

UZZIŅAI

REGIONĀLIE MEDIJI

- mediji, kuru saturs ir adresēts noteikta reģiona vai novada iedzīvotājiem, ietver tā problēmu un aktualitāšu izklāstu, kā arī pārsvarā tiek raidīts vai izplatīts noteiktas administratīvas teritorijas robežās.

"Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.-2020. gadam"

Pēdējā laikā aizvien skaļāk izskan satraukums par reģionālo mediju nākotni. Lasītāju skaits rūk, reklāma kritiski samazinās. Sabiedrība aizvien vairāk patērē sociālos medijus. Vai drukātajai presei ir nākotne? Saruna ar Vidzemes Augstskolas Komunikācijas un mediju studiju virziena direktori, docenti un pētnieci, kā arī Sabiedrības zinātņu fakultātes dekāni, asociēto profesori AGNESI DĀVIDSONI.

- Reģionālo mediju loma nekur nav pazudusi. Pandēmijas laikā arī labi varēja redzēt, ka nacionālie mediji nespēj būt visur, un tāds arī nav to uzdevums. To, kas notiek uz vietas – aktualitātes, problēmas, sabiedrības noskaņojumu – atspoguļo vietējā prese.

- Reģionālie mediji veido līdzsvaru starp vietējo varu un iedzīvotājiem.

-Protams. Gatavojamies administratīvi teritoriālajai reformai. Tai jāseko līdzī. Cilvēkus interesē tas, kas notiek viņu apkārtnē – vai sakārtos ielu, uzturēs ceļu, vai nesamazinās kādu pakalpojumu. Par gaidāmajām pārmaiņām visu vasaru anketējām cilvēkus Valmierā. Viņu galvenās bažas, vai kaut kas nekļūs sliktāk. Notiks interesanti procesi, medijiem darba netrūks, būs par ko rakstīt, dažādi viedokļi, uzskati.

- Lasītāju ir aizvien mazāk, viņi noveco. Jaunā paaudze avīzes nelasa.

- Jā, bet vietējie mediji interesē arī tos, kuri aizbraukuši. Viņi grib uzturēt kontaktus, zināt par dzimto pusi. Tas arī ir viens no uzdevumiem – informēt, kas notiek pagastā, novadā, pilsētā. Viņi, protams, vairāk lasīs mājaslapu, ne drukāto avīzi. Diemžēl mājaslapas un reģionālie portāli ir atšķirīgi. Svarīga ir ziņu atlase.

- Arī sociālie tīkli ir mediji, operatīvītātē prese ar tiem nevar sacensties.

- Arī sociālajos medijos būtu jābūt žurnālistu gatavotai informācijai. Ne tikai šo sociālo mediju lietotāju informācijai, viedokļiem. Protams, tas prasa laiku, citas zināšanas, jo informācija jāpasniedz citādi. Rakstīt presei ir viens, to pārceļt sociālajiem tīkliem – papildu darbs. Un, protams, tie ir resursi.

- Kāda ir reģionālo mediju nākotne?

- Tik vienkārši un ātri viss nebeigsies. Abonentu kritums ir lēzens. Reģionālo mediju avīzes

saturs nav tikai par to, ko dara vai nedara vietējā vara. Tur ir kultūra, stāsti par pazīstamiem cilvēkiem, dažādas norises, kas interesē lasītājus. Cilvēkiem patīk salīdzināt, kā kurā vietā kaut ko dara. Arī turpmāk reģionālie mediji rakstīs par to, par ko nerakstīs nacionālie, nerādīs nacionālā televīzija. Augstskolā bija tikšanās ar pazīstamiem žurnālistiem. Kāds vīrietis izņēma no somas palielu kaudzīti ar laikrakstiem un žurnāliem, vicinot tos, teica: "Lai es būtu informēts, man tas viss jāizlasa." Nav tāda viena universāla medija, kur būtu viss un tā īstā patiesība. Daudzveidība ir svarīga, cilvēki grib salīdzināt, spriest, domāt, kā to vērtē citi. Salīdzināt, ko paši pieredzējuši, piedzīvojuši, un ko raksta mediji.

- Par medijpratību daudz runā. Un tā attiecas uz visām paaudzēm.

- Piedalījies diskusijā un sapratu, cik pensionāru biedrības ir aktīvas. Tie, kuri tajās iesaistās, ir ziņoši. Te atkal atgriezīties pie reģionālajiem medijiem. Tiem jābūt pieejamiem, lai ir vēl viens informācijas avots. Protams, ir jautājums, cik varu atļauties tērēt, lai būtu daudzpusīgi informēts? Vai man pietiek ar pašvaldības izdevumu, TV?

Augstskolā lasu kursu par Latvijas mediju vidi un jaunajiem saku – vedīšu jūs pasaulē, par kuru, iespējams, jums nebija nojausmas. Ir vietējie mediji. Tajos dzīve mutuļo, tu esi dzīvojis paralēli. Pētījumā par ziņu patēriņu atklājās, ka jaunākie uzskata – ziņas lasīt ir svarīgi. Bet... ne tagad. Kad būšu vecāks, tad. Tagad ir citas intereses. Pētnieki jau runā par norobežošanu no ziņām kā fenomenu. Sociālo mediju vidē katrs var iztīrīt savu informācijas lauku, lai nepienāk



Agnese Dāvidsone:

- Viltus ziņas nav nekas jauns. Smadzenēs labi sadzīvo pilnīgi pretēji uzskati. Vakcīnas pret viltus ziņām nav.

Reģionālie mediji nedod našķi prātam

politikas jaunumi, reklāmas, bet paliek tikai tas, ar ko gribi saskarties, kas netraucē, varbūt izklaidē. Dzīvot tādā sabiedrībā ir bīstami, pie tam ar nesagatavotu prātu, bez zināšanām un izpratnes. Jo vairāk cilvēkam zināšanu, jo vairāk pats piedalās procesos, jo var kritiskāk vērtēt, viņu nevar tik viegli apmullot. Zināšanas un pieredze māca, ka dzīvē saskaramies ne tikai ar to, kas mums patīkams.

Jātur acis un ausis vaļā un jāseko līdzī. Katra paša izvēle, kam uzticēties.

- Te nonākam pie viltus ziņām, kas arī tiek dēvētas par našķi prātam.

- Viltus ziņas nav nekas jauns. Līdz ar sociālajiem medijiem, dažādiem pasaules notikumiem par tām runā, uztraucas vairāk. Pēdējos gados ir mainījies vien informācijas aprites ātrums. Sociālajos medijos, *WhatsApp* grūti kaut ko kontrolēt, savērētību teoriju lietotāju grupās informācija brīvi plūst. Feisbukā un tviterī to vieglāk kontrolēt. Ziņas ātri nonāk no viena sociālo tīklu patērētāja pie nākamā.

Runā par medijpratību un ziņpratību – zināšanām par to, kā strādā mediji, žurnālisti, kas viņiem jādara. Kas jāzina, lai atšķirtu saturu, kā strādā ietekmētāji, ka tas, ko viņi pauž, nav žurnālistika. Par to būtu jāmāca skolās, augstskolās, arī pieaugušajiem. Svarīgi saprast, ka nav viena patiesības paudēja, ka arī mediji strādā pēc zināmiem likumiem un loģikas. Katrai organizācijai, arī preses izdevējiem, ir loģika, pēc kuras tie darbojas. Kaut vai tik vienkārši, kā nošķirt reklāmu no komentāra vai ziņām. Reģionālo mediju atspoguļotie notikumi notiek tuvu lasītājam, un ir mazāki riski nepatiesībām. Informācija tāpēc, iespējams, ir uzticamāka, iesaistītie arī ir tuvāk. Vieglāk pārbaudīt. Pētījumu Latvijā nav daudz, bet tajos iezīmējas, ka cilvēki pārāk ātri uzticas, un tas *našķis* pievelk.

Smadzenēs labi sadzīvo pilnīgi pretēji uzskati. No vienas puses, es zinu, ka zobi ir jātīra, bet zeme ir plakana. Vienai teorijai piekritu, otrai ne. Kāda pētniece, kura 25 gadus nodarbojas ar dezinformācijas pētniecību, atklāja, ka pati ik pa laikam sevi pieķērusi, ka noticējusi kaut kam nepatiesam. Vakcīnas pret viltus ziņām nav.

- Ierobežot paust sociālajos tīklos to, ko kurš vēlas – tas ir stāsts par brīvības ierobežošanu.

- Jā, varam ticēt, kam gribam, pieslieties jebkuriem uzskatiem. Bet līdzsvars ir vajadzīgs. Ja sāku nodarīt ļaunu sev vai saviem bērniem, mēģinu sekot līdzī, piemēram, *anti vaxxer* (nevēlēšanās vai atteikums vakcinēties), un tas ir bīstami pašam un sabiedrībai, tas jāvērtē citādi. Pasaules Veselības organizācija nevakcinēšanasos identificējusi kā vienu no desmit globālajiem 2019. gada veselības apdraudējumiem. Argumenti pret vakcināciju ir pretrunā ar zi-

nātnieku vienprātību par vakcīnu drošību un efektivitāti. Vai nevakcinēšanās kā brīva izvēle ir paša un sabiedrības interesēs? Tas ir tikai viens piemērs, kur viltus ziņas ietekmē sabiedrību.

- Kāpēc cilvēki notic mulķībām, nevis pamatotiem faktiem.

- Tā ir kā iešana pa apli. Izejam kādu ciklu, redzam, ka rodas sekas, tomēr ieklausāties ekspertus, un atkal kādu laiku ir labi, tad atkal – kam tas vajadzīgs, viss taču ir labi. Eksperts nekad nerunās tik daļi, jo viņam jābalstās uz faktiem, bet, kad uzbūram no gaisa grābtas idejas, izteikumus nekas neierobežo. Tādā laikā dzīvojam. Arī politikā uzplaukst populisms. Valdzošāk šķiet klausīties, kaut reizēm zinām, ka tā nav taisnība, kad runā par manām emocijām, problēmām, sajūtām. Savās sajūtās neuzklausīti, neiekļauti cilvēki sadzird, ka kāds runā par viņiem. Žēl cilvēku, kuri vilās vēlēšanās, noticēja. Tā arī ir daļa medijpratības – analizēt, ko politiķis saka, ko nozīmē tas, ko viņš saka. Skaidrs, ka katrai partijai ir sava programma, bet, kad ievēlēja Saeimā vai pašvaldībā, katrai no kaut kā jāatsakās, jo visu izdarīt nav iespējams. Ir jāvienojas, ko vispār var paveikt.

Protams, tā nebūs nekad, ka visi visu sapratīs, neuzķersies uz viltus ziņām. Parādīsies jaunas platformas, par kurām vēl nezinām. Nav lielās kontrolējošās *rokas*, kas var kaut pagrozīt. Iespējams, pēc pieciem gadiem par medijpratību neuztrauksies, bet ko pavisam citu.

Turi acis vaļā un seko līdzī. Katra paša izvēle, kam uzticēties.

- Ko darīt reģionālai avīzei, kā sasniegt lielāku auditoriju, vēloties cilvēkus izglītēt?

- Vienas receptes nav. Tuvā nākotnē nav paredzams nekas radikāls. Jāturpina strādāt un jāmeklē iespējas. Gaidāmajās pašvaldību vēlēšanās medijiem būs svarīga loma. Vai politiķi, kuri kandidē, tiekas ar cilvēkiem, kā viņus uzrunā, ko sola.

- Kas uztrauc, gatavojot studentus, viņi būs tie, kuri strādās mediju vidē?

- Daudzi nezina, kā vispār funkcionē valsts, kas ir pilsoniska sabiedrība. Neizprot, ka ar politiku starpniecību var īstenot konkrētas intereses, bet politiķis nevar tavā labā izdarīt visu, jāiet jāmeklē līdzīgi domājošie un jādara pašiem. Valsts nav nekas atrauts no katra cilvēka. Ja skolā tas nav iemācīts un esi tikai mediju satura patērētājs, kurš nevērtē kritiski to, ko stāsta, tad iestāstīt var daudz ko. Augstāks izglītības līmenis nozīmē arī augstāku medijpratību un pilsonisko līdzdalību.

- Sarežģīta pasaule. Vai arī – paši to tādu esam izveidojuši.

- Tāda tā šobrīd ir. Man šķiet interesants laiks. Cilvēka smadzeņu iespējas gan netiek izmantotas. □

Latvijas mediju politikas pamatnostādņu 2016.-2020.gadam īstenošanas plāna aktivitātes: 1) noteikt, ka pašvaldību un citu publisko personu finansēti vai pilnīgā vai daļējā kontrolē esoši mediji un komunikācijas kanāli neveic komercdarbību reklāmas tīgū; 2) atbalsts reģionālajiem medijiem mediju atbalsta fonda programmu ietvaros.

Reģionālo žurnālistiku raksturo arī tās fiziskais un emocionālais tuvums ar auditoriju. Lai gan reģionālie mediji ir nelieli, tomēr to ietekme ir liela – reģionālajos medijos strādājošie ir kopienas daļa, nevis ārpus tās esoši cilvēki.

Visbūtiskākā iezīme, ar ko lokālie mediji atšķiras no nacionālajiem, ir kopības sajūtas radīšana kopienā – "pozitīvs un intīms konkrētās vietas sajūtas atainojums", paņēmiens, kā radīt un paplašināt kopienā mums, mūsu ģimenei nepieciešamā izpratni, kā arī tādējādi veidot pamatīguma un vienotības sajūtu, sekmēt tradīciju radīšanu un pārmantošanu. Šādā veidā lielā mērā tiek radīta un (pār)veidota arī kopienas identitāte, tās vīzija par sevi reģionālajā žurnālistikā netiek īstenota pēc "šauj un bēdz" (*shoot and scoot*) metodes (..) Sagatavotie materiāli ataino reālo situāciju kopienā, kurā visi kopā dzīvo (mēs dzīvojam), tādējādi izslēdzot iespējamību par mediju pārākuma statusu (*mediaelitism*) sabiedrībā.

Laura Uzule "Latvijas mediju vides daudzveidība" 2018.

Lappusi sagatavojusi SARMĪTE FELDMANE

Projektu finansē Mediju atbalsta fonds no Latvijas valsts budžeta līdzekļiem

MAF
Mediju atbalsta fonds