

Neatkarīga nozares eksperta recenzija par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents: Sandris Vanzovičs

Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis: AS "Super FM"

Projekta nosaukums: "Latviešu mūzikas skatuve"

Recenzēto satura vienību skaits: 4

Recenzēto satura vienību pārraidīšanas datumi: 25.08., 1.09., 8.09., 15.09.

1. UNIVERSĀLIE KRITĒRIJI

1.1. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst):
 Atbilst

“Latviešu mūzikas skatuve” atbilst sabiedriskajam pasūtījumam, kas skar sadaļā “uz sabiedrības ilgtspēju, t.sk. sabiedrības veselību, uzņēmējdarbību, finanšu un tiesību prātību veicināšanu vērsta, tostarp izglītojoša un informatīva izklaides satura, kā arī satura, kas īpaši paredzēts bērnu un pusaudžu auditorijai” uzdotajam: raidījums ir ne tikai izklaidējošs, bet arī izglītojošs - par šovindustrijas biznesa pamatiem, kas noder kā ceļvedis jaunajiem mūziķiem, savukārt klausītājiem palīdz labāk orientēties šīs nozares pamatprincipos.

1.2. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajam mērķim un uzdevumam

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst):
 Atbilst

Raidījuma koncepcijas pamatā ir mērķis “iepazīstināt auditoriju ar mūsdienu latviešu mūzikas industriju, liekot uzsvāru uz to kā uz vienu no radošajām industrijām, kur panākumus iespējams gūt, ievērojot uzņēmējdarbības pamatprincipus” – šis mērķis tiek arī sasniegts, ar pieredzējušu nozares palīdzību paverot priekškaru mūzikas biznesa aizkulisēm un skaidrojot šī biznesa uzbūvi.

1.3. Projektam ir ilgtspējīgs efekts, tostarp žurnālistikas un mediju profesionālās kvalitātes uzlabošanā

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst):
 Atbilst

NACIONĀLĀS ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIĀNĀS LĪDZEKĻU PADOME
Saņemts 16.11.2021.
Nr. 13/3-7

Latvijas mūzikas nozares attīstību virzošās institūcijas (Latvijas skaņu ierakstu producentu, izdevēju un izplatītāju apvienība jeb LaMPA, Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība jeb LaIPA, “Latvijas Mūzikas attīstības biedrība / Latvijas Mūzikas eksports” u.c.) ļoti bieži norāda uz pašmāju mūziķu katastrofāli zemo izpratni mūzikas biznesa lietās, sākot no tirgus darbības principiem līdz pat grāmatvedībai, taču izglītojošie semināri, vebināri, publikācijas utt. lielākoties ir nozares profesionāļiem paredzētā valodā, kas radošajiem cilvēkiem nešķiet ne saistoši, ne saprotami. “Latviešu mūzikas skatuve” vienkāršā un saprotamā valodā cenšas nodrošināt tiltu starp šovindustrijas biznesa pārstāvjiem un mūziķu radošo pusi, sekmējot šīs nozares sakārtotību ilgtermiņā.

1.4. Satura pieejamības nodrošināšana daudzveidīgās satura izplatīšanas platformās un sasniedzamā auditorija (par pamatu ņemt projekta pieteikumā noteikto)

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst):
_____ **Atbilst** _____.

Raidījumi tiek sagatavoti audio formātā, pielāgojot to skanējumu dažādiem izplatīšanas kanāliem – EHR, EHR Superhits, EHR Latviešu hiti, EHR mājas lapa, EHR aplikācija un Spotify. Īpaši atbalstāma ir raidījumu pielāgošana “Spotify” servisam, kas iegūst aizvien nozīmīgāku lomu visas pasaules mūzikas industrijā.

1.5. Satura atbilstība žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem, politiskās neitralitātes ievērošana tēmu un viesu izvēlē, viedokļu daudzveidība (ņemot vērā satura žanra specifiku)

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst):
_____ **Atbilst** _____.

Saturs atbilst žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem – nav novērojamas ne slēptās reklāmas pazīmes, ne producentu vēlme īpaši izcelt kādu mūzikas žanru, ne priekšrocību radīšana konkrētiem mūziķiem, festivālu organizatoriem vai industrijas pārstāvjiem.

2. SPECIĀLIE KRITĒRIJI SATURA AUDIO UN AUDIOVIZUĀLĀ FORMĀTA NOVĒRTĒŠANAI

2.1. Formas kritēriji (atbilstība formātam, scenārija dramaturģijas kvalitāte, vēstījuma dinamika, režijas kvalitāte, mūzikas izmantošanas prasmes, subtitru kvalitāte)

“Latviešu mūzikas skatuve” atbilst formātam gan pēc scenārija dramaturģijas kvalitātes, gan pēc vēstījuma dinamikas – raidījums nav miegains, taču nav arī pārspīlēti optimistiski haotisks, tas ietur savu konkrēto tempu un “brauc atļautajā ātrumā”. Ņemot vērā to, ka raidījumā skanošo mūziku izvēlas tā viesi, prasīt konceptuālo ietvaru ir neiespējami, taču, vai nu apskatāmajā periodā tā bijusi sagādīšanās vai raidījuma viesiem speciāli pieteikts izvēlēties tēmai draudzīgu mūziku, šajā jomā viss ir kārtībā pat tādos gadījumos, kad viesi

ir tik muzikāli stilistiski atšķirīgi un/vai dažādi kā “Positivus Festival” tēvs Ģirts Majors un “undergroundists” Madars Štramdiēris (1.09.) vai “tautumeita” Asnate Rancāne un “Skyforger” līderis Pēteris Kvetkovskis (8.09.).

2.2. Satura kritēriji (redaktora un producēšanas darba kvalitāte, satura vērtība un oriģinalitāte, valodas lietojums, grafika un vizuālie risinājumi)

Raidījumu lielākā pievienotā vērtība ir muzikālo aktualitāšu apvienojums ar nodēriņu informāciju, piemēram, aptuveni mēnesi pirms “Prāta Vētras” jaunās koncertfilmas klajā nākšanas viesu statusā tika aicināts grupas bundzinieks un šīs filmas režisors Kaspars Roga un grupas ģenerālmenedžere Aija Auškāpa (15.09.), kuri, protams, spēj no A līdz Z izstāstīt par mūzikas biznesa niansēm, savukārt no aktualitātes viedokļa filmu “Gads bez kalendāra” (starp citu, tikai šajā raidījumā ir izskanējusi informācija, ka tai ir arī otrs darba nosaukums “Laimīgie stundas neskaista” – aizkulišu informācijai vienmēr bijusi liela nozīme auditorijas paplašināšanai) Latvijā var salīdzināt pat ar “ABBA” revolucionāro koncertšovu pasaules mērogā. Šādas raudzes mūzikas profesionāļu viedoklis nenoliedzami ir svarīgs jaunajiem mūziķiem, savukārt viņu paustās atziņas un atbildes uz jautājumiem var kalpot par iedvesmu un vērtīgu ceļvedi tiem, kas uzsākuši savas gaitas populārās mūzikas lauciņā vai vēl tikai grasās to darīt.

Apskatītajos raidījumos tika skartas arī tādas nozīmīgas tēmas kā alternatīvās mūzikas iespējas ārpus radiostaciju hitu robežām, kā sasniegt attiecīgo auditoriju, kā izskatīties uz skatuves, kā folkmūziku padarīt mūsdienīgu un pievilcīgu jauniešu auditorijai (8.09.), kā gūt uzstāšanās pieredzi, kā ieinteresēt par sevi festivālu un koncertu rīkotājus, tiek skaidrota finanšu pratība un business (1.09.) – visas šīs tēmas var palīdzēt jaunajiem atrast pareizo ceļu līdz lielajai skatuvei. Atsevišķs raidījums (25.08.) veltīts veģetatīvajai distonijai, “izdegšanai” u.tml. jautājumiem, kas šajos laikos (patiesībā – visos laikos) ir ļoti būtiski radošo profesiju pārstāvjiem. Labs risinājums bija ļaut par šīm tēmām runāt no abām pusēm – gan šo kaišu skartajiem (šo viedokļu pusi pārstāvēja, pēc paša teiktā, “distonijas veterāns no 2005. gada” Goran Gora), gan slimību ārstētājiem (psihoterapeite Marija Ābeltiņa). Prognozējams, ka abu pārstāvēto pušu viedokļi stimulēs un iedrošinās veģetatīvās distonijas skartajiem nebaidīties runāt par savām problēmām un meklēt ceļus to risināšanai, jo, kā trāpīgi izteicās Goran Gora: “Ir reizes, kad jādodas pie profesionāļiem, un nav jācenšas būt ekspertam visās jomās”. Arī Ābeltiņas padomi par to, kāda nozīme mentālās veselības jomā ir fiziskajām aktivitātēm, ir ļoti nozīmīgi un vērsti un sabiedrības veselību un ilgtspēju kopumā.

2.3. Vadītāji: profesionālās īpašības un iemaņas (personas profesionālās darbības oriģinalitāte, prasme uzrunāt, ieinteresēt, piesaistīt auditorijas uzmanību, ķermeņa valodas prasme, spēja reaģēt neordinārās situācijās, spēja nodrošināt stabilu profesionālo kvalitāti, līdzdalība satura komunikācijā, prasme vadīt intervijas, sarunas, diskusijas, improvizācijas prasme, prasme strādāt tiešraidē, sagatavotības līmenis)

Lai gan “Latviešu mūzikas skatuves” vadītāja Katō jeb Anna Zankovska nav žurnāliste, ar sev uzticēto lomu viņa tiek galā un to dara atbilstoši raidījuma konceptā minētajam, tas ir, “enerģiskas, emocionālas sarunas nepiespiestā, neformālā gaisotnē, koncentrējoties uz mūziķiem un klausītājiem interesantiem jautājumiem, kas skar gan mūzikas industriju, gan kopumā orientējas uz mūziķu personīgo pieredzi, kas saistīta ar karjeras attīstīšanu, savas

uzņēmējdarbības organizēšanu, motivāciju, grūtību pārvarēšanu, ticību sev un būtiskākajiem pagrieziena punktiem viņu izaugsmē.”

Katō ir laba dīkcija un patīkama balss, viņa ir dzīvespriecīga un aizrautīga, turklāt spēj apvienot dažādu vecumu auditoriju arī ar to, ka pozicionē sevi kā jaunā dziedātāja, lai gan patiesībā ir jau pieredzējusi mūziķe un arī nobriedusi personība, kas jūtams arī no uzdoto jautājumu specifikas. Turklāt Katō kā nozarē iesaistītam cilvēkam ir daudz vienkāršāk iesaistīt sarunās viesus un dažādās tēmās iesaistīties arī pašai, jo viņai ir labi zināma šīs nozares “virtuve”. Skatuviskā pieredze ļauj Annai bez satraukuma strādāt tiešraidē un improvizēt, turklāt intervijās ir jūtams labs sagatavotības līmenis, kas palīdz gadījumos, ja raidījuma viesi ir jomas profesionāļi, taču līdzšinējās intervijās nav izcēlušies ar atraktivitāti (Ģirts Majors) vai komunikablumu (Madars Štramdieis) – vadītāja prot aizpildīt neveiklās pauzes.

Vēl viens pluss – Katō nesirgst ar mazvērtības kompleksiem, taču tajā pat laikā necenšas sevi padarīt par zvaigzni uz zvaigžņu fona, tas ir, nemēģina sevi nostādīt līdzās raidījuma viesiem. Mīnuss – pieredzes trūkums tomēr ir jūtams.

2.4. Iesaistītais personāls (žurnālisti, operatori, montāžisti un citi satura radītāji): profesionālās īpašības un iemaņas (profesionālās darbības oriģinalitāte, prasme uzrunāt, ieinteresēt, piesaistīt auditorijas uzmanību, spēja reaģēt neordinārās situācijās, spēja nodrošināt profesionālo kvalitāti, prasme strādāt tiešraidē (ja attiecināms), sagatavotības līmenis)

Klausoties un skatoties “Latviešu mūzikas skatuvi” interneta vietnēs ierakstā, ir jūtams labs montāžas darbs – nav daudz tādu momentu, kuros var just, ka saruna “salipināta” no vairākiem fragmentiem. Relatīvi veiksmīgs operatoru darbs un EHR studijas iekārtojums rada dzīvīgumu, kas šāda formāta raidījumam ir vitāli nepieciešams. Lai veicinātu auditorijas iesaisti, sociālajos tīklos tiek uzdots nedēļas jautājums, kas ir saistīts ar nedēļas raidījuma tēmu, un šajā jomā acīmredzot piestrādājuši producenti un/vai citi satura radītāji – raidījuma viesiem tiek piedāvāts piedalīties arī tādā kā viktorīnas veida atbilžu spēlē, kas ir ļoti veiksmīgs risinājums.

2.5. Papildus piebildes

Videoversiju operatoriem varētu ieteikt veidot arī tuvplānus. Piemēram, Asnates Rancānes pārsteigtā sejas izteiksme pēc Pētera Kvetkovska stāstītā par nevēlēšanos spēlēt privātajos pasākumos un izbrīna pilnais jautājums “bet kā jūs pelniet naudu albumiem?!” noteikti būtu tuvplāna vērts.

3. REKOMENDĀCIJAS

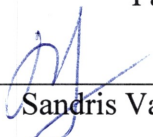
3.1. Vai projekta realizēšana nākotnē būtu jāturpina sabiedriskā pasūtījuma ietvaros?

Projekta realizēšana nākotnē sabiedriskā pasūtījuma ietvaros būtu atbalstāma, vēl lielāku īpatsvaru šajos raidījumos atvēlot mūzikas kā uzņēmējdarbības pamatprincipu skaidrošanai. Ieteicams skart arī tādu jautājumus kā darbs ar auditoriju sociālajos tīklos, “merchandise” līnijas veidošana u.tml. aspektus, kuriem kā mūzikas nozares blakuspasākumiem bieži vien netiek pievērsta nepieciešamā uzmanība.

3.2. Vai projektā nepieciešami būtiski uzlabojumi? Ja jā, kādi?

Projektā būtiski uzlabojumi nav nepieciešami, taču tādi ir vajadzīgi niansēs, pie kurām var piestrādāt, analizējot otrās sezonas kļūdas un raidījuma vadītājam audzējot profesionalitāti.

Paraksts:


Sandris Vanzovičs

Rīgā
16.11.2021.