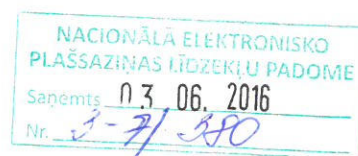


Rīga TV24 programmā iekļautā sabiedriskā pasūtījuma raidījumu ~~izvērtējum~~ izvērtējums laikā no 2016.gada janvāra līdz aprīlim.

Inta Brikše savā publikācijā *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi* raksta, ka **mediji**, kas tiek atpazīti kā “sociāli institūti, kas spēlē būtisku lomu sociālajā, ekonomiskajā un kultūras dzīvē un kā rezultātā pret tiem ir dažāds respekts, bailes, kontrole, vērtējumi un kritika” (McQuail, Denis. *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford: Oxford University Press, 2003. P. 37.), ieņem galveno vietu informācijas vides satura veidošanā un satura izplatīšanā, kaut arī indivīdu, grupu un kopienu loma, pateicoties individualizācijai, publiskajā komunikācijā palielinās. Tas notiek tādēļ, ka medijs ir profesionāli organizēti komunikatori, kuriem ir savas komunikācijas politikas, kas nodrošina to ilgtspējību, un medijs vienmēr ir bijuši orientēti uz auditorijas kā tīkla veidošanu. Atšķirības bijušas tikai izpratnēs par paša medija kā aktora vietu un funkcijām šajā tīklā.

Sekojoši līdz Rīga TV 24 darbībai nu jau divu gadu garumā, var teikt, ka šis medijs ir ieguvis zināmu vietu Latvijas informācijas vidē un kā informācijas vides aktors pilda gan publikas apgaismotāja, gan vēstītāja, gan diskusijas telpas veidotāja funkciju, iesaistot komunikācijā arī pārējos informācijas vides aktorus (indivīdus, valsts institūcijas un privātos uzņēmumus, valsts un pašvaldību institūcijas, biznesa uzņēmumus, dažādas interešu grupas (arī – politiskās partijas, sabiedriskās organizācijas, asociācijas utt.) veidojot platformu publiskai informācijas apmaiņai izmantojot šajā komunikācijā arī sociālos tīklus.

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. Tāpēc skatītājs it kā brīvi var izvēlēties komunikācijas saturu un kanālus, bet tai nereti nav nekādu iespēju tikt pie vārda šajos komunikācijas kanālos, turklāt – “vārda nedošana” tiek izskaidrota un attaisnota ar plašas auditorijas interešu trūkumu par piedāvāto tēmu vai problēmu, ar ko klasiski izceļas sabiedrisko mediju informatīvie raidījumi. Palielinoties jauno komunikācijas tehnoloģiju radītajām izvēles iespējām, izteikti attīstās divi komunikācijas fenomenāli – individualizācija un interaktivitāte, kas pamatā saistāmas tieši ar indivīdiem kā komunikācijas aktoriem. Tieši šis fenomens atšķir Rīga TV 24 no citām televīzijām.



Individualizācija nozīmē “iepriekš eksistējušo sociālo formu dezintegrāciju – piemēram, vājinās tādas kategorijas kā šķira un sociālais statuss, dzimtes lomas, ģimene, kaimiņu attiecības utt.” (Beck, Ulrich, Beck–Gernsheim, Elisabeth. *Individualization. Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. P. 2.)

, tāpēc arī par prioritāro faktoru, piemēram, indivīdu mediju izvēlē kļūst individuālās atšķirības, nevis orientēšanās uz sociālo kategoriju.

Šo parādību iespaidā mainās tradicionālais teorētiskais dalījums komunikācijas procesā starp “sūtītāju” un “saņēmēju”, kas parasti parādās arī tajos gadījumos, kad komunikācija tiek analizēta kā mijdarbība, kurā tiek radīta nozīme. Un tas attiecināms ne tikai uz indivīdiem kā informācijas vides aktoriem, bet uz visiem tās dalībniekiem.

Kvalitatīvas diskusijas platformas veidošanu veicinājusi arī profesionālu viedokļu līderu iesaiste programmu veidošanā. Māris Zanders, Ansis Bogustovs un Kārlis Streips pacēluši diskusiju kvalitatīvi jaunā līmenī un radījuši gados jaunajiem kolēģiem motivāciju veselīgas konkurences uzturēšanai (**Preses klubs** Aivis Ceriņš vs Kārlis Streips) Šobrīd jau var droši uzskatīt, ka kanāls ieņem stabilu vietu televīziju tirgū, par ko liecina arī skatītāju auditorijas pieaugums. Kā liecina TNS Latvija auditoriju pētījumu dati, tad satīšanās laika daļa kanālā pieaugusi par 1%. Ja 2014.gada martā tā bija tikai 0,2%, tad 2016.gada aprīlī tā jau ir 1,2%. Kanāls sevi aktīvi pozicionē sociālajos tīklos un informē par jaunumiem.

Rīga TV 24 sabiedriskais pasūtījums paredz 4 televīzijas raidījumu (projektu) veidošanu – tiešraides no dažādām notikumu vietām, diskusiju raidījumus „Preses klubs” un ārpolitikas raidījums „Globuss” kā arī dokumentālo filmu cikls par mākslas norisēm **Kas tur tik laikmetīgs?** Visi šie raidījumi ir iekļauti televīzijas programmā un tiek veidoti atbilstoši tai.

Tiešraides no dažādām notikumu vietām .Tiešraide, kā pastāvīgs kanāla formāts, principiāli atšķir Rīga TV 24 no citiem televīziju kanāliem. Tas dod iespēju operatīvi reaģēt uz jebkuru notikumu, tomēr tas prasa milzīgu operatīvitāti arī no projekta veidotājiem, būt klāt sabiedrībai nozīmīgos un interesantos notikumos, kas tik mazai televīzijai ir ļoti liels izaicinājums. Tiešraižu vadītāju degsmē un ieinteresētība notikumā ne vienmēr spēj noslēpt „bildes” veidošanas nepabeigtību un nereti atklāj problēmas ar laika nepietiekamību tiešraides sagatavošanas procesā. Tomēr šis formāts ir neatsverams ieguvums ikkatram, kuram ir svarīga klātbūtnes sajūta tajā vai citā notikumā, jeb iegūt operatīvi informāciju par notikumu.

Preses klubs sabiedriskajam pasūtījumam tika pieteikts kā analogs raidījumam „Skats no malas, kurā „sabiedrības viedokļu līderi sniedz pēc iespējas „vairāk informācijas par notikumiem”. Ar

Kārļa Streipa parādīšanos raidījuma vadītāja statusā, varētu uzskatīt, ka šis raidījums ir ienācis kanālā. Tomēr tas ir citādāks un, liekot Aivim Cerīnam konkurēt ar Kārli Streipu, ir bagātinājies abus. Raidījums ir kvalitatīvi mainījies, nopietnāk izvēloties apspriežamos jautājumus un dažādojis raidījuma dalībnieku sastāvu. Ņemot vērā kanāla specifiku, kad katru dienu uz dažādiem dzīvā ētera raidījumiem, jāpiemeklē ļoti liels skaits dalībnieku, šis uzdevums nebūt nav viegls, tomēr raidījuma veidotāji ar šo uzdevumu tiek galā visai labi. Protams, ka katra raidījuma izdošanās lielā mērā ir saistīta ar vairāk vai mazāk veiksmīgu raidījuma dalībnieku izvēli. Tas pats attiecas uz ārpolitikas raidījumu **Globuss**. Šim raidījumam joprojām nav alternatīvas nevienā kanālā un ārpolitikas ekspertu piedalīšanās šajā raidījumā dod vismaz vispārēju priekšstatu par ārpolitikas procesiem un aizkulisēm.

Kas tur tik laikmetīgs? ir formāts, kas neprasa komentārus. Informējoši un izglītojoši. Kultūras tēmu aktualizēšana vienmēr ir bijis sabiedriskā pasūtījuma uzdevums un kultūras mantojuma audiovizuāla formātā saglabāšana – tāpat, bet vēl svarīgāk – mākslas dižgaru radīto mantojumu nodot nākamajām paaudzēm. Un Džemmas Skulmes, Daces Lielās, Zaigas Gales un Helēnas Heinrichsones radītais ir tā vērts.

Rīga TV 24 veiksmīgi pilda sabiedrisko pasūtījumu, neskatoties uz to, ka sabiedriskā pasūtījuma izpildei piešķirtais finansējums nedod iespēju to izmantot satura kvalitātes pilnveidošanai, bet tiek izlietots virszemes bezmaksas apraides nodrošināšanai. Domāju, būtu lietderīgi pārskatīt sabiedriskā pasūtījuma finansēšanas modeli, atbilstoši tā mērķiem.

Cieņā,

LRA izpilddirektore,
Komunikācijas zinātņu maģistre

Gunta Līdaka

