietzīmes pamazām zaudē savu kolorītu un sairst, vai arī tiek pārveidotas, apaugot ar mazvērtīgu vai oriģinālo substanci degradējošu patinu – plastikāta rāmju logiem koka konstrukcijas logu vietā, plastikāta fasāžu apšuvumu koka dēļu apdares vietā un būvapjomus kropļojošu proporciju piebūvēm un uzbūvēm.

Mūsdienu urbānās vides procesiem raksturīga gan pilsētu izplešanās, no vienas puses, gan sarukšana, no otras. Lai gan jau 20. gadsimta pirmajā ceturksnī t.s. „Jaunā urbānisma” teorētiskajās nostādnēs (Steuteville&Langdon, n.d.) tika raksturoti pilsētu izplešanās negatīvie faktori un formulēti ilgtspējīgas dzīves telpas pamatprincipi, ierosinot meklēt kvalitatīvas attīstības rezerves pilsētu iekšienē, komfortablas dzīves telpa daudzu indivīdu izpratnē nereti saistās ar savrupmāju piepilsētā. Bolderāja – viena no daudzveidīgākajām un kolorītākajām Rīgas apkaimēm – tādas izpratnes īstenošanai ir visai piemērots areāls. Tur joprojām ir sastopama „pamestu fabriku, nomales rajonu u.tml. arhitektūra, kurā dzīves formas nav mainījušas tik lielā mērā vai ir vienkārši zudušas, to vietā neveidojoties jaunām un atšķirīgām cilvēku aktivitātēm” (Taurens, 2007), lai gan priekšnoteikumi jaunām aktivitātēm pilnā mērā atbilst gan mūsdienu izpratnei par vēsturiskā mantojuma attīstību, gan vietas kvalitātei (17.–20. attēls). Vēstures zīmju saglabāšana vides pārveides projektos kontekstā ar jaunu sociālo aktivitāšu piesaisti var nodrošināt ilgtspējīgas un kvalitatīvas pilsētvides veidošanos atbilstoši aktuālajām sabiedrības vajadzībām un interesēm.

Izmantotā literatūra un avoti

- Altbergs, T., Augustāne, K., Pētersone, I. (2009). *Dzelzceļi Latvijā*. Rīga: Jumava.
 Asaris, G., Strautmanis, I. (2010). *Rīga 21. gadsimtā ieejot*. Rīga: RTU izdevniecība.
 Broce, J. K. (1996). *Zīmējumi un apraksti*. 2. sējums. Rīga: Zinātne.

- Caune, A. (1998). *Rīgas Pārdaugava pirms 100 gadiem*. Rīga: Zinātne.
- Gehl, J. (2001). *Life Between Buildings: Using Public Space*. Copenhagen: Arkitektens Forlag.
- Jērāns, P. (galv. red.). (1988). *Rīga: enciklopēdija*. Rīga: Galvenā enciklopēdiju redakcija.
- Krastiņš, J., Strautmanis, I., Dripe, J. (1998). *Latvijas arhitektūra no senatnes līdz mūsdienām*. Rīga: Baltika.
- Pope, A. (2005). *Rīgas galvenā nomale*. Rīga: Zelta grauds.
- Steuteville, R., Langdon, P. (n.d.). *The New Urbanism: A Better Way to Plan And Build 21 st Century Communities*. Retrieved March 31, 2010 from <http://newurbannetwork.com/article/new-urbanism-better-way-plan-and-build-21st-century-communities>.
- Strautmanis, I. (2007). *Arhitektūra kā informācija. Latviešu arhitektu teorētiskie raksti un manifesti 20. gadsimtā*. Rīga: Mantojums.
- Taurens, J. (2007). *Domas un būves. Latviešu arhitektu teorētiskie raksti un manifesti 20. gadsimtā*. Rīga: Mantojums.
- Valeskalne, V., Vīksna, Dz. (1980). *Sociālistiskās Rīgas rajoni, tās izbūve un labiekārtošana. Celtniecība un arhitektūra. Rīga sociālisma laikmetā 1917–1975*. Rīga: Zinātne.
- Zalcmanis, R. u. c. (sag.). (2001). *Rīgas ielas. Enciklopēdija*. 1. sējums. Rīga: Priedaines.

¹ „Es pētu Rīgu” Stratēģijas Uzraudzības Sistēma. (n.d.). Rīgas iedzīvotāju apmierinātības ar pašvaldību atbilžu salīdzinājums apkaimēs. Sk. 2011. 4. sept.: http://www.sus.lv/files/rigas_iedzivotaju_apmierinatibas_ar_pasvaldibu_apkaimes.htm.

² Rīgas domes Pilsētas attīstības departaments. (2005). Rīgas ilgtermiņa attīstības stratēģija līdz 2025. gadam. Sk. 2011. 29. jūl.: http://www.rdpad.lv/uploads/rpap/Rigas_ilgtermina_attistibas_strategija_2025.g.pdf.

³ Rīgas domes Pilsētas attīstības departaments. (n.d.). Bolderājas grupa: Bolderājas pagasta iedzīvotāju biedrošanās. Sk. 2011. 29. jūl.: http://www.rdpad.lv/apkaimes/bolderajas_grupa_kopienas1.pdf; Jakušonoka, S. (2010, 19. aug.). Laikmetīgā māksla, mūzika un teātris – Bolderājas „SvArs” Rīgas svētkos 2010. *Rīgas svētki 2010*. Sk. 2011. 29. jūl.: http://www.rigassvetki.lv/2010/home/news_post/lv/Bolderaja_SvArs

⁴ Live Riga. (2010, 8. febr.). Pieaudzis Rīgas apmeklētāju skaits. Sk. 2011. 16. aug.: <http://liveriga.wordpress.com/2010/02/08/pieaudzis-rigas-apsekljetaju-skaits-live-riga/>

⁵ Altbergs, T., Augustāne, K., Pētersone, I. (2009). *Dzelzceļi Latvijā*; Rīgas domes Pilsētas attīstības departaments. (n.d.). Bolderājas grupa: Bolderājas pagasta iedzīvotāju biedrošanās. Sk. 2011. 29. jūl.: http://www.rdpad.lv/apkaimes/bolderajas_grupa_kopienas1.pdf

⁶ Latvijas Valsts vēstures arhīvs. (1998). Daugavgrīva un Bolderāja arhīva materiālos. 13.–20. gs. Sk. 2011. 27. jūl.: <http://www.arhivi.lv/sitedata/LVVA/dokumenti/Publikācijas/Bolderaja.pdf>

⁷ Rīgas domes Pilsētas attīstības departaments. (n.d.). Bolderājas grupa: Bolderājas pagasta iedzīvotāju biedrošanās. Sk. 2011. 29. jūl.: http://www.rdpad.lv/apkaimes/bolderajas_grupa_kopienas1.pdf; Планы узловых и конечных пунктов сети железных и гл. водных путей сообщения [Karte]. (1980). Sk. 2011, 27. jūl.: <http://zurbu.net/f/Dn>

⁸ Altbergs, T., Augustāne, K., Pētersone, I. (2009). *Dzelzceļi Latvijā*; Latvijas Valsts vēstures arhīvs. (1998). Daugavgrīva un Bolderāja arhīva materiālos. 13.–20. gs. Sk. 2011. 27. jūl.: <http://www.arhivi.lv/sitedata/LVVA/dokumenti/Publikācijas/Bolderaja.pdf>; Zalcmanis, R. u. c. (sag.). (2001). *Rīgas ielas. Enciklopēdija*.

⁹ Latvijas Valsts vēstures arhīvs. (1998). Daugavgrīva un Bolderāja arhīva materiālos. 13.–20. gs. Sk. 2011. 27. jūl.: <http://www.arhivi.lv/sitedata/LVVA/dokumenti/Publikācijas/Bolderaja.pdf>

¹⁰ Планы узловых и конечных пунктов сети железных и гл. водных путей сообщения [Karte]. (1910). Sk. 2011, 27. jūl.: <http://zurbu.net/f/Do>.

¹¹ Планы узловых и конечных пунктов сети железных и гл. водных путей сообщения [Karte]. (1980). Sk. 2011, 27. jūl.: <http://zurbu.net/f/Dn>

¹² Latvijas Valsts vēstures arhīvs. (1998). Daugavgrīva un Bolderāja arhīva materiālos. 13.–20. gs. Sk. 2011. 27. jūl.: <http://www.arhivi.lv/sitedata/LVVA/dokumenti/Publikācijas/Bolderaja.pdf>

¹³ Turpat.

¹⁴ Turpat.

¹⁵ Turpat.

¹⁶ Turpat.

¹⁷ Jērāns, P. (galv. red.). (1988). *Rīga: enciklopēdija*.

¹⁸ Riga Technical University. (2010). *International Summer School “Urban Outcast” August 8 – 21, 2010, Riga*. Retrieved August 16, 2011 from <http://www.rtu.lv/en/content/view/3743/2065/lang,en/>

¹⁹ Rīgas domes Pilsētas attīstības departaments. (2011). *Rīgas attīstības plāns 2006.–2018. gadam ar grozījumiem*. Sk. 2011. 16. aug.: http://www.rdpad.lv/uploads/rpap/3_RD_29032011_SN_119_15_pielik.pdf.

²⁰ Apkaimes. (n.d.). Bolderāja. Sk. 2011. 3. aug.: <http://www.apkaimes.lv/sakums/bolderaja>

²¹ Turpat.

²² Latvijas ezeru datubāze internetā. (n.d.). Bolderājas karjera ezers. Sk. 2011. 5. sept.: <http://www.ezeri.lv/database/>

²³ Apkaimes. (n.d.). Bolderāja. Sk. 2011. 3. aug.: <http://www.apkaimes.lv/sakums/bolderaja>



SUMMARY

NATIONAL IDENTITY AND ENVIROMENT

LU SPPI
2012

CONTENTS

Jurģis Šķilters. Preface.	2
Chapter 1. Geographical Environment and Identity	
1.1. Jurģis Šķilters, Ģirts Burgmanis. Environment and Identity: from Physical to S3ocio-cognitive Identity	4
1.2. Ģirts Burgmanis, Jurģis Šķilters. Identity, Self-categorization and Environment: Latvia 2010	16
Chapter 2. Virtual Environment	
2.1. Liva Brice. Digital Life Story in Social Networking Sites	28
2.2. Ilze Borodkina, Uldis Bojars. Construction of Identity in Collective Narrative Making Process.....	44
2.3. Ieva Baranova, Uldis Bojars. Communication Interests and Practices in Virtual Game Communities: Geocaching Case Study	61
Chapter 3. Identitāte, vide, socialā struktūra	
4.1. Jānis Pencis, Jurģis Šķilters, Silva Senkāne. Self-Categorization, Self, Belonging and National Identity.	83
4.2. Gido Seki (<i>Guido Sechi</i>), Jurģis Šķilters. Identity as Dependant Variable, Measuring Social Capital: Social Capital as Identity Space.	92
Chapter 4. Arhitektūra, vide, kultūra: Gadījuma studijas	
4.1. Jānis Krastiņš. Buildings of Latvian Associations and Cultural centre “Ziemeļblāzma”	101
4.2. Uģis Bratuškins, Sandra Treija. Spatial Environment Identity of Bolderāja	121
Summary	133

PREFACE

by Jurgis Škilters

Every person containing an identity is a part of a concrete environment, socio-cultural background and relationship structure. The aim of this volume is to analyze aspects that highlight different forms of identity in interaction between subject and environment. Another complex question is, what is meant by environment and how does identity unfold in an environment? And, finally, what is actually identity? In the current volume different answers will be provided. However, they all basically share the opinion that identity (especially national identity) is based on primary processes of categorization inherent to every individual. Respectively, every user of an environment *understands* who is s/he and what is the place s/he cognitively belongs to.

Most of the papers published in this volume characterize identity as a three-level structure, starting from processes of self-categorization; further, identity is transformed in interaction between direct communities (e.g., family members, collectives, interest communities); and, finally, identity is determined by large-scale global communities (e.g., national identity communities).

In the current volume environment is defined as a result of interaction between (1) spatial geometric structures, (2) reference frames (depending on the place of subject in a concrete space), (3) diverse functional knowledge (including socio-economic and political knowledge).

Another more specific interpretation of environment arises in the context of modern media – *environment as a virtual and mediated structure*. A crucial question to be answered: which one of the environments – physical or virtual – is psychologically and cognitively more real and more significant?

In the first part of the volume the interaction between geographical environment and identity is explored. An extensive overview of various research results is provided in the paper by Jurgis Škilters and Ģirts Burgmanis; a unifying theme is the analysis of the process how physical identity is transformed into socio-cognitive identity. Further, a more detailed study (based on the results of large-scale survey analysis) of environmental identity is provided (Ģirts Burgmanis, Jurgis Škilters: *Identity, self-categorization and environment, Latvia 2010*).

The second part of the volume is devoted to the analysis of virtual environment (consisting of studies by Līva Brice, Ilze Borodkina, Ieva Baranova and Uldis Bojārs).

In the third part of the volume an analysis of interaction between environment and social structure in case of self-categorization and self-identification is provided (Jānis Pencis, Silva Senkāne, and Jurgis Škilters: *Self-categorization, I, belongingness, and environment*). Another analysis of the social structure of identity and space is elaborated in using social capital theory as its theoretical framework; a crucial methodological point here is analysis of identity as a dependent variable (Guido Sechi, Jurgis Škilters: *Identity as a dependent variable, measuring social capital: Social Capital as identity space*).

Finally, volume is concluded by two case studies where the interaction between the environment and identity is explored based on concrete examples of urban environment (Jānis Krastiņš: *Buildings of Latvian societies and recreation center “Ziemeļblāzma”*, Uģis Bratuškins and Sandra Treija: *Spatial identity of Bolderāja*.)

Acknowledgments

Finally I would like to thank prof. Inta Brikše, doc. Gita Blaua, dean of Social Sciences, prof. Juris Rozenvalds, prof. Zaiga Krišjāne (Faculty of Geography and Earth Sciences) for support and help throughout the working on the volume. I would also like to thank Laura Ardava and Ieva Bite for technical support. On behalf of authors I would also like to thank language editor Ilze Jansone for the qualitative and constructive collaboration. Finally many thanks to reviewers Skaidrīte Lasmane and Viktors Freibergs for the valuable comments and opinions.

Jurģis Œķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes asociētais profesors un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

Ģirts Burgmanis

Mg.sc.geog., LU Ģeogrāfijas un zemes zinātņu fakultāte

ENVIRONMENT AND IDENTITY: FROM PHYSICAL TO SÓCIO-COGNITIVE IDENTITY

In the current paper several factors of spatial perception and cognition and environmental perception have been explored. Our guiding assumption is that they determine the generation of sócio-cognitive identity. Most crucial are (1) geometrical structures based on spatial perception, (2) functional knowledge and experience of space, (3) reference frames generated according to the subject's location in space. Spatial and environmental determination of identity occurs in virtual and real environment in overlapping of three mentioned factors. In the current study the role of the cognitive anchors is also discussed in respect to spatial cognition and perception of urban environment. Especially emphasized are the egocentricity of spatial perception and the role of language in spatial perception. In the final part of the paper an overview of the discussion regarding descriptive and navigation-based component of environment is provided. Finally, also the role of embodiment in perception of environment is discussed. The consequences of the paper are crucial for the functional analysis of physical and virtual spaces. The core thesis of the study – perception of space radically modifies objectively given space and modifies it into a socio-cognitive structure – can be applied in different kind of research

Keywords: spatial and environmental cognitive processing, sócio-cognitive factors, cognitive anchors.

Ģirts Burgmanis

Mg. sc. geog., LU Ģeogrāfijas un zemes zinātņu fakultāte, Cilvēka ģeogrāfijas katedra

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks,
Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

IDENTITY, SELF-CATEGORIZATION AND ENVIRONMENT: LATVIA 2010

In the current paper we have used a three-level model of identity generation as our theoretical background. According to this model there are three interacting and mutually determining levels of social identity generation: self-categorization, categorization of small and middle-sized communities and categorization of large and global social communities (e.g., national identity communities). In the current paper we have used a large-scale data set from a representative survey and have explored the ways how environmental structure and self-categorization interact and how this process of interaction is determined by socio-economic factors. In our study the theory of self-categorization and social identity theory are linked to the theory of environmental cognitive anchors. According to the anchor theory, environmental perception is structured hierarchically. Cognitive environmental anchors are significant (functionally prominent) places and paths. We have used 'home' as the central cognitive environmental anchor. We have also elaborated a structure of socio-cognitive and environmental categorization. It includes, firstly, significant close persons (e.g., family members), secondly, home and place of residence, thirdly, place as it is located in real and objective map, fourthly, Latvia in the widest sense of the word. A crucial result of the present study is the empirically supported thesis that self-categorization and its interaction with spatial cognition generate a partially socio-economically determined structure which can be observed in the tendency of building a distance from the real environment in case of poor regions. Our results are at least partially compatible with several models of social identity, self-categorization and cognitive geography (McConnell, 2011; Abdelal, Herrera, Johnston, & McDermott, 2009 & Golledge, 2002).

Keywords: identity, self-categorization, environmental cognitive anchors, spatial and environmental perception.

Līva Brice

Mag. sc. Soc., LU Sociālo zinātņu fakultātes komunikācijas zinātnes doktorante

DIGITAL LIFE STORY IN SOCIAL NETWORKING SITES

Article *Digital Life Story in Social Networking Sites* looks at how persons present themselves in different social networking sites and how these presentations affects their digital life story.

The article examines the aspects of self-presentation online, how it affects the construction of digital identity, how big impact does the digital environment has on our concepts about communication practices, and why we can talk about self-presentation as one of the aspects which shape ones digital life story.

By using survey, qualitative content analysis and comparative case studies as methods, the article examines how three different social networking sites – *Twitter*, *Facebook* and *Draugiem* (Latvian national social networking site) influence the self-presentation of its users and are there different identities presented. The research focuses on social networking site users in Latvia in age of 20 to 29.

As the results were presented 4 self-presentation types and 13 digital identities in the researched social networking sites. It was concluded that users in different social networking sites choose to use different self-presentation strategies, this conclusion led to look more carefully to life-mix and the effects digital life story has on offline life. These aspects confirmed that self-presentation needs to be regarded as whole, a result of blending social platforms and information from different spaces which, in turn, construct a single digital life story.

Key words: self-presentation, social networking sites (SNS), digital life story, digital identity, *Facebook*, *Twitter*, *Draugiem*.

Ilze Borodkina

Bc. sc. soc., LU komunikācijas zinātnes maģistra studiju programmas studente

Uldis Bojārs

Dr. sc. comp., LU Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks

CONSTRUCTION OF IDENTITY IN COLLECTIVE NARRATIVE MAKING PROCESS

This paper focuses on the relationship between identity and collective narrative in virtual role-play communities, studied on an example of two role-play game communities in the social virtual world *Second Life*. Attention was paid to the mutual interdependence of identity and collective narrative, as well as their relationship to the individual descriptions of community members. The observation of these two communities, including in-depth interviews with selected members, resulted in a conclusion that the participation of an individual in daily routines of a community directly depends on the level of collective narrative the individual identifies oneself with.

The role collective narrative takes in shaping individual's perception of the collective identity and other subjective feelings towards the community depend on several factors. Starting with whether the individual feels belongingness, these factors also include the relationship between the structure and content of the narrative, the system of collective creation of it and also the personal identities of community members that actually are producers and consumers of the narrative at the same time.

Thus, the participation of community members is an essential requirement for developing feelings of loyalty and emotional attachment to the community. A well-constructed collective narrative is crucial for assuring the existence of a long-term, participation-oriented, sustainable core group of community members, that, in turn, is vitally important to the existence and sustainability of the community itself.

Keywords: virtual community, collective narrative, identity

Ieva Baranova

Mg. soc. sc.

Uldis Bojārs

Dr. sc. comp., LU Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks

COMMUNICATION INTERESTS AND PRACTICES IN VIRTUAL GAME COMMUNITIES: GEOCACHING CASE STUDY

The aim of this article is to define communication practices of the Geocaching virtual game community and the extent to which it satisfies individual needs of its members. The theoretical base of this study is the Uses and Gratifications Theory, specifically the framework developed by D. McQuail which divides the most important gratifications into four groups – information; personal identity; integration and social interaction; and entertainment. A review of virtual community formation process, a description of leisure and game concepts and characteristics of location-based games are also provided.

Communication practices in the Geocaching community were determined by a survey of its members. Virtual ethnography and semi-structured interviews were used to gain a more profound understanding about members' communication needs that are satisfied by participating in the game. This methodology helped to investigate the research question from two sides – from needs and gratifications as they were described by Geocaching members themselves and as observed by researchers in the content that was created by the participants on their internet forum.

It is concluded that participants of the Geocaching community satisfy twofold needs through playing. The first level of needs includes the initial needs of individuals (e.g., to learn, to relax), which they gratify by participating in the game process and the virtual community. The second level includes needs which both originate and are satisfied within the game and its community (e.g., to be a good Geocaching "citizen"). The development of technology and information environment has not changed the communication needs of individuals. People still seek information and advice as well as entertainment. Only the means of gratification seeking have changed with people increasingly participating in virtual communities in addition to the real life communities.

Keywords: Geocaching, game communities, virtual communities, virtual ethnography, uses and gratifications theory.

Jānis Pencis

University of Latvia, Faculty of Social Sciences, doctoral student

Dr Jurgis Šķilters

University of Latvia, Faculty of Social Sciences, Associate Professor

Advanced Social and Political Research Institute, senior researcher

Centre for Cognitive Sciences and Semantics, director

Dr Silva Senkāne

University of Latvia, Faculty of Social Sciences, docent

SELF-CATEGORIZATION, SELF, BELONGING AND NATIONAL IDENTITY

Based on a representative survey of Latvian residents, the study carries out the evaluation of self-categorization in the context of national identity. The authors are assuming a theoretical framework according to which there are three interacting core levels of identity generation: (a) self-categorization, (b) identity of social groups, and (c) identity of largest social communities such as national identity communities (Šķilters, 2011). The authors were hypothesizing that the following correlation holds: the subjective significance is increasing from (c) to (a) and at the level of (a) there are few, in homogeneous and separate components of the (c) that only taking together generate a slightly significant set of national identity components. Thus, in this study the authors will be focusing on the (a) level and based on it they will explore some aspects of (b) and (c). Furthermore, the authors will discuss their findings in light of some central models in self-categorization literature (most notably, recent evidence by McConnell, 2011).

Keywords: self-categorization, self and its aspects, belonging to social groups, national identity.

Gido Seki (Guido Sechi)

Mg. sc. soc.

Jurģis Šķilters

Dr. phil., LU Sociālo zinātņu fakultātes asociētais profesors un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks, Kognitīvo zinātņu un semantikas centra direktors

IDENTITY AS DEPENDANT VARIABLE, MEASURING SOCIAL CAPITAL: SOCIAL CAPITAL AS IDENTITY SPACE

In the current paper we have conducted a large-scale analysis of social identity. We have used representative data-sample from survey analysis done in 2010. The background assumption of our study is that identity is a dependent variable within the framework of quantitative analysis of social capital theory. We have observed that the generation of identity is determined by direct relational cognitive social networks and only indirectly by the so-called structural networks. According to the results of our research, social relations and trust are primary in respect to structural relations. In other words, relational cognitive links are stronger than structural ones. Despite of several theoretical and practical constraints inherent to the methodology used, we were able to confirm several crucial assumptions: (a) there is a significant correlation between relational social capital and forms of identity (especially identity related to geographical proximity); (b) there is a significant correlation between structural and relational-cognitive social capital.

The model that we have elaborated in the current paper and the results of the empirical research render crucial justification for the application of quantitative analysis in the study of identity as a dependent variable. Finally, our study highlights the primary role of relational networks in social identity.

Key words: identity, dependent variable, social capital, large-scale statistical analysis.

Jānis Krastiņš

Dr. habil. arch., Rīgas Tehniskās universitātes profesors, Latvijas Zinātņu akadēmijas akadēmiķis

BUILDINGS OF LATVIAN ASSOCIATIONS AND CULTURAL CENTRE ZIEMEĻBLĀZMA

The buildings of different Latvian associations constructed in the late 19th and early 20th century and their role in promotion and strengthening of national self-consciousness, of level of intellectual culture and the idea of national state are explored in the article. First, the buildings of Latvian organizations in provincial towns and countryside areas in Kurzeme (Jelgava, Tukums, Kandava, Kuldīga, Talsi, Ventspils etc.) and Vidzeme (Alūksne, Smiltene, Rauna, Cēsis etc.) are examined. The architecture of these buildings reflects full scope of stylistic vocabulary of the period – eclecticism and different formal trends of Art Nouveau.

Most of different national organizations have been established in Riga. A number of them constructed architecturally significant buildings. In September 17th, 1918, protocol of the establishing of independent Latvian state was signed in the building of the Savings Bank of the Riga Latvian Craftsmen Aid Society at Krišjāņa Barona iela 3.

The building of Riga Latvian Society, having been the very first Latvian association, and history of its construction at Merķeļa iela 13 is extensively analyzed. Succession of significant events in the history of Latvia and Latvian culture is linked with this building first constructed in 1869 to the project by Jānis Frīdrihs Baumanis. In 1873, there started the procession of the first Latvian Folk Song Festival. Contemporary building is constructed in 1909 to the project by architects Eižens Laube and Ernests Pole. Picturesque murals by renowned Latvian painter Janis Rozentāls crown the façade. They impart special atmosphere to the whole building.

Edifice of the *Ziemeļblāzma* Anti-alcoholic Society and the building *Burtnieku nams* next to it in Vecmīlgrāvis area in north of Riga are analysed in the final part of the article. *Burtnieku nams* was the place, where numerous prominences of Latvian art and literature created their substantial contributions to Latvian culture.

Key words: Latvian associations, public buildings, cultural institutions

Uģis Bratuškis

Dr. arch., RTU Arhitektūras un pilsētplānošanas fakultātes dekāns, asociētais profesors

Sandra Treija

Dr. arch., RTU Arhitektūras un pilsētplānošanas fakultātes prodekāne, asociētā profesore

SPATIAL ENVIRONMENT IDENTITY OF BOLDERĀJA

Responding to the objectively ongoing changes in the economy and everyday life of society, the changes in organization of urban space take place simultaneously. Together with changes in functional usage of spaces newer urban structures overlay the previous ones. However, the earlier structural elements, despite dynamics of the process, often are readable through centuries and retain important information about the principles and priorities of making spaces at earlier stages of development. This evidence contains comprehensive information of site development history and is one of important aspects of high-quality development in future. In Bolderaa urban patterns of various ages have survived in relatively intact quality to our days, giving distinct color to that part of the city. Predicting intensive development of Bolderaa and Daugavgrīva neighborhoods in future, contextual and tolerant overlay of newer structures and building elements should guarantee maintenance of the site's identity.

Key words: identity, industrialization, landmark, urbanLandscape urban scale, urban structure