

Lietuvos nacionalin#s kultūrin#s periodikos leidyba: kultūrini# funkcij# raiška 2000–2015 metais

Asta Urbanavi#iūt#, Globien#

Lietuvos nacionalin#s kultūrin#s periodikos leidyba: kultūrini# funkcij# raiška 2000–2015 metais

Knygotyra, vol. 79, 2022

Vilniaus Universitetas, Lituania

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=694374268005>

DOI: <https://doi.org/10.15388/Knygotyra.2022.79.122>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Lietuvos nacionalinės kultūrinės periodikos leidyba: kultūrinių funkcijų raiška 2000–2015 metais

Publishing National Cultural Periodicals in Lithuania: A Reflection of Cultural Functions in 2000–2015

Globienė Asta Urbanavičiūtė
asta.urbanaviciute@leidykla.vu.lt

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto, Lithuania

Summary: Kultūrinė periodika, kaip specifinė kultūros ir leidybos lauko dalis, gali būti tiriama keliomis kryptimis: analizuojant koncepcinį kultūrinių periodinių leidinių aspektą, t. y. jų kultūrinių funkcijų realizaciją; atsižvelgiant į bendruosius periodinių leidinių leidybos modelius; tiriant kitus tik kultūriniams periodiniams leidiniams būdingus leidybos aspektus, tarkim, specifinius finansavimo ypatumus. Šiame straipsnyje bus analizuojama, kaip buvo realizuojamos tiriamojo laikotarpio (2000–2015 m.) nacionalinių periodinių leidinių kultūrinės funkcijos kultūrinės periodikos virtualizacijos kontekste. (Kultūrinių leidinių virtualizacija šiame straipsnyje suvokiama kaip kultūrinių periodinių leidinių (žurnalų, laikraščių) perkėlimas į virtualią erdvę arba jų kūrimas toje erdvėje (tinklaraščiai, portalai, socialiniai tinklai).) Tiriamojo laikotarpio kultūriniai periodiniai leidiniai, kaip kultūros lauko dalis, buvo aktualūs: 1. perduoti ir saugoti kultūrinę informaciją (šiuo atveju aktualus komunikacinis kultūrinio pranešimo ir kultūrinės erdvės ryšys bei išliekamoji kultūrinių tekstų vertė); 2. formuoti naujus adresatus kultūrinei žiniai priimti (kiekvienas leidinys suburia savo auditoriją ir taip papildė bendrą kultūros lauką, skleidamas kultūrinę informaciją pritraukia naujų skaitytojų); 3. siunčiamą žinių aktualizuoti įvairniais kanalais (tarptautiškumo svarba), išplėsti kultūrinių tekstų prieinamumo ir pasiekiamumo galimybes; medijų pokyčiai (socialiniai tinklai, portalai, tinklalapiai) sukūrė platesnį, modernesnį ir įvairesnį kultūrinį komunikacijos lauką. 2000–2015 metais medijų pokyčių kaita pradėjo tapti būtinybe. Pirmiausia – kaip būdas pasiekti daugiau skaitytojų. Dėl savo specifinio turinio kultūriniai leidiniai formos pokyčius analizuojamu laikotarpiu vertino nuosaikiai: išlaikyti kokybišką spausdintinį variantą jiems buvo prioritetas. Kita vertus, kultūriniai leidiniai, nors ir ne visada noriai, pradėjo pripažinti interneto svarbą, vertinti tai kaip platformą skleisti kultūrinę informaciją. Šis aspektas tapo svarbiu lūžiu kultūrinės periodikos leidyboje.

Keywords: nacionalinės periodikos leidyba, kultūrinės periodikos leidyba, periodikos leidyba, periodika, kultūra, kultūros laukas, kultūrinis leidinys, kultūrinė žiniasklaida, kultūrinių leidinių virtualizacija, socialiniai tinklai, medijos, medijų pokyčiai.

Abstract: Cultural periodicals, as a specific part of the field of culture and publishing, can be studied in several directions: 1) by analysing the conceptual aspect of cultural periodicals, i.e., realisation of their cultural functions; 2) by taking into account the general models of publishing periodicals; 3) by analysing other aspects of publishing that are specific to cultural periodicals only, for example, the specific features of funding. This article analyses how the cultural functions of national periodicals were realised in the context of the virtualisation of cultural periodicals in the period under research (in 2000–2015). (In this article, the virtualisation of cultural publications is understood as the transfer of cultural periodicals (magazines, newspapers) into the virtual space or their creation in that space (blogs, portals, social networks)). Cultural periodicals as a part of the cultural field were relevant in the period under research: 1. It is relevant to transmit

Knygotyra, vol. 79, 2022

Vilniaus Universitetas, Lithuania

Recepción: 11 Abril 2022

Aprobación: 31 Agosto 2022

DOI: <https://doi.org/10.15388/Knygotyra.2022.79.122>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=694374268005>

and preserve cultural information (in this case, the communicative link between the cultural message and the cultural space and the lasting value of cultural texts); 2. To form new addressees to receive the cultural message (each publication brings together its own audience and thus complements the overall cultural field, thus attracting new readers by disseminating cultural information); 3. To actualise the message being sent through more diverse channels (the importance of internationality), to expand the possibilities of accessibility and availability of cultural texts; changes in the media (social networks, portals, websites) have created a broader, more modern and more diverse cultural field of communication. Between the years 2000 and 2015, media change gradually turned into a necessity. First of all, it was undertaken as a way to reach more readers. Due to the specific content, cultural publications were moderate in their approach to the changes in form during the period under analysis: to maintain a high-quality printed version was a priority to them. On the other hand, cultural publications, although not always willingly, began to recognize the importance of the Internet and to consider it as a platform for disseminating cultural information. This aspect became an important turning point in the publishing of cultural periodicals.

Keywords: publishing of national cultural periodicals, publishing of cultural periodicals, publishing of periodicals, periodicals, culture, cultural field, cultural publication, cultural media, virtualisation of cultural publication, social networks, media, media changes.

Ivadas

Kultūrinių periodinių leidinių turinys sutelktas į profesionalią kultūros ir meno analizę, jų tikslas – išsamiai ir visapusiškai nušviesti kultūros lauką, kad skaitytojai galėtų išvengti „kultūros nuošalės jausmo“¹, stebėti, kaip kinta kultūros turinys ir formos. Dėl savo specifiškumo jie neturi galimybių konkuruoti su komercine žiniasklaida, kuri pritraukia pajamų iš reklamos. Mažai šaliai jos kultūra – vienas iš svarbiausių jos tapatumo požymių. Lietuvos rinka nedidelė, todėl valstybės vaidmuo itin svarbus. Kultūriniai leidiniai turėtų būti valstybės interesas ir prioritetas suvokiant kultūrinės žiniasklaidos išliekamąją vertę ir misiją: informuoti apie kultūrinį gyvenimą, formuoti visuomenės skonį, būti gyva kultūros dalimi, visuomenės edukacijos instrumentu, erdve, kurioje gali reikštis kūrėjai. Taigi kalbant apie kultūrinius leidinius kaip kultūros lauko fenomeną ir jų vietą kultūros sampratoje šiuos leidinius tirti galima analizuojant jų funkcijas ir pastarųjų realizavimą. Probleminis klausimas: kokiomis priemonėmis ir kaip kultūriniai leidiniai savo funkcijas realizuoja (ir ar realizuoja)?

Svarbu ir tai, kad virtualizacijos eroje spausdintiniai leidiniai nustoja būti vienintele priemone skaitytojui pasiekti. Skaitymas ekrane, diskusijos socialiniuose tinkluose, nulemti medijų pokyčių, tampa tokia pat svarbia leidybos forma. Drauge kyla ir diskusijų, kuri leidybos forma – virtualioji ar tradicinė, popierinė, yra tinkamesnė kultūriniams periodiniams leidiniams. Galbūt galima jas taikyti abi ar vienos kurios nors atsisakyti? Vis dėlto į diskusinį klausimą – internetas ar popierius – tikėtina, bus atsakyta tik tada, kai kuri nors viena iš šių leidybos formų išnyks (o tai yra mažai tikėtina). Galima daryti prielaidą, kad kultūriniams leidiniams svarbiau ne pati forma (kuri kuo toliau, tuo labiau yra skaitytojų pasirinkimo klausimas), o turinys.

Temos ištirtumas. Kultūrinės periodikos tyrimus galima suskirstyti į dvi dalis: 1) moksliniai; 2) publicistinės ir viešosios diskusijos². Mokslinių periodikos tyrimų, kur būtų kompleksiskai analizuojama tik kultūrinės periodikos leidybos problematika, Lietuvoje stinga. Kita vertus, mokslo darbai, kuriuose tiriami periodiniai leidiniai bendru aspektu, gali būti pritaikomi ir kalbant apie kultūrinės periodikos leidybą.

Bendrieji lietuvių tyrėjų periodikos tyrimai. Lietuvoje bendrieji periodikos klausimai yra tyrinėti palyginti išsamiai. Julius Tamošiūnas yra sudaręs lietuviškųjų periodinių leidinių bibliografiją³. Įvairiais aspektais laikraščių ir žurnalų leidybos raidą yra analizavęs ir periodikos tipologiją tyręs Vytautas Urbonas⁴.

Straipsnių aktualia tematika yra parašę Andrius Vaišnys ir Deimantas Jastramskis. A. Vaišnys yra analizavęs tarpukario Lietuvos spaudą konceptualizuodamas jos atliekamą vaidmenį valstybėje⁵, taip pat tyręs, kokią įtaką periodinė spauda turėjo Lietuvos Respublikos valstybinėms valdžios institucijoms bandant išlaikyti informacinį ryšį su rinkėjais, kai buvo svarstomas 1922 metų Konstitucijos projektas⁶. A. Vaišnys istoriniu, teisiniu, ekonominiu, etiniu, akademiniais aspektais yra tyręs ir lietuviškosios periodikos raidą, jo padaryta išvada – „jokia politinė valdžia nebuvo palanki lietuviškai periodinei spaudai“⁷. D. Jastramskis⁸, siekdamas nustatyti, kokias gyvavimo ciklo stadijas buvo pasiekusios Lietuvos laikraščių, žurnalų, radijo, televizijos ir interneto žiniasklaidos industrijos 2011–2013 metais, be radijo, televizijos, analizavo laikraščių ir žurnalų plėtojimąsi nuo Atgimimo laikotarpio (1988–1990), vertindamas, kokią įtaką jų leidybai padarė interneto žiniasklaidos industrija nuo XX a. dešimtojo dešimtmečio. Autorius daro išvadą, kad Atgimimo ir Nepriklausomybės atkūrimo laikotarpiu patyrusi pakilimą, vėliau periodikos industrija patiria smukimo stadiją, nors būta etapų, kai juntamas tiražų didėjimas. D. Jastramskis, nagrinėdamas valstybės paramos politikos raidą Lietuvoje, aktualizavo ir periodikos finansavimo klausimus⁹. Autorius daro išvadą, kad, vykdant valstybės išlaidų politiką ir skirstant biudžeto lėšas, kasmet žiniasklaidai teikiamos paramos suma kinta ir tai nėra susiję „su jokių ekonominių rodikliu, bet priklauso nuo Seimo politinės daugumos valios“¹⁰.

Bendrieji užsienio tyrėjų periodikos tyrimai. Užsienio tyrėjai, analizuodami periodinę leidybą, taip pat dėmesį telkia į bendruosius periodikos leidybos aspektus, tarkim, Robertas G. Picardas ir Jeffrey H. Brody¹¹ analizuoja laikraščių leidybos industrijos ypatumus JAV. Kultūriniai laikraščiai kaip atskira tipologinė grandis nėra išskiriama, tačiau šis veiklas padeda suvokti laikraščių leidybos ypatumus pasauliniu mastu. Billas Cope'as ir Angusas Phillipsas teigia, kad bent jau mokslinių žurnalų laukia internetinė ateitis¹². Prieš daugiau nei dešimtmetį rašytoje knygoje minima, jog Didžiojoje Britanijoje apie 90 proc. anglų kalba skaitomų žurnalų yra prieinami virtualiai¹³. Didelė tikimybė, kad šiuo metu šis procentas dar labiau padidėjo.

Lietuvos tyrėjų kultūrinės periodikos tyrimai. Dauguma iki šiol atliktų šios srities tyrimų atskleidžia tik tam tikrus kultūrinės periodikos leidybos

aspektus. Monografijoje Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje esančiame straipsnyje „Savaitraščių tematika ir problematika“ Danguolė Skarbalienė į atskirą pogrupį išskiria kultūros savaitraščius (šalia aukštųjų mokyklų, įmonių ir organizacijų, visuomenės ir politikos, ekonomikos ir verslo savaitraščių, informacijos ir reklamos laikraščių)¹⁴. Taip pat autorė pabrėžia, kad iki XX a. paskutinio dešimtmečio vidurio savaitraščiai buvo tik laikraščio formos. Dabartinė situacija pakito – Lietuvoje yra savaitinis kultūrinis žurnalas „Literatūra ir menas“.

Genovaitės Burneikienės straipsnis „Lietuvos periodikos struktūros pokyčiai (1988–1995 m.)“¹⁵ svarbus ne tik dėl to, kad autorė analizuoja, kaip keitėsi lietuvių periodinės spaudos sistema 1988–1995 metais, ypač periodiniams leidiniams (kultūriniams – taip pat) svarbiu laikotarpiu (kaip tik tuo laikotarpiu jie patyrė ir didelį pagyvėjimą, ir leidybos smukimą). Aktualus autorės pastebėjimas, kad kaip tik tuo periodu leidėjai dėl išaugusios konkurencijos ėmė ieškoti patrauklesnio leidinių modelio, siekė pritraukti kuo daugiau skaitytojų.

Užsienio tyrėjų kultūrinės periodikos tyrimai. Sue Waterman¹⁶, analizavusi kultūrinius leidinius istoriniu aspektu, teigia, kad ankstyvieji kultūriniai leidiniai (pvz., prancūzų „Le Journal des sçavans“, 1665–1792, anglišką „Spectator“, 1711–1714, „The Tatler“, 1709–1711) labiau tik vadinti kultūriniais, nes kultūrinio turinio juose būta labai mažai. Greičiau tai buvo daugelio sričių – filosofijos, meno, mokslo, politikos – temų deriniai. Iš tiesų kultūrinių leidinių ėmė rasti tik XIX a. pabaigoje. Jamesas R. Sutherlandas¹⁷, kalbėdamas apie XVII a. kultūrinių leidinių ir apskritai laikraščių tiražus ir sklaidą, teigia, kad žinių apie šio laikotarpio leidinius yra išlikę nedaug, bet akcentuoja, kad to meto spauda pirmiausia susidūrė su daug techninių problemų: prastu popieriumi, nekokybiškais dažais ir pan. Jeffersonas Rea Spellas¹⁸, analizuodamas XIX amžiaus meksikiečių kultūrinius leidinius, teigia, kad juos galima būtų skirstyti į dvi pagrindines grupes: a) visiškai kultūrinius; b) iš dalies kultūrinius. Autoriaus teigimu, antroji grupė buvo ženkliai gausesnė ir pirmiausia jie buvo skirti kokiai nors socialinei grupei, pavyzdžiui, moterims, arba buvo orientuoti į politinę propagandą. Brianas Wardas, savo disertacijoje¹⁹ analizavęs, kaip airių nacionalizmas XX a. pradžioje skleidėsi per kultūrinį ir socialinį diskursą, daro išvadą, kad kultūriniai leidiniai buvo svarbi tautinio judėjimo dalis.

Imogen J. Smith²⁰ savo disertacijoje teigia, kad kultūrinių leidinių vieta Australijos kultūriniame gyvenime visada buvo palyginti neapibrėžta, o pastarųjų metų technologijų vystymas ir destabilizavo jų leidybą, ir išplėtė galimybes. Autorė, atlikdama interviu su kultūrinių leidinių redaktoriais ir nagrinėdama leidinių turinį, savo disertacijoje tiria, kiek virtualizacija paveikė kultūrinių leidinių leidybą, kiek tokie leidiniai naudoja skirtingas medijas ir kiek materialinis pagrindas turi įtakos tokių leidinių leidybai. I. J. Smith daro išvadą, kad virtualizacijos pokyčiai yra didesni, nei buvo galima numanyti, tačiau prioritetas išlieka spausdintiniai leidiniai. Disertacijos autorės teigimu, ir spausdintiniai leidiniai, ir virtualios platformos yra naudingi bei svarbūs kultūrinių

leidinių leidybai. Pastaraisiais metais Australijos kultūriniai periodiniai leidiniai diversifikavo leidybos medijas ir dalis iš jų žurnalai liko tik savo pavadinimu: daugumos Australijos kultūrinių žurnalų leidyba vykdoma daugialypėje terpėje – veikia svetainės, tinklaraščiai, galima atsisiųsti leidinius virtualia forma (nepaisant labai skirtingo šalių konteksto, situacija, regis, panaši kaip ir Lietuvoje). Žinoma, svarbūs išlieka ir spausdintiniai leidiniai. Socialinę žiniasklaidą autorė įvardija kaip gyvybiškai svarbią bendravimo su skaitytojais priemone, akcentuoja, kad gyvai transliuojamos diskusijos, kiti įvykiai tampa galimybe su skaitytojais bendrauti realiu laiku.

Taigi užsienio tyrėjų mokslinėje literatūroje yra ir bendrųjų periodikos tyrimų, ir specializuotų, skirtų kultūrinės periodikos klausimams analizuoti. Lietuvių mokslininkų darbai daugiausia yra sutelkti į bendruosius periodikos tyrimus.

Chronologinės ribos. Straipsnyje dėmesys telkiamas į 2000–2015 metais leidžiamus nacionalinius kultūrinius periodinius leidinius. 2000 metai kaip atskaitos taškas pasirinkti dėl to, kad tai – skaitmeninio formato įsigalėjimo eros pradžia pasauliniu mastu. XXI a. pradžia Lietuvai svarbi ir politiškai: 2004 metais įstojus į NATO ir Europos Sąjungą, Lietuvoje padaugėjo europinių projektų, kurie periodikos leidybos srityje suvaidino didžiulį vaidmenį, kaip tik tuo metu rinkoje smarkiai ėmė daugėti tarptautinių leidinių. 2015 metai pasirinkti kaip lūžio metai kultūrinės periodikos leidyboje, nes tų metų sausio mėnesį penki Lietuvos kultūrinių periodinių leidinių redaktoriai pasirašė kreipimąsi į aukščiausiuosius šalies vadovus, kuriuo prašė „atkreipti dėmesį į vis prastėjančią kultūros spaudos situaciją ir ieškoti būdų, kaip ją pagerinti“²¹. Tų pačių metų kovo mėnesį Kultūros taryba pranešė neteiksianti finansavimo kai kuriems kultūriniais periodiniais leidiniais dėl Valstybės kontrolės pastabų, jog kai kurie periodiniai leidiniai mėgina apeiti įstatymus ir tam pačiam projektui finansuoti gauna pajamų iš dviejų šaltinių – Kultūros tarybos ir Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondo. Prasidėjo ne vienus metus trukusios kultūrinių leidinių socialinės akcijos, viešosios diskusijos, o analizuojamu laikotarpiu prasidėjusių įvairialypių pokyčių kultūrinės periodikos lauke teigiama kulminacija galima laikyti 2018 metais įkurtą Kultūros periodinių leidinių asociaciją, kurios tikslas – „ginti kultūros periodinių leidinių interesus ir jiems atstovauti, ugdyti kultūrinius visuomenės poreikius, propaguoti profesionaliąją kultūrą; kultūros ir meno analizei bei refleksijai taikyti aukščiausius profesionalumo kriterijus“²². Kitas svarbus aspektas – būtent analizuojamuoju laikotarpiu pradėjo aktyviai vykti kultūrinių leidinių virtualizacijos procesai, nulėmę didelį lūžį kultūrinės periodikos leidyboje, kai išskirtinai spausdintiniai leidiniai tapo prieinami ir kitomis formomis.

Tyrimo objektas. Nacionaliniai 2000–2015 metų kultūriniai laikraščiai ir žurnalai.

Tyrimo tikslas – ištirti, kaip buvo realizuotos tiriamojo laikotarpio (2000–2015 m.) nacionalinių periodinių leidinių kultūrinės funkcijos kultūrinės periodikos virtualizacijos kontekste.

Tikslui pasiekti keliama uždaviniai:

1. Išanalizuoti koncepcinį tiriamojo laikotarpio nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių aspektą, t. y. jų kultūrinių funkcijų realizaciją, aiškinantis, kaip per leidybą reiškiasi kultūrinės periodikos funkcijos;
2. Ištirti, kokią įtaką kultūrinių leidinių leidybai ir jų kultūrinių funkcijų realizavimui padarė nacionalinės kultūrinės periodikos virtualizacija.

Tyrimo metodai. Straipsnyje taikyti knygotyros tyrimo de visu, leidinių turinio analizės, atvejo analizės, duomenų grupavimo ir apibendrinimo metodai, padėję išanalizuoti tiriamuoju laikotarpiu leistus ar leidžiamus leidinius. Pravartus buvo ir mokslinis stebėjimas – „tikslingas organizuotas procesas, kuris kontroliuojamas pagal kokią nors teoriją ar hipotezę“²³. Konkrečiu atveju stebėjimo objektu tapo kultūriniai periodiniai leidiniai ir dėmesys kreiptas į jų leidybos aktualijas. Taikant šį tyrimą kelti tikslai: pasirinkti stebėjimo objektą (kultūrinės periodikos leidiniai); apibrėžti aktualias problemas (leidybos strategijos); stebėjimą atlikti sistemingai (stebėti nuolat); pasirinkti stebėjimo kriterijus (iš anksto parengti stebėjimo planą išskiriant aktualias problemas, kurias norima išanalizuoti).

KULTŪRINIŲ PERIODINIŲ LEIDINIŲ KULTŪRINĖS FUNKCIJOS IR JŲ REALIZAVIMAS

Kultūrinė periodika yra svarbi tautos kultūrinio identiteto dalis, o analizuojant kultūrinės periodikos leidybos klausimus aktuali tampa paties termino kultūrinė periodika suvoktis. Terminas formaliai sudarytas iš dviejų atskirų ir drauge tarpusavyje susietų sandų: 1) kultūra (lot. cultura – apdirbimas, ugdymas, lavinimas, auklėjimas, tobulinimas, vystymas, garbinimas), 2) periodika (gr. periodikos – periodinis). Termino kultūrinė periodika žinytiniuose leidiniuose nerasime, nors kasdienėje vartosenoje jis populiarus ir patogus. Anglakalbėse šalyse analogiškiems leidiniams apibūdinti vartojamas terminas literary periodicals, vokiečių kalba ši periodinių leidinių grupė vadinama Kulturzeitschriften, rusų – литературно-художественные журналы / газеты / издания.

Remiantis Žurnalistikos enciklopedija, periodinis leidinys – „reguliariai leidžiamas leidinys tuo pačiu pavadinimu, vienodai apiformintas, numeruotas bei datuotas, paprastai vienodo formato ar apimties reguliariai išeinantis leidinys“²⁴. Media Studies žodyne periodinis leidinys yra „leidinys, kuris leidžiamas reguliariai, ypač kas savaitę, mėnesį ar ketvirtį“²⁵. Lietuviškoje Lietuvos standarto versijoje nurodoma, kad periodinis leidinys yra „serialinis leidinys, kuriam paprastai būdinga turinio ir bendradarbių įvairovė tiek leidinio, tiek svarstomų problemų prasme“²⁶.

Žurnalistikos enciklopedijoje ²⁷ pateikiama ir kultūrinės funkcijos apibrėžtis, apimanti visą kultūrinės žiniasklaidos veiklą. Ji aiškinama kaip žurnalistinė veikla, kuria siekiama ugdyti įvairiapusišką žmogaus kultūrą. Tokios veiklos sukurti produktai skleidžia dvasinio pobūdžio auklėjamąsias žinias apie dvasines vertybes ir kultūros renginius, literatūros ir meno kūrinius. Tarp šios veiklos produktų patenka ir kultūriniai periodiniai leidiniai, kurie atkreipia skaitytojo dėmesį savo meninės raiškos priemonėmis. Kartais kaip termino kultūrinis periodinis leidinys sinonimas vartojamas terminas kultūrinė žiniasklaida. Vis dėlto šio straipsnio autorė laikosi nuomonės, kad pastarasis terminas yra gerokai platesnis, aprėpia ne tik kultūrinius leidinius, bet ir kitas žiniasklaidos priemones – TV ir radiją, internetinius portalus, kuriais skleidžiamos kultūrinės žinios, atkreipiamas vartotojo dėmesys į kultūrinę produkciją, atliekamas mediatoriaus vaidmuo tarp kultūros ir visuomenės.

Taigi galima daryti pirminę išvadą, kad kultūriniai periodiniai leidiniai yra specializuoti, nišiniai reguliariai leidžiami spaudiniai tuo pačiu pavadinimu, vis kito turinio, vienodai apiforminti, numeruoti bei datuoti, paprastai vienodos ar panašios apimties, skaitytojui pateikiami tradiciniu spausdintiniu arba skaitmeniniu, arba abiem šiais formatais, kuriuose nagrinėjamos kultūros temos yra dominuojančios. Probleminiai klausimai: kokią vietą kultūrinė periodika užima bendroje kultūros sampratoje, koks ryšys sieja kultūrą ir kultūrinę periodiką, ar šie leidiniai atlieka savo, kaip kultūros lauko dalies, funkcijas?

Kultūros sampratą įvairiais aspektais tyrinėjo daugelis tyrėjų (Vytautas Kavolis ²⁸, Kęstutis Meškys ²⁹, Peteris Bendixenas ³⁰, Ludwigas Wittgensteinas ³¹, Algirdas Julius Greimas ³², Jurijus Lotmanas ³³ ir kt.). Atsižvelgiant į tai, kieno ir kokiam kontekste šis terminas vartojamas, jis gali turėti daug skirtingų reikšmių, tačiau jas jungia svarbi bendrybė: kultūra yra susijusi su žmogaus dvasiniu potencialu, vienaip ar kitaip apima visas gyvenimo sritis – nuo meno iki politikos ir ekonomikos. Svarbu ir tai, kad kultūra dažniausiai suvokiama kaip elitinis reiškiny, nes tokios kultūros vystymosi procese, kuriant kultūrinės vertes ir jomis naudojantis, dalyvauja tik nedidelė tautos dalis. Kita vertus, kartais neišvengiamas „kultūros banalizavimas ją sudemokratina ir daro priimtina platesniems sluoksniams“ ³⁴. Šiame kontekste svarbios tampa Ludwigo Wittgensteino skiriamos kultūros (Kultur) ir nekultūros (Unkultur) ³⁵ bei Leonido Donskio minimos aukštosios (elitinės) kultūros ir populiariosios kultūros sąvokos, kai „populiarioji kultūra uždirba didelius pinigus, o aukštoji kultūra neišsilaiko be valstybės ir mecenatų paramos“ ³⁶. Panaši skirtis taikytina ir periodikos atveju, kai skiriama: 1) populiarioji periodika (dažniausiai iš privačių fondų leidžiama, rašanti populiariomis temomis) ir 2) kultūrinė periodika (dotuojama valstybės, sutelkta į nišines temas). Kita vertus, kaip aukštoji kultūra „gali būti perdėm akademiška ir sąlyginė, <...> o populiarioji kultūra gali būti rafinuota ir aukšto lygio“ ³⁷, taip populiarioji periodika savo temomis gali bent iš dalies priartėti prie kultūrinės spaudos. Tačiau klausimas, ar kultūrinė periodika turėtų tapti prieinamesnė plačiajai

visuomenei, tebelieka diskusijų objektas, nes tokiu atveju jai kyla rizika prarasti savo esmę.

Jurijaus Lotmano siūlymas į kultūrą žiūrėti kaip į sudėtingos sandaros tekstą, „suskylantį į „tekstų tekstuose“ hierarchiją ir sudarantį sudėtingas tekstų pynes“³⁸, taip pat yra parankus kultūrinės periodikos vietai kultūros kontekste suvokti. Daugiaplaniai kultūriniai tekstai atveria įvairialypių jų perskaitymo galimybių, o ir patys leidiniai yra nusistatę tam tikras savo kultūrinės programos. Šio straipsnio autorė laikosi nuomonės, kad kiekvieną kultūrinį periodinį leidinį galima perskaityti kaip daugiaplanį tekstą, kuriame užkoduota savita naratyvinė ir struktūrinė programa. Tokiu atveju parankus tampa Romano Jakobsono pasiūlytas modelis (pranešėjas → pranešimas → gavėjas ir atgalinio ryšio sistema, kai gavėjas pats tampa pranešėju ir įvyksta atsakomoji reakcija), kurį, kalbėdamas apie kultūros ir komunikacijos ryšį, pasitelkia J. Lotmanas³⁹.

Panašiu principu vykdoma ir kultūros, ir kultūrinių periodinių leidinių komunikacija: kultūros erdvė → pranešimas → kultūrinis leidinys ir atgalinis ryšys: kultūrinis leidinys → pranešimas → kultūros erdvė. Laikantis šio požiūrio tampa aišku, kad kultūra ir kultūriniai leidiniai pirmiausia susieti abipusio komunikacijos ryšio. Kęstutis Meškys visuomenės kultūros pagrindu taip pat laiko komunikaciją, teigdamas, kad „jos dėka vyksta informacijos pasikeitimas tarp sudėtingų dinaminių, biologinių ir techninių sistemų, kurios geba priimti, apdoroti ir kaupti informaciją“⁴⁰. Kultūriniai periodiniai leidiniai šiuo atveju yra viena iš galimybių keistis informacija.

Kita vertus, kultūros sąvoka yra linkusi kisti⁴¹, ypač tai aktualu pastaraisiais dešimtmečiais. Kultūros konceptas įgavo naują statusą, dėl globalizacijos tapo mažiau ribojamas, kinta kartu su žmonėmis. Panašiais kriterijais galima vertinti ir kultūrinius periodinius leidinius: kintant politinei, ekonominei situacijai, kinta jų siunčiamos žinios, kultūrinės vertybės, be to, komunikacija vykdoma įvairesniais kanalais, pasitelkiamos socialinės medijos, kuriami tinklalapiai.

Plečiantis kultūros sąvokai aktualus tampa kultūros ir ekonomikos sąryšis. Audronės Glosienės teigimu, kultūros lauke gaminamos prekės turi ekonominę ir simbolinę reikšmę. Ši koncepcija leidžia paneigti įsitikinimą, kad kultūra ir ekonomika yra nederantys reiškiniai, nes tradiciškai „kultūros sektorius yra ne tik nelaikomas bent kiek reikšmingu ekonomikos segmentu, bet ir turi išlaikytinio statusą“⁴². Rusnė Kregždaitė taip pat pabrėžia, kad kūrybinis sektorius yra neatsiejamas ekonominės ir socialinės plėtros komponentas. „Patekusi į rinkos procesus, sektoriaus kuriama produkcija prisideda prie ekonomikos rodiklių dinamikos <...>. Taip pat sektorius prisideda prie švietimo, kultūrinio dalyvavimo ir kultūros poreikių tenkinimo veiklų, kurios skatina vertybių formavimąsi, kūrybingumo ugdymą ir užtikrina ilgalaikį šalies gerovės augimą.“⁴³ Vis dėlto dažnu atveju meno ir kultūros veikėjai netelkia dėmesio į ekonominį savo veiklos aspektą koncentruodamiesi tik į simbolinį kapitalą – meninę kūrinio vertę. Kalbant apie kultūrinius

periodinius leidinius aktuali tampa kultūros ir ekonomikos sąsaja, nes kiekvieno leidinio tikslas – išlikti konkurencinės rinkos sąlygomis.

Prancūzų sociologas Pierre'as Bourdieu, sukūręs lauko teoriją – „konceptualų modelį, kuris pajėgtų aprėpti ir įvertinti gyvenimo įvairovę, teorizuoti patirtinį žmogaus ir socialinio pasaulio santykį, kuris kyla iš kasdienės patirties“⁴⁴, įvairius reiškinius, taip pat ir kultūrinius, tiria per santykį, esantį tarp skirtingų veikėjų, arba agentų, ir tai daro pasitelkdamas tris pagrindines sąvokas: laukas, kapitalas ir habitus. P. Bourdieu lauko, kaip socialinių ryšių sistemos, kuriai būdinga sava logika, principai ir taisyklės, samprata aktuali ir tiriant kultūrinės periodikos leidybos aspektus: pavyzdžiui, pravartus yra aiškinimas, jog meno, kultūros pasaulis yra struktūruotas, organizuotas, jame vyksta įvairūs galios procesai. Tai – konkurencinė erdvė, kurioje varžomasi dėl dominuojamos padėties, galimybės nustatyti galiojančias taisykles, jam svarbu kapitalas, kuris gali būti: 1) ekonominis (materialiniai ištekliai); 2) kultūrinis (žinios, išsilavinimas); 3) socialinis (galimybė priklausyti socialinei grupei); 4) simbolinis (jo „esmėje slypi gyvenimo ir veiklos metu sukauptas visuomeninis prestižas, įgyta šlovė, pripažinimas“⁴⁵). Kultūrinių leidinių analizei svarbi ir pastaba, kad ekonominis kapitalas galimas sukurti tik sukūrus simbolinį: pavyzdžiui, kuo leidinys yra prestižiškesnis arba jį leidžianti leidykla įgijusi geresnį vardą, tuo didesnė tikimybė sulaukti didesnio ekonominio kapitalo. P. Bourdieu naudojamas kitas konceptas – habitus – įgytos patirties padarinys, „individualizuotas socialumas, leidžiantis žmogui priimti ir suvokti aplinką, orientuotis jį išstinkančiose situacijose“⁴⁶, padeda suvokti kultūros leidinio ir jo adresanto ryšį. Įžvalgus yra P. Bourdieu teiginys⁴⁷, kad kultūrinė veikla ir vartojimas yra tarsi dviejų istorijų susitikimas: gamybos lauko, kur esama savų pokyčių taisyklių, ir socialinės erdvės, kuri nulemia tam tikrose pozicijose esančių atlikėjų skonį, o jo siūlomas kultūrinio lauko modelis suartina kultūros ir ekonomines sferas, parodo jų sąryšingumą.

Iš visų rinkoje esančių periodinių leidinių kultūrinius leidinius skiria esminė savybė: tai – specializuoti leidiniai, skirti kultūros visuomenei. Aldona Žemaitytė ją įvardija kaip „elitinę“ spaudą, kuri „ugdo, tegul ir gana siauros, bet labai reikalingos skaitytojų auditorijos skonį ir plečia akiratį, kad ši auditorija savo išlavintą skonį, supratimą, akiratį perteiktų kitiems, moksleiviams, studentams, išprususiems žmonėms“⁴⁸. Autorė teisi daugeliu aspektų, tačiau vis dėlto galima manyti, kad šiuo atveju kultūrinės spaudos įtaka yra suabsoliutinama. Tokiems kategoriškiems teiginiams įrodyti būtų pravartu atlikti tyrimus, patvirtinančius koreliaciją tarp kultūrinės spaudos skaitymo ir išsilavinimo. Tačiau bet kuriuo atveju kultūriniai periodiniai leidiniai yra kultūrinės žiniasklaidos dalis, kurios tikslas – nušviesti bendrą kultūros lauką, formuoti visuomenės skonį, atspindėti kultūrinio gyvenimo aktualijas, suteikti erdvę meno visuomenės kūrybinei raiškai, būti progresyvia kultūros dalimi.

Kita vertus, straipsnių kultūrinėmis temomis galima rasti ir kitų grupių periodiniuose leidiniuose: tarkim, žurnalas „Moteris“ nuolat spausdina interviu su rašytojais, kultūros veikėjais, anonsuoja meno, kultūros renginius. Ir vis dėlto šios rubrikos yra tik sudedamoji, nedidelė leidinio dalis, o kitos, smarkiai nuo kultūrinių leidinių specifikos nutolusios temos praplečia leidinių tikslinę auditoriją ir atriboja juos nuo kultūrinio periodinio leidinio sampratos. Tačiau čia vėl gali kilti diskusinis klausimas, ar visada toji išryškinta natūrali skirtis yra naudinga. Kodėl reikia ją išskirti? Kur išspausdintas interviu su rašytoju pasiekia platesnę auditoriją: 500 egz. tiražo kultūriniame leidinyje ar 10 tūkst. egz. tiražo leidinyje, kur kultūros temos yra tik sudedamoji leidinio dalis?

Kultūrinei spaudai būdinga ir dar viena formalioji skirtybė: leidinio viršelyje arba pirmajame puslapyje nurodoma jų paantraštė, pagrindžianti leidinio koncepciją: „kultūros žurnalas“ („Literatūra ir menas“), „dvisavaitinis kultūros laikraštis“ („Šiaurės Atėnai“), „mėnesinis kultūros ir meno žurnalas“ („Nemunas“) ir t. t. Taigi kultūrinis periodinis leidinys, be kitų minėtų periodiniam leidiniui būdingų savybių, privalo profesionaliai, išsamiai ir konceptualiai informuoti apie kultūrinio gyvenimo aktualijas, suteikti erdvę meno žmonių kūrybos raiškai.

Kalbant apie kultūrinių periodinių leidinių vietą kultūros sampratoje galima išskirti keturis aspektus: 1) koncepcinį – kultūrinis leidinys kaip elitinės, ne į masinį vartotoją sutelktos kultūros atstovas; 2) komunikacinį – kultūrinis leidinys kaip informacijos priėmėjas ir perdavėjas; 3) ekonominį – kultūrinis periodinis leidinys kaip konkurencinės rinkos atstovas; 4) hedonistinį – kultūrinis leidinys kaip teikiantis skaitymo (geros kokybės tekstai) ir vizualinį (reprodukcijos, nuotraukos, piešiniai) malonumą.

Tematiškai 2000–2015 metų kultūrinius leidinius galima skirstyti į penkias grupes (žr. 1 lentelę). Toks skirstymas, be abejo, yra sąlygiškas, nes dalis leidinių temų bent iš dalies gali atstovauti kitam kultūros laukui.

1 LENTELĖ.

2000–2015 m. kultūrinių periodinių leidinių tematika

Tematika	Leidiniai
Universalaus kultūrinio pobūdžio	„ApArt“, „Krantai“, „Kultūros barai“, „Liaudies kultūra“, „Literatūra ir menas“, „Naujoji Romuva“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Nemunas“, „Santara“, „7 meno dienos“, „Pravda“, „Šiaurės Atėnai“
Muzika	„Ausi“, „Muzikos barai“, „Ore“, „Tango“
Dailė	„Dailė“, „Dailėraštis“
Literatūra	„Knygų aidai“, „Metai“
Teatras	„Lietuvos scena“, „Bravissimo“

* 2019 m. žurnalas pakeitė pavadinimą. Dabar – „Būdas“.

Tačiau, kalbant apie kultūrinius leidinius kaip kultūros lauko fenomeną ir jų vietą kultūros sampratoje, šiuos leidinius galima tirti

analizuojant jų funkcijas ir pastarųjų realizavimą. Bendriausia bet kokio leidinio funkcija yra informacinė: pateikti turinio nulemtą konceptualią informaciją. Ši funkcija, be abejo, aktuali ir kultūriniais leidiniams – plačiąja prasme informuoti apie svarbiausius kultūrinius įvykius. Tačiau galima išskirti ir specifines kultūrinių leidinių funkcijas – aksiologinę; gnoseologinę; komunikacinę, estetinę ⁴⁹, hedonistinę ⁵⁰ – galima analizuoti į kultūrinį leidinį žvelgiant kaip į erdvę: a) rašytojų tekstams publikuoti; b) profesionaliam įvairių meno ir kultūros reiškinių aptarimui ir kritikai skleisti; c) ir kultūros gyvenimo įvykiams, ir autorių kūrybos tekstams publikuoti.

Kultūrinis periodinis leidinys kaip erdvė rašytojų tekstams publikuoti.

Nuo 1991 metų leidžiamas žurnalas „Metai“ per visą leidybos laikotarpį išlaikė savo tematinę ir kultūrinę kryptį – publikuoti autorių kūrybą, literatūros mokslo tekstus, rengti interviu su rašytojais, kitaip tariant, atspindėjo literatūrinio pasaulio naujoves ir įvairovę. Ši pasirinkta leidinio koncepcija susijusi su aksiologine (vertybine) – publikuoti aukštos meninės vertės tekstus – funkcija. Žurnalo sandara atspindi kultūrinę leidinio programą, o struktūriškas leidinio kaip visumos skaidymas atskiromis rubrikomis konceptualizuoja Juriiaus Lotmano siūlytą modelį kultūrą vertinti kaip sudėtingos sandaros tekstą, segmentuotą į atskirus savarankiškus tekstus. Šiuo atveju kaip atskirus tekstus galime suvokti temines žurnalo rubrikas, kurios aktualizuoja žurnalo leidybinę kryptį ir jo, kaip kultūros leidinio, gnoseologinę funkciją – profesionaliai analizuoti literatūrinius reiškinius. Visas žurnalo rubrikas galima būtų apibūdinti kaip literatūrą ir kalbėjimą apie literatūrą: „Originali proza“, „Originali poezija“, „Originali drama“, „Verstinė proza“, „Verstinė poezija“, „Verstinė drama“, straipsniai rašytojų jubiliejams paminėti (K. Donelaičio, Šatrijos Raganos ir kt. sukaktys), „Literatūros mokslas ir kritika“ (tiriamieji literatūros mokslo straipsniai), „Akcentai“ (literatūrologų mintys apie pasirinktus literatūros tekstus), „Svarstymai“ (pokalbiai su literatūrologais, publicistais), „Apie kūrybą ir save“ (interviu su rašytojais). Žurnalo pabaigoje (rubrika „Gauta paminėti“) anonsojamos knygos. Šios rubrikos iš esmės atspindi žurnalo koncepciją ir jo atliekamą aksiologinę (grožinis kūrinys kaip šviečiamasis ir ugdomasis reiškiny) funkciją, o mėnraštis yra vieta „rašytojų bendruomenės praeities, dabarties ir ateities veidrodys bei kalbėjimo ir susikalbėjimo vieta“ ⁵¹, kitaip tariant, atlieka komunikacinę funkciją tarp literatūros lauko adresatų.

Žurnalas kaip tekstas formuojamas uždara schema: įžanginis straipsnis bendresne literatūrine tema, pagrindinės žurnalo rubrikos, atspindinčios jo koncepciją, ir pabaiga, skirta knygos ar knygų pristatymui. Vladimiro Toporovo nuomone ⁵², toks kuriamos kūrybinės erdvės formavimas, griežtai motyvuota schema realizuojama ne tik literatūrinės, istorinės situacijos, bet ir mentalinių ją kuriančių asmenų ypatybių, kurios gali būti nulemtos kai kurių kultūrinių veiksnių. Taip pat leidinys

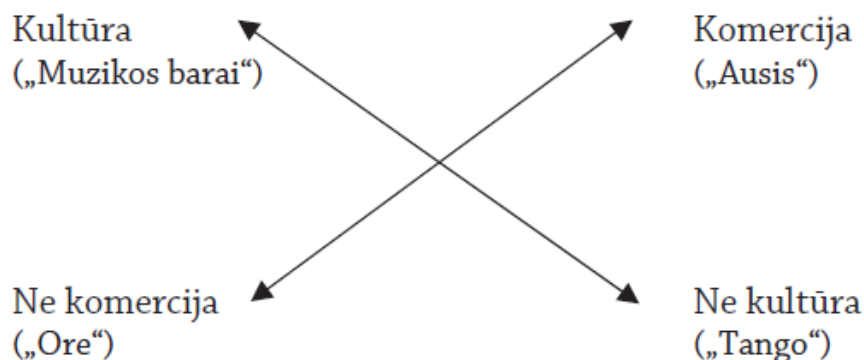
realizuoja estetinę ir hedonistinę funkcijas – aukštos poligrafinės kokybės, didelės apimties žurnale publikuojami aukštos meninės vertės rašytojų ir literatūrologų tekstai; jų įvairovė (originalioji ir verstinė įvairių žanrų kūryba, literatūros kritika) leidžia sukurti ryšį su dviejų rūšių adresatais: kuriančiaisiais ir skaitančiaisiais. Taigi galima teigti, kad tokia pasirinkta struktūrinė žurnalo sandara ir tematinis aktualizavimas reflektoriai atspindi pasirinktos kultūrinės programos realizacijos modelį: kultūrinis periodinis leidinys „Metai“ kaip erdvė rašytojų tekstams publikuoti atlieka aksiologinę, gnoseologinę, estetinę, hedonistinę funkcijas.

Kultūrinis periodinis leidinys kaip erdvė profesionaliam įvairių meno ir kultūros reiškinių aptarimui ir kritikai.

Atsižvelgiant į bendrąją 2000–2015 m. kultūrinių leidinių tematiką (žr. 1 lentelę), į priskirtų meno ir kultūros reiškiniams grupę patenka universaliųjų ir specializuotų – literatūros, teatro, dailės, muzikos – leidinių. Konceptinį apsisprendimą lėmė du esminiai šių leidinių bruožai: 1) į tam tikras temas orientuota tematinė problematika; 2) funkcijos, kurios atspindi kultūros reiškinių analizės aktualizaciją. Pirmasis aspektas svarbus mėginant apibrėžti tikslinę šių leidinių auditoriją, kuri gali būti nulemta leidinių tematinės krypties. Tai – skaitytojai, orientuoti į bendresnio pobūdžio kultūrinės temas arba susitelkę į specializuotas, apimančias teatro, kino, muzikos klausimus. Antrasis aspektas lemia šių kultūrinių leidinių užimamą poziciją kultūros lauke. Taigi, be meno ir kultūros reiškinių analizės, šie leidiniai tiriamuoju laikotarpiu svarbūs dar keliais aspektais, kurie taip pat padeda nustatyti ir realizuoti jų funkcijas.

4) Kultūros ir komercijos priešprieša („Auis“, „Ore“, „Tango“).

Muzikos tematiką aktualizuojantiems tiriamojo laikotarpio leidiniams, bandžiusiems tilpti į kultūrinio periodinio leidinio rėmus ir drauge iš jų išsprūdusiems, kultūros ir komercijos samprata tapo itin aktuali. Tik „Muzikos barai“ (turinio lygmeniu jis tilpo į tradicinio kultūrinio leidinio suvokties rėmus: straipsniai apie lietuvių ir užsienio muzikos aktualijas, pateikiama recenzijų, aiškiai apibrėžiama koncepcija) buvo finansuojami valstybės, kiti trys („Auis“, „Ore“, „Tango“) leisti iš privačių fondų. Tai lėmė kai kuriuos esminius jų leidybos ypatumus: 1) didelį, kultūriniais leidiniams nebūdingą tiražą; 2) išskirtinį pozicionavimą: 1998–2002 metais leistas mėnraštis „Ore“ save pozicionavo kaip nepriklausomą kultūros gidą; 3) formatą, kurio nedotavo valstybė, o dėl pernelyg ambicingų žurnalo tikslų atsisakė finansuoti komerciniai rėmėjai: „Tango“ kūrybinė grupė kėlė uždavinį atspindėti reikšmingiausius XX a. muzikinius bei kultūrinius pokyčius, apžvelgti muzikos raidą bei avangardo muzikos kitimą nuo šimtmečio pradžios iki mūsų dienų; 4) atsisakymą apibrėžti tikslinę auditoriją („Žurnalas nebuvo orientuotas į jokią auditorijos segmentą“⁵³). Taigi šie kultūriniai leidiniai egzistavo palyginti skirtingose kultūrinėse erdvėse (žr. 1 pav.), kurios yra esmingai svarbios realizuojant vertybinę, gnoseologinę ir komunikacinę funkcijas.



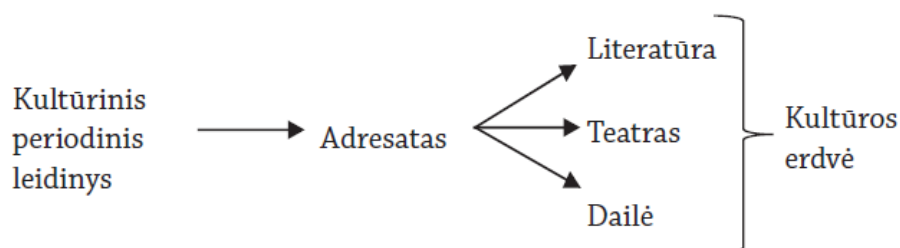
1 PAV.

2000–2015 m. kultūrinių leidinių diferenciacija

Taigi trys leidiniai („Ausis“, „Ore“, „Tango“) varijavo ant kultūrinių ir komercinių leidinių ribos, kol galiausiai nepritapo nė vienoje iš šių erdvių.

5) Išskirtinai specializuoto turinio („Knygų aidai“, „Dailė“, „Dailėraštis“, „Lietuvos scena“, „Bravissimo“).

Šie kultūriniai periodiniai leidiniai buvo sutelkti į trijų krypčių kultūrinį lauką: literatūros („Knygų aidai“, „Dailė“, „Dailėraštis“), teatro („Lietuvos scena“, „Bravissimo“), tokiu būdu jie komunikavo su skirtingais adresatais. Tokia naratyvinės programos pasirinktis nulemia jų tematinius aspektus. Į dailę, literatūrą ir teatrą orientuotus tiriamojo laikotarpio kultūrinius periodinius leidinius jungia bendra nišinė kultūrinė naratyvinė programa ir bendras adresatas – kultūros tekstų skaitytojas, kuris drauge gali būti suvokiamas ir kaip vertės objektas – kiekvieno kultūrinio leidinio siekiamybė. Kita vertus, visų šių leidinių adresatas gali būti skirtingas, t. y. nulemtas tematinio leidinių aspekto ir pažintinės funkcijos (žr. 2 pav.).



2 PAV.

Specializuotų periodinių kultūros leidinių adresatų (skaitytojų) pasiskirstymas

Kitaip tariant, šių leidinių gnoseologinė ir komunikacinė funkcijos yra nukreiptos į tam tikro tematinio lauko aktualizaciją.

Taigi kultūriniai periodiniai leidiniai kaip erdvė profesionaliam įvairių meno ir kultūros reiškinių aptarimui ir kritikai („ApArt“, „Kultūros barai“, „Liaudies kultūra“, „Pravda“, „Ausis“, „Muzikos barai“, „Knygų aidai“, „Ore“, „Tango“, „Dailė“, „Dailėraštis“, „Lietuvos scena“, „Bravissimo“) savo kultūrine programa realizuoja gnoseologinę, komunikacinę, estetinę funkcijas.

1) Tarptautiškumas kaip didesnės kultūrinės žinios sklaidos galimybė („Kultūros barai“).

„Kultūros barai“ nuo 2003 m. yra portalo www.eurozine.com partneris. Tai suteikia intensyvių intelektualinių mainų galimybę – portalas autoritetingai reprezentuoja nacionalines kultūras. Eurozine.com platforma „Kultūros barams“ suteikia galimybę nemokamai keistis tekstais tarp 100 žurnalų, kurie yra eurozine.com partneriai. Tekstai spausdinami ir originalo kalba, ir išversti į anglų, vokiečių kalbas. Taip populiarinama lietuvių kalba ir ugdoma vertimų kultūra. Tai – svarbi galimybė atrasti leidinį ir galbūt jį užsiprenumeruoti daugeliui jaunų žmonių, gyvenančių ir studijuojančių užsienyje.

2) Mediatoriaus vaidmuo kaip priemonė sąryšingumo su kitomis sritimis galimybės atrasti („Liaudies kultūra“, nuo 2019 m. gegužės – „Būdas“).

„Liaudies kultūra“, palyginti su kitais kultūriniais leidiniais, užėmė ypatingą poziciją – daug dėmesio skirta mokslo publikacijoms. Toks turinio formavimas leido sujungti dvi – mokslo ir kultūros – sferas. Struktūriškai į rubriką „Mokslo darbai“ pretenduojantys straipsniai pateikiami mokslo darbams būdingu formatu: nurodant tyrimų objektą, tikslą, metodus, taip pat jie privalėjo būti recenzuojami ir aprobuojami ne mažiau nei dviejų recenzentų.

Kita vertus, žurnalo temos (šiuolaikinės lietuvių etninės kultūros būklė ir problemos; lietuvių archeologijos, etnologijos, mitologijos ir tautosakos, tautodailės tyrinėjimai; Baltijos regiono tautų kultūra; pasaulio tautų kultūros ir kt.) priartino jį prie kultūrinių leidinių problematikos lauko. Gali kilti klausimas, kiek prasminga kultūrinio ir mokslinio leidinio sintezė, nes abi sritys turi tik joms skirtų leidinių, kuriuose gali publikuoti konceptualius tekstus. Kita vertus, mokslo ir kultūrinės sritys labai artimai koreliuoja, be to, tokia strategija naudinga ne tik didinant auditoriją, bet ir plečiant leidinio gnoseologinės (didėja temų įvairovė) ir komunikacinės (galimos kultūrinės ir mokslinės diskusijos) funkcijų ribas.

3) Novatoriškas turinys, nulemtas finansavimo šaltinio ir platinimo organizacijos ypatumų („Pravda“, „ApArt“).

Išskirtinę vietą kultūrinių periodinių leidinių kontekste 2000–2015 metais užėmė iš privačių fondų leisti ir nemokamai platinami kultūriniai leidiniai „Pravda“ ir „ApArt“. Turinio prasme jie išsiskyrė savo novatoriškumu, polinkiu į polemines diskusijas – tokios naratyvinės programos pasirinkimas buvo aktualizuotas žurnalų pavadinimais. Ypač tai buvo ženklų žurnale „Pravda“. Kita vertus, pastangos provokuoti leidinyje buvo sietos su skatinimu mąstyti, siekti saviraiškos ir kultūrinį leidinį skaityti kaip kultūrinių reiškinių dialogą. Nepaisant to, kad tiriamuoju periodu buvo ir daugiau nemokamai platinamų kultūrinių leidinių, šiedu nesišliejo prie kokių nors sąjungų (plg. „Dailėraštis“ – Lietuvos dailininkų sąjungos leidinys) ar teatrų („Bravissimo“ – LNOBT leidinys). 2004 metais įkurta „Pravda“ save pozicionavo kaip miesto gidą apie gyvenimo būdą, kultūrą, stilių, personažus. „Pravdos“, kaip leidinio, tikslas buvo ir aktualias, ir labiau marginalines temas konceptualizuoti

nebanaliai. Be to, leidinys kūrė savas taisykles – jame beveik nebuvo tikrų vardų, tik slapyvardžiais pasirašomi tekstai.

„ApArt“ savo programoje atmetė kultūros tik kaip elitinio reiškinių, kuriuo naudojasi nedidelė dalis vartotojų, sampratą ir sujungė aukštosios bei populiariosios kultūros sąvokas: be Lietuvos ir užsienio kultūrinių žinių, poleminių diskusijų, kai tame pat numeryje galėjo būti išspausdinti du straipsniai, kurių pozicijos tuo pačiu klausimu galėjo būti visiškai skirtingos, žurnale buvo galima rasti straipsnių andergraundo ir kitomis populiariomis temomis.

Tokia šių leidinių gnoseologinės ir aksiologinės funkcijų realizacija galėjo būti nulemta dviejų sąlygų: a) platinimo vietų, kurios skatino populiariesnių temų ir laisvesnio požiūrio į kultūros reiškinius poreikį, drauge atliekant ir

komunikacinę funkciją – pasiekiant įvairesnius adresatus; b) finansavimo šaltinių – privatūs fondai nebuvo suvaržyti valstybės finansuojamiems leidiniams keliamų reikalavimų.

Kultūrinis periodinis leidinys kaip erdvė kultūros gyvenimo įvykiams ir autorių kūrybos tekstams publikuoti.

Dalis 2000–2015 metais leistų kultūrinių periodinių leidinių savo programai įgyvendinti rinkosi universalų modelį – aprašyti kultūros gyvenimo įvykius, drauge publikuojant autorių kūrybą. Galima daryti prielaidą, kad toks kultūrinio gyvenimo atspindėjimas galbūt galėtų būti parankiausias skaitytojams, kurie gauna išplėstinę ir visapusę kultūrinę informaciją. Be to, jis praplečia kultūros ir kultūrinių periodinių leidinių komunikacijos modelį, kurį galima pavaizduoti tokia schema: autorius → pranešimas → kultūrinis leidinys → kultūros erdvė ir kultūros erdvė → [kultūrinis leidinys] → pranešimas → autorius. Be šių savybių, šiems leidiniams būdingi keli ypatumai, svarbūs aiškinantis jų funkcijas.

1) Turinio kaita medijų kontekste („Literatūra ir menas“, „7 meno dienos“).

Kultūros savaitraščiai „Literatūra ir menas“ (nuo 2018 metų – dvisavaitinis žurnalas) bei „7 meno dienos“ išsiskiria moderniomis internetinėmis svetainėmis, kuriose skelbiami nuo spausdintinio varianto atsieti tekstai. Jos yra atskirai administruojamos, tačiau publikuojamas turinys išlaiko spausdintiniam variantui būdingas temas: muzika, teatras, kinas, fotografija („7 meno dienos“); literatūra, kultūra, menas („Literatūra ir menas“). Taip realizuojama komunikacinė, hedonistinė ir gnoseologinė leidinių funkcijos, tiesiogiai susijusios ir su adresatų kaita: keičiantis medijoms, tikėtina, keičiasi skaitytojų auditorija, formuojanti priešpriešą skaitymas popieriuje vs. skaitymas ekrane.

2) Išskirtinai įvairios kultūrinės temos („7 meno dienos“, „ApArt“, „Kran-

tai“, „Kultūros barai“, „Liaudies kultūra“, „Literatūra ir menas“, „Naujoji Romuva“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Nemunas“, „Santara“, „Pravda“, „Šiaurės Atėnai“).

Bendresnio turinio temos, kuriomis ugdomas kultūrinis sąmoningumas, kritinis mąstymas, vertybinės perspektyvos, leidžia pritraukti skaitytojų, drauge – didinti tiražą, suburti daugiau originaliųjų tekstų autorių. Keldami savo kultūrinės programos tikslus: gaivinti kultūros tradiciją, ugdyti akademinę visuomenę, skatinti krikščioniškai orientuotą politinį mąstymą („Naujasis Židinyš-Aidai“); išlaikyti kuo gražesnę leidinio išvaizdą („Naujoji Romuva“); atsiriboti nuo bet kokių politinių ideologijų („Nemunas“); suteikti kūrybinę erdvę ne tik pripažintų autorių tekstams, bet ir naujiems kūrėjams („Šiaurės Atėnai“), leidiniai sukūrė platų kultūrinį lauką įvairių interesų auditorijai, aktualizuodami komunikacinę funkciją tarp adresatų.

3) Išskirtinis apiforminimas („Nemunas“).

Nuo 1967 metų leidžiamas „Nemunas“ išsiskyrė netradiciniu – kvadratinio – formatu, kurį, patyręs keletą tipologinių pokyčių, susigrąžino 2017 metais. Geros kokybės iliustracijos – „Nemuno“ išskirtinumas, palyginti su kitais kultūriniais leidiniais. Šios savybės jis neprarado ir būdamas savaitraščiu ar dvisavaitiniu leidiniu.

Taigi, kalbant apie funkcijų ir paskirčių aspektus, tiriamojo laikotarpio kultūriniai periodiniai leidiniai buvo aktualūs kaip priemonė: 1. perduoti ir saugoti kultūrinei informacijai (dvipusis komunikacinis pranešimo ir kultūrinės erdvės ryšys bei išliekamoji kultūrinių tekstų vertė); 2. formuoti naujiems adresatams kultūrinei žiniai priimti (kiekvienas leidinys suburia savo auditoriją ir taip papildo bendrą kultūros lauką); 3. siunčiamai žiniai aktualizuoti įvairesniais kanalais (tarptautiškumo lygmuo, išplečiantis prieinamumo ir pasiekiamumo galimybes; socialinės medijos, kuriančios platesnį ir įvairesnį kultūrinį komunikacijos lauką; nuo spausdintinio leidinio turinio atsieti tinklalapiai).

KULTŪRINIŲ PERIODINIŲ LEIDINIŲ VIRTUALIZACIJA 2000–2015 METAIS

Virtualiosios žiniasklaidos pradžia Lietuvoje gali būti laikomi 1997-ieji – tais metais dienraštis „Lietuvos rytas“ išleido internetinį savo leidinio variantą. Nuo 2000 m. internetinės žiniasklaidos tendencija sustiprėjo, atsirado portalų (delfi.lt), komerciniai žurnalai ėmė kurti savo el. tinklalapius (cosmopolitan.lt, laima.lt ir kt.). Per daugiau nei 20 metų situacija kardinaliai pasikeitė: ir verslo, ir ne pelno siekiančios organizacijos į rinkodaros strategijas įtraukia portalų steigimą, komunikaciją socialiniuose tinkluose.

Socialinės medijos yra informacinės technologijos, kurioms „būdingas interaktyvus turinys, galimybė skaityti, dalytis naujienomis, informacija“⁵⁴, ir drauge „visuomeninio sąryšio mašinos“⁵⁵, atliekančios komunikacinę funkciją. Pasauliniu mastu smarkus socialinių tinklų kūrimasis vyko 2005–2007 metais⁵⁶, šiuo metu dominuoja globalūs socialiniai tinklai „Facebook“, „YouTube“, „Instagram“ ir kt. Socialinės medijos vartotojams suteikia galimybę tapti aktyviais turinio kūrėjais, kadangi jie gali laisvai tarpusavyje bendrauti, kurti, keisti informaciją. Taigi socialines medijas galima vadinti šiuolaikiška komunikacijos forma, turinčia internetinį pagrindą, už kurios turinį yra atsakingi patys

vartotojai. Jos suteikia galimybę atpažinti skaitytojų poreikius, reaguoti į norus, išlaikyti komunikacijos galimybes, drauge didinant leidinio žinomumą. Patrauklus socialinių medijų bruožas ir tas, kad komunikacija jose yra visiškai nemokama. Kita vertus, aktyvi ir gerai paruošta paskyra reikalauja laiko ir intelektualinių išteklių – rengti geros kokybės turinį bei jį administruoti.

XXI a. pradžioje ne tik komercinės žiniasklaidos priemonės, bet ir kultūriniai periodiniai leidiniai, atsižvelgdami į visuomenės poreikius, buvo priversti ne tik apsvarstyti leidybos modelius, bet ir ieškoti naujų raiškos formų – kurti internetinius tinklalapius, vykdyti veiklą socialinėse medijose. Taigi dauguma 2000–2015 metais leistų Lietuvos kultūrinių periodinių leidinių tradicinį spausdintinį variantą papildė virtualiu ir tai atliko keliais būdais (žr. 2 lentelę): įkūrė internetinį dienraštį; įkūrė kultūros savaitraštį; įkūrė kultūros svetainę; sukūrė el. versiją; suteikė galimybę skaityti archyvus. Tik trys leidiniai jokio skaitmeninio varianto neturėjo. Virtualizacija turėjo didelę įtaką ir kultūrinių leidinių funkcijų (pirmiausia – komunikacinės) realizacijai.

2 LENTELĖ.

2000–2015 m. Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai pagal skaitmeninį formatą

Skaitmeninis formatas	Leidinio pavadinimas	Prieiga internetu
Internetinis dienraštis	„7 meno dienos“	www.7md.lt
Kultūros svetainė	„Literatūra ir menas“	literaturairmenas.lt
El. žurnalo versija	1. „ApArt“ 2. „Bravissimo“ 3. „Kultūros barai“ 4. „Naujasis Židinys-Aidai“ 5. „Nemunas“ 6. „Ore“ 7. „Pravda“ 8. „Šiaurės Atėnai“	1. www.apart.lt 2. www.opera.lt/zurnalas 3. www.kulturosbarai.lt 4. www.nzidiny.lt 5. http://nemunas.net 6. www.ore.lt 7. pravda.lt 8. www.satenai.lt
Galimybė atsisiųsti žurnalą pdf formatu	1. „Naujasis Židinys-Aidai“ 2. „Naujoji Romuva“	1. www.nzidiny.lt 2. www.nromuva.lt
Galimybė skaityti archyvus	1. „7 meno dienos“ (nuo 2002) 2. „Dailė“ (nuo 1998) 3. „Dailėraštis“ (nuo 2014) 4. „Knygų aidai“ (nuo 2006) 5. „Krantai“ (nuo 2008) 6. „Kultūros barai“ (nuo 2009) 7. „Liaudies kultūra“ (nuo 1997) 8. „Metai“ (nuo 2004) 9. „Muzikos barai“ (nuo 1931) 10. „Naujoji Romuva“ (nuo 2008) 11. „Nemunas“ (nuo 2010)	1. 7md.lt/7MDarchyvas 2. www.artseria.lt/daile2.html 3. www.ldsajunga.lt/Dailerastis 4. nzidiny.lt/585292/leidiniai/knygu_aidai 5. www.kranturedakcija.lt/zurnalas-krantai 6. www.kulturosbarai.lt/archyvas 7. lnkc.lt/go.php/lit/Liaudies-kultura/28 8. www.tekstai.lt/zurnalas-metai 9. www.muzikusajunga.lt/mr 10. www.nromuva.lt 11. http://nemunas.net/?p=29
Skaitmeninio varianto neturėjo	1. „Lietuvos scena“ 2. „Santara“ 3. „Tango“	

Šaltiniai: www.7md.lt, literaturairmenas.lt, www.opera.lt/zurnalas, www.kulturosbarai.lt, www.nzidiny.lt, <http://nemunas.net>, www.ore.lt, www.satenai.lt, www.nzidiny.lt, www.nromuva.lt, www.artseria.lt/daile2.html, www.ldsajunga.lt/Dailerastis, www.kranturedakcija.lt/zurnalas-krantai, www.tekstai.lt/zurnalas-metai, nzidiny.lt/585292/leidiniai/knygu_aidai, lnkc.lt/go.php/lit/Liaudies-kultura/28, www.muzikusajunga.lt/mr.

Analizuojamuoju laikotarpiu kultūriniai periodiniai leidiniai komunikaciją vykdė tik socialiniame tinkle „Facebook“. Toks sprendimas greičiausiai buvo nulemtas minėto socialinio tinklo populiarumo. Be

to, paskyrą jame sukurti ir ją administruoti nesudėtinga. Kita vertus, socialinis tinklas „Instagram“ kultūriniais leidiniais galėjo būti puiki erdvė dalytis vizualiaja informacija, tarkim, pristatyti viršelius, nuotraukas ir pan.

Taigi socialiniame tinkle „Facebook“ paskyras buvo sukūrę 9 tiriamieji kultūriniai periodiniai leidiniai („7 meno dienos“, „Literatūra ir menas“, „Kultūros barai“, „Muzikos barai“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Naujoji Romuva“, „Nemunas“, „Liaudies kultūra“ (bendresnio pobūdžio profilis), „Šiaurės Atėnai“). 12 leidinių („ApArt“, „Ausis“, „Bravissimo“, „Dailė“, „Dailėraštis“, „Knygų aidai“, „Krantai“, „Metai“, „Lietuvos scena“, „Santara“, „Pravda“, „Tango“) jų neturėjo.

„ApArt“, „Ausis“, „Pravda“, „Tango“ leidybą nutraukė anksčiau, nei socialiniai tinklai tapo labai populiarūs. Ypatingas atvejis – „Ore“: nutraukus popierinio leidinio leidybą, toliau buvo administruojamas tinklalapis, papildžius jį platesniu, ne tik su muzika sietinų temų spektru (kinas, teatras, knygos ir t. t.), nuo 2010 metų yra sukurta paskyra „Facebook“. Kiti leidiniai („Bravissimo“, „Dailė“, „Dailėraštis“, „Knygų aidai“, „Krantai“, „Lietuvos scena“, „Santara“) analizuojamu periodu paskyrų neturėjo.

De visu peržiūrėjus minėtų leidinių 2015 metais administruotas paskyras socialiniame tinkle „Facebook“ galima išskirti kelias turinio temas:

1. straipsniai iš savų internetinių svetainių;
2. spausdintinių leidinių anonsai;
3. kvietimai į kultūrinius renginius, jų anonsai;
4. kiekvienam leidiniui koncepciškai aktualios temos (žr. 3 lentelę).

Geriausiai komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“ vykdė žurnalas „Nemunas“: šioje paskyroje vyko (ir vyksta) aktyvios kultūrinės diskusijos, straipsniais dalijamasi, jie sulaukia komentarų ir spustelėjimų patinka. Tokį rezultatą galima sieti su:

1) turinio vadyba (keliami platesnio profilio straipsniai iš kitų kultūros svetainių, ne tik nemunas.lt). Tai sulaukia aktyvaus grįžtamojo kultūros vartotojų ryšio. Be to, publikuojamais tekstais aktyviai dalijamasi, vadinasi, jie atlieka išpėstinę komunikacinę funkciją, kai komunikuojama ne tik socialinės paskyros ribose, bet žinutė skleidžiama plačiau;

2) reguliariu administravimu. Vis dėlto šis punktas taikomas tik iš dalies, nes „Nemuno“ paskyra atnaujinama rečiau nei, tarkim, „Šiaurės Atėnų“ ar „Literatūros ir meno“, tačiau sulaukė kur kas didesnio grįžtamojo ryšio.

3 LENTELĖ.

2015 metais kultūrinių periodinių leidinių socialiniame tinkle „Facebook“ vykdyta komunikacija

Leidinio pavadinimas	Figūruojančios temos	Žinučių dažnis	Komunikacija, diskusijos	Tinklalapio sekėjų skaičius
„7 meno dienos“	Straipsniai iš 7md.lt, kvietimai į kultūrinius renginius, jų anonsai	Informacija atnaujinama kiekvieną darbo dieną, paskyra aktyviai administruojama.	5–60 patinka, įrašais dalijamasi retai, diskusijų beveik nevyksta	8 691
„Literatūra ir menas“	Straipsniai iš literaturairmenas.lt, būsimo žurnalo anonsai, kultūrinių renginių anonsai	Paskyra aktyviai administruojama ir atnaujinama.	10–50 patinka, diskusijos vangios	11 877
„Kultūros barai“	Naujausio numerio anonsai, knygų pristatymai, renginių anonsai	Atnaujinama 1–2 kartus per mėnesį.	10–100 patinka, diskusijų nevyksta	5 672
„Muzikos barai“	Kultura.l.rytas.lt, muzikusajunga.lt straipsniai, muzikos kūriniai, koncertų anonsai	Atnaujinama reguliariai, kelis kartus per mėnesį.	Iki 100 patinka, diskusijų nevyksta	1 334
„Naujasis Židinyss-Aidai“	Žurnalo anonsai, knygų pristatymai, kvietimai į kultūrines diskusijas, straipsniai iš nzidinyss.lt, bernardinai.lt	Atnaujinama kelis kartus per mėnesį.	Iki 50 patinka	2 635
„Naujoji Romuva“		2015 metais paskyra neaktyvi. Aktyvesnė nuo 2017 metų.		657
Leidinio pavadinimas	Figūruojančios temos	Žinučių dažnis	Komunikacija, diskusijos	Tinklalapio sekėjų skaičius
„Nemunas“	Žurnalo anonsai, straipsniai iš lrt.lt, kitų kultūros svetainių	Kelis kartus per mėnesį	Per 500 patinka, aktyvios kultūrinės diskusijos	5 017
„Ore“	Straipsniai iš ore.lt, kultūrinių renginių anonsai	Atnaujinama aktyviai ir reguliariai	Iki 50 patinka, diskusijos ribotos	5 911
„Liaudies kultūra“	Renginių anonsai, žurnalo anonsai	Kelis kartus per mėnesį	Iki 50 patinka, diskusijų beveik nevyksta	1 932
„Šiaurės Atėnai“	Satenai.lt straipsniai, spektaklių, kitų kultūrinių renginių anonsai, paveikslų reprodukcijos	Kelis kartus per mėnesį	Iki 100 patinka, diskusijos vangios	11 500

Šaltiniai: kultūrinių leidinių „7 meno dienos“, „Literatūra ir menas“, „Kultūros barai“, „Muzikos barai“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Naujoji Romuva“, „Nemunas“, „Ore“, „Liaudies kultūra“, „Šiaurės Atėnai“ paskyros socialiniame tinkle „Facebook“.

Taigi galima sakyti, kad tiriamuoju laikotarpiu komunikaciją socialiniuose tinkluose Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai išnaudojo tik iš dalies, tačiau buvo stebima ženkliai šios srities pažanga. Esančios paskyros dažniausiai atliko būsimo spausdintinio leidinio anonsavimo erdvės vaidmenį, menčiau realizuojant puikios galimų kultūrinių diskusijų terpės galimybes.

Svarbu paminėti, kad 2014–2015 metais pradėjo populiarėti naujas virtualizacijos būdas – asmeniniai tinklaraščiai, kitaip tariant, ėmė formuotis „hibridinis tipas – viešasis, medijų intelektualas – <...> asmuo, naudojantis viešuosius forumus savo nuostatoms reikšti“⁵⁷. Be populiariųjų, sutelktų į madą, maistą ar keliones, ėmė rasti ir menininkų rašomų bei į kultūrines temas orientuotų tinklaraščių, pavyzdžiui, rašytojos Ilzės Butkutės (<http://www.ilzes-dirbtuves.lt>).

Tokie tinklaraščiai, panašiai kaip socialiniai tinklai, aktualizavo ir aktualizuoja kelis tinklaveikos visuomenei svarbius aspektus: 1) patenkina greitai pasiekiamos, operatyvios informacijos poreikį (tinklaraščiai gali būti atnaujinami kasdien ar net kelis kartus per dieną, o spausdintinio kultūrinio dienraščio Lietuvoje neturime); 2) informacija yra pateikiama paprastesniu, laisviau perskaitomu stiliumi; 3) menininkas sulaukia greito grįžamojo ryšio iš skaitytojo. Kita vertus, tokie tinklaraščiai, būdami kultūros žiniasklaidos dalimi, tikėtina, atėmė ir ateityje atims dalį kultūrinių leidinių auditorijos – ir kuriančiosios, ir skaitančiosios.

Kalbant apie 2000–2015 m. kultūrinių periodinių leidinių virtualizaciją, verta paminėti, kad visus 2014 metus (išskyrus 2014 01 10 (Nr. 3456) numerį) žurnalas „Literatūra ir menas“ skelbė anketą, į kurią atsakinėjo kultūros ir meno žmonės – iš viso 46 asmenys⁵⁸. Trečiasis iš septynių anketos klausimų: „Ar skaitote kultūros leidinius? Jei taip, tai kur – popieriuje ar internete? Gal jau laikas kultūrinei spaudai apskritai keltis į internetą?“ Beveik visi respondentai⁵⁹ pripažino kultūrinius leidinius skaitantys, tačiau į antrąją klausimo dalį atsakymai pasidalijo lygiomis dalimis: internetui pirmenybę teikė 15, spausdintiniam variantui – 15, abi medijas kaip viena kitą papildančias pripažino 15 respondentų (žr. 4 lentelę). Kita vertus, nė viena iš dviejų pirmųjų respondentų grupių (palaikanti internetą ar spausdintinius leidinius) kategoriškai neneigė kitos medijos galimybes.

4 LENTELĖ.

Kultūros ir meno atstovų nuomonė apie kultūrinių leidinių virtualizaciją

Leidinius skaito	Respondentų skaičius	Išskiriami pranašumai
Spausdintiniu variantu	15	Įprotis, tradicija, malonumas, gyvo teksto pojūtis
Internetiniu variantu	15	Patogumas, prieinamumas, greitis, jokių sandėliavimo problemų, finansinis klausimas
Abiem variantais, priklausomai nuo situacijos	15	Spausdintinis leidinys – kaip tradicija, „ramaus kultūrinimosi“ forma, internetinis leidinys – kaip patogumas ir didesnės sklaidos galimybė

Šaltinis: 2014 m. žurnale „Literatūra ir menas“ spausdintos anketos duomenys.

Taigi dėl savo specifiškumo, šviečiamosios ir meninės kūrybos sklaidos funkcijos kultūriniai leidiniai, viena vertus, nors ir pripažindami interneto svarbą, atsargiai vertino formos pokyčius ir galimybę jungtis į internetinę erdvę. Kita vertus, jungimasis į socialines medijas rodo, kad kultūriniai leidiniai jas priėmė kaip platformą „transliuoti meninę informaciją ir meninę kultūrą“⁶⁰, kitaip tariant, priemonę kultūrinėms funkcijoms įgyvendinti, nes kultūros tikslas – ne tik kurti kultūros produktus, bet ir skleisti juos visuomenėje.

Išvados

1. Galima teigti, kad kultūriniai periodiniai leidiniai didesne ar mažesne imtimi realizavo visas penkias funkcijas: aksiologinę, gnoseologinę, komunikacinę, estetinę ir hedonistinę. Aktyviausiai buvo aktualizuojamos gnoseologinė (supažindinti adresatą su įvairiaplaniais kultūros lauko reiškiniiais) ir aksiologinė (kultūrinis leidinys kaip priemonė vertybėms funkcionuoti ir joms perduoti kultūrinio ugdymo tikslais) funkcijos, kurios tiesiogiai susijusios su kultūrinių leidinių prigimtimi.
2. Komunikacinė funkcija yra universali bet kuriam leidybos lauko produktui: leidinys privalo būti pasiekiamas skaitytojų, kurių skonis yra nulemtas, P. Bourdieu terminais kalbant, socialinės erdvės. Kultūrinių leidinių atveju vykdoma komunikacinė funkcija sietina su kultūros lauko adresatais ir apskritai kultūrine erdve. Kiek prasčiau kultūrinių leidinių požiūriu realizuota estetinė funkcija.
3. Išskyrus kelis atvejus („Metai“, „Kultūros barai“), kultūriniai leidiniai, kaip elitinės kultūros lauko atstovai, estetinę funkciją (poligrafijos kokybės, vizualumo, fotografijų) galėjo

- realizuoti nuosekliau. Tokios situacijos priežastys buvo ir yra ekonominių išteklių, kurie susiję ir su žmogiškaisiais ištekliais, stoka.
4. 2000–2015 metais medijų pokyčių kaita pradėjo tapti būtinybe – atsižvelgdami į visuomenės poreikius, kultūriniai periodiniai leidiniai buvo priversti ne tik apsvaistinti leidybos modelius, bet ir ieškoti naujų raiškos formų – kurti internetinius tinklalapius, vykdyti veiklą socialinėse medijose. Dėl savo specifinio turinio kultūriniai leidiniai formos pokyčius analizuojamu laikotarpiu vertino nuosaikiai: išlaikyti kokybišką spausdintinį variantą jiems buvo prioritetas. Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai turiniui skelbti bei komunikuoti su savo skaitytojais rinkosi socialinį tinklą „Facebook“: iš 22 Lietuvos kultūrinių periodinių leidinių, leistų 2000–2015 metais, 11, t. y. pusė, turėjo paskyras „Facebook“ socialinėje medijoje, dauguma (19 leidinių) buvo sukūrę interneto tinklalapius.
 5. Kultūrinių leidinių virtualizacija tapo papildoma priemone kultūrinėms funkcijoms realizuoti. Kultūriniai leidiniai, nors ir ne visada noriai, pradėjo pripažinti interneto svarbą, vertino tai kaip platformą skleisti kultūrinę informaciją. Šis aspektas tapo svarbiu lūžiu kultūrinės periodikos leidyboje, nauja, papildančia kultūros lauko komunikacijos forma.

Literatūra

1. ANDRIJAUSKAS, Antanas. Meno sociologijos tradicijos transformacija kritinėje P. Bourdieu koncepcijoje. Logos, 2013, t. 76, p. 142–161.
2. BOURDIEU, Pierre. The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field. Cambridge: Polity Press, 1996. 432 p. ISBN 0-8047-2568-3.
3. BURNEIKIENĖ, Genovaitė. Lietuvos periodikos struktūros pokyčiai (1988–1995 m.). Knygotyra, 2002, t. 39, p. 75–83.
4. DAILEY, Patrick R. Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. The Linkage Leader. [interaktyvus], p. 3–19. [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 29 d.]. Prieiga per internetą: <https://issuu.com/nvaslam/docs/social_media_vol.1>;.
5. Dictionary of Media Studies. London: A&C Black, 2006. 288 p. ISBN-978-0713-675-93-1.
6. DONSKIS, Leonidas. Aukštoji ir populiarioji kultūra: praraja ar dialogas? [interaktyvus], bernardinai.lt, 2004 12 13 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.delfi.lt/archive/aukstoji-ir-populiarioji-kultura-praraja-ar-dialogas.d?id=5642924>>;.
7. GLOSIENĖ. Audronė. Kūrybiškumas ir socialinis kapitalas žinių visuomenėje: idėjų žemėlapis. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2010. 146 p. ISBN 978-9955-33-625-9.
8. GREIMAS, Algirdas Julius. Šis tas apie kultūrą. Metmenys, 1990, Nr. 59, p. 14–27.

9. Įkurta Kultūros periodinių leidinių asociacija. Literatūra ir menas [interaktyvus], 2018 05 28 [žiūrėta 2022 m. liepos 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://literaturairmenas.lt/aktualijos/ikurta-kulturos-periodiniu-leidiniu-asociacija>>;.
10. JAKONYTĖ, Loreta. Pierre'o Bourdieu literatūros sociologija. Literatūra, 2005, t. 47, Nr. 1, p. 57–72. ISSN 2058-0802.
11. JASTRAMSKIS, Deimantas. Žiniasklaidos industrijų gyvavimo ciklo stadijos. Informacijos mokslai, 2014, t. 68, p. 113–126.
12. JASTRAMSKIS, Deimantas. Žiniasklaidos paramos politika Lietuvoje. Informacijos mokslai, 2013, t. 63, p. 129–141.
13. KAJĖNAS, Gediminas. Viktorija Daujotytė: „Kultūrinė žiniasklaida saugo ribas“. [interaktyvus], bernardinai.lt, 2016 01 29 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/2016-01-29-viktorija-daujotyte-kulturine-ziniasklaida-saugo-ribas>>;.
14. KARDELIS, Kęstutis. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas: Judex, 2002. ISBN 9986-948-65-7.
15. KAVOLIS, Vytautas. Kultūros dirbtuvė. Vilnius: Baltos lankos, 1996. 256 p. ISBN 9986-813-16-6.
16. KREGŽDAITĖ, Rusnė. Kultūros ir kūrybinių industrijų vertinimo modeliavimas Europos Sąjungos šalyse. Daktaro disertacija [interaktyvus], Vilnius: MRU, 2017. [žiūrėta 2022 m. birželio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://repository.mruni.eu/handle/007/14641>>;.
17. Kultūros leidinių kreipimasis. Literatūra ir menas [interaktyvus], 2015 01 30 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.satenai.lt/2015/01/30/kulturos-leidiniu-kreipimasis>>;.
18. Kultūros politika. Straipsnių rinktinė. Sud. G. Žaidytė. Vilnius: Baltos lankos, 2008. ISBN 978-9955-23-131-8.
19. LAURUŠAITĖ, Laura. „Padugnių archetipas“ ar elitinės kultūros tąsa? [interaktyvus] Colloquia, p. 168–174. [žiūrėta 2022 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lti.lt/failai/Nr19_14_Laurusaite.pdf>;.
20. Literatūros žurnalui „Metai“ sukanka 25-eri. [interaktyvus]. 2016 01 28 [žiūrėta 2022 m. gegužės 18 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/2016-01-28-literaturos-zurnalui-metai-sukanka-25-eri/>>;.
21. LOTMAN, Jurij. Kultūros semiotika. Straipsnių rinktinė. Vilnius: Baltos lankos, 2004. 366 p. ISBN 9955-00-091-0.
22. LST ISO 5127: 2001. Informacija ir dokumentavimas. Aiškinamasis žodynas. Lietuviškoji versija. Vilnius: Lietuvos standartizacijos departamentas, 2008.
23. Medijų kultūros balsai: teorijos ir praktikos. Sud. V. Michelkevičius. Vilnius: Mene, 2009. 291 p. ISBN 978-9955-834-02-1.
24. MEŠKYS, Kęstutis. Kaip valdyti medijas. Prodiuserinės veiklos pagrindai. Vilnius: RDI grupė, 2010. 272 p. ISBN 978-609-8042-03-0.
25. MEŠKYS, Kęstutis. Kultūra kaip žinia. Nuo ženkle iki teksto. Vilnius: Ciklonas, 2007. 302 p. ISBN 9955-695-51-X.

26. Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje. Red. D. Dirvonaitė ir V. Urbonas. Vilnius: Žurnalistikos institutas, 2000. 280 p. ISBN 9986-537-57-6.
27. PICARD, G. Robert; BRODY, H. Jeffrey. The Newspaper Publishing Industry. Boston: Allyn and Bacon, 1997. 224 p. ISBN 0-205-16145-6.
28. RAUSTYTĖ, Dovilė. Žurnalo „Auis“ redaktorius: „Tai buvo laukinė tvarka ir taisyklės“. [interaktyvus]. [žiūrėta 2022 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://laikas.tv3.lt/lt/info/10541/zurnalo-ausis-redaktorius-tai-buvo-laukine-tvarka-ir-taisykles>>;.
29. SMITH, Imogen J. Materiality and Media: Australian Literary Journals in the Post-digital Publishing Ecology. Daktaro disertacija [interaktyvus], Queensland, 2017. [žiūrėta 2022 m. kovo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<https://eprints.qut.edu.au/107725>>;.
30. SPELL, Jefferson R. Mexican Literary Periodicals of the Nineteenth Century. PMLA, 1937, t. 52, Nr. 1, p. 272–312. [žiūrėta 2022 m. birželio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/458711.pdf?refreqid=excelsior%3Ac5a07e711f5cb0a50630f057d81d9435>>;.
31. SUTHERLAND, James R. The Circulation of Newspapers and Literary Periodicals, 1700–30. The Library, 1934, t. 14–15, Nr. 1, p. 110–124. [žiūrėta 2022 m. birželio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<https://academic.oup.com/library/article-abstract/s4-XV/1/110/1085560>>;.
32. TAMOŠIŪNAS, Julius. Lietuviškų periodinių leidinių bibliografija 1832–1982. Kaunas: J. Tamošiūnas, 1991. 943 p.
33. TAMOŠIŪNAS, Julius. Lietuviškų periodinių leidinių bibliografija, 1983–1993: su 1832–1982 metų bibliografijos papildymu. Kaunas: J. Tamošiūnas, 1994. 585 p. ISBN 9986-9012-0-0.
34. The Future of the Academic Journal. Edited by Bill Cope and Angus Phillips. Oxford: Chandos Publishing, 2009. 478 p. ISBN 978-1-84334-416-2.
35. The Future of the Book in the Digital Age. Edited by Phillips Angus ir Bill Cope. Oxford: Chandos Publishing, 2006. 226 p. ISBN 1-84334-240-5.
36. TOPOROV, Vladimir. Prostranstvo i tekst. In Iz rabot moskovskovo semiotičeskovo kruga. Moskva: Jaziki ruskoi kultūri, 1997, p. 455–515. ISBN 5-7859-0008-3.
37. URBONAS, Vytas. Lietuvių laikraštis. Nuo seniausių laikų iki mūsų dienų. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1997. 212 p. ISBN 9789-986-192-74-9.
38. URBONAS, Vytas. Lietuvių žurnalai ir jų sistemos kūrimas tipologinių modelių pagrindu. Trakai–Vilnius: Voruta, 1999. 173 p. ISBN 9986-510-30-9.
39. URBONAS, Vytas. Lietuvių žurnalas. Nuo pirmojo numerio iki šių dienų. Trakai–Vilnius: Voruta, 1993. 176 p.
40. URBONAS, Vytas. Spaudos laisvė ir jos įtaka kuriant pilietinę visuomenę. Tiltai, 2005, Nr. 1, p. 115–122.
41. VAIŠNYS, Andrius. Nusidavimai mūsų periodikos raidoje: draudimų diegimas, draudimų vengimas, draudimų tradicijos kūrimas. Žurnalistikos tyrimai, 2008, Nr. 1, p. 64–80.

42. VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė 1918–1940. Analizė istoriniu, teisiniu ir politiniu aspektu. Vilnius: UAB „Biznio mašinų kompanija“, 1999. 264 p. ISBN 9986-9174-5-X.
43. VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė: informacinės politikos istoriniai aspektai. Informacijos mokslai, 2003, t. 24, p. 46–52.
44. WARD, Brian. Cultural Expressions of Irishness in the Periodical Press. Daktaro disertacija. [interaktyvus], Airija, 2015. [žiūrėta 2022 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<https://aran.library.nuigalway.ie/handle/10379/5060>>;.
45. WATERMAN, Sue. Literary Journals. In Encyclopedia of the Life Support System. UNESCO [žiūrėta 2022 m. birželio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.eolss.net/Sample-Chapters/C04/E6-87-04-03.pdf>>;.
46. WEBSTER, Frank. Informacinės visuomenės teorijos. Vilnius: Poligrafija ir informatika, 2006. 319 p. ISBN 9986-850-56-8.
47. WITTGENSTEIN, Ludwig. Kultūra ir vertė. Kaunas: Kitos knygos, 2013. 176 p. ISBN 978-60-427-124-3.
48. ŽEMAITYTĖ, Aldona. Kultūrinės spaudos padėtis. Iš Kultūros kongresas „Kultūra žiniasklaidoje ir žiniasklaidos kultūra“ [interaktyvus]. 2002 05 23 [žiūrėta 2022 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=4610&p_d=15860&p_k=1>;.
49. Žurnalistikos enciklopedija. Vilnius: Pradai, 1997. ISBN 9986-776-62-7.

Notes

- 1 KAJĖNAS, Gediminas. Viktorija Daujotytė: „Kultūrinė žiniasklaida saugo ribas“. [interaktyvus], bernardinai.lt, 2016 01 29 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/2016-01-29-viktorija-daujotyte-kulturine-ziniasklaida-saugo-ribas>>;.
- 2 Pastarųjų diskusijų kultūrinės žiniasklaidos temomis galima rasti el. portaluose kulturpolis.lt, <https://lithuanianculture.lt>, alkas.lt, lrt.lt, <https://aplinskkeliai.lt>, dienraštyje bernardinai.lt, žurnale artnews.lt ir kt., išgirsti kultūrinės televizijos ir radijo laidose ar viešuosiuose renginiuose.
- 3 TAMOŠIŪNAS, Julius. Lietuviškų periodinių leidinių bibliografija, 1832–1982. Kaunas, 1991; TAMOŠIŪNAS, Julius. Lietuviškų periodinių leidinių bibliografija, 1983–1993: su 1832–1982 metų bibliografijos papildymu. Kaunas, 1994.
- 4 URBONAS, Vytas. Lietuvių laikraštis. Nuo seniausių laikų iki mūsų dienų. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1997. 212 p.; URBONAS, Vytas. Lietuvių žurnalas. Nuo pirmojo numerio iki šių dienų. Trakai–Vilnius: Voruta, 1993. 176 p.; URBONAS, Vytas. Lietuvių žurnalai ir jų sistemos kūrimas tipologinių modelių pagrindu. Trakai–Vilnius: Voruta, 1999. 173 p. ISBN 9986-510-30-9; URBONAS, Vytas. Spaudos laisvė ir jos įtaka kuriant pilietinę visuomenę. Tiltai, 2005, Nr. 1, p. 115–122.
- 5 VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė 1918–1940: analizė istoriniu, teisiniu ir politiniu aspektu. Vilnius: UAB „Biznio mašinų kompanija“, 1999.
- 6 VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė: informacinės politikos istoriniai aspektai. Informacijos mokslai, 2003, t. 24, p. 46–52.
- 7 VAIŠNYS, Andrius. Nusidavimai mūsų periodikos raidoje: draudimų diegimas, draudimų vengimas, draudimų tradicijos kūrimas. Žurnalistikos tyrimai, 2008, Nr. 1, p. 64–80.
- 8 JASTRAMSKIS, Deimantas. Lietuvos žiniasklaidos industrijų gyvavimo ciklo stadijos. Informacijos mokslai, 2014, t. 68, p. 113–126.

- 9 JASTRAMSKIS, Deimantas. Žiniasklaidos paramos politika Lietuvoje. Informacijos mokslai, 2013, t. 63, p. 129–141.
- 10 Ten pat, p. 138.
- 11 PICARD, G. Robert; BRODY, H. Jeffrey. The Newspaper Publishing Industry. Boston: Allyn and Bacon, 1997.
- 12 The Future of the Academic Journal. Edited by Bill Cope and Angus Phillips. Oxford: Chandos Publishing, 2009.
- 13 The Future of the Book in the Digital Age. Oxford: Chandos Publishing, 2006, p. 1.
- 14 SKARBALIENĖ, Danguolė. Savaitraščių tematika ir problematika. Iš Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje. Vilnius, 2000, p. 83.
- 15 BURNEIKIENĖ, Genovaitė. Lietuvos periodikos struktūros pokyčiai (1988–1995 m.) Knygotyra, t. 39, 2002, p. 75–83.
- 16 WATERMAN, Sue. Literary Journals. In Encyclopedia of the Life Support System. UNESCO [žiūrėta 2022 m. birželio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.eolss.net/Sample-Chapters/C04/E6-87-04-03.pdf>>;.
- 17 SUTHERLAND, James R. The Circulation of Newspapers and Literary Periodicals, 1700–30. The Library, t. 14–15, Nr. 1, 1934, p. 110. [žiūrėta 2022 m. birželio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<https://academic.oup.com/library/article-abstract/s4-XV/1/110/1085560>>;.
- 18 SPELL, Jefferson R. Mexican Literary Periodicals of the Nineteenth Century. PMLA, t. 52, Nr. 1, 1937, p. 272. [žiūrėta 2022 m. birželio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/458711.pdf?refreqid=excelsior%3Ac5a07e711f5cb0a50630f057d81d9435>>;.
- 19 WARD, Brian. Cultural Expressions of Irishness in the Periodical Press. Daktaro disertacija. [interaktyvus], Airija, 2015. [žiūrėta 2022 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<https://aran.library.nuigalway.ie/handle/10379/5060>>;.
- 20 SMITH, Imogen J. Materiality and Media: Australian Literary Journals in the Post-digital Publishing Ecology. Daktaro disertacija [interaktyvus], Queensland, 2017. [žiūrėta 2022 m. kovo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<https://eprints.qut.edu.au/107725>>;.
- 21 Kultūros leidinių kreipimasis. Literatūra ir menas [interaktyvus], 2015 01 30 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.satenai.lt/2015/01/30/kulturos-leidiniu-kreipimasis>>;. 22 Įkurta Kultūros periodinių leidinių asociacija. Literatūra ir menas [interaktyvus], 2018 05 28 [žiūrėta 2022 m. liepos 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://literaturairmenas.lt/aktualijos/ikurta-kulturos-periodiniu-leidiniu-asociacija>>;.
- 23 KARDELIS, Kęstutis. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas: Judex, 2002, p. 134. 24 Žurnalistikos enciklopedija. Vilnius: Pradai, 1997. 385 p.
- 25 Dictionary of Media Studies. London, 2006, p. 172.
- 26 LST ISO 5127:2001: Informacija ir dokumentavimas. Aiškinamasis žodynas: lietuviškoji versija. Vilnius, 2008, p. 34. 27 Žurnalistikos enciklopedija, p. 251.
- 28 KAVOLIS, Vytautas. Kultūros dirbtuvė. Vilnius: Baltos lankos, 1996.
- 29 MEŠKYS, Kęstutis. Kultūra kaip žinia. Nuo ženklo iki teksto. Vilnius: Ciklonas, 2007.
- 30 BENDIXEN, Peter. Kultūros ekonominis pamatas – išvados kultūros politikai ir kultūros vadybai. Iš Kultūros politika. Vilnius: Baltos lankos, 2008.
- 31 WITTGENSTEIN, Ludwig. Kultūra ir vertė. Kaunas: Kitos knygos, 2013.
- 32 GREIMAS, Algirdas Julius. Šis tas apie kultūrą. Metmenys, 1990, Nr. 59, p. 14–27.
- 33 LOTMAN, Jurij. Kultūros semiotika. Vilnius: Baltos lankos, 2004.
- 34 GREIMAS, Algirdas Julius. Šis tas apie kultūrą, p. 16.
- 35 WITTGENSTEIN, Ludwig. Kultūra ir vertė, p. 29.
- 36 DONSKIS, Leonidas. Aukštoji ir populiarioji kultūra: praraja ar dialogas? [interaktyvus], bernardinai.lt, 2004 12 13 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 2 d.].

- Prieiga per internetą: <<https://www.delfi.lt/archive/aukstoji-ir-populiarioji-kultura-praraja-ar-dialogas.d?id=5642924>>;.
- 37 Ten pat.
 - 38 LOTMAN, Jurij. Kultūros semiotika, p. 227.
 - 39 Ten pat.
 - 40 MEŠKYS, Kęstutis. Kaip valdyti medijas. Prodiuserinės veiklos pagrindai. Vilnius: RDI grupė, 2010, p. 19.
 - 41 WEBER, Raymond. Globalizacija ir demokratija: ar kultūros politikai reikia paradigmos kaitos. Iš Kultūros politika. Straipsnių rinktinė. Sud. G. Žaidytė. Vilnius: Baltos lankos, 2008, p. 24.
 - 42 GLOSIENĖ, Audronė. Kūrybiškumas ir socialinis kapitalas žinių visuomenėje: idėjų žemėlapis. Vilnius: Vilniaus universiteto biblioteka, 2010, p. 71.
 - 43 KREGŽDAITĖ, Rusnė. Kultūros ir kūrybinių industrijų vertinimo modeliavimas Europos Sąjungos šalyse. Daktaro disertacija [interaktyvus], Vilnius: MRU, 2017, p. 110. [žiūrėta 2022 m. birželio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://repository.mruni.eu/handle/007/14641>>;.
 - 44 JAKONYTĖ, Loreta. Pierre'o Bourdieu literatūros sociologija. Literatūra, 2005, t. 47, Nr. 1, p. 59.
 - 45 ANDRIJAUSKAS, Antanas. Meno sociologijos tradicijos transformacija kritinėje P. Bourdieu koncepcijoje. Logos, 2013, t. 76, p. 155.
 - 46 JAKONYTĖ, Loreta. Pierre'o Bourdieu literatūros sociologija, p. 63.
 - 47 BOURDIEU, Pierre. The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field. Cambridge, 1996, p. 256.
 - 48 ŽEMAITYTĖ, Aldona. Kultūrinės spaudos padėtis. Iš Kultūros kongresas „Kultūra žiniasklaidoje ir žiniasklaidos kultūra“ [interaktyvus] 2002 05 23 [žiūrėta 2022 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=4610&p_d=15860&p_k=1>;.
 - 49 Estetinė funkcija šiame darbe suvokiama kaip leidinio vizualumo kokybė.
 - 50 Hedonistinė funkcija šiame darbe suvokiama kaip leidinio turinio (skaitymo malonumo) kokybė.
 - 51 Literatūros žurnalui „Metai“ sukanka 25-eri. [interaktyvus] 2016 01 28 [žiūrėta 2022 m. gegužės 18 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/2016-01-28-literaturos-zurnalui-metai-sukanka-25-eri/>>;.
 - 52 TOPOROV, V. Ob individualnich obrazach prostranstva („Fenomen“ Batenkova). In Mif. Ritual. Simvol. Obraz. Issledovanie v oblasti mifopoetičeskovo. Moskva: Progres: Kultura, 1995, p. 457.
 - 53 RAUSTYTĖ, Dovilė. Žurnalo „Ausis“ redaktorius: „Tai buvo laukinė tvarka ir taisyklės“. [interaktyvus]. [žiūrėta 2022 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://laikas.tv3.lt/lt/info/10541/zurnalo-ausis-redaktorius-tai-buvo-laukine-tvarka-ir-taisykles>>;.
 - 54 DAILEY, Patrick R. Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. The Linkage Leader. [interaktyvus], p. 3 [žiūrėta 2022 m. rugpjūčio 29 d.]. Prieiga per internetą: <https://issuu.com/nvaslam/docs/social_media_vol.1>;.
 - 55 WINKLER, Hartmut. Medijų apibrėžimai. Iš Medijų kultūros balsai: teorijos ir praktikos. Sud. V. Michelkevičius. Vilnius: Mene, 2009, p. 189–190.
 - 56 Pirminis socialinis tinklas „Classmates“ buvo sukurtas 1995 metais. Po poros metų atsirado „BlackPlanet“, „SixDegrees“ ir kt. Lyginant su dabartinių socialinių tinklų teikiama galimybėmis, jų pirmtakai buvo palyginti primityvūs.
 - 57 LAURUŠAITĖ, Laura. „Padugnių archetipas“ ar elitinės kultūros tąsa? [interaktyvus] Colloquia, p. 168. [žiūrėta 2022 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lti.lt/failai/Nr19_14_Laurusaite.pdf>;.
 - 58 Operatorius Jonas Gricius (2014 01 03), rašytoja Undinė Radzevičiūtė (2014 01 17), poetas Tomas Venclova (2014 01 24), dailininkas Mikalojus Vilutis (2014 01 31), kompozitorius Šarūnas Nakas (2014 02 07), kino režisierius

Gytis Lukšas (2014 02 14), poetas Dainius Dirgėla (2014 02 21), rašytojas Herkus Kunčius (2014 02 28), kompozitorius Vidmantas Bartulis (2014 03 07), menininkė Paulina Eglė Pukytė (2014 03 14), vertėjas Laimantas Jonušys (2014 03 21), dailininkas ir rašytojas Petras Rakštikas (2014 03 28), rašytoja Gintarė Adomaitytė (2014 04 04), dailininkas Konstantinas Gaitanži (2014 04 11), poetas Eugenijus Ališanka (2014 04 18), poetas Vytautas Stankus (2014 04 25), rašytoja Audronė Urbonaitė (2014 05 02), rašytojas Liutauras Degėsys (2014 05 09), menotyrininkė Jurgita Ludavičienė (2014 05 16), poetė Giedrė Kazlauskaitė (2014 05 23), poetas Kęstutis Navakas (2014 05 30), poetas Ričardas Šileika (2014 06 06), kompozitorė Rita Mačiliūnaitė (2014 06 13), poetė Sara Poisson (2014 06 20), poetė Agnė Žagarskytė (2014 06 27), filosofas Nerijus Milerius (2014 07 04), prodiuserė Ana Ablamonova (2014 07 11), poetas Romas Daugirdas (2014 07 18), kultūrininkė Liana Ruokytė-Jonsson (2014 07 25), kino ir teatro kritikė Jūratė Visockaitė (2014 08 01), dailininkė Agnė Juškaitė (2014 09 05), poetas, vertėjas Vladas Braziūnas (2014 09 12), rašytojas Tomas Dirgėla (2014 09 19), poetas Aivaras Veiknys (2014 09 26), menotyrininkė Laima Kreivytė (2014 10 03), poetas, eseistas Rolandas Rastauskas (2014 10 10), architektas, leidėjas, poetas Tomas S. Butkus (2014 10 17), poetas Artūras Valionis (2014 10 24), režisierė Dalia Ibelhauptaitė (2014 10 31), kino kritikė Živilė Pipinytė (2014 11 07), poetas Gintaras Grajauskas (2014 11 14), rašytojas Sigitas Parulskis (2014 11 21), poetas Tomas Taškauskas (2014 11 28), poetas Dainius Gintalas (2014 12 05), poetas Gintaras Patackas (2014 12 12), poetas Nerijus Cibulskas (2014 12 19).

- 59 Operatorius Jonas Gričius skaityti negali dėl sveikatos problemų.
- 60 MEŠKYS, Kęstutis. Kaip valdyti medijas, p. 33.
- 24 Žurnalistikos enciklopedija. Vilnius: Pradai, 1997. 385 p.
- 27 Žurnalistikos enciklopedija, p. 251.
- 48 ŽEMAITYTĖ, Aldona. Kultūrinės spaudos padėtis. Iš Kultūros kongresas „Kultūra žiniasklaidoje ir žiniasklaidos kultūra“ [interaktyvus] 2002 05 23 [žiūrėta 2022 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=4610&p_d=15860&p_k=1>.