

M C M X X I I
VYTAUTO DIDŽIOJO
UNIVERSITETAS

MENŲ FAKULTETAS
TEATROLOGIJOS KATEDRA

Beta Žeimytė

**TINKLAL Aidės SAMPRATA IR PRITAIKYMAS MOKSLEIVIAMs
SKIRTAME LAIDŲ CIKLE**

Bakalauro baigiamasis darbas

Kūrybinių industrijų studijų programa, valstybinis kodas 612P96003

Komunikacijos studijų kryptis

Vadovas (-ė) Dr. Agnė Blažienė _____

(Moksl. Laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Apginta Prof. Dr. Jurgita Staniškytė _____

(Moksl. Laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Kaunas, 2019

TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	3
SANTRAUKA	4
SUMMARY	5
ĮVADAS.....	6
I. TINKLAL Aidės SAMPRATA.....	9
1.1. Tinkalaidės terminas ir apibrėžimas	9
1.2. Tinklalaidžių kūrimo pradžia.....	10
1.3. Tinklalaidžių kūrimo įranga ir turinio aspektai	11
1.3.1. Įranga ir įrašo redagavimas	11
1.3.2. Temos pasirinkimas.....	13
1.3.3. Auditorija	16
1.3.4. Sklaidos kanalai.....	17
1.4. Tinklalaidės jaunimo auditorijai	21
2. KŪRYBINIS PROJEKTAS – <i>Viskas (ne)aišku</i>	26
2.1. Projekto idėja ir koncepcija	26
2.2. Kūrybinio projekto SSGG analizė	28
2.3. Detalus įgyvendinimo planas.....	29
2.3.1. Trukmė, vieta, laikas	29
2.3.2. Veiklų planas.....	29
2.3.3. Žmogiškieji ištekliai.....	30
2.3.4. Biudžetas ir lėšų pritraukimas	31
2.3.5. Planuojami rezultatai.....	32
2.4. Tinklalaidės kūrimo įranga ir apdorojimo programos	32
2.5. Tinklalaidės temų pasirinkimas	32
2.6. Projekto tikslinė auditorija.....	36
2.7. Tinklalaidės sklaidos kanalai	36
2.8. Projekto apibendrinimas ir rezultatai	36
IŠVADOS.....	38
LITERATŪROS IR INFORMACIJOS ŠALTINIAI.....	40
PRIEDŲ SĄRAŠAS.....	43
PRIEDAI	44

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

Lentelių sąrašas:

1 lentelė. Kūrybinio projekto SSGG analizė.....	28
2 lentelė. Kūrybinio projekto veiklų planas	30
3 lentelė. Tinklalaidžių pašnekovai ir temos.....	34

SANTRAUKA

Darbo problema. Lietuvoje tinklalaidė ima tik populiarėti, o Jungtinėse Amerikos Valstijose gyvuoja jau nuo 2004 metų. Galima sakyti, kad ši komunikacijos priemonė dar tik įsitvirtina medijų lauke, todėl internetinio turinio kūrėjams kyla nemažai klausimų – kaip kurti tinklalaides, nuo ko pradėti, kokios temos yra aktualios, kokios auditorijos klausosi tinklalaidžių, kokios įrangos reikia, norint kurti tinklalaidę, ar nustatyta interviu / pokalbio trukmė, kokie efektyviausi ar populiariausi viešinimo kanalai ir panašiai. Lietuvių kalba apibendrintos ir susistemintos teorinės informacijos, atsakančios į visus šiuos klausimus, internete beveik nėra, o užsienio kalbomis rasti sudėtinga, todėl kūrėjai gali vadovautis tik esamais pavyzdžiais ir praktiku darbai.

Darbo objektas – tinklalaidės. Objektas darbe nagrinėjamas tinklalaidės kūrimo pradžios, apibrėžimo ir panaudojimo galimybių rėmuose.

Šio **darbo tikslas** – aptarti tinklalaidės sampratą, ypatybes ir pritaikyti sukauptas žinias kuriant moksleiviams skirtą tinklalaidžių ciklą – *Viskas (ne)aišku*.

Darbo dalys – šį darbą sudaro 3 dalys. Pirmojoje – teorinėje darbo dalyje – aptariamas tinklalaidės terminas ir apibrėžimas, tinklalaidžių kūrimo pradžia, tinklalaidėms kurti reikalinga įranga bei turinio aspektai, aptariamos tinklalaidės, skirtos jaunimo auditorijai. Antroji darbo dalis skirta pristatyti kūrybinį projektą – tinklalaidžių ciklą – *Viskas (ne)aišku*, jo idėją, koncepciją, įgyvendinimo planą, tinklalaidžių sukūrimui reikalingą įrangą, tikslinę auditoriją. Trečiojoje dalyje darbas yra apibendrinamas ir pateikiamos išvados. Taip pat darbo pabaigoje pateikiami priedai, kuriuos sudaro tinklalaidžių klausimynai, nuotraukos ir maketai, naudojami projekto viešinimui.

Kūrybinio projekto *Viskas (ne)aišku* tikslas – sukurti tinklalaidžių, kuriose aptariamos moksleivių auditorijai aktualios temos ir rūpimi klausimai, kalbinant atitinkamą temą išmanačius, jaunus ir veiklius žmones. Remiantis teorijos duomenimis ir analizuojant problemos aktualumą, nuspręsta inicijuoti tęstinį projektą, kuris įkvėptų ir ugdytų jaunąją kartą bei padėtų atsakyti į jiems aktualius klausimus. Lietuviškų tinklalaidžių sąrašė nėra tinklalaidės, skirtos tik moksleivių auditorijai, o remiantis Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūra *Inspired UM* 60 procentų Lietuvos interneto vartotojų, klausančių tinklalaidės, yra 18–24 metų amžiaus grupėje.

SUMMARY

The title of the thesis: The Concept of Podcasting and Its Adaptation to the Podcast for Students.

The problem of the thesis – in Lithuania, podcasts are becoming more popular, while in the United States of America it has been around since 2004. It can be said that this communication tool is still new in the media field. Because of that there are a number of questions for web content creators: how to create a podcast, from where to start, what topics are relevant, which audience groups are listening to podcasts, what publicity channels are the most popular and effective. There are no generalized and structured theoretical information in Lithuanian language and it is hard to find online information in other languages which answers all these questions. Therefore, web content creators have to follow existing examples and rely on other creators works.

The object of this thesis – podcasts. The thesis explores the beginning, definition and use possibilities of the podcast.

The aim of the thesis is to discuss the concept and features of the podcast. Apply acquired knowledge in creating podcast cycle for school students. The project is called “Everything is (un)clear”.

This paper work contains 3 parts. In the first one the term and definition of the podcast is analyzed, the start of it and the equipment needed to create the podcast is described, the content aspects and the podcasts for young audience are discussed. The second one is for presenting creative project “Everything is (un)clear”. Its idea, the target audience, concept, implementation plan and equipment for creating podcasts are presented. Project is summarized and conclusions are given in the third part of the paper work. Accessories of the thesis contains podcasts questionnaires, photos and layouts used to publicize the project

The aim of project “Everything is (un)clear” is to create a podcast that discusses the topics of interest of school students by talking to young and active people. Based on the theory data and analyzing the relevance of the problem, it was decided to initiate a follow-up project that would inspire and educate the younger generation and help answer the questions they need. There are no podcasts in the list of Lithuanian podcasts intended exclusively for school students' audience, and according to Lithuanian media planning agency *Inspired UM*, 60% of Lithuanian Internet users in the 18-24 age group are listening to podcasts.

IVADAS

Šiame technologijų amžiuje informacijos transliavimo, siuntimo ir gavimo kanalų bei formų gausu. Vis labiau plintant sparčiam gyvenimo tempui, interneto vartotojai nori lengvai ir greitai pasiekti reikiamą informaciją, o pramoginio turinio ieško nesudėtingo, įdomaus ir įtraukančio. Atsižvelgdami į tai kūrėjai ieško naujų būtų transliuoti savo žinutę. Viena pasakojimo formų internetinėje erdvėje – **tinklalaidė**. Tai skaitmeninio garso formato laida-pokalbis, kuris gali būti parsisiunčiamas iš interneto arba klausomas per kompiuterį arba kitą mobilųjį įrenginį turint interneto ryšį. Tinklalaidės technologija iš pradžių išsivystė iš visuomenės noro turėti galimybę parsisiųsti garso ir vaizdo turinį į savo skaitmeninį grotuvą. Kompanija *Apple* 2001 metais išleido pirmąjį nešiojamąjį skaitmeninį garso leistuvą pavadinimu *iPod*. Po kelerių metų, remiantis nešiojamojo įrenginio paskirtimi ir pavadinimu, kūrėjai nusprendė sukurti naują unikalią terpę ir pavadino ją – *podcast*. Angliškas žodis *podcast* sudarytas iš dviejų žodžių – *iPod* (*Apple* kompanijos sukurtas nešiojamas muzikos grotuvas) ir *broadcast* (liet. *transliuoti*). *Apple* integravo tinklalaides į muzikos klausymo programą *iTunes* ir taip pristatė jas plačiajai publikai. Tinklalaidžių sukūrimo pradžioje tinklalaidžių autoriai dažniausiai buvo tinklaraštininkai, vėliau temų pasirinkimas tapo platesnis ir savo tinklalaides ėmė kurti laikraščiai, žurnalai, radijo stotys bei televizijos kanalai. Šis naujas komunikacijos kanalas leido dar plačiau skleisti žinias, naujienas, nuomones ir šviečiamąją medžiagą tinklalaidės forma.

Lietuvoje tinklalaidė dar tik ima populiarėti, o Jungtinėse Amerikos Valstijose gyvuoja jau nuo 2004 metų. Galima sakyti, kad ši komunikacijos priemonė dar tik įsitvirtina medijų lauke, bet tai daro labai sparčiai, nes per pusmetį (nuo 2018 m. lapkričio iki 2019 m. gegužės) Lietuvoje atsirado nemažai naujų tinklalaidžių: *JustIn Lithuania*, *VMU podcast* (dabar – *Mes 360*), *Greito gyvenimo lėti pokalbiai*, *Skrieja kamuolys* ir kt.

Darbo problema siejama su tuo, kad internetinio turinio kūrėjai susiduria su įvairiais klausimais – kaip kurti tinklalaides, nuo ko pradėti, kokios temos yra aktualios, kokia auditorija klausosi tinklalaidžių, kokios įrangos reikia, norint kurti tinklalaidę, ar nustatyta tinklalaidės (interviu / pokalbio) trukmė, kokie efektyviausi ar populiariausi viešinimo kanalai ir panašiai. Lietuvių kalba apibendrintos ir susistemintos teorinės informacijos, atsakančios į visus šiuos klausimus, internete beveik nėra, o užsienio kalbomis rasti sudėtinga, todėl kūrėjai gali vadovautis tik esamais pavyzdžiais ir praktikų darbais.

Atsižvelgiant į aprašytą problemą, keliamas šio **darbo tikslas** – aptarti tinklalaidės sampratą, ypatybes ir pritaikyti sukauptas žinias kuriant moksleiviams skirtą tinklalaidžių ciklą *Viskas (ne)aišku*.

Darbo objektas – tinklalaidės. Objektas darbe nagrinėjamas tinklalaidės kūrimo pradžios, apibrėžimo ir panaudojimo galimybių rėmuose.

Uždaviniai:

1. Aptarti tinklalaidės terminą ir kitas, su komunikacijos priemonėmis susijusias, sąvokas.
2. Išnagrinėti ir aptarti Lietuvos ir užsienio mokslininkų bei praktikų darbuose minimus reikalavimus tinklalaidžių kūrimui.
3. Atsižvelgiant į teorinėje dalyje aptartą medžiagą, įgyvendinti kūrybinio projekto *Viskas (ne)aišku* pagrindinę idėją – sukurti 5 tinklalaidės moksleiviams.
4. Pateikti išvadas apie tinklalaidžių ypatybes, kūrybinio projekto kūrimo ir dalinio įgyvendinimo procesą.

Kūrybinio projekto *Viskas (ne)aišku* tikslas – sukurti tinklalaidžių, kuriose aptariamos moksleivių auditorijai aktualios temos ir rūpimi klausimai, kalbinant atitinkamą temą išmanačius, jaunos ir veiklius žmones. Lietuviškų tinklalaidžių sąrašė nėra tinklalaidžių, skirtų tik moksleivių auditorijai, o remiantis Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūra *Inspired UM*, 60 procentų Lietuvos interneto vartotojų, klausančių tinklalaidės, yra 18–24 metų amžiaus grupėje. Kaip rodo tyrimai, jauni žmonės yra linkę klausytis tinklalaidžių, o sukūrus moksleivių auditorijai skirtą tinklalaidę būtų galima stebėti jaunimo auditorijos polinkį klausytis tinklalaidžių.

Nagrinėjant teorinę darbo medžiagą, taikyti analizės ir sintezės **metodai**. Rengiant kūrybinį projektą, analizės metodas pasitelktas siekiant nustatyti Lietuvoje kuriamų tinklalaidžių bendras ypatybes, atrasti skirtumų.

Mokslinių tyrimų ir literatūros apžvalga. Kadangi tinklalaidė, kaip komunikacijos priemonė, yra ganėtinai naujas reiškinys, daugiausia literatūros galima rasti ankstyvojoje jos atsiradimo stadijoje – apie 2004–2006 metus. Juose apžvelgiamas tinklalaidės atsiradimas (Vogele, 2006, Berry, 2015), ypač daug straipsnių ir knygų skirta tinklalaidžių panaudojimui edukacijoje – mokyklose, universitetuose paskaitų metu, mokantis kalbų (Richardson, 2006). Galima rasti ir keletą magistro baigiamųjų darbų, kuriuose analizuojamos tinklalaidės internetinės žiniasklaidos aspektu (Amčikovaitė, 2018) bei kaip atsisiunčiamus transliacijos įrašus galima panaudoti televizijos reklamai (Pocius, 2009).

Šį darbą sudaro 3 dalys. Pirmojoje – teorinėje darbo dalyje – aptariamas tinklalaidės terminas ir apibrėžimas, tinklalaidžių kūrimo pradžia, tinklalaidėms kurti reikalinga įranga bei turinio aspektai, aptariamos tinklalaidės, skirtos jaunimo auditorijai. Antroji darbo dalis skirta pristatyti kūrybinį projektą *Viskas (ne)aišku*, jo idėją, koncepciją, įgyvendinimo planą ir pan. Trečiojoje dalyje darbas yra apibendrinamas ir pateikiamos išvados. Taip pat darbo pabaigoje

pateikiami priedai, kuriuos sudaro tinklalaidžių klausimynai, nuotraukos ir vizualai, naudojami projekto viešinimui.

1. TINKLAL AidĖS SAMPRATA

1.1. Tinkalaidės terminas ir apibrėžimas

Pagal Oksfordo žodyne randamą apibrėžimą, *podkastas* arba *tinklalaidė* (angl. *podcast*) yra internete patalpinta prenumeruojama garso arba vaizdo ir garso rinkmena. Tai gali būti tiek internete patalpinti radijo laidų įrašai, tiek išskirtinai interneto vartotojams sukurtas turinys, kurį galima parsisiųsti į kompiuterį arba mobilųjį įrenginį. Kiekviena tinklalaidė yra sudaryta iš atskirų epizodų serijos ir gali būti prenumeruojama specialioje platformoje arba per RSS (XML failų formatų šeima internetiniam duomenų rinkimui iš naujientinklų (angl. *news websites*) ir tinklaraščių (angl. *weblogs*)).

Pirmą kartą žodis *podcast* ar *podcasting* buvo pasiūlytas vartoti britų nacionalinio dienraščio *The Guardian* straipsnių autoriaus ir BBC žurnalisto Ben Hammersley. Jis 2004 metais ši žodžių junginį pavartojo rašydamas straipsnį *Audible revolution – Why online radio is booming* (liet. *Garso revoliucija – kodėl internetinis radijas klesti*) ir nuo to laiko ši sąvoka labai išpopuliarėjo. 2005 metais ši sąvoka pripažinta „metų žodžiu“ Naujajame Oksfordo amerikietiška žodyne (angl. *The New Oxford American Dictionary*). Angliškas žodis *podcast* sudarytas iš dviejų žodžių – *iPod* (*Apple* kompanijos sukurtas nešiojamas muzikos grotuvas) ir *broadcast* (liet. *transliuoti*). Šis terminas gali būti šiek tiek klaidinantis, kadangi tinklalaidžių klausymui nėra būtinas *iPod* prietaisas ar bet kuris kitas nešiojamasis grotuvas, taip pat nėra ir tiesioginio transliavimo, kuris atitiktų Jungtinių Amerikos valstijų Federacinės komunikacijos komisijos nuostatas (Vogele, Gard, 2006).

Nepaisant to, kad kompanija *Apple* nėra šio pavadinimo sumanytoja, tai jai buvo nauja ir įdomi patirtis, leidusi labiau padidinti visuomenės susižavėjimą įmonės produktais ir pozicionuoti *iPod* kaip tinklalaidės tiekėją, integruojant tinklalaidžių klausymą per programą *iTunes*. Tinklalaidės vedėjas ar autorius anglų kalba vadinamas *podcaster*, o programinė įranga, valdanti automatinį medžiagos atsisiuntimą, vadinama *podcatcher*. Kai vaizdo įrašai yra perduodami be garso, vartojama *vodcast* sąvoka.

Valstybinė lietuvių kalbos komisija rekomenduoja žodį *podcast* vartoti lietuvišku žodžiu *tinklalaidė*, sudaryto iš dviejų žodžių – *tinklas* ir *laida*. Valstybinės lietuvių kalbos komisijos Konsultacijų banko įrašė šis žodis apibūdinamas kaip *skaitmeninio formato muzikinė laida ar pokalbis, kuriuos galima parsisiųsti, turint prieigą prie interneto ryšio*. Pastebėjus, kad šis sklaidos būdas lietuvių yra įvardijamas tiek svetimžodžiu *podcast*, tiek lietuvišku atitikmeniu *tinklalaidė*, šių žodžių vartojimo dažnumą padeda nustatyti paieškos sistema *Google*. Kiekvieną žodį įrašius į paieškos sistemą galima matyti, kad lietuviai nėra linkę vartoti lietuviško žodžio *tinklalaidė* (paieškos sistema rodo 9410 pavartojimo atvejų). Dažniau vartojami savotiški dūriniai, tai yra

žodžiai, sudaryti iš svetimžodžio *podcast* ir lietuviškos galūnės, kuri leidžia sudaryti reikiamą tokio dūrinio linksnį. Pavyzdžiui, paieškos sistema *Google* rodo, kad žodžio *podcastas* yra apie 913000 pavartojimo atvejų, žodžio *podcastai* – apie 25700 atvejų, žodžio *podkastas* – apie 117000 pavartojimo atvejų. Atsižvelgiant į tai galima manyti, kad lietuviškų tinklalaidžių kūrėjai, aprašydami savo kuriamą įrašą, gali nesirinkti tai įvardyti lietuvišku žodžiu *tinklalaide*, o rinktis svetimžodžio ir lietuviško žodžio dūrinį. Tokį pastebėjimą įprasmina keletas jau sukurtų lietuviškų tinklalaidžių, kurių pavadinimai – *NYLA podkastas*, *Sultys podcastas*, *ŽTB¹ Podcastas*, *IK podkastas*.

1.2. Tinklaidžių kūrimo pradžia

Tinklaidės atsiradimas siekia dar 1980-uosius metus. Tuo metu buvo pradėti kurti garso tinklaraščiai (angl. *Audioblogging*). Tinklaidės formatas įsitvirtino tik 2004 metais. Sociologės Colette Vogele ir Elizabeth Townsend Gard (2006) sutinka, kad originalios tinklaidės šaknys siekia bent jau 2001 metus ir yra artimai surištos su tinklaraščių vystymusi. Tinklaraščiai istoriškai buvo tik teksto ir nuotraukų pavidalu, bet paprastas garso įrašymas ir vaizdo fiksavimas daugelį žmonių pastūmėjo į garso ir vaizdo tinklaraščių pasaulį (kartais internetinėje kalboje dar vadinamų *vlogų*). Dėl geresnio termino stokos, dabar tai vadinama tinklaidėmis.

Ankstyvuosiuose straipsniuose apie tinklaides bei jų kūrimą (Menduni, 2007; Madsen, 2009) autoriai jas laikė radijo tęsiniu, pridėtine dalimi. Menduni (2007) tinklaides apibūdina kaip tiltą tarp interneto radijo ir tradicinių bevielio radijo formų, primena megėjišką tinklaidžių kūrimo etapą, ir laiko tai sprendimu, atspindinčiu „radijo praeitį, o ne ateitį“. Pavyzdžiui, apie 1910–1920 metus radijo saviveiklininkai kūrė savo radijo imtuvus prieš prasidedant masinei gamybai. Tai rodo, kad tinklaidžių kūrimas yra vidutinės trukmės technologija, atspindinti vieną iš galimų radijo formų ir atskleidžianti skaitmeninių technologijų galimybes. Tinklaidės kilo ne iš vieno išradėjo idėjos – per tiek metų jos buvo tobulinamos kūrėjų, kurie sujungė ir pritaikė sau kitų praktikų kūrinius. Henry Jenkins teigia, kad ankstyvosios žiniasklaidos susiliejimo į vieną mediją dienos buvo „tam tikros rūšies dumblas – susiliejęs ryšys tarp įvairių žiniasklaidos technologijų, o ne visiškai integruota sistema“ (2004, p. 34). Tokios pilnai integruotos sistemos atsirado daug vėliau (Berry, 2015).

Tinklaidės technologija iš pradžių išsivystė iš visuomenės noro turėti galimybę parsisiųsti garso ir vaizdo turinį į savo skaitmeninį grotuvą. Kompanija *Apple* 2001 metais išleido pirmąjį nešiojamąjį skaitmeninį garso leistuvą pavadinimu *iPod*. Tai buvo populiariausias tokios rūšies muzikos klausymo įrenginys, per penkerius metus jo buvo parduota daugiau nei 40 milijonų vienetų. Tuomet juo buvo galima parsisiųsti muziką bei filmus, bet to neužteko, todėl atsirado ir

¹ ŽTB – Žmogaus teisių balsas.

tinklalaidžių poreikis. Kūrėjai nusprendė sukurti naują unikalią terpę ir pavadino ją – *podcast*. Šis naujas komunikacijos kanalas leido dar plačiau dalintis žiniomis, naujienomis, nuomonėmis ir šviečiamąja medžiaga tinklalaidės forma. Temų gausybė ir įvairumas atsiskleidė nuo pat tinklalaidės sukūrimo – jau tuo metu žmonės galėjo rasti jiems įdomaus turinio – nuo futbolo rungtynių apžvalgų iki istorijų apie zombių apokalipsę ir bet ko, ką tik galima įsivaizduoti (Rainsbury, McDonnell, 2006).

1.3. Tinklalaidžių kūrimo įranga ir turinio aspektai

Norint sukurti tinklalaidę yra reikalingos kūrybinės ir techninės priemonės. Jungtinėse Amerikos Valstijose vis sparčiau populiarėjant tinklalaidėms, medijų teoretikai bei žurnalistai pradėjo rašyti apie šios komunikacijos priemonės kūrimo ypatumus bei teikiamą naudą, ypač švietimui. Pedagogikos specialistas ir knygos *Blogs, wikis, podcasts, and the other powerful web tools for classrooms* (liet. *Dienoraščiai, vikiai, tinklalaidės ir kitos galingos žiniatinklio priemonės klasėms*) autorius Will Richardson (2011) pastebėjo, kad norint sukurti tinklalaidę reikia visai nedaug ir nesudėtingos technikos: a) skaitmeninio garso įrašymo įrenginio, kuris gali sukurti MP3 failą, b) laisvos vietos kompiuterio serveryje, c) tinklaraščio ir d) žinoti, ką norima pasakyti. Tai viena iš priežasčių, kodėl per pirmus šešerius tinklalaidžių gyvavimo mėnesius jų buvo sukurta daugiau nei 5000, ir skaičius tik auga.

1.3.1. Įranga ir įrašo redagavimas

Sociologė Colette Vogele (2006) išskyrė pagrindines tinklalaidės sudedamąsias dalis: garso ir / arba audiovizualinis failas, kuris yra archyvuotas ir prieinamas internete, išsaugotas tokiu formatu, kad būtų galima jį parsisiųsti ir perkelti į nešiojamą muzikos grotuvą ar kitą skaitmeninį įrenginį. Svarbu nepamiršti, kad tinklalaidė nėra tik atsisiunčiamas failas. C. Vogele (2006) akcentuoja, kad atsisiunčiami failai nėra naujiena, jie jau seniai egzistavo internete, o unikali tinklalaidės savybė yra ta, kad čia taikomas **prenumeravimo modelis**, kuris naudoja turinio technologiją (pvz., RSS arba Atom), kitaip tariant, taip garso arba garso ir vaizdo failas lengviau ir greičiau pasiekia vartotoją (Vogele, 2006).

Taigi, norint sukurti paprasto formato tinklalaidę brangios technikos tikrai nereikia. Bet socialinių tinklų bei technologijų amžiuje, kur vertinamas ne tik turinys ar žinutė, bet ir jos perdavimo kokybė, vien mobiliajame telefone esančios garso įrašymo programos ir tinklaraščio tikrai nepakanka. Žurnalistas Paul Bradshaw (2011) pataria atsižvelgti į tai, kiek garso medžiagos norima įrašyti, tai padės išsirinkti reikalingą įrangą. Pradedantiesiems tinklalaidžių kūrėjams

P. Bradshaw (2011) pataria naudoti skaitmeninį įrašytuvą, kuris išsaugo failus WAV, WMA arba MP3 formatu, turi ne mažiau nei 20 valandų saugyklos įrašams ir USB jungtį, kuria būtų nesunku perkelti rinkmenas į kompiuterį. Daugelis skaitmeninių įrašytuvų turi integruotą mikrofoną, bet norint tikrai kokybiško įrašo, verta įsigyti mikrofoną ir ausines. Tai apsaugo nuo pašalinio triukšmo, traškesio, šnypštimo, kurį išgirsti būtų įmanoma tik redaguojant įrašą. Vienas svarbiausių dalykų – prieš įrašą su pašnekovu patikrinti įrangą ir įsitikinti, kad viskas puikiai veikia.

Taip pat, Andy Bull (2010) rekomenduoja įrašinėti tylioje aplinkoje, kad būtų išvengta net mažiausių ir iš pirmo žvilgsnio nereikšmingų garsų – laikrodžio tiksėjimo, automatinių durų, ventiliatoriaus ir panašiai. Bet kita vertus, autorius pabrėžia ir natūralaus garso svarbą, nes natūralūs garso efektai klausytojui suteikia stiprų vietos jausmą. Rekomenduojama įrašyti trumpą aplinkos, kurioje esama, garso pavyzdį, kad būtų galima pagyvinti tinklalaidės epizodą, ir klausytojui būtų lengviau įsivaizduoti, kur ir apie ką kalbama tinklalaidėje.

Įrašo redagavimas

Prieš pradėdant redaguoti įrašytą pokalbį su pašnekovu, P. Bradshaw (2011) siūlo įsitikinti, ar yra įrašytas visas suplanuotas pokalbis ir ar nereikia pakartoti tam tikrų pokalbio dalių, nes pašnekovui išvykus tokios galimybės gali nebebūti. Įsitikinus, kad pokalbis sėkmingai pavyko, galima pradėti garso redagavimą. Populiariausios įrašų redagavimo programos yra *Audacity*, *GarageBand* ir *Adobe Audition*. *Audacity* yra nemokama programinė įranga, kurią lengva įdiegti į kompiuterį. Ji ypač rekomenduojama pradedantiesiems kūrėjams, nes leidžia įrašyti tiesiogiai iš kompiuterio, o tai labai padeda mažai patirties turintiems asmenims, norintiems įgyti pagrindinių įrašų redagavimo įgūdžių, pvz., įrašyti, ištrinti, karpyti ir perkelti garso įrašus ar jų dalis. Šioje programoje galima redaguoti *WAV*, *AIFF*, *AU*, *IRCAM* ir *MP3* rinkmenas, o parsisiųsti programą gali tiek *Windows*, tiek *Mac* operacinių sistemų naudotojai. *Audacity* teikia ir nemokamą naudojimosi pamoką, kurioje nurodomas kiekvienas veiksmas, ir kaip jį atlikti. *GarageBand* programa yra skirta kompiuteriams, kuriuose yra *Mac* operacinė sistema, ir jau labiau patyrusiems tinklalaidžių kūrėjams, nes joje galima pridėti muzikos ir garso efektų.

Minėtas autorius P. Bradshaw (2011) rekomenduoja išsaugoti visas įrašų kopijas kompiuteryje, nes redagavimo klaidos atveju kompiuterio atmintyje vis dar bus išlikęs originalus įrašas. Pradedantiesiems reikėtų laikytis tokios redagavimo sekos: redaguoti garsą, karpyti garso takelį ir muziką, įklijuoti efektus. Taip pat redaguojant garso įrašą reikėtų jį atsargiai karpyti – neiškirpti citatos esmės ar kiekvieno pašnekovo įkvėpimo ar mąstymo pauzės. Tačiau galutiniame tinklalaidės įraše tikrai neturėtų likti nereikalingų garsų, tokių kaip kosulys, šnypštimas, netikėti šauksmai ar įsiterpimai. P. Bradshaw (2011) rašo, kad muzika tinklalaidėje prideda jaukumo, tačiau redaguojant reikėtų atkreipti dėmesį į tai, ar ji neužgožia pašnekovų – tokiu atveju muzikinis fonas tik trukdys ir erzins klausytoją. Būtina atsižvelgti ir į tai, kad internete randama muzika gali turėti

autorines teises, todėl reikia įsitikinti, ar galima ja naudotis nemokamai (esama muzikos įrašų, kurie neturi autorinių teisių ir galima ją naudoti nekomerciniais tikslais) arba gauti atlikėjų / muzikantų sutikimą naudoti jų dainos fragmentą savo tinklalaidės įrašė.

Apibendrinant pasakytina, kad tinklalaidėi kurti sudėtingos ir brangios įrangos tikrai nereikia, o redagavimo programų pradėjantiesiems internete tikrai gausu. Tačiau norint kurti kokybišką turinį verta bent šiek tiek investuoti į įrašymui tinkamus mikrofonus. Įrašymui svarbi ne tik technika, bet ir aplinka – reikėtų vengti pašalinių garsų bei įsitikinti, kad pašnekovai įrašė yra aiškiai ir gerai girdimi, o fone skambanti muzika jų neužgožia.

1.3.2. Temos pasirinkimas

Prieš pradėdant kurti tinklalaidę, svarbu apsvarstyti kūrybinius klausimus. Andy Bull (2010) rašo, kad tinklalaidės neturi fiksuoto formato, bet turi daug stilių ar gali būti įvairios. Tai gali būti tiesiog dviejų žmonių pokalbis. Tokios tinklalaidės dažnai būna neformalios, galbūt net chaotiškos. Kita vertus, tinklalaidė gali būti ir kruopščiai surežisuotų epizodų visuma, taigi pati tinklalaidė panaši į standartinę pusvalandžio radijo laidą. Kadangi tinklalaidės gali būti įvairios, nėra nustatyta, kokia turėtų būti epizodų trukmė, apie ką galima ar reikia kalbėti, kokius žmones kalbinti, kiek turi būti tinklalaidės vedėjų ir kt.. Paul Bradshaw (2011) teigia, kad tinklalaidės galima kurti kaip interviu, žmonių nuomonės apklausą, kalbinant juos neoficialiai viešojoje aplinkoje (angl. *Vox pop*), kaip diskusiją, gidą, transliuoti eksperto patarimus, arba tai tiesiog dar vienas būdas skelbti garsinį tinklaraščio įrašą.

Kalbant apie tinklalaidės temą, teigiama, kad geriausias būdas sugalvoti tinklalaidės temą – galvoti apie tai, ką norėtų girdėti tikslinė auditorija, kokios aktualijos, istorijos ar problemos juos supa. Minėtas Paul Bradshaw (2011) nurodo, kad sugalvojus temą rekomenduotina atsakyti į šiuos klausimus:

- Ką klausytojas gaus / gautų iš tinklalaidės?
- Ar patys kūrėjai prenumeruotų tinklalaidę?
- Ar tai išsitęs į savaitinę tinklalaidę?
- Kokios trukmės turėtų būti tinklalaidės?
- Kiek reikia pasiruošimo ir tyrinėjimo?

Paul Bradshaw (2011) pastebi, kad tinklalaidžių populiarumo priežastimi galima laikyti tai, jog jos neapsiriboja temų įvairove, todėl kiekvienas klausytojas gali rasti tai, kuo domisi. Nors pagal tinklalaidės kategoriją ir galima numanyti, kokias temas ar problemas nagrinėja tinklalaidės autorius, kitame organizacijos, įmonės ar autoriaus tinklalaidės epizode tema gali būti visiškai kita. Temų kaitai turi įtakos tai, jog tinklalaidės formatas yra visiškai laisvas, neturi griežtų taisyklių ar

apribojimų. Taip pat autorių ir jų patirties bei išsilavinimo įvairovė lemia tinklalaidžių temų skirtumus, nes žmonės yra suinteresuoti kalbėti, dalintis bei diskutuoti konkrečiomis temomis ar problemomis, kurias supranta bei išgyvena, ir, autorių manymu, yra aktualios visuomenei ir klausytojui.

Tinklalaidės Lietuvoje

Kaip žinoma, užsienyje tinklalaidžių temų įvairovė yra beribė – galima rasti tinklalaidžių maisto, muzikos ar futbolo, fantastinės istorijos apie apokalipsę ar tiriamosios žurnalistikos pokalbių apie žmogžudystes temomis. Nagrinėjant tinklalaidės nepastebėta, kad Lietuvoje būtų oficialus tinklalaidžių grupavimas pagal temas, tik tinklapyje *podcasts.lt* yra sudarytas tinklalaidžių sąrašas lietuvių kalba. Taip pat nepavyko rasti apklausų, kuriose būtų tiriamos klausytojų mėgstamos tinklalaidžių temos. Atsižvelgiant į tai, galima subjektyviai išskirti vienas populiariausių Lietuvos interneto vartotojų tinklalaidės. Tai projekto *Nebegeđa* tinklalaidė *Sultys*, taip pat *Nyla podkastas*, *1k.lt podkastas* bei tinklalaidė *Ką žmonės dirba?* Šias tinklalaides, kurios sulaukia nemažai klausytojų dėmesio ir yra kuriamos skirtingomis temomis, pravartu aptarti plačiau, kad būtų galima žinoti Lietuvoje kuriamų tinklalaidžių aspektus.

Sultys. Ši tinklalaidė yra *Nebegeđa* projekto dalis, kuriame kalbama apie žmogaus kūną, lytiškumą, seksą bei emocinius, psichologinius santykius tiek su savimi, tiek su kitais. Projektas skirtas vyresniems nei 18 metų žmonėms. Projekto autorės Beata Tiškevič ir Kotryna Bass *nebegeđa.lt* puslapyje teigia, kad tai pirmoji tokia tinklalaidė, kurioje atskleidžiami visi tabu, atsakoma į sudėtingus klausimus, pavyzdžiui, kas yra kultūrinis seksizmas; kaip kurti sveikus santykius ir kt. Prie kūrybinės komandos prisijungusi radijo laidų vedėja Rasa Jusionytė tinklalaidės temas papildė jausmų ir emocijų klausimais. Tinklalaidės epizodo metu, vedėja (B. Tiškevič arba R. Jusionytė), kalbina įvairius žmones, seksologus, psichologus, lygių galimybių centro atstovus, istorikus ar akušeres, taip pat ir žymius žmones, kurie dalinasi savo patirtimis ir istorijomis, atsako į klausimus tam tikra tema. 2019 m. gegužės 1 dienos duomenimis) *Spotify* platformoje ir *nebegeđa.lt* puslapyje yra 27 *Sultys* tinklalaidės. Pirmas tinklalaidės pokalbis su Lietuvos literatūros ir meno archyvo direktoriumi ir istoriku Juozapu Blažiūnu *Spotify* platformoje buvo įkeltas 2018 m. rugpjūčio 5 dieną ir vadinosi *Iš kur kilo mūsų seksualinė tyla*. Tinklalaidžių *Sultys* trukmė svyruoja nuo 23 minučių (tinklalaidė *Kam reikalinga mergystės plėvė?*) iki 1 valandos ir 8 minučių (tinklalaidė *Apie reikalavimus vyrams*). Nauja tinklalaidė pasirodo kiekvieną mėnesio sekmadienį. Tinklalaidės *Sultys* pateikiamos tik garso formatu ir yra skelbiamos tokiose internetiniuose puslapiuose bei platformose kaip: *nebegeđa.lt*, *Spotify*, *podtail.com*, *podbean.com*, *apple.com*, *podparadise.com*.

1K podkastas. Ši tinklalaidė yra internetinio tinklapyje 1k.lt dalis. Pagrindinis tinklalaidės vedėjas – komikas Olegas Šurajėvas. Skelbiamų tinklalaidžių prierašuose įvardijama, kad „Į

PODKASTĄ kviečiame pasižymėjusius įvairių sričių atstovus ir šiaip įdomius žmones, kurių nepamatysite per televizorių“. Apskritai tinklalaidžių tema nėra apibrėžta, o kiekvieną tinklalaidę galima pasirinkti tik pagal joje dalyvaujančio pokalbio dalyvio vardą ir pavardę. Tinklalaidžių *IK podkastas* kalba yra visiškai neoficiali, joje vartojama daug anglišku terminų, o temos įvairuoja nuo politikos iki kino. 2019 m. gegužės 1 dienos duomenimis *Spotify* platformoje yra 17 tinklalaidžių. Pirmą tinklalaidę su *Šventinio Bankucheno* komanda paskelbta 2018 m. birželio 5 dieną. Nuo šio laiko buvo stengtasi tinklalaidę publikuoti nuosekliai, ir per mėnesį buvo išleidžiami nuo 2–4 tinklalaidžių. Paskutinė tinklalaidė paskelbta 2018 m. gruodžio 12 dieną. Pokalbių trukmė svyruoja nuo 40 minučių iki 1 valandos ir 19 minučių. Pagrindinis šių tinklalaidžių skirtumas nuo prieš tai minėtų tinklalaidžių *Sultys* yra tas, jog tinklalaidės *IK podkastas* galima rasti *Youtube* platformoje, todėl galima ne tik klausytis, bet ir stebėti filmuotą pokalbį. Klausytis tinklalaidės galima ir kitose platformose, pavyzdžiui: *youtube.com*, *spotify*, *podtail.com*, *podparadise.com*, *podbean.com*, *podcasts.apple.com*.

Nyla podkastas. Ši tinklalaidė yra šiuolaikinių medijų agentūros *Nanook* dalis. Jos įkūrėjai – šiuolaikinės žurnalistikos atstovai Berta Tilmantaitė ir Artūras Morozovas. Kaip rašoma *nanook.lt* puslapyje „NYLA – tai *Nanook* podkastas ieškantiems atsakymų moderniam pasaulyje. Kas savaitę išleidžiamuose epizoduose diskutuojame su pasaulį į priekį vedančiais žmonėmis, rengiame feature temas ir tarpusavyje analizuojame žiniasklaidą“. Galima sakyti, kad *Nyla podkastas* yra viena seniausiai publikuojamų tinklalaidžių lietuvių kalba. Tinklalaidės vedėjas ir prodiuseris – Karolis Vyšniauskas. Pirmoji tinklalaidė *Spotify* platformoje paskelbta 2017 m. rugsėjo 7 dieną, kurios tema *Podkastas apie podkastus*. 2019 metų gegužės 1 dienos duomenimis *Spotify* platformoje yra paskelbtos 82 tinklalaidės. Jų trukmė varijuoja nuo 25 minučių (tinklalaidė *Sean Baker | Nyla talks*) iki 1 valandos 46 minutės (tinklalaidė *Po #metoo: ką darysim su meno kūriniais?*). Projekto *Nyla podkastas* tinklalaidės iš kitų išsiskiria tuo, kad yra ne tik lietuvių, bet ir kai kurios tinklalaidės anglų bei rusų kalbomis.

Ką žmonės dirba? Portalo *ziniuradijas.lt* tinklalaidė *Ką žmonės dirba?* yra tarsi radijo laida, kurią veda Rasa Jusionytė. Ji kalbina įvairius žmones apie jų karjerą, verslą, darbą, savanorystę ir kūrybą. Tinklalaidės aprašyme rašoma: „*Ką žmonės dirba?* – apie kūrybišką požiūrį į gyvenimą ir netradicinį profesinį kelią Lietuvoje. Atviri, nuoširdūs pokalbiai ir praktiniai patarimai žengiant profesinės svajonės link“. Tinklalaidėse vartojama oficiali kalba, išlaikomas radijo laidos formatas. Iš kitų tinklalaidžių ši išsiskiria tuo, jog yra skelbiama vaizdo ir garso įrašo formatu bei tik garso formatu, taigi klausytojas gali pasirinkti, ar klausytis tik pokalbio, ar ir jį stebėti. Tinklalaidžių įrašus galima rasti tinklapyje *ziniuradijas.lt* bei tokiu pačiu pavadinimu sukurtame *Youtube* kanale. Oficialiame portale galima parsisiųsti epizodus į savo mobilųjį įrenginį ar kompiuterį, kur galima pasirinkti *Apple*, *Android* ar *Windows* formatą. *Žinių radijas* jau yra

paskelbęs 139 tinklalaidės *Ką žmonės dirba?*. Jų trukmė beveik nesikeičia, išlieka apie 30 minučių. Epizodai skelbiami kiekvieną mėnesio pirmadienį.

Apibendrinant galima pasakyti, kad vienas svarbiausių tinklalaidės aspektų yra kokybiškas ir įdomus turinys. Kūrėjai gali pasirinkti bet kokią juos dominančią pokalbio temą, nes jų neriboja tinklalaidės formatai. Galima pastebėti, kad Lietuvos tinklalaidžių kūrėjai renkasi įvairias temas, tinklalaidžių trukmė skirtinga, tinklalaidėse išlaikomas interviu / pokalbio formatai, į pokalbį pasikviečiama tiek visuomenei žinomų, tiek sėkmingų nežymių, bet savo sritį išmanančių ir tomis žiniomis su klausytojais galinčių pasidalinti, pašnekovų.

1.3.3. Auditorija

Tinklalaidžių populiarumas sparčiai auga. 2019 metais sausio mėnesį Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūra *Inspired UM* paskelbė tinklalaidžių klausymo apklausos rezultatus. Toks tyrimas Lietuvoje buvo atliktas pirmą kartą ir atskleidė, kad 60 procentų **18–24** metų Lietuvos interneto vartotojų žino, kas yra tinklalaidės, bei jų klauso. Šiek tiek daugiau nei 50 procentų interneto vartotojų, mėgstančių tinklalaides, priklauso 25–34 metų grupei. Kitose amžiaus grupėse tinklalaidžių populiarumas mažesnis. Apklaustųjų tiek moterų, tiek vyrų, klausančių tinklalaides, procentas panašus. Taip pat apklausa parodė, kad tinklalaidės, kaip formatai, yra žinomiausios didžiuosiuose Lietuvos miestuose – Vilniuje, Kaune ir Klaipėdoje. Pajamų atžvilgiu, labiausiai tinklalaidžių klauso aukštas ir vidutines pajamas gaunantys žmonės, jų procentas labai panašus. Tinklalaidžių beveik visai nesiklauso žemas pajamas gaunantys gyventojai. Apklausa taip pat parodė, kad 91 procentas apklaustųjų tinklalaidžių mieliau klausosi gimtąja lietuvių kalba, 60 procentų renkasi anglų ir 36 procentai rusų kalba įgarsintas tinklalaides. Platesnės informacijos apie klausytojų mėgstamas tinklalaidžių temas, kur ir koku metu klausomasi, agentūra nepateikia.

Išsamesnės klausytojų apklausos atliekamos Jungtinėse Amerikos Valstijose. 2019 metų duomenimis, kuriuos pateikė ilgiausiai Amerikoje veikianti skaitmeninės žiniasklaidos vartotojų elgesio tyrimų įmonė *The Infinite Dial*, susipažinusių su tinklalaidėmis skaičius siekia 70 procentų Amerikos gyventojų (apytiksliai 197 milijonai Amerikos gyventojų). Tinklalaidžių žinomumas labai paaugo – 2006 metais apie tinklalaides žinojo 22 procentai amerikiečių. Minėto tyrimo duomenys taip pat parodė, kad 2019 metais tinklalaides per pastarąjį mėnesį klausėsi 36 procentai vyrų ir 29 procentai moterų, tinklalaidės yra populiariausios **12–24** metų amžiaus grupėje (jų klausosi 40 procentų minėtos amžiaus grupės apklaustųjų). Verta pastebėti, kad ši amžiaus grupė dominuoja ir Lietuvoje tarp tinklalaidžių klausytojų. Tyrimas taip pat rodo, kad 53 procentai tinklalaidžių klausytojų naudojami *Spotify* platforma. Verta paminėti, kad 26 procentai apklaustųjų tinklalaides klausosi vairuodami automobilį.

Apibendrinant *The Infinite Dial* bei *Inspired UM* 2019 metų apklausas, galima teigti, kad pagrindinė tinklalaidžių klausytojų auditorija yra 12–24 metų žmonės. Peržvelgus Jungtinių Amerikos Valstijų apklausų įmonės duomenis galima daryti išvadą, kad tinklalaidžių žinomumas ir populiarumas kasmet vis auga, o Lietuvos apklausų kompanija patvirtina, kad nemaža dalis Lietuvos interneto vartotojų žino apie tinklalaides ir noriai jų klauso.

1.3.4. Sklaidos kanalai

Nors esama tinklalaidžių, kurios nufilmuotos rodant dalyvius (laidos formatas), tinklalaidės dažniausiai skelbiamos tik garso formatu, todėl klausytojus lengviausiai pasiekia per muzikos klausymosi internetu platformas, pavyzdžiui: *Spotify*, *iTunes*, *Soundcloud*. Neretai tinklalaidės įrašomos ir laidos formatu, tada kūrėjai gali rinktis *Youtube* platformą. Užsienyje yra populiarūs specialiai tinklalaidėms sukurta platforma *podbean.com*. Tinklalaidės taip pat dažnai transliuojamos per kitus patikimus oficialius tinklapius, tokius kaip *Patreon*, *Aural*, *Casts*, *Downcast*, *SimpleCasts*.

2019 metų sausio 19 dieną Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūra *Inspired UM* viešai paskelbė lietuvių tinklalaidžių klausymo ypatumus. Toks tyrimas šalyje buvo atliktas pirmą kartą. Apklausos rezultatai rodo, kad Lietuvoje tinklalaides klauso ir žiūri 36 procentai interneto vartotojų. Labai aiškiai matomas populiariausias tinklalaidžių klausymo kanalas – *Youtube* platforma. Joje tinklalaidžių klausosi 96 procentai apklaustųjų. Antrasis pagal populiarumą – muzikos transliavimo platforma *Spotify* (joje tinklalaidžių klausosi 14 procentų tyrimo dalyvių). *iTunes* ir *Soundcloud* platformose tinklalaidžių klausosi po 6 procentus apklaustųjų, o 3 procentai tyrimo dalyvių renka kitus kanalus. Remiantis šia apklausa, toliau darbe pravartu panagrinėti platformas, kuriomis dažniausiai naudojasi lietuviai, klausydami tinklalaidžių.

Spotify yra muzikos transliavimo platforma, kurioje yra daugiau nei 8 milijonų takelių biblioteka, leidžianti naudotojams laisvai rinktis mėgstamą muziką ir ieškoti naujos. Duomenys transliuojami iš serverių ir tarpusavio tinklo. Ši platforma, pradėjusi veikti 2008 metais, dabar turi daugiau nei 7 milijonus vartotojų šešiose Europos šalyse. Platforma yra siūloma dvejomis versijomis: nemokama versija su reklamomis ir *premium* versija, už kurią reikia mokėti kartą per mėnesį. *Premium* versijoje yra keletas papildomų funkcijų, pavyzdžiui, galimybė transliuoti muziką greičiau, sinchronizuoti grojaraščius naudotojui neprisijungus prie interneto ryšio. Abi šios paslaugos versijos leidžia neribotą transliavimą ir dauguma vartotojų naudoja nemokamą versiją. Muzikos katalogas abiejų paslaugos vartotojų grupėms yra vienodas (Kreitz, Niemelä, 2010). Ši platforma turi naršyklės grotuvą ir mobiliąją programėlę, todėl jeigu vartotojas turi gerą interneto ryšį, jis gali lengvai ir paprastai klausyti muzikos ar tinklalaidžių.

Spotify platformoje esančią tinklalaidžių biblioteką vartotojas gali pasiekti tuomet, kai užsiregistruoja. Tuomet muzikos transliavimo platformos lango juostoje viršuje, paspaudus ant žodžio *podcasts*, vartotojui bus parodytos populiariausios tiek užsienio, tiek Lietuvos tinklalaidės. Tinklalaidės taip pat galima surasti paieškos laukelyje įrašius žodį *podcast*. Tuomet vartotojas paieškos lange pamatys tinklalaidžių ikonėles ir jų pavadinimus.

Spotify platformoje yra siūlomos tokios tinklalaidžių kategorijos:

- Populiariausios tinklalaidės (angl. *top podcasts*);
- Istorijos (angl. *stories*);
- Verslas ir technologijos (angl. *business & technology*);
- Menai ir pramogos (angl. *arts & entertainment*);
- Švietimas (angl. *educational*);
- Muzika (angl. *music*);
- Gyvenimo būdas ir sveikata (angl. *lifestyle & health*);
- Žaidimai (angl. *games*).

Šioje platformoje pateikiamos visos tinklalaidės vienoje skiltyje ir nėra išskirtos pagal vartojamą kalbą, todėl klausytojas jau turi žinoti tinklalaidės, kurios nori klausytis, pavadinimą ir programos paieškos laukelyje jį įvesti.

SoundCloud yra socialinis tinklas, kuriame muzikos kūrėjai, klausytojai ir prodiuseriai turi galimybę dalintis savo kūryba. Ši platforma, kurią sukūrė švedų kilmės garso dizaineris Alexander Ljung ir elektroninės muzikos kūrėjas Eric Wahlforss, pradėjo veikti 2008 metais. Prieš sukurdami šį socialinį tinklą jo autoriai buvo numatę jį skirti muzikantų bendradarbiavimui, kad būtų lengviau dalintis muzikos įrašais, diskutuoti apie muziką. Vėliau ši platforma buvo pritaikyta muzikos platinimui. *Soundcloud* teikia saugią ir bendradarbiaujančią platformą, kurioje vartotojai gali įkelti ir dalintis garso įrašais, matyti klausytojų statistiką, gauti platformos vartotojų bendruomenės komentarus. Tuo ši platforma ir išsiskiria iš kitų. Ši paslauga išpopuliarėjo nuo pat pirmųjų dienų – dabar per dieną *SoundCloud* platformoje užsiregistruoja apie 70 tūkstančių vartotojų, nors norint pasiekti turinį registruotis nebūtina. Platformos duomenimis, per metus joje apsilanko 200 milijonų žmonių (Giannetti, 2014).

Norint skelbti kuriamas tinklalaidės *SoundCloud* platformoje nieko nekainuoja, tereikia tik užsiregistruoti. Šis socialinis tinklas taip pat siūlo ir kūrybos / kūrėjo gidą (angl. *Creator Guide*) pradedantiesiems tinklalaidžių kūrėjams. Šiame gide yra detalios atsakyti ir aprašyti visi išskylantys klausimai bei nuorodos norint naudotis šia programa bei pateikiami patarimai, kaip surinkti savo klausytojų ratą. Norintiems klausyti tinklalaidžių *SoundCloud* socialiniame tinkle taip pat nieko

nekainuoja, tiesiog reikia užsiregistruoti. Šiame tinkle nėra atskiros tinklalaidžių skilties, todėl klausytojas jau turi žinoti, kokių tinklalaidžių ieškoti.

YouTube yra *Google* bendrovei priklausantis 2005 metais pradėjęs veikti socialinis tinklas, kuriame žmonės gali žiūrėti ir bendrinti originalius vaizdo įrašus visame pasaulyje naudojant tik internetą. *YouTube* yra nemokama paslauga, kurioje užsiregistravę vartotojai gali įkelti bet kokios kokybės vaizdo įrašus ir dalintis jais su potencialia šimtamilijonine auditorija. Nuorodos į naujai paskelbtus vaizdo įrašus, kurias naudoja žiūrovai, gali būti lengvai siunčiamos elektroniniu būdu kitiems, todėl populiarūs vaizdo įrašai greitai pasiekia žiūrovų kompiuterių ekranus bei jų dėmesį. Iš pradžių ši platforma buvo skirta išimtinai vartotojų sukurtiems vaizdo įrašams dalytis, todėl svetainė sparčiai tapo labai populiaria pramogų platforma, kurioje yra įrašų iš televizijos programų, filmų, sporto renginių ir populiariosios muzikos iš viso pasaulio (Freeman, Chapman, 2007).

Šioje platformoje atskiros tinklalaidžių skilties nėra, todėl vartotojas jau turi žinoti, ko norėtų klausyti, ir tinklalaidės pavadinimą įrašyti paieškos laukelyje. Nors ši platforma ir nėra visiškai pritaikyta tinklalaidžių klausymui, nes joje dominuoja vaizdo įrašai, Lietuvoje *Youtube* yra populiariausia tinklalaidžių klausytojų auditorijoje. *Youtube* vartotojai tinklalaidės gali rasti ne tik garso, bet ir vaizdo formatu, o tai didina potencialių klausytojų skaičių.

Kompanija *Apple* 2001 metais išleido **iTunes** patentuotą programinės įrangos *Apple* kompiuteriams skirtą programą, kurioje naudotojas gali leisti muziką standžiajame ar kompaktiniame diske. Buvo numatyta, kad *iTunes* programa *Apple* kompiuteriuose tarnaus taip pat, kaip *Windows Media Player* muzikos leistas *Windows* operacinės sistemos kompiuteriuose. Vėliau buvo sukurta *iTunes* 4.1 versija, leidžianti programą naudoti kompiuteriuose, kuriuose instaliuota *Windows* operacinė sistema, taip pat buvo sukurta *iTunes* muzikos parduotuvė. Ši 2003 metais pradėjusi veikti elektroninė parduotuvė greitai tapo didžiausia internetinės muzikos parduotuvės biblioteka, suteikdama jai konkurencinį pranašumą su daugiau nei 13 mln. dainų parsisiuntimui (Arditi, 2013).

Norint klausyti tinklalaidės *iTunes* platformoje, reikia turėti *iTunes* programėlę kompiuteryje ar mobiliajame telefone. Ją gali atsisiųsti įvairių operacinių sistemų vartotojai. Šioje programoje turinys dažniausiai būna mokamas, o kainos priklauso nuo to, ką norima parsisiųsti.

iTunes platformoje tinklalaidės yra suskirstytos į 16 kategorijų:

- Menai (dizainas, mada, grožis ir kt.);
- Verslas (verslo naujienos, karjera ir kt.);
- Humoras;
- Švietimas (švietimo technologijos, aukštasis išsilavinimas ir kt.);
- Žaidimai ir hobiai (automobiliai, aviacija, žaidimai ir kt.);

- Vyriausybė ir organizacijos (vietinis, nacionalinis, ne pelno siekiantis, regioninis);
- Sveikata (alternatyvi sveikata, mityba ir kt.);
- Vaikai ir šeima;
- Muzika;
- Naujienos ir politika;
- Religija ir dvasingumas;
- Mokslas ir medicina (medicina, gamtos mokslai, visuomeniniai mokslai);
- Visuomenė ir kultūra (istorija, asmeniniai dienoraščiai, kelionės ir kt.);
- Sportas ir poilsis;
- TV ir filmai;
- Technologijos (tinklaidės, programinė įranga, technikos naujienos).

iTunes platformoje tinklaidės galima prenumeruoti, kurti grojaraščius, dalintis patikusiais epizodais socialiniuos tinkluose.

Tinklaidžių sklaidos kanalai Lietuvoje

Lietuvoje nėra tokios internetinės erdvės, kurioje būtų publikuojamos visos tinklaidės lietuvių kalba, nes tai labai nauja, dar tik ieškanti savo auditorijos komunikacijos priemonė. Lietuviškame internetiniame puslapyje *Podcasts.lt* galima rasti egzistuojančias tinklaidės lietuvių kalba, tačiau ten pateikta tik trumpa informacija ir nuorodos į tinklaidės kūrėjo pasirinktus sklaidos kanalus – pačiame internetiniame puslapyje klausyti tinklaidžių galimybės nėra. Pasirinktoje kategorijoje nurodomas tinklaidės pavadinimas, trumpas atrašymas ir nuorodos į internetinį puslapį ar *Facebook* paskyrą bei publikavimo platformas, kuriose ir skelbiami tinklaidžių epizodai.

Lietuvos tinklaidžių kūrėjai savo kuriamas tinklaides platina aptartose *Youtube*, *Spotify*, *iTunes* platformose, dažnai pasirenka ne vieną, o kelias, kad pasiektų daugiau potencialių klausytojų. Taip pat, kaip minėta anksčiau, užsienio publikavimo platformose nėra išskirtos būtent lietuviškos tinklaidės, todėl klausytojas jau turi žinoti, ko ieško, kur ir kokios tinklaidės nori klausyti. Dėl šios priežasties pritraukti klausytojo dėmesį ir suteikti galimybę jam atsitiktinai rasti, paklausyti ir net prenumeruoti tinklaidę yra labai sudėtinga.

Nors anksčiau Lietuvoje atskiros tinklaidžių platformos nebuvo, tiriamuoju laikotarpiu (2018 m. lapkričio mėn. – 2019 kovo mėn.) *15min.lt* tinklapis sukūrė savo tinklaidžių platformą *15min KLAUSYK*, taip pat pradėjo kurti savo tinklaides. Paminėtina, kad kitų kūrėjų tinklaidės programėlėje nepublikuojamos. Kaip *15min.lt* portalo rinkodaros vadovas Gediminas Galkauskas savo *LinkedIn* paskyroje (2018) rašo – „Per pirmąsias dienas nuo *15min Klausyk* programėlės paleidimo, tai viena populiariausių aplikacijų *App Store*. Lietuviško audio turinio tikrai labai

reikėjo“. 2019 metų sausio 18 dieną programėlė buvo antroje vietoj pagal programėlių atsiuntimo kiekį. *15min.lt* tinklalaidės yra pasiekiamos parsisiuntus *15min KLAUSYK* programėlę į išmanųjį telefoną ar kitą mobilųjį įrenginį. Programėlėje patalpinti įgarsinti sporto, kelionių, pasaulio naujienų ir vardų skilčių straipsniai, taip pat kuriamos 9 tinklalaidės: *Urbonusas, Freelancerių dalykai, Urbietis, Mes ne prieš, bet..., Skrieja kamuolys, Atvirai su vadovu, Vitaminai sielai, Ginčas, Ryšys*. Minėtoje *15min KLAUSYK* programėlėje taip pat galima rasti įgarsintą Y. N. Harari knygą *Sapiens. Glausta žmonijos istorija*. Programėlėje galima prenumeruoti ir parsisiųsti tinklalaidės, peržiūrėti klausytų epizodų istoriją.

Internetinio žinių tinklapiu viena populiariausių tinklalaidžių – *Skrieja kamuolys*, kurios tikslinė auditorija – futbolo gerbėjai. Ši *15min KLAUSYK* tinklalaidė turi ne tik daugiausiai klausytojų, bet ir daugiausiai epizodų. Tinklalaidės skelbiamos platformose *podbean.com, youtube.com, itunes.com* ir *15min KLAUSYK*. Tinklalaidę veda *15min* žurnalistas Gintaras Radauskas, o jam talkina *Humoro klubo* komikas ir futbolo fanas Paulius Ambrazevičius bei *Viaplay* komentatorius Rytis Vyšniauskas. Iš Rusijos stadionų aktualiausias naujienas praneša *15min.lt* sporto žurnalistas Marius Bagdonas.

Radijo stotis *Radiocentras* savo internetiniame puslapyje *rc.lt* ir platformoje *Spotify* publikuoja tinklalaidę *Mokslo pasaulyje* – tai radijo laidų įrašas, kuriame vedėjas pasakoja apie pasaulio aktualijas, dalinasi įdomiais faktais.

Agentūra *Socialus marketingas* savo *Youtube* kanale skelbia tinklalaidės pavadinimu *Skamba teisingai*. Jose agentūros vadovas Arijus Žakas dalinasi savo žiniomis apie marketingą ir kalbina kitus rinkodaros specialistus.

Galima sakyti, kad Lietuvos klausytojų poreikis naujam tinklalaidžių turiniui auga, todėl daugėja ir tinklalaidžių. Į tai atsižvelgia ne tik nepriklausomi kūrėjai, bet ir organizacijos bei įmonės, kurios dalinasi žiniomis, plečia akiratį ir savo klientų ratą bei suteikia terpę kurti ir kalbėti kitiems.

1.4. Tinklalaidės jaunimo auditorijai

Atsižvelgiant į tai, jog tolimesni darbo etapai yra susiję su projektu, skirtu jaunimo auditorijai, toliau darbe bus aptariama būtent ši auditorija. Kaip jau minėta 1.3.3. skyriuje *Auditorijos*, pagal 2019 metais atliktų apklausų rezultatus, tinklalaidės populiariausios tarp 12–24 metų amžiaus grupės žmonių, todėl verta aptarti jauniausios kartos charakterio ypatybes, nes šio darbo kūrybinis projektas skirtas būtent šiai auditorijai.

Z kartos jaunimo bruožai

Z kartai priskiriami asmenys yra gimę tarp 1995 ir 2015 metų, todėl 2019 metais jie yra nuo 4 iki 24 metų amžiaus. Ši karta anglų kalboje vadinama *Generation 2020, Internet Generation*,

Screensters, Zeds, Digital Natives arba *Igen*. Lietuvių kalboje dažniausiai vartojamas terminas *Z karta* arba *skaitmeninė karta*. Kūdikių bumo (angl. *Baby Boomers*) kartos atstovai yra gimę apie 1950-uosius, X kartai priskiriami žmonės gimę apie 1965 m., o tūkstantmečio (angl. *Millennials*) arba kitaip vadinami Y kartos žmonės – apie 1995 metus. Kadangi šiuo metu moksleiviai ar jauni studentai priklauso Z kartai, toliau darbe aptariama ši auditorija.

Vienas pagrindinių skirtumų, kuris iškart išskiria Z kartą iš ankstesniųjų kartų yra tas, jog Z kartos žmonės nuo pat kūdikystės susidūrė su mobiliaisiais / išmaniaisiais telefonais, nešiojamaisiais kompiuteriais, bevieliu internetu ryšiu, kompiuteriniais žaidimais. Jie su minėtais dalykais užaugo ir nebeįsivaizduoja kitokio gyvenimo būdo, nestebina, kad dėl to jie, pavyzdžiui Lietuvoje, vadinami *Skaitmenine karta*. Ši karta daug išmano apie naujas technologijas, ypač apie kompiuterius, ir teikia pirmenybę bendravimui socialiniuose tinkluose nei tiesioginiam kontaktui su žmonėmis (Rothman, 2016). Šios kartos studentus motyvuoja galimybė mokytis pagal savo modelį, taip pat skiriasi ne tik juos motyvuojantys veiksniai, tačiau jų mokymosi stiliai, akademiniai įgūdžių rinkiniai, socialinės praktikos ir socialiniai klausimai yra gana skirtingi nei ankstesniųjų kartų (Seemiller, Grace, 2016, žr. Grace-Bridges, 2018).

Knygoje *Naujoji (z) karta – prarastoji ar dar neatrastoji?* (2015) pateiktas Ch. Scholzo (2013, žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015) keturių kartų konceptas, kuriame nurodomi pagrindiniai charakteringi kiekvienos kartos bruožai. Galima matyti, kad Z kartos žmonės apibūdinami kaip *vėjaviški*, labiausiai pripažįsta realizmo požiūrio / filosofijos kryptį, jie yra globalios visuomenės veikėjai, bet išlaiko individualistų vaidmenį. Šios kartos žmonės pasiekia didelis žinių ir informacijos kiekis, o kartos atstovų aktyvumo lygis yra aukštas. Juos mokytis skatina tik pačių noras, t. y. mokosi tik dėl savęs. Šie žmonės vadovaujasi asmeniniais poreikiais, kurie atskirti nuo profesijos, ir privatumu. Taip pat verta paminėti, kad Z kartai didelę įtaką daro technologijų tobulėjimas, globalizacija, įsitraukimas į internetą bei kitą virtualią aplinką. Z kartos atstovai remdamiesi ir vadovaudamiesi šiais veiksniais formuoja savo vertybes. Psichiatras M. Sandomirkis (2011, žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015) išskiria keturias pagrindines vertybių grupes: **socialinės vertybės** (karjera, materialinė padėtis), **šeima**, **dvasinės vertybės** (išsilavinimas, kultūra) ir **sveikata** (saugumas ir fizinė žmogaus sveikata). Įvertinus šios kartos žmonių hiperaktyvumą, emocines problemas ir didesnę konfliktiškumą, manoma, kad ateityje šioje kartoje šeimos vertybę užgoš karjera ir materialinė gerovė, taip pat didės tarpusavio konkurencija, o tai lydės agresyvesnis elgesys su aplinkiniais. Taip pat mažės žmonių, kuriems svarbus išsilavinimas, saviugda, todėl dvasinės vertybės pamažu taps nereikšmingos. Tačiau, tikimasi, kad sveikatos vertybė tik stiprės, nes XXI amžiaus gyvenimo tempas pareikalaus nemažai ne tik fizinio kūno stiprybės, bet ir geros psichologinės būklės (Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015).

Pasak J. Palfrey ir U. Gasser (2011, žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015) skaitmeninės kartos žmonės yra kūrėjai, kurie vis daugiau laiko praleidžia internete, kurdami naują ar perkurdami jau esamą informacinį, pramoginį ar pažintinį turinį socialiniuose tinkluose. Dažnai naudodamiesi, dalindamiesi internete pateikta medžiaga ir ją perkurdami, jie negalvoja apie autorių teises, o jų dalyvavimas kuriant socialinius ryšius ir skaitmeninę kultūrą daro įtaką ir realaus gyvenimo kultūrai. Neretai socialinius tinkluose vyraujančias patyčias ar agresyvius komentarus vaikai perkelia ir į mokyklą.

T. Lumpijeva ir A. Volkovas (2013, žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015) susistemino ir apibūdino skaitmeninės kartos psichologines savybes. Remdamiesi įvairiais moksliniais tyrimais, jie išryškino tokius pirmakursių studentų būdo bruožus:

- Hiperaktyvumas;
- Polinkis į autizmą – tai „kaip raiška nemokėjimo santykiauti su žmonėmis ir aplinka“ (p. 16, žr. žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015);
- Informacijos, prekių, paslaugų, pramogų vartotojiškumas;
- Infantilizacija – suaugusio žmogaus vaikiški psichiniai ar fiziniai bruožai;

Taip pat minėti autoriai pateikia daugiau pirmo kurso studentų charakteristikos: aukštas nerimo lygis, didelis pasitenkinimas savimi, individualizmas, nerūpestingumas, impulsyvumas, polinkis elgtis neapgalvotai, nemoka organizuoti savo laiko bei reflektuoti savo veiksmų, žemi savireguliacijos rodikliai. Atsižvelgdamas į šias charakteristikas, M. Prenskey (2010, žr. Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015) siūlo būdus jei norima, kad studentas galėtų atskleisti visus savo sugebėjimus mokymosi metu, reikia: rasti tinkamą informaciją, naudotis naujosiomis technologijomis, sudominti ir skatinti, taikyti motyvuojančius metodus, atsakyti į klausimus ir dalytis mintimis bei nuomonėmis, kurti tekstus ir rengti pristatymus (Targamadžė, Girdzijauskienė et al., 2015).

Tinklaidės jaunimo auditorijai

Kaip ir minėta anksčiau, dažniausiai tinklaidės skirstomos pagal pokalbių temas, o ne pagal klausytojų auditorijas. Todėl gan sudėtinga nustatyti, kokių tinklaidžių klauso Z kartos atstovai. *Google* paieškos laukelyje įvedus *podkastai jaunimui*, yra siūlomi *1k podkasto* vaizdo įrašai *Youtube* tinklapyje, taip pat *Delfi.lt* straipnis apie *Nyla podkastą*. Tačiau vartojant anglų kalbą ir paieškos laukelyje įvedus *podcasts for teenagers* (liet. *Tinklaidės paaugliams*), gaunama nemažai pasiūlymų paklausti geriausias tinklaidės paauglių auditorijai. Juos galima rasti tokiuose tinklapiuose kaip *parentsmap.com*, *sheknows.com*, *player.fm*, *sunshineandhurricanes.com* ir panašiai. Moksleivių auditorijai skirtų tinklaidžių temos svyruoja nuo paprastų pokalbių, kurių metu dalijami patarimai įvairias klausimais iki *Hario Poterio* knygų aptarimo bei istorijų kūrimo.

Atsižvelgiant į minėtas Z kartos (socialines, sveikatos, šeimos ir dvasines) vertybes, pravartu aptarti užsienyje kuriamų tinklalaidžių **jaunimo auditorijai** aspektus.

Dear Hank and John (liet. *Mielas Henkai ir Džonai*) yra tinklalaidė, kurią veda broliai Hank ir John Green. *WNYC Studios* yra klausytojų remiamas internetinis puslapis, kuriame yra kuriamos ir kitos tinklalaidės: *On the Media*, *Snap Judgment*, *Death, Sex & Money*, *Nancy and Here's the Thing with Alec Baldwin*. Šios tinklalaidės vedėjai yra rašytojai ir populiarūs kūrėjai *Youtube* platformoje. Šioje tinklalaidėje vedėjai atsako į klausytojų užduodamus įvairiausių klausimus (nuo kavos pasirinkimo iki motyvacijos rašyti) ir dalijasi patarimais bei aktualijomis siedami su savo gyvenimo patirtimis, todėl kiekvienos tinklalaidės temos yra skirtingos ir nesikartojančios. Tinklalaidėje vartojama neformali anglų kalba, o pokalbiui vedėjai pasiruošia minimaliai ir tinklalaidės metu bendrauja tam tikra tema arba atsako į užduotą klausimą. *Spotify* platformoje iki 2019 metų gegužės 15 dienos paskelbtos 192 tinklalaidės. Pirmoji tinklalaidė vadinasi *The Debut: do you pee on your own head* ir paskelbta *Spotify* platformoje 2015 m. birželio 6 dieną. Tinklalaidžių trukmė svyruoja nuo 2 minučių 37 sekundžių (tinklalaidė *Hello from Hank and John!*) iki 1 valandos 22 minučių (tinklalaidė *Live from NerdCon: Stories (w/ Karen Hallion!)*). Nauja tinklalaidė skelbiama kiekvieną mėnesio pirmadienį. Tinklalaidės yra tik garso formatu, o jas rasti galima platformoje *Spotify*, *SoundCloud*, *patreon.com*, *Youtube*.

Stuff you missed in history class (liet. *Dalykai, kuriuos praleidote istorijos pamokoje*) yra tinklalaidė, kuri priklauso *iHeartRadio* radijo stoties skilčiai *How Stuff Works* (liet. *Kaip veikia dalykai*). Tinklalaidės vedėjos Tracy V. Wilson ir Holly Frey kiekvienos tinklalaidės metu aptaria įvairius istorijos laikotarpius, įvykius, filmus ar žmones. Tinklalaidėje vartojama taisyklinga anglų kalba, vedėjos tarpusavyje diskutuoja tam tikra tema. Galima sakyti, kad pokalbiui pasiruošta, nes vedėjos dalijasi istorijos faktais, kartais vartojamos sąvokos ar terminai. Platformoje *Spotify* pirmą tinklalaidę paskelbta 2008 metais birželio 9 dieną ir vadinosi *Did Genghis Khan really kill 1748000 people in one hour?* (liet. *Ar Čingis Chanas per vieną valandą iš tikrųjų nužudė 1748000 žmonių?*). 2019 m. gegužės 15 dienos duomenimis *Spotify* platformoje iš viso paskelbta 1231 *Stuff you missed in history class* tinklalaidė. Tinklalaidės trukmė apytiksliai svyruoja nuo 20 minučių iki valandos, tačiau ilgiausiai trukusi tinklalaidė yra *Stop-motion animation history with LAIKA studios* (liet. „*Stop-motion*“ animacijos istorija su „*LAIKA*“ studijomis) – 1 valanda 15 minučių, trumpiausiai trukusi tinklalaidė – 4 minutės 14 sekundžių, pavadinimu *Why was Davy Crockett king of the wild frontier?* (liet. *Kodėl Davy Crockett buvo laukinės sienos karalius?*). Naujos tinklalaidės pasirodo kiekvieną savaitę – pirmadienį, trečiadienį ir šeštadienį. Tinklalaidės yra tik garso formatu ir jas rasti galima platformoje *Spotify*, *podbean.com*, *iTunes*.

Still buffering (liet. *Vis dar stringa*) tinklalaidėje kalbasi trys seserys Sydnee McElroy (Sawbones), Teylor Smirl ir Rileigh Smirl, kurios padeda įveikti atotrūkį tarp praeities, šiandienos ir

ateities paauglių. Merginos tinklalaidžių metu aptaria įvairius, paaugliams aktualius klausimus: kaip nenuobodžiauti, kas vyksta vakarėliuose, kaip palaikyti gerus santykius su draugais ar šeima ir kt. Tinklalaidžių metu vedėjos diskutuoja tarpusavyje, pokalbis yra neformalus ir vyksta anglų kalba. 2019 m. gegužės 15 dienos duomenimis *Spotify* platformoje paskelbtos 167 *Still buffering* tinklalaidės. Pirma tinklalaidė *Spotify* platformoje įkelta 2016 m. vasario 26 dieną. Tinklalaidžių trukmė beveik vienoda – apytiksliai trunka 1 valandą. Trumpiausia tinklalaidė truko 29 minutes 19 sekundžių (tinklalaidė *Still buffering: How to party*), ilgiausiai trukusi tinklalaidė – 1 valanda 6 minutės (tinklalaidė *Still buffering: How to internet videos*). Naujos tinklalaidės skelbiamos kiekvieną trečiadienį, o jas galima rasti tinklalaidės internetinėje svetainėje *maximumfun.org*, taip pat *Spotify*, *podbay.fm*, *podcasts.apple.com*, *podtail.com* ir kt.

Apibendrinant pasakytina, kad Z kartos auditorijos žmonės yra hiperaktyvūs, impulsyvūs, vėjavaiški individualistai, priskiriantys save globaliai visuomenei, taip pat ši karta daug išmano apie naujas technologijas ir teikia pirmenybę bendravimui socialiniuose tinkluose nei tiesioginiam kontaktui su žmonėmis. Dėl šių Z kartos charakterio ypatumų, jaunimui skirtų tinklalaidžių kūrėjai turi nuolatos domėtis aktualijomis ir naujovėmis, atsižvelgti į tai, kokie yra paauglių pamėgti socialiniai tinklai bei platformos. Iš užsienio kūrėjų tinklalaidžių pavyzdžių išryškėjo tai, kad yra atsižvelgiama į jaunimo auditoriją ir jų poreikius bei jiems rūpimus klausimus. Tinklalaidžių metu vedėjai kalbasi tarpusavyje, vartodami neoficialią kalbą, dalijasi naudingais patarimais, savomis patirtimis ir atsako į įvairius klausytojų klausimus, o tinklalaidžių trukmė apytiksliai siekia 1 valandą.

2. KŪRYBINIS PROJEKTAS – *Viskas (ne)aišku*

2.1. Projekto idėja ir koncepcija

Kūrybinis šio darbo projektas *Viskas (ne)aišku* – tinklalaidžių ciklas jaunimo auditorijai. Tinklalaidės kuriamos tiek šio darbo autorės, tiek Vytauto Didžiojo universiteto Kūrybinių industrijų studentės Audronės Žilionytės. Projektas inicijuojamas siekiant įkvėpti ir skatinti moksleivius veikti, keliauti ir domėtis. Tinklalaidės kuriamos temomis, kurios yra aktualios jaunimo auditorijai: pasitikėjimas savimi, hobiai, kelionės ir ateities planai (studijų ar profesijos pasirinkimas, savanorystė), patyčios ir kt. Projekto dalyviai (tinklalaidėse kalbinami pašnekovai) yra jauni, aktyvūs ir ambicingi žmonės. Tinklalaidžių metu jie dalijasi savo istorijomis, sukaupta patirtimi ir patarimais tam tikra tema. Naudojant naują komunikacijos priemonę – tinklalaidę – siekiama plėsti moksleivių akiratį technologijų bei medijų atžvilgiu, paskatinti ugdyti pasaulėžiūrą, įkvėpti veikti ir pamąstyti apie mokslo ir praktikos teikiamus privalumus.

Kūrybinio projekto *Viskas (ne)aišku* tikslas – sukurti tinklalaidžių, kuriose aptariamos moksleivių auditorijai aktualios temos ir rūpimi klausimai, kalbinant atitinkamą temą išmanačius, jaunus ir veiklius žmones.

Uždaviniai:

1. Išgryninti projekto idėją, koncepciją ir tikslą;
2. Paruošti ir atlikti apklausas tinklalaidės temų pasirinkimui;
3. Surinkti projekte dalyvaujančių pašnekovų kontakcinę informaciją;
4. Sukurti vizualus, naudojamus projekto komunikacijai;
5. Sukurti platformos *Youtube* kanalą, kuriame būtų talpinami tinklalaidės epizodai;
6. Sukurti *Facebook* ir *Instagram* socialinių tinklų paskyras, kuriose būtų talpinami įrašai apie vykdomą projektą;
7. Pasiruošti pokalbių klausimyną;
8. Įrašyti tinklalaidės epizodus su projekto dalyviais-pašnekovais;
9. Sukurti trumpus kiekvienos tinklalaidės pristatomojus aprašymus;
10. Parengti projekto komunikacijos ir viešinimo strategiją;
11. Suorganizuoti gyvą projekto pristatymą.

Projekto koncepcija / vizija. *Viskas (ne)aišku* yra kūrybinis projektas, kurio metu kuriamos tinklalaidės (angl. *podcast*), skirtos jaunimo auditorijai. Tinklalaidės talpinamos *Youtube* ir *SoundCloud* platformose, o projektas viešinamas populiariuose socialiniuose tinkluose – *Facebook* ir *Instagram*. Kiekvieną savaitę pasirodančių tinklalaidžių turinį sudaro jaunų ir veiklių žmonių istorijos apie asmeninę patirtį, susijusią su profesijos pasirinkimu, pasitikėjimu savimi,

kelionėmis, savanoryste, savęs ir pasaulio pažinimu. Kiekvienos tinklalaidės apytikslė trukmė numatoma 25–35 minutės. Projekto koncepciją sudaro 4 pagrindinės temos: a) jausmai ir emocijos, b) karjera ir hobis, c) finansai ir politika, d) šių dienų aktualijos. Kiekvienoje kartą per savaitę pasirodančioje tinklalaidėje bus gvildinama nauja tema. Temą plėtoti padės tą sritį išmanantys, ar tam tikra temą *išgyvenę*, pašnekovai, galintys patirtimi pasidalinti jaunimui suprantamomi mintimis, kalba, emocijomis.

Atsižvelgiant į tai, kad projektas skirtas jaunimo auditorijai, projekto kūrėjos, nenorėdamos remtis asmenine, subjektyvia nuomone, atliko **fokus grupės tyrimą**. Jis vyko 2019 m. kovo 12 d. diskusijoje dalyvavo 14 Stakliškių gimnazijos 10–11 klasės mokinių. Moksleivių buvo teirautasi apie jiems aktualias temas, rūpimus klausimus, jų atliekamas veiklas internete, taip pat el. kanalus, kuriais bendrauja su draugais ir kt. (žr. 11 priedas). Visa tai buvo reikšminga, kad projektas kuo labiau atitiktų auditoriją – apimtų tikslinei auditorijai tinkamas temas, projekto sklaida vyktų komunikaciniais kanalais, kuriuos naudoja moksleiviai.

2.2. Kūrybinio projekto SSGG analizė

1 lentelė. Kūrybinio projekto SSGG analizė

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Naujumas – Lietuvoje nėra kuriama tinklalaidžių jaunimo auditorijai. • Pašnekovų entuziazmas ir noras dalyvauti kūrybiniame projekte. • Universiteto parama technine įranga ir galimybė naudotis įrašų studija. • Didelis ir nemokamas tikslinės auditorijos pasiekiamumas internete. • Naudojama Lietuvoje vis sparčiau populiarėjanti komunikacijos priemonė – tinklalaidė. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pradinis biudžetas. • Nedidelė kūrybinė komanda. • Grafinio dizaino kompetencijų trūkumas. • Garso įrašų redagavimo kompetencijų trūkumas. • Pašnekovų užimtumas ir sudėtingas įrašo laiko suderinimas. • Projekto partnerių trūkumas.
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Projekto metu sukurtų tinklalaidžių skelbimas <i>Spotify</i> platformoje. • Tinklalaidžių filmavimas ir talpinimas <i>Youtube</i> platformoje. • Užmegzti ryšiai su partneriais; • Vieši kūrybinio projekto pristatymai ir renginiai su pašnekovais. • Bendradarbiavimas su įvairiomis jaunimo organizacijomis. • Tęstinumas; • Projektų jungimasis; • Kūrybinės komandos padidėjimas. • <i>Viskas (ne)aišku</i> internetinio puslapio sukūrimas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorijų nepasiekiamumas ir nesudominimas; • Techniniai nesklandumai; • Biudžeto trūkumas. • Universiteto paramos netekimas neturint studento statuso. • Projekto nutraukimas dėl žmogiškųjų išteklių trūkumo ir prasto laiko planavimo. • Pašnekovų nesusidomėjimas ir nenoras dalyvauti projekte neapmokamai.

Stiprybių naudojimas galimybių įgyvendinimui:

- Organizatorių motyvacija ir tinklalaidės pašnekovų entuziazmas dalyvauti vykdomame projekte, universiteto parama technine įranga bei muzikos įrašų studija, padeda užtikrinti projekto tęstinumą ir atveria viešų pristatymų galimybę.
- Projekto naujumas ir Lietuvoje vis sparčiau populiarėjanti komunikacijos priemonė padeda lengviau užmegzti ryšius su galimais partneriais arba susijungti su jau egzistuojančiomis ir vystomomis iniciatyvomis.
- Universiteto parama technine įranga leidžia filmuoti tinklalaidės ir talpinti jas *Youtube* kanale ne tik garso, bet ir vaizdo formatu.

Silpnųjų ištaisymas naudojantis galimybėmis:

- Bendradarbiavimas su įvairiomis jaunimo organizacijos bei susijungimas su kitais, moksleiviams aktualiais projektais panaikintų išlaidų ir remėjų trūkumą.
- Didesnis su projektu dirbančių žmonių skaičius padėtų lengviau koordinuoti vykdomas veiklas, patobulintų išorinę ir vidinę komunikaciją, tinklalaidžių garso ir turinio kokybę bei pagerintų naujų, projekte dalyvauti norinčių, veiklių jaunų paiešką.

Stiprybių naudojimas grėsmėms mažinti:

- Techninių nesklandumų grėsmę padeda išspręsti universiteto parama reikalinga įranga ir galimybė naudotis muzikos įrašų studija.
- Nemokamos ir didelės auditorijas pasiekiančios reklamos sklaidos platformos sumažina informacijos nepasiekiamumo, biudžeto trūkumo ir didelių reklamos išlaidų grėsmes.

Silpnybės, kurias pašalinus mažėja grėsmės:

- Gavus lėšų ir radus rėmėjų projekto įgyvendinimui (kuro, reklamos išlaidos, įrangos nuoma, pašnekovų padėkos, atlygis už pagalbą garso operatoriui / režisieriui) sumažėtų išlaidų grėsmė.
- Žmogiškųjų išteklių ir kūrybinės komandos didinimas pagerintų tinklalaidės kokybę bei jos viešinimą, todėl sumažėtų techninių rizikų atsiradimo tikimybė ir būtų užtikrinamas projekto tęstinumas bei sumažintų auditorijų nepasiekiamumo grėsmę.

2.3. Detalus įgyvendinimo planas

2.3.1 Trukmė, vieta, laikas

Kūrybinis projektas yra tęstinis ir šiuo metu (2019 gegužės mėn.) dar vykdomas. Projekto vykdymas prasidėjo 2019 m. gegužės mėnesį. Planuojama kiekvieną savaitę įrašyti tinklalaidės pokalbį su skirtingais pašnekovais ir kiekvieną mėnesio trečiadienį paskelbti naują tinklalaidę *Youtube* kanale bei *SoundCloud* platformoje. Projekto užkulisiai, artėjantys epizodai, pašnekovai pristatomi bei skelbiami socialiniuose tinkluose – projekto paskyroje *Facebook* puslapyje bei *Instagram* paskyroje.

Gegužės 18 d. kūrybinis projektas pristatytas Prienų miesto vasaros šventėje. Pristatymo metu buvo diskutuojama su viena iš tinklalaidės pašnekovių – Aurelija Ivanauskaite. Kūrybinis projektas vykdomas Kauno mieste, Vytauto Didžiojo universitete, o tinklalaidės įrašomos Vytauto Didžiojo universiteto muzikos įrašų studijoje.

2.3.2. Veiklų planas

Siekiant sėkmingai plėtoti kūrybinį projektą buvo suplanuotos veiklos, susijusios su pačio projekto idėjos, koncepcijos, tikslų ir norimų rezultatų apibrėžimu. Taip pat numatyti įrašų su

pašnekovais laikai, projekto socialinių tinklų paskyrų ir viešinimo platformų sukūrimas, vieša diskusija su pirmos tinklalaidės pašnekove ir projekto pristatymas (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Kūrybinio projekto veiklų planas

Veiklos pavadinimas	Trukmė	Pradėta įgyvendinti? (taip / ne)
Projekto problemos ir konkurentų analizė, pavyzdžių paieška.	Sausio 3–4 sav.	Taip
Projekto idėjos ir koncepcijos išgryninimas.	Vasario 1 sav.	Taip
Projekto pavadinimo idėjų generavimas.	Vasario 2 sav.	Taip
Anketos moksleiviams rengimas ir paskelbimas (žr. 2 priedą).	Vasario 3 sav.	Taip
Įrašų ir kitų veiklų plano sudarymas.	Vasario 4 sav.	Taip
Pasiruošimas, klausimyno sudarymas moksleivių fokus grupei (žr. 11 priedą).	Kovo 1 sav.	Taip
Techniniai įrašymo įrangos patikrinimai.	Kovo 2 sav.	Taip
Fokus grupės vykdymas, anketos ir fokus grupės rezultatų susisteminimas ir apžvalga.	Kovo 3 sav.	Taip
Pašnekovų kontaktų paieška ir įrašymo laiko derinimas. Tinklalaidės klausimynų sudarymas pašnekovui (žr. 10 priedą).	Kovo 4 sav.	Taip
Tinklalaidės įrašas (Nr. 1) – Aurelija Ivanauskaitė.	Balandžio 1 sav.	Taip
Tinklalaidės įrašas (Nr. 2) – Gintarė Krutinytė.	Balandžio 2 sav.	Taip
Projekto vizualizacijų, maketų kūrimas.	Balandžio 1–2 sav.	Taip
Garso įrašų redagavimo darbai.	Balandžio 3 sav.	Taip
Tinklalaidžių aprašymų rengimas ir pristatomųjų tekstų kūrimas socialiniams tinklams.	Balandžio 3–4 sav.	Taip
<i>Facebook</i> ir <i>Instagram</i> paskyrų sukūrimas.	Gegužės 1 sav.	Taip
<i>Youtube</i> kanalo sukūrimas ir <i>Soundcloud</i> paskyros sukūrimas.	Gegužės 1 sav.	Taip
Komunikacijos pradžia: tinklalaidės talpinimas į <i>Soundcloud</i> ir viešinimas <i>Facebook</i> ir <i>Instagram</i> paskyrose.	Gegužės 2 sav.	Taip
Kūrybinio projekto pristatymas Prienų miesto vasaros šventėje.	Gegužės 3 sav.	Taip
Tinklalaidės įrašas (Nr. 3) Mindaugas Norkevičius.	Gegužės 4 sav.	Ne
Tinklalaidės įrašas (Nr. 4) Sara Aškinytė.	Birželio 2–3 sav.	Ne
Tinklalaidės įrašas (Nr. 5) Nombeko Augustė Khotseng .	Birželio 2–3 sav.	Ne
Tolimesnių darbų planavimas.	Birželio 4 sav.	Ne

2.3.3. Žmogiškieji ištekliai

Kūrybinio projekto organizacinę bei kūrybinę komandą sudaro du žmonės. Bendromis jėgomis ir lygiu darbų pasidalinimu atliekamos tokios užduotys kaip: pašnekovų paieška ir kontaktavimas su jais, įrašų laiko derinimas su projekto dalyviais ir garso režisieriumi, projekto koncepcijos nustatymas, klausimynų sudarymas ir dalyvavimas įrašė.

Nors pagrindinę kūrybinę komandą sudaro du asmenys, projekto įgyvendinimo metu neišvengta žmogiškųjų išteklių trūkumo ir projekto autorėms įvertinus savo kompetencijas buvo

kreiptasi į garso operatorių-režisierių, pagrindinio vizualo iliustracijos dizainerę bei fotografą ir vaizdo įrašo kūrėją. Garso operatorius, Vytauto Didžiojo universiteto studentas Rokas Minkus, padeda, kad įrašas būtų profesionalus ir kokybiškas, be trukdžių, jį būtų malonus klausyti. Pagrindinio vizualo dizainerė moksleivė Kamilė Saukaitė padėjo atskleisti projekto idėją, o vizualas naudojamas kaip projekto skiriamasis ženklas. Fotografas ir pristatomojo įrašo kūrėjas, Kauno technologijos universiteto studentas Deividas Ėringis prisidėjo įamžinant įrašų akimirkas, o galutinis rezultatas naudojamas projekto viešinimui socialiniuose tinkluose. Projektas pagrįstas savanorišku dalyvavimu, o įvertinus finansines galimybes piniginis atlygis nebuvo skiriamas.

2.3.4. Biudžetas ir lėšų pritraukimas

Projekto biudžetas yra nulinis. Pradedant kurti projektą, nebuvo ieškota rėmėjų, nes pradinės išlaidos nebuvo numatytos didelės. Kitos smulkios išlaidos, susijusios su projekto įgyvendinimu, yra padengiamos iš projekto autorių asmeninių lėšų.

Projekto sąmatoje galima paminėti tokias išlaidas: kuro išlaidos vykstant į Prienų miesto vasaros šventę pristatyti projekto, padėkos dovanos pašnekovams ir kitiems prie projekto įgyvendinimo prisidedantiems asmenims – garso takelio operatoriui, iliustracijų piešimo meistrei ir fotografui / vaizdo įrašo montuotojui. Pagrindinė projektui įgyvendinti reikalinga techninė įranga bei vieta – įrašų studija – suteikta Vytauto Didžiojo universiteto.

Papildomų išlaidų nereikalauja pasirinkti reklamos kūrimo bei viešinimo internete būdai, nes socialiniai tinklai bei tinklalaidės skelbimo platformos yra nemokamos. Už projekto idėją bei komunikaciją atsakingi du žmonės ir darbus atlieka savanoriškai. Kūrybinė komanda yra kompetentinga vizualų kūrimo, maketavimo srityje, interviu klausimų sudarymo, projekto komunikacijos plano rengimo ir projekto viešinimo darbuose, todėl šių užduočių atlikimas nereikalauja biudžeto.

Pagrindiniai komunikacijos kanalai, viešinant projektą, yra socialiniai tinklai *Facebook* ir *Instagram*. Tinklalaidės garso įrašai talpinami *Youtube* kanale bei *SoundCloud* platformoje. Visi šie internetiniai puslapiai, socialiniai tinklai ir programėlės yra nemokami, naudojantis jais reikalaujama tik prisiregistruoti, todėl jiems nebūtini jokie papildomi kaštai.

Tinklalaidė *Viskas (ne)aišku* yra tęstinis projektas, todėl siekiant jį sėkmingai vystyti ir viešinti yra numatoma partnerių paieška, o norint labiau išviešinti projektą reikalingi informaciniai partneriai bei reklama kitose medijose. Numatoma, kad ateityje bus reikalinga mokama reklama (angl. *Sponsored posts*) socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram* bei tinklalaidžių talpinimas *Spotify* platformoje ir internetinio puslapio sukūrimas. Esant kūrybinės komandos padidėjimui numatomas minimalus fiksuotas atlygis (garso operatoriui ir montuotojui) už kiekvienos

tinklaidės įgyvendinimą bei vaizdo įrašams reikalingos įrangos nuoma, vaizdo įrašo montavimo darbai.

2.3.5. Planuojami rezultatai

Planuojami projekto rezultatai:

1. Suteikta galimybė moksleivių auditorijai klausytis tinklaidžių *Viskas (ne)aišku*. Rezultatui pasiekti sukurtos *Youtube* ir *SoundCloud* platformų paskyros.
2. Sukurtas tinklaidės *Viskas (ne)aišku* *Facebook* puslapis bei projekto *Instagram* paskyra.
3. Sukurtos 5 tinklaidės apie pozityvius ir aktyvius jaunos žmones.
4. Pasiiekta mažiausiai 2 tūkst. žmonių auditorija internete (ši skaičių sudaro tiek sekėjai socialiniuose tinkluose, tiek tinklaidės klausytojai).
5. Suorganizuotas tinklaidžių pristatymas jaunimo auditorijai renginyje.
6. Įgyvendinta viešinimo ir komunikacijos strategija.

2.4. Tinklaidės kūrimo įranga ir apdorojimo programos

Kaip minėta skyriuje 1.3.1., norint sukurti paprasto formato tinklaidę brangios įrangos tikrai nereikia. Prie projekto įgyvendinimo prisidėjo Vytauto Didžiojo universitetas, skyręs įrašų studiją bei suteikęs nemokamą įrangos nuomą. Tinklaidės įrašymui buvo naudojami 3 *Rode NT-5* mikrofonai, o įrašoma su skaitmenine garso įrašymo programa *Pro Tools*. Baigto garso įrašo redagavimas atliekamas muzikos produkcijos redagavimo programa *Ableton*. Prie tinklaidės įrašymo ir redagavimo darbų prisidėjo Vytauto Didžiojo universiteto Muzikos produkcijos III kurso studentas Rokas Minkus. Jis taip pat specialiai šiam projektui sukūrė tinklaidės pradžioje ir pabaigoje skambančią melodiją. Muzikinio fragmento trukmė 43 sekundės. Kadangi tinklaidžių įrašai atliekami muzikos įrašų studijoje, yra išvengiama nereikalingų garsų bei triukšmo, o tai palengvina įrašo redagavimą, galima lengvai gauti aukštos kokybės įrašą.

2.5. Tinklaidės temų pasirinkimas

Kuriant tinklaidę, viena svarbiausių jos dalių yra turinys. Kaip minėta skyriuje 1.3.2., autorius Paul Bradshaw (2011) rašo, kad tinklaidžių yra įvairių tipų: galima kurti kaip interviu, žmonių nuomonės apklausą, kalbinant juos neoficialiai viešoje aplinkoje (angl. *Vox pop*), kurti diskusiją, gidą ar panašiai. Šiam projektui pasirinktas **interview-diskusijos** tipas, nes jis neturi griežtos struktūros, todėl galima labiau atskleisti pasirinktas temas, o klausytojui tai leidžia geriau pažinti pašnekovą bei jo istoriją. Taip pat sugalvojus tinklaidės idėją ir temą rekomenduotina atsakyti į šiuos klausimus:

1. **Ką klausytojas gaus / gautų iš tinklaidės?**

Klaustytojas, pasirinkęs klausyti *Viskas (ne)aišku* tinklalaidės, gauna ne tik naudingą patarimą tam tikra tema bei pasiūlymą, kokią knygą paskaityti, kokį filmą pažiūrėti, kokio inspiruojančio žmogaus socialinių tinklų profilį pasekti, bet ir turi galimybę išgirsti jaunų žmonių istorijas ir patirtis, kurios leidžia suprasti, kad tokioje situacijoje asmuo nėra vienas, tai įkvepia pradėti veikti ir siekti savo tikslų jau dabar ar bent jau ieškoti atsakymų į rūpimus klausimus.

2. Ar patys kūrėjai prenumeruotų tinklalaidę?

Projekto autorės, kurdamos tinklalaidės, rėmėsi ir savo interesais bei pomėgiais, susitelkta į tokias temas, kurios rūpi ne tik moksleiviams (pvz., profesijos ar studijų pasirinkimas ir pan.), bet buvo pasirinktos abstraktesnės temos, kurios keltų ir jaunų studentų susidomėjimą (pvz., savanorystė, kelionės, pasitikėjimas savimi, baimės, pasirinkimo laisvė ir pan.). Todėl galima sakyti, kad tinklalaidę prenumeruotų ir kūrybinė komanda.

3. Ar tinklalaidę pavyks išleisti bent kartą per savaitę?

Nuo pat projekto kūrimo pradžios projektas buvo laikomas tęstiniu. Planuojant laidas ir temas buvo numatyta, kad temos yra paskirstytos ir išsidėsčiusios per kiekvieną mėnesio trečiadienį. Pavyzdžiui, tinklalaidė jausmų ir emocijų tema išleidžiama gegužės 3 savaitę, tinklalaidė apie karjerą ir hobių – gegužės 4 savaitę, finansai ir politika aptariamai tinklalaidėje, kuri pasirodo gegužės 5 savaitę, o apie šių dienų aktualijas kalbama birželio 1 savaitę pasirodančioje tinklalaidėje. Birželio 2 savaitę vėl su tinklalaidės pašnekovu kalbama jausmų ir emocijų tema ir t. t. Taip temos keičiasi kiekvieną savaitę ir kadangi viena tema per mėnesį pasikartoja tik vieną kartą (priklausomai nuo dienų išsidėstymo mėnesyje), todėl projekto tęstinumas nesudėtingas ir nesuvaržomas laiko prasme.

4. Kokios trukmės turėtų būti tinklalaidė?

Atsižvelgiant į tai, kad tinklalaidės tikslinė auditorija yra moksleiviai (15–18 metų), kurie, kaip minėta 1.4 dalyje, aptariant Z kartą, yra nerimastingi, jiems greitai atsibosta vienoda veikla ir kt., nuspręsta, kad tinklalaidės trukmė neturėtų viršyti 30 minučių. Epizodų trukmė, priklausomai nuo temos bei pašnekovo, gali varijuoti nuo 25 iki 35 minučių.

5. Kiek laiko reikia pasiruošti temai ir / ar įsigilinti / ištirti tą temą?

Pasiruošimo laikas priklauso nuo temos sudėtingumo ir to, kiek tinklalaidės vedėjos turi žinių numatyta tema. Vienai tinklalaidėi pasiruošti skiriamos apytiksliai 5 valandos, prie kurias yra sudaromas klausimynas, susisiekiama su pašnekovu dėl įrašų laiko bei pokalbio klausimų tinkamumo, skaitant spaudą, analizuojant socialinius tinklus domimasi pašnekovo veikla / laimėjimais, informacijos ieškojimas atitinkama tema internete ar straipsniuose.

Pasak Paul Bradshaw (2011), geriausias būdas sugalvoti tinklalaidės temą – galvoti apie tai, ką norėtų girdėti tikslinė auditorija, kokios aktualijos, istorijos ar problemos juos supa. Tinklalaidės epizodų temos pasirinktos remiantis fokus grupės metu ir internetinės apklausos

gautais rezultatais. Internetinėje apklausoje dalyvavo Tauragės ir Alytaus mokyklų 10–12 klasių mokiniai. 55 apklausos dalyviai žinojo, kas yra tinklalaidė, 19 nežinojo. Susisteminius internetinės apklausos ir diskusijos su moksleiviais metu gautus atsakymus, paaiškėjo, kad gimnazinių klasių mokiniams yra įdomios tokios temos: saviugda, pasitikėjimas savimi, karjeros bei profesinės galimybės, motyvacija, kelionės, finansai ir jų valdymas, šių dienų aktualijos ir kt. Atsižvelgiant į gautus duomenis, buvo pasirinktos tinklalaidės *Viskas (ne)aišku* savaitinės temos. Susistemintos ir atrinktos tinklalaidės temos yra suskirstytos į keturias kategorijas: a) jausmai ir emocijos, b) karjera ir hobis, c) finansai ir politika, d) šių dienų aktualijos.

Socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram* epizodai viešinami atskiriant grotažymėmis (angl. *hashtag*). Jausmų ir emocijų epizodus žymi grotažymė **#ŠirdysIrMintys**, kelionių, profesijų ir hobių tinklalaidės epizodą žymi – **#oKoNeVariantas**, finansų bei politikos temoms žymėti pasirinkta **#LengvaiApieSudėtingus** grotažymė, o aktualijų epizodus skiria – **#KasČiaVyksta**. Grotažymių ir pavadinimo rašyboje naudojami lietuviški rašmenys.

Tinklalaidės *Viskas (ne)aišku* pašnekovų pasirinkimo pagrindimas.

Šio projekto tinklalaidėse kalbinami 5 veiklūs jauni žmonės įvairiomis temomis (žr. 3 lentelę. *Tinklalaidžių pašnekovai ir temos*).

3 lentelė. Tinklalaidžių pašnekovai ir temos

Tinklalaidės Nr.	Pašnekovas (-ė)	Epizodo tema	Epizodo pavadinimas	Grotažymė
1.	Aurelija Ivanauskaitė	Savęs vertinimas	15 piršų ar gyvybė?	<i>#širdysirmintys</i>
2.	Gintarė Krutinytė – Rugpjūtis	Savanorystė	Laikas eit savanoriaut!	<i>#okonevariantas</i>
3.	Mindaugas Norkevičius	Politika	Yra toks dalykas kaip politika...	<i>#lengvaiapiesudėtingus</i>
4.	Sara Aškinytė	Mokykla ir švietimas	Kas (ne)gero mokykloj?	<i>#kasčiavyksta</i>
5.	Nombeko Augustė Khotseng	Patyčios	Išskirtinė ir laiminga	<i>#širdysirmintys</i>

Kaip matyti iš 3-ioje lentelėje pateiktų duomenų, pirmoje tinklalaidėje kalbinama **Aurelija Ivanauskaitė**. Mergina pasirinkta dalyvauti projekte, nes gali papasakoti savo patirtį ir susidūrimą su sunkia liga, kuri pakeitė jos požiūrį į save. Taip pat A. Ivanauskaitė puikiai dėsto mintis, nes ne kartą savo istorija dalinosi viešai, prieš auditoriją. Šio pokalbio tikslas yra paskatinti moksleivius vertinti savo kūną ir sveikatą bei labiau pasitikėti savimi.

Gintarė Krutinytė – Rugpjūtis yra antrosios tinklalaidės pašnekovė. Jauna mergina savo iniciatyvomis ir įrašais socialiniuose tinkluose yra sukaupusi nemažą sekėjų ratą – *Facebook* socialiniame tinkle Gintarė turi 2818 sekėjų, o *Instagram* paskyroje – 5837. G. Krutinytė yra

dalyvavusi ne viename renginyje ir tinklalaidžių įrašuose, kuriuose kalba apie keliones, savanorystę ir veiklą baigus mokyklą, todėl mergina geba kalbėti sklandžiai, palaikyti pokalbį, pasidalinti patarimais. Mergina pokalbio metu dalijasi savo savanorystės patirtimi Kauno izoliatoriuje ir Kauno hospise. Šios tinklalaidės tikslas – moksleiviams atskleisti savanorystės naudas, parodyti tai, kad savo laiką galima išnaudoti prasmingai, padėti kitiems ir paskatinti imtis iniciatyvos savo mokykloje ar mieste.

Trečiojoje projekto tinklalaidėje projekto dalyviu pasirinktas Vytauto Didžiojo universiteto lektorius, Kauno Juozo Urbšio mokyklos direktoriaus pavaduotojas ir mokytojas **Mindaugas Norkevičius**. Pašnekovas pasirinktas todėl, kad yra jaunas ir šiuolaikiškas dėstytojas, puikiai išmanantis savo sritį ir gebantis sklandžiai reikšti mintis. Taip pat M. Norkevičius yra mokytojas mokykloje, dažnai susiduriantis su moksleiviais ir žinantis, kaip sudėtingus procesus jiems pateikti suprantamai ir įdomiai. Tinklalaidės tikslas su pašnekovu aptarti Lietuvos konstituciją, joje įrašytas piliečio teises bei pareigas ir taip paskatinti moksleivius domėtis politika bei gebėti bendrauti šia tema.

Ketvirtosios tinklalaidės pašnekove pasirinkta Lietuvos moksleivių sąjungos (LMS) prezidentė **Sara Aškinytė**. Mergina projekto dalyve pasirinkta todėl, nes atstovauja visų Lietuvos moksleivių balsą, pati neseniai baigė mokyklą, o aktyviai dalyvaudama LMS veikloje yra parengusi ne vieną viešą pristatymą ir kalbėjimas prieš didelę auditoriją merginai nesukelia sunkumų. Šios tinklalaidės tikslas bendraujant su pašnekove yra atskleisti, kuo gyvena dabartiniai moksleiviai, su kokiais sunkumais jie susiduria, tai pat pokalbiu siekiama paskatinti moksleivius prisijungti prie jų mieste veikiančių organizacijų, iniciatyviai veikti mokyklos savivaldoje.

Penktojoje tinklalaidėje kalbinama jauna dainininkė **Nombeko Augustė Khotseng**. Mergina pasirinkta projekto dalyve todėl, kad yra lietuvės ir afrikiečio duktė, dėl to augdama nedideliame mieste, mokykloje patyrė patyčias. Pokalbio su N. A. Khotseng metu siekiama moksleiviams papasakoti apie rasinę diskriminaciją, patyčias Lietuvoje bei sunkumus, patirtus po tėvų netekties. Mergina yra dalyvavusi keliuose Lietuvos muzikiniuose projektuose, todėl yra pratusi kalbėti prieš kameras, viešai ir dalintis savo istorija.

Tinklalaidės metu su projekto dalyviais vyksta interviu / pokalbis tam tikra tema. Vienos tinklalaidės trukmė numatoma 25–35 minutės. Tinklalaidės metu stengiamasi kalbėti taisyklinga lietuvių kalba, tačiau išlaikyti jaukų ir neoficialų pokalbio formatą. Kiekvieno pokalbio pabaigoje pašnekovas (-ė) klausytojams rekomenduoja su tema susijusią knygą / filmą / internetinį puslapį / socialinių tinklų profilį ar kt

2.6. Projekto tikslinė auditorija

Kūrybinio projekto tikslinė auditorija yra **15–18 metų amžiaus moksleiviai**. Kaip minėta 1.3.3. skyriuje, Jungtinių Amerikos Valstijų skaitmeninės žiniasklaidos vartotojų elgsenos tyrimų įmonės *The Infinite Dial* bei Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūros *Inspired UM* 2019 metų tinklalaidžių klausymo įpatumų apklausų rezultatai parodė, kad pagrindinė tinklalaidžių klausytojų auditorija yra 18–24 metų amžiaus interneto vartotojai (pagal JAV *The Infinite Dial* duomenis amžiaus grupė yra 12–24 metai). Šio projekto tikslinė auditorija pasirinkta moksleivių auditorija, nes Lietuvoje nėra tinklalaidžių skirtų būtent šiai auditorijai. Projekto komunikacijos, reklamos bei temų pasirinkimo tikslais išskirta būtent 15–18 metų moksleivių auditorija. Atsižvelgiant į tikslinę auditoriją kuriamas komunikacijos planas, socialiniuose tinkluose skelbiama vizuali informacija, pasirinkti sklaidos kanalai, kuriami tekstai, į moksleivius bei jaunus studentus orientuotos epizodų temos ir nustatyta vidutinė tinklalaidžių trukmė – 30 minučių. Neatmetama galimybė, kad tinklalaidžių klausytojais taps ir vyresnės auditorijos atstovai, nes projekto *Viskas (ne)aišku* tinklalaidžių temos yra ne tik apie mokyklą ar švietimą, todėl yra tinkamos ir kitoms auditorijoms.

2.7. Tinklalaidės sklaidos kanalai

Kūrybinio projekto – tinklalaidės *Viskas (ne)aišku* sklaidos kanalais pasirinktos dvi tinklalaidžių sklaidos platformos – *Youtube* ir *SoundCloud*. Reklamos ir informacijos sklaidos kanalais pasirinkti du socialiniai tinklai – *Facebook* ir *Instagram*. Visi šie sklaidos kanalai yra nemokami, norint jais naudotis tereikia prisiregistruoti. *Youtube* kanale talpinamos tinklalaidės tik garso formatu, o vietoj vaizdo medžiagos naudojama pagrindinė tinklalaidės iliustracija.

2.8. Projekto apibendrinimas ir rezultatai

Naudojantis šiuolaikinėmis komunikacijos priemonėmis ir medijomis, kuriamas kūrybinis projektas *Viskas (ne)aišku*, kuriuo siekiama kurti naudingas ir įdomias tinklalaides jaunimui. Jose aptariamoms moksleiviams aktualios temos ir rūpimi klausimai, kalbinant veiklius jaunus žmones.

Įgyvendinti projekto rezultatai:

- a) atliktas fokus grupės tyrimas, kuriame dalyvavo Stakliškių gimnazijos 10–11 klasių mokiniai (žr. 1 priedas).
- b) sukurta trumpa anketinė apklausa moksleiviams apie tinklalaidės žinomumą ir aktualias jų temas (žr. 2 priedas).
- c) įrašytos dvi tinklalaidės su Aurelija Ivanauskaite ir Gintare Krutinyte (žr. 3 priedas);
- d) įgyvendintas projekto pristatomasis iliustracinis vizualas (žr. 4 priedas);
- e) įgyvendintas projekto pristatomasis vaizdo įrašas (žr. 5 priedas);

- f) sukurta projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo *Facebook* paskyra (žr. 6 priedas);
- g) sukurta projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo *Instagram* paskyra (žr. 7 priedas);
- h) sukurtas projekto *Viskas (ne)aišku* *Youtube* kanalas (žr. 8 priedas);
- i) sukurta projekto *Viskas (ne)aišku* *Soundcloud* paskyra (žr. 9 priedas);
- j) suorganizuota vieša diskusija su tinklalaidės pašnekove A. Ivanauskaite bei gyvas tinklalaidžių pristatymas jaunimui Prienų vasaros šventėje. (žr. 12 priedas);
- k) sukurta ir įgyvendinama projekto komunikacijos ir viešinimo strategija.

Projektas įgyvendinamas realiai ir jis yra tęstinis. Numatoma pirminė projekto trukmė – 3 mėn. (2019 m. gegužės–liepos mėn.). Tolimesni projekto vystymo ir įgyvendinimo darbai planuojami nuo 2019 m. rugsėjo mėnesio. Baigiamojo darbo pristatymo metu pateikiami einamuoju metu įgyvendinti projekto rezultatai.

IŠVADOS

1. Tinklaidė (angl. *podcast*) – internete patalpinta prenumeruojama garso arba vaizdo ir garso rinkmena. Tai gali būti tiek internete patalpinti radijo laidų įrašai, tiek išskirtinai interneto vartotojams sukurtas turinys, kurį galima parsisiųsti į kompiuterį arba mobilųjį įrenginį turint interneto ryšį. Taikant teorinėje dalyje aptartą medžiagą, sukurtas tęstinis kūrybinis projektas ***Viskas (ne)aišku***, kurio esmė, naudojant šiuo metu tiek pasaulyje, tiek Lietuvoje populiarėjantį komunikacijos perdavimo kanalą – tinklaidės – moksleivių auditorijai kalbėti apie aktualias temas.

2. Tinklaidė nuo radijo ar televizijos laidos skiriasi tuo, kad yra viešinama tik internete ir jai taikomas **prenumeravimo modelis**. Klausytojai prenumerodami tam tikrą tinklaidę gauna pranešimus į mobiliuosius įrenginius su naujienomis, naujos tinklaidės pasirodymu ir taip garso arba garso ir vaizdo failas lengviau ir greičiau pasiekia vartotoją.

3. Norint sukurti tinklaidę yra reikalingos **kūrybinės ir techninės priemonės**. Kūrybinės priemonės apima: tinklaidžių tikslą, auditorijos, koncepcijos, tinklaidės trukmės numatymas, auditorijai aktualių temų pasirinkimas, viešinimo ir komunikacijos strategija. Techninės priemonės apima: skaitmeninis garso įrašymo įrenginys, kuris gali sukurti MP3 failą, laisva vieta kompiuterio serveryje, tinklaraštis arba platforma (*Youtube, iTunes, SoundCloud, Spotify* ar kt.), kurioje gali būti skelbiama tinklaidė.

4. Įrašius tinklaidę reikalinga **garso redagavimo programa**, kuri leistų apdoroti garso rinkmeną, pašalinti nereikalingus garsus ir / ar pridėti garso efektų, muzikos. Tinklaidės *Viskas (ne)aišku* garso įrašo redagavimas atliekamas muzikos produkcijos redagavimo programa *Ableton*, o įrašai įgyvendinami Vytauto Didžiojo universiteto muzikos įrašų studijoje, įrašymui buvo naudojami 3 *Rode NT-5* mikrofonai, o įrašoma su skaitmenine garso įrašymo programa *Pro Tools*.

5. Kuriant projektą svarbu numatyti **tikslinę auditoriją**, nes nuo jos priklauso viešinimo strategija ir komunikacijos kanalai, projekto trukmė ir dažnumas, pasirenkamos temos bei pašnekovai. Moksleivių auditorija pasirinkta todėl, kad lietuviškų tinklaidžių sąrašė nėra tinklaidės skirtos tik moksleiviams, kurioje būtų aptariami jiems aktualūs ir naudingi klausimai.

6. Tinklaidės neturi **fiksuoto formato**. Jas galima kurti kaip interviu, žmonių nuomonės apklausą, kalbinant juos neoficialiai viešoje aplinkoje (angl. *Vox pop*), kaip diskusiją, gidą, transliuoti eksperto patarimus. Tinklaidės turi daug stilių, gali būti įvairios, todėl nėra nustatyta, kokia turėtų būti tinklaidžių trukmė, apie ką galima ar reikia kalbėti, kokius žmones kalbinti, kiek turi būti tinklaidės vedėjų ir kt. Tinklaidėi *Viskas (ne)aišku* pasirinktas interviu formatas, nes pokalbio metu geriausiai atskleidžiamos pasirinktas temos bei pašnekovų istorijos.

Atsižvelgiant į pasirinktą tikslinę (moksleivių) auditoriją, vienos tinklalaidės trukmė yra apie 30 minučių, o nauja tinklalaidė pasirodo kiekvieną mėnesio trečiadienį.

7. Tiek pasaulyje, tiek Lietuvoje, tinklalaidžių kūrėjai pasirenka temas pagal tuo metu aktualius įvykius, socialines problemas, auditoriją ir kt. Neretai tinklalaidė gali būti taikoma ne tik kaip laisvalaikio praleidimo, bet ir kaip žinių perdavimo būdas, pavyzdžiui Jungtinėse Amerikos Valstijose tinklalaidės formatas taikomas švietimo srityje: universitetuose, mokyklose naudojama kaip papildoma paskaitų / pamokų medžiaga arba jų metu. Siekiant kuo geriau atitikti moksleivių auditorijos lūkečius, projekto *Viskas (ne)aišku* tinklalaidžių **temos** pasirinktos remiantis fokus grupės, kurioje dalyvavo 14 Stakliškių gimnazijos 11–12 klasės moksleivių ir internetinės apklausos, kurioje dalyvavo 74 Tauragės ir Alytaus mokyklų 10–12 klasės moksleiviai, rezultatais. Susistemintos ir atrinktos tinklalaidės temos yra suskirstytos į keturias kategorijas: a) jausmai ir emocijos, b) karjera ir hobis, c) finansai ir politika, d) šių dienų aktualijos.

8. Nors esama tinklalaidžių, kurios nufilmuotos rodant dalyvius (laidos formatu), tinklalaidės dažniausiai skelbiamos tik **garso formatu**, todėl klausytojus lengviausiai pasiekia per muzikos klausymosi internetu platformas, pavyzdžiui: *Spotify*, *iTunes*, *Soundcloud* ir kt. Neretai tinklalaidės įrašomos ir laidos formatu, tada kūrėjai renkasi ir *Youtube* platformą. Tinklalaidžių viešinimas ir klausymasis šiose platformose nieko nekainuoja, tereikia tik užsiregistruoti. Tinklalaidžių *Viskas (ne)aišku* įrašai talpinami *Youtube* ir *SoundCloud* platformose, nes jos yra lengvai prieinamos bei populiaros tarp tinklalaidžių klausytojų. O projekto sklaida vyksta per socialinius tinklus *Facebook* ir *Instagram*, tai yra tuos kanalus, kuriais, kaip parodė fokus grupės ir anketinės apklausos duomenys, tikslinė auditorija (moksleiviai) naudojami aktyviai ir dažniausiai.

LITERATŪROS IR INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Literatūros sąrašas:

1. Apčinikovaitė, Monika. (2018) *Turinio ir formos kaita Lietuvos internetinėje žiniasklaidoje*, Magistro baigiamasis darbas. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
2. Arditi, David (2013) *iTunes: Breaking Barriers and Building Walls*, p.16. miestas leidykla
3. Berry, Richard. (2015) *A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories*. Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland.
4. Bradshaw, Paul. (2011) *The Online Journalism Handbook – Skills to Survive and Thrive in the Digital Age* Birminham: Routledge, p.92-99.
5. Bull, Andy. (2010) *Multimedia journalism. A Practical Guide*. Birminham: Routledge, p. 103-125.
6. Freeman, Becky, Chapman, Simon. (2007) *Is “YouTube” telling or selling you something? Tobacco content on the YouTube video-sharing website*.
7. Giannetti, Francesca. (2014) *Digital media reviews: SoundCloud. Notes, 70(3), p. 499-503*.
8. Grace-Bridges Re’Shanda. (2018) knygos recenzija Seemiller, Corey, Grace, Meghan. (2016) *Generation Z Goes to College*. Support Services for Students with Autism Spectrum Disorder in Higher Education, p. 80-83.
9. Jenkins, Henry (2004) *The cultural logic of media convergence*, International Journal of Cultural Studies 7(1) p. 34.
10. Jham, B., Durae, G., Strassler, H., Luis S. (2008) *Joining the Podcast Revolution*, p. 278-281.
11. Kreitz, Gunnar, Niemelä, Fredrik. (2010) *Spotify – Large Scale, Low Latency, P2P Music-on-Demand Streaming*. Pristatytas: IEEE Tenth International Conference on Peer-to-Peer Computing (P2P)
12. Madsen, V. (2009) *Voices-cast: a report on the new audiosphere of podcasting with specific insights for public broadcasters*. Pristatytas konferencijoje „Communication, Creativity and Global Citizenship“ 2009 metais Brisbane.
13. McCracken, Ellen. (2017) *The „Serial” Podcast and Storytelling in the Digital Age*. NY, USA: Routledge. p.70-76.
14. Menduni, E. (2007) *Four steps in innovative radio broadcasting: From QuickTime to podcasting*, *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media* 5(1) p. 9-18.
15. Pocius, Vytautas. (2009) *Atsiunčiamų transliacijos įrašų panaudojimas televizijos laidų reklamai*, Magistro baigiamasis darbas. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.

16. Rainsbury JW, McDonnell SM. (2006) *Podcasts: an educational revolution in the making?* JR Soc Med; 99: 481–2.
17. Richardson, Will. (2006) *Blogs, wikis, podcasts, and the other powerful web tools for classrooms*, p. 112.
18. Rothman, Darla. (2016) *A Tsunami of Learners Called Generation Z*, Ph.D. Public Safety: A State of Mind Online Journal.
19. Vogeles, Colette, Gard, E.T. (2006) *Podcasting for corporations and universities: look before you leap*. In: Journal of Internet Law, 10 (4), p. 3-13.
20. Targamadzė, V, Girdzijauskienė, S, Šimelionienė, A, Pečiuliauskienė, P, Nauckūnaitė, Z. (2015). *Naujoji (z) karta – prarastoji ar dar neatrastoji? Naujosios (Z) kartos vaiko mokymosi procesų esminių aspektų identifikavimas*. Vilnius: Specialiosios pedagogikos ir psichologijos centras.

Internetinių šaltinių sąrašas:

1. *iTunes* internetinis puslapis. Prieiga per internetą: <https://www.apple.com/itunes/podcasts/discover/>. Žiūrėta 2019 m. balandžio 15 d.
2. *iTunes* tinklalaidžių kategorijos. Prieiga per internetą: <https://podcasts.apple.com/us/genre/podcasts/id26?mt=2>. Žiūrėta 2019 m. balandžio 18 d.
3. JAV skaitmeninės žiniasklaidos vartotojų elgesio tyrimų įmonės *The Infinite Dial* 2019 m. tyrimų rezultatai. Prieiga per internetą: <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>. Žiūrėta 2019 m. balandžio 12 d.
4. Lietuvos žiniasklaidos planavimo agentūros *Inspired UM* 2019 m. tyrimo rezultatai. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/pirma-karta-istryre-tinklaidziu-klausymo-iprocius-lietuvoje.d?id=80167737>. Žiūrėta 2019 vasario 3 d.
5. Nanook.lt. Prieiga per internetą: <https://nanook.lt/home/> Žiūrėta 2019 m. gegužės 3 d.
6. Nebegėda.lt. Prieiga per internetą: <https://www.nebegeda.lt/sultys/> Žiūrėta 2019 gegužės 3 d.
7. Oksfordo žodynas. Prieiga per internetą: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/podcast>. Žiūrėta 2019 m. sausio 14 d.
8. *SoundCloud* kūrėjo gidas. Prieiga per internetą: <https://creators.soundcloud.com/guide>. Žiūrėta 2019 m. kovo 15 d.
9. Straipsnis *The guardian* laikraštyje. Prieiga per internetą: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Žiūrėta 2019 m. sausio 15 d.

10. Tinklaidė *IK podkastas Spotify* platformoje. Prieiga per internetą:
<https://open.spotify.com/show/7kwNa5z7Ps0fgUXyjfAC51> Žiūrėta 2019 balandžio 19 d.
11. Tinklaidė *NYLA podkastas Spotify* platformoje Prieiga per internetą:
<https://open.spotify.com/show/2v7MIQdd8PnHf8gL3vWmo> Žiūrėta 2019 m. balandžio 19 d.
12. Tinklaidė *Still buffering Spotify* platformoje. Prieiga per internetą:
<https://open.spotify.com/show/3RotBpLWIM0HHgG6WcDrFO> Žiūrėta 2019 m. gegužės 9 d.
13. Tinklaidė *Sultys Spotify* platformoje. Prieiga per internet:
<https://open.spotify.com/show/3TOtvNmJSGdgb8Tt3qqvph> Žiūrėta 2019 m. balandžio 19 d.
14. Tinklaidės *Ką žmonės dirba?* Internetinis puslapis. Prieiga per internetą:
<https://www.ziniuradijas.lt/laidos/ka-zmones-dirba> Žiūrėta 2019 m. balandžio 11 d.
15. Tinklaidės *Still buffering* internetinis puslapis. Prieiga per internetą:
<https://www.maximumfun.org/shows/still-buffering> Žiūrėta 2019 m. gegužės 9 dieną.
16. Tinklaidė *Stuff you missed in history class Spotify* platformoje. Prieiga per internetą:
<https://open.spotify.com/show/4Zkj8TTa7XAZYI6aFetlec>. Žiūrėta 2019 m. gegužės 14 d.
17. Tinklaidė *Dear Hank and John Spotify* platformoje. Prieiga per internetą:
<https://open.spotify.com/show/6e4HNBdPvjDOHKVf82oMEk>. Žiūrėta 2019 m. gegužės 14 d.
18. Tinklaidė *IK podkastas Youtube* platformoje. Prieiga per internetą:
<https://www.youtube.com/watch?v=ihsD9bMEWmc>. Žiūrėta 2019 m. gegužės 1 d.
19. Podcasts.lt lietuviškų tinklaidžių sąrašas. Prieiga per internetą: <http://podcasts.lt/>. Žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.
20. Vdu.lt Prieiga per internet: <https://www.vdu.lt/lt/mindaugas-norkevicius-destytojas-mokytojas-mokantis-septynias-kalbas/> Žiūrėta 2019 m. gegužės 11 d.
21. Vlkk.lt. Prieiga per internetą: <http://www.vlkk.lt/konsultacijos/7535-podcasts-parsisiunciama-laida-siuntinukas>. Žiūrėta 2019 m. sausio 14 d.

PRIEDŲ SĄRAŠAS

- 1 priedas.** Nuotrauka iš susitikimo su fokus grupe Stakliškių gimnazijoje. 2019 m. kovo 12 d.
- 2 priedas.** Internetinė apklausa moksleiviams.
- 3 priedas.** Nuotraukos iš įrašų studijos. Tinklaidžių vedėjos kartu su Gintare ir Aurelija. 2019 m. balandžio 4 ir 11 dienos.
- 4 priedas.** Projekto pristatomasis iliustracinis vizualas.
- 5 priedas.** Tinklaidės pristatomasis vaizdo įrašas projekto *Facebook* puslapyje.
- 6 priedas.** Projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo *Facebook* puslapis.
- 7 priedas.** Projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo *Instagram* paskyra.
- 8 priedas.** Projekto *Viskas (ne)aišku* *Youtube* kanalas.
- 9 priedas.** Projekto *Viskas (ne)aišku* *Soundcloud* paskyra.
- 10 priedas.** Projekto *Viskas (ne)aišku* tinklaidžių klausimynai.
- 11 priedas.** Diskusijos klausimai Stakliškių gimnazijos moksleiviams.
- 12 priedas.** Nuotrauka iš viešos diskusijos su tinklaidės pašnekove A. Ivanauskaite Prienų vasaros šventėje. 2019 m. gegužės 18 d.

PRIEDAI

1 priedas. Nuotrauka iš susitikimo su fokus grupe Stakliškių gimnazijoje. (2019 03 12)



2 priedas. Internetinė apklausa moksleiviams.

Tinklaidžių (angl. podcast) temos ir žinomumas moksleivių auditorijoje.

Esame Vytauto Didžiojo universiteto IV kurso Kūrybinių industrijų studentės. Šiuo metu atliekame bakalauro baigiamojo darbo tyrimą apie tinklalaides, jų žinomumą ir pritaikomumą moksleivių auditorijai. Apklausa yra anoniminė, rezultatai bus naudojami tik mokslinio darbo tikslais. Ačiū už bendradarbiavimą. :)

Tinklaidė (angl. podcast) - tai laida-pokalbis, talpinamas internete. Dažniausiai kalbinami įvairūs pašnekovai pasirinktomis temomis. Tinklalaides galima prenumeruoti ir parsisiųsti į telefoną ar kompiuterį arba klausytis iškart Youtube, Spotify, iTunes, SoundCloud ar kitose platformose.

Ar žinote, kas yra tinklalaidė (angl. podcast)?

Taip

Ne

Jei taip, kokias tinklalaides žinote? (tinka ir lietuvių, ir anglų kalbomis). *jei ne, perskaitykite aukščiau esančią informaciją ir atsakykite į sekantį klausimą. :)

Jūsų atsakymas

Kokios tinklalaidžių temos būtų įdomios jūsų amžiaus grupei? Įrašykite bent 3.

Jūsų atsakymas

Kokius pašnekovus norėtumėte išgirsti moksleiviams skirtuose tinklalaidžių epizoduose? Pateikite pavyzdžių.

Jūsų atsakymas

PATEIKTI

Niekada nepateikite slaptažodžių per „Google“ formas.

3 priedas. Nuotraukos iš įrašų studijos. Tinklaidžių vedėjos kartu su Gintare ir Aurelija.



4 priedas. Projekto pristatomasis iliustracinis vizualas.



5 priedas. Tinklaidės pristatomasis vaizdo įrašas projekto *Facebook* puslapyje.



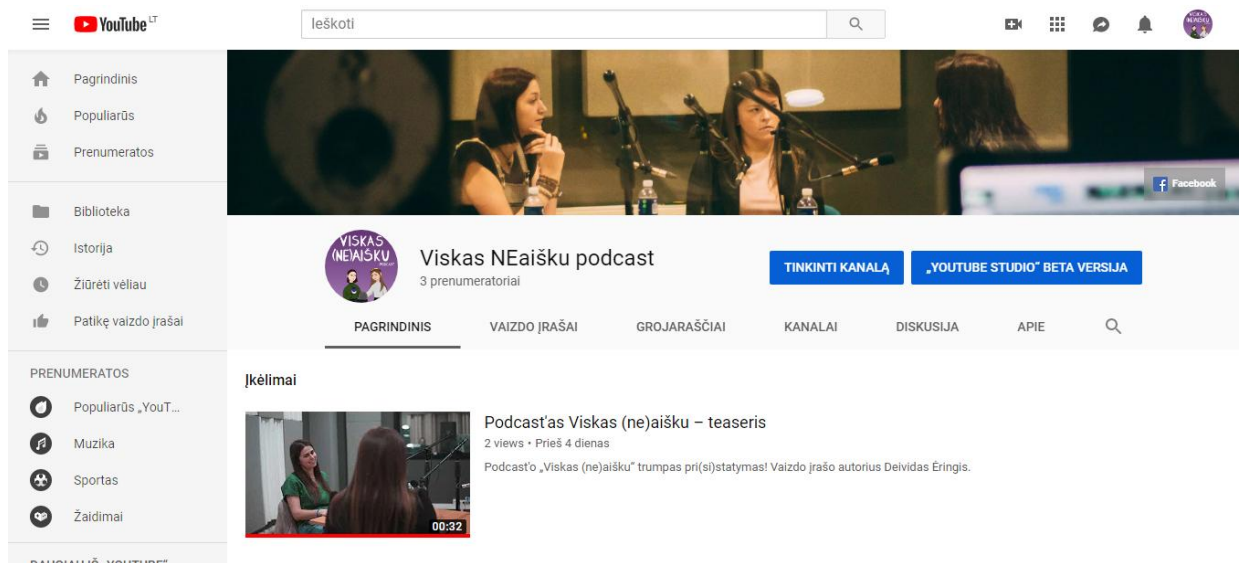
6 priedas. Projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo Facebook puslapis.

The screenshot shows the Facebook page for 'Viskas NEaišku'. The page header includes the name 'Viskas NEaišku' and navigation options like 'Audronė', 'Pradžia', and 'Sukurti'. The main content area features a post from 'Viskas NEaišku' with the text: 'Viskas NEaišku yra su Beta Žeimyte ir dar 4 kitais. Paskelbė Beta Žeimyte [?] · Gegužės 10 d., 14:55 · 🌐 #comingsoon #viskasneaišku TADADADAM "fanfaros" 🎉 🎶 Podcast'o „Viskas (ne)aišku“ trumpas pri(si)statymas! ... Žr. daugiau'. Below the text is a video thumbnail showing a recording studio. The post has 1,652 likes and 574 shares. A notification banner reads: 'Finish Boosting Your Post When you boost this post for 35 €, up to 9 800 people will see it in News Feed and it can get more likes, comments and shares.' The right sidebar shows engagement statistics: 348 likes, 348 seconds, 3,732 mentions, and 826 video views. It also lists 'Bendruomenė' (Community) and 'Apie' (About) sections.

7 priedas. Projekto *Viskas (ne)aišku* socialinio tinklo Instagram paskyra.

The screenshot shows the Instagram profile for 'viskasneaišku'. The profile header includes the name 'viskasneaišku', a dropdown arrow, and icons for refresh and menu. The profile picture is the same as the Facebook page. The statistics show 4 posts, 173 followers, and 133 following. There are buttons for 'Promotions' and 'Edit Profile'. The bio reads: 'Viskas (ne)aišku Episode #podcastas. 🎧 🎶 apie mus supančius dalykus. apie tai, kas... more Kaunas'. Below the bio are four circular icons: 'New', '#širdysirmintys', 'KOMANDA', and 'PRADŽIA'. At the bottom, there are buttons for 'Book', 'Call', and 'Email', and a grid of image thumbnails.

8 priedas. Projekto *Viskas (ne)aišku* Youtube kanalas.



9 priedas. Projekto *Viskas (ne)aišku* Soundcloud paskyra.



10 priedas. Projekto *Viskas (ne)aišku* tinklalaidžių klausimynai.

2019-04-04 tinklalaidė su Aurelija Ivanauskaite.

1. Aurelija, ką šiuo metu veiki, kam skiri savo laisvalaikį?
2. Mes žinome, kad tu savo gimimo dieną šventi 2 kartus, kodėl? (dalijasi ligos istorija).
3. Kaip pasikeitė tavo požiūris į paprasčiausius, kasdienius dalykus?
4. Yra žmonių, kurie po didelių sukrėtimų, ligų ir įvykių pasiduoda, užsidaro savyje. Kaip tau pavyko išsikovoti pasitikėjimą savimi?
5. Kas padėjo kovoti su skausmu, baime, bloga nuotaika?

6. Didžiausi mūsų kompleksai pasireiškia mokykloje (nepasitikėjimas savimi, negraži oda, nesu pakankamai liekna, nemoku bendrauti, niekas į mane nežiūri, niekas nesiseka). Tad būtų įdomu išgirsti kaip tu atrodei mokykloje, ar pasitikėjai savimi, kuo tada tikėjai ir gyvenai?
7. Kiek laiko užtruko susikurti pasitikėjimą savimi?
8. Apie ką svajojai, kuo gyvenai mokykloje? Ir kaip pasikeitė tavo svajonės, norai, laisvalaikis po ligos?
9. Ko nebūtum padarius prieš tai, ir kam įgavai drąsos dabar? (svajonių sąrašas). Kiek varnelių jau esi uždėjusi?
10. Ko trūko mokykloje, kas trukdė tuo metu veikti tai, kas dabar patinka?
11. Kalbant apie aplinkinių dėmesį, ar šiuo metu netrikdo aplinkinių klausimai, kas buvo? Ar neatsibodo visiems pasakoti to paties? (dėmesys, įkvėpimas kitų).
12. Kokia Aurelija yra šiandien?
13. Kokią knygą/filmą/tinklaraštį/soc.tinklų paskyrą rekomenduotum moksleiviams inspiracijai pasitikėjimo, meilės sau tema?

2019-04-11 tinklalaidė su Gintare Krutinyte.

1. Kaip tave pristatytų draugai?
2. Kodėl Rugpjūtis?
3. Kada ir kur pradėjai savanoriauti?
4. Ar skiriasi savanorystės patirtis mokykloje ir studijuojant? (laiko atžvilgiu)
5. Kaip pradėjai savanorystę Kauno izoliatoriuje?
6. Kaip tave įkvėpė/užaugino savanorystė?
7. Atrodo, kad didžiausia paskata žmogui yra pinigai. Kokią naudą teikia savanorystė?
8. Ar noriai priima nepilnamečius savanoriauti?
9. Kaip rasti sritį/veiklą, kurioje norėtum save išbandyti?
10. Ar padeda GAP year apsispręsti, ką nori veikti gyvenime? (kodėl pasirinkai iš karto po mokyklos nestudijuoti, ką veikei?).
11. Kaip manai, ar potencialūs darbdaviai atkreipia dėmesį į savanorystės patirtis?
12. Kaip skiriasi savanorystė Lietuvoje ir užsienyje?
13. Kokias organizacijas rekomenduotum vietiniams moksleiviams, kur būtų laukiami savanoriauti?
14. Kaip moksleiviai iš mažesnių miestelių, kur galbūt nėra daug būrelių ar organizacijų, galėtų realizuoti save?

15. Kokią knygą/filmą/tinklaraštį/soc.tinklų paskyrą rekomenduotum moksleiviams inspiracijai gap year arba savanorystės tema?

11 priedas. Diskusijos klausimai Stakliškių gimnazijos moksleiviams.

1. Ar žinote, kas yra tinklalaidė (angl. podcast)?
2. Jei žinote, tai kokias?
3. Ar klausotės tinklalaidžių? Kaip dažnai?
4. Kokios temos jums yra aktualios, kuriomis klausytumėtes tinklalaidės? Įvardinkite kelias.
5. Kokioje internetinėje platformoje patogiausia klausyti tinklalaidžių? Kodėl?
6. Įdomiau klausyti tinklalaidės tik garso ar garso ir vaizdo formatu?
7. Kokių paros metu dažniausiai klausotės muzikos, žiūrite vaizdo įrašus? Kodėl?
8. Kuris socialinis tinklas populiariausias? Kodėl?
9. Kokia, jaunimui skirta, reklama jus dažniausiai pasiekia ir per kur?
10. Kokios trukmės vaizdo įrašus žiūrite, klausote tinklalaidžių? Kodėl?
11. Ar svarbu koks pašnekovas dalyvauja tinklalaidėje – žinomas žmogus ar ne?
12. Kokius žmones norėtumėte išgirsti tinklalaidėje, kurie sudomintų klausytis?

12 priedas. Nuotrauka iš viešos diskusijos su tinklalaidės pašneke A. Ivanauskaite Prienų vasaros šventėje.

