

Neatkarīga nozares profesionāļa/eksperta recenzija par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents:	Jānis Krēvics
Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis:	SIA "RADIO SKONTO LV"
Projekta nosaukums:	"Radio Skonto Rīta programma"
Recenzēto satura vienību skaits:	7
Recenzēto satura vienību pārraidīšanas datumi:	02.08., 16.08., 25.08., 31.08., 17.09., 19.10., 1.11.

1. UNIVERSĀLIE KRITĒRIJI

1.1. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem

Recenzenta vērtējums: ATBILST.

Radio Skonto Rīta programmas satura koncepcijā minēts, ka Radio Skonto piedāvājumā iekļautie raidījumi ir vērsti uz medija patērētāju izglītošanu, iesaisti, viedokļu daudzveidības atspoguļošanu, pozitīva un patriotiska kopējā noskaņojuma veidošanu, līdz ar to, tie atbilst sekojošiem sabiedriskā pasūtījuma mērķiem:

- veicina patriotisku attieksmi pret neatkarīgās Latvijas valstiskumu;
 - sekmē demokrātijas un ētikas principu nostiprināšanos, atspoguļojot sabiedrības viedokļu daudzveidību;
 - izglīto iedzīvotājus un veicina viņos pilsonisku izpratni par kultūras, vides, drošības un sociālajiem jautājumiem, nodrošinot to sistēmisku aptvērumu;
 - veicina sabiedrības integrāciju un saliedētību uz latviešu valodas pamata;
 - nodrošina latviešu kultūras attīstību, it sevišķi veicinot oriģinālr Raidījumu veidošanu latviešu valodā;
 - nodrošina bērnu un jaunatnes auditorijai atbilstošus informācijas, izglītības, kultūras un izklaides resursus;
 - veido vidi brīvām un viedokļu ziņā daudzveidīgām diskusijām par sabiedrībai būtiskiem jautājumiem;
 - attīsta mūsdienīgus un daudzveidīgus formātus;
 - veicina dažādu sabiedrības grupu pārstāvju līdzdalību programmu un raidījumu satura veidošanā;
 - nodrošina plašai auditorijai būtisku notikumu tiešu atspoguļojumu;
- veic ierakstus, lai nodrošinātu kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu.

Secinu, ka projekts pilnībā atbilst satura koncepcijā definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem.

1.2. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajam mērķim un uzdevumam

Recenzenta vērtējums: ATBILST.

Projekta veidotāji satura koncepcijā precīzu mērķi nedefinē, tomēr ir uzskaitīti daži punkti, ko var tulkot kā mērķus un uzdevumus:

“Piedāvājumā iekļautā raidījumu "Radio Skonto Rīta programma" pamatuzdevums ir veidot sabiedriski nozīmīgu un kvalitatīvu izklaides saturu, kas, tostarp, paredzēts arī pusaudžu auditorijai.”

Tomēr noklausoties 7 nevis kā tika prasīts 5 dienu rīta pārraides vairāku mēnešu garumā ir grūti konstatēt, kur un kā tiek specifiski uzrunāta pusaudžu auditorija.

Koncepcijā minēts, ka “Radio Skonto veidotie un pārraidītie oriģinālrādījumi latviešu valodā nodrošina latviešu valodas attīstību, kā arī veicina latviešu valodas kā visu Latvijas iedzīvotāju kopējās saziņas valodas lietošanu.” Kam rīta programma pilnībā atbilst.

Kopumā projekts atbilst satura koncepcijā definētajam mērķim un uzdevumam.

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

Recenzenta vērtējums: ATBILST.

Koncepcijā minētais solījums, ka “Radio Skonto personāls nodrošina atbildīgu un ilgspējīgu žurnālistiku, kas garantē informācijas izpēti un analīzes kvalitāti, kā arī veicina žurnālistu un satura veidotāju profesionālo attīstību” ir nepārbaudāms šāda pētījuma ietvaros. Katru rītu tiek lasītas radio ziņas, kas ir līdzvērtīgas ziņām citos komercmedijos. Rīta programmā, kuru vada abi programmas vadītāji, ieviesta atsevišķa rubrika, kur ir trīs ziņu portālu apskats īsos virsrakstos - 3-4 virsraksti no katra portāla - Delfi, TVnet, Jauns.lv. Vēl ir atsevišķas rubrikas, kur tiek lasīti portālu veidoti raksti, tāpēc būtu vērtīgi uzzināt, kādas tieši “informācijas izpētes metodes izmantotas, lai nodrošinātu analīzes kvalitāti” lasot portālos pārpublicētas ziņas?

Koncepcijā solīts, ka “balstoties uz līdzšinējo pozitīvo pieredzi, projekta ietvaros šīs aktivitātes tiks turpinātas un papildinātas ar jauniem aspektiem.” Kuri tieši tie ir bijuši, bez papildus analīzes ir grūti konstatēt.

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

Recenzenta vērtējums: ATBILST.

Projekta veidotāji satura koncepcijā norāda, ka raidījums nodrošina plašai auditorijai būtisku notikumu tiešu atspoguļojumu; veic ierakstus, lai nodrošinātu kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu.

Projekta pieteikumā solīts, ka “Lai veicinātu Latvijas informatīvās un kultūrtelpas stiprināšanu un nodrošinātu kvalitatīvu saturu, SIA "RADIO SKONTO LV" projekta ietvaros veidos un pārraidīs informatīvi izklaidējošu "Radio Skonto Rīta programmu" latviešu valodā, kas tiks retranslēta programmā Radio Skonto, aptverot gandrīz visu Latvijas teritoriju.” Tiesa gan tas notika arī pirms valsts finansējuma saņemšanas. Nav skaidri definēti mērķi, lai nodrošinātu “satura pieejamības nodrošināšanu daudzveidīgās satura izplatīšanas platformās un sasniedzamā auditorijā”.

Ņemot vērā, ka programmas veidošanā izmantots valsts finansējums, uzskatu, ka lietderīgi ir noteikt konkrētus kritērijus, kurās platformās, kādā formā, izmantojot kādus algoritmus pārraides ir jāizvieto. Tam, protams, ir nepieciešami pētījumi un analīze no pasūtītāja puses, lai saprastu, kur konkrētā medija lietotāji ir atrodami, kuras aplikācijas (Spotify utt), vietnes (Facebook, Twitter, YouTube) vai informācijas uzņemšanas formas (radio telefonā, mašīnā, mājās) skatītāji/klausītāji izmanto. Un pamatojoties uz tā izstrādāt kritērijus, kur par valsts naudu veidotās programmas būtu jāizvieto, lai sasniegtu maksimālo auditorijas aptveri. Pretējā gadījumā katrs pats nosaka “kaut kādu” plānu, mērķi un izpildījumu. Vai tas ir jēdzīgākais un efektīvākais, šādā satura analīzē izvērtēt nav iespējams.

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.

Rīta programmas satura žanra specifika nepieprasa politiskās neitralitātes ievērošanu, bet nekādu pārkāpumu vai šaubu pārraides neraisa. Raidījumu vadītāji runā par tematiem, balstoties uz skaļākajām aizvadīto dienu aktualitātē. Kā nacionālā, tā globālā līmenī.

Diemžēl joprojām radio (ne tikai Skonto, bet arī citos) saglabājusies forma reklāmas blokos iekļaut "Rīgas ziņas", "Jelgavas ziņas" un cita veida vistīcāmāk apmaksātu saturu, kas pēc formas un līdzības tiek pasniegts it kā žurnālistu kvalitatīvi sagatavots materiāls. Kas tāds pēc būtības nepavisam nav. Pieļauju, ka liela daļa radio klausītāju nepamana džinglu pirms un pēc šiem segmentiem un "notic", ka dzirdētais ir īstas ziņas. Radio skonto pirms šiem segmentiem atskaņo džinglu, kurā teikts "ilgstoša reklāma". Atšķirībā no citiem radio, kas to nedara, šāda prakse ir apsveicama. Bet "margarīna uzdošana par sviestu" ilgtermiņā nodara kaitējumu klausītāju un skatītāju izpratnei, kas ir īstas ziņas un ko gatavojuši PR cilvēki, lai celtu Rīgas domes vadības vai kāda valsts uzņēmuma tēlu. Saprotu, ka lielā mērā tas ir naudas jautājums. Bet uzskatu, ka šādai diskusijai būtu jābūt - kā to darīt un vai izvēlēta forma ir atbalstāma.

Īsumā apkopojums par to, cik plaši Skonto rīta programmā parādās par "Ilgstošajām reklāmām" dēvētās "ziņas":

2.08.

Rīgas ziņas - ilgstoša reklāma. Par ceļu remontiem, kas esot lielākie pēdējo gadu laikā. Rīgas Meži organizē konkursu par skaistāko dobi. Tērbatas ielā notiks mūzikas pasākums.

Ziemeļlatvijas mežsaimnieka ilgstoša reklāma - par to kā mežu īpašumus pārdot vai iztirgot.

16.08.

Segments "Latvijas valsts ceļi informē" - par ceļu remontdarbiem Latvijā.

Rīgas ziņas - ilgstoša reklāma (gandrīz 2 min). Mūkusalas ielā būs jauns gājēju tilts - to sola Mārtiņš Staķis. Mārupītes krastā demontē veco gājēju celiņu, lai būtu patīkami tur pastaigāties pa jauno segumu. Ziedoņdārzā Staķis un deputāti rīkos tikšanos ar apkaimju iedzīvotājiem.

25.08

Jelgavas aktualitātes - nav norāde "ilgstoša reklāma". Tikai skaņas signāls. Jelgavā izveidotas papildus velo novietnes, notiek bedrīšu remonts un remontēti piebraucamie ceļi skolām. Uzņēmēji var pieteikties Jelgavas grantiem. Jelgavā gaidāmi piena, maizes un medus svētki.

Rīgas ziņas - ilgstoša reklāma (gandrīz 2 min). Mērs Mārtiņš Staķis un deputāti turpina tikšanos ar Rīgas apkaimju iedzīvotājiem. Rīgas Satiksme plāno mainīt maksāšanas veidu par biļetēm. Plānota tirgus izpēte. Jānoformē skolēnu kartes attālināti.

Ilgstoša reklāma - par aktuālo Eiropā stāsta Ivars Ījābs. Imitēta intervija ar neidentificētas vīriešu balss iesaisti sarunā.

17.09.

Reklāmas segmentā sadaļa “Sarunas mežā”. Par ozolu slimošānu un kalšanu. Vides dienesta eksperti runā vai ir bažas saistītībā ar koku slimībām. Nav īsti skaidrs vai par ēteru ir maksāts. Nosaukums “sarunas mežā” liek klausītājiem domāt, ka tas ir kā *īstas* intervijas formāts.

Pēc reklāmu bloka skan Latvijas Valsts ceļu informācija - ka mājas lapā ir ziņas par būvdarbiem un kur tiks slēgta satiksme pār tiltiem.

Reklāmas segmentā - “Jelgavas pilsēta piedāvā “Jelgavas aktualitātes”” - par ilgtspējas stratēģiju līdz 2035.gadam. Tiekot rīkota aptauja par domes darbu. Jāpiesaka kandidāti labākā jelgavnieka statusam.

Ilgstoša reklāma - stāsti par apkaimēm un vietām, kur pieturēs Rail Baltic vilcieni. Ierunājies Gundars Āboliņš. Piedāvā “Eiropas dzelzceļa līnijas”.

Ilgstoša reklāma - Rīgas ziņas. Par skolu un bērnu dārzu darbinieku vakcinēšanu. Citēts Rīgas mērs Staķis - mērķis esot, lai visi var mācīties klātienē. Eiropas mobilitātes nedēļa, kad notiks velo nedēļa. Lauvas bērniem doti vārdi. Par viena krusttēvu kļuva Rīgas mērs, par otru (mēra partijas biedrs) VARAM ministrs Artūrs Toms Plešs. (Arī šī, protams ir ļoti svarīga informācija rīdziniekam it īpaši laikā, kad energoresursu dēļ kāpj visa veida komunālie maksājumi.)

1.11.

Pēc reklāmām skan Latvijas Valsts ceļu informācija - par to, ka būs jāmaina ziemas riepas un LVC mājas lapā ir atrodamas ziņas par ceļu remontiem.

Ilgstoša reklāma - piedāvā domes uzņēmums “Rīgas ūdens”. “Rīgas ūdens” panācis, ka Rīga tiek svītrotā no kartes, kur ir atrodamas Baltijas jūru piesārņojošās vietas. Iedzīvotājiem ir pieejams līdzfinansējums, lai pieslēgtos centralizētai kanalizācijai.

Ilgstoša reklāma - “Rīgas ziņas” - par izbraukuma un citu vakcināciju. Mudinājums balsot par iedzīvotāju līdzdalības projektiem, kam dome dos naudu. Atlases “Gada rīdzinieks”. Un savākts 400 tonnas lapu. - Situācijā, kad jau ir iestājusies jaunā apkures sezona ar milzu rēķiniem - ļoti specifiska “ziņu” izvēle, kas var radīt priekšstatu, ka patiesībā šo problēmu nav un Rīgā notiek tikai labas lietas.

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)

Rīta pārraide atbilst savam formātam, scenārija dramaturģijas kvalitāte ir grūti novērtējama, bet, vēstījuma dinamika ir šādas formas raidījumam pieņemama.

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

Vairumā rīta programmu saturs ir kvalitatīvs, vērtīgs un Latvijas auditorijai saistošs. Vēlos izcelt arī vairākās programmās rosinātās diskusijas par sabiedrības garīgo veselību, dusmām, spēju sadzīvot ar līdzcilvēkiem. Šāda veida sarunas ēterā ir ļoti atbalstāmas un noderīgas. Piemēram, par nepārsteigšanos un spēju nogaidīt - “nelēkt uz ecešām”.

Rubrikā “Atveram tēmu” 25.augustā plaši visu rītu runāts par pirmo skolas dienu, par penāliem un skolas grāmatu ievākošanu, skolas somas kārtošanu. Par grāmatu ietīšanu plakātos un tapetēs, ko bērniībā darījuši arī raidījuma veidotāji. Kā sakārtot mājas darbu pildīšanas vietu un bērniem piemērot gulēt iešanas laiku. Kā izrunāt kabatas naudu noteikumus, salikt TV lietošanas grafiku, vai skolas apģērbus vilkt kopā ar bērniem.

Rubrikā “atveram tēmu” 31.augustā - kā Latvijā audzēt melones un arbūzus. Un kādi ir citi eksotiskie augi, ko audzēt Latvijā. Jautājums - ko klausītāji eksotisku izaudzējuši mājās. Vairāki *iegājieni* visa rīta garumā. Klausītāji sūta foto ar melonēm, arbūziem, kivi, avokado. Patīkama atslodze no ikdienas, kas panāk aktīvu klausītāju iesaisti.

1.11. Rubrikā “Dienas doma” - sāk jaunu dzīvi. Izbeidz visu, kas iesākts un nepabeigts. Atmet ar roku visam pusdarītajam. Klausītāji visa rīta garumā aktīvi iesaistās diskusijā.

17.09. Tiek reklamēts forums “Lidere”, kas ir sarunu šovs, kā rīkotāji par ieejas biļetēm iekasē naudu. Viens no raidījuma veidotājiem pirms gada bijis šī pasākuma moderators. Ēterā intervija ar pasākuma rīkotāju. Nav skaidrs vai segments ir maksas vai bezmaksas.

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)

Viennozīmīgi izceļama abu raidījuma veidotāju profesionalitāte. Vadītāju balsis ir labi nostādītas, dikcija perfekta. Sarunas forma ar klausītāju draudzīga un ieinteresēta.

Jāizceļ dažas nianšes, kur vadītāji nedaudz pāršāva “pār strīpu”.

16.08. pārraidē vairākos “iegājienos” viņi diskutē vai stāstīt briesmīgu anekdoti. Klausītājiem par to jābalso. Tiek nobalsots, ka jāstāsta. Anekdote ir par to kā onkulis pie smilšu kastes izdur mazai meitenītei abas acis. Un pēc tam meitenīte iet mājās, jo mamma teikusi - kad paliek tumšs, jāiet mājās. Pēc tam vairākos *iegājienos* abi vadītāji runā, ka tas bija briesmīgi. Kam var pilnībā piekrist.

19.10. rubrikā “Dienas doma” - temats “Dusmas pārvērt enerģijā”. Par grūtiem un smagiem brīžiem, kad jādarbojas, lai vieglāk grūtības pārdzīvotu. Ļoti atbalstāms temats saspringtajā laikā. Tikai raidījuma vadītāji ēterā izmanto arī necenzētu leksiku, kas šķiet tomēr nebūtu pieļaujams:

Atveram tēmu - raidījumu vadītāji lasa, ko rakstījuši klausītāji: gribam braukt prom. Vakcīnas ir, bet saprāta pietrūkst. Eu antivakseri: “Fuck you”. Stāsts par mediķi, kuram vairs nav žēl, jo ir dusmas un nogurums. Stāsta par to, ka visi, kas dusmas patur iekšā un iztur.

Jautājums - ko darīt ar dusmām, kas visos tagad ir *iekšā*. 4/5 slimnīcās esot krievi. Vakcinētie dusmīgi uz nevakcinētajiem. Nejedz savas pārgudrās dirsas aizvilkt uz vakcinēšanās iecirkņiem. Ieteikums, ka katram vajag pārliecināt 10 cilvēkus vakcinēties. Mudinājums neko nerakstīt internetā, bet dienu nogaidīt un tikai tad rakstīt, ja patiešām joprojām liksies svarīgi. Citi dusmu brīžos raud, ēd saldumus, kārtu un mazgā māju. Izbļautās mežā. Citi mīca mīklu un tad cep pīrāgus.

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)

Raidījuma satura specifika neļauj vērtēt citu iesaistīto personu profesionalitāti.

Pārraides veiksmē atkarīga no veidotāja atrastajiem stāstiem kombinācijā ar profesionālu informācijas pasniegšanas manieri un klausītāju vēlmi iesaistīties.

2.5. Papildus piebildes jau izklāstītas augstāk.

3. REKOMENDĀCIJAS

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

Satura koncepcijā teikts, ka "Radio Skonto piedāvājumā iekļautie raidījumi ir vērsti uz medija patērētāju izglītošanu, iesaisti, viedokļu daudzveidības atspoguļošanu, pozitīva un patriotiska kopējā noskaņojuma veidošanu". Šajā kontekstā iebilžu par turpmāku atbalsta sniegšanu nav. Tomēr nav īsiti skaidrs, kas ir tas, ko tieši atbalsta valsts vai kādu saturu papildus gatavo rīta programmas vadītāji, ko bez šī atbalsta sagatavot nevarētu.

Ne tikai Skonto, bet citas rīta programmas ir kā sludinājumu dēļi, kur gandrīz katrs brīdis, kad vadītāji runā ar klausītāju, ir tapis "sadarbībā ar uzņēmumu X". Jāatzīst, ka Skonto programmas gadījumā šāda satura apjoms ir krietni mazāks nekā citos komercradio. Un tad rodas pamatots jautājums - ja lielu daļu no satura radio jau tā pat gatavo, šo ētera laiku pārdodot uzņēmumiem, pašvaldībām utt, kas ir piensums, ko dod sadarbība ar NEPLP. Bet tas ir noteikti plašāk diskutējams jautājums.

Ja jautājums ir - vai šis rīta radio šovs bez atbalsta no valsts nevarētu pastāvēt un būtu jāslēdz, uzskatu, ka šādai pārraidei naudas došana ir atbalstāma. Diskusiju kvalitāte ir laba un šajos sarežģītajos laikos dinamisks un pozitīvs sarunas biedrs radio ir svarīga dzīves sastāvdaļa.

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

Būtiski uzlabojumi nav nepieciešami. Daži no ieteikumiem jau izklāstīti iepriekš.

3.3. Projektā iesaistītā radošā personāla kompetence un profesionalitātes vērtējums, realizējot līdzvērtīgus projektus sabiedriskā pasūtījuma ietvaros.

Augsti vērtējama abu raidījuma veidotāju profesionalitāte.

3.4. Papildus secinājumi/piebildes

Satura koncepcijā tiek solīts atspoguļot sabiedrības viedokļu daudzveidību". Bet kā var to atspoguļot, ja netiek uzrunāta visa sabiedrība - tajā skaitā citās valodās runājošie? Ja tas nenotiek, šādu paziņojumu par daudzveidību izmantot nevar.

Koncepcijā minēts, ka "balstoties uz līdzšinējo pozitīvo pieredzi, projekta ietvaros šīs aktivitātes tiks turpinātas un papildinātas ar jauniem aspektiem." Kuri tie ir - nav saprotams.

Tiek arī teikts, ka programma atbilstot prasībai - izmantot bērnu un jaunatnes auditorijai atbilstošus informācijas, izglītības, kultūras un izklaides resursus. Jautājums - tieši kur, kā un kad tas notiek, jo aplūkotajās epizodēs (atskaitot sarunu par gatavošanos 1.septembrim) jaunieši un pusaudži netiek uzrunāti.