

Jauno mediju loma krīzes pārvarēšanā: jauniešu mediju lietojums sociāli politiskā kontekstā

Ilva Skulte

*Rīgas Stradiņa universitāte,
Komunikācijas studiju katedra, Latvija*

Ievads. Digitālo mediju un interneta attīstības kontekstā teorētiski daudz diskutēta auditorijas jeb mediju lietotāja mainīgā loma – lietotājs kļūst par līdzautoru, patērētājs piedalās produkta ražošanā, pasīvais uztvērējs realizē radošus plānus (*Shneiderman, Resnick, Terranova, Jenkins* u. c.). Jau no deviņdesmitajiem gadiem pētījumos un teorētiskos darbos daudz diskutēts par mediju lietotāja radošumu un iespējām piedalīties sociālajā dzīvē ar iespējamajām konsekvencēm kā politiskajā, tā arī ekonomiskajā un kultūras dzīvē. Lietotājs ne tikai iejaucas ar paša veidotiem vēstījumiem un komentāriem mediju konstruētajā realitātē, bet arī iegulda savu laiku, darbu un prasmes / spējas konkurētspējīgu produktu un pakalpojumu attīstībā tīkla vidē un ekonomiska kapitāla vairošanā. Tāpat interaktīvā un kolektīvām darbībām piemērotā vide atbalsta pilsoniskās aktivitātes izpausmes publiskajā sfērā.

Darba mērķis, materiāls un metodes. Darba mērķis ir noskaidrot, kā jauno mediju un tīkla lietošana veicina radošumu un mediju produktu radīšanu jauniešu auditorijā, kas izpaužas kā individuāla pašpalīdzība krīzes pārvarēšanai, spējot gan sniegt psiholoģisku atbalstu, gan formulēt sociālo identitāti un pilsonisko nostāju, gan vairot simbolisku, kultūras un / vai ekonomisko kapitālu. Darbā izmantota teorētiskā literatūra par jaunajiem medijiem, radošo lietošanu un tās politekonomiskajiem aspektiem, kā arī aptauju dati.

Rezultāti un secinājumi. Interneta un sociālo tīklu lietojums iezīmē prakses, formas un normas, kas izmaina sociālās dzīves pamatus. Lai gan teorētiskā doma, kopš pašiem jauno mediju pirmsākumiem, apraksta tehnoloģisko rīku lietojumu sociālo, politisko un ekonomisko problēmu risināšanā, lietotājam atvēlot lielāku lomu, patstāvību un radošumu, un jauno cilvēku kā šo iespēju aktīvu izmantotāju, pateicoties savām prasmēm darbā ar digitālajiem medijiem un materiāliem, reflektivitātes trūkums, kā arī nespēja saskatīt atšķirīgo mediju piedāvātajās iespējās, vairums Latvijas jauniešu minētās iespējas nelieto kā instrumentus sociālās un ekonomiskās dzīves uzlabošanai. Pat tie jaunie cilvēki, kuri, lietojot medijus, izveidojuši un realizējuši veiksmīgus individuālā biznesa modeļus, nespēj pilnībā novērtēt un izmantot tajos iesaistīto mediju īpatnības.



Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC-LV