



RĪGAS STRADIŅA
UNIVERSITĀTE

KOMUNIKĀCIJAS FAKULTĀTE

Dzirciema 16, Rīga, LV-1007, Latvija
Tālr. 67409169, E-pasts: kf@rsu.lv;
www.rsu.lv

Rīga, 2015.gada 10.maijā

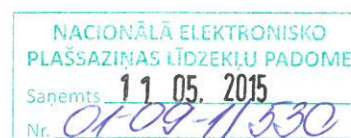
Latvijas Nacionālajai Elektronisko
plašsaziņas līdzekļu padomei

**NEPLP finansētā LRT raidījuma „Pa sovam” un un *Dautkom* filmu studijas veidotā
raidījuma „Viena diena pārdevējas dzīvē” vērtējums.**

Šis ir vērtējums par Latgales Reģionālās televīzijas (LRT) raidījumu „Pa sovam” un *Dautkom* filmu studijas raidījumu „Viena diena pārdevējas dzīvē”, kas parādīti 2015.gada aprīlī. Minēto raidījumu koncepcija, profesionālais izpildījums, to saturs liek apšaubīt abu projektu atbilstību sabiedriskā pasūtījuma kritērijiem. Atsevišķi raidījumu elementi tiem atbilst, taču kopumā būtu svarīgi izvērtēt, vai šādus raidījumus nepieciešams finansēt no sabiedrības līdzekļiem.

Žurnālistes Ausmas Spruktes veidotais raidījums „Pa sovam” veltīts ekonomiskajām norisēm Latgalē, par konkrētā raidījuma tēmu izvēloties veselīgas pārtikas ražošanu un patērēšanu. Raidījumā ir vairāki sižeti: žurnāliste apciemojusi gan ekoloģiskās pārtikas ražotājus, mājražotājus, uzņēmumus, kas nepretendē uz ekoloģisko ražotāju statusu, viņa kopā ar pārdevējiem un pircējiem skaidro arī tiešās pirkšanas sistēmu.

Raidījumam ir žurnāla struktūra. Tas piedāvā vairākus īsus sižetus, kuru centrā ir ražotāji un pakalpojumu sniedzēji. Raidījuma saturs nav veltīts ekonomikai vai biznesam, tā centrā ir personības un viņu darbošanās uzņēmējdarbībā. Lai gan raidījuma galvenais mērķis ir informēt par uzņēmīgiem cilvēkiem, vienlaikus vairojot optimismu un Latgales patriotismu, lielākā daļa no sižetiem atgādina īsas skices, kuru laikā to varoņi cenšas maksimāli reklamēt savus uzņēmumus. Šādu pieeju varētu pieņemt, ja tiktu piedāvāta papildu informācija, ja uzņēmēju stāstītais tiktu pārbaudīts un salīdzināts. Pašlaik ir redzamas vairākas vienaspusīgas skices, kuru saturs noderētu citam sižetam kā fona informācija. Atsevišķas intervijās uzklusītās domas un pārliecība par darbošanos biznesā noderētu kā spilgti citāti cilvēkstāstiem. Tikai sižetā par kolektīvo iepirkšanos ir vairāki viedokļi, bet tajā trūkst



aktualitātes un konteksta. Plašāk skatījuma problēma raksturo visu raidījumu, jo tajā izveidotas nelielas, kopumā vienpusīgas un virspusīgas skices par mazajiem Latgales uzņēmējiem. Šie sižeti nedod iespēju kompetenti iepazīties ar ekonomikas attīstību vai biznesa vidi Latgalē. Raidījuma saturs liek domāt, ka tā mērķi nav īsti skaidrs arī veidotājiem. Atšķirībā no A.Spruktes raidījumiem par kultūru, kas vienmēr bijuši aizraujošas informācijas un personiskās ieinteresētības piepildīti, šo raidījumu saturs liecina, par zināšanu trūkumu ekonomikas jomā un nepietiekamu laiku, lai kvalitatīvu sižetu veidošanai nepieciešamās zināšanas savāktu. Raidījumam idejai pretējs ir tā noformējums, jo katru sižetu atdala ir kā krītošs attēla rāmis, simbolizējot nesakārtotību, nedrošību, „dzīvi”, kas turas uz vienas nagliņas.

Domāju, ka šis raidījums parāda kopīgās problēmas biznesa žurnālistikā, jo tas atkārtoti reklāmas vai sponsorēto panākumu stāstu narratīvus, ir ļoti reklāmiski, vienpusīgi un skatītājiem nenoderīgi.

Dautkom filmu studijas raidījums „Viena diena pārdevēja dzīvē”, kura centrā ir veikala pārdevēja Ineta Logina, pilnībā atspoguļo virsrakstā minēto. Pēc žanra tas pieder pie aizkulišu aprakstiem, stāstījumam izvēlēts lineārs virziens, pieeja atgādina vērojumu „slow journalism” stilā, kad žurnālisti izvēlas neiejaukties notikumos, tos tikai fiksēt.

Raidījums ir pamatīgi sagatavots, liels darbs ieguldīts montāžā, panākts labs kontakts ar raidījuma varoni. Skatoties raidījumu, izdodas iepazīt viņas ikdienu. Vienlaikus rodas jautājums, kāda jēga ir šādai pārraidei, kurā nekas nenotiek, kur ir ļoti maz jaunas informācijas. Labākā tā daļa ir sarunas ar divām veikala pircējām, bet pietrūkst citas informācijas. Pārdevēja dara ikdienas darbus, tajā nav nekā īpaša, nekā nezināma, nekā jauna. Skatītājs tiek atstāts neziņā par pašu veikalu, par raidījuma varoni un viņas domām. Dažas sarunas ar kolēģiem, kas apciemo pārdevēju, atdzīvina saturu, bet tām nav lielas jēgas, ja netiek sniegta plašāka informācija, ja netiek pievienots konteksts. Lai gan raidījums ir pamatīgi montēts, tas daļēji atstāj iespaidu, it kā saturs būtu veidots no satura, kas fiksēts ar novērošanas kameru. Lai gan ideja ir interesanta, to būtu vērts papildināt ar konkrētākiem faktiem. Tā kā pārdevējas ikdiena ir ļoti vienmuļa, veikalā pircēji neiegrīžas, tad būtībā viņas ikdienu iespējams iepazīt arī daudz īsākā pārraidē, neveltot tam 26 minūtes. Šāds realitātes šovu atgādināošs raidījums, kura tuvplānos redzama vienādas viena cilvēka darbības, liek apšaubīt, nevis formu, bet mērķi, piedāvātā satura nozīmi auditorijai un pienesumu saturam, kas būtu atbalstāms no sabiedriskā pasūtījuma līdzekļiem.

Uzskatu, ka vērtējot šos un nākamos raidījumus, būtu ļoti kritiski jādiskutē par tajos iekļauto vēstījumu – jebkāds saturs latgaliešu valodā, par Latgali un Latgales uzņēmīgajiem cilvēkiem ir atbalstāms tikai tāpēc, ka šāda satura nav daudz. Pamatā piekrītot, ka Latgales iepazīšana ir nozīmīgs raidījumu mērķis, pirms to piepildīt ir vērts atrast atbildes uz jautājumu, kam, atskaitot raidījumu veidotājus, šie projekti ir nozīmīgi, kāda ir to vērtība ilgākā laika posmā?

Anda Rožukalne

PhD, asoc.prof.
RSU Komunikācijas studiju katedras vadītāja
Bakalaura studiju programmas “Žurnālistika” vadītāja
Dzirciema iela 16, Rīga, LV 2164
Tel. nr. +371 29425475