

## RECENZIJA

*Recenzija sagatavota, ņemot vērā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālajā stratēģijā 2018.-2022.gadam ietvertos kritērijus.*

**Sabiedriskā pasūtījuma izpilde RE:TV raidījumos “Latvijas stāsti” 2019. gada 2. pusgadā.**

Recenzente noskatījās 12 pēc nejaušības principa izvēlētus 2019. gada otrā pusgada raidījumus “Latvijas stāsti”, ievērojot prasību, lai būtu vismaz pa vienam no katra mēneša:

- *Liliju audzētāja* (20.07.)
- *Baikeri* (27.07.)
- *Airītes stacija* (10.08.)
- *Latgales keramika* (18.08.)
- *Rundāles pilī* (07.09.)
- *Vienas dienas kafejnīca* (08.09.)
- *Ābološanas rezidenču centrā “Serde”* (21.09.)
- *Sēņošana* (06.10.)
- *Kabiles muiža* (12.10.)
- *Skauti un gaidas* (03.11.)
- *Felipe Gabriels Ksavjers* (10.11.)
- *Latvieši Īrijā* (16.11.)
- *Cidoniju audzētāji* (11.12.)

**Saturs.** Dokumentālais raidījums “Latvijas stāsti” (garums 25 minūtes) aplūko visdažādākos tematus un Latvijas sabiedrības problēmas, kā nosacītu izejas punktu izmantojot kādu lokāla mēroga sarīkojumu, kultūrvēsturisku vietu vai tradīciju, kā arī, intervējot kādu spilgtu personību. Raidījuma tematika skar

vēsturi, kultūru, tradīcijas, tūrismu, emigrāciju un ekonomisko situāciju, vides aizsardzību un dabas objektus, uzņēmējdarbību utt.; tiek rādīti uzņēmīgi, drosmīgi, radoši Latvijas cilvēki, kuri savukārt ar raidījuma starpniecību skatītājam parāda, kā būt radošiem, saskatīt resursus tur, kur šķietami to nav, kā būt uzņēmīgiem un neatlaidīgiem, kā saredzēt skaisto un neparasto.

**Formāts.** Raidījums ir izglītojošs, informatīvs un izklaidējošs. Lielākoties tas veidots kā intervija ar vienu cilvēku vai ir vairāku cilvēku interviju kompilācija, tomēr raidījuma vienojošie elementi ir gandrīz vai tikai nosaukums, tematika (stāsts saistībā ar Latviju) un grafiskais noformējums. Citādi raidījuma formāts ir izplūdis – visticamāk, tāpēc, ka to veido dažādas reģionālās un vietējās televīzijas, vai arī tam gluži vienkārši nav noteikts stingrs ietvars. Tāpēc dažiem raidījumiem ir izteiktas divas, citiem – trīs pamata daļas; citos ir tikai “sēdošās” intervijas, bet citās intervija notiek kustībā; dažos raidījumos žurnālists parādās kā aktīvs intervētājs un kadrā uzdod jautājumus, citos – tikai kā aizkadra balss; dažos raidījumos ir izmantota fona mūzika, citos ne.

**Plānošana, scenārijs.** Daudziem raidījumiem trūkst scenārija kā dramaturģiska ietvara. Rodas priekšstats, ka lielākoties tie veidoti, izejot no safilmētā materiāla, kas tapis, aizbraucot un uz vietas ļaujoties intervējamo personu stāstījumam vai notikumiem, nevis iepriekš izpētot apstākļus, izjautājot cilvēkus par vietām, kur būtu iespējams filmēt, un par tematiem, par kādiem būs runa, un attiecīgi sagatavojoties. Piemēram, raidījumā par latviešiem Īrijā kāda ģimene (4 cilvēki) stāsta par savu dzīvi, sēžot birojā uz dīvāna. Skatītājs no stāstījuma uzzina, piemēram, ka brīvajā laikā māte dzied korī, taču šim faktam trūkst attiecīgas videoilustrācijas. Arī raidījumā par cidoniju audzētājiem ar cidoniju lauka skatiem tiek ilustrēts stāstījums par to, ka šie uzņēmēji apvienojušies kooperatīvā ar 16 citiem. Attēls, video ir būtiska priekšrocība televīzijas sižetā – ļaut skatītājam savām acīm pārliecināties, ka stāstījums ir patiess. Ar to televīzijas

raidījums pašos pamatos atšķiras no radiatoraidījuma, taču šajā raidījumā šī iespēja ir nepietiekami novērtēta un izmantota.

Arī citos raidījumos vērojams līdzīgs lineārs risinājums – pagars viena vai vairāku cilvēku stāstījums par dzīvi, savu biznesu, kādu vēsturisku vietu vai citu tematu. Piemēram, ja stāsts ir par Rundāles pili, runātājs ir bijušais vadītājs Georgs Lancmanis un jaunā direktore Laura Lūse (turklāt recenzentei nesaprotamā secībā un proporcijā – lielāko daļu raidījuma runā G. Lancmanis, bet L. Lūse tikai nedaudz raidījuma noslēgumā), taču nav izjautāts neviens apmeklētājs vai kāds tuvākajā apkaimē dzīvojošais cilvēks. (Jāpiebilst, ka šajā raidījumā pārsteidz arī fona mūzikas izvēle – skan garīga rakstura skaņdarbs, kas piederētos baznīcai, nevis pilij, taču iespējams, ka tā skatītājam jānojaus saistība ar Senās mūzikas festivāla koncertiem, kas tradicionāli tiek rīkoti Rundāles pilī).

Līdzīgs priekšizpētes trūkums vērojams arī daudzās intervijās ar personībām: šie cilvēki tiek parādīti tikai tagadējā, aktuālajā kontekstā (skolotājs – skolā, sportists – stadionā), tikpat kā nemaz neļaujot ielūkoties citos apstākļos, kuros personība veidojusies, jo izejas materiāls ir cilvēka paša stāstījums par sevi šeit un tagad. Izpaliek citu cilvēku – radu, draugu, kolēģu, audzēkņu - viedoklis, piemēram, raidījumā par Ogresgala 5. skautu un gaidu vienības priekšnieku Jāni Iklāvu (03.11.2019.) par sevi stāsta tikai viņš pats; par vadītāju nav nointervēta neviena gaida vai skauts!

**Tehniskie risinājumi.** Raidījums ir filmēts, pēc tam ieraksts montēts. Raidījumi lielākoties filmēti ar vienu kameru; daļu raidījuma veido intervētās personas (vai personu) stāstījums (runātājs kadra centrā vai vienā vai otrā pusē; skatiens vērsts objektīvā (stāsta skatītājam), filmēts ar nekustīgu kameru no viena fiksēta punkta).

Intervijas tapušas dabiskajā vidē (darba vietā, uz ielas, pasākuma norises vietā u.tml.), kas šāda formāta raidījumam ir piemērotāk nekā statiskas studijas intervijas.

Intervētās personas stāstījums lielākoties ilustrēts ar intervijas vietā tapušiem dažādi kadrētiem videomateriāliem un papildināts ar žurnālista aizkadra stāstījumu. Reizēm izvēlēts neveikls kadrējums (centrā – runātāja seja, vienā malā – puse no cita cilvēka sejas).

Citos raidījumos kā aktīvs dalībnieks filmēts arī žurnālists (intervētājs un intervējamais filmēti no sāniem, abi skatās viens uz otru), vai žurnālists un intervējamais filmēti kustībā ar kustīgu kameru.

Dažos raidījumos kā papildus ilustrācijas izmantoti vēsturiski dokumentāli kadri, piefilmējumi ar dronu, fotogrāfijas.

Montāžā izmantoti vienkārši paņēmieni – ātra kadru maiņa (jump cut) vai video iestarpinājumi (galvenokārt intervijās, noklājot īsinājuma vietas).

Kadri dažkārt vienveidīgi, kas autoriem apgrūtina raidījuma laika aizpildīšanu, bet skatīšanos padara garlaicīgu. Tas apliecina papildus plānošanas nepieciešamību, lemjot, vai 25 minūtes garā raidījumā pietiek ar viena temata aplūkošanu caur 1 vai 2 personu garu un vienmuļu stāstījumu un vienveidīgiem piefilmējumiem 2-3 vietās.

**Satura komunikācija.** Raidījums nav interaktīvs, tas netiek veidots kā dialogs ar skatītāju (ar retiem izņēmumiem, kad raidījuma vadītājs iesāk raidījumu ar savu uzrunu (t.s. stendapā), īsi ieskicējot, par ko būs stāsts). Līdz ar to dažkārt nav skaidrs, kāpēc konkrētajā laikā izraudzīts konkrētais temats – kāda ir tā aktualitāte, kāpēc tieši par to tieši šeit un tagad.

Šim raidījumam vēršanās pie skatītāja ir liels, bet autoru neizmantots resurss, kas ļautu ne vien palīdzēt noskaidrot temata aktualitāti, bet arī novērst dažādus

pārpratumus, piemēram, ja raidījuma vadītājs paskaidrotu, kāpēc raidījumos, ko demonstrē rudenī vai ziemā, tiek rādīti kadri ar zaļojošiem kokiem vai laukiem (kā stāstos par Kabiles muižu vai cidoniju audzētājiem), bet jau pēc brīža tiek intervēti cilvēki aktuālajam gadalaikam atbilstošā siltā apģērbā.

Kopumā raidījumi veidoti kompetenti, žurnālisti iespēju robežās cenšas izmantot dažādus raidījumu veidošanas paņēmienus (intervijas, stāstījumu, reportāžas elementus). Intervijās tomēr lielākoties redzami pasīvi žurnālisti, kuri tikai klausās intervējamā stāstījumā. Reti izskan kāds jautājums, reti redzama vai dzirdama reakcija uz atbildi vai attieksme pret runātāju, ķermeņa valoda ir ziemeļnieciski atturīga. Arī apstākļi vai intervijas vieta sarunā reti tiek apspēlēta, piemēram, kādā sarunā pie žurnālistes pienāk liels suns, taču viņa uz to nekādi nereaģē, kaut gan improvizējot situāciju varētu pārvērst par interesantu momentu citādi vienmuļajā intervijā.

Nereti izpaliek jebkāds vietas un apstākļu raksturojums – ne vārdos, ne ar video. Neveiklas situācijas veidojas, kad intervijā piedalās vairāki cilvēki un viens runā otra vietā, piemēram, raidījumā par latviešiem Īrijā māte runā meitas vārdā, kaut meita sēž turpat blakus. Netiek paskaidrots, kāpēc tā.

Uzteicama ir latgaliešu valodas lietošana, kas palīdz iejusties kontekstā, ja pasākums notiek Latgales pusē.

Latviešu valodas lietojums ir normas robežās, tomēr uzmanība jāpievērš citvalodu vārdu latviskošanai atbilstoši latviešu valodas normām (raidījumā par latviešiem Īrijā titros vairāki vārdi bija atstāti to oriģinālajā rakstībā svešvalodā). Visos raidījumos lietots lietišķs, ziņu žurnālistikai raksturīgs vēstījuma stils, kaut raidījuma garums un formāts atļautu arī tēlaināku valodas lietojumu.

Vienā no raidījumiem, intervējamo uzrunājot uz “tu”, skatītājam netiek paskaidrots, kāpēc žurnālists pie cilvēka vērsas familiāri. Tamlīdzīgos gadījumos skatītājam var rasties šaubas par raidījuma objektivitāti.

**Secinājumi.** Raidījumā “Latvijas stāsti” izmantotie saturiskie, tehniskie un mākslinieciskie paņēmieni caur lokālo labi atklāj dažādas nacionāla mēroga problēmas un laikmeta aktualitātes, nacionālās, dzīvesveida īpatnības un atšķirības, caur notikumiem un personībām parāda Latviju un tās iedzīvotājus plašākā kontekstā, izglīto par vēsturi kā šodienas priekšnoteikumu. Raidījumos iekļaujot daudzpusīgu informāciju par plašu tematu loku, tiek sasniegti sabiedriskā pasūtījuma mērķi.

**Ieteikumi.** Raidījumam “Latvijas stāsti” ir liels potenciāls izmantot daudz plašāku tehnisko, māksliniecisko un žurnālistisko paņēmienu klāstu – aktīvas intervijas, reportāžas, atšķirīgi veidotu stāstījumu, dažādus filmēšanas un montāžas paņēmienus.

Iespējams, no jauna jādefinē raidījuma formāts, īpašu uzmanību pievēršot tematu skaita atbilstībai raidījuma garumam.

\*

## **Sabiedriskā pasūtījuma izpilde RE:TV raidījumos “Ēdienkarte” 2019. gada 2. pusgadā.**

Recenzente noskatījās 8 pēc nejaušības principa izvēlētus 2019. gada otrā pusgada raidījumus “Ēdienkarte”, ievērojot prasību, lai būtu vismaz pa vienam no katra mēneša:

- *Bites un medus* (05.07.)
- *Gliemeži* (16.08.)
- *Ludzas amatnieki* (06.09.)
- *Veselīgas kūkas* (20.09.)
- *Tomāti* (04.10.)
- *Aitas piens* (08.11.)
- *Maizes laboratorija* (22.11.)

- Z/s “Kotiņi” (20.12.)

**Saturs.** Dokumentālais raidījums “Ēdienkarte” (garums 24 minūtes) nav kulinārijas raidījums tradicionālā izpratnē, kā varētu spriest pēc nosaukuma, bet galvenokārt kāda Latvijas uzņēmuma darbības atspoguļojums, izsekojot tā ražoto pārtikas produktu ceļam no tapšanas procesa līdz celšanai galdā. Nosaukumā izmantotā salikteņa “ēdienkarte” otrā daļa – “karte”, kā arī raidījuma grafiskais noformējums (Latvijas karte ar atzīmētu filmēšanas vietu) norāda, ka arī vietai ir nozīme: aplūkotas ar pārtikas ražošanu saistītas aktivitātes dažādos Latvijas nostūros, nereti – tālu no galvaspilsētas.

**Formāts.** Raidījums ir izglītojošs, informatīvs un izklaidējošs. Galvenokārt veidots kā intervijas ar konkrētajā aktivitātē iesaistītajiem cilvēkiem – pārtikas ražotājiem, pārstrādātājiem, zemniekiem u.tml.

Intervētājs (žurnālists) ir neredzams, viņa balss dzirdama tikai, uzdodot jautājumus, kā arī, lasot aizkadra tekstus raidījuma daļās starp interviju fragmentiem.

Dinamiku piešķir aktīva darbība – kustīgas intervijas, ēst gatavošana un citas aktivitātes, kā arī sparīgs muzikālais noformējums (galvenokārt vadošā skaņu celiņa iestarpinājumi starp raidījuma daļām).

Lielāko daļu recenzentes redzēto raidījumu veidojusi Vidzemes televīzijas žurnāliste Gunta Matisone. Tiem ir vienots stils – gan raidījuma uzbūvē, gan dinamikā un noskaņā, kā arī vides izvēlē, līdz ar to citu autoru (citu reģionālo televīziju žurnālistu) veidotie raidījumi diezgan ievērojami atšķiras.

**Plānošana, scenārijs.** Raidījumi “Ēdienkarte” lielākoties tapuši pēc iepriekšējas plānošanas, izvēloties vietu un darbojošos personāžus, kas spētu nodrošināt raidījumam piemītošo dinamismu un aktivitāti (nepieciešamos ēdiena gatavošanas demonstrējumus un citas darbības).

Raidījums veidots lielākoties no divām daļām – viena papildina otru, piemēram, pirmajā stāsts par uzņēmumu, otrajā – receptu demonstrācija, izmantojot uzņēmumā ražotos produktus.

Gan raidījuma veidotāji, gan dalībnieki ir filmēšanai sagatavojušies, pārzina tematu, taču ļaujas arī improvizācijai (piemērs – interesanta atkāpe par pakaviem raidījumā par z/s “Kotiņi” – žurnālista vai operatora pamanīta interesanta detaļa ar “stāstu”).

**Tehniskie risinājumi.** Raidījums ir filmēts, pēc tam ieraksts montēts. Intervijas veidotas dinamiskas, ar kustīgu kameru, mainītu kadrējumu (seja – pārfokusēšana uz kādu priekšmetu – tuvplāns - atkal seja u.tml.). Filmēts dažāda veida vidē – gan ārā, gan iekštelpās, kas piešķir papildus dinamismu, klātbūtnes efektu. Kustīgās intervijas mijas ar “sēdošajām”, piemēram, raidījumā par bitēm dalībnieki sarunājas gan dravā, intervējamajam darbojoties ap bitēm, gan sēžot nojumē pie galda. Līdz ar to raidījumi, kas veidoti studijas tipa vidē (piemēram, par veselīgajām kūkām), “izkrīt” no dinamiskā formāta, jo atšķiras ar daudz statiskāku, mazāk aktīvu ritmu. Tajos arī ģeogrāfiskajai vietai vairs nav faktiski nekādas nozīmes, kas ir pretrunā ar kopējo raidījuma ideju (“ēdien-karte”).

Raidījumā liela loma ir ēdiena tuvplāniem, kas no operatora prasa īpašu meistarību, bet no dalībniekiem – savlaicīgu gatavošanos, padomājot arī par estētisko noformējumu. Vairākumā raidījumu tas arī izdodas.

### **Satura komunikācija.**

Kaut arī nenotiek tieša vēršanās pie skatītāja, raidījumos lietota tēlaina latviešu valoda, informējot gan par kontekstu un raidījuma aktualitāti, un saturu, gan raksturojot norises vietu un laiku.

Jāseko līdz latviešu valodas aktualitātēm. Raidījumā lietots vārds “braunijs”, kaut gan latviešu valodas ekspertu komisija ieteikusi lietot vārdus “brūnītis” vai “šokolādes kēksiņš”.



Raidījuma veidotājs – žurnālists – skatītājam paliek neredzams, taču dzirdami tā uzdotie jautājumi. Persona, kas atbild, vēršas pie “neredzamā” žurnālista, nevis skatās objektīvā, līdz ar to situācija ir nedaudz neveikla – intervētājs ir pietiekami aktīvs un ieinteresēts, sarunas – dzīvas (nevis tikai jautājums un atbilde, bet arī joki, replikas un refleksijas), tomēr ārpus kadra, un arī intervējamais līdz ar to lūkojas kaut kur sāņus.

Ja raidījums filmēts Latgalē, intervējamie runā latgaliski – tas ir lielisks un bagātinošs raidījumu elements, ieguldījums latviešu kultūras mantojuma saglabāšanā.

Žurnālista aizkadra vēstījums notiekošajam saistošā veidā, bez centieniem izstāstīt pēc iespējas vairāk sniedz plašāku kontekstu, kas būtiski un vērtīgi papildina intervijas: par uzņēmuma vēsturi, biznesa virziena pirmsākumiem, netradicionālu, neparastu recepšu rašanos u.tml.

**Secinājumi.** Raidījumā “Ēdienkarte” izmantotie saturiskie, tehniskie un mākslinieciskie paņēmieni, kā arī žurnālistu profesionalitāte ļauj dinamiskā veidā izstāstīt garšīgus stāstus par aktīviem un radošiem Latvijas iedzīvotājiem visdažādākajos valsts nostūros. Tas izglīto un informē ne tikai par kulinārijas brīnumiem, bet arī par kultūru, vēsturi, dažādu valodu līdzāspastāvēšanu, demonstrē cilvēku spēju apvienoties noteiktu mērķu sasniegšanai, līdz ar to var secināt, ka raidījuma saturs lielā mērā pilda sabiedrisko pasūtījumu.

**Ieteikumi.** Raidījuma “Ēdienkarte” veidotājiem nevajadzētu atņemt skatītājiem iespēju ar žurnālista starpniecību pagaršot pagatavotos ēdienus – receptes bieži vien ir tik neparastas, ka ir gluži dabiska vēlme vismaz dzirdēt vērtējumu, kā tas garšo.

Iespējams, žurnālists var arī kļūt par aktīvāku raidījuma dalībnieku – parādīties kadrā intervijas laikā vai arī kā palīgs virtuves darbos.

\*

## **RE:TV raidījuma “Nedēļa Latvijā” sabiedriskā pasūtījuma sižeti 2019.gada 2.pusgadā**

Recenzente noskatījās vairāk nekā 20 2019. gada 2. pusgada raidījumu “Nedēļa Latvijā”, kuros ietverti sabiedriskā pasūtījuma sižeti, kurus veidojušas dažādas reģionālās televīzijas (Vidzemes televīzija, TV Kurzeme, TV Spektrs, Vidusdaugavas TV, Zemgales reģionālā televīzija, Talsu TV).

**Analīze.** Ziņu raidījums “Nedēļa Latvijā” ir 25 minūtes garš, tiek demonstrēts sestdienu vakaros – kā atskats uz pagājušās nedēļas svarīgākajiem notikumiem reģionālo televīziju skatījumā.

Ziņu sižeti veidoti klasiskā formā: tie ir vidēji 6 minūtes gari, informatīvi un lietišķi parāda aktuālākos notikumus, žurnālistam intervējot iesaistītās puses un īsi izklāstot arī plašāku kontekstu. Lielākoties sižeti veidoti profesionāli, ievērojot ziņu žurnālistikas pamatprincipus (viedokļu dažādība, pretējo pušu uzklauššana strīdīgās situācijās, neitrālas, objektīvas informācijas sniegšana, atturēšanās no sava viedokļa paušanas u.tml.).

Tikai retā sižetā šie principi nav ievēroti pilnībā, piemēram, 06.07. raidījumā vēstot par kādu jaunu sociālo uzņēmumu, kurā nodarbināti cilvēki ar invaliditāti, vārds dots tikai amatpersonām, taču ne pašiem darbiniekiem (sižets veidots Vidzemes televīzijā).

Atsevišķos gadījumos ziņu sižeti tapuši preses konferencēs, citi turpretī veidoti ar lielāku radošu ieguldījumu un neparastāku pieeju, piemēram, 24.08. raidījumā sižetā par ūdens līmeņa pazemināšanu Rīgas HES, kas apdraud Ogres upē plānotās regates norisi, žurnāliste ziņo no laivas (sižetu veidojusi Vidzemes TV), bet sižetā par remigrāciju 14.12. (arī Vidzemes TV veidots) iesākts ar īsu fragmentu no amatierteātra izrādes.

Raidījuma sižetos aplūkoto tematu loks ir plašs un visaptveroši atspoguļo objektīvo realitāti Latvijā: sociālās un ekonomiskās problēmas, šķēršļus un

grūtības uzņēmējdarbībā, personu ar invaliditāti integrāciju, attālos reģionos mītošu sabiedrības pārstāvju izolāciju; aktivitāti, protestējot pret novadu reformu, riskus, kas informatīvā kara kontekstā apdraud Latvijas preses izdevumu turpmāko pastāvēšanu, inovācijas izglītībā, vides problēmas un to risinājumus, emigrāciju un remigrācijas grūtības u.c.

**Secinājumi.** Norādītie sižeti kopumā pilda sabiedrisko pasūtījumu, jo atspoguļo demokrātiskos procesus valstī, veicina sabiedrības integrāciju, respektē viedokļu daudzveidību, izglīto skatītāju par visdažādākajām dzīves jomām (politiku, ekonomiku, kultūru, vides aizsardzību u.c.), kā arī aktualizē latviešu valodas statusu un ar to saistītos problēmjaudājumus.

Šie raidījumi paši par sevi ir sabiedrības integrācijas instruments, jo vēsta galvenokārt par notikumiem un cilvēku dzīvi ārpus galvaspilsētas, parādot, ka lokālajām problēmām bieži vien tomēr ir nacionāls mērogs, piemēram, atrast sezonas darbiniekus ir problemātiski ne tikai lauksaimniekiem Liepājas pusē (sižets 12.10., Kurzemes TV).

Vienlaikus recenzentei jāatzīmē, ka, vērtējot no šāda skatpunkta, lielākoties arī pārējie raidījuma “Nedēļa Latvijā” sižeti pilda sabiedrisko pasūtījumu tieši tādā pašā mērā, jo ne pēc formas, ne vēstījuma veida, ne aplūkotās problemātikas ne ar ko neatšķiras no norādītajiem sabiedriskā pasūtījuma sižetiem.

Recenzijas autore: Zane Eniņa, žurnāliste, redaktore, tulkotāja

