

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**Grāmatas „Jelgava 94” un tās autora Jāņa Joneva reprezentācija
drukātajā presē un apmeklētākajos interneta ziņu portālos
(2012–2014)**

BAKALAURA DARBS

Autore: **Laura Mangule**

Studenta apliecības Nr.: Im12048

Darba vadītāja: *Dr.sc.comm.* Klinta Ločmele

RĪGA 2015

ANOTĀCIJA

Darba mērķis ir atklāt, kā preses izdevumi un apmeklētākie interneta ziņu portāli reprezentē Jāni Joņevu un viņa izdoto grāmatu „Jelgava 94” laika posmā no 2012. līdz 2014. gadam.

Teorijā aplūkoti reprezentācijas, kultūras jēdzieni, mediju notikumi un rituālu komunikācija. Konteksta daļā aprakstīta mediju vide pētāmajā laika posmā, kā arī iekļauta informācija par grāmatu „Jelgava 94” un autoru Jāni Joņevu.

Diskursa vēsturiskās analīzes un kontentanalīzes rezultāti liecina, ka laika posmā no 2012. līdz 2014. gadam Jāņa Joņeva un viņa grāmatas „Jelgava 94” mediju reprezentācija veidota ar mediju rituāla palīdzību. Sākotnēji medijos reti atainotais notikums laika gaitā izveidojies par mediju notikumu, par kuru liecina pieaugošā saņemto apbalvojumu un nomināciju reprezentācija 2014. gadā.

Atslēgvārdi: Jānis Joņevs, „Jelgava 94”, reprezentācija, prese, ziņu portāli, mediju notikums, rituāls, diskursa vēsturiskā analīze.

ANNOTATION

The aim of this work is to discover how the printed press and mostly visited web news portals represent Jānis Joņevs and his book „Jelgava 94” during the period from 2012 to 2014.

Theory deals with the representation and cultural concepts, media events and ritual communication. Contextual part describes environment of the media in the surveyed period, as well as information about the book „Jelgava 94” and author Jānis Joņevs.

Results of the discourse – historical approach and content analysis indicate that the media in the period from 2012 to 2014 media representation of Jānis Joņevs and his book „Jelgava 94” is built with a help of media ritual. Originally rarely presented event over time becomes media event, due to increasing representation of received awards and nominations in 2014.

Keywords: Jānis Joņevs, „Jelgava 94”, representation, press, news portals, media events, ritual, discourse – historical approach.

SATURS

IEVADS	5
1. REPREZENTĀCIJA	7
1.1. Sociālā reprezentācija	9
1.2. Sociālās realitātes konstruēšana	11
2. MEDIJU SATURS KULTŪRAS IETEKMĒ	14
2.1. Kultūras jēdziens	14
2.2. Žurnālistikas un kultūras abpusējās ietekmes	15
3. MEDIJU NOTIKUMI	18
4. RITUĀLU KOMUNIKĀCIJA	21
5. KONTEKSTA DAĻA	23
5.1. Jānis Joņevs un „Jelgava 94”	23
5.2. Mediju vide pētāmajā laika posmā	23
6. PĒTNIECĪBAS METODES UN DIZAINS	25
6.1. Kontentanalīze	25
6.2. Diskursa analīze	26
6.2.1. Diskursa vēsturiskā analīze	27
6.3. Pētījuma dizains	28
7. GRĀMATAS „JELGAVA 94” UN AUTORA JĀŅA JOŅEVA REPREZENTĀCIJA PRESĒ UN APMEKLĒTĀKAJOS INTERNETA PORTĀĻOS (2012-2014).....	32
7.1. Analizēto publikāciju rezultāti	32
7.2. Grāmatas gūto panākumu, atbalvojumu un satura reprezentācija	36
7.2.1. Grāmatas panākumu reprezentācija	36
7.2.2. Balvu, atbalvojumu reprezentācija	41
7.2.3. Grāmatas apraksta reprezentācija	43
7.3. Autora panākumu, trūkumu, personības reprezentācija.....	48
7.4. Grāmatas lasītāju reprezentācija	53
7.5. Perspektīva, rāmējums vai diskursa reprezentācija	54
7.5. Autora pašreprezentācija.....	55
7.6. Intensifikācija.....	57
SECINĀJUMI	60
IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI	62
PIELIKUMI.....	69
1. pielikums Kontentanalīzes kategorijas	70
2. pielikums Kontentanalīzes rezultāti diagrammās	72

IEVADS

Bakalaura darbam izvēlēta **tēma** „Grāmatas „Jelgava 94” un tās autora Jāņa Joņeva reprezentācija drukātajā presē un apmeklētākajos interneta ziņu portālos (2012–2014)”, ņemot vērā J. Joņeva un grāmatas „Jelgava 94” pēdējo gadu biežo reprezentāciju medijos.

Nesen latviešu literatūrā ienākušā rakstnieka Jāņa Joņeva darbs „Jelgava 94” izpelnījies negaidītu atzinību, gūstot vairākus apbalvojumus, kā piemēram, 2014. gadā iznācis grāmatas ceturtais laidieni, un autors saņēmis televīzijas raidījuma „100 grammi kultūras” balvu „Kilograms kultūras”.¹ Romāna autors saņēmis arī Literatūras gada balvu nominācijā „Labākā debija”, kā arī Eiropas Savienības Literatūras balvu, ko piešķir jaunajiem Eiropas rakstniekiem.² Romāns atzīts par vienu no 100 latviešu iemīļotākajām grāmatām televīzijas šovā „Lielā lasīšana”.³ Gūtā atzinība ir nenoliedzama, tomēr jebkuram darbam līdzī nāk arī kritika, un mediji nereti ir viens no kritikas izteicējiem.

Mediji mūsdienās ir neaizvietojami kanāli, caur kuriem gūstam informāciju un caur kuriem pieredzam pasauli. Nereti kāds notikums ar reprezentācijas palīdzību tiek padarīts par mediju notikumu, kam piemīt spēks pilnībā mainīt sabiedrības skatījumu, konceptus, vērtību skalu u.tml.

Darbā tiek aplūkota mediju konstruētā realitāte – kā mediji izceļ notikumus vai personas un kādas nozīmes tiem piedēvē. Jānis Joņevs par savu grāmatu saņēmis vairākus apbalvojumus, bet ir interesanti noskaidrot, kā mediji ataino autoru un viņa grāmatu, un vai tās panākumus padara par mediju notikumu.

Balstoties uz to, darbā tiek izvirzīts **mērķis** izpētīt grāmatas “Jelgava 94” un tās autora Jāņa Joņeva reprezentāciju – kādas nozīmes piešķirtas grāmatai un autoram trīs gadu periodā latviešu drukātajā presē un apmeklētākajos interneta ziņu portālos.

Mērķa sasniegšanā tiek izvirzīti šādi **uzdevumi**:

1. Izpētīt pieejamo teorētisko literatūru par reprezentācijas jēdzienu, sociālo reprezentāciju, realitātes konstruēšanas aspektiem, kultūras jēdzienu, mediju notikumiem, kā arī mediju rituāliem.
2. Iepazīties ar informāciju par grāmatu „Jelgava 94” un tās autoru Jāni Joņevu.
3. Apgūt kontentanalīzes un diskursa analīzes būtību (veikšanas principus).
4. Izveidot kontentanalīzes kategorijas un diskursa vēsturiskās analīzes (DVA) shēmu.

¹ Zemgales Ziņas. (2014). Jāņa Joņeva grāmata „Jelgava 94” saņem LTV balvu „Kilograms kultūras”. *ZZ. Diena*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://zz.diena.lv/kultura-un-izklaide/citas-zinas/jana-joneva-gramata-jelgava-94-sanem-ltv-balvu-kilograms-kulturas-175969>

² LETA. (2014). Joņevs par romānu „Jelgava 94” saņēmis ES Literatūras balvu. *TV NET*. Sk. 2015. 5. maijs: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/530021-jonevs_par_romanu_jelgava_94_sanemis_es_literaturas_balvu

³ [B. a]. [B. g.]. Lielā lasīšana. TOP 21. *LSM*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://ltv.lsm.lv/lv/liela-lasisana/top21/>

5. Veikt izpēti drukātajā presē un lasītākajos interneta ziņu portālos.

6. Apkopot un analizēt iegūtos datus un veikt secinājumus.

Mērķa sasniegšanai un uzdevumu izpildei darbā izvirzīti **pētnieciskie jautājumi**:

- Kā mediji konstruē realitāti un kāda ir grāmata un autors šajā mediju konstruētajā realitātē?
- Kāda nozīme un vārdi tiek piedēvēti grāmatai un autoram?
- Kādas diskursa mediju notikuma stratēģijas izmantotas J. Joņeva un grāmatas „Jelgava 94” reprezentācijā?
- Kādi lingvistiskie izteiksmes līdzekļi izmantoti notikuma reprezentācijā?
- Kā mainās grāmatas un autora reprezentācija un piedēvētās nozīmes trīs gadu periodā?

Lai veiktu kvalitatīvu un kvantitatīvu pētījumu, darbā izmantotas divas **pētījuma metodes**: kvantitatīvā kontentanalīze, un diskursa vēsturiskā analīze.

Metodes izmantotas **pētījuma bāzes** analizēšanai, kas ir latviešu drukātās preses izdevumi, un apmeklētākie interneta ziņu portāli, kuros reprezentēta grāmata “Jelgava 94” un/ vai tās autors Jānis Joņevs laika posmā no 2012. līdz 2014. gadam. Publikācijas atlasītas ar analītiskas datu bāzes palīdzību, meklējot pēc atslēgvārdiem „Jānis Joņevs”, „Jelgava 94” un balvu nosaukumiem. Tās pieejamas tādos preses izdevumos kā “Diena”, “Dienas pielikums”, “Ir”, “Jelgavas Vēstnesis”, “Lilit”, “Vārds”, “Ventas Balss” un “Zemgales ziņas”. Netiek iekļautas publikācijas krievu valodā, publikācijas, kurās ir tikai J. Joņeva darbu fragmenti vai publikācijas, kuru autors ir pats J. Joņevs. Plašākai analīzei pētījumā iekļautas arī apmeklētāko interneta ziņu portālu *TV NET*, *DELFI*, *Apollo*, *Kas Jauns*⁴ publikācijas no 2012. līdz 2014. gadam.

Bakalaura darba **pētījuma objekts** ir drukātās preses un interneta ziņu portālu publikācijas par Jāni Joņevu un viņa grāmatu „Jelgava 94”, savukārt **pētījuma priekšmets** – grāmatas „Jelgava 94” un Jāņa Joņeva reprezentācija medijos no 2012. līdz 2014. gadam.

Bakalaura darba **struktūru** veido: teorētisks reprezentācijas, kultūras jēdziena, mediju notikumu, rituālu komunikācijas izklāsts, pētāmās daļas konteksts – informācija par Jāni Joņevu un viņa grāmatu, kā arī konkrētā pētāmā perioda mediju vidi. Tam seko pētījuma metodoloģijas skaidrojums, pēc kura vairākās apakšnodalās turpinās pētījuma rezultātu analīze. Noslēgumā apkopoti secinājumi, avotu un literatūras saraksts un divi pielikumi.

⁴ TNS. [B. g.]. Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2013. un 2014. gada rudenī (visi Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem). *TNS*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4678>

1. REPRESENTĀCIJA

Reprezentācija ir galvenais mediju studiju koncepts - punkts, kurā auditorija saskaras ar produktu un mediju producentiem, kuri konstruē realitātes aspektus – cilvēkus, vietas, objektus, notikumus, kulturālas identitātes. Šādas realitātes konstrukcijas var būt monomodālas (runa, rakstība vai attēli) vai multimodālas (vārdi vai kustīgi attēli, kas ietver multimediju kombinētas skaņas, vārdus, mūziku, efektus).

Kā skaidro kultūras un socioloģijas pētnieks Stjuarts Hols (*Hall*), pastāv trīs valodas nozīmju reprezentācijas pieejas. Pirmā no tām ir **reflektīvā** jeb **atspoguļojošā pieeja**, kurā valoda funkcionē kā spogulis, atspoguļojot patiesās un jau eksistējošās nozīmes. Otrā ir **nodoma pieeja**, no kuras jāsaprot, ka runātājs, autors jeb cilvēks ir tas, kurš izmantotajiem vārdiem piešķir savu unikālo nozīmi. Tikmēr personiskajām un privātajām nozīmēm jāiekļaujas apkārt esošajos un pieņemtās valodas noteikumos, kodos un konvencijās. Trešā – **konstrukcionisma pieeja** - reprezentāciju skaidro visprecīzāk, uzsverot, ka ne pašas lietas vai to lietotāji var mainīt valodas nozīmi. Materiālā pasaule un lietas neko nenozīmē, to nozīmi veido cilvēku veidotās un pielietotās reprezentācijas sistēmas, koncepti un zīmes.⁵

Rakstnieks, politikas un mediju aktīvis Maiks Edvards (*Edwards*) skaidro, ka reprezentācija ietver to, kā tekstā tiek konstruētas identitātes, kā tās tiek konstruētas ražošanas procesā, lai piesaistītu auditorijas uzmanību un kā cilvēki uztver reprezentāciju.⁶

S. Hols, reprezentāciju skaidrojot lingvistiski⁷, uzskata, ka tā ir nozīmes producēšana, izmantojot valodas sistēmu – zīmes. Valoda zīmes izmanto, lai simbolizētu, atsauktos uz objektiem, cilvēkiem un notikumiem tā sauktajā reālajā pasaulē. Tajā pašā laikā valoda var atsaukties arī uz iedomātiem objektiem, fantāziju pasauli vai abstraktām idejām, kas nav daļa no materiālā. Valoda nedarbojas kā spogulis, bet gan kā palīgs nozīmju veidošanās procesā caur dažādām reprezentācijas sistēmām.⁸

Prātā izveidotie koncepti funkcionē kā prāta reprezentācijas sistēma, kas pasauli klasificē un organizē jēgpilnās kategorijās. Nozīme ir saprotama tad, ja prātā ir izveidots tās koncepts. Bet šo nozīmi nav iespējams izteikt bez reprezentācijas sistēmas – valodas palīdzības. Valoda sastāv no kodiem, kuri ļauj konceptus pārvērst valodā. Kodi ir izšķiroši nozīmju veidošanā un reprezentācijā. Kodi neeksistē dabā, bet ir savstarpējas vienošanās

⁵ Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Thousand Oaks. P. 24–26.

⁶ Edwards, M. (2003). *Key ideas in media*. Cheltenham: Nelson Thornes Ltd. Delta Place. P. 52.

⁷ Webb, J. (2009). *Understanding representation*. London: SAGE Publications Ltd. P. 1.

⁸ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 28.

rezultāts – daļa no kultūras un kopīgās nozīmju kartes, kuru nākas apgūt, lai kļūtu par daļu no kultūras.⁹

Kultūras teorijas pētniece Džena Veba (*Webb*) reprezentācijai piedēvē dažādas nianšes un lietojumus, ņemot vērā, ka reprezentācijas jēdziens tiek izmantots filozofijā, psiholoģijā, filmu un literatūras studijās, medijos, mākslā, vizuālajā kultūrā, politikā, socioloģijā, lingvistikā un savstarpējā komunikācijā. Lai gan visvairāk šo jēdzienu autore saista ar teksta nozīmju radīšanu. Piemēram, lasot kāda cilvēka reprezentāciju par savu personisko vēsturi un izjūtām, var izprast konkrētās personas psiholoģisko stāvokli, pasaules redzējumu, smadzeņu darbību, sevis un apkārtējās vides izpratni. D. Veba reprezentācijas lauka izpratnei izvirza trīs centrālos jautājumus: Kas ir reprezentācijas veidotājs? Ko nozīmē viņa veidotā reprezentācija? Kādi ir tās efekti?¹⁰

Franču literatūras un kultūras vēstures pētnieks Kristofers Prendergasts (*Prendergast*) uzskata, ka viss ir reprezentējams. Pat runājot par reprezentāciju, tā tiek savā ziņā reprezentēta. Cilvēkiem nav reālas piekļuves pasaulei – pasaules uztvere un pieredze var būt otršķirīga, mediēta caur reprezentācijas sistēmām. Citi tam nepiekrīt un uzskata, ka ir daļa, ko nav iespējams reprezentēt. Neviens, piemēram, nevar reprezentēt savu nāvi, jo šādā brīdī trūkst izpratnes, komunikācijas iespēju, lai reprezentētu, kas notiek un kā cilvēks jūtas.¹¹

Representācijas process ne tikai padara kontaktus, attiecības un identitātes redzamas, bet tas patiesībā veido kontaktus, attiecības un identitātes. Representācija padara reālu – pasauli un esamību. Representācija ir tas, ko iespējams lasīt grāmatā – domas pārņemšana lasāmā veidā, kas noved pie kaut kāda rezultāta. Tas ir aktuāli, ja tiek runāts par medijiem. Socioloģe Keita Boulza (*Bowles*) skaidro, ka reprezentācija bieži tiek saistīta tikai ar jautājumu – kā medijs ataino notikumus, cilvēkus un idejas, un kā šis atainojums tālāk ietekmē reālo pasauli, notikumus, cilvēkus un idejas. Socioloģe uzskata, ka tiek aizmirsts par reprezentācijas sistemātisko dabu – tai nebūtu jābūt uztveramai tikai kā lietvārdam ‘reprezentācija’, bet arī kā darbības vārdam, jo reprezentācijas procesā ietverta darbība, process, kurš jāiziet, radot vārdus un žestus.¹²

S. Hols skaidro, ka nozīmes producēšana personas prātā ar valodas palīdzību ir tā pati reprezentācijas sistēma, jo tā atsauca uz konceptualizācijas veidiem, organizējot zīmes un konceptus. Tātad reprezentācija saistās arī ar domu, ideju organizēšanu un sakārtošanu.¹³

⁹ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 29.

¹⁰ Webb, J. (2009). *Understanding representation*. P. 1–2.

¹¹ Prendergast, C. (2000). *The triangle of representation*. USA: Columbia University Press. P. 2–3.

¹² Webb, J. (2009). *Understanding representation*. P. 10.

¹³ Turpat.

Reprezentācija nav tikai iestāšanās par kaut ko vai komunicēšana. Tā ir spējīga izveidot to, ko mēs zinām un pazīstam – reprezentācija ir svarīga, jo tā veido mūs pašus. Reprezentācija pēta arī lietu dabu – objekta, lietas, īpašuma vai pieredzes sastāvu, statusu, esamību. Reprezentāciju var skaidrot arī kā kognitīvu – daļa reprezentācijas procesa notiek zemapziņas līmenī. Reprezentācija ietver arī ētikas jautājumus – kāds ir „pareizais” uztveres, domāšanas un darbības veids. Īsumā reprezentācija ir veids, kā cilvēks pieredz un komunicē sevi un pasauli – kā persona pazīst sevi un kā tiek galā ar citiem.¹⁴

Skaidrojot reprezentāciju antropoloģiski vai etnogrāfiski¹⁵, var teikt, ka reprezentācija un kultūra ir savstarpēji saistītas. Kultūra ir kopīgas nozīmes veidošanās process, kas veidots ar valodas palīdzību. Valoda ir medijs, ar kura palīdzību mēs lietām piešķiram nozīmi. Nozīme var veidoties tikai ar valodas palīdzību. Tātad valoda ir nozīmes centrs, bet kultūra kā galvenā kultūras vērtību un nozīmju krātuve.¹⁶

Valoda uztur dialogu starp personām, ļaujot tām veidot kultūru ar dalītu izpratni un pasaules interpretāciju. Valoda darbojas kā reprezentācijas sistēma. Ar simbolu un zīmju palīdzību (skaņas, rakstīti burti, elektroniski producēti attēli, muzikālas notis vai objekti) apkārtējiem tiek reprezentētas idejas, domas, jūtas. Valoda ir kā medijs, caur kuru domas, jūtas un idejas reprezentētas kultūrā. Reprezentācija, izmantojot valodu, ir centrāla nozīmju veidošanās procesos.¹⁷

Var secināt, ka reprezentācija ir process, kas iekļauj teju visus ikdienas procesus. Ar reprezentācijas palīdzību veidojas cilvēka koncepti par apkārt esošo pasauli. Mediji ir viens no reprezentācijas būtiskākajiem veidotājiem.

1.1. Sociālā reprezentācija

Pētot sociālās reprezentācijas teoriju, manāms tas, ka tiek nodalīta daudzskaitļa un vienskaitļa sociālā reprezentācija. Sociālā reprezentācija, lietota vienskaitlī, atsaucas uz reprezentācijas procesu, savukārt daudzskaitlis – sociālās reprezentācijas - atsaucas uz reprezentāciju kā struktūru.¹⁸ Vai, kā saka socioloģijas, psiholoģijas pētniece Annamarija Silvana de Rosa (*de Rosa*), sociālās reprezentācijas (daudzskaitlī) atsaucas uz iznākumu – dažādām neskaitāmām vienībām.¹⁹ Kā process sociālā reprezentācija nav kanonu vai loģisku diskursu ierobežota, kā arī nav empīrisku pētījumu regulēta. Drīzāk tā ir konstruēta no divām savstarpēji atkarīgām funkcijām – noenkurošanās (neikdienišķā un tālā absorbēšanās

¹⁴ Webb, J. (2009). *Understanding representation*. P. 5–6.

¹⁵ Turpat. 1. lpp.

¹⁶ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 1.

¹⁷ Turpat.

¹⁸ Duveen, G., Lloyd, B. (1990). *Social representations and the development of knowledge*. UK: Cambridge University Press. P. 2.

¹⁹ Silvana de Rosa, A. (2013). *Social representations in the 'social arena'*. USA, Canada: Routledge. P. 20.

pazīstamās ikdienas kategorijās) un objektivizēšanas (reprezentācijas tiek projicētas pasaulei, abstrakto pārvēršot konkrētājā). Franču psihologs Seržs Moskoviči (*Moscovici*) skaidro, ka sociālā reprezentācija stimulē un veido sabiedrības kolektīvo apziņu, notikumus padarot pieejamus jebkuram.²⁰

Sakot, ka reprezentācija ir sociāla, S. Moskoviči ar to domā, ka tā ir simboliska un ietver kognitīvos elementus. Tādēļ mēs sociālās reprezentācijas saturu uztveram par tik nozīmīgu un atsakāmies nošķirt no psiholoģiskajiem mehānismiem. Sociālās reprezentācijas, piemēram, zinātniskas teorijas, reliģijas vai mitoloģijas, ir kaut kā reprezentācija. Tām ir specifisks konteksts, kurš nošķir vienu sfēru vai sabiedrības daļu no otras. Sociālās reprezentācijas pētniecība prasa metožu izmantojumu. Sociālās reprezentācijas savā būtībā ir vēsturiskas un ietekmē indivīda attīstību jau agrā vecumā, kad māte ar saviem konceptiem un priekšstatiem sāk audzināt bērnu. Šie koncepti savukārt ir nākuši no mātes bērnības dienām, radio programmām, sarunām un personiskām pieredzēm, un tie nosaka turpmākās attiecības ar bērnu, attieksmi pret viņa uzvedību, raudāšanu un to, kā māte veidos bērnam nepieciešamo augšanas vidi.²¹

Psiholoģijas pētniece Ivana Markova (*Marková*) apgalvo, ka sociālās reprezentācijas jēdzienam mūsdienās piemīt divas nozīmes. Pirmkārt, to var uztvert kā sociālo zināšanu teoriju, otrkārt – kā teoriju, kas skaidro specifiskus sociālos fenomenus, kuri parādās publiskajā diskursā. Abas nozīmes laika gaitā ir kopīgi attīstījušās un savstarpēji pārklājušās. Tomēr autore uzskata, ka ir svarīgi nošķirt šīs nozīmes, jo sociālo zināšanu nozīme, kas piemīt sociālo reprezentāciju teorijai, nosaka sociālās psiholoģijas lauku. Savukārt otra nozīme atsaucas uz publiskā diskursa fenomenu pētniecību. Teorija savā specifiskā veidā pārbauda politiskus, ekoloģiskus vai ar veselību saistītus sociālās dzīves un ikdienas realitātes fenomenus. Piemēram, kā cilvēki sociāli reprezentē un apmainās idejām par veselības nozari, par slimībām, cilvēktiesībām, demokrātiju, dzīves kvalitāti. Tāpat kā citas sociālās psiholoģijas teorijas, arī sociālo reprezentāciju teorija attīsta savus konceptus un normatīvus vai hegemoniskas (vadošās) reprezentācijas. Teorija arī nodarbojas ar sociālas darbības pētniecību. Piemēram, S. Moskoviči, pētot psihoanalīzes sociālās reprezentācijas, studējis komunikatīvās darbības – propagandu un pavairošanu. Pētot cilvēku darbībā, pētnieks veido teoriju.²²

S. Moskoviči skaidro, ka sociālās reprezentācijas darbojas kā savīts ideju, attēlu, metaforu tīkls. Viņš uzskata, ka kustības ziņā sociālā reprezentācija vairāk līdzinās naudai,

²⁰ Duveen, G., Lloyd, B. (1990). *Social representations and the development of knowledge*. P. 2.

²¹ Moscovici, S. (2000). *Social Representations: Explorations in social psychology*. UK: Polity Press. P. 74–76.

²² Markova, I. (2003). *Dialogicality and social representations: The dynamics of mind*. UK: Cambridge University Press. P. 204–205.

nekā valodai. Tāpat kā nauda, arī sociālā reprezentācija cirkulē, ir noderīga, ieņem dažādas formas atmiņā, uztverē, mākslas darbos, tomēr vienmēr paliek identiska, tāpat kā naudas banknote. Tāpat kā nauda, reprezentācija ir sociāla, tā pieder visiem, tajā pašā laikā piederot it kā tikai vienam cilvēkam. Reprezentācija, tāpat kā nauda, darbojas noteiktos sabiedrībā pieņemtos likumos.²³

Sociālās reprezentācijas ir gandrīz taustāmas, ikdienā sastopams fenomens, skaidro S. Moskovici. Tās piedalās gan ikdienas attiecībās, objektos, ko patērējam, kā arī savstarpējā komunikācijā. Psihologs jēdzienu raksturo kā sarežģītu socioloģisku un psiholoģisku konceptu krustojumu. Jēdziens cēlies no sociologa Emīla Dirkeima (*Durkheim*), kurš uzskatīja, ka sociālā reprezentācija ietver ideoloģiju, zinātņi, mītus. Sociālā dzīve ir pamats jebkurai saprātīgai domaijs²⁴

Individuāla vai sociāla reprezentācija pasauli padara tādu, kāda tā ir vai, kā cilvēki domā, tai vajadzētu būt. Tās parāda, ka katru brīdi klāt nāk kaut kas iztrūkstošs un kaut kas jau esošs tiek pārveidots.

Var secināt, ka sociālā reprezentācija nodarbojas ar tālā absorbēšanu un abstraktā pārvēršanu konkrētajā. Tā tiek konstruēta caur komunikāciju, un medijs ir kā saite starp sabiedrību un sociālo reprezentāciju. Tā ir arī kā rīks sabiedrības kolektīvās apziņas veidošanā.

1.2. Sociālās realitātes konstruēšana

Cilvēks savu ikdienas pieredzi dēvē par realitāti, to interpretējot un uztverot par svarīgu, saskaņotu pasaules kārtību. Ikdienas realitāte tiek dalīta ar citiem, un citi kļūst „visreālākie” tieši aci-pret-aci komunikācijā.²⁵ Abstraktā pārveidošana reālajā ir process, kas veido esošo realitāti. Būtiska loma tajā ir cilvēka nozīmju piešķiršana un zīmju producēšana. Zīmes savukārt tiek kārtotas sistēmās, piemēram, valodā, kas ir neatņemama dzīves sastāvdaļa.²⁶

Sociologi Pīters Bergers (*Berger*) un Tomass Lukmans (*Luckmann*) uzskata, ka realitāte ir sociāli konstruēta, un zināšanu socioloģijai būtu jāanalizē konstruēšanas procesus. Zināšanu socioloģija pēta attiecības starp cilvēka uzskatiem un sociālo kontekstu, kurā tie rodas. Zināšanu psiholoģijas pamatuzstādījums – cilvēka apziņa atkarīga no viņa sociālās esamības – nāk no vācu filozofa Kārļa Marksa (*Marx*). Tāpat arī dažādi koncepti un idejas,

²³ Moscovici, S. (2000). *Social representations*. P. 152–153.

²⁴ Moscovici, S. (2008). *Psychoanalysis: Its image and its public*. UK: Polity Press. P. 3–4.

²⁵ Berger, L., Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. NY: The Anchor Books. P. 19.

²⁶ Turpat. 20.–39. lpp.

piemēram, pamatnes un virsbūves dvīņu koncepts, kurš skaidro cilvēka darbību un no tās radīto pasauli.²⁷ Mazāku ietekmi atstājušas vācu filozofa Frīdriha Nīčes (*Nietzsche*) idejas, tomēr viens no papildinājumiem bijusi viņa izvirzītā ideja, ka cilvēka domāšana ir kā instruments cīņā par izdzīvošanu un varu. Viņš izvirzījis „maldīgās apziņas” teoriju, pētot maldināšanas un pašapmāna sociālo nozīmi un ilūziju kā nepieciešamu dzīves sastāvdaļu.²⁸

Filozofs Džons Rodžers Sīrls (*Searle*) piekrīt idejai, ka realitāte ir pilnībā neatkarīga no sabiedrības. Viņš cenšas atbildēt uz jautājumu, kā var būt objektīva realitāte, kas eksistē ārpus cilvēku piekrišanas, piemēram, kā papīra gabals var tikt dēvēts par naudu tikai tāpēc, ka cilvēki tic, ka tā ir nauda? Un kāda tajā ir valodas loma? D. R. Sīrls apgalvo, ka sociālās realitātes sarežģītā struktūra ir citu acīm neredzama un nejūtama. Bērns ienāk kultūrā, pieņemot sociālo realitāti par pašsaprotamu. Cilvēks iemācās darboties ar mašīnām, naudu, restorānu, skolu un dažādām citām sistēmām.²⁹

Psihologs Kenets Gergens (*Gergen*) apgalvo, ka komunikācija nevar eksistēt bez tā, kas mūs uztur – skābeklis, augi, saule. Cilvēks nespēj būt patstāvīgs bez apkārtesošā, jo viss ir savstarpēji saistīts. Tā kā valodas prakse ir savīta ar attiecībām, tāpat attiecības ir savītas ar rituāliem, tradīcijām, dažādām dzīves formām. Valoda ietver sociālo dzīvi. Konstrukcionisms savukārt piedāvā sociālās dzīves transformēšanu, jaunā veidošanu. Cilvēks rada nākotni runājot, piedaloties radīšanas procesā – arī rakstot.³⁰

Sociologi Deivids Kroteau (*Croteau*) un Viljams Hojns (*Hoynes*) piekrīt sociālās konstruēšanas perspektīvai, kas apgalvo, ka neviena realitātes reprezentācija nevar būt līdz galam patiesa vai reāla, jo iekļauj vai nodala dažādas daudzšķautņainas realitātes komponentes.³¹ K. Gergens apgalvo līdzīgi, ka konstrukcionisma un reālisma diskursi ir savstarpēji pretēji.³²

Komunikācijas procesu pētnieks Ēriks Rotenbulers (*Rothenbuhler*) savukārt uzskata, ka ir kļūdaini domāt, ka indivīds spēj konstruēt jebkādu realitāti. Simboliskās konstrukcijas spēks pēc loģikas likumiem ir cilvēku vadīts, tomēr tas nenozīmē, ka tas ir viena indivīda rokās. Valoda, kultūra, tradīcijas, sociālās lomas ir dotas iedzīvotājiem – cilvēki ir tikai zemes iedzīvotāji, nevis zemes radītāji. Kā otro kļūdu viņš norāda cilvēka pieņēmumu, ka sociāli bāzēta un konstruēta realitāte uztverama kā otršķirīga realitāte. To skaidro ar simbolu atsaukšanos uz kaut ko, pieredze māca, ka atsaukšanās ir sava veida dublēšana, tādēļ sociāli

²⁷ Berger, L., Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. P. 1–6.

²⁸ Turpat. 7. lpp.

²⁹ Searle, J. R. (1995). *The construction of social reality*. USA: The Free Press. P. 5–6.

³⁰ Gergen, K. J. (1999). *An invitation to social construction*. London: SAGE Publications Ltd. P. 48–49.

³¹ Croteau, D., Hoynes, W. (2014). *Media/ society: Industries, images, and audiences*. USA: SAGE Publications, Inc. P. 189.

³² Gergen, K. J. (2001). *Social construction in context*. London: SAGE Publications Ltd. P. 23.

konstruēta realitāte tiek pieņemta kā mazāk īsta vai autentiska. Pēc Ē. Rotenbulera domām tas nav loģiski attaisnojams pieņēmums, jo tad vienīgais, kam varētu ticēt būtu brutāls fiziskums. Tas esot pamats parādību un realitātes, attēla un vielas, zīmes un atsaucis nošķīrumam.³³

Sociālās realitātes konstruēšanu savā veidā varētu skaidrot kā kaut kā jauna veidošanu. Medijs arī ir instruments, ar kura palīdzību iespējams pamazām pārveidot cilvēka pieņemtos konceptus un veidot jaunu realitāti. Pie radīšanas procesa pieskaitāma arī rakstīšana.

Reprezentācija, sociālā reprezentācija un realitātes konstruēšana ir procesi, bez kuriem mūsu dzīvē vairs nenotiek nekas. Viss, ko mēs pieņemam par patiesu vai reālu, iepriekš ticis reprezentēts kā kaut kas labs, slikts, derīgs vai kaitīgs u.tml. Ar reprezentācijas palīdzību mūsu prātā veidojas koncepti, pieņēmumi par pasauli kopumā. Viss, ko mēs darām un domājam, savā ziņā balstās uz reprezentāciju un iepriekš konstruēto realitāti.

³³ Rothenbuhler, E., W. (1998). *Ritual communication: From everyday conversation to mediated ceremony*. SAGE Publications, Inc. P. 57–58.

2. MEDIJU SATURS KULTŪRAS IETEKMĒ

Kultūra tāpat kā reprezentācija ieskauj visu mums apkārt esošo, un arī ir atkarīga no cilvēkiem. Būtiski ir izprast, kā mediju saturu ietekmē apkārt esošie kultūras koncepti, un kāda kopumā ir to nozīme reprezentācijas procesā.

2.1. Kultūras jēdziens

Kultūra ir viens no vissarežģītākajiem konceptiem cilvēka un sociālajās zinātnēs. Ir daudz veidu, kā kultūru varētu definēt. S. Hols uzskata, ka kultūra iemieso „labāko, kas bijis izdomāts un izteikts” sabiedrībā. Tā ir ideju apkopojums, kas reprezentēts literatūras, mākslas, mūzikas, filozofijas klasiskajos darbos. Tā tiek saukta par *augsto kultūru*. Kultūra ir arī klasificētās populārās mūzikas, mākslas, dizaina un literatūras formas vai brīvā laika aktivitātes un izklaides, ar kurām nodarbojas lielākā daļa vidusšķiras. Tā tiek saukta par *populāro kultūru* vai *masu kultūru*. Sociālās zinātnes kontekstā kultūra atsaucas uz cilvēku, sabiedrības, nācijas vai sociālas grupas dzīvesveidu. Kultūra var apzīmēt grupas vai sabiedrības kopīgās vērtības.³⁴

Kultūra ir vairāk process, prakses kopums, nevis lietu kopums – noveles, gleznas, TV programmas un komiksi. Primāri kultūra atbild par nozīmju producēšanu un apmaiņu starp sabiedrību vai grupu. Sakot, ka divi cilvēki pieder pie vienas grupas, nozīmē, ka viņi pasauli interpretē līdzīgi, kā arī savās jūtās un domās par pasauli dalās savstarpēji saprotamā veidā. Kultūra ir atkarīga no iedzīvotājiem, kuri jēgpilni interpretē sev apkārt notiekošo, līdzīgos veidos izprotot pasauli un radot jēgu.³⁵

Sociālo un kultūras studiju pētnieks Daniels Berkovits (*Berkowitz*) kultūru raksturo kā ideju (vērtību, attieksmju, uzskatu), prakses (kultūras produkcijas) un artifaktu (kultūras produkti, teksti) apvienojumu.³⁶

Jebkurā kultūrā ir nozīmju dažādība par jebkuru tematu un vairāk par vienu veidu, kā to reprezentēt vai interpretēt. Kulturālās nozīmes nav iedomātas – tās organizē un regulē sociālas prakses, ietekmē uzvedību un tām ir reālas, praktiskas sekas.³⁷

Arī kultūras procesos tieši cilvēki ir tie, kuri objektiem, notikumiem un citiem cilvēkiem piešķir nozīmi. Lietas pašas par sevi neietver nemainīgu nozīmi. Pat akmens var būt ne tikai akmens, bet arī skulptūra vai kapakmens – atkarībā no lietojuma konteksta. Tas, kā cilvēks uztver objektus, atkarīgs no vairākiem aspektiem: kā objekts tiek lietots, ko par to

³⁴ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 2.

³⁵ Turpat.

³⁶ Berkowitz, D. (2011). *Cultural meanings of news: A text-reader*. USA: SAGE Publications Inc. P. 35.

³⁷ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 3.

saka un domā cilvēks, kā tas tiek reprezentēts – nozīmes veidošana. Objektiem, cilvēkiem, notikumiem nozīmju piešķiršana notiek pēc interpretācijas rāmjiem – kā tie izmantoti un integrēti ikdienas praksē. Nozīmju piešķiršana saistās ar reprezentāciju – valodas lietojumu, stāstiem, attēlu producēšanu, emociju asociēšanu, konceptualizāciju, klasifikāciju, vērtību piešķiršanu.³⁸

Nozīme savukārt ir tā, kas piešķir personai identitāti. Tas ir nebeidzams producēšanas un apmaiņas process personīgā un sociālā ikdienas mijiedarbībā. Tā tiek producēta dažādos medijos, sevišķi modernajos masu medijos, kas saistās ar globālo komunikāciju, tehnoloģijām. Ar to palīdzību nozīmes nozīmju apmaiņa dažādām kultūrām kļuvusi neticami vienkārša un ātra.³⁹

Nozīme tiek producēta situācijās, kad kulturālās lietas neikdienišķos veidos tiek iekļautas ikdienas rituālos un praksēs, tādējādi piešķirot vērtību vai jēgu. Viens no šādiem veidiem varētu būt naratīvu, stāstu, fantāziju veidošana ap kultūras aspektiem. Reprezentācija ir otršķirīgs process, kurš seko pēc pilnīgas objektu formēšanas un to nozīmju izveidošanas.⁴⁰

2.2. Žurnālistikas un kultūras abpusējās ietekmes

Komunikācijas pētnieks Džeims Etema (*Ettema*) ziņas dēvē par vienu no kultūras formām. Ziņu veidošana ir atkarīga no kultūras resursiem, stāstījuma formas un pasaules izpratnes rāmjiem. Kultūras resursiem noteikti jāpieskaita jēdziens mediju rituāls un kolektīvā atmiņa. Žurnālistikas un komunikācijas pētnieks Džeks Lūls (*Lule*) kultūru salīdzinājis ar plašu materiālu veikalu, kurā žurnālists var izvēlēties piemērotākās formas un rāmējumus ziņojumu un esošo notikumu atainošanai.⁴¹

Žurnālistikas pētniece Karolīna Kiča (*Kitch*) un mediju vēstures pētniece Dženisa Hūma (*Hume*) skaidro, ka žurnālistika pati par sevi ir kulturāls process, kurā iekļauts plašs un sens kultūras prakšu tīkls.⁴²

Žurnālistikas kultūra kļūst acīmredzama žurnālista domāšanas un rīcības veidā. To var definēt kā ideju un prakses kopumu, ar kā palīdzību žurnālisti apzināti vai neapzināti padara likumīgu savu lomu sabiedrībā, un savu darbu padara jēgpilnu sev un citiem. Ziņu producēšanas procesā žurnālistikas kultūru D. Berkovits formulē trīs analīzes pamatlīmeņos: **Kognitīvajā** (izzināšanas) līmenī tā veido ziņu interpretācijas un uztveres pamatstruktūru. **Vērtējošajā** līmenī tā vada žurnālistikas profesionālos pasaules uzskatus (lomu uztveri), kā

³⁸ Hall, S. (1997). *Representation*. P. 3.

³⁹ Turpat.

⁴⁰ Turpat. 4. lpp.

⁴¹ Allan, S. (2010). *The Routledge companion to news and journalism*. London: Routledge. P. 289–290.

⁴² Kitch, C., Hume, J. (2009). *Journalism in a culture of grief*. NY: Routledge. P. xiv.

arī profesionālo ideoloģiju („objektīvā žurnālistika”, „izmeklējošā žurnālistika”). **Performatīvajā** līmenī tā materializē veidu, kā žurnālisti dara savu darbu (metožu pārskats, ziņu formātu izmantošana). Žurnālistikas prakses veidotas ar izziņas un novērtēšanas struktūru palīdzību, un žurnālisti visbiežāk neapzināti nostiprina šīs struktūras ar savu profesionālo sniegumu.⁴³

Kultūras produkti var būt nolasāmi dažādos veidos, pat ja tajos tiek „ielikta” tikai viena nozīme. Filozofs Džons Fiske (*Fiske*) mediju tekstu skaidro kā auditorijas lasīšanas un lietošanas iznākumu, pieņemot, ka vārdam var būt daudz un dažādi skaidrojumi. Intertekstualitāte norāda uz nozīmju savstarpējo saistību dažādos mediju kontekstos, kā arī uz saistību ārpus medijiem un kulturālās pieredzes. Dažāda mediju satura uztveršana ļauj izbēgt no sociālas kontroles, norāda filozofs. Popularitāte savukārt ir kā mērs kultūras formas spējai kalpot sabiedrības vēlmēm. Lai kļūtu populāra, precei jāspēj apmierināt gan ražotāju, gan sabiedrības intereses, pretējā gadījumā tai nebūs panākumu tirgū. Panākumu kritērijs savukārt mēdz aizstāt jebkādu priekšstatu par produkta patieso kvalitāti.⁴⁴

Komunikācijas teorētiķis Deniss Makveils (*McQuail*) skaidro, ka mediju kultūrai bieži piemīt kāds no ierobežojumiem: dažādība, atkārtotāšanās, brīvība, teorētiska ierobežotība, konformisms. Daudz šādu piemēru var atrast populārajā kultūrā, ko ražo lielas kompānijas, kurām svarīga ir peļņa, nevis kultūras dzīves bagātināšana. Šādos gadījumos auditorija tiek uzskatīta kā manipulējams un pārvaldāms patēriņa tirgus. Populārie produkti izmantoti, līdz nolietojas un vairs nav izdevīgi, neatkarīgi, ko pieprasa auditorija.⁴⁵

Žurnālistikas pētnieks Ričard Kībls (*Keeble*) skaidro, ka atainot notikuma svarīgāko leņķi nav viegls uzdevums. Nepieciešams dzīvīgs ievads, kurā atspoguļo stāsta būtiskāko daļu jeb esenci. Tam seko strukturēts stāstījums, iesaistot citātus, informāciju, aprakstus, iespaidus un fona informāciju.⁴⁶

Kanādiešu filozofs Maršals Makluens (*McLuhan*) apgalvojis, ka visi mediji, kuri ietver kulturālu nozīmi un ir lasāmi, ir cilvēka vai cilvēka prāta paplašinājums. Viņš vairāk pētījis – kā, kādā veidā cilvēki pieredz pasauli, nevis ko viņi pieredz, tādējādi tik daudz nekoncentrējoties uz saturu. Jebkurš jauns medijs pārsniedz iepriekšējā robežas un pieredzi, veidojot pārmaiņas. Komunikācijas un masu mediju pētnieks Džošuā Meirovics (*Meyrowitz*) savukārt akcentējis elektronisko mediju ietekmi uz sociālo pieredzi, nojaucot jebkādas robežas un segmentācijas zonas. Ja iepriekš pastāvējusi robeža starp publisko un privāto, kā arī to, kādai auditorijai publiskais ir pieejams (vecuma, dzimuma, sociāla statusa ziņā), tad

⁴³ Berkowitz, D. (2011). *Cultural meanings of news*. P. 35.

⁴⁴ McQuail, D. (2010). *Mass communication theory*. London: SAGE Publications Ltd. 118–119. lpp.

⁴⁵ Turpat. 119. lpp.

⁴⁶ Keeble, R. (2005). *Print journalism: A critical introduction*. USA: Routledge. P. xiv.

tagad šādas robežas neapstāv, vairs nav nekādu noslēpumu par pieaugušajiem, seksu, nāvi vai varu. Jo vairāk cilvēka prāts iesaistās nozīmju veidošanās procesos, jo līdzdalību veicinošāka ir pieredze. Pēc tā var noprast, ka teksta lasīšana ir vairāk izolējoša un neliek iesaistīties, bet veido racionālo, individuālo attieksmi. Savukārt televīzija izraisa līdzdalību, lai gan tā ne vienmēr ir informējoša un neveicina racionālu un loģisku attieksmi, kā izteicies filozofs M. Makluens.⁴⁷

Būtībā kultūra ir process, kurā svarīgākais ir cilvēks, jo tieši viņš objektiem, notikumiem un citiem cilvēkiem piešķir nozīmi. Nozīme savukārt ir tā, kas cilvēkiem piešķir identitāti. Nozīme tiek producēta situācijās, kad kulturālais tiek iekļauts ikdienas praksēs. S. Hols akcentē būtisku domu – reprezentācija ir otršķirīga, jo seko pēc nozīmju izveidošanas. Bet tas liek domāt – kā var veidoties nozīme bez iepriekšējas tās reprezentācijas? Kā tika noskaidrots iepriekš, realitāte ir cilvēku konstruēta un reprezentēta. Tomēr tam visam pamatā sākotnēji ir nozīme – balta lapa ir baltai, jo tai sākotnēji piedēvēta tāda nozīme. Ziņas un citi mediju teksti ir viena no kultūras formām, kura rada nozīmes, un cilvēka prāta iesaiste nozīmju veidošanā rada līdzdalību veicinošu pieredzi.

⁴⁷ McQuail, D. (2010). *Mass communication theory*. P. 125–126.

3. MEDIJU NOTIKUMI

Mediju notikumi ir īpaši ar to, ka tie nošķirti no parastajām, ikdienas ziņām un izklaides pēc īpašiem kritērijiem. Pētnieki definējuši, kas uzskatāms par mediju notikumu un izvirzījuši vairākus kritērijus, kuri skaidro televīzijas un citu mediju lomu sabiedrības domas veidošanā un dzīves nozīmes radīšanā. Ir būtiski runāt par mediju notikumiem situācijā, kad konkrēta darbība vai darbs – šajā gadījumā publicēta grāmata – tiek virzīta uz to, lai tas kļūtu par sabiedrībā apspriestu mediju notikumu.

Mediju notikumu teorija attīstījies 1960. gados pēc humānistu pievērsts intereses televīzijai. Tas atsāka dialogu starp humānistiem un sociālajiem zinātniekiem, kuri nodarbojās arī ar masu komunikācijas pētniecību un atjaunoja interesi par mediju studiju kritiskajām skolām (vācu, amerikāņu Frankfurtes skola, amerikāņu kultūras studijas).⁴⁸ Pirmie pētnieki, kas pievērsās mediju notikumu teorijai, bija komunikācijas pētnieks Mihaels Russo (*Russo*), kurš izvirzījis trīs televīzijas ziņu žanus – ziņas, dokumentālie materiāli un īpašie (lielāka mēroga) notikumi.⁴⁹

Holandiešu kultūras terorists Džons Hujzinga (*Huizinga*) un franču sociologs Rodžers Kalojs (*Caillois*) izvirzījuši vairākus spēļu veidus, kas daļēji definē mediju notikumus: 1) brīvprātīga piedalīšanās (ja neprasa obligātu dalību), 2) ārpus ikdienišķās dzīves, izceļot nereālo, 3) bāzēta laikā un vietā, 4) likumos un pavēlēs balstīta, 5) neskaidrs iznākums, 6) veicina sociālu grupu formēšanu. Dažas no pazīmēm piemīt ikdienišķai televīzijas satura patērēšanai.⁵⁰

Zinātnieks Daniels Daijans (*Dayan*) un sociologs Elju Kacs (*Katz*) mediju notikumus salīdzina ar hegemoniskām (vadošām) manipulācijām.⁵¹

Pētnieki vairāk akcentē tieši televīzijas mediju notikumus, un piedāvā mediju notikumu pētniecības iemeslus. Pirmkārt, televīzijas notikumi, pateicoties elektroniskajam laikmetam, piesaista lielu daļu pasaules auditorijas. Otrkārt, mediju notikumu spēks slēpjas elektronisko mediju tehnoloģiju pilnā potenciāla apzināšanā – tie ātri un efektīgi sasniedz auditoriju. Treškārt, medijs ne tikai spēj ziņu publicēt sociālā tīklā, bet arī īsā laikā izveidot sociālu struktūru. Mediju notikumiem piemīt spēks piedalīties sabiedrības dienas rutīnā un to mainīt, liekot koncentrēties uz centrālām vērtībām. Mediju notikumu producēšanas process saistās ar televīzijas mākslu, žurnālistiku un stāstījumu. Mediju notikumi ir kā atbilde

⁴⁸ Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. USA: The President and Fellows of Harvard College. P. 235.

⁴⁹ Turpat. 236. lpp.

⁵⁰ Turpat. 236. lpp.

⁵¹ Turpat. vii–x. lpp.

iepriekšējiem notikumiem vai sociālām krīzēm, tie atgādina par atceres dienām, jubilejām – notikumiem, kuri ir pieminēšanas vērti.⁵²

Mediju notikumi, piemēram, brīvdienas piedāvā nacionāla, dažkārt internacionālu notikuma sajūtu. Tie pievērš uzmanību kādai centrālai vērtībai vai kādam kolektīvās atmiņas aspektam. Bieži vien šādi notikumi ataino idealizētu sabiedrības versiju, atgādinot sabiedrībai, uz ko jātiecas. Noteikti mediju notikumi ir ceremoniāli (sacensības, konkursi), notikumi, kuri izceļ vienlīdzību, sasniegumus un likuma varu. Vispirms notikumi tiek sarunāti organizatoru, raidorganizāciju un auditorijas starpā, tālāk tie atklāti auditorijai un visbeidzot – auditorija notikumus „svin” vai „izbauda” sev ierastajā vidē.⁵³

Notikumu „ķermeni” var iedalīt konkursos (prezidentu debates, sporta spēles), iekarojumos (ceremonijas, parādes, bēres) un kronēšanā (karaliskas kāzas, prezidenta svinīgas atklāšanas). Tie nosaka katra notikuma lomu sadali un veidus un veidus, kā tie tiek pieņemti. Šīs trīs stāsta formas iemieso Vēbera trīs autoritātes veidus: racionalitāte, harizma, tradīcija. Daži notikumi neatbilst nevienam no trim dominējošiem scenārijiem, bet citi atrodas kaut kur pa vidu. Visi mediju notikumi ietver arī citu scenāriju atbalsis, ieņemot otršķirīgu lomu. Tie visi ir savstarpēji saistīti. Piemēram, Amerikas kino balvu pasniegšanas ceremonija pieder pie kronēšanas, bet to saknes pieder pie konkursiem. Televīzija un citi mediji izmanto šīs formulas, lai auditorijai prasmīgāk pasniegtu stāstus. Tomēr ne televīzija, ne literatūra nav šo formulu radītāja. To pirmsākumi meklējami mītos, bērnu spēlēs un vēstures grāmatās. Mums pazīstamie notikumi ir kaut kas starp spēli un realitāti – tie iemieso abus elementus. Piemēram, karaliskas kāzas iespējams vērot televīzijā – tas ir reāls notikums, tomēr reizē arī ceremonisks, tradicionāls. Tādi notikumi kā Olimpiskās spēles ir kultūrā un sabiedrībā bāzēti. Citi pētnieki uzskata, ka konkursi un kronēšana nenāk no kultūras, bet no dzīvnīeku un bērnu spēļu formām, un sabiedrība vēlāk tām piešķirusi nozīmi.⁵⁴

Pētnieki D. Daijans un E. Kacs skaidro, ka mediju notikumi ietekmē jūtas un cilvēka piederības sajūtu. Tie ietekmē ne tikai indivīda, bet arī institūciju līmenī – tās nav lineāra veida attiecības, bet sistemātiskas, aplūveida, vadošas un līgumiskas. Mediju notikumi nodarbojas ar attiecībām starp elitēm, diktoriem un auditoriju. Tie skatītājam palīdz iziet no ierastajiem patērētāja un izklaides meklētāja rāmjiem. Skatītājs ierindots pie sporta vai mākslas fana, un viņam tiek nodota attiecīga, interesējoša ziņa.

Mediju notikumi tiek pārraidīti tiešsaistē, tādējādi esošo padarot vēl aizrautīgāku, iespaidīgāku. Tie netiek iestudēti – līdzīgi kā ziņas un saistās ar konkrētiem notikumiem.

⁵² Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media events*. P. 14–20.

⁵³ Turpat. vii–x. lpp.

⁵⁴ Turpat. 25.–28. lpp.

Mediju notikumi visbiežāk notiek publiski, radot visas sabiedrības uzmanības piesaisti. Tomēr mediju notikumi sniedzas tālāk par ierasto ikdienu – to ievērošana sabiedrībai ir gandrīz kā pienākums, ja pastāv vēlme būt par pilnvērtīgu sabiedrības daļu.⁵⁵

Kā norāda E. Kacs, mediju notikumi cenšas mediju patērēšanu padarīt par notikumu, nevis par ikdienišķu pieredzi. Cilvēki satiekas, lai kopīgi patērētu medijus, apspriestu notikumus. Viena no būtiskākajām mediju notikumu pazīmēm – sajūst varoņa līdzdalību. Būtisks ir arī rāmējuma efekts – kā konkrētais notikums tiek atainots. Kaut kādas detaļas ir izlaistas, nepievienotas, tajā pašā laikā pūlis uz vietas notikumā var redzēt tikai daļu no visa lielā notikuma, bet katram rezultātā ir iespēja izdarīt savus secinājumus. Medijs ir tas, kurš izlemj, kurš notikums būs tik svarīgs, lai pievērstu sabiedrības uzmanību. Rezultātā – svarīgāks ir mediju atainotais notikums, nevis reālais. Pārraide ir tas, uz ko reaģē auditorija, nevis tas, kas notiek patiesībā. Tāpat arī uz vietas esošās auditorijas reakcija un darbība ir atkarīga no tā, kā notikums ticis reprezentēts medijos.⁵⁶

Kopumā mediju notikumu raksturo tiešsaistes reprezentācija, sabiedrības piesaiste. Kā iepriekš tika noskaidrots, medijs izraisa situāciju, kad mediju atainotais notikums kļūst svarīgāks par reālo. Tādēļ publicētajai informācijai ir būtiska nozīme. Var pieņemt, ka arī grāmata „Jelgava 94” tika padarīta par mediju notikumu, ņemot vērā, ka tai tika pievērsta dažādu žanru preses intensīva uzmanība. Līdz ar to būtiski ir noskaidrot, kā grāmata un autors tiek atainots medijos, kuri izvēlas, kā konkrēto „notikumu” reprezentēt.

⁵⁵ Silver, R. [B.g.]. As the world watches: Media events are modern “holy days”. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.medialit.org/reading-room/world-watches-media-events-are-modern-holy-days>

⁵⁶ Turpat.

4. RITUĀLU KOMUNIKĀCIJA

Iepriekš minētie pētnieki D. Daijans un E. Kacs mediju notikumus raksturo kā iepriekš plānotus notikumus, kuri notiek tiešraidē, tādējādi drīzāk atkārtoti atrāda notikumu mediju formā, nevis to vienkārši prezentē. Vienkāršās klātienes pieredzes vietā rituāls piedāvā šo notikumu pieredzēt medijā. Komunikācijas pētnieks Džeimss Atams (*Ettema*) norādījis, ka rituāls ir arī laikrakstu un jebkura cita medija patērēšana, jo tā ir situācija, kurā tiek atainots un apstiprināts konkrēts pasaules skatījums. Neskatoties uz pētnieku dzīvās performances analīzi, (masu mediēts rituāls) joprojām bieži tiek uztverts kā mediju producēšana, nevis publiska uzstāšanās.⁵⁷

Rituāls pēc komunikācijas procesu pētnieka Ē. Rotenbulera domām ir ne tikai domāšanas process, bet arī darbība – tas, ko cilvēks dara reizē ar prātu un ķermeni. Rituāls ir performance noteiktai auditorijai. Pirmkārt, tas nekad nav izgudrots darbības brīdī, bet gan pieņemts un radīts iepriekš. Otrkārt, rituāls vienmēr ir darbība kaut kādai noteiktai auditorijai. Pēc vairākuma definīciju rituāls nav kaut kas, ko cilvēki dara tikai individuāla labuma vadīti. Tie, protams, var tikt izpildīti vienatnē, bet to būtībā vienmēr ir kaut kas sociālu strukturēts – valoda vai citas zīmju sistēmas, tradīcija, morāles sistēmas. Parasti rituāli orientēti un izpildāmi starp grupām. Tiem piemīt arī sociālas nozīmes, atsaucoties uz attiecībām un sociālām pozīcijām.⁵⁸ Rituāls ir kā brīvprātīga darbība, ko veic, lai simboliskā veidā ietekmētu vai līdzdarbotos reālajā dzīvē. Rituāli, tāpat kā citas komunikācijas formas, ir atvērti interpretācijai. Sabiedrība – indivīdi, institūcijas – nepārtraukti savā dzīvē ienes rituālus un tradīcijas.⁵⁹

Pētnieks Ē. Rotenbuleris norāda, ka rituāls ir viena no spēcīgākajām komunikācijas formām. Visas rituāla formas ir komunikatīvas un simboliskas dabas. Rituāls var būt cilvēka gribas, pūļu, izvēļu, interpretācijas, uzmanības, neizpratnes untumu un nepastāvības subjekts.⁶⁰

Parastais rituāla jēdziens būtu saistāms ar mediju notikumiem, kad dzīvās televīzijas pārraides darbojas kā galvenās ceremoniāla notikuma daļas. Rituāls var būt nevis ceremoniāls notikums, bet formāla ikdienas darba rutīna, simboliska kopēšanas metode. Piemēram, žurnālista darbā rit palaušanās uz standarta jautājumiem, interese par standarta notikumiem un rakstība standarta manierē.⁶¹

⁵⁷ Allan, S. (2010). *The Routledge companion to news and journalism*. London: Routledge. P. 291.

⁵⁸ Rothenbuhler, E., W. (1998). *Ritual communication*. P. 8–13.

⁵⁹ Turpat. 25.–53. lpp.

⁶⁰ Turpat. 53.–54. lpp.

⁶¹ Turpat. 78.–79. lpp.

Mediju piedalīšanās publiskos notikumos – preses konferencēs, runās, protestos – arī var radīt ritualizētu formu. Rituāls ir nepieciešams sociālai kārtībai. Tas ir spēcīgs un tajā pašā laikā bīstams – atvērts pārmaiņām, tajā pašā laikā bagātinošs un humāns, svarīgs sociālās kārtības nodrošināšanai un sociālo attiecību vadīšanai.⁶²

Pētniece Katrīne Bella (*Bell*) rituālu saista ar darbību, tādēļ tas automātiski tiek nošķirts no konceptuāliem aspektiem, kā pieņēmumi, simboli, mīti. Lai gan tie vada, iedvesmo un veicina darbību, tie paši par sevi nav darbība. Tādēļ rituālu dažkārt uzskata par neprātīgu, primitīvu darbību. Piemēram, sociologs Edvards Šils (*Shils*) rituālu un pārliecību uzskata par savstarpēji saistītiem jēdzieniem, tajā pašā laikā nošķiramiem, pieņemot, ka kāds var pieņemt ticību, bet neveikt tai piederošos rituālus. Tādējādi pārliecība var eksistēt bez rituāliem, tomēr rituāli nevar eksistēt bez pārliecības.⁶³

Mediju pētnieks Niks Koldrijs (*Couldry*) plašāk skaidro rituāla jēdzienu, piedāvājot trīs izpratnes pieejas: 1. ieradumu darbība – jebkurš ieradums vai atkārtoti veicama darbība – ar vai bez īpašas nozīmes. 2. formalizēta darbība, piemēram, galda klāšana dažādās kultūrās. 3. neparastas vērtības, kuras iekļauj darbību, piemēram, centieni sazināties ar „augstākiem spēkiem”.⁶⁴

Mediju rituālu viņš definējis kā formalizētu darbību, kura organizēta ap mediju saistītām kategorijām un robežām, kuras rāmē performanci vai savieno ar plašākām mediju saistītām vērtībām. Rituālu par mediju rituālu nepadara atainojums medijā vai mediju producēšanas vai patērēšanas process, bet gan ar mediju saistītās kategorijas un vērtības, kuras rāmē ziņojumu un pievērš auditorijas uzmanību.⁶⁵

Jēdziens „mediju rituāls” pēc žurnālistikas pētnieka Franka Durhama (*Durham*) domām nodrošina vienotu kontekstu, ar kā palīdzību žurnālistika var mediēt struktūras resursus ikdienas dzīves atpazīšanai. Uztverot to vairāk kā varas ekspresiju sabiedrībā nekā vienprātības izteiksmes veidu, rituāli kļuvuši centrāli sociologa E. Dirkheima paradigmā, kurā rituāls ir kā instruments un sociālās solidaritātes izteiksmes veids.⁶⁶

Būtībā rituāli ir mediju ikdiena – raksti bieži veidoti standartmanierē – arī vairāku gadu garumā rakstot par grāmatu „Jelgava 94” un tās autoru J. Joņevu, mediji ievēro sava veida rituālus un kārtību. Nepieciešams noskaidrot, kādas mediju kategorijas un vērtības izmantotas, lai notikums būtu atainots kā mediju rituāls.

⁶² Rothenbuhler, E., W. (1998). *Ritual communication*. P. 130–131.

⁶³ Bell, C. (1992). *Ritual theory, ritual practice*. NY: Oxford University Press. Inc. P. 19.

⁶⁴ Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. London: Routledge. P. 3.

⁶⁵ Turpat. 29. lpp.

⁶⁶ Berkowitz, D. (2011). *Cultural meanings of news*. P. 110.

5. KONTEKSTA DAĻA

Atgādinājumam un/ vai plašākai informācijai nepieciešams rakstnieka Jāņa Joņeva un viņa izdotās grāmatas „Jelgava 94” apraksts. Lai noskaidrotu, kāds bijis mediju izdevumu pieprasījums un interneta ziņu portālu apmeklētība, nepieciešams arī apskatīt mediju vidi pētāmajā periodā.

5.1. Jānis Joņevs un „Jelgava 94”

Lai labāk izprastu darba tematiku un pētniecības nozīmi, nepieciešams sniegt informāciju par grāmatu „Jelgava 94” un tās autoru Jāni Joņevu. Grāmatas autors dzimis 1980. gadā Jelgavā. Iepriekš autors bijis pazīstams tikai šaurās aprindās. „Jelgava 94” ir J. Joņeva pirmā publicētā grāmata.⁶⁷ Tā izdota 2013. gadā. Romāns ir 312 lapas pušu biezs un stāsta par 20. gs. 90. gadu paaudzi. Vāka dizaina veidotājs ir mākslinieks Reinis Pētersons.⁶⁸ Kā savu mērķauditoriju autors bija cerējis uzrunāt pusaudžus, tomēr grāmata uzrunājusi vairākas paaudzes.

Pats autors stāsta, ka grāmata ir par pusaudžiem, kas pievērsušies tā saucamajai alternatīvajai kultūrai. Tas neesot līdz galam atmiņu stāsts, līdz ar to autors nevēlas, lai galveno varoni pilnībā identificē ar viņu pašu. Tomēr grāmatas saturs balstīts uz patiesiem notikumiem.⁶⁹

2014. gada 18. novembrī Briselē „Concerte Noble” ēkā J. Joņevam tika pasniegta Eiropas Savienības literatūras balva, kas ir nozīmīgs notikums gan rakstniekam, gan Latvijas kultūras tēlam. Nominācija un pasniegtā balva ir kā iespēja tikt pamanītam arī ārpus Latvijas. Par grāmatas tulkošanu un izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi. Grāmata jau ir pilnībā iztulkota franču valodā.⁷⁰ Tāpat arī autors izpelnījies ievērību un atzinību Latvijā, 2014. gadā saņemot balvu „Kilograms kultūras”.⁷¹

5.2. Mediju vide pētāmajā laika posmā

Lai labāk izprastu pētāmā laika posma kontekstu, vēlams aplūkot arī mediju vidi – lasītākos medijus un to lietošanas mērķus. Pēc TNS pieejamajiem datiem var secināt, ka 2012.

⁶⁷ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas „Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu. *DELFI*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/janis-rit-bus-slavens-saruna-ar-gramatas-jelgava94-autoru-jani-jonevu.d?id=43123024>

⁶⁸ [B. a.]. [B. g.]. Jelgava 94. *Janisroze*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.janisroze.lv/lv/jelgava-94.html>

⁶⁹ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas „Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

⁷⁰ Ziņu arhīvs. (2014). Rakstnieks Jānis Joņevs saņem Eiropas Savienības literatūras balvu. *Satori*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://satori.lv/raksts/8279>

⁷¹ [B. a.]. (2014). Jāņa Joņeva grāmata „Jelgava 94” saņem LTV balvu „Kilograms kultūras”. *ZZ. Diena*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://zz.diena.lv/kultura-un-izklaide/citas-zinas/jana-joneva-gramata-jelgava-94-sanem-ltv-balvu-kilograms-kulturas-175969>

– 2013. gadā galvenais interneta lietošanas mērķis bijis ziņu lasīšana interneta portālos *Delfi*, *TV NET*, *Apollo* u.c., ko vismaz reizi nedēļā veikuši 56% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem.⁷² TNS dati liecina, ka apmeklētākie interneta ziņu portāli 2013. un 2014. gadā bijuši *DELFI*, *TV NET*, *Apollo* un *Kas Jauns*.⁷³

Savukārt visvairāk patērētie preses izdevumi šajā laika posmā bijuši laikraksti un žurnāli, kas iznāk vienu reizi nedēļā. 2012. gadā vidēji vienu drukāto nedēļas preses izdevumu nedēļā ir lasījuši 58% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Otrie populārākie bijuši mēneša izdevumi, un tai seko reģionālā prese. Vidēji vienu drukāto mēneša izdevumu mēneša laikā lasījuši vai skatījuši 40%, bet vienu reģionālo preses izdevumu nedēļas laikā lasījuši vidēji 36% Latvijas iedzīvotāju. Dienas laikrakstu patēriņš turpinājis samazināties vidēji par 4% gadā. Nozīmīgs pieaugums pēdējo divu gadu laikā bijis vērojams ceturkšņa žurnālu kategorijā – tajā auditorija divu gadu laikā bija dubultojusies. Kopumā laikrakstu lasītāju skaits turpinājis sarukt, tomēr laikrakstu lasītāju īpatsvars kopumā vērtējams kā augsts. Straujāk samazinājies gados jaunu cilvēku lasītāju skaits – no 15 līdz 39 gadiem. Līdz ar to visaktīvākie laikrakstu lasītāji bijuši gados vecāki Latvijas iedzīvotāji vecumā no 60 līdz 74 gadiem. Savukārt žurnālu lasītāju īpatsvars 2012. un 2013. gadā palicis nemainīgs, un žurnālu lasīšanas tendences vērtējamas kā stabilas. 2013. gadā vismaz vienu no žurnāla pēdējiem sešiem numuriem lasījuši vai caurskatījuši vidēji 67% Latvijas iedzīvotāju. Visaktīvākie žurnālu lasītāji ir tieši jaunieši un iedzīvotāji vecumā līdz 39 gadiem. Vislasītāko preses izdevumu topā 2013. gadā bija „Ieva”, „MK Latvija”, „Privātā Dzīve”, „Rīgas Santīms”, „Kas Jauns”, „Ievas Stāsti”, „Latvijskaja TV Programma”, „Ievas Virtuve”, „Ilustrētā Zinātne” un „Diena”.⁷⁴

Var secināt, ka laikrakstu lasīšana konkrētajā pētāmā laika posmā (2012. – 2014. gads) Latvijas iedzīvotāju vidū turpinājusi samazināties, savukārt interneta lietotāju skaits pieaudzis – tāpat pētāmajā laika posmā pieaudzis ziņu lasītāju skaits interneta portālos. Tas ir iemesls, kādēļ rakstnieka un grāmatas reprezentācija aplūkota ne tikai drukātajā presē, bet arī lasītākajos interneta ziņu portālos.

⁷² TNS. [B. g.]. Interneta patēriņa paradumu pētījums TNS Latvia Digital. TNS. Sk. 2015. 5. maijs: http://www.tns.lv/wwwtnslv_resources/images/Mediju_petijumu_gadagramata/2013-2014/08_Internets.pdf

⁷³ TNS. [B. g.]. Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2013. un 2014. gada rudenī (visi Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem). TNS. Sk. 2015. 5. maijs:

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4678>

⁷⁴ TNS. [B. g.]. Interneta patēriņa paradumu pētījums TNS Latvia Digital.

6. PĒTNIECĪBAS METODES UN DIZAINS

Lai izpētītu, kāda nozīme piedēvēta grāmatai „Jelgava 94” un tās autoram Jānim Joņevam, izvēlētas divas pētījuma metodes: kontentanalīze un diskursa analīze. Pirmā metode ļauj uzskaitīt rakstu daudzumu, tematiku, vārdus, kādi piedēvēti grāmatai un autoram, kā arī nozīmi un citus jautājumus, kas raksturo mediju konstruēto realitāti. Savukārt diskursa analīze ļauj reprezentāciju izpētīt dziļāk, izveidot diskursa vēsturiskās analīzes shēmu, pēc kuras datus iespējams skaidrot un interpretēt.

6.1. Kontentanalīze

Viens no kontentanalīzes metodes aizsācējiem ir amerikāņu zinātnieks Bernards Berelsons (*Berelson*), kurš kontentanalīzi skaidro kā pētniecības tehniku, kas objektīvi, sistemātiski un kvantitatīvi apraksta pētāmā komunikācijas ziņojuma saturu.⁷⁵

Valodas, kultūras pētnieks Klauss Krippendorfs (*Krippendorff*) uzskata, ka kontentanalīze metode sniedz jaunu izpratni par specifiskām parādībām. Kontentanalīze ir zinātniska metode, un viņš apgalvo, ka pārlicinošai teksta analīzei nepieciešama gan kvalitatīvā, gan kvantitatīvā pētniecības metode.⁷⁶

Kontentanalīze visbiežāk tiek pielietota darbā ar drukāto komunikācijas tekstu, pētot, kas tieši saturā tiek atainots.⁷⁷ Komunikācijas zinātnē pieņemts, ka kontentanalīze pēta leksiskas vienības tekstos, kas ir vārdi, kā arī citus lielumus, piemēram, telpa (presē), laiks (radio), tādējādi izdarot pēc iespējas atbilstošākus un pamatotākus secinājumus par tēmu un kontekstu, kurā konkrētie lielumi parādās.⁷⁸ Secinājumi var būt par ziņojuma sūtītāju, pašu ziņojumu vai ziņojuma saņēmēju jeb auditoriju.⁷⁹

Komunikācijas pētniece Kimberlija Neuendorfa (*Neuendorf*) kontentanalīzi skaidro kā summējošu, kvantitatīvu ziņojumu analīzi, kurai nav robežu mērāmo mainīgo vai ziņojuma konteksta pētniecībā.⁸⁰

Zinātnieks Filips Bells (*Bell*) uzsver, ka viena no kontentanalīzes priekšrocībām varētu būt tās sistemātiska veikšana. Tomēr arī labi veikta satura klasifikācija var tikt apstrīdēta,

⁷⁵ Wentworth, S. K. H. (2008). *Gifted education exposure in introductory special education texts: Quantitative text content analysis*. USA: Proquest LLC. P. 22.

⁷⁶ Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. USA: SAGE Publications, Inc. P. 8., 87.

⁷⁷ Gray, S., P. (2007). *The research imagination*. USA: Cambridge University Press. P. 286.

⁷⁸ Hartley, J. (2011). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. USA: Routledge. P. 59.

⁷⁹ Weber, R. (1990). *Basic content analysis*. USA: SAGE Publications, Inc. P. 9.

⁸⁰ Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. USA: SAGE Publications, Inc. P. 10.

tādēļ kontentanalīze mēdz būt kā sākumposms pētniecībā vai viena no izmantojamām metodēm komplektā ar teksta analīzi vai auditorijas pētniecību.⁸¹

Kontentanalīze tiek iedalīta kvalitatīvajā un kvantitatīvajā kontentanalīzē. Tā kā pētniecībā tiks izmantota kvantitatīvā pieeja, tad turpmāk tieši tā tiks raksturota.

Kvantitatīvā kontentanalīze ir sistemātiska un atkārtota komunikācijas simbolu pārbaude. Tā ir pētniecības metode, kura komunikācijas saturu sistemātiski sadala kategorijās, kā arī analizē attiecības starp šīm kategorijām, lai aprakstītu komunikācijas kontekstu.⁸²

Kvantitatīvās pieejas skaidrais metodiskais pamatojums balstās uz pieņēmumu, ka visbiežāk redzamais vārds tekstā ir vissvarīgākais. Būtiski, ka kvantitatīvā analīze vienmēr izveido divdimensiju datu matricu, kas piemērota tālākiem statistikas pētījumiem.⁸³

Kvantitatīva pētījuma problēmas noskaidrošanai izmanto noteiktu dizainu, pēc kura sastāda pētniecības jautājumus. Atšķirtībā no kvalitatīvās pieejas pētniecības jautājumi un dizains tiek izstrādāti jau pirms pētniecības procesa.⁸⁴

Kvantitatīva kontentanalīze nodarbojas ar sistemātisku un objektīvu avīžu, grāmatu, televīzijas, reklāmas vai citu materiālu teksta analīzi. Tā pievēršas skaitīšanai, noskaidrojot, piemēram, cik daudz rakstu izdoti konkrētā periodā vai arī, cik bieži tekstā parādās kāds konkrēts vārds. Ar tās palīdzību var kvantitatīvi noteikt, kas saturā tiek atainots. Dziļāku nozīmju pētīšanai bieži kopā ar kvantitatīvo kontentanalīzi izmanto diskursa analīzi.⁸⁵

Kvantitatīvā un kvalitatīvā metode savstarpēji papildina viena otru un novērš iespējamo pētnieka neobjektivitāti.⁸⁶ Līdz ar to darbā tiks pielietota arī diskursa analīze, kas dziļāk pētīs publikāciju teksta pausto nozīmi.

6.2. Diskursa analīze

Diskursa analīze atšķirībā no kontentanalīzes ne tikai iegūst, bet pārbauda valodas modeļus tekstā, kā arī pēta tekstā izmantotās valodas un sociālo, kultūras kontekstu attiecības. Diskursa analīze pēta arī veidus, kā valoda prezentē dažādus pasaules uzskatus un izpratnes. Tā pārbauda, kā valodas lietošana ietekmē attiecības starp dalībniekiem, kādu efektu valodas lietošana atstāj uz sociālām identitātēm un attiecībām, kā arī to, kā pasaules uzskati un identitātes tiek konstruēti ar diskursa palīdzību.⁸⁷

⁸¹ Hartley, J. (2011). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. USA: Routledge. P. 60.

⁸² Riff, D., Lacy, S., Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research: Third edition*. NY: Routledge. P. 3.

⁸³ Goodwin, J. (2012). *SAGE secondary data analysis*. London: SAGE Publications Ltd. P. 420–421.

⁸⁴ Wentworth, S. K. H. (2008). *Gifted education exposure in introductory special education texts*. P. 23.

⁸⁵ Davies, M. M., Mosdell, N. (2006). *Practical research methods for media and cultural studies: Making people count*. UK: Edinburgh University Press Ltd. P. 98–99.

⁸⁶ Domhoff, G. W., Hall, C. S. (1996). *Finding meaning in dreams: A quantitative approach*. USA: Plenum Press. P. 8.

⁸⁷ Paltridge, B. (2012). *Discourse analysis: An introduction*. London: Bloomsbury Publishing Plc. P. 2.

Tajā pašā laikā diskursa analīze nav tikai metode, bet arī valodas dabas un sociālo zinātņu būtisku problēmu attiecību perspektīva. Diskursa analīze mēģina izpētīt, kā sociāli producētas idejas un objekti tikuši izveidoti un kā tie laika gaitā spējuši saglabāties. Kamēr citas kvalitatīvās pieejas cenšas saprast un interpretēt sociālo realitāti tādu, kāda tā eksistē, diskursa analīze mēģina atklāt veidu, kā tā radusies. Tā pārbauda, kā valoda konstruē parādības, nevis kā tā atspoguļo un atklāj tās. Citiem vārdiem – diskursa analīze diskursu uzskata par sociālās dzīves noteicēju, nevis ceļu uz to, un uzsver, ka pasaule nav iedomājama ārpus diskursa. Diskursa analīze pēta attiecības starp tekstu, diskursu un kontekstu.⁸⁸

Diskurss ir sociālo prakšu elements: žanra – darbības veida, diskursa – reprezentācijas veida un stila – esamības veida. Diskurss šeit lietots divās nozīmēs – pirmajā gadījumā abstrakti kā lietvārds, attiecoties uz valodu un sociālās dzīves elementiem. Otrajā gadījumā konkrētāk kā pasaules reprezentācijas veids.⁸⁹

Valodnieks Terijs Loks (*Locke*) arī diskursa nozīmi skaidro divējādi: 1) kā abstrakts lietvārds tas apzīmē valodas izmantošanu kā sociālu praksi, īpašu uzsvaru liekot uz lielākām vienībām, piemēram, izteikumiem, veseliem tekstiem, žanriem. 2) kā daudzskaitļa lietvārds tas norāda ne tikai uz pasaules pārstāvēšanu, bet pasaules nozīmes veidošanu.⁹⁰

Viena no populārākajām diskursa formām mediju studijās ir kritiskā diskursa analīze (KDA), kas pēta kultūras un ideoloģiskās nozīmes runātajā un rakstītajā tekstā. Divi būtiskākie soļi, kas šajā metodē jāievēro, ir teksta interpretācija un izskaidrojums starp tekstu un plašāku sociālo, kultūras kontekstu.⁹¹

Kritiskā diskursa analīze vairāk pēta sociālus kompleksus fenomenus, kuriem nepieciešama daudznozaru un metožu pieeja. Jebkurš sociāls fenomens prasa to izpētīt, pārbaudīt un neņemt par pašsaprotamu.⁹²

6.2.1. Diskursa vēsturiskā analīze

Diskursa vēsturiskā analīze (DVA) ir viens no kritiskās diskursa analīzes atzariem. Tā ir kā vienpusēja perspektīva vai pasaules skatījums, kurš veidojas no konkrētas sociālās grupas reprezentācijām, pārliecībām, viedokļiem, attieksmēm un vērtējumiem. Viens no DVA mērķiem ir atmaskot specifisku diskursu pārakumu, atšifrējot ideoloģijas, kuras veido, nostiprina vai cīnās ar dominanci.⁹³

⁸⁸ Hardy, C., Phillips, N. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction*. USA: SAGE Publications, Inc. P. 6.

⁸⁹ Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. USA: Routledge. P. 26.

⁹⁰ Locke, T. (2004). *Critical discourse analysis*. NY; London: Continuum International Publishing Group. P. 13.

⁹¹ O'Halloran, K. (2003). *Critical discourse analysis and language cognition*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd. P.1–2.

⁹² Meyer, M., Wodak, R. (2009). *Methods of critical discourse analysis*. London; California; New Delhi; Singapore: SAGE Publications Inc. P. 2.

⁹³ Meyer, M., Wodak, R. (2009). *Methods of critical discourse analysis*. P. 88.

Pieceja ir starpdisciplināra, problēmorientēta, iekļaujot teoriju, metodes, metodoloģiju, pētījumu un praktisku pielietojumu. Diskursa vēsturiskās analīzes laikā jāievēro astoņu soļu programma: 1) iepriekšējo teorētisko zināšanu apkopojums 2) sistemātiska datu un informācijas konteksta vākšana (atkarībā no pētāmā jautājuma, sociālā lauka, diskursa, aktoriem, žanriem, tekstiem) 3) datu selekcija un sagatavošana analīzei (ņemot vērā iepriekš noteiktos kritērijus) 4) pētāmā jautājuma un formulēto pieņēmumu specifiskācija 5) kvalitatīva pilotanalīze (kategoriju pārbaude) 6) detalizēta gadījuma izpēte 7) kritikas formulēšana (rezultātu interpretācija, atsaukšanās uz kritikas trīs dimensijām) 8) detalizēto analītisko rezultātu pieteikšana.⁹⁴

Pētniece Rūta Vodaka (*Wodak*) skaidro, ka DVA ir trīsdimensionāla. Sākotnēji jānedefinē diskursa temati un saturs. Pēc tam jāizpēta diskursa stratēģijas (noteikts prakšu plāns, kā tiek panākts sociāls, politisks, psiholoģisks vai lingvistisks mērķis). Visbeidzot – pārbauda lingvistiskās nozīmes (kā tipus) un specifiskos, no konteksta atkarīgos lingvistiskos atklājumus. Pētniece piedāvā piecus jautājumus, pēc kuriem vadīties, veicot diskursa analīzi:

1. Kā personas, objekti, fenomen/ notikumi, procesi un darbības tiek nosauktas un attiecinātas lingvistiski?

2. Kādas īpašības, kvalitātes un pazīmes tiek piedēvētas sociālajiem aktoriem, objektiem, fenomeniem/ notikumiem un procesiem?

3. Kādi argumenti izmantoti diskursā?

4. No kādas perspektīvas argumenti, atributēšana un nosaukšana tiek izteikti?

5. Vai izpausmes izteiktas atklāti, pastiprināti vai mīkstināti?⁹⁵

Atbilstoši šiem jautājumiem tiek izstrādātas arī diskursa vēsturiskās analīzes shēma ar kategorijām, pēc kurām veikt pētījumu.

6.3. Pētījuma dizains

Sākotnēji analītiskas datu bāzē tika atlasītas publikācijas, meklējot pēc atslēgvārdiem „Jānis Joņevs” un „Jelgava 94”, kā arī saņemtajiem balvu, nomināciju, titulu nosaukumiem. Tāda pati pieceja tika izmantota, meklējot interneta ziņu portālu publikācijas, tikai atslēgvārdi tika meklēti iekš portāla meklētāja.

Pētījumā analizēti vairāki preses izdevumi – laikraksts „Diena”, žurnāls „Ir”, pašvaldības izdevumus „Jelgavas Vēstnesis”, žurnāls „Lilit”, pašvaldības izdevums „Ventas Balss”, žurnāls „Vārds” un avīze „Zemgales Ziņas”. Izvēlēts laika periods no 2012. līdz 2014. gadam, kas aptver laiku īsi pirms grāmatas publicēšanas un laiku pēc tam. Papildus preses

⁹⁴ Meyer, M., Wodak, R. (2009). *Methods of critical discourse analysis*. P. 96.

⁹⁵ Turpat. 93. lpp.

izdevumiem pētīju arī apmeklētākos interneta ziņu portālus – *TV NET*, *Apollo*, *Delfi* un *Kas Jauns*⁹⁶.

Kopumā analizēta 61 publikācija – 42 no tām interneta ziņu portālos *TV NET*, *Delfi*, *Apollo*, *Kas Jauns*, un 19 publikācijas bija pieejamas preses izdevumos „Diena”, „IR”, „Jelgavas Vēstnesis”, „Lilit”, „Vārds”, „Ventas Balss”, „Zemgales Ziņas”. Analīze tika veikta gan kvantitatīvi, gan kvalitatīvi. Katrā kontentanalīzes kategorijā tika atzīmēts viens visatbilstošākais apakšpunkts, lai nodrošinātu pētījumā iegūto datu ticamību. Tika pētīts trīs gadu periods, kurā par autoru Jāni Joņevu un grāmatu “Jelgava 94” bijis visvairāk publikāciju, ņemot vērā, ka šajā laika posmā ietilpst grāmatas izdošanas gads.

Pirms pētījuma veikšanas tika izstrādātas kontentanalīzes kategorijas (sk. 1. pielikumu) un pētījuma tēmai pielāgota diskursa vēsturiskās analīzes shēma (sk. 1. tabulu). Tās pamats ir aizgūts no R. Vodakas un M. Reisiņa (*Reisigl*) diskursa vēsturiskās analīzes parauga⁹⁷, un papildināts ar jaunām sadaļām, pielāgojot darba tematam.

Pirmajai „nosaukšanas” stratēģijai izdalītas apakškategorijas, lai noskaidrotu, ar kādiem izteiksmes līdzekļiem (īpašības vārdiem, apstākļa vārdiem, lietvārdiem, darbības vārdiem, metaforām u. tml.) presē un ziņu portālos atrodamajos tekstos apzīmēts autors, grāmata, grāmatas panākumi un balvas.

Tai seko apgalvojuma stratēģija, kas dziļāk atklāj teksta autora vērtējumu par rakstīto. „Apgalvojumu” stratēģijas mērķis bija noskaidrot diskursīvu sociālo aktoru, objektu, fenomenu, notikumu, procesu un darbību novērtējumu. Tas panākams ar īpašības un apstākļa vārdu, salīdzinājumu, metaforu u.c. izteiksmes līdzekļu analīzi, ievērojot pielāgotās kategorijas. Jaunās kategorijas nosaka izpētīt apgalvojumus par grāmatas autora veiksmēm un trūkumiem, personību, grāmatas aprakstu, vērtību, nozīmi, kā arī grāmatas lasītājiem.

„Argumentācijas” stratēģijas sadaļa atklāj, ar kādiem argumentiem tiek pamatoti izteiktie apgalvojumi vai apzīmējumi.

Stratēģija „Perspektīva, rāmējums vai diskursa reprezentācija” ļāva sīkāk izpētīt autora viedokļa pozicionēšanu, iesaistes vai distances paušanu, ņemot vērā tiešās, netiešās runas, citātu un metaforu lietošanu. Šajā stratēģijā izvirzīju arī divus apakšpunktus – žurnālista neitrāla, vērtējoša loma un žurnālista identificēšanās ar grāmatas varoņiem, kas ļauj noteikt, kāda ir analizētās publikācijas autora nostāja grāmatas un autora reprezentācijā.

⁹⁶ TNS. [B. g.]. Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2013. un 2014. gada rudenī (visi Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem).

⁹⁷ Meyer, M., Wodak, R. (2009). *Methods of critical discourse analysis*. P. 94.

Pēdējā no stratēģijām „Intensifikācija, mīkstināšana” ļauj izpētīt, vai tekstā notiek izteiktā nodoma pārveidošana ar deminutīvu, pārākās pakāpes vārdu, jautājumu, nenoteiktu izteicienu u. tml. izteiksmes līdzekļu palīdzību.

Iepriekš nosauktās stratēģijas un izvirzītās kategorijas palīdz iegūt informāciju tālākai rezultātu interpretēšanai, ņemot vērā valodas izteiksmes līdzekļu lietojumu, autora attieksmi. Kvantitatīvās kontentanalīzes un diskursa analīzes mijiedarbība palīdz gūt pilnīgākus rezultātus un to skaidrojumus, līdz ar to nākamajā nodaļā izklāstīts pētījuma rezultātu skaidrojums.

Diskursa vēsturiskās analīzes shēma

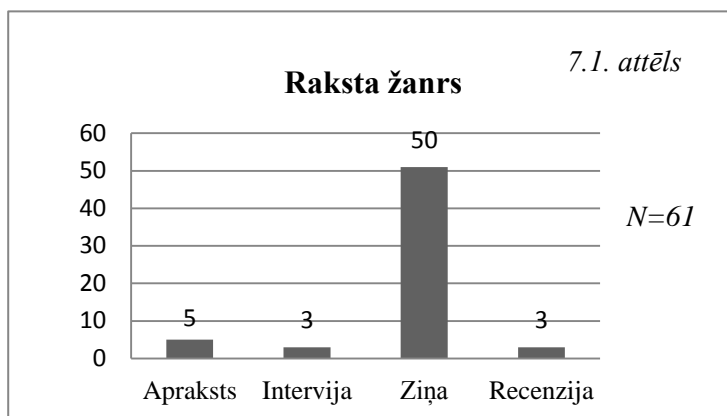
STRATĒGIJA				MĒRĶI	AVOTI/ LINGVISTISKIE REALIZĀCIJAS LĪDZEKĻI
NOSAUKŠANA				Sociālo aktoru, objektu, fenomenu, notikumu, procesu un darbību diskursīvā konstrukcija	*Piederības kategorizācijas avoti *Tropi – metaforas, sinekdotas *Darbības vārdi, lietvārdi, īpašības vārdi, apstākļa vārdi, kas tiek lietoti procesu, darbību u.c. apzīmējumam
Grāmatas panākumu	Grāmatas apraksta	Autora	Balvu		
APGALVOJUMS				Diskursīvs sociālo aktoru, objektu, fenomenu, notikumu, procesu un darbību novērtējums (pozitīvs, negatīvs)	*Stereotipiska negatīvo vai pozitīvo iezīmju vērtēšana īpašības vārdu, apstākļa vārdu formā *Kolokācijas *Eksplīcīti (atklāti) salīdzinājumi, metaforas un citas retoriskās figūras (ietverot hiperbolas, eifēmismus (lietotāju vārdu vietā)) *Atsauces uz citiem, pieņēmumi, netieši norādījumi
Autora veiksmes un trūkumi, personība	Grāmatas apraksts	Grāmatas vērtība, nozīme	Grāmatas lasītāji	Balvas	
ARGUMENTĀCIJA				Patiesības un normatīvas pareizības apšaubīšana vai attaisnojums	*Tematika (formāla vai ar saturu saistīta) *Maldīgi salīdzinājumi
PERSPEKTĪVA, RĀMĒJUMS VAI DISKURSA REPREZENTĀCIJA				Rakstītāja vai runātāja viedokļa pozicionēšana, iesaistītības vai distances izpaušana	*Tieša vai netieša runa *Citāti *Metaforas
Žurnālista identificēšanās ar grāmatas varoņiem	Autora pašreprezentācija				
INTENSIFIKĀCIJA, MĪKSTINĀŠANA				Ilokūcijas spēka (izteikuma nodoma) pārveidošana	*Deminutīvi, pārākās pakāpes vārdi *Jautājuma teikumi *Vēlējuma izteiksme *Svārstīšanās, vilcināšanās, nenoteikti izteicieni *Hiperbolas, litotas (pārmērīgs domas vai tēla samazinājums) *Sacīšanas, sajūtu, domāšanas darbības vārdi

7. GRĀMATAS „JELGAVA 94” UN AUTORA JĀŅA JOŅEVA REPREZENTĀCIJA PREŠĒ UN APMEKLĒTĀKAJOS INTERNETA PORTĀLOS (2012-2014)

Apakšnodaļās iespējams aplūkot kontentanalīzes rezultātus, kuri atklāj, kāds visbiežāk bijis publikāciju žanrs, garums interneta ziņu portālos un drukātajā presē, kāds bijis ziņojuma saturs, izvietojums preses izdevumā, tematika, grāmatai un autoram veltītie apzīmējumi, kuri visbiežāk bijuši kritikas izteicēji, ikgadējo rakstu skaits un publikāciju rubrika.

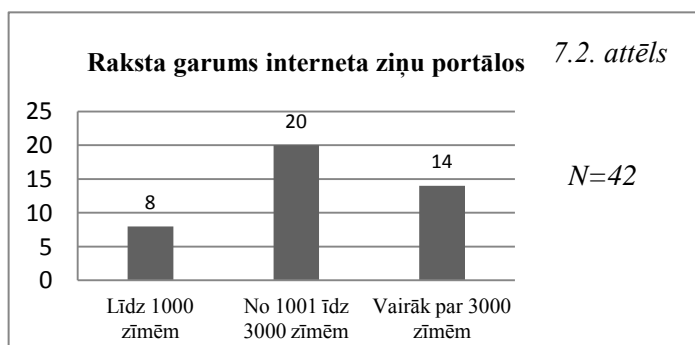
7.1. Analizēto publikāciju rezultāti

Ar kontentanalīzes palīdzību sākotnēji tika noskaidrots, kāds visbiežāk ir ar autoru Jāni Joņevu un viņa izdotās grāmatas „Jelgavas 94” saistīto rakstu žanrs (sk. 7.1. attēlu). Tika noskaidrots, ka visvairāk rakstu publicēti ziņas



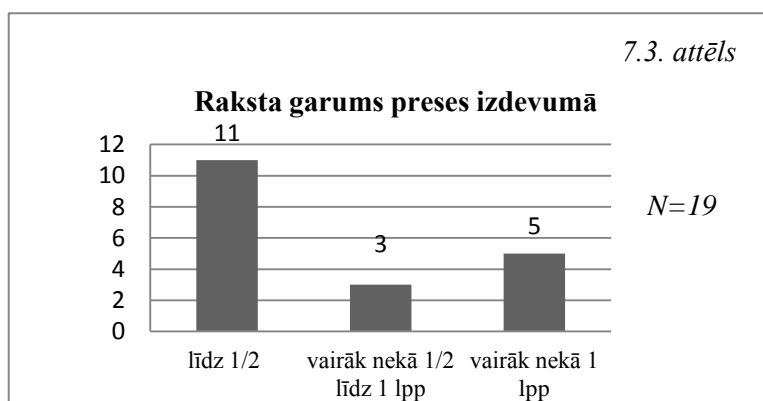
žanrā – 50, tam seko apraksta tipa publikācijas – 5, savukārt vismazāk bija publicēto interviju un recenziju par grāmatu un tās autoru – attiecīgi katrā žanrā pa trīs publikācijām. To varētu skaidrot ar vispārēju ziņu pārkāpumu pār citiem žanriem. Recenzijas, intervijas un aprakstus ziņu portālos nākas redzēt retāk. Varētu pieņemt, ka notikums nav bijis tik sarežģīts, dziļš vai interesants, lai to atainotu caur intervijām, aprakstiem vai recenzijām. 7.1. attēls uzskatāmi parāda, ka notikumam piedēvēts ziņas statuss. Tomēr arī ziņas var tikt īpaši izceltas, lai nesaplūstu ar ikdienišķo, kā skaidrojuši pētnieki D. Daijans un E. Kacs.⁹⁸

Visvairāk no analizētajiem interneta ziņu portālu rakstiem to garums bija no 1001 līdz 3000 zīmēm, 13 no rakstiem bija garāki par 3000 zīmēm un mazākā daļa – 8 raksti bija īsāki – līdz 1000 zīmēm (sk. 7.2. attēlu).



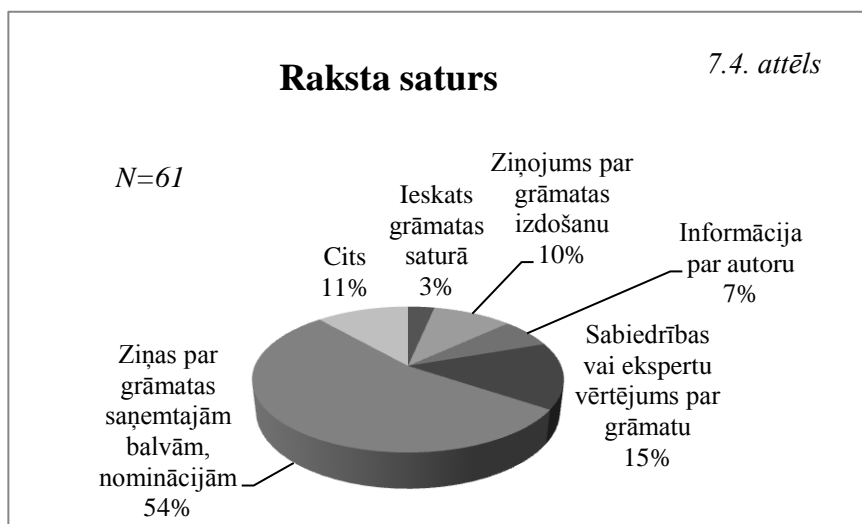
⁹⁸ Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media events*. P. 235.

Savukārt preses izdevumos rakstu garums visbiežāk nav bijis garāks par puslapu. Tikai 8 no 19 rakstiem bijuši garāki par puslapu – pieci no tiem garāki par vienu lapas pusi (sk. 7.3. attēlu).



Rakstu garumu varētu saistīt ar rakstu žanru – ņemot vērā, ka visbiežāk raksti publicēti ziņu žanrā, jāpieņem, ka ziņas nav no tiem žanriem, kuros izklāsta garus aprakstus, drīzāk tie ir koncentrēti fakti par konkrēto tematu. Vēl viens skaidrojums varētu būt tas, ka interneta ziņas nereti izsakās lakoniski, lai būtu lielāka iespēja, ka auditorija nenogurst un ziņu izlasa līdz galam.

Visbiežāk – 54% gadījumu raksta vēstījums bijis saistīts ar grāmatas saņemtajiem apgalvojumiem un nominācijām (sk. 7.4. attēlu). 15% gadījumu rakstā izklāstīts sabiedrības vai ekspertu vērtējums par grāmatu, visbiežāk tās bija recenzijas vai apraksti, piemēram, Gunta Bareļa recenzija “Kurts šauj Amerikā, trāpa Jānim Latvijā”⁹⁹. 11% gadījumu raksts bijis saistīts ar kādu citu notikumu, piemēram, rakstā “Iznācis žurnāla “Latvju Teksti” ziemas numurs”¹⁰⁰ attiecīgi vēstīts par žurnālu un tā saturu, bet tekstā minēts arī autors un viņa jaunā grāmata “Jelgava 94”, tomēr kopumā raksta vēstījums ietilpst kategorijā “cits”. 10% publikāciju bija ziņots par grāmatas izdošanu. 7% publikāciju galvenokārt koncentrējās uz papildus informāciju par autoru, savukārt tikai 3% publikāciju galvenokārt aprakstīja grāmatas saturu. Var secināt, ka



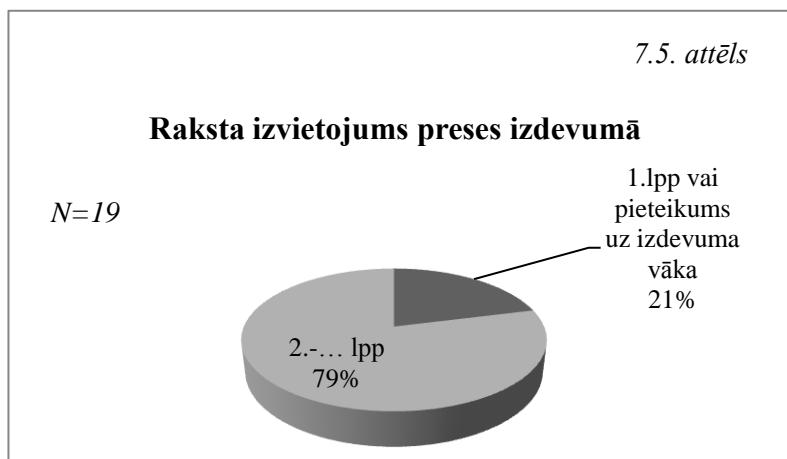
publicācijas ne tik daudz koncentrējas uz grāmatas saturu vai autoru kā personību, drīzāk vērtējoši apraksta saņemtās nominācijas, apbalvojumus, retāk iesaistot kāda eksperta vai

⁹⁹ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

¹⁰⁰ TV NET. (2012). Iznācis žurnāla „Latvju Teksti” ziemas numurs. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/446532-iznacis_zurnala_latvju_teksti_ziemas_numurs

kritiķa viedokli. Līdz ar to vairāk tiek reprezentēti panākumi, nevis pats autors vai grāmata. No tā var secināt, ka autora un grāmatas reprezentācija drukātajā presē un lasītākajos interneta ziņu portālos ir uzsvērtā mazāk, nekā saņemto apbalvojumu nozīme.

Visbiežāk publikācijas par Jāni Joņevu un viņa grāmatu "Jelgava 94" netiek publicētas uz vāka vai pirmajā preses izdevuma lapas pusē (sk. 7.5. attēlu).



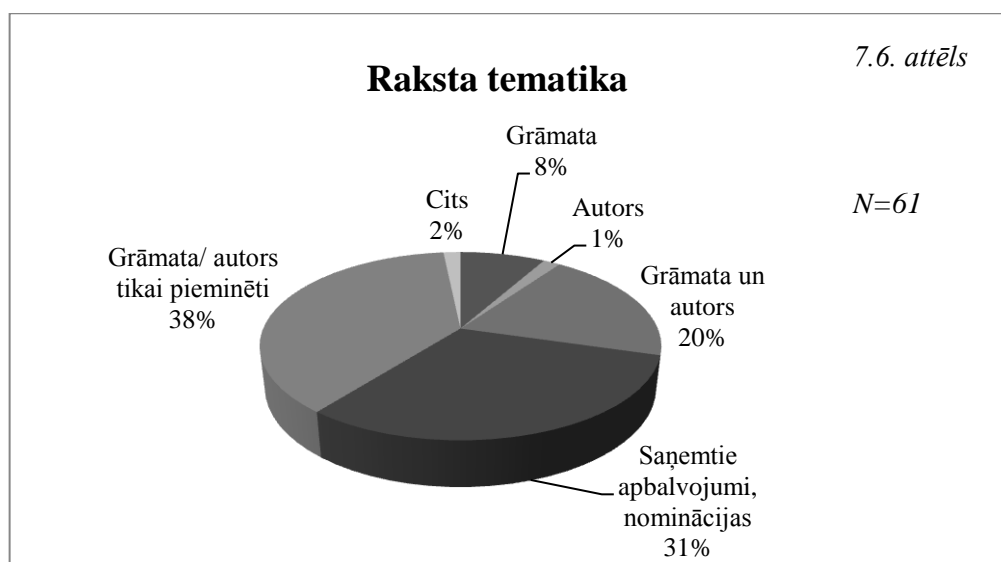
79% publikāciju raksti atradās aiz 2. lapas puses, un tikai 21% gadījumu publikācijas bija pieteiktas uz izdevuma vāka vai 1. lpp. Var pieņemt, ka notikums nav bijis tik sensacionāls, lai lielākoties atrastos uz izdevuma vāka vai pirmajā lapā. To varētu saistīt arī ar publikācijas datumu un aktualitāti. Uz vāka pieteikti raksti biežāk bijuši 2013. gadā, jo tad notikums arī bija aktuāls. Piemēram, 2013. gadā uz laikraksta „Diena” vāka raksts pieteikts „Patiesāka ir tikai leģenda”¹⁰¹. 2012. gada laikraksta „Diena” raksts pieteikts kā „Seši autori meklē tēlus. Drīz grāmata”¹⁰², kurā J. Joņevs ir tikai viens no sešiem „notikumiem”. J. Joņevs ir pieteikts arī uz 2014. gada žurnāla „Lilit” vāka ar virsrakstu „Kulta rakstnieks Jānis Joņevs „Apprecēties ir kā mazliet nomirt””¹⁰³, kur šajā gadījumā viņam piedēvēta īpaša nozīme – „kulta rakstnieks”. Pašvaldības izdevuma „Ventas Balss” pieteikums uz vāka „Izcilības stipendijas rakstniekiem”¹⁰⁴ varētu būt skaidrojams ar Ventaspils pašvaldības labvēlību, piešķirot jaunajiem rakstniekiem stipendijas, līdz ar to tas vairāk ir kā pašvaldības slavinājums, reizē arī atzinība J. Joņevam. Tas liek domāt, ka J. Joņeva un grāmatas reprezentācija drukātajā presē visbiežāk nav īpaši izcelta uz vāka vai pirmajās lapās, vietu atstājot notikumiem, kas ir svarīgāki – līdz ar to J. Joņevs un viņa grāmata presē reprezentēti kā mazāk svarīgs notikums.

¹⁰¹ Rudaks, U. (2013, 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*, 78(6327), 14.

¹⁰² Adamaite, U., Kazlauskene, L. (2012, 5.dec.). Seši autori meklē tēlus. Drīz grāmata. *Diena*. 16. – 17. lpp.

¹⁰³ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8. –16.

¹⁰⁴ Šulca, U. (2013, 25. sep.). Izcilības stipendijas rakstniekiem. *Ventas Balss*. 5. lpp.



Raksta tematika daļēji sasaistās ar rakstu saturu. Tomēr šajā kategorijā parādās fakts, ka lielākajā daļā rakstu (38%) autors vai grāmata ir tikai pieminēti (sk. 7.6. attēlu). Proti, raksta vēstījums bijis vispārīgāks – par saņemtajiem apbalvojumiem, nominētajiem dalībniekiem, uzvarētājiem vai citu nesaistītu tēmu. Jānis Joņevs un viņa grāmata bieži minēti tikai kā viens no daudzajiem notikumiem, kas aprakstīti publikācijās. 31% gadījumu raksti informē konkrētāk par autora un grāmatas saņemtajiem apbalvojumiem. 20% publikāciju ir tikai par grāmatu „Jelgava 94” un tās autoru, 8% publikāciju vēstīts bija tikai par grāmatu, 1% gadījumu teksts bija veltīts tikai grāmatas autoram un 2% rakstu tēma nav saistīta ne ar vienu no šīm kategorijām. No tā var izsecināt, ka visbiežāk publikācijās J. Joņevs un viņa grāmata „Jelgava 94” parādās kā viens no notikumiem, nevis notikumu epicentrs. To var sasaistīt arī ar iepriekšējo punktu, pieņemot, ka tādēļ raksti par autoru un grāmatu neatrodas izdevumu pirmajās lapās.

Tas nonāk pretrunās ar to, ko pieņemts dēvēt par mediju notikumu. Lai gan izcelti panākumi, apbalvojumi, nominācijas un vispārēja atzinība, tomēr J. Joņevam un viņa grāmatai netiek veltīta pietiekama mediju uzmanība, lai tas kļūtu par mediju notikumu. Varētu apgalvot, ka J. Joņevam un viņa izdotajās grāmatas reprezentācijai piemīt mediju notikuma iezīmes – notikums netiek iestudēts, tematu nevar iedalīt pie ikdienišķām ziņām, kā arī sevi cenošam kultūras cilvēkam jāzina par J. Joņeva jaunizdoto grāmatu, tomēr to nevar līdz galam dēvēt par mediju notikumu.

Visbiežāk apzīmējumu un kritikas izteicēji bijuši žurnālisti – 74% gadījumu. Dažkārt (13%) tas bijis kāds eksperts, piemēram, žūrijas loceklis, bet 6% gadījumu tas bijis kritiķis kādā recenzijas rakstā. 7% gadījumu tas bijis kāds cits – sabiedrība vai pats autors (sk. 2. pielikumu). Tas varētu skaidrot to, ka publikācijas īpaši neatšķiras viena no otras, izmantots vienvēidīgi izteiksmes līdzekļi, un rakstu temati arī galvenokārt saistīti ar saņemtajiem

apbalvojumiem. Izmantotas vienas un tās pašas diskursa veidošanas stratēģijas, kuras aizgūtas no agrākām publikācijām, piemēram, ziņu aģentūras LETA publikācijām. To varētu skaidrot kā mediju rituālu – formalizētu darbību, kas organizēta ap mediju saistītām kategorijām un robežām.¹⁰⁵ Tas būtībā liecina par to, ka mediji reprezentē vienprātības izpausmes, tā savā ziņā ir ieraduma darbība – ziņas pārkopēšana, galvenās idejas aizgūšana u.tml. Tas liek domāt, ka žurnālista dienas kārtībā ir daudz citu notikumu, kuriem jāpievērš uzmanība, līdz ar to daļu no tiem gadās reprezentēt paviršāk. Daudzie atkārtojumi, līdzīgās nosaukšanas stratēģijas liek domāt, ka J. Joņeva un grāmatas „Jelgava 94” reprezentācija daudzviet atainota pavirši.

Vismazāk rakstu par autoru un viņa grāmatu publicēti gadu pirms grāmatas izdošanas – 2012. gadā atrodamas tikai 6 publikācijas, kuras vēstī par topošo grāmatas izdošanu, „Prozas lasījumi 2012” pasākumu, kurā piedalījies arī autors u.tml. tēmām. Gadu vēlāk publikāciju skaits dubultojies vairāk kā uz pusi – 14 publikācijas, kuras visbiežāk ziņo par saņemtajiem apbalvojumiem, savukārt vislielākais skaits publikāciju atrodams gadu pēc grāmatas izdošanas – 2014. gadā, kad publicēts 41 raksts (sk. 2. pielikumu), parādoties arī kritikām, aprakstiem, intervijām. Tas liecina par to, ka autora reprezentācija medijos divu gadu laikā pieaug, augot arī viņa popularitātei un rakstu skaitam. Līdz ar to varētu pieņemt, ka J. Joņeva un grāmatas reprezentācija veidojas par mediju notikumu, ejot ilgākam laikam.

Visbiežāk raksti tika ierindoti kultūras, literatūras un izklaides rubrikā – 51% gadījumu, 26% publikāciju ierindoja ziņu rubrikā, savukārt 23% rakstu pieder pie rubrikām “interesanti”, “notikumi”, “svētki”, “mūzika” u.tml. (sk. 2. pielikumu). Var secināt, ka mediji grāmatu “Jelgava 94” un tās autoru vairāk reprezentē kā kultūras, literatūras un izklaides notikumu.

7.2. Grāmatas gūto panākumu, apbalvojumu un satura reprezentācija

Grāmatas reprezentācijas izpētei iepriekš tika izveidotas KA kategorijas, kurās paredzēts uzskaitīt grāmatai veltītos apzīmējumus, kā arī DVA stratēģijas, kurās dziļāk plānots aplūkot grāmatas panākumu reprezentāciju un grāmatas satura reprezentāciju. Zemāk iespējams aplūkot rezultātu tabulas.

7.2.2. Grāmatas panākumu reprezentācija

Grāmatas panākumi publikācijās ir reprezentēti diezgan plaši. Tabulā apkopoti apzīmējumi, kādus interneta ziņu portāli un drukātā prese piešķir grāmatas panākumiem, kādi ir apgalvojumi un to argumentācija (sk. 2. tabulu).

¹⁰⁵ Couldry, N. (2003). *Media rituals*. P. 3.

Publikācijās grāmatai „Jelgava 94” piedēvēti dažādi apzīmējumi, visbiežāk tie saistīti ar grāmatas saņemtajiem apgalvojumiem un tituliem. Apzīmējumi - spilgtākā debija¹⁰⁶ un labākā debija saistās ar grāmatas nomināciju “Latvijas Literatūras gada balvai 2013”. Uzskatāmi izcelts fakts, ka tā ir rakstnieka “pirmā grāmata”¹⁰⁷, “debijas romāns”, ”pirmais darbs”¹⁰⁸ jeb “pirmais “auklējums””¹⁰⁹, tādējādi notiekošais tiek reprezentēts kā lielāks panākums un ievērojamāks notikums, jo izdevies ar pirmo piegājienu.

2. tabula

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„IR grāmata. IR notikums!”	„izlasot pirmās nodaļas, bija sajūta - ir!”	„grāmatas prezentācijā pārpildītajā Teātra bārā (..)”, „Romāns (..) atšķīra pilnīgi jaunu lappusi latviešu literatūrā. Te pilnīgi neticamā veidā iemūžināts vesels laikmets, tā sajūta.” ¹¹⁰
„lasītāju iemīļotāko grāmatu”	„Romāna fragmenta lasījums saņēmis atzinības balvu festivālā “Prozas lasījumi 2012”, savukārt šogad saņēmis Latvijas Literatūras gada balvu nominācijā „Spilgtākā debija”, kā arī atzīts par lasītāju iemīļotāko grāmatu portāla „Delfi.lv” balsojumā, ieguvis grāmatu tīkla „Jānis Roze” pieprasītākās grāmatas statusu un iekļuvis Latvijas Televīzijas skatītāju visu laiku mīļāko grāmatu simtņiekā.”	„Par rakstnieka Jāņa Joņeva romāna „Jelgava 94” tulkošanu un izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi”, „Darbs pilnībā iztulkots franču valodā, un norit sarunas ar vairākiem Francijas apgādiem par romāna izdošanu. Paredzams, ka vēl šogad tiks noslēgti līgumi par grāmatas tulkojuma izdošanu Lietuvā, Igaunijā, Bulgārijā, Polijā, Norvēģijā, Lielbritānijā un Turcijā.” ¹¹¹
„Spilgta debija latviešu literatūrā, ko novērtē arī Eiropā!” ¹¹²		
	„Nedēļas nogalē cits pēc cita internetā sāka birt komentāri un raksti ar pirmajām atsaucēm par grāmatu.” ¹¹³	
	„Literatūras nozarē balsojuma augšgalā izvirzīts Jāņa Joņeva romāns „Jelgava 94”” ¹¹⁴	

¹⁰⁶ LETA. (2014). Literatūras gada balvu saņem Marts Pujāts, Māra Zālīte un Jānis Joņevs. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/507268->

¹⁰⁷ LETA. (2014). Par „Jelgava 94” izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/536160->

¹⁰⁸ TV NET. (2014). Top10 gada spilgtākie notikumi Latvijas kultūrā. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/notikumi/540107-top10_gada_spilgtakie_notikumi_latvijas_kultura

¹⁰⁹ Kas Jauns. (2013). Jaunais rakstnieks Jānis Joņevs saņem rakstnieku mājas stipendiju. *Kas Jauns*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/130584/jaunais-rakstnieks-janis-jonevs-sanem-rakstnieku-majas-stipendiju>

¹¹⁰ Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būšanu jaunam deviņdesmitajos.

¹¹¹ LETA. (2014). Par “Jelgava 94” izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi.

¹¹² TV NET. (2014). Top10 gada spilgtākie notikumi Latvijas kultūrā.

¹¹³ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

¹¹⁴ TV NET. (2014). Sācies kultūras balvas “Kilograms kultūras” balsojums.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Stāsts (..) saviļņoja necerēti lielu daļu Latvijas sabiedrības un kļuva par vienu no svarīgākajiem latviešu literatūras darbiem, obligāto literatūru ikvienam, kas seko līdzī svaiģākajām kultūras aktualitātēm”	„Jau kopš „Prozas lasījumiem” nav šaubu par romāna „Jelgava 94” spēju strauji atbruņot ne tikai katru, kas vien kādreiz bijis metālā vai deviņdesmitajos, bet arī katru, kas kādreiz bijis jauns.”	„Runas par un ap Joņevu arī šogad nav pieklusušas.” ¹¹⁵
„Joņeva darbs ir brāzmais, aizrautīgs, aizraujošs un reizē nopietns pieteikums uz vietu latviešu mūsdienu prozā.”	„Guntis Berelis pagājušā gada beigās „Kultūras Dienā” savu grāmatu bija minējis kā vienu no saviem 2013. gada gaidītākajiem notikumiem literatūrā.” ¹¹⁶	
	„Iespējams, ka pēc grāmatas prezentācijas jau piektdienas rītā par viņu runās visi, bet grāmata no veikalu plauktiem pazudīs tikpat ātri kā Viļa Lāciņa „Stroika” vai Kristīnes Želves „Meitene, kas nogrieza man matus”.” ¹¹⁷	
„otrs populārākais latviešu daiļliteratūras darbs „Jāņa Rozes grāmatnīcās” pērn”		„Darbs nominēts „Dienas Gada balvai kultūrā 2013” kā viens no spilgtākajiem literatūras notikumiem.” „Romāns „Jelgava 94” iekļuvis „Jāņa Rozes grāmatnīcu” pirktāko grāmatu Top 50, ieņemot 23. vietu” ¹¹⁸
	„Ažiotāža pašlaik ir izvēršusies par divām grāmatām, - Jāņa Joņeva „Jelgava 94”, kuru veiksmīgi jau esam pārdevuši vairāk nekā 1200 eksemplārus” ¹¹⁹	„Par Jāņa Joņeva pirmo romānu nobiris atzinību lietuvieši, un šoruden viņš saņēma arī ES Literatūras balvu.” ¹²⁰

¹¹⁵ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. 'Arterritory' ekspresintervija ar Jāni Joņevu.

¹¹⁶ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs "Jelgava 94".

¹¹⁷ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas "Jelgava 94" autoru Jāni Joņevu.

¹¹⁸ DELFI. (2014). Jelgavnieka debijas romāns kļuvis populārs Latvijā.

¹¹⁹ Kas Jauns. (2014). Eiropas gada cilvēka titulu cerības iegūt Mairim Briedim, Joņevam vai Edgaram Rinkēvičam. *Kas Jauns*. Sk. 2015. 11. maijs: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/173330/eiropas-gada-cilveka-titulu-ceribas-iegut-mairim-briedim-jonevam-vai-edgaram-rinkevicam>

¹²⁰ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
	„Iespējams, Gada balvas saņemšana būs iemesls tam, ka romāns „Jelgava 94” kļūs par literatūras studentu kursa un bakalaura darbu tēmu.”	„(..) šobrīd J. Joņeva darbs tiek tulkots piecās valodās - lietuviešu, igauņu, angļu, franču un poļu.” „J. Joņeva debijas romāns jau saņēmis vairākas balvas tepat Latvijā - tas atzīts par labāko debiju latviešu literatūrā pērn, saņēmis balvu konkursā „Kilograms kultūras” un iekļuvis starp simts tautā iemīļotākajām grāmatām sociālajā TV projektā „Lielā lasīšana” ¹²¹
	„Grāmata tūlīt pēc iznākšanas mirklī kļuva populāra.”	“„Jelgavu 94” aizdod cits citam, tā atrodas visvairāk pirktu grāmatu topos, par to iespējams nobalsot arī Kilograms kultūras 2013 pirmā ceturkšņa balsojumā.” ¹²²
		„(..) atkārtotā tirāža ir tikpat liela kā pirmā - 1500 eksemplāru-, un trešdaļu grāmatu pasūtījusi Latvijas Nacionālā Bibliotēka.” „(..) latviešu oriģinālliteratūras grāmatām atkārtota tirāža tomēr nav ikdienišķa parādība. (..) vidējā oriģinālliteratūras tirāža Latvijā ir apmēram 1500 - 1600 eksemplāri.” ¹²³
		„izraisot lielu interesi lasītāju vidū un radot rindas grāmatnīcās un sevišķi bibliotēkās, nezaudē savu popularitāti arī tagad un gūst labus rezultātus dažādās nominācijās.” „SIA „Jānis Roze” 2013. gada pirktāko grāmatu „Top 50” atklājās, ka „Jelgava 94” ieņem 23. vietu - tas ir otrs labākais latviešu daiļliteratūras rādītājs.” „J. Joņeva debijas romāns ir izvirzīts arī „Dienas Gada balvai kultūrā 2013” kā viens no spilgtākajiem 2013. gada literatūras notikumiem (..)” ¹²⁴

J. Joņeva grāmata lielu atzinību, kas reizē var būt arī kritika, izpelnījusies ar to, ka tā ir vienkārša, viegli lasāma. A. Pabērza *TV NET* rakstā min: „Par grāmatas „veiksmes stāstu” var saukt to, ka tā ir... vienkārša un... patiesa. Tikpat labi kādā apstākļu sakritībā es būtu varējusi uzaicināt Joņevu ciemos, cienāt ar vīnu un pastumt zem deguna pelnu trauku, un viņš to visu varētu man vienkārši izstāstīt. Tā vienkārši, čomiski.”¹²⁵ Literāts J. Valks arī izcēlis romāna vienkāršību: „Samērā vienkāršais un viegli uztveramais stāstījums ļauj grāmatu „apriņ” vienā piegājienā (..)“¹²⁶

¹²¹ Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

¹²² Rudaks, U. (2013, 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*. 14. lpp.

¹²³ Knusle-Jankevica, I. (2013, 23. maijs). “Jelgava 94” tik populāra, ka izdod otro tirāžu. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

¹²⁴ Veilands, U. (2014, 9. jan.). Romāns par Jelgavu rada rindas. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.

¹²⁵ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu. *Sk*. 2015. 28. apr.:

http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/457516-izradas_ka_es_pazinu_jonevu

¹²⁶ Valks, J. (2013). Subkultūras manifesti. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp

Romāna vienkāršā daba reprezentēta pozitīvā gaismā, pamatojot ar to, ka tas veicina ātrāku lasīšanu. Grāmata reprezentēta kā ievērojams notikums, jo ir pirmā autora izdotā grāmata – šajā ziņā jāakcentē izteiksmes līdzekļu vienveidīgums publikācijās, jo tas, ka grāmata bijusi pirmā izdotā autora grāmata, bija visbiežāk minētais apzīmējums. Apzīmējumus lielākoties piedēvē žurnālisti, kas skaidro vienveidīgo izteiksmes līdzekļu lietojumu ikdienas ritualizētās darbības dēļ. Eksperti biežāk piedēvē atšķirīgas, subjektīvas nozīmes.

Jāņa Žildes rakstā grāmatas izdevējs Jānis Oga komentēja, ka grāmata ir „notikums”¹²⁷. Tas tiek skaidrots ar pārpildītu Teātra bāru grāmatas prezentācijā, kā arī ar romāna spēju sevī iemūžināt veselu laikmetu.

Grāmata „Jelgava 94” reprezentēta kā lasītākā un sabiedrības iemīļotākā grāmata, kas tiek skaidrots ar balsojuma rezultātiem portālā *DELFI*, kā arī „Jāņa Rozes” iegūto pieprasītākās grāmatas statusu un iekļūšanu Latvijas Televīzijas visu laiku mīļāko grāmatu simtņiekā. No gūtajiem panākumiem un tituliem secināts, ka grāmata tobrīd ir iemīļotākā lasītāju vidū. Panākumi argumentēti arī ar izteikto interesi no vairāk nekā 20 valstu apgādiem un tulkojumiem citās valodās.¹²⁸ Citā portāla *DELFI* rakstā grāmata nosaukta par „vienu no svarīgākajiem latviešu literatūras darbiem, obligāto literatūru ikvienam, kas seko līdzī svaiģākajām kultūras aktualitātēm”¹²⁹. Kā arguments tam izmantots tas, ka runas par romānu nav pieklusušas arī gadu pēc publicēšanas.

Grāmata reprezentēta arī kā “spilgta debija latviešu literatūrā, ko novērtē arī Eiropā”¹³⁰. Tiek izcelti ne tikai panākumi Latvijā, bet arī dzimtenes vārda nešana citur pasaulē.

Guntis Berelis savukārt grāmatu minējis kā “savu 2013. gada gaidītāko notikumu literatūrā”¹³¹. Nora Rieksta raksta: “Iespējams, ka pēc grāmatas prezentācijas jau piektdienas rītā par viņu runās visi, bet grāmata no veikalu plauktiem pazudīs tikpat ātri kā Viļa Lāciņa "Stroika" vai Kristīnes Želves „Meitene, kas nogrieza man matus.”¹³². Citāti norāda uz to, ka romāns tiek reprezentēts kā viens no latviešu nozīmīgiem darbiem modernajā literatūrā.

Ilze Knusle - Jankevica apgalvo, ka „iespējams, Gada balvas saņemšana būs iemesls tam, ka romāns „Jelgava 94” kļūs par literatūras studentu kursa un bakalaura darbu tēmu.” –

¹²⁷ Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būšanu jaunam deviņdesmitajos.

¹²⁸ LETA. (2014). Par “Jelgava 94” izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/536160-par-jelgava-94-izdosanu-interesi-izteikusi-vairak-neka-20-valstu-apgadi>

¹²⁹ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. 'Arterritory' ekspresintervija ar Jāni Joņevu. *DELFI*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/jaunie-darbi-un-prieksvesture-arterritory-ekspresintervija-ar-jani-jonevu.d?id=45379676>

¹³⁰ TV NET. (2014). Top10 gada spilgtākie notikumi Latvijas kultūrā.

¹³¹ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

¹³² Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

paredzot grāmatas izpēti akadēmiskā laukā, raksts reprezentē grāmatu kā būtisku izpētes objektu. Tas savā ziņā atbilst mediju notikuma kronēšanas stratēģijai.¹³³

Uldis Rudaks par grāmatu apgalvo, ka tā tūlīt pēc iznākšanas mirklī kļuva populāra.¹³⁴ To viņš argumentē ar faktu, ka grāmatu lasītāji aizdod cits citam, kā arī tā atrodas visvairāk pirktu grāmatu topos.

Grāmatas panākumi un popularitāte skaidrota arī ar atkārtotu tirāžu, kurā pārdots tikpat daudz grāmatu kā pirmajā reizē, sakot, ka „latviešu oriģinālliteratūras grāmatām atkārtota tirāža tomēr nav ikdienišķa parādība”¹³⁵. Panākumu gūšanā akcentēts pieprasījums grāmatnīcās un bibliotēkās, kā arī dažādi statistikas dati, piemēram, Ulda Veilanda rakstā „2013. gada pirktāko grāmatu „Top 50” atklājās, ka „Jelgava 94” ieņem 23. vietu - tas ir otrs labākais latviešu daiļliteratūras rādītājs.”¹³⁶.

Grāmatas panākumu reprezentāciju veido gan žurnālisti, gan intervētas personas. Nosaukšana visbiežāk ir pamatota, visvairāk izskan apgalvojumi – mazāk argumentācija un panākumu nosaukšana.

Kopumā grāmatas panākumu reprezentācijas tabula liecina, ka raksti ar lingvistisku līdzekļu palīdzību veido pozitīvu grāmatas panākumu reprezentāciju, balstot to uz saņemtajiem apbalvojumiem, nominācijām un ekspertu vērtējumiem. Varētu teikt, ka reprezentēts grāmatas panākumu slavinājums. Šai reprezentācijai varētu piedēvēt mediju notikuma paveidu – „kronēšana”. Notikums tiek publiski reprezentēts, piesaistīta sabiedrības uzmanība, tā ievērošana sabiedrībai, sevišķi literatūras zinātājiem, ir teju vai pienākums.

7.2.3. Balvu, apbalvojumu reprezentācija

Balvu reprezentācija bijusi vienveidīga. It sevišķi interneta ziņu portālos balvas un tituli nosaukti līdzīgos apzīmējumos, akcentējot to nozīmi, prestižu un pagodinājumu. Nav atrodams neviens raksts, kurā balva būtu reprezentēta kā kaut kas slikts vai nesvarīgs. Visās publikācijās balvas un nominācijas atrodas epicentrā kā būtiskākā raksta esence (sk. 3. tabulu).

U. Šulca „Ventas Balss” rakstā autoram izsniegto stipendiju reprezentē kā pagodinājumu¹³⁷, kas diezgan precīzi raksturo publikāciju kopējo pausto reprezentāciju par balvām, jo jebkura balva ir sava veida pagodinājums. Lielākoties balvas, nominācijas, tituli tikuši iekļauti publikāciju virsrakstos, kas akcentē to nozīmību. Ja tika atrastas daudzas

¹³³ Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media events*. P. 14–20.

¹³⁴ Rudaks, U. (2013, 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*. 14. lpp.

¹³⁵ Knusle-Jankevica, I. (2013, 23. maijs). “Jelgava 94” tik populāra, ka izdod otro tirāžu. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

¹³⁶ DELFI. (2014). Jelgavnieka debijas romāns kļuvis populārs Latvijā.

¹³⁷ Šulca, U. (2013, 25. sep.). Izcilības stipendijas rakstniekiem. *Ventas Balss*. 5. lpp.

publikācijas, kurās autors un grāmata ir tikai pieminēti, tad apbalvojumi, nominācijas ir minētas teju visos rakstos. Tomēr gandrīz visur parādās viens balvas, titula vai nominācijas citējums, tādēļ arī analizējamo materiālu tabula nav izvērtusies pārāk gara, jo atkārtotie citāti tabulā nav iekļauti. Atkārtotā norāda uz ritualizētu mediju darbību – viena avota izmantojumu tālākai notikuma reprezentācijai.

Kopumā autora un grāmatas apbalvojumi reprezentēti spožā gaismā, pamatojoties gan uz valsts vārda slavinājumu, balvu seno tradīciju nozīmīgumu, iesaistīto ekspertu vērtējumiem, jaunu talantu attīstīšanu, kā arī starptautisko nozīmi.

3. tabula

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Balvu, kas kalpo par atzinību labākajiem jaunajiem autoriem Eiropā”, „Šī balva tiek pasniegta labākajiem jaunajiem autoriem Eiropā neatkarīgi no viņu izcelsmes valsts un valodas.”	„Mērķis ir izcelt labāko Eiropas mūsdienu literatūrā, veicināt pārrobežu tirdzniecību un rosināt citu valstu literatūras darbu tulkošanu, publicēšanu un lasīšanu. ES jaunā programma „Radošā Eiropa” piedāvā līdzekļus tulkošanai, lai palīdzētu autoriem piesaistīt citai tautībai piederīgu un citā valodā runājošu lasītāju uzmanību” ¹³⁸	
„Latvijas Literatūras gada balva ir nozīmīgākais gada notikums literatūras nozarē Latvijā.”	„2001.gadā tika sākta tradīcija ik gadu izvērtēt literāro veikumu un piešķirt balvas literatūrā, kas uzskatāmas par profesionālāko novērtējumu un atzinību izcilākajiem darbiem, kuri gada laikā nākuši klajā Latvijas rakstniecībā. Kopš 2010.gada par balvu rūpējas Latvijas Rakstnieku savienība, Starptautiskā Rakstnieku un tulkotāju māja un Latvijas Literatūras centrs.”	
„ES Literatūras balva ir nozīmīga Eiropas līmeņa iniciatīva, kas rosina valodu daudzveidību, kultūru dažādību un izpratni, atbalstot un rosinot literārā darba turpināšanai jaunos rakstniekus.”		„Balva veicina arī literāro kontaktu tīklu, pieredzes apmaiņu, jaunas sadarbības iespējas literatūrā un grāmatniecībā. ES Literatūras balva ir nozīmīga iespēja Latvijas un citu Eiropas valstu autoriem tikt pamanītiem, novērtētiem un atzītiem pasaulē.” ¹³⁹

¹³⁸ LETA. (2014). Joņevs par romānu “Jelgava 94” saņēmis ES Literatūras balvu.

¹³⁹ DELFI. (2014). Jānim Joņevam Briselē pasniegta Eiropas Savienības literatūras balva.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Tituls „Gada Eiropas cilvēks Latvijā” tiek piešķirts cilvēkam, kurš ar saviem darbiem devis vislielāko ieguldījumu Latvijas vārda popularizēšanai Eiropā un Eiropas kopējo vērtību integrēšanai Latvijā.” ¹⁴⁰		
„Latvijas Literatūras gada balva (LALIGABA) ir nozīmīgākais gada notikums literatūras nozarē Latvijā”		„(..) kas nodrošina literāro darbu profesionālu izvērtējumu un atzinību izcilākajiem darbiem, kas gada laikā nākuši klajā Latvijas rakstniecībā.” ¹⁴¹
„pagodinājums”	„Šādas stipendijas tiek pasniegtas jau 5 gadus, bet šis gads ir nedaudz atšķirīgs, jo stipendija piešķirta prozaikim, nevis dzejniekam.” ¹⁴²	
	„Balva „Kilograms kultūras” jau trešo gadu apkopo būtiskāko un oriģinālāko dažādās kultūras nozarēs - no teātra līdz vizuālajai mākslai, no kino līdz literatūrai.” ¹⁴³	

7.2.4. Grāmatas apraksta reprezentācija

Visbiežāk nosaukšanas sadaļā „Jelgava 94” reprezentēta kā pirmais J. Joņeva romāns jeb „auklējums”¹⁴⁴. Sintija Krauze žurnālā „Lilit” raksta, ka romānu raksturo autora „dabiskā pašironija” – „It kā nekas tāds jau nemaz nenotiek, bet tur dziļumos viss ir.”¹⁴⁵ (sk. 4. tabulu).

Vairākos rakstos izmantoti līdzīgi romāna apraksti, kas balstīti uz vienu avotu. Kopumā publikācijās visbiežāk minēts, ka romāns vēstī par Latvijas pagājušā gadsimta deviņdesmitajiem gadiem, pusaudžiem, kuri ir sevis meklējumos, alternatīvo un rokmūzikas kultūru, protestu pret esošo iekārtu, mēģinājumiem atšķirties, subkultūrām, metālistiem un pilsētas vidi. Savukārt Dace Rukšāne akcentē, ka „„Jelgavu 94” var lasīt arī, pilnībā neko nesaprotot no minētajām realitātēm, jo tur ir daudz citu, vēl pārāku vērtību.”¹⁴⁶ Arī I. Lešinska piekrīt, ka grāmatas saturs ir pazīstams arī tiem, kam ir vairāk gadu nekā Joņevam, jo arī tie lasītāji „reiz bijuši tikpat „nepareizi pareizi” kā viņa varoņi, arī viņu dzīve kādreiz sekojusi līdzīgām sižetiskām līnijām, kas atšķīrušās detaļās, bet ne pēc būtības”¹⁴⁷.

¹⁴⁰ Kas Jauns. (2014). Eiropas gada cilvēka titulu cerības iegūt Mairim Briedim, Joņevam vai Edgaram Rinkēvičam.

¹⁴¹ DELFI. (2014). 16. aprīlī - LaLiGaBa prozas lasījumi.

¹⁴² Šulca, U. (2013, 25. sep.). Izcilības stipendijas rakstniekiem. *Ventas Balss*. 5. lpp.

¹⁴³ Veilands, U. (2014, 30. jan.). Balsosim par kilogramu „Jelgavas 94”? *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

¹⁴⁴ Kas Jauns. (2013). Jaunais rakstnieks Jānis Joņevs saņem rakstnieku mājas stipendiju.

¹⁴⁵ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

¹⁴⁶ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

¹⁴⁷ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

I. Knuslei-Junkevicai romāna vide šķitusi „drūma un depresīva” un atainotie varoņi “citādāki - sapņotāji, mākslinieki”¹⁴⁸. G. Kudrjavceva raksta, ka tā ir “skaista un skumja grāmata”¹⁴⁹, pamatojoties uz to, ka atainotie notikumi ar varoņiem vairs nekad neatkārtosies. Savukārt Kārlis Kazāks, lasot grāmatu, spējis kārtīgi izsmieties¹⁵⁰.

G. Berelis un D. Rukšāne J. Joņeva darbu salīdzina ar Rietumu literatūru un reprezentē kā vienu no pirmajiem darbiem latviešu literatūrā, kurā iezīmētas specifiskas jaunatnes subkultūru īpatnības. G. Berelis grāmatu uzskata par romantisku lasāmvielu, kritizējot beigu daļas “atslābumu”¹⁵¹. Jānis Valks „Jelgava 94” reprezentē kā samērā vienkāršu un viegli uztveramu stāstījumu. Viņš kritizē intimitātes un seksa trūkumu, nelineāro laika plūdumu, kā arī traucējusi neskaidrība par to, kas no stāstītā ir reāls un kas izdomāts.¹⁵²

Alise Pabērza *TV NET* rakstā grāmatu apzīmē ar īpašības vārdiem – “vienkārša un patiesa”, kas tiek skaidrots ar to, ka tas ir “personīgo atmiņu stāstījums”. Pēcāk autore cenšas aprakstīt savas izjūtas lasot grāmatu vai, pareizāk, sajūsmas kāpumus un kritumus, proti, “visi grāmatas stāsti viņu nav aizrāvuši vienlīdz labi”, tādēļ “sajūsma cēlusies augstāk un kritusi zemāk”, tomēr “palikusi nemainīga”¹⁵³, kas īsti neļauj izprast autores viedokli par grāmatu un atainoto reprezentāciju.

Ieva Lešinska romānu apzīmē – “brāzmais, aizrautīgs, aizraujošs un reizē nopietns pieteikums uz vietu latviešu mūsdienu prozā”¹⁵⁴.

Pēc analīzes var secināt, ka ziņu publikācijas rutinizēti apraksta grāmatas saturu, izmantojot līdzīgus vai vienādus citātus. Eksperti un kritiķi dziļāk izvērtē grāmatas saturu, līdz ar to reprezentācija biežāk ir subjektīva un mēdz atšķirties.

Kopumā tabula parāda, ka grāmata tiek reprezentēta kā viegla lasāmviela, ar kuru iespējams identificēties gandrīz jebkurai. Par spīti tam, ka „Jelgava 94” ir rakstnieka pirmā izdotā grāmata, publikācijās akcentēts J. Joņeva meistarīgums, valoda, stils, briedums u.tml. iezīmes. Retāk izteikta negatīva kritika, kurai trūkst objektivitātes. Biežāk izteikti apgalvojumi bez argumentācijas, kas varētu liecināt par nepārbaudītu, neobjektīvu informāciju, apgalvojumu izteikšanu bez pamatojuma.

¹⁴⁸ Knusle-Jankevica, I. (2013, 23. maijs). “Jelgava 94” tik populāra, ka izdod otro tirāžu. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

¹⁴⁹ Kudrjavceva, G. (2013, 16. maijs). Piedzīvo mazu slavas uzplaisnījumu. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

¹⁵⁰ Kazāks, K. (2013, mar.-apr.). Sullīgi pelēks. *IR*, 13(155), 30.

¹⁵¹ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

¹⁵² Valks, J. (2013). Subkultūras manifesti. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp.

¹⁵³ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.:

http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/457516-izradas_ka_es_pazinu_jonevu

¹⁵⁴ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
	„Romāns stāsta par pusaudžiem pagājušā gadsimta 90.gados, kad jaunieši sevis un atšķirīgā meklējumos pievērsās tā saucamajai alternatīvajai kultūrai. Grāmata ir par jaunību, kad katrs cenšas nostāties pret pasauli, nekļūt tāds kā visi.” ¹⁵⁵	
„Jelgava 94” ir pirmā rakstnieka grāmata.”	„Joņeva romāns „Jelgava 94” ir par jaunu cilvēku vēlmi un centieniem nostāties pretī ierastajai pasaules kārtībai, atšķirties no citiem, meklēt savu ceļu.” ¹⁵⁶	
	„(..) par Latvijas pagājušā gadsimta deviņdesmito gadu rokmuzikas kultūru” ¹⁵⁷	
„It kā „es” pierakstīta jaunības piedzīvojumu hronika, Jelgava tomēr nav tikai banāla dienasgrāmata”, „vibrējošs” romāns.”	„Jānim Joņevam izdevies spilgti attēlot pasauli, kādu to redzējuši 1990. gadu vidus pusaudži.” „(..) tā tīši vai netīši auditorijā ievibrē ne vien personiski intīmas, bet arī literāri atpazīstamas stīgas. Grāmata latviešu literatūrā iedzīvina 20. gs. nogales Rietumu pasaules literatūras strāvu – centienus literārā tekstā iemūžināt subkultūras.” „Iesākumā mazliet baidījos lasīt šo grāmatu, jo recenzijās bija rakstīts, ka tas par smago mūziku un deviņdesmitajiem, kas manai jaunībai ir nebaudīta pieredze. Muļķe biju! „Jelgavu 94” var lasīt arī, pilnībā neko nesaprotot no minētajām realitātēm, jo tur ir daudz citu, vēl pārāku vērtību.”	„Tur ir jauniešu centieni un šaubas, rēcīgas un neveiklas tieksmes atšķirties no pūļa, kurā pats esi iegrimis līdz ausīm – izdošanās un neveiksmes, apmulsums un uzvaras prieks, ko ikviens no mums ir izbaudījis neatkarīgi no melodijām un apdzīvotās vides.” „Vide, valoda, domāšanas veids ir ļoti ticams un (pēc tam, kad apgūtas žargona niansas) pazīstams, jo arī tie, kam daudz vairāk gadu nekā Joņevam, reiz bijuši tikpat „nepareizi pareizi” kā viņa varoņi, arī viņu dzīve kādreiz sekojusi līdzīgām sižetiskām līnijām, kas atšķirušās detaļās, bet ne pēc būtības.” ¹⁵⁸
	„Grāmatas vāka dizains atgādina 90.gadu skolnieka apzīmētu pierakstu klades vāku ar pašdarinātu, identitāti apliecinošu simbolu.” ¹⁵⁹	

¹⁵⁵ Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būšanu jaunam deviņdesmitajos.

¹⁵⁶ LETA. (2014). Joņevs par romānu „Jelgava 94” saņēmis ES Literatūras balvu.

¹⁵⁷ Rieksta, N. (2013). Sabile 94. Māris Žigats no grupas „Pienvedēja piedzīvojumi”. *TV NET*. Sk. 2015. 8. maijs: http://www.tvnet.lv/muzika/intervijas/478642-sabile_94_maris_zigats_no_grupas_pienvedēja_piedzivojumi

¹⁵⁸ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs „Jelgava 94”.

¹⁵⁹ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas „Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„(..) „Jelgava 94” varētu ierakstīt prozas kontekstā, kāda deviņdesmitajos gados saplauka angļvalodīgajā literatūrā un vēstīja par visādiem margināļiem un ekstrēmistiem (..)”	„(..) romāns, kurā, šķiet, pirmo reizi latviešu literatūrā apcerētas dažas specifiskas jaunatnes subkultūras īpatnības.”	„(..) metāls romānā neveido pamatu, uz kā balstīties personāžiem (..)”, „(..) Joņeva romānam (..) pietrūkst jebkāda veida subkultūrai raksturīgā kontrkultūras patosa, provokācijas, šoka un tamlīdzīgu elementu. Drīzāk kopintonācijas ziņā „Jelgava 94” ir itin romantisks lasāmgabals, turklāt autora puritāniskās noslieces nūdien ir apbrīnas vērtas.” „(..) valodiskā vide veidota meistarīgi (..)”, “Bēdīgā kārtā uz romāna beigu galu spriegums atslābst.” „(..) trešā daļa intonācijas un stilistikas ziņā izrādās it kā „pa vidu”” ¹⁶⁹
	„(..) romāns „Jelgava 94” vēsta, kā zēns no jefiņa top par metālistu, par grupām Latvijā un pasaulē (..)”	„Samērā vienkāršais un viegli uztveramais stāstījums ļauj grāmatu „aprit” vienā piegājienā, un pēc tam ir nedaudz žēl, jo gribas lasīt vēl.” „Par maz seksa, daudz par maz, jo tas ir īpaši no metāla nešķirams jēdziens (..)”, „Tas, ka nav zināms, kuras vietas ir izfantazētas un kuras reālas, gan uztur spēkā intrigu, gan kaitina. Traucē arī laika nelineārais plūdums, svaidīšanas šurpu turpu neļauj gūt vienotu un secīgu iespaidu par procesa virzību un attīstību.” ¹⁷⁰
	„(..) personīgo atmiņu stāstījums par tiem laikiem, kad „mūzika bija skaļāka, bandīti bija bīstamāki un mati garāki”” ¹⁷¹	
„Par grāmatas „veiksmes stāstu” var saukt to, ka tā ir... vienkārša un... patiesa.”		„Šķirot un lasot vēl tālāk, sajūsma nemazinājās, bet arī neauga plašumā. Turējās tādā vienā līmenī visu laiku.” „Tikai diemžēl tie visi „stāsti”, kas sapulcēti grāmatā kā nodaļas, neaizrauj un nesajūsmina mani vienlīdz labi. (..) Tāpēc sajūsma, kas vienu brīdi cēlās augstāk, nākamajā spēja jau nokrist nedaudz zemāk, bet, kopsummā veidojot līdzsvaru, – palikt nemainīga, bet joprojām patīkama sajūsma.” “Ar nelielu pašironiju aprakstītās paša ikdienas gaitas un “dzīves uzskatu maiņa” ir atbilstošs nobeigums (..)” ¹⁷²

Grāmatai veltītie apzīmējumi netieši aizceļo pie J. Joņeva, kas ir tās autors, tomēr dziļākai izpētei izveidota atsevišķa tabula ar autoram veltītajiem apzīmējumiem.

¹⁶⁹ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp

¹⁷⁰ Valks, J. (2013). Subkultūras manifesti. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp

¹⁷¹ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

¹⁷² Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

7.3. Autora panākumu, trūkumu, personības reprezentācija

Līdzīgi kā grāmatai arī autoram tika izdalītas atsevišķas KA un DVA kategorijas un stratēģijas, lai dziļāk izpētītu autora panākumu un personības reprezentāciju medijos.

Publikācijās viens no reprezentācijas aktoriem ir grāmatas autors J. Joņevs. Mediji viņu nereti reprezentē, saistot ar nominācijām un tituliem iegūtajos konkursos, kā arī saņemtajām balvām.

Kā iepriekš tika izcelts, ka „Jelgava 94” ir autora pirmā grāmata, līdzīgi J. Joņevs tiek reprezentēts kā jaunais rakstnieks, jaunais latviešu autors, prozaiķis un jaunās rakstniecības paaudzes pārstāvis, tādējādi akcentējot viņa negaidīto, svaigo ienākšanu latviešu literatūras dzīvē (sk. 5. tabulu). „Zemgales Ziņu” žurnālists U. Veilands pat apgalvo, ka J. Joņevs iepriekš bijis “svešāks plašākai publikai”¹⁷³, līdz ar to var pieņemt, ka esošā publicitāte un popularitāte autoram ir kas jauns un negaidīts. Autors tiek pieteikts arī kā „Latvijas literatūras gada balvas 2013” laureāts nominācijā „Labākā debija”, portāla „Delfi” un Jāņa Rozes apgāda specbalvu ieguvējs”, „Eiropas Savienības (ES) Literatūras balvas laureāts”, „Latvijas Literatūras gada balvas 2013 pretendents kategorijā „Spilgtākā debija”” u.tml., akcentējot viņa iegūtos apbalvojumus un titulus un vispārējo nozīmi latviešu literatūrā.

Autora reprezentācijā parādās jauna šķautne - mediji vairākkārt atgādina un izceļ to, ka J. Joņevs ir latvietis, jelgavnieks u.tml., tādējādi reprezentācija tiek saistīta ar viņa piederību pilsētai vai valstij kopumā, dēvējot viņu par Latvijas pārstāvi, novadnieku, jelgavnieku, „mūsu pilsētā dzimušais Jelgavas 2. vidusskolas 1998. gada absolvents”¹⁷⁴. Tas nozīmē, ka autoram piedēvē arī identitātes, šajā gadījumā nacionālo un lokālo identitāti. Šāda reprezentācija ir vērsta uz auditorijas piesaisti, jo lasītājam ļauj vieglāk identificēties ar atainoto notikumu.

Autoram tiek piedēvēti arī vairāki īpašības vārdi, piemēram, “bārdains puisis, kurš allaž ir manīts līgojamies „Hospitāļu ielas” regejiskajos ritmos”, “nobriedusi personība”, “spilgts, drošs individuālis”. Apzīmējumi cenšas izcelt J. Joņeva prasmīgumu, meistarību uzdrīkstēšanos un sava veida savdabību. Autoram veltītie apzīmējumi izriet arī no grāmatas satura, piemēram, „jaunais metālists”¹⁷⁵, „tīna Jānis”¹⁷⁶, kas liecina par to, ka autora reprezentācija balstīta arī reflektīvajā jeb atspoguļojošajā pieejā, kura atspoguļo jau eksistējošās nozīmes, proti, grāmatas saturā.

¹⁷³ Veilands, U. (2012. 6. dec.). Prozas lasījumus piektdien Jelgavnieku diena. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.

¹⁷⁴ Veilands, U. (2012. 14. dec.). Sadalītas "Prozas lasījumu" balvas. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

¹⁷⁵ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119. –123. lpp.

¹⁷⁶ Valks, J. (2013). Subkultūras manifests. *Vārds*. 1(4) 123.–125. lpp.

Autors tiek reprezentēts kā „ES Literatūras balvas laureāts”, „spilgtāko 2013. gadā klajā laisto prozas darbu autors”¹⁷⁷, „Latvijas Literatūras gada balvas 2013 pretendents”¹⁷⁸. Savukārt tituli pamatoti ar argumentiem vai apgalvojumiem par to, cik lielu balsu skaitu saņēmis autors, kas un kādēļ viņam piešķīris apbalvojumus, nominācijas. Tas liecina, ka autors lielākoties reprezentēts kā veiksmīgs, tituliem bagāts jaunais rakstnieks.

Autors reprezentēts kā kaut kas „svaigs” un nebijis, nosaucot viņu par jauno latviešu autoru, kurš ir „svešāks plašākai publikai”¹⁷⁹ un kura „vārds vēl pirms diviem gadiem saistījās ar dažu grāmatu recenzijām”¹⁸⁰, liekot noprast, ka grāmata „Jelgava 94” viņu padarījusi par rakstnieku, liekot iejusties jaunā ampuā un jaunā atpazīstamības vilnī.

Autora vārdu nereti saista ar piederību pie savas dzimtās pilsētas Jelgavas vai piederību valstij. „Novadnieks”, „latviešu rakstniecības jaunās paaudzes pārstāvis un tagadējās Latvijas Valsts ģimnāzijas absolvents”, „mūsu pilsētā dzimušais Jelgavas 2. Vidusskolas 1998. gada absolvents”¹⁸¹ u.c. piederības apzīmējumi autoru liek skatīt vairāk nekā daļu no kopuma – pilsētas vai valsts, nevis individuālu personību. Reģionālajā laikrakstā J. Joņeva vārdu reprezentē saistītu ar pilsonisko aktivitāti un pilsētas vārda popularizēšanu. Līdzīgi minēts TV NET rakstā, ka „Latvijas literatūra šogad ir izgājusi pasaulē, pateicoties J. Joņevam.”¹⁸²

Autoram piedēvēti arī vairāki slavinoši īpašības vārdi. Filozofa H. Caunes piedēvētie apzīmējumi autoru reprezentē kā godīgu un apskaužami patiesu pret savām un citu pusaudža gadu rakstura iezīmēm, prioritātēm un egoismu.¹⁸³ J. Joņevs esot spilgts, drošs individuāls.¹⁸⁴ Daudzie pozitīvās nokrāsas apzīmējumi rakstnieku reprezentē kā talantīgu, asprātīgu, spilgtu individuālu jauno rakstnieku. Savukārt D. Rukšāne priecājas par nobriedušas personības ienākšanu latviešu prozā¹⁸⁵, kas liek domāt, ka beidzot sagaidīts vērā ņemams jaunais autors.

Pāris publikācijās autora aprakstu veido, balstot uz grāmatas saturu vai uz viņa pagātnes notikumiem. Autors dažviet reprezentēts kā „brīļlains tīnis, viscaur kārtīgais un godīgais skolnieks”¹⁸⁶, „vienīgais klasē, kurš vasarā vienmēr izlasījis obligātās literatūras

¹⁷⁷ DELFI. (2014). 16. aprīlī - LaLiGaBa prozas lasījumi. *DELFI*. Sk. 2015. 8. Maijs:

<http://www.delfi.lv/kultura/news/books/16-aprili-laligaba-prozas-lasijumi.d?id=44396667>

¹⁷⁸ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

¹⁷⁹ Veilands, U. (2012. 6. dec.). Prozas lasījumos piektdien Jelgavnieku diena. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.

¹⁸⁰ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. „Arterritory” ekspresintervija ar Jāni Joņevu.

¹⁸¹ Kudrjavceva, G. (2013. 16. maijs). Piedzīvo mazu slavas uzplaiksnījumu. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

¹⁸² BNS. (2014). Eiropas cilvēka titulam Latvijā izvirzīti politiķi, kultūras darbinieki, sportisti un uzņēmēji. *BNS*. Sk. 2015. 8. maijs: [http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/537146-](http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/537146-eiropas_cilveka_titulam_latvija_izvirziti_politiki_kulturas_darbinieki_sportisti_un_uznemeji)

[eiropas_cilveka_titulam_latvija_izvirziti_politiki_kulturas_darbinieki_sportisti_un_uznemeji](http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/537146-eiropas_cilveka_titulam_latvija_izvirziti_politiki_kulturas_darbinieki_sportisti_un_uznemeji)

¹⁸³ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. „Arterritory” ekspresintervija ar Jāni Joņevu.

¹⁸⁴ Apollo. (2014). Eiropas gada cilvēka kandidātu Top3: bokseris, rakstnieks un ministrs.

¹⁸⁵ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

¹⁸⁶ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp

sarakstā norādītās grāmatas"¹⁸⁷, kā arī „puisī, kurš allaž ir manīts līgojamies „Hospitāļu ielas” reģejiskajos ritmos”¹⁸⁸. Tas liecina par to, ka tiek reprezentēta arī autora bērnības šķautne, ne tikai panākumus gūstošais mūsdienu J. Joņevs.

Kopumā autora reprezentācijas tabula liecina, ka autors reprezentēts visnotaļ daudzpusīgi, tikai retos gadījumos izceļot kādu negatīvu iezīmi, kas saistīta ar viņu kā grāmatas autoru, piemēram, ka autors nav spējis atainot pietiekamu grāmatas varoņu psiholoģisko dziļumu.¹⁸⁹ Žurnālisti, kritiķi un eksperti, reprezentējot autoru, piešķir tam savu unikālu nozīmi, līdz ar to varētu pieņemt, ka autora reprezentācijā lielākoties izmantota konstrukcionisma pieeja pēc S. Hola¹⁹⁰.

5. tabula

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Eiropas Savienības (ES) Literatūras balvas laureāts Jānis Joņevs”		„Šie trīs pretendenti bija saņēmuši vislielāko atbalstu Latvijas iedzīvotāju balsojumā.” ¹⁹¹
„Kulta rakstnieks” ¹⁹²		
„Jaunais rakstnieks” ¹⁹³		
„prozaīķis” ¹⁹⁴		
„jaunais cilvēks”, „hospitāļu ielas džeks” ar brillēm uz acīm”, „bārdains puisis, kurš allaž ir manīts līgojamies „Hospitāļu ielas” reģejiskajos ritmos”		„Grāmatas prezentācijā pēc nolasītā grāmatas fragmenta Joņevs noteica „stay brutal” un pārbāztais Teātra bārs sveica viņu ar aplausiem.” ¹⁹⁵
„prozaīķis Jānis Joņevs” ¹⁹⁶		
„jauns latviešu autors” ¹⁹⁷	„Sākot ar 2013. gada pavasari, Jānis Joņevs un viņa grāmata „Jelgava 94” bija viena no populārākajām sarunu tēmām.”	„Jāņa Joņeva vārds vēl pirms diviem gadiem saistījās lielākoties ar dažādu grāmatu recenzijām literatūras žurnālos vai lielāko laikrakstu kultūras sadaļās.” ¹⁹⁸
	„Latvijas literatūra šogad ir izgājusi pasaulē, pateicoties Jānim Joņevam un „Jelgava 94”. Lepojos.” ¹⁹⁹	

¹⁸⁷ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

¹⁸⁸ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

¹⁸⁹ Rudaks, U. (2013, 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*, 78(6327), 14.

¹⁹⁰ Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. P. 24–26.

¹⁹¹ TV NET. (2014). Par “Eiropas cilvēku Latvijā” šogad kļuvis bokseris Briedis.

¹⁹² Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8. –16.

¹⁹³ Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būšanu jaunam deviņdesmitajos. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/454818-jonevs_jelgava_94_ir_par_busanu_jaunam_devindesmitajos

¹⁹⁴ TV NET. (2014). Apbalvoti „Kilograms kultūras 2013” laureāti. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/tv_radio/501362-apbalvoti_kilograms_kulturas_2013_laureati

¹⁹⁵ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

¹⁹⁶ Kas Jauns. (2014). Noskaidroti balvas "Kilograms kultūras" uzvarētāji. *Kas Jauns*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/147908/noskaidroti-balvas-kilograms-kulturas-uzvaretaji>

¹⁹⁷ TV NET. (2012). Iznācis žurnāla „Latvju Teksti” ziemas numurs.

¹⁹⁸ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. „Arterritory” ekspresintervija ar Jāni Joņevu.

¹⁹⁹ BNS. (2014). Eiropas cilvēka titulam Latvijā izvirzīti politiķi, kultūras darbinieki, sportisti un uzņēmēji.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Iespējams, svarīgākā stāsta īpašība ir autora bezkompromisa godīgums. Joņevs ir apskaužami patiesi attieksmē pret savām un citu pusaudža gadu rakstura iezīmēm, prioritātēm, egoismu.” ²⁰⁰		
„spilgtāko 2013. gadā klajā laisto prozas darbu autori” ²⁰¹		
„trīsdesmitgadnieku paaudzes rakstnieks” ²⁰²		
„Latvijas Literatūras gada balvas 2013 pretendents kategorijā „Spilgtākā debija”: Jānis Joņevs”, „nobriedusi personība” ²⁰³	„Līdz šim Jānis Joņevs ir bijis pazīstams šaurās aprindās, tomēr pietiekami spilgts, lai viņa seju drukātu uz mazas tirāžas t-kreklu kolekcijām”	„Pēc 2009. gada vasaras festivālu, atļausos teikt, spožajiem īsajiem stāstiem (..), negaidīta grāmatas izdošana likās sapņains, bet visai loģisks solis” ²⁰⁴
„Latvijas Literatūras gada balvai nominētais autors Jānis Joņevs.” ²⁰⁵		
„Prozas lasījumu dalībnieki” ²⁰⁶		
„ES Literatūras balvas laureāts”, „Spilgts, drošs, individuāls” ²⁰⁷		
„Latvijas literatūras gada balvas 2013” laureāts nominācijā „Labākā debija”, portāla „Delfi” un Jāņa Rozes apgāda specbalvu ieguvējs” ²⁰⁸		
		„Jānis prot krāsot ar pelēko. Asprātīgi, neremdināmi un sulīgi. Pat negribas ticēt, ka autors brīvprātīgi ir aprāvis stāstu.” „(..) autora raiti plūstošā vārdu straume”, „Jānis Joņevs pagaidām mums neliek pārbaudīt savus atskaites punktus. Un tas padara Jelgavu 94 burvīgu. Ļauj baudīt.” „Joņevs prot jokot!” „Jānis Joņevs ļauj noticēt, ka stāsts ir īsts. Es noticēju. Un aizverot grāmatu, tā mierīgi turpinās manī.” ²⁰⁹

²⁰⁰ DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. „Arterritory” ekspresintervija ar Jāni Joņevu.

²⁰¹ DELFI. (2014). 16. aprīlī - LaLiGaBa prozas lasījumi.

²⁰² Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8. –16.

²⁰³ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

²⁰⁴ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas „Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²⁰⁵ DELFI. (2014). Izdota nepareiza grāmata nepareiziem bērniem „Nepareizie stāsti”. *DELFI*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.delfi.lv/calis/jaunumi/izdota-nepareiza-gramata-nepareiziem-berniem-nepareizie-stasti.d?id=44399201>

²⁰⁶ DELFI. (2012). Zināmi festivāla „Prozas lasījumi 2012” laureāti. *DELFI*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/zinami-festivala-prozas-lasijumi-2012-laureati.d?id=42892134>

²⁰⁷ Apollo. (2014). Eiropas gada cilvēka kandidātu Top3: bokseris, rakstnieks un ministrs.

²⁰⁸ LETA. (2014). Joņevs par romānu “Jelgava 94” saņēmis ES Literatūras balvu.

²⁰⁹ Kazāks, K. (2013, mar.-apr.). Sullīgi pelēks. *IR*, 13(155), 30.

NOSAUKŠANA	APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„mūsu pilsētā dzimušais Jelgavas 2. vidusskolas 1998. gada absolvents Jānis Joņevs” ²¹⁰	„Goda raksts šoreiz piešķirts (..) rakstniekam Jānim Joņevam par pilsonisko aktivitāti un pilsētas vārda popularizēšanu.” ²¹¹	
„viņš bija diezgan cītīgs skolēns, daudz lasīja, klausījās „smago” mūziku un centās atrast savu vietu dzīvē.”	„Viņš arī bijis gandrīz vienīgais klasē, kurš vasarā vienmēr izlasījis obligātās literatūras sarakstā norādītās grāmatas.” „viņš lasa angļu, krievu, franču un portugāļu valodā.” ²¹²	
		„Pāris reizu autoram esot pārņemts, ka pietrūkst citu varoņu psiholoģiskā portretējuma, ka viņi sanāk tādi plakani un psiholoģiskā dziļuma pietrūkst.” ²¹³
„Svešāks plašākai publikai droši vien ir Jānis Joņevs”, „mūsu pilsētā dzimušais Jelgavas 2. vidusskolas 1998. gada absolvents Jānis Joņevs” ²¹⁴	„Goda rakstu (..) saņēma (..) Jānis Joņevs - par pilsonisko aktivitāti un pilsētas vārda popularizēšanu.” ²¹⁵	
„novadnieks”, „latviešu rakstniecības jaunās paaudzes pārstāvis un tagadējās Latvijas Valsts ģimnāzijas absolvents” ²¹⁶		
„brīļainais tīnis, viscaur kārtīgais un godīgais skolnieks Jānis (..) piepeši maina orientāciju un pārkvalificējas par īstentīgu metālistu, turpmākajā ritumā aizrautīgi gremdēdamies <i>heavy, black, death, doom, trash</i> un tamlīdzīgās substancēs un to kombinācijās”	„Pašironijas autoram netrūkst.” „Autora ķēriens jaušams bez jebkādas analītiskas optikas”, „autoram ar mēra izjūtu kopumā viss kārtībā.” ²¹⁷	
„Prieks, ka prozā kā debija ienāk nobriedusi personība un labi strukturēts teksts” ²¹⁸		
„Latvijas pārstāvis” ²¹⁹		

Bez grāmatas un autora reprezentācijas, būtiski ir noskaidrot, kā tiek reprezentēti grāmatas lasītāji, jo lasītāju daudzums un atzinība arī norāda uz grāmatas panākumiem.

²¹⁰ Veilands, U. (2012. 14. dec.). Sadalītas "Prozas lasījumu" balvas. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

²¹¹ Gaidamoviča, R. (2014, 13. nov.). Pasniegs augstākos apbalvojumus. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

²¹² Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca. *Jelgavas Vēstnesis*. 8. lpp.

²¹³ Rudaks, U. (2013. 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*, 78(6327), 14.

²¹⁴ Veilands, U. (2012. 6. dec.). Prozas lasījumos piektdien Jelgavnieku diena. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp

²¹⁵ Gūte, G. (2014, 20. nov.) Ar daudziem pasākumiem un salūtu atzīmē Latvijas dibināšanas gadadienu. *Zemgales Ziņas*. 6.-7. lpp.

²¹⁶ Kudrjavceva, G. (2013. 16. maijs). Piedzīvo mazu slavas uzplaisnījumu. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

²¹⁷ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp

²¹⁸ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs "Jelgava 94".

²¹⁹ DELFI. (2014). Jānim Joņevam Briselē pasniegta Eiropas Savienības literatūras balva. *DELFI*. Sk. 2015. 3. mai.:

<http://www.delfi.lv/kultura/news/books/janim-jonevam-brisele-pasniegta-eiropas-savienibas-literaturas-balva.d?id=45248898>

7.4. Grāmatas lasītāju reprezentācija

Publikācijās grāmatas lasītāji netiek reprezentēti bieži un tiem netiek piedēvēta kāda konkrēta nozīme, tādēļ zemāk esošajā tabulā netiek iekļauta nosaukšanas stratēģija (sk. 6. tabulu). Tomēr izteikti pāris apgalvojumi par grāmatas lasītājiem, piemēram, A. Pabērza apgalvo, ka grāmata spēcīgāku sentimentu un gremdēšanos atmiņās izraisīs J. Joņeva vienaudžu vidū.²²⁰, arī I. Knusle-Jankevica pieņem, ka grāmatas notikumus ar sevi varēs asociēt trīsdesmitgadnieki, bet mūsdienu jaunatne grāmatā var uzzināt, kā dzīvoja jaunieši pirms 20 gadiem.²²¹ G. Berelis apgalvo, ka līdz galam grāmatas saturu izpratīs tikai metālisti. Tie, kuri neesot metālisti, varot izlaist grāmatas aprakstus, līdzīgi kā lasītāji bieži vien ar acīm pārskrien garām dabas aprakstiem.²²² Iepriekš jau tika minēts, ka D. Rukšāne apgalvojusi, ka grāmatu var lasīt arī, pilnībā neko nesaprotot no metāla.²²³ Savukārt K. Kazāks apgalvo, ka grāmata izklaidējošāka šķitīs cēsniekiem.²²⁴ Atainotā lasītāju reprezentācija acīmredzami atšķiras un ir drīzāk subjektīva, jo apgalvojumiem visbiežāk netiek pamatota argumentācija.

Grāmatas lasītāju reprezentācijas tabula parāda, ka publikācijās nav izteiktas, vienotas lasītāja reprezentācijas – tas nosaukts par trīsdesmitgadnieku, vienaudzi, metālistu, cēsnieku un pat mūsdienu skolniekiem, līdz ar to var secināt, ka reprezentētais grāmatas „Jelgava 94” lasītājs ir teju jebkurš.

6. tabula

APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„(...) pieņemu, ka tiem, kas tiešām ir Joņeva vienaudži, šī grāmata var un arī izraisa vēl spēcīgāku jaunības sentimentu un gremdēšanos atmiņās.” ²²⁵	
„Nezinu, kā grāmata „Jelgava 94” lasīsies cēsniekiem, bet pieļauju - vēl izklaidējošāk.” ²²⁶	
„Tā laika notikumus ar sevi asociēt varēs liela daļa trīsdesmitgadnieku, savukārt skolas jaunieši uzzinās, kā izklaidējās, ko domāja viņu vienaudži pirms gadiem 20.” ²²⁷	

²²⁰ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

²²¹ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

²²² Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

²²³ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

²²⁴ Kazāks, K. (2013, mar.-apr.). Sullīgi pelēks. *IR*, 13(155), 30.

²²⁵ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

²²⁶ Kazāks, K. (2013, mar.-apr.). Sullīgi pelēks. *IR*, 13(155), 30.

²²⁷ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

APGALVOJUMS	ARGUMENTĀCIJA
„Lasītājs vienmēr grib dabūt pa galvu, apzinās viņš to vai ne, bet tagad, ja arī kas sasists, tad tikai sile.” „Līdz galam šo grāmatu izprafis tikai paši metālisti, kas pieredzējuši īpašo gaisotni un šai subkulturāi pievērsušies pusaudžu gados.”	„(..) savukārt lasītājs, kuram metāls pa galvu nedod un vispār pie vienas vietas, garumgaros grupu uzskaitījums var mierīgi izlaist nelasītus, līdzīgi kā nelasītus mēdz izlaist dabas aprakstus.” „Figūras tiek izspēlētas, bet... nekas nenotiek, lai arī, cik noprotams, autors iecerējis mēreni apokaliptiskas intonācijas. Atvēziens ir, bet kulaks paskrien garām lasītāja acij/ žoklim/ degunam - un lasītājam tik vien atliek kā nesapratnē mirkšķināt acis: "Un tas bija viss?" ²²⁸

7.5. Perspektīva, rāmējums vai diskursa reprezentācija

Lielākoties publikācijās ievērota vērtējoša, neitrāla loma attiecībā pret grāmatas saturu vai autoru. Tomēr pāris publikācijās manāma žurnālista identificēšanās ar grāmatas varoņiem (sk. 7. tabulu).

Rakstu autori S. Krauze, G. Berelis, J. Valks un I. Knusle-Jankevica iesaistās satura iztirzājumā, paužot savu viedokli. S. Krauze J. Joņeva darbu salīdzina ar Veņičkas (Venedikta Jerofejeva) poēmu „Maskava – Gailīši?”²²⁹, iespējams, saistībā ar grāmatas varoņu biežo iedzeršanu un braukšanu vilcienā. G. Berelis reprezentē grāmatas tekstu caur spilgtiem grāmatas citātiem. Savukārt J. Valks grāmatas galveno varoni identificē ar sevi 16 gadu vecumā, pamatojot, ka stāstījums tekstu ļauj uztvert kā paša pieredzētus notikumus.²³⁰ I. Knusli-Jankevica nepametot sajūta, ka kādu no grāmatas varoņiem viņa varētu pazīt²³¹, kas arī liek noprast, ka autore identificējas ar grāmatas varoņiem.

Tabula liecina, ka rakstu autori mēdz reprezentēt grāmatu caur tādiem lingvistiskiem realizācijas līdzekļiem, kā citāti, salīdzinājumi un identificēšanās.

7. tabula

ŽURNĀLISTA IDENTIFICĒŠANĀS AR GRĀMATAS VAROŅIEM
„Lasīju un vienā brīdī domāju - ko man tas atgādina? Pēc tam sāku smieties - tāds Jelgavas Veņička. Tikai nav Maskavas - Gailīšu dramatiskā nobeiguma.” ²³²
„ienīdām veiksmīgos un pabrīnojām sliktos”, „nebūt par skrūvīti”, „izlauzties no ikdienības, parastības un saņemt apliecinājumu savai eksistencei. [...] Es varu kā Kobeins” ²³³
„Raitais stāstījums ļauj tekstu uztvert kā konkrētas personas izstāstītu vai paša pieredzētu notikumu un izjūtu virkni.” „Jaunais metālists (..) atgādina mani pašu, kad 16 gadu vecumā braucu uz <i>Metallica</i> koncertu (..)” ²³⁴
„(..) lasot nepamet sajūta, ka kādu no grāmatas varoņiem es varētu pazīt, vismaz zināt (..)” ²³⁵

²²⁸ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

²²⁹ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

²³⁰ Valks, J. (2013). Subkultūras manifesti. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp.

²³¹ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

²³² Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

²³³ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

²³⁴ Valks, J. (2013). Subkultūras manifesti. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp.

²³⁵ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

Medijos atainota ne tikai žurnālistu, kritiķu un ekspertu paustā reprezentācija, bet arī paša autora pašreprezentācija. Būtiski ir to iztirzāt, lai noskaidrotu, kādas ir atšķirības starp abām reprezentācijām.

7.5. Autora pašreprezentācija

Nereti publikācijās parādās autora pašreprezentācija, kurā viņš izsaka apgalvojumus par sevi, grāmatu vai lasītājiem (sk. 8. tabulu).

Autors vairākkārt atgādina, ka grāmatas saturs nav jāuztver kā autobiogrāfija vai memuārliteratūra, kaut gan arī ievadā teikts, ka tas balstās uz patiesiem notikumiem. Varētu domāt, ka tas ir veids, kā autors cenšas sevi pasniegt citādi, nekā to darījis grāmatā. Viņš, iespējams, nevēlas, lai viņu reprezentē kā grāmatas „Jelgava 94” galveno varoni, bet kā rakstnieku J. Joņevu. Kaut gan arī par to varētu strīdēties, jo sākotnēji autors sevi nedēvē par rakstnieku, sakot „neesmu vēl nopozicionējis sevi, vai es jūtos kā rakstnieks vai nē”²³⁶, un vēlāk viņš saka - lai kļūtu par rakstnieku, esot jāuzraksta vismaz vēl viena grāmata.²³⁷

Autora pašreprezentācijas tabula atklāj, ka autors vairākkārt, diezgan regulāri akcentē, ka grāmatas galvenais varonis Jānis neesot jāuztver kā viņš. Nevar līdz galam noprast, kādu sevi tad cenšas atainot J. Joņevs – viņš nevēlas sevi reprezentēt kā nopelniem bagātu jauno rakstnieku, sakot, ka tam viņam trūkstot pieredzes, bet vienlaicīgi viņš liek noprast, ka nevēlas tikt reprezentēts kā tas „brīllainais”, dumpīgais, alternatīvais pusaudzis, kurš ir grāmatas galvenais varonis Jānis. Viņš apšaubā savu spēju apmierināt sabiedrības ekspektācijas, sakot „es nemaz nezinu, vai spēšu piepildīt šīs vēlmes”.²³⁸ Līdz ar to veidojas pretrunas starp mediju atainoto J. Joņevu – nobriedušo, prasmīgo, asprātīgo, talantīgo jauno autoru - un viņa paša reprezentāciju, kurā sevi ataino kā diezgan nepārliecinātu, neizprotamu, šaubu pilnu reklāmas darbinieku (vēl neizlemjot, vai ir rakstnieks).

Analīze liecina, ka žurnālistu atainojums un autora pašreprezentācija ir atšķirīga. Žurnālisti un kritiķi reprezentē autora slavinājumu, bet J. Joņevs pats biežāk norāda uz saviem trūkumiem, kas nav izdevies u.tml. Rodas iespaids, ka viņš nevēlas, lai viņu reprezentētu pārspīlēti, nepatiesi, aplami, tādēļ viņš bieži norāda, ka grāmatas varonis nav gluži viņš. Iespējams, pēkšņā viņam pievērstā uzmanība ir iemesls mulsumam, sava veida bailēm no nezināmā, tādēļ arī autors nevēlas, lai uz viņu liktu pārāk augstas cerības, jo par to piepildīšanu nav pārliecināts.²³⁹

²³⁶ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²³⁷ Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

²³⁸ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²³⁹ Turpat.

PAR SEVI	PAR GRĀMATU	PAR LASĪTĀJIEM
„Neesmu vēl nopozicionējis sevi, vai es jūtos kā rakstnieks vai nē.” ²⁴⁰	„Šis darbs nav autobiogrāfija, lai arī tās ievadā teikts, ka tas balstās uz patiesiem notikumiem.” ²⁴¹	„biju iedomājies, ka manu grāmatu varētu lasīt tie, kuriem šobrīd ir 14-15 gadu” ²⁴²
„(..) lai par tādu [rakstnieku] kļūtu, jāuzraksta vismaz vēl viena grāmata.” ²⁴³	„man vajadzēja attēlot tādu spurainu pusaudzi. Tāpēc brīžiem bija nepieciešams izteikties lecīgāk.. Bet es arī negribu sabaidīt, nekā tāda pārāk lecīga tur tomēr nav.” „Jā, jā...To taisīja labs mans draugs, mākslinieks Reinis Pētersons. Es viņam teicu – lai izskatās apmēram kā metālistu diska vāciņš. Un viņš tādu tad uztaisīja.” „Tās ekspektācijas, iespējams, ir par lielu. Es nemaz nezinu, vai spēšu piepildīt šīs vēlmes...” „Sižetiski grāmata ir par jauniem cilvēkiem, par pusaudžiem, kas dzīvo pagājušā gadsimta deviņdesmitajos. Viņi, sevis un atšķirīgā meklējumos, pievēršas tā saucamajai alternatīvajai kultūrai. Grāmata ir par jaunību, kad mēs katrs cenšamies nostāties pret pasauli, nekļūt tāds, kā visi. Vai tas izdodas? Vai šos solījumus var turēt? Ļoti svarīgs ir arī šis 90. gadu fons, kad kaut kā viss bija brīvāk. Pusaudžiem nekā nebija, bet visu drīkstēja darīt.” „To arī nevarētu saukt par tādu tīru atmiņu stāstu. Es negribētu, ka grāmatas galveno varoni uztver tieši kā Jāni Joņevu. (..)Tā tomēr nav memuārliteratūra.” ²⁴⁴	„Grāmata ir atvērta. Es tur neko vairs nevaru darīt. Ko es perināju viens un slepeni, tas tagad nodots publiskam dialogam. Tas, kas man kādreiz šķita unikāls un nenormāls, pamazām izrādās pazīstams visiem” ²⁴⁵
„Man šī bija iespēja rakstīt to, ko no manis neprasa reklāmā - šeit es izmantoju to brīvību, bet pieļauju, ka esmu izmantojis reklāmā apgūtos instrumentus - turēties pie tā skaidrā, vienkāršā temata.” ²⁴⁶	„Ļoti lēni gāja. 2005. gadā es iedomājos rakstīt, uzrakstīju pirmo nodaļu. Tad pāris gadu pauze.” „Notikumi, par kuriem es rakstu, man likās ļoti svarīgi, un tie gadi - vissvarīgākais vecums. Likās - ja tagad par to nerunāšu un nerakstīšu, tā tas arī aizies. (..) biju atradis struktūru, kurā rakstīt. Likās amizanti romāna veidā uzrakstīt par to, kā mums gāja. Tā nav autobiogrāfija, bet tas ir par mums.” ²⁴⁷	
	„Lai gan visiem grāmatas varoņiem dzīvē ir prototipi un dažiem pat vairāki, man labpatiktos teikt, ka grāmatas galvenais varonis neesmu simtprocentīgi es. Viņu arī sauc Jānis, bet nevajadzētu uztvert, ka tas ir Jānis Joņevs. Tas ir cilvēks, kurš dzīvoja tolaik Jelgavā.” „„Jelgava 94” nav novadpētniecisks romāns par Jelgavu. Nosaukums drīzāk ir simbols perifērijai. Tā nav galvenā skatuve, tas ir solis tumsā, un stāsts ir par cilvēkiem, kas jūtas mazliet malā.” ²⁴⁸	

²⁴⁰ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²⁴¹ Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būšanu jaunam deviņdesmitajos.

²⁴² Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²⁴³ Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

²⁴⁴ Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas “Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu.

²⁴⁵ Apollo. (2013). Izdots Jāņa Joņeva romāns „Jelgava 94”. *Apollo*. Sk. 2015. 28. apr.:

<http://apollo.tvnet.lv/zinas/izdots-jana-joneva-romans-jelgava-94/558700>

²⁴⁶ Rudaks, U. (2013, 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*, 78(6327), 14.

²⁴⁷ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.–16.

²⁴⁸ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca.

PAR SEVI	PAR GRĀMATU	PAR LASĪTĀJIEM
	„Es vēlējos uzrakstīt par cilvēkiem, kas nesapņo par skaistām lietām un veiksmīgu dzīvi, nevēlas samierināties un pielāgoties, bet par visu pasmejas.” ²⁴⁹	
	„Grāmatas varoņi ir jaunieši, kas iesaistās tolaik mūsu pilsētā un visā Latvijā populārājās alternatīvās mūzikas subkultūrās. Varētu teikt, ka šis romāns ir subjektīva Latvijas deviņdesmito pagrīdes kustības vēsture ar Jelgavu kā galvaspilsētu.” ²⁵⁰	
	„Es erotiku neizmantoju apzināti, jo tagad gandrīz katrā grāmatā ir vismaz pa vienam dzimumaktam.” „lai arī grāmatu caurvij humors, tai piemīt bezcerības apziņa.” ²⁵¹	

7.6. Intensifikācija

Dažbrīd publikācijās var manīt svārstīšanos, vilcināšanos, nenoteiktus izteicienus, hiperbolas, jautājuma teikumus vai retoriskus jautājumus, kas kopumā pieder pie intensifikācijas stratēģijas (sk. 9. tabulu). Tas reprezentācijas pētniecību padara mazliet komplicētāku, jo ne vienmēr var saprast, ko izteikuma autors ar teikto domājis. Piemēram, A. Pabērzas izteikums par to, ka J. Joņevs „sarakstījis grāmatu par Jelgavu un ... metālu. Kas to būtu domājis.”²⁵² Pēdējā piebilde liek noprast, ka no J. Joņeva nekas līdzīgs iepriekš nebūtu sagaidāms, iespējams, tādēļ, ka pēc viņa ārienes nevarētu noprast par tuvām attiecībām ar metāla kultūru. J. Joņeva bijusī skolas direktora vietniece Mairita Asarīte pārsteigumā jautā: „Vai tad viņš tagad ir rakstnieks?”²⁵³, kas liek noprast, ka J. Joņevs vismaz skolas gados nav uztverts kā topošais rakstnieks, tas viņai ir kā pārsteigums. Līdz ar to autora reprezentācija rada iespaidu, ka gūtie panākumi rakstniecībā ir pārsteigums gan viņam pašam, gan plašākai sabiedrībai.

Vienā no publikācijām šķietami skarbi izteicies G. Berelis, sakot, ka J. Joņevs sarakstījis romānu par savu jaunību, bet pēc tam taisnojas, ka tas neesot par viņu. „Kāpēc šīs Jāņu savstarpējās spēlītes vajadzīgas? Autors laiž muļķi un izklaidējas, kā vien viņam iepatīkas?”²⁵⁴ Lai gan sākotnēji G. Bereļa jautājumi šķiet retoriski, mazliet uzbrūkoši, tomēr vēlāk viņš jautājumus pats atspēko ar argumentu, ka romāns jāuzlūko literatūras, nevis reālo norišu kontekstā. Tas liecina, ka publikācijās pavīd spēlēšanās ar retoriskiem, izaicinošiem jautājumiem, lai lasītājam radītu nelielu apjukumu, liktu aizdomāties.

²⁴⁹ Adamaite, U., Kazlauskene, L. (2012, 5.dec.). Seši autori meklē tēlus. Drīz grāmata. *Diena*. 16.–17. lpp.

²⁵⁰ Veilands, U. (2012. 6. dec.). Prozas lasījumos piektdien Jelgavnieku diena. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.

²⁵¹ Kudrjavceva, G. (2013. 16. maijs). Piedzīvo mazu slavas uzplaisnījumu. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

²⁵² Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

²⁵³ Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

²⁵⁴ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

Arī J. Valks recenzijā izteicis skarbāku vārdu, kritizējot seksualitātes trūkumu romānā – „Ar īsu pastāstiņu par kaut ko nesanākušu nevar izpeldēt cauri metāla un spirta jūrai, tekstā jābūt kam vairāk, ko autors vai nu smalkjūtīgi slēpj, jo visas varones vēl dzīvas, vai arī... nezinu... varēja taču šajā jomā arī ko izfantazēt.”²⁵⁵ Nav īsti saprotams, vai šī kritika uztverama nopietni, ņemot vērā biežās daudzpunktes un vilcināšanos vārdu izvēlē, vai tā izteikta tādēļ, lai būtu akcentēts arī kaut kas no negatīvās puses un atkal jau spēlētos ar lasītāja uztveri.

I. Lešinska izteikusi spēcīgu salīdzinājumu ar Dž. D. Silindžera romānu „Uz kraujas rudzulaukā”²⁵⁶, kas ir viens no ievērojamākiem darbiem pēckara publicētajā literatūrā.²⁵⁷ S. Krauze „Lilit” rakstā uzdod jautājumus pašam autoram – „Kas pieder tev? Miljons grāmatu? Kafka?”²⁵⁸ Kafka šajā ziņā visdrīzāk domāts viens no nozīmīgākajiem modernisma rakstniekiem Francs Kafka. Šie jautājumi vedina domāt, ka J. Joņevs ir aizrautīgs lasītājs un literatūras pazinējs. Lai gan jautājums šķiet mazliet pārspīlēts (miljons grāmatu) un pat ar nelielu sarkasma piedevu. Autore arī tikpat ironiski iejautājas par autoram raksturīgajām ironiskajām dzirkstelītēm. Tas liek domāt, ka J. Joņeva reprezentāciju mēģināts veidot ar humoru, ņemot vērā iepriekš izteiktos apgalvojumus par J. Joņevam piemītošo humora izjūtu.

Intensifikācijas tabula liecina, ka reprezentācijā retos gadījumos izmantoti intensifikācijas paņēmieni, kas mulšina lasītāju un informāciju liek interpretēt dažādi.

9. tabula

INTENSIFIKĀCIJA	AUTORS
„Es „Jelgava 94” neesmu vēl lasījis, bet grāmata par „Pienvedējiem”? Vajadzētu kādam pieķerties un tādu uzrakstīt. Pats diez vai to varētu, vajag vienu trako, kas staigā līdz un mēģina līdz ar mani visu atcerēties” ²⁵⁹	Māris Žigats
„puisis, kurš allaž ir manīts līgojamies „Hospitāļu ielas” regejiskajos ritmos, ir sarakstījis grāmata par Jelgavu un... metālu. Kas to būtu domājis.” „Nedaudz mulsināši liekas autora notikumu salīdzinājumi ar dažādas literatūras palīdzību. Piesaukts tiek gan Kafka, Vonnegūts, gan Bulgakova „Meistars un Margarita”, pat „Šveiks” un Platona darbi. Liekas, ka tas īsti tā kā nesaskan ar tāda klasiskā garmatainā <i>death metal</i> pusaudža ikdienas gaitām, bet... tikpat labi lieliski saskan ar pašu Joņevu kā tādu un viņa personīgo mīlestību pret literatūru.” ²⁶⁰	Alise Pabērza
„„Jelgavas 94” popularitātes fenomens atgādina to, ko 1970.gadu jauniešiem nozīmēja Selindžera „Uz kraujas rudzulaukā” tulkojums latviešu valodā.” ²⁶¹	Ieva Lešinska
„Vai tai mīklī aiz brillēm nozībsnija vai nenozībsnija viņa ironiskās dzirkstelītes?”, „Kas pieder tev? (...) Miljons grāmatu? Kafka?” ²⁶²	Sintija Krauze

²⁵⁵ Valks, J. (2013). Subkultūras manifests. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp.

²⁵⁶ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

²⁵⁷ Langa, L. (2012). Uz kraujas literatūras laukā. *Diena*. Sk. 2015. 16. maijs: <http://www.diena.lv/kd/eksperti-blogeri/uz-kraujas-literaturas-lauka-13942406>

²⁵⁸ Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

²⁵⁹ Rieksta, N. (2013). Sābils 94. Māris Žigats no grupas „Pienvedēja piedzīvojumi”.

²⁶⁰ Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu.

²⁶¹ DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”.

²⁶² Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.

INTENSIFIKĀCIJA	AUTORS
„(..) tikai tagad viņš pats sevi spēj nosaukt par rakstnieku.” ²⁶³	Ilze Knusle-Jankevica
„Vai tad viņš tagad ir rakstnieks?!” ²⁶⁴	Direktora vietniece Mairīta Asarīte
„Jānis Joņevs, sarakstījis romānu par savu jaunību, pēc tam rāpjas tribīnē, vicinās ar rokām un taisnojas: „Tas nemaz neesmu es! Romāns nav par mani! Tie visi ir citi Jāņi!” Kāpēc šis Jāņu savstarpējās spēlītes vajadzīgas? Autors laiž muļķi un izklaidējas, kā vien viņam iepatīkas?” ²⁶⁵	Guntis Berelis
„Ar īsu pastāstiņu par kaut ko nesanākušu nevar izpeldēt cauri metāla un spirta jūrai, tekstā jābūt kam vairāk, ko autors vai nu smalkjūtīgi slēpj, jo visas varones vēl dzīvas, vai arī... nezinu... varēja taču šajā jomā arī ko izfantazēt.” ²⁶⁶	Jānis Valks

Kopumā izpēte atklāj, ka J. Joņeva un grāmatas „Jelgava 94” reprezentācija nav bijusi mediju notikums, lai gan tai piemīt mediju notikuma iezīmes. Mediju notikums veidojies laika gaitā, atstājot ēnā grāmatas izdošanu, bet vairāk akcentējot saņemtos apbalvojumus, titulus, nominācijas.

Notikuma reprezentācija daudzviet bijusi pavirša, rutinizēta, vienveidīga, ko varētu skaidrot ar biežo žurnālistu nozīmju piedēvēšanu. Pēc žurnālistikas principiem ziņu un citu materiālu veidošanā nepieciešamas atsaukties uz dažādiem avotiem, lai publikācija būtu ticama un pārbaudāma. Tas bieži netika ievērots analizētajās publikācijās. Formalizēts, rutinizēts, vienveidīgs saturs notikumam liek izskatīties nebūtiskākam par citiem. Tajā pašā laikā konkrētā notikuma atainojumu medijos varētu dēvēt par rituālu, un publikāciju skaits pētāmajā laika periodā ir turpinājis augt. Tādā veidā medijs lasītājiem liek noprast, ka notikums ir svarīgs un izceļ to.

Nākamajā nodaļā apkopoti būtiskākie secinājumi, kas radušies izpētes procesā.

²⁶³ Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.

²⁶⁴ Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca. *Jelgavas Vēstnesis*. 8. lpp.

²⁶⁵ Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.

²⁶⁶ Valks, J. (2013). Subkultūras manifests. *Vārds*. 1(4) 123.-125. lpp.

SECINĀJUMI

Pētījuma izvirzītais mērķis – izpētīt grāmatas „Jelgava 94” un tās autora Jāņa Joņeva reprezentāciju trīs gadu periodā latviešu drukātajā presē un apmeklētākajos interneta ziņu portālos – tika sasniegts.

Visgrūtāk pētījuma laikā bija izprast, vai J. Joņeva un viņa grāmatas „Jelgava 94” reprezentācija dēvējama par mediju notikumu. Publikācijas liecina, ka reprezentācijā manāmas mediju notikuma pazīmes, tomēr nevarētu teikt, ka tieši J. Joņevs un grāmata ir dēvējams kā mediju notikums, bet gan saņemtā starptautiskā atzinība, Latvijas un savas dzimtās pilsētas Jelgavas vārda nešana pasaulē. Šajā gadījumā mediji no sākotnējā reālā notikuma – grāmatas izdošanas – ir izveidojuši mediju notikumu – grāmatas saņemto apbalvojumu reprezentāciju. Šāds apgalvojums radies pēc publikāciju tematikas, satura, izvietojuma u.tml. parametru izpētes. Sīkāk to skaidro zemāk uzskaitītie secinājumi.

1) Publikācijās lielākoties izmantotas vienas un tās pašas diskursa veidošanas stratēģijas, kuras aizgūtas no agrākām publikācijām, piemēram, ziņu aģentūras LETA publicētās informācijas. To varētu skaidrot kā mediju rituālu – formalizētu darbību.

2) Mediji notikumu reprezentē vienprātīgi, tā savā ziņā ir ieraduma darbība – ziņas pārkopēšana, galvenās idejas aizgūšana u.tml. Daudzie atkārtojumi, līdzīgās nosaukšanas stratēģijas liek domāt, ka J. Joņeva un grāmatas „Jelgava 94” reprezentācija daudzviet atainota pavirši, bez radošas pieejas.

3) Apzīmējumi, kas saistīti ar piederību valstij vai pilsētai (novadnieks, jelgavnieks, latviešu rakstnieks), rakstnieku J. Joņevu liek skatīt vairāk kā daļu no kopuma – pilsētas vai valsts –, nevis individuālu personību.

4) Publikācijas drukātajā presē un interneta ziņu portālos ne tik daudz koncentrējas uz grāmatas saturu vai autoru kā personību, drīzāk vērtējoši apraksta saņemtās nominācijas, apbalvojumus, retāk iesaistot kāda eksperta vai kritiķa viedokli. Tas, iespējams, saistāms ar publikāciju kā mediju rituāla veidošanu.

5) Rakstu autori mēdz reprezentēt grāmatu caur tādiem lingvistiskiem realizācijas līdzekļiem, kā citāti (no grāmatas teksta), salīdzinājumi (salīdzinot ar nozīmīgiem darbiem latviešu literatūrā) un identificēšanās (iejūtoties grāmatas varoņu ādā).

6) Varētu pieņemt, ka J. Joņeva un grāmatas reprezentācija veidojas par mediju notikumu, ejot ilgākam laikam, grāmatai saņemot vairāk apbalvojumu un augot rakstu skaitam un biežumam laika periodā līdz 2014. gadam.

7) Romāns tiek reprezentēts kā viens no latviešu nozīmīgiem darbiem modernajā literatūrā. Paredzot grāmatas izpēti akadēmiskā laukā, raksti reprezentē grāmatu arī kā būtisku izpētes objektu, kas savā ziņā norāda uz vienu no mediju notikuma veidiem – „kronēšanu”. Līdz ar to J. Joņeva un grāmatas reprezentācijai piemīt mediju notikuma pazīmes.

8) Tomēr notikums bieži bijis reprezentēts preses pēdējās lapās vai izdevuma vidū. Tas, iespējams, liecina, ka notikums nav bijis tik sensacionāls, lai lielākoties atrastos uz izdevuma vāka vai pirmajās lapās, tajā pašā laikā publikācijās tiek akcentēta notikuma vispārējā nozīmība.

9) Visvairāk rakstu publicētas ziņu žanrā, tas sasaistās ar lakonisko un bieži vien vienveidīgo izklāstu par rakstnieku J. Joņevu un viņa grāmatu „Jelgava 94”. Publikācijās manāms izteiksmes līdzekļu vienveidīgums. Apzīmējumus analizētajām kategorijām lielākoties piedēvē žurnālisti, kas varētu skaidrot vienveidīgo izteiksmes līdzekļu lietojumu ikdienas ritualizētās darbības dēļ. Eksperti biežāk piedēvē dziļākas, atšķirīgas, subjektīvas nozīmes, bet recenziju, interviju publikācijās bija salīdzinoši maz.

10) Pēc autora pašreprezentācijas analīzes veidojas pretrunas starp žurnālistu un kritiķu atainoto J. Joņevu – nobriedušo, prasmīgo, asprātīgo, talantīgo jauno autoru - un viņa paša reprezentāciju, kurā sevi ataino kā diezgan nepārliecinātu, neizprotamu, šaubu pilnu reklāmas darbinieku (vēl neizlemjot, vai ir rakstnieks). Analīze liecina, ka žurnālistu reprezentācija un autora pašreprezentācija ir atšķirīga. Iespējams, pēkšņā viņam pievērstā uzmanība ir iemesls mulsumam, sava veida bailēm no nezināmā, tādēļ arī autors nevēlas, lai uz viņu liktu pārāk augstas cerības, jo par to piepildīšanu nav pārliecināts.

Pētījumi, kas aplūko viena konkrēta gadījuma reprezentāciju medijos, dod ieguldījumu arī kopējā, vispārējā mediju reprezentācijas jēdziena izpētē. Tāpat arī jaunā rakstnieka J. Joņeva un viņa grāmatas reprezentācijas izpēte ļauj spriest par to, kā mediji ar reprezentācijas palīdzību rada mediju notikumus, ritualizēti apraksta sabiedrībā atzītus kultūras notikumus un kopumā rada un pārveido sabiedrības konceptus, pasaules skatījumu.

Pētījumu būtu iespējams attīstīt un papildināt, izpētot, kāda ir J. Joņeva un viņa grāmatas reprezentācija televīzijā un radio, pēc tam veidojot salīdzinājumu ar rakstošajiem medijiem. Vēl interesanti būtu noskaidrot sabiedrības viedokli – vai tas atbilst visiem mediju izteiktajiem apgalvojumiem par grāmatas atzinību, pieprasījumu u.tml., tādējādi izmantojot auditorijas pētniecību. No rezultātiem varētu analizēt, kā medijs ietekmē auditorijas izvēles, gaumi, konceptus.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

Avoti:

1. [B. a.]. [B. g.]. Jelgava 94. *Janisroze*. Sk. 2015. 5. maijs:
<http://www.janisroze.lv/lv/jelgava-94.html>
2. [B. a.]. (2014). Jāņa Joņeva grāmata „Jelgava 94” saņem LTV balvu „Kilograms kultūras”. *ZZ. Diena*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://zz.diena.lv/kultura-un-izklaide/citas-zinas/jana-joneva-gramata-jelgava-94-sanem-ltv-balvu-kilograms-kulturas-175969>
3. [B. a.]. [B. g.]. Lielā lasīšana. TOP 21. *LSM*. Sk. 2015. 28. apr.:
<http://ltv.lsm.lv/lv/liela-lasisana/top21/>
4. Adamaite, U., Kazlauskene, L. (2012, 5.dec.). Seši autori meklē tēlus. Drīz grāmata. *Diena*. 16. – 17. lpp.
5. Apollo. (2013). Izdots Jāņa Joņeva romāns „Jelgava 94”. *Apollo*. Sk. 2015. 28. apr.:
<http://apollo.tvnet.lv/zinas/izdots-jana-joneva-romans-jelgava-94/558700>
6. Apollo. (2014). Eiropas gada cilvēka kandidātu Top3: bokseris, rakstnieks un ministrs. *Apollo*. Sk. 2015. 3. maijs: <http://apollo.tvnet.lv/zinas/eiropas-gada-cilveka-kandidatu-top3-bokseris-rakstnieks-un-ministrs/675235>
7. Apollo. (2014). Rakstnieks Jānis Joņevs saņem ES literatūras balvu. *Apollo*. Sk. 2015. 8. maijs: <http://apollo.tvnet.lv/zinas/rakstnieks-janis-jonevs-sanem-es-literaturas-balvu/673125>
8. Berelis, G. (2013). Kurts šauj Amerikā un trāpa Jānim Latvijā. *Vārds*. 1(4) 119.-123. lpp.
9. BNS. (2014). Eiropas gada cilvēka titulu cerības iegūt Mairim Briedim, Joņevam vai Edgaram Rinkēvičam. *BNS*. Sk. 2015. 28. apr.:
<http://www.delfi.lv/news/eiropa/zinas/eiropas-gada-cilveka-titulu-ceribas-iegut-mairim-briedim-jonevam-vai-edgaram-rinkevicam.d?id=45329504>
10. BNS. (2014). Eiropas cilvēka titulam Latvijā izvirzīti politiķi, kultūras darbinieki, sportisti un uzņēmēji. *BNS*. Sk. 2015. 8. maijs:
http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/537146-eiropas_cilveka_titulam_latvija_izvirziti_politiki_kulturas_darbinieki_sportisti_un_uznemeji
11. DELFI. (2012). Zināmi festivāla “Prozas lasījumi 2012” laureāti. *DELFI*. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/zinami-festivala-prozas-lasijumi-2012-laureati.d?id=42892134>

12. DELFI. (2014). 16. aprīlī - LaLiGaBa prozas lasījumi. *DELFI. Sk.* 2015. 8. Maijs:
<http://www.delfi.lv/kultura/news/books/16-aprili-laligaba-prozas-lasijumi.d?id=44396667>
13. DELFI. (2014). Izdota nepareiza grāmata nepareiziem bērniem „Nepareizie stāsti”.
DELFI. Sk. 2015. 5. maijs: <http://www.delfi.lv/calis/jaunumi/izdota-nepareiza-gramata-nepareiziem-berniem-nepareizie-stasti.d?id=44399201>
14. DELFI. (2014). Jaunie darbi un priekšvēsture. „Arterritory” ekspresintervija ar Jāni Joņevu. *DELFI. Sk.* 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/jaunie-darbi-un-prieksvesture-arterritory-ekspresintervija-ar-jani-jonevu.d?id=45379676>
15. DELFI. (2014). Jānim Joņevam Briselē pasniegta Eiropas Savienības literatūras balva.
DELFI. Sk. 2015. 3. maijs:
<http://www.delfi.lv/kultura/news/books/janim-jonevam-brisele-pasniegta-eiropas-savienibas-literaturas-balva.d?id=45248898>
16. DELFI. (2014). Jelgavnieka debijas romāns kļuvis populārs Latvijā. *DELFI. Sk.* 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/novados/jelgava/zinas/jelgavnieka-debijas-romans-kluvis-populars-latvija.d?id=44007034>
17. DELFI. (2014). Spilgtākā debija: Jānis Joņevs “Jelgava 94”. *DELFI. Sk.* 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/kultura/news/literaturas-gada-balva/spilgtaka-debija-janis-jonevs-jelgava-94.d?id=44374825>
18. Gaidamoviča, R. (2014, 13. nov.). Pasniegs augstākos apbalvojumus. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.
19. Gūte, G. (2014, 20. nov.) Ar daudziem pasākumiem un salūtu atzīmē Latvijas dibināšanas gadadienu. *Zemgales Ziņas*. 6.-7. lpp.
20. Kas Jauns. (2013). Jaunais rakstnieks Jānis Joņevs saņem rakstnieku mājas stipendiju. *Kas Jauns. Sk.* 2015. 28. apr.: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/130584/jaunais-rakstnieks-janis-jonevs-sanem-rakstnieku-majas-stipendiju>
21. Kas Jauns. (2014). Eiropas gada cilvēka titulu cerības iegūt Mairim Briedim, Joņevam vai Edgaram Rinkēvičam. *Kas Jauns. Sk.* 2015. 11. maijs:
<http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/173330/eiropas-gada-cilveka-titulu-ceribas-iegut-mairim-briedim-jonevam-vai-edgaram-rinkevicam>
22. Kas Jauns. (2014). Noskaidroti balvas "Kilograms kultūras" uzvarētāji. *Kas Jauns. Sk.* 2015. 5. maijs:
<http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/147908/noskaidroti-balvas-kilograms-kulturas-uzvaretaji>
23. Kazāks, K. (2013, mar.-apr.). Sullīgi pelēks. *IR*, 13(155), 30.

24. Knusle-Jankevica, I. (2013, 23. maijs). "Jelgava 94" tik populāra, ka izdod otro tirāžu. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.
25. Knusle-Jankevica, I. (2013, 17. jan.). Komponistus māca, gleznotājus māca, rakstniekus nemāca. *Jelgavas Vēstnesis*. 8. lpp.
26. Knusle-Jankevica, I. (2014, 1. maijs). Joņevs beidzot atzīst, ka ir rakstnieks. *Jelgavas Vēstnesis*. 3. lpp.
27. Krauze, S. (2014). Jānis Joņevs - trīsdesmitgadnieku brīvības garša. *Lilit*. (12) 8.-16.
28. Kudrjavecva, G. (2013. 16. maijs). Piedzīvo mazu slavas uzplaisnījumu. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.
29. Langa, L. (2012). Uz kraujas literatūras laukā. *Diena*. Sk. 2015. 16. maijs: <http://www.diena.lv/kd/eksperti-blogeri/uz-kraujas-literaturas-lauka-13942406>
30. LETA. (2014). Joņevs par romānu „Jelgava 94” saņēmis ES Literatūras balvu. *TV NET*. Sk. 2015. 5. maijs: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/530021jonevs_par_romanu_jelgava_94_sanemi_s_es_literaturas_balvu
31. LETA. (2014). Joņevs Briselē saņems ES Literatūras balvu. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/535671-jonevs_brisele_sanems_es_literaturas_balvu
32. LETA. (2014). Literatūras gada balvu saņem Marts Pujāts, Māra Zālīte un Jānis Joņevs. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/507268->
33. LETA. (2014). Par “Jelgava 94” izdošanu interesi izteikuši vairāk nekā 20 valstu apgādi. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/536160-par_jelgava_94_izdosanu_interesi_izteikusi_vairak_neka_20_valstu_apgadi
34. Pabērza, A. (2013). Izrādās, ka es pazinu Joņevu. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/457516-izradas_ka_es_pazinu_jonevu
35. Rieksta, N. (2013). Jānis rīt būs slavens. Saruna ar grāmatas „Jelgava 94” autoru Jāni Joņevu. *DELFI*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.delfi.lv/kultura/news/books/janis-rit-bus-slavens-saruna-ar-gramatas-jelgava94-autoru-jani-jonevu.d?id=43123024>
36. Rieksta, N. (2013). Sabile 94. Māris Žigats no grupas „Pienvedēja piedzīvojumi”. *TV NET*. Sk. 2015. 8. maijs: http://www.tvnet.lv/muzika/intervijas/478642-sabile_94_maris_zigats_no_grupas_pienvedēja_piedzivojumi
37. Rudaks, U. (2013. 23. apr.). Patiesāka ir tikai leģenda. *Diena*, 78(6327), 14.
38. Silver, R. [B. g.]. As the world watches: Media events are modern “holy days”. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.medialit.org/reading-room/world-watches-media-events-are-modern-holy-days>

39. Šulca, U. (2013, 25. sep.). Izcilības stipendijas rakstniekiem. *Ventas Balss*. 5. Lpp
40. TNS. [B. g.]. Interneta patēriņa paradumu pētījums TNS Latvia Digital. *TNS*. Sk. 2015. 5. maijs:
http://www.tns.lv/wwwtnslv_resources/images/Mediju_petijumu_gadagramata/2013-2014/08_Internets.pdf
41. TNS. [B. g.]. Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2013. un 2014. gada rudenī (visi Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem). *TNS*. Sk. 2015. 5. maijs:
<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4678>
42. TV NET. (2014). Apbalvoti „Kilograms kultūras 2013” laureāti. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/tv_radio/501362-apbalvoti_kilograms_kulturas_2013_laureati
43. TV NET. (2014). Godalgos grāmatas „Blaumanis tuvplānā” autori Annu Kuzinu. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/504378-godalgos_gramatas_blaumanis_tuvplana_autori_annu_kuzinu
44. TV NET. (2012). Iznācis žurnāla „Latvju Teksti” ziemas numurs. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/446532-iznacis_zurnala_latvju_teksti_ziemas_numurs
45. TV NET. (2014). Par “Eiropas cilvēku Latvijā” šogad kļuvis bokseris Briedis. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/sports/dazadi/540535-par_eiropas_cilveku_latvija_sogad_kluvis_bokseris_briedis
46. TV NET. (2014). Sācies kultūras balvas “Kilograms kultūras” balsojums. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/notikumi/494539-sacies_kulturas_balvas_kilograms_kulturas_balsojums
47. TV NET. (2014). Top10 gada spilgtākie notikumi Latvijas kultūrā. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: http://www.tvnet.lv/izklaide/notikumi/540107-top10_gada_spilgtakie_notikumi_latvijas_kultura
48. Valks, J. (2013). Subkultūras manifests. *Vārds*. 1(4) 123.-125. Lpp
49. Veilands, U. (2012. 14. dec.). Sadalītas „Prozas lasījumu” balvas. *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.
50. Veilands, U. (2014, 9. jan.). Romāns par Jelgavu rada rindas. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.
51. Veilands, U. (2012. 6. dec.). Prozas lasījumos piektdien Jelgavnieku diena. *Zemgales Ziņas*. 9. lpp.
52. Veilands, U. (2014, 30. jan.). Balsosim par kilogramu „Jelgavas 94”? *Zemgales Ziņas*. 12. lpp.

53. Zemgales Ziņas. (2014). Jāņa Joņeva grāmata „Jelgava 94” saņem LTV balvu „Kilograms kultūras. *ZZ. Diena*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://zz.diena.lv/kultura-un-izklaide/citas-zinas/jana-joneva-gramata-jelgava-94-sanem-ltv-balvu-kilograms-kulturas-175969>
54. Ziņu arhīvs. (2014). Rakstnieks Jānis Joņevs saņem Eiropas Savienības literatūras balvu. *Satori*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://satori.lv/raksts/8279>
55. Žilde, J. (2013). Joņevs: „Jelgava 94” ir par būsānu jaunam deviņdesmitajos. *TV NET*. Sk. 2015. 28. apr.: <http://www.tvnet.lv/izklaide/gramatas/454818-jonevs-jelgava-94-ir-par-busanu-jaunam-devindesmitajos>

Literatūra:

1. Allan, S. (2010). *The Routledge companion to news and journalism*. London: Routledge.
2. Bell, C. (1992). *Ritual theory, ritual practice*. NY: Oxford University Press. Inc.
3. Berger, L., Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. NY: The Anchor Books.
4. Berkowitz, D. (2011). *Cultural meanings of news: A text-reader*. USA: SAGE Publications Inc.
5. Croteau, D., Hoynes, W. (2014). *Media/ Society: Industries, images, and audiences*. USA: SAGE Publications, Inc.
6. Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. London: Routledge.
7. Davies, M. M., Mosdell, N. (2006). *Practical research methods for media and cultural studies: Making people count*. UK: Edinburgh University Press Ltd.
8. Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. USA: The President and Fellows of Harvard College.
9. Domhoff, G. W., Hall, C. S. (1996). *Finding meaning in dreams: A quantitative approach*. USA: Plenum Press.
10. Duveen, G., Lloyd, B. (1990). *Social representations and the development of knowledge*. UK: Cambridge University Press.
11. Edwards, M. (2003). *Key ideas in media*. Cheltenham: Nelson Thornes Ltd. Delta Place.
12. Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. USA: Routledge.
13. Gergen, K. J. (1999). *An invitation to social construction*. London: SAGE Publications Ltd.

14. Gergen, K. J. (2001). *Social construction in context*. London: SAGE Publications Ltd.
15. Goodwin, J. (2012). *SAGE secondary data analysis*. London: SAGE Publications Ltd.
16. Gray, S.,P. (2007).*The research imagination*. USA: Cambridge University Press.
17. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Thousand Oaks.
18. Hartley, J. (2011). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. USA: Routledge.
19. Hardy, C., Phillips, N. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction*. USA: SAGE Publications, Inc.
20. Keeble, R. (2005). *Print journalism: A critical introduction*. USA: Routledge.
21. Kitch, C., Hume, J. (2009). *Journalism in a culture of grief*. NY: Routledge.
22. Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. USA: SAGE Publications, Inc.
23. Locke, T. (2004). *Critical discourse analysis*. NY; London: Continuum International Publishing Group.
24. Markova, I. (2003). *Dialogicality and social representations: The dynamics of mind*. UK: Cambridge University Press.
25. McQuail, D. (2010). *Mass communication theory*. London: SAGE Publications Ltd.
26. Meyer, M., Wodak, R. (2009). *Methods of critical discourse analysis*. London; California; New Delhi; Singapore: SAGE Publications Inc.
27. Moscovici, S. (2000). *Social representations: Explorations in social psychology*. UK: Polity Press.
28. Moscovici, S. (2008). *Psychoanalysis: Its image and its public*. UK: Polity Press.
29. Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. USA: SAGE Publications, Inc.
30. O'Halloran, K. (2003). *Critical discourse analysis and language cognition*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
31. Paltridge, B. (2012). *Discourse analysis: An introduction*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
32. Prendergast, C. (2000). *The triangle of representation*. USA: Columbia University Press.
33. Riff, D., Lacy, S., Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research: Third edition*. NY: Routledge.
34. Rothenbuhler, E., W. (1998). *Ritual communication: From everyday conversation to mediated ceremony*. SAGE Publications, Inc.

35. Silvana de Rosa, A. (2013). *Social representations in the 'social arena'*. USA, Canada: Routledge.
36. Searle, J. R. (1995). *The construction of social reality*. USA: The Free Press.
37. Webb, J. (2009). *Understanding representation*. London: SAGE Publications Ltd.
38. Weber, R. (1990). *Basic content analysis*. USA: SAGE Publications, Inc.
39. Wentworth, S. K. H. (2008). *Gifted education exposure in introductory special education texts: Quantitative text content analysis*. USA: Proquest LLC.

PIELIKUMI

Kontentanalīzes kategorijas

- **Datums:**
- **Raksta nosaukums:**
- **Izdevējs:**
- **Autors:**
- **Lpp:**

- **Raksta žanrs:**
 - 1) Apraksts
 - 2) Intervija
 - 3) Ziņa
 - 4) Recenzija

- **Raksta garums preses izdevumā:**
 - 1) Līdz ½
 - 2) Vairāk nekā ½ lpp – 1 lpp
 - 3) Vairāk nekā 1 lpp

- **Raksta garums interneta ziņu portālā:**
 - 1) Līdz 1000 zīmēm
 - 2) No 1000 līdz 3000 zīmēm
 - 3) Vairāk par 3000 zīmēm

- **Raksta saturs:**
 - 1) Ieskats grāmatas saturā
 - 2) Ziņojums par grāmatas izdošanu
 - 3) Informācija par autoru
 - 4) Sabiedrības vai ekspertu vērtējums par grāmatu/autoru
 - 5) Ziņas par grāmatas saņemtajām balvām
 - 6) Cits

- **Raksta izvietoējums preses izdevumā:**
 - 1) 1. lpp vai pieteikums uz žurnāla vāka
 - 2) 2. – ... lpp

- **Raksta tematika:**

- 1) Grāmata
- 2) Autors
- 3) Grāmata un autors
- 4) Saņemtie apbalvojumi, nominācijas
- 5) Grāmata/ autors tikai pieminēti
- 6) Cits

- **Kritikas izteicēji:**

- 1) Žurnālists
- 2) Kritiķis
- 3) Eksperts
- 4) Cits

- **Rakstu skaits:**

- 1) 2012 -
- 2) 2013 -
- 3) 2014 -

- **Publikāciju skaits medijā**

- 1) TV NET -
- 2) DELFI -
- 3) Kas Jauns -
- 4) Apollo -
- 5) Diena -
- 6) IR -
- 7) Jelgavas Vēstnesis -
- 8) Lilit -
- 9) Vārds -
- 10) Ventas Balss -
- 11) Zemgales Ziņas -

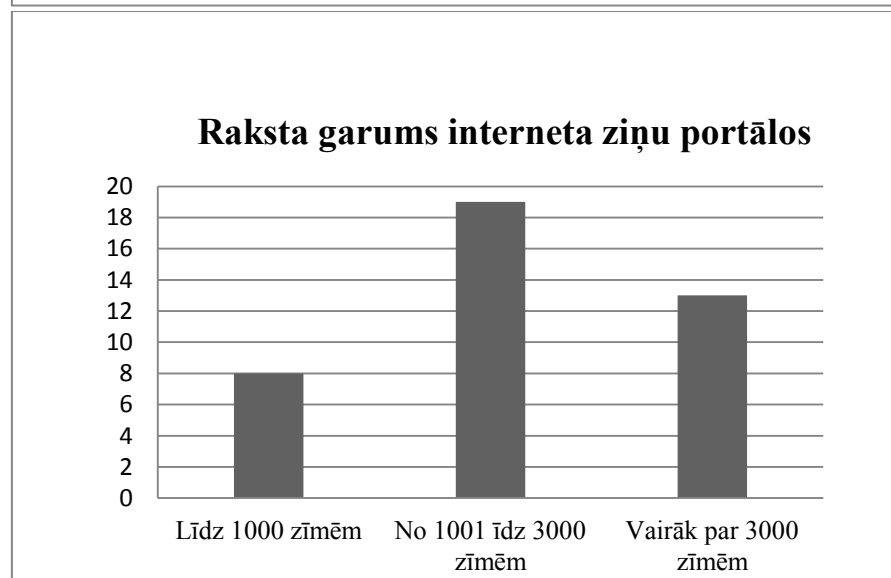
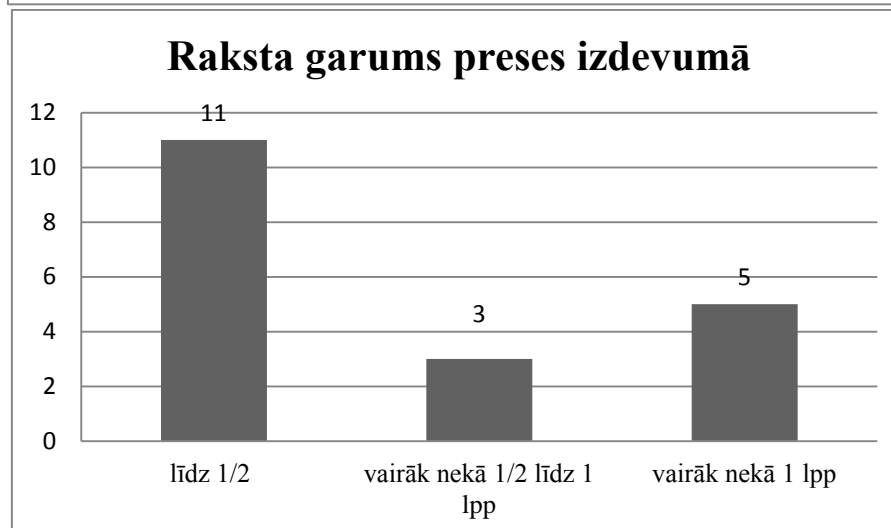
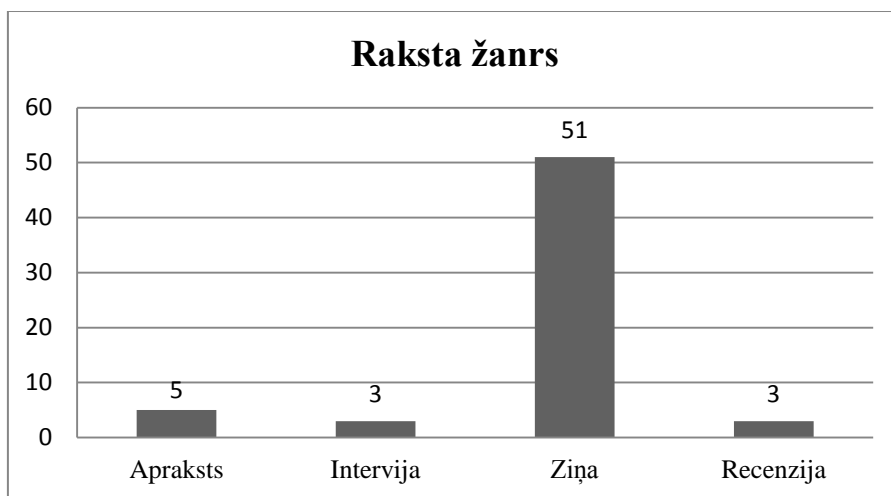
- **Raksta rubrika:**

- 1) Kultūra, literatūra, izklaide
- 2) Ziņas
- 3) Cits (notikumi, interesanti, svētki, mūzika)

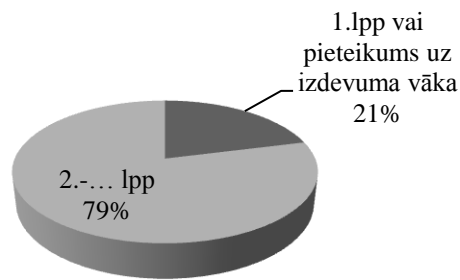
- **Grāmatai veltītie apzīmējumi - _____**

- **Autoram veltītie apzīmējumi - _____**

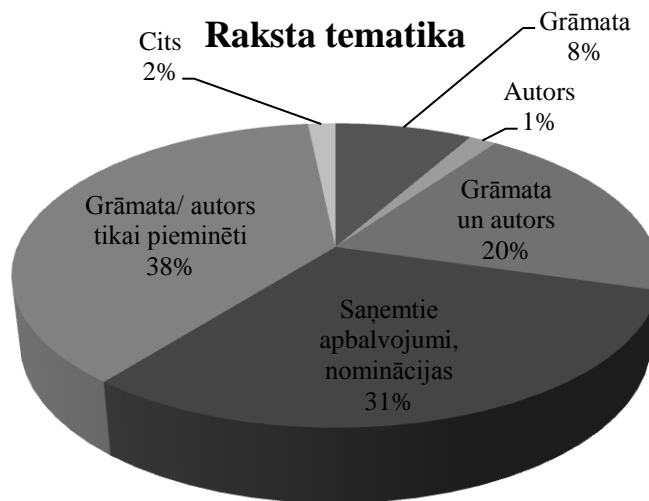
Kontentanalīzes rezultāti diagrammās



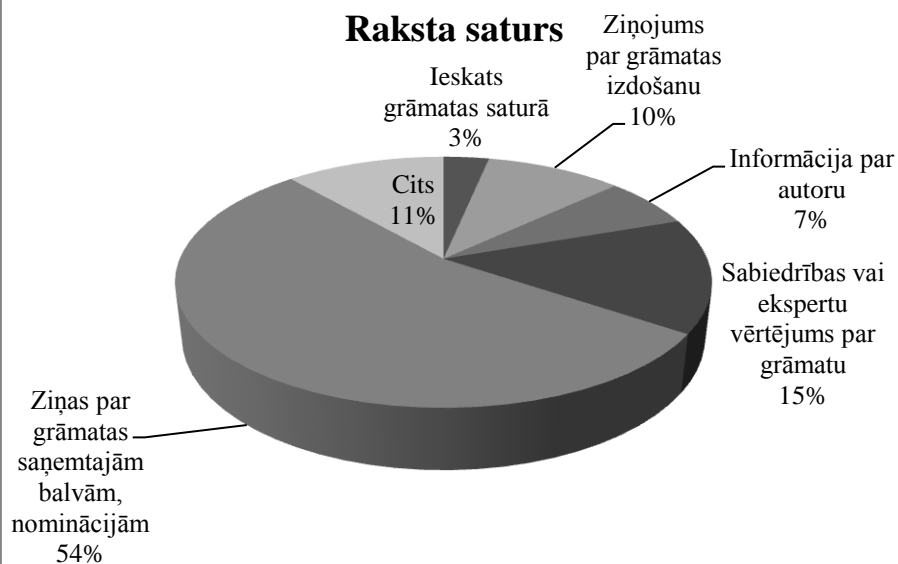
Raksta izvietojums preses izdevumā



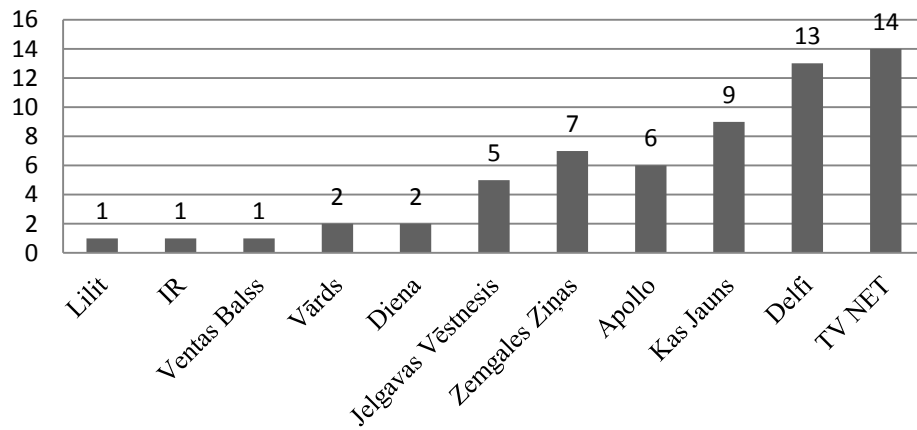
Raksta tematika



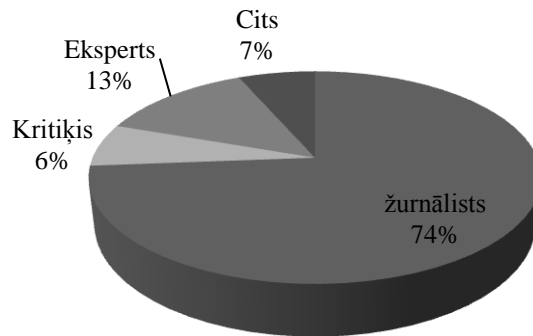
Raksta saturs



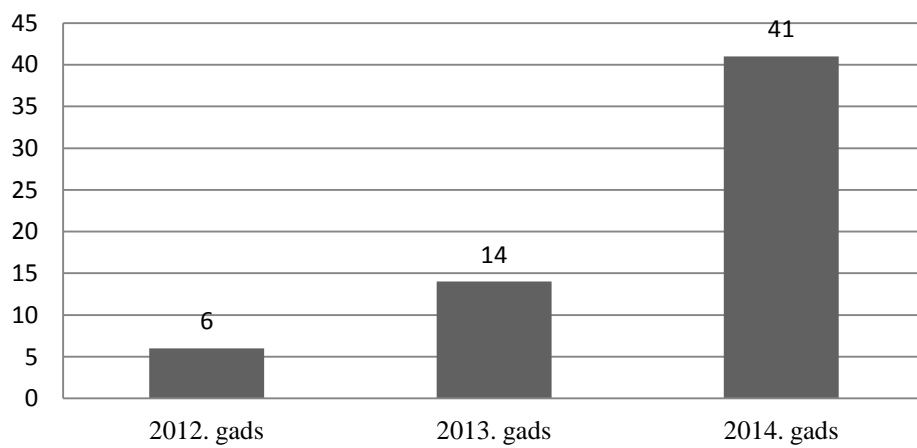
Publikāciju skaits mediājā



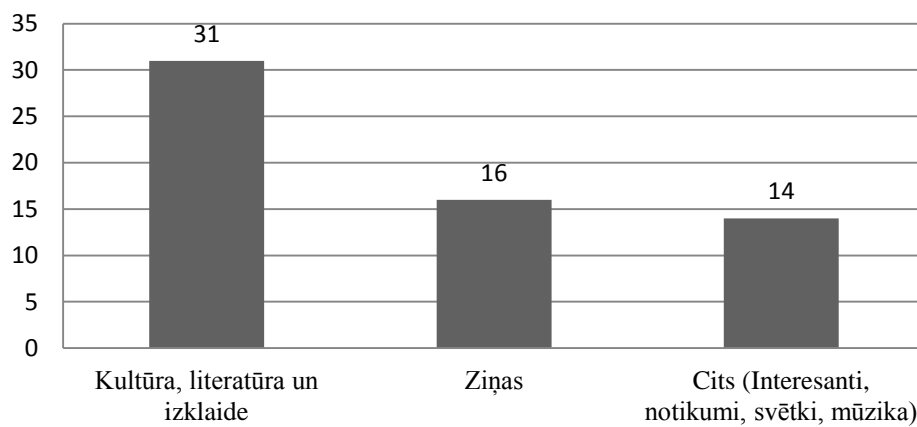
Kritikas izteicēji



Rakstu skaits



Rakstu rubrika



Bakalaura darbs „Grāmatas „Jelgava 94” un tās autora Jāņa Joņeva reprezentācija drukātajā presē un apmeklētākajos interneta ziņu portālos (2012–2014)” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Darba apjoms (neskaitot titullapu, satura rādītāju, apzīmējumu sarakstu, izmantotās informācijas avotu sarakstu, pielikumus, dokumentāro lapu un zemspītras atsauces) ir 148 379 rakstuzīmes (ieskaitot intervālus).

Autore: _____ Laura Mangule

(personiskais paraksts)

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: Dr. sc. comm. Klinta Ločmele _____

(personiskais paraksts) 09.06.2015.

Recenzents: Dr. philol. Viktors Freibergs _____

(personiskais paraksts) 09.06.2015.

Darbs iesniegts Komunikācijas studiju nodaļā 09.06.2015.

Dekāna pilnvarotā persona:

(personiskais paraksts)

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

_____.06.2015. prot. Nr. _____.

Komisijas sekretāre: _____

(personiskais paraksts)