

**Radio SWH+ programmā iekļautā sabiedriskā pasūtījuma raidījumu izvērtējums
laikā no 2016.gada martam līdz maijam.**

Radio SWH+ sabiedriskais pasūtījums paredz divu projektu veidošanu Latgales reģionā krievu valodā – reģiona notikumu apskatu divas reizes nedēļā, otrdienās un ceturtdienās par sabiedriski politiskajiem notikumiem reģionā, kā arī nedēļas aktuālā intervija reizi nedēļā ceturtdienās ar dažādu sabiedrības grupu pārstāvi par konkrētu aktuālu notikumu Latgales reģionā. Ar interviju palīdzību plānots veicināt dažādu sabiedrības grupu pārstāvju līdzdalību programmas satura veidošanā un nodrošināt plašai auditorijai būtisku aktuālu notikumu atspoguļojumu.

No auditorijas viedokļa raugoties, Latvijā nevar runāt par mediju sistēmu, ja ar sistēmu saprot visas sabiedrības aptvērumu un tās interešu un vajadzību nodrošinājumu, jo Latvijas iedzīvotāji nav viendabīgs kopums, – etniskā piederība, padomju laika pieredze, vērtības, orientācija uz pagātņi vai nākotni, šā laika sociālais un materiālais statuss u.c. formē dažādas piederības un identitātes.¹ To būtu svarīgi apzināties, analizējot reģionāla medija dienas kārtību.

Sociologs Entonijš Gidenss (*Anthony Giddens*) izdala divus jēdzienus *telpa (space)* un *vieta (place)*. Viņš norāda, ka *vieta* ir izteikti konkrēta, pazīstama, zināma un ierobežota. Viņaprāt *telpa* nozīmē abstraktu ideju, tā ir tukša vai mirusi telpa, kuru piepilda dažādas konkrētas, īpatnas un cilvēciskas vietas. *Vieta* konceptuāli saistās ar lokalitāti, kas nozīmē ģeogrāfiski noteiktu sociālo aktivitāšu fizisko vidi (novietojumu).⁶ Savukārt D. Morlejs norāda, ka *vieta* reāli apzīmē tās iedzīvotāju savstarpējās attiecības, kā arī viņu attiecības ar saviem senčiem, priekštečiem un dažādiem cilvēkiem no ārienes. Cilvēkus, kuri pieder vienai vietai, saista arī valoda (tās īpatnības), zināšanas par vidi, nerakstīti vietējās dzīves likumi.² Mediju pētnieks Niks Kuldrajs (*Nick Couldry*)

¹ Inta BRIKŠE, *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi*, lpp.11

² Morley, David. *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. P. 174.

uzsver, ka *vietai* piemīt gan materiāla, gan iztēles iedaba, tā nekad nav ne absolūti materiāla, ne arī pilnīgi garīga. Vieta ir šo abu aspektu apvienojums.³

D. Morlejs un K. Robins uzskata, ka globalizācija, apdraudot lokālo, rada pretestību un stiprina lokālo identitāti.⁴ Arī Manuels Kastellss (*Manuel Castells*) uzsver, ka lokālās kopienas, ko veido kolektīvās darbības un uztur/saglabā kolektīvā atmiņa, ir īpašs identitātes avots. Un šīs identitātes (ļoti bieži) ir aizsargreakcija pret globālo procesu radītajām negācijām, arī agrākās kārtības graušanu un pārmaiņu ātro tempu.⁵

Tieši *vieta* darbojas kā kultūras piederības pirmizjūtas radītāja, identitātes rāmējuma piešķirēja. Tajā ir rodamas dažāda veida "saknes".⁶

Kā uzskata mediju pētniece Vita Zelče, lokālajā vidē īpaša nozīme ir vietējiem medijiem, kas, no vienas puses, piedalās kolektīvās kultūridentitātes veidošanā un tās kartēšana un, no otras puses, vienlaikus ir tās sastāvdaļa. Latgales reģiona īpatnības komunikācijā ir ietvertas augstākminētajos raksturojumos.⁷ Ja reģiona notikumu apskats pilnībā atbilst kasisku ziņu veidošanas principiem un atbilst pasūtījuma uzstādījumiem, tad ciešā lokālās vides un kopienas saglabāšanas mijiedarbība lielā mērā nosaka vietējo saturu un viedokļu līderu izvēli intervijās "Naša Latgaliņa" (mūsu Latgale) -lielo pilsētu Daugavpils un Rēzeknes politiskie līderi (Daugavpils vicemērs Pēteris Dzalbe, Daugavpils domes deputāts Vladislavs Bairuns,) autoritātes reģiona pārvaldē (Rēzeknes pilsētas attīstības nodaļas vadītājs Georgijs Orlovs), tūrisma informācijas centru un kultūras un sporta dzīves vadītāji (Spīdveja kluba "Lokomotiv" direktors Anatolijs Zuļs, Daugavpils teātra valdes priekšsēdētājs Oļegs Sapošnikovs, Poļu kultūras centra vadītājs Rišards Stankevičs, Baltkrievijas kultūras

³ Couldry, Nick. *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. London; New York: Routledge, 2000. P. 24–25.

⁴ Morley, David & Kevin Robins. *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. P. 37–69.

⁵ Castells, Manuel. *The Power of Identity*. 2nd ed. Malden: Blackwell Publishing, 2004. P. 68.

⁶ Morley, David. *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. P. 212.

⁷ Vita Zelče. *Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja*

centra direktore Zanna Romanovska u.c). Divi radio moderatori Aleksandrs Grišakovs un Aleksandrs Komarovs katru ceturtdienu uz sarunu aicina kādu vietējā dzīves organizatoru un pietiekami profesionāli mēģina uzturēt sarunu. Vietas faktors un nerakstītie vietējās dzīves likumi, acīmredzot, nosaka raidījumu varoņu izvēli un komplimentāro interviju stilu. Formāli raidījumu varoņu izvēle tiek pieskaņota kādam notikumam (speciālas ekonomiskās zonas izveide, ēku siltināšanas pasākumu nepieciešamība, teātra diena, Eiropas tautu festivāls un citi kultūras pasākumi), tomēr nav īsti skaidrs, kāpēc šie notikumi izrādījušies nedēļā visbūtiskākie. Lielākoties raidījumu dalībniekiem tiek piešķirta platforma savu pārdomu izteikšanai bez jēl kādas notikumu analīzes. Mediju pētījumi rāda, ka tradicionālā publiskās komunikācijas prakse sabiedrībā bijusi un vēl joprojām ir "vārda došana", un to nosaka kultūras tradīcijas, uzvedības normas un arī vara pārvaldīt (ekonomiskā, politiskā, tiesiskā) komunikācijas kanālus.⁸ Diemžēl klausītājam, kurš it kā brīvi var izvēlēties komunikācijas saturu un kanālus, nav nekādu iespēju tikt pie vārda šajos komunikācijas kanālos, tāpēc būtu lietderīgi meklēt veidus, kā efektīvāk komunicēt ar kopieni, kurai šis projekts domāts.

Būtu svarīgi palielināt producenta lomu aktuālu notikumu definēšanā un viesu izvēlē, izvērtējot patiešām svarīgāko nedēļas notikumu Latgalē.

Raidījuma veidošanā tiek aicināti iesaistīties arī klausītāji, rakstot e-pastus, tomēr raidījumos klausītāju interese neatspoguļojas, kas varētu būt saistīts arī ar to, ka auditorijai šis projekts vēl ir pietiekami jauns un neatpazīstams.

Raidījums tiek konstruēts, ka viena sabiedrības grupu pārstāvja intervija, tomēr formātā ik pa brīdīm tiek ieviestas korekcijas, gan ar vairāku viesu piedalīšanos, gan ar muzikālam pauzēm, kuras parādās gadījumos, kad viesim „nav ko teikt”.

Producenta uzdevums būtu precīzi izstrādāt raidījuma formātu un sastrukturēt to tā, lai vadītājiem būtu vieglāk raidījumu veidot.

⁸ Inta BRIKŠE, *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi*, lpp.22

Vita Zelče uzskata, ka daudziem cilvēkiem, pat – lielām sabiedrības grupām vieta turpina būt informācijas vides nozīmīgākais determinants – ikdienas dzīve nosaka informācijas intereses un vajadzības un nepieciešamību papildināt zināšanas.

Tādējādi veidojas vismaz divas telpas, un, ja tās ir izolētas un nav iespējama to mijiedarbība, tad tie, kuri ir vietas telpā, paliek ārpus zināšanu veidošanās procesa, kas notiek informācijas plūsmu telpā⁸¹, un sekas parādās tā sauktajā “digitālās plaisas” fenomenā.⁹

Auditorijas fragmentācija, bet varētu teikt arī – sabiedrības norobežošanās atsevišķās kopienās pēc dzīvesvietas, interesēm, izglītības utt., nebūt nav jauna parādība, un to nav izraisījusi, kā bieži tiek uzskatīts, tikai informācijas un komunikācijas tehnoloģiju attīstība.

Vietas, laika un telpas izmaiņu aptveršana un apjēgšana ir izaicinājums gan indivīdiem, gan kopienām un sabiedrībām, ko Latvijas gadījumā papildus apgrūtina 20. gadsimta saraustītā un ārējo spēku noteiktā attīstība un izslēgtība no pasaules pārmaiņu procesiem un to teorētiskās apzināšanas. Ļoti īsā laika periodā no tipiskas vietas telpas sabiedrība ļoti strauji pārvietojās uz plūsmu telpu. Tāpēc daudzi iedzīvotāji nav spējīgi patstāvīgi orientēties informācijas vidē – līdzšinējais komforts (stingri organizēta un maz mainīga mediju sistēma, sociālā prakse šķirt publisko un privāto telpu u.c., paļaušanās uz medijiem kā pareizās un nozīmīgās informācijas izplatītājiem) ir zudis gan mediju satura pretrunīguma, gan arī nepieejamības dēļ, bet jaunās informācijas plūsmas ar savu daudzveidību, pretrunību utt. rada neskaidrību un nedrošību, ko vēl vairāk pastiprina iespēju trūkums lietot pirmavotus, kā arī analīzes un racionālas kritikas nabadzība publiskajā sfērā,¹⁰ tāpēc jo svarīga ir vietējā satura kvalitāte un žurnālistu atbildība par to veidošanu, kā arī auditorijas redzesloka paplašināšana. Informācijas vides saturu būtiski ietekmē tas, ka citiem tās aktoriem salīdzinājumā ar medijiem ir mazākas iespējas līdzdarboties tās veidošanā, jo to radītais saturs lokalizējas

⁹ Vita Zelče. *Lokālā prese – kopienu informācijas vides veidotāja*

¹⁰ Inta BRIKŠE, *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi*, lpp.21

atsevišķās telpās, piemēram, literatūras, mākslas, reliģijas un citās, kuru pieejamību plašākai publikai vēl joprojām nosaka mediji.

Gunta Līdaka