

INFORMĀCIJAS VĒSTURE UN NĀKOTNE

TOMASA BEKDĀLA RAKSTU NO ŽURNĀLA **COMMUNICATING ASTRONOMY**
WITH THE PUBLIC TULKOJUSI **SANDRA VILKA**



Mūsdienās viena no cilvēku galvenajām nodarbēm ir kontaktēties ar citiem cilvēkiem. Agrāk tas bija visai viegli, taču šajā tehnoloģijas laikmetā komunikācija kļūst nedaudz sarežģītāka. Šobrīd mēs atrodamies visgrandiozākajā izmaiņu epicentrā kopš laikrakstu izgudrošanas. Šajā rakstā mēs dosimies pa informācijas vēstures takām, balstoties uz gadiem ilgi vākiem, bet varbūt ne pārāk nopietniem pierādījumiem, un mēģināsim atbildēt uz dažiem jautājumiem. Piemēram, kā mēs komunicējam ar citiem cilvēkiem šodien, un, kas vēl svarīgāk, kā mēs to darīsim rīt?

mo pasauli. Pats labākais ir tas, ka jūs varat piedalīties šā fenomena tapšanā! Dosimies ekskursijā pa informācijas vēstures pēdējiem 210 gadiem un ieskatīsimies nākotnē 10 gadus uz priekšu. Sāksim ar 1800. gadu, kad informācijas iegūšana notika pavisam citādi nekā tagad.

Prologs

Šis pētījums nav balstīts uz pamatīgu kvantitatīvu datu apjomu, bet tas apvieno dažādas lietas, ieskaitot intervijas, vispārējus pētījumus un galveno tendenci izpēti. Grafika daļas, kas attiecas uz laika posmu pirms 1990. gada, ir veidotas, balstoties uz intervijām, kā arī uz apjomīgu meklēšanu internetā ar *Google* palīdzību, meklējot informāciju par laikrakstu, televīzijas un radio vēsturi, jeb konkrētāk – kādas informācijas iegūšanas metodes cilvēki lietojuši agrāk. Grafika daļa, kas attiecas uz laika posmu no 1998. gada līdz šodienai, ir balstīta uz visu notikušo pēdējos 11 gados, tas ir, uz aptuveni 1000 pētījumiem un pārskatiem. 2009. gada un tālākās grafika daļas balstās uz autora un daudzu citu cilvēku prognozi turpmākajiem gadiem. Grafiki nav simtprocentīgi precīzi, tie drīzāk sniedz aptuvenu ideju par informācijas “ainavas” pārmaiņām un sagatavo mūs nākotnes sociālajām ziņām, mērķētajai informācijai un tamlīdzīgām lietām. Šī raksta mērķis ir rosināt domāšanu.

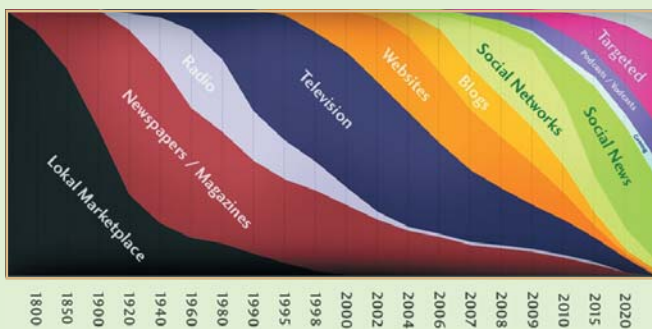
1800. – aci pret aci

1800. gados vienīgais veids, kā sazināties ar citiem cilvēkiem, bija doties pie vēlamās personas. Šajā laikā viss bija balstīts uz komunikāciju “aci pret aci”. Lai pārdotu preci, cilvēkam bija jādodas uz tuvāko tirgus laukumu un personīgi jāsatiek potenciālie pircēji vai jāizveido pārdošanas galds. Lai saņemtu vai nodotu informāciju, bija jāatrodas “pareizajā vietā un pareizajā laikā”. Nebija iespējams zināt, kas notiek citā pilsētas daļā, ne arī pārdot savus produktus cilvēkiem citās vietās. Tikmēr apkārt klīda baumas par tādu jaunievedumu kā laikraksts...

Ap 1900. gadu laikraksti un žurnāli bija radījuši apvērsumu komunikācijā, ļaujot mums uzzināt par lietām, kas ir notikušas tur, kur nekad neesam kāju spēruši. Mēs varējām nodot mūsu idejas cilvēkiem, kurus nekad nebijām redzējuši, kā arī pārdot preces tiem, kas atradās tālu no mums. Kaut arī joprojām bija nepieciešams doties laukā no mājas un ap-runāties ar cilvēkiem, visu bija iespējams uzzināt, nepametot savu pilsētu. Tas bija apbrīnojami, tā bija pirmā īstā informācijas revolūcija! Pasaule kļuva atvērtāka visiem.

Ievads

Mēs šobrīd saskaramies ar pilnīgi jauniem savstarpējās saziņas veidiem, kas visus līdzšinējos veidus padara triviālus. Tā ir fundamentāla pāreja, kas pilnībā pārvērtīs mums zinā-



Pārskats par masu mediju izmaiņu tendencēm laikā no 1800. gada līdz 2020. gadam (prognoze). Ievērojiet, ka laika skala nav lineāra.



Zviedru *Post-och Inrikes Tidningar* ir vecākā avīze pasaulē, kas turpina iznākt arī mūsdienās. Tā dibināta 1645. gadā. Tiesa, kopš 2007. gada avīze lasāma tikai internetā.

1900. – izlasi par visu notiekošo!

Sākot ar 20. gadsimta divdesmitajiem gadiem cilvēku uzmanību pievērsa jauns informācijas avots – radio. Pēkšņi bija iespējams klausīties citu cilvēku balsis vairāku simtu jūdžu attālumā. Bet vissvarīgākais bija svaigākās informācijas iegūšana “dzīvajā”. Tas bija nākamais ievērojamais informācijas revolūcijas solis. Tomēr, kamēr radio attīstījās, līdz pat sešdesmitajiem gadiem mūsu dzīvē joprojām lielu lomu spēlēja laikraksti. Ja kāds vēlējas uzzināt pēdējās ziņas vai informēt citus par savām precēm, vajadzēja pievērsties laikrakstiem. Laikraksti vēl vairāk nostiprinājās kā dominējošais informācijas avots.

1960. – mēs atgriezīsimies tūlīt pēc šiem paziņojumiem

Situācija sāka mainīties 20. gadsimta sešdesmitajos gados. Radio ieņēma arvien lielāku vietu zem saules, nu divi populārākie veidi informācijas ieguvei bija radio ziņas dzīvajā ēterā un detalizētas ziņas laikrakstos un žurnālos. Mēdijiem šis bija lielisks laiks, lai gan daži teica, ka “konkurence no radio puses vajadzīga tikai tāpēc, lai uzlabotu avižu kvalitāti”. Šo apgalvojumu varēja regulāri dzirdēt vēl nākamos 50 gadus.



1961. gads. Vācu strādnieki klausās radio.

1990. – ieslēdz rītdienu

Nākamo 40 gadu laikā notika jauna tehniskā revolūcija – televīzija. Tā sāka piesaistīt publikas interesi piecdesmitajos gados, bet deviņdesmito gadu sākumā jau bija ieņēmusi milzīgu vietu mūsu dzīvē, efektīvi pārspējot laikrakstus un žurnālus, kā arī dominējot pār radio. Tagad cilvēki informāciju varēja ne tikai dzirdēt, bet arī ieraudzīt. Laikā no septiņdesmitajiem līdz deviņdesmitajiem gadiem laikrakstu vadība apjauta, ka ar mediju tirgu notiek kaut kas ļoti slikts. Tāpat jau netrūka problēmu konkurencē ar radio, un nu iejaucās “augstākās ligas spēlētājs” – televīzija.



Līdz 1968. gadam liela daļa Eiropas pārgāja uz krāsu televīziju.

1998. – interneta ausma

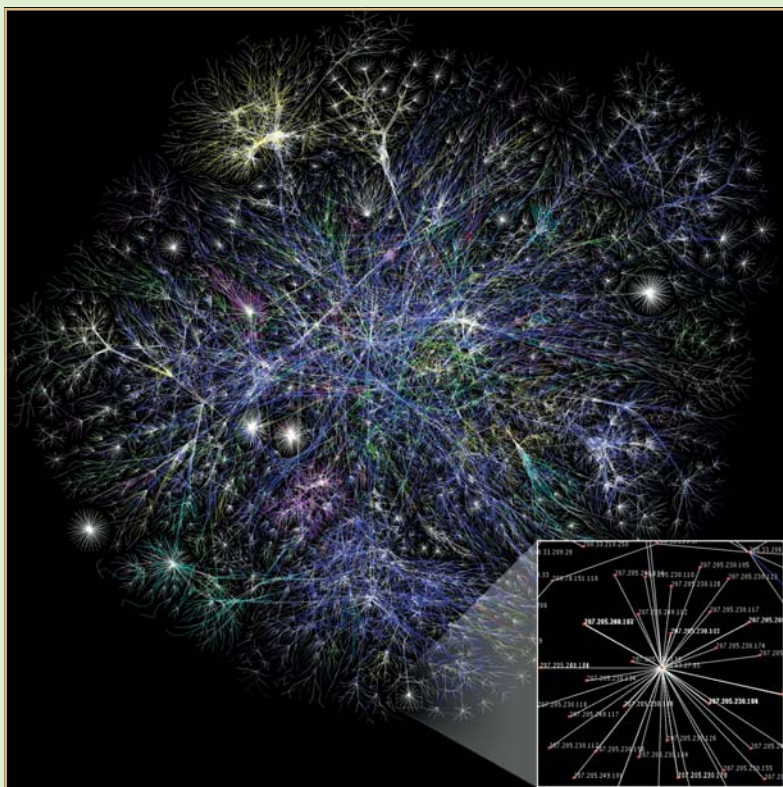
Pagāja vien astoņi gadi un informācijas pasaulē valdīja televīzija. Radio gandrīz vai tika reducēts līdz “vietai, kur paklausīties bezmaksas mūziku”, bet laikraksti centās darīt visu, lai nenogrimtu. Nepārtrauktā tehnoloģijas evolūcija virzījās uz priekšu ar vēl neredzētu apņēmību. Jau iezīmējās jauna fenomena – interneta – aprīse.

1998. gads bija tas gads, kad internets no divainās vietas, kam bija maz saistības ar patiešām svarīgām lietām, pārtapa par vietu, kur “katrai kompānijai vajag savu mājaslapu”. Revolūcija bija sākusies jau pirms trim gadiem, taču 1998. gadā tā sasniedza kritisko masu un pievērsa sev visas pasaules uzmanību, neraugoties uz to, ka internets tika lietots maz un vairākumam iedzīvotāju nebija pieejams. Tomēr visi bija vienprātīgi, ka internets ir jaunais ēras sākums. Internets bija vieta, kur ikviens varēja iegūt informāciju no jebkurienu, vismaz teorētiski.

Cilvēki sāka arī apjaust, ka internets ir kaut kas daudz vairāk par informācijas ieguves vietu. Tu varēji kaut ko dot pretī, pievienojoties sarunai, ne tikai būt pasīvs skatītājs. Bet galvenais – tu varēji izvēlēties, ko tu gribi darīt un kad tu vēlies to darīt. Interneta iespējas bija prātām netveramas.

2004. – es izlemju ko darīt!

2004. gads. Pagāja tikai seši gadi un internets revolūcionarizēja informācijas ieguvei. Televīzija un laikraksti joprojām dominēja kā ziņu avots, bet “jaunā pasaule” pilnīgi noteikti bija meklējama tiešsaistē. Cilvēki veidoja jaunas tīmekļa vietnes un aizrāvās ar dažādu tīkla lietojumprogrammu izmantošanu. Izveidotās informācijas apjoms bija tik liels un iespējas darboties dažādās jomās tik plašas, ka parādījās jauns koncepts – informācijas pārslodze. Pirmo reizi dzīvē mums



Interneta daļas “karte” 2005. gada 15. janvārī. Zaļā krāsā – tīkli ar paplašinājumiem .com un .org, zilā krāsā – .net, .ca, .us. Baltie – nezināmi.

bija vairāk informācijas, nekā spējām aptvert. Laikrakstu laikmetā mēs varējām izvēlēties, ko gribam lasīt. 2004. gadā mums bija jāizvēlas, ko mēs negribam lasīt.

Šis fakts graujoši iedarbojās uz informācijas uzņemšanas tradicionālajām metodēm. Līdz šim, lai piesaistītu cilvēku uzmanību, vienkārši atlika kaut ko izveidot. Tā kā cilvēkiem patīk izvēle, jums atlika to piedāvāt. Bet 2004. gadā šis princips izmainījās. Nepietika izveidot kaut ko citādu, vajadzēja kaut ko labāku.

Šis gads bija arī laiks, kad cilvēku uzmanību sāka iekarot vēl viens jauns fenomens – sociālie tīkli¹ (*social network*). Šī koncepcija pakāpeniski attīstījās uz blogu² (*blog*, tīmekļa žurnāls, emuārs) bāzes. Tas bija vienkāršs un pieejams veids, kā dalīties ar savām idejām. Pirmo reizi vēsturē ikviens varēja izveidot savu “infosfēru”, iztiekot bez tehniskām iemaņām. Apiešanās ar informāciju pārtapa no profesionālu darbarīka par darbarīku ikvienam.

2007. – es arī

Trīs gadus vēlāk interneta sociālās izpausmes parādīja, cik patiesībā cilvēku balsij ir liels spēks. Pirmo reizi televīzija vairs nebija primārais informācijas ieguves veids un laikraksti cīnījās par izdzīvošanu. Ikviens vēlējās izveidot savu personīgo mazo pasaulīti un savienot to ar draugu “pasaulēm”. 2007. gads bija arī pagrieziena punkts tradicionālajām interneta vietnēm, kuras cilvēki arvien biežāk salīdzināja ar laikrakstiem – statisku un pasīvu informācijas formu. Mēs gribējām aktīvu informāciju. Mēs gribējām būt daļa no tā visa, ne tikai skatīties no malas.

Ar laiku arī blogi sāka izjust problēmas. Līdzīgi, kā televīzija reiz aizēnoja radio, jo tā bija labāks un bagātāks veids, kā nodot cilvēkiem aktuālo informāciju, tā arī sociālie tīkli sāka iz-



Sociālā tīkla piemērs – portāls *Crazy FriendZ*.

¹ Sociālais tīkls ir sociāla struktūra, ko veido personas vai organizācijas, kuras apvieno viens vai vairāki savstarpējās saistības elementi – draudzība, gara radniecība, naudas darījumi, nepatika pret kaut ko, seksuālas attiecības, ticējumi, zināšanas vai prestižs (*Vikipēdija*). Piemērs – portāls *draugiem.lv*. – Red. piez.

² Blogs, saīsinājums no termina “weblog”, ir tīmekļa vietnes tips, ko parasti uztur viena persona un raksta regulārus komentārus, notikumu aprakstus, vai ievieto citus materiālus, piemēram, attēlus vai video (*Vikipēdija*). – Red. piez.

spiest blogus. Sociālais tīkls ir daudz aktīvāks veids, kā dalīties ar informāciju par to, kas katram rūp. Sociālie tīkli gluži vienkārši bija labāki šim nolūkam, blogi netika tiem līdz.

2009. – viss ir sociāls

Divus gadus vēlāk, tas ir – šodien, jaunais internets pilnībā dominē pasaulē. Laikraksti nedzīvi peld līdzī straumei un cilvēki arvien mazāk skatās televīziju. Mēs esam jaunie informācijas karaļi un izmantojam sociālos tīklus kā darbarīku, lai sazinātos un komunicētu. Pat tradicionālā interneta vietnes koncepcija iznīkst, to pārspēj nebeidzamā informācijas plūsma no sociālajiem tīkliem.

Pēdējos 210 gados mēs esam pieredzējuši apbrīnojamu informācijas iegūšanas evolūciju. Pamata soļi bija šādi.

1. Iegūt informāciju no attālinātām vietām.
2. Iegūt to dzīvajā.
3. Redzēt to dzīvajā.
4. Izvēlēties, kad un ko skatīties.
5. Spēt piedalīties un komentēt.
6. Publicēt savu informāciju.
7. Būt informācijas avotam.

2009. gads ir nākamās revolūcijas sākums. Viss, ko mēs līdz šim zinām, mainīsies.

Nākotne

Pirmā un dramatiskākā izmaiņa ir sociālo ziņu (*social news*) koncepcija. Tā strauji pārņem mūsu vajadzību būt informētiem un uzzināt pasaulē notiekošo. Ziņas vairs nav tāda informācija, ko paziņo žurnālisti, ziņas tagad nāk no visiem un visurienes. Sociālās ziņas tiek translētas tieši no notikuma vietas, izlaižot tradicionālos mediju kanālus. Tai vietā, lai žurnālists ziņotu, ko teicis analītiķis, jūs klausāties, ko saka pats analītiķis. Sociālās ziņas ir ziņu iegūšana no avota, tieši un bez filtriem.

Mums tuvojas jauns izklaides vilnis, kurā dominē video spēles, video un audio straumēšana³. Tā vietā, lai pieslēgtos televīzijas kanālam, tu izvēlēties, ko un kad gribēsi skatīties. Mēs vairs neabonēsim kanālus, kuros kāds cits izvēlas, kas mums jāskatās. Tu pats kontrolēsi savu izklaidi.

Pamazām arvien pamanāmāka kļūst vēl viena jauna koncepcija – mērķētā informācija (*targeted information*). Mēs jau jūtam, ka mobilie telefoni piedāvā arvien vairāk vietējās informācijas, kas saistīta ar atrašanās vietu. Piemēram, telefons uzrāda nevis visus restorānus pasaulē, bet gan tikai tos, kas ir tuvākajā apkārtnē. Šī ir lieta, kas tuvākajos gados strauji kļūs populāra. Pasaulē, kurā ir pieejams vairāk informācijas, nekā spējām uztvert, iespēja iegūt konkrēti nepieciešamo informāciju ir ļoti svarīga. Tas būs kaut kas vairāk par vienkāršo satura personalizēšanu interneta lietotājam atkarībā no viņa atrašanās vietas, ko redzam šodien.

2020. – tradicionālais ir miris

Nākamo piecu līdz desmit gadu laikā informācijas pasaule izmainīsies. Visas tradicionālās informācijas uzņem-

³ Straumēšana ir informācijas, parasti multivides – audio/video datņu – pārraides process vispasaules tīmeklī, nodrošinot vienmērīgu informācijas plūsmu, kurai saņēmējs var piekļūt reālajā laikā. – Red. piez.

šanas formas būtībā iznīks. Drukātās avīzes vairs nepastāvēs, televīziju ar definētiem kanāliem un programmām aizstās konkrēti raidījumi, kurus varēs skatīties, kad gribas. Radioraidījumus aizstās aplāde jeb tīmekļpraide⁴ (*podcast*).

Arī interneta vietnēm būs daudz mazāka loma, jo to pamatfunkcija būs apkopot citur notiekošās aktivitātes, kļūstot par vietu, kur var iegūt jēlmateriālu, ko pēc tam izmantot citām vajadzībām. Daudzas vietnes un sociālie tīkli saplūdis vienā veselumā.

Sociālās ziņas, kā jau tika minēts iepriekš, kļūs par galveno komunikācijas veidu. Tradicionālo žurnālistiku pilnībā aizstās informācijas ieguve no pirmavotiem. Ikviens būs potenciāls reportieris, bet mērķētās informācijas izmantošana nepieļaus pārāk daudz “trokšņa”. Žurnālisti pārtaps redaktoros, kuri nevis ziņos jaunumus, bet apkopos tos un veidos kopainu.

Nākotnes ziņu straume būs personalizēta un nemitīgi piemērosies tam, ko tu visbiežāk dari – tāpat kā šobrīd vietne *Last.fm* to dara ar mūziku. Itin viss saturēs sevī zināmu mērķēšanu. Un tu pats spēsi kontrolēt visu informāciju, kas plūst tavā virzienā.

⁴ Aplāde jeb tīmekļpraide ir audio vai video datņu epizodiska izplatīšana internetā, izmantojot t.s. sindicēšanu, lai varētu tās atskaņot mobilajās iekārtās un personālajos datoros. Reģistrējušies klienti jauno saturu saņem automātiski. – *Red. piez.*

2010. gadā sāks saplūst divas jaunās koncepcijas. Viena no tām ir gudrā, viedā informācija (*intelligent information*), kur informācijas straume veidojas no dažādiem ziņu avotiem, ne tik daudz sniedzot datus, cik veidojot kopsavilkumus, sašķeļot informāciju un atlasot tās vērtīgākās daļas. Tādā veidā atkritīs nepieciešamība lasīt piecus rakstus par vienu tēmu, bet būs viens raksts, kurā izcelti svarīgākie punkti.

Otrā koncepcija – pasaules informācija būs pieejama gandrīz jebkurā vietā. Iešana pēc avīzes, sēdēšana pie televīzora vai raudzišanās datora monitorā būs noiets etaps. Informācija nebūs kas tāds, kam jādzenas pakaļ, informācija nāks pie jums pati, lai kāda būtu jūsu atrašanās vieta un situācija. Tāpat informācija nebūs tāda, kas “jāpatērē” noteiktā laikā, kā tas notika ar ikvakara ziņām televīzijā. Informācijas straume būs dabiska katra jūsu dzīves mirkļa sastāvdaļa. Statiskās un kontrolētās informācijas uzņemšanas formas, kādas pastāv šobrīd, drīz kļūs par pagātni.

Esi gatavs!

Pajautā sev, vai tu joprojām mēģini pielauzt žurnālistus rakstīt par savām precēm un produktiem? Vai joprojām veido tīmekļa vietnes? Vai tava sociālā tīkla stratēģija ir tik vien kā “uztaisit savu lapu *Facebook*”? Jeb tu kļūsti par dabisku posmu cilvēku informācijas straumē?