

Neatkarīga nozares profesionāļa/eksperta recenzija par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents: Kristīne Žilde-Krēvica

Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis: AS "TV Latvija" (RīgaTV 24)

Projekta nosaukums: "Pilna bilde"

Recenzēto satura vienību skaits: 4

Recenzēto satura vienību pārraidīšanas datumi: 02.05.2021., 09.05.2021., 16.05.2021., 23.05.2021.

1. UNIVERSĀLIE KRITĒRIJI

1.1. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst): ATBILST.

Raidījuma "Pilna bilde" satura koncepcijā netieši dota atsauce uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (redakcijā, kas bija spēkā līdz 2020. gada 31. decembrim, turpmāk – EPLL) 71. panta pirmajā daļā noteiktajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem.

Satura koncepcijā identificējami šādi sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi:

- 1) veicināt patriotisku attieksmi pret neatkarīgās Latvijas valstiskumu, tās demokrātisko valsts iekārtu;*
- 2) veicināt civiltiesību un pamattiesību īstenošanu;*
- 3) sekmēt demokrātijas un ētikas principu nostiprināšanos, atspoguļojot sabiedrības viedokļu daudzveidību;*
- 4) nodrošināt objektīvu, neatkarīgu un tematiski līdzsvarotu ziņu, analīzes un komentāru veidošanu par notikumiem Latvijā.*

Secinu, ka raidījums "Pilna bilde" pilnībā atbilst šiem identificētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem.

1.2. Atbilstība projekta satura koncepcijā definētajam mērķim un uzdevumam

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst): ATBILST.

Projekta veidotāji satura koncepcijā par mērķi sev izvirza “veidot platformu, lai aktualizētu diskusiju par mediju politikas jautājumiem Latvijā, par sabiedrības zināšanām medijpratības jomā un tās nozīmi, kā arī, lai veicinātu sabiedrības izpratni par mediju kritikas lomu mediju attīstībā un demokrātiskas sabiedrības veidošanā, kas balstīta uz mediju profesionāļu veiktajiem pētījumiem un mediju lietošanas paradumiem”.

Jāsecina, ka mērķis pilnībā sasniegts.

Atsevišķas platformas, kur runāt par kvalitatīvu mediju nepieciešamību un kritiski vērtēt jau esošo mediju sistēmu Latvijā, ir trūcis. Lai arī jautājumi var nešķīst saistoši plašam auditorijas lokam, tie neatceļ šīs tēmas nozīmīgumu un nepieciešamību jo īpaši apstākļos, kad dezinformācijas ietekmē Latvija iepaliek uz pārējo attīstīto valstu fona centienos apkarot Covid-19 pandēmijas izplatību, jo daļa sabiedrības gluži vienkārši atsakās ticēt mediķu un ekspertu teiktajam, ko tiem tieši vai pastarpināti pavēsta tradicionālie mediji. Izdzīvojam sekas tam, ka Latvijā ir katastrofāli zems medijpratības līmenis.

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

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst): ATBILST.

Raidījums “Pilna bilde” cenšas likt pamatus gudrākam nākotnes mediju lietotājam.

Covid-19 pandēmija skaudri ieskicējusi, ka līdz šim iztrūcis plaša mēroga diskusiju par mediju lietotāja spēju kritiski vērtēt lasīto, dzirdēto un redzēto, tāpēc vērtēju, ka ilgtspēja ir šī raidījuma pamatā. Jo vairāk tiks runāts par medijiem kā demokrātijas garantu, nevis varas ruporu, jo plašāks cilvēku loks sāks cienīt un atšķirt kvalitatīvu žurnālistiku no klajas dezinformācijas.

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

Recenzenta vērtējums (atbilst/ daļēji atbilst/ neatbilst): DAĻĒJI ATBILST.

Projekta satura koncepcijā par daudzveidīgām satura izplatīšanas platformām nekas nav minēts. Mēneša garumā raidījums četras reizes izskan RīgaTV 24 ēterā, pa epizodei nedēļā, un saturs atkārtojumā skatāms medija mājaslapā, tomēr reklāmpaužu blīvums portālā www.xtv.lv liedz pilnvērtīgi izbaudīt raidījuma saturu.

Katrs raidījums sadalīts divās daļās un ievietots kā divi atsevišķi video faili. Katras daļas noskatīšana nozīmē trīs (!) garas reklāmpauzes - raidījuma sākumā, ~8. minūtē un ~17. minūtē. Rodas bažas, ka ir jābūt ļoti ieinteresētam saturā, lai sagaidītu reklāmu beigšanos un tik tiešām noskatītos šo materiālu līdz galam.

Komercmedija nepieciešamība pelnīt ir saprotama, bet varbūt jāapsver vismaz sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veikto saturu piedāvāt bez reklāmām vai ar samazinātu to īpatsvaru. Pretējā gadījumā apgrūtināti sasniegt mērķi - veidot platformu, kur aktualizēt mediju jautājumus - ja šo diskusiju formātu noskatās vien neliels cilvēku skaits.

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.**

Secinu, ka saturs atbilst žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem. Politiskā neitralitāte tiek nodrošināta, cenšoties aptvert dažāda spektra mediju profesionāļus un satura veidotājus, lai raidījumā ļautu izskanēt iespējami dažādiem viedokļiem.

Recenzējamajā periodā tikai vienā no raidījumiem (02.05.2021.) pieaicināti politisko spēku pārstāvji, un to izvēle bijusi korekta, proti, balstoties uz viņu atbildības jomu Saeimā, kas skar Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas un Mediju politikas apakškomisijas darbu. Turklāt politiskais līdzsvars nodrošināts, pieaicinot opozīcijas politiķi Borisu Cilēviču (Saskaņa) un koalīcijas pārstāvi Vitu Andu Tēraudu (A/P!).

Arī citu epizožu viesi ir kompetenti runāt par raidījuma tēmu - ir vai nu mediju profesionāļi vai jomas eksperti no akadēmiskās vides.

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)

Raidījuma uzbūve ir skaidra un lielākoties atbilst solītajam - raidījuma vadītāja, mediju eksperte Gunta Līdaka īsi piesaka tematu, turklāt dara to bez sejas maskas, kas vērtējams kā veiksmīgs risinājums Covid-19 ierobežošanas noteikumu ietvaros. Skatītājam ir iespēja nodibināt vizuālu saikni ar raidījuma veidotāju, pirms studijā ierodas viesi un tiek uzlikta sejas maskas.

Tālāk gan novērojamas nobīdes no satura koncepcijā solītā. Tēmas raksturošanai koncepcijā tiek solīts, ka raidījumu ievadīs sižets, ielu intervijas vai mediju pētījumi. Tas atsvaidzinātu vienveidīgo diskusijas formātu un palīdzētu noturēt skatītāja uzmanību. Diemžēl tikai vienai no četrām recenzētajām epizodēm (16.05.2021.) ievadā skatāms sižets, bet tas pats nav oriģināli veidots, bet gan aizgūts no LTV arhīva par dzeltenās preses popularitātes fenomenu cauri laikiem. Turklāt sižets ir īss, aprauts. Raidījuma hronometrāža (47 - 50min) ļautu veltīt vismaz pāris minūtes sižetam tēmas ievadā. Tiesa, mediju pētījumi gan epizodiski parādās, bet TV formātam tās ir nepateicīgas grafikas diagrammu veidā ar smalku druku.

Jāuzteic, ka cits žanra atsvaidzināšanas elements gan izmantots - kā solīts koncepcijā, pirms katra raidījuma jau iepriekš mikroblogošanas vietnē Twitter veikta interaktīvā aptauja, uz kuras rezultātiem viesiem kopā ar raidījuma vadītāju iespējams reflektēt. Skaidrs, ka aptauja nav reprezentatīva un kā tāda arī netiek pieteikta, tomēr prasītos skatītāju informēt, cik daudz cilvēku konkrētajā aptaujā ir piedalījušies, proti, vai tas ir piecu, desmit vai tūkstoš personu viedoklis.

No formāta viedokļa skaidri saprotama nepieciešamība Covid-19 pandēmijas apstākļos ar kādu no viesiem sazināties attālināti, bet tādā gadījumā video formāts ir vienīgais pieļaujama. 02.05.2021. epizodē deputāte Vita Anda Tērauda kavējas, un, viņai beidzot pievienojoties, ekrānā ilgstoši skatāma tikai viņas fotogrāfija. Televīzijā kā medijā, kur video, audio un saturs ir vienlīdz nozīmīgi informācijas nesēji, diskusijas raidījums ar foto attēlu attaisnojams vien galējas krīzes apstākļos.

Mulsinošs ir raidījuma vadītājas portatīvais dators, kas novietots centrā, daļēji aizsedzot viņu pašu, kā dēļ kadrējumā centrālais uzsvars likts uz tehnikas ražotāja zīmolu. Jāapsver, vai nākontē no šāda nevēlama produktu izvietojuma vismaz sabiedriskā pasūtījuma ietvaros nevarētu izvairīties.

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

Kvalitatīva, dinamiska diskusija, kas galvenokārt ir raidījuma vadītājas Guntas Līdakas nopelns. Skaidri nolasāms, ka viņa tematā brīvi orientējas, tāpēc skatītājam ļauts it kā pavadā sekot līdzi, kur diskusija aizvedīs.

Tomēr raidījuma hronometrāža ir gara, viesu skaits - neliels (divi līdz trīs), tāpēc tempu un intrigu saglabāt turpat stundas garumā nav viegls uzdevums, jo īpaši, ja, skatoties atkārtojumā, jāiztur sešas reklāmpauzes. Nereti uz raidījuma otro pusi saruna it kā noplok, viesi mēdz pie saviem secinājumiem atgriezties pat vairākkārt.

No vizuālā aspekta ļoti kvalitatīvi nostrādāts grafiskais dizains raidījuma ievadam, kā arī uzteicami viegli salasāmie titri, bet studija pārsteigumus nenes. Arī attālinātais formāts, kad kāds no viesiem skatāms ekrānā, ir pieņemams risinājums vien pandēmijas apstākļos.

Pretējā gadījumā tas vizuāli distancē viesi no skatītāja, mazina klātbūtnes izjūtu. Atsevišķu raidījumu gadījumā, kur viesim līdzī nāk skaņas traucējumi (Vita Dreijere, 16.05.2021.), rodas iespāids, ka ekrānā atrodas sekundārs runātājs, kamēr pamatsaruna norisinās studijā starp raidījuma vadītāju un klātienē viesiem.

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)

Raidījuma veidotāja Gunta Līdaka ir neapšaubāma mediju jomas profesionāle, kas arī ir raidījuma "Pilna bilde" veiksmes pamatā. Pārliecinošs, zinošs tēmas pieteikums. Tiesa, iztaujājot viesus, jautājumi brīžiem mēdz izplūst garos apcerējumos, it kā pašai domu vēl tikai skaļi formulējot.

Atsevišķos diskusijas brīžos jūtams, ka vai nu zūd pārliecība par tematu vai grūti iznest vajadzīgo tempu, kā, piemēram, raidījuma vadītājas teiktajā jūtams pat tāds kā mulsums, kad diskusija nonāk pie žurnālistiem piešķirtajiem valsts augstākajiem apbalvojumiem (09.05.2021.). Iespējams, tas saistīts ar cieņu pret vienu no ordeņa saņēmējiem Aidi Tomsonu, kurš arī aicināts piedalīties raidījumā un kuru raidījuma vadītāja vairākkārt uzteic kā apbalvojumu pelnījušu, vienlaikus cenšas mīkstināt kritiku, kas nāk no abiem pārējiem raidījuma viesiem E.Veidemanis un Ģ.Kasparāna.

Atsevišķos brīžos pietrūkst kritiskākas pieejas pret viesu teikto, piemēram, epizodē par politisko laikrakstu identitāti (23.05.2021.), kur izdevniecības "Dienas mediji" valdes priekšsēdētājs Edgars Kots runā par žurnāla, iepriekš laikraksta "Dienas Bizness" kādu īpašu vērtību skalu un piemin jaunā galvenā redaktora Romāna Meļņika vārdu. Viedoklis tiek uzklausīts nekritiski, ēterā neizskanot konstruktīvam pārmetumam, ka konkrētais izdevums izcēlies ar klaju politizēšanos un žurnālistikas normu pārkāpšanu pirms 13. Saeimas vēlēšanām 2018. gadā.

Tiesa, jāuzteic, ka šī raidījuma diskusija bija viena no spēcīgākajām recenzējamā perioda laikā - viesi labi runātāji, izteicās līdzvērtīgā apjomā un sarunas temps nenoplaka visa ētera garumā.

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 formāts paredz, ka operatoru, montāžas vai citu satura radītāju darbs nav atsevišķi izceļams. Raidījums "Pilna bilde" filmēts studijā, ar statiskiem kameras kadrējumiem (tuvplāns uz raidījuma vadītāju un kopplāns ar viesiem), tos ik pa laiku mikšējot, kas arī pilnībā atbilst standartizētam diskusiju žanram.

Tā kā nav veidoti oriģināli sižeti tēmu pieteikumam, citu satura radītāju darbu novērtēt nav iespējams. Vienīgi pozitīvi vērtējams jau iepriekš izceltais - gaumīgais grafiskā dizaina noformējums raidījuma ievadā un titru paneļos.

2.5. Papildus piebildes

Uzteicama doma par interakciju ar auditoriju, jautājot tās viedokli ar aptaujas palīdzību un lūdzot uz to reflektēt pieaicinātajiem viesiem, tomēr izpildījums līdz galam neizmanto šo potenciālu. Iztrūkst datu par respondentu skaitu.

Tāpat neizmantota palikusi iespēja raidījumus ievadīt ar oriģināli veidotiem sižetiem vai ielu intervijām, tādējādi dažādojot smagnējo diskusijas formātu.

3. REKOMENDĀCIJAS

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

Uzskatu, ka projekta realizēšana varētu turpināties sabiedriskā pasūtījuma ietvaros, turpinot vērtēt Latvijas mediju vidi un tās izaicinājumus un pamazām audzinot kritiskāk domājošu, gudrāku mediju lietotāju paaudzi.

Raidījums “Pilna bilde” pilnībā atbilst NEPLP konkursa “Sabiedrības medijpratību veicinoša satura veidošana elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas un radio programmas” nolikumā definētajam mērķim “sabiedriski nozīmīga un kvalitatīva satura, kas veicina sabiedrības medijpratību un stiprina Latvijas informatīvo telpu, veidošana un pārraidīšana par medijpratības tematiku komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos”.

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

Uzlabojumu nepieciešamību saskatu formas dažādošanā, lai noturētu auditorijas uzmanību visa raidījuma garumā, kas ar reklāmpauzēm ir aptuveni stunda.

Noteikti tēmas ievadā prasās satura koncepcijā solītais sižets vai vismaz ielu intervijas. Tās varētu atkārtot arī raidījuma vidū, neļaujot dinamikai noplakt.

Prasītos arīdzan uzklaut vairāk viedokļu viena raidījuma ietvaros, kas aptver tik plašu tēmu loku, kā, piemēram, vai likums atrisinās sabiedrisko mediju problēmas, vai uzticamies medijiem un žurnālistiem, kādas ir žurnālu un dzeltenās preses pieprasījuma īpatnības Latvijā, kāda ir politisko laikrakstu identitāte. Ierosinu katrā no raidījuma daļām izraudzīties citus trīs viesus, lai tēmas ietvaros izteikties būtu iespējams vismaz sešiem jomas profesionāļiem, mediju politikas veidotājiem vai akadēmiskās vides pārstāvjiem. Pretējā gadījumā saruna otrajā stundas pusē kļūst vienveidīga.

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

Raidījuma formāta specifika ļauj vērtēt tikai raidījuma vadītājas profesionalitāti un kompetenci, kas, kā jau minēts iepriekš, ir nešaubīgi augstā līmenī.

Ieteikumi uzlabojumiem vairāk saistīti ar formu, nevis saturu.

4. Papildus secinājumi/piebildes

Kopsavelkot īsumā - vairāk viesu, dinamiskāku tempu, plašāku formu dažādību un mazāk reklāmas, tostarp nevēlamas produktu izvietojanas, un raidījumam redzu augstu pievienoto vērtību sabiedrības medijpratības veicināšanā un Latvijas mediju vides profesionalitātes celšanā.